



AKSARAY ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANA BİLİM DALI

**ÇOCUKLAR İÇİN DÜZENLENEN ÖZEL GÜN
ETKİNLİKLERİNDE ANNELERİN RİTÜEL VE ALIŞVERİŞ
DENEYİMLERİ: KEŞFEDİCİ SIRALI KARMA BİR
ARAŞTIRMA**

DOKTORA TEZİ

PINAR DUYGU AKIN

DOÇ. DR. MUTLU UYGUN

AKSARAY-2024

AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

ÇOCUKLAR İÇİN DÜZENLENEN ÖZEL GÜN
ETKİNLİKLERİNDE ANNELERİN RİTÜEL VE ALIŞVERİŞ
DENEYİMLERİ: KEŞFEDİCİ SIRALI KARMA BİR
ARAŞTIRMA
DOKTORA TEZİ

PINAR DUYGU AKIN

DANIŞMAN: DOÇ. DR. MUTLU UYGUN
JÜRİ ÜYESİ: DR. ÖĞR. ÜYESİ SİNAN METE
JÜRİ ÜYESİ: DR. ÖĞR. ÜYESİ SELÇUK KILIÇ
JÜRİ ÜYESİ: PROF. DR. MURAT TOKSARI
JÜRİ ÜYESİ: DOÇ. DR. HİCRAN ÖZGÜNER KILIÇ

AKSARAY - 2024

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren(....) ay sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Pınar Duygu

Soyadı : AKIN

Bölümü : İşletme

İmza :

Teslim Tarihi :

TEZİN

Türkçe Adı : Çocuklar İçin Düzenlenen Özel Gün Etkinliklerinde Annelerin Ritüel ve Alışveriş Deneyimleri: Keşfedici Sıralı Karma Bir Araştırma

İngilizce Adı : Ritual and Shopping Experiences of Mothers in Special Day Events Organized for Children: An Exploratory Sequential Mixed Study

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: Pınar Duygu AKIN

İmza:

T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
JÜRİ ONAY SAYFASI

Pınar Duygu AKIN tarafından hazırlanan “Çocuklar İçin Düzenlenen Özel Gün Etkinliklerinde Annelerin Ritüel ve Alışveriş Deneyimleri: Keşfedici Sıralı Karma Bir Araştırma” başlıklı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Aksaray Üniversitesi İşletme Anabilim Dalı’nda Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

İMZA

Danışman: Doç. Dr. Mutlu UYGUN

(İşletme, Aksaray Üniversitesi)

.....

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Sinan METE

(İşletme, Aksaray Üniversitesi)

.....

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Selçuk KILIÇ

(Yönetim Bilişim Sistemleri, Aksaray Üniversitesi)

.....

Üye: Prof. Dr. Murat TOKSARI

(Halkla İlişkiler ve Tanıtım / Sivas Cumhuriyet Üniversitesi)

.....

Üye: Doç. Dr. Hicran ÖZGÜNER KILIÇ

(İşletme, Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi)

.....

Tez Savunma Tarihi: 27/09/2024.

Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu’nun tarih

ve..... sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Prof. Dr. Aybala ÇAYIR

İmza

TEŞEKKÜR SAYFASI

Bu araştırma süresince akademik, sosyal ve duygusal anlamda gönülden destekleriyle bana güç veren birçok kişi bana rehberlik ve destek sağlamıştır. Bu anlamda doktora eğitimim süresince deneyim ve bilgi birikimleriyle bana ışık olan, fikirleriyle sosyal yaşam içinde de desteğini esirgemeyen ve bilimsel yetkinlikleri ile çalışmamın her aşamasına özverili şekilde katkılarıyla değer katan, danışman hocam Sayın Doç. Dr. Mutlu UYGUN'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Tez izleme komitesinde yer alan, pozitif bakış açıları ile motive eden, bilgileri ve görüşleri ile çalışmamıza önemli katkılar sunan Dr. Öğr. Üyesi Sinan Mete'ye ve Dr. Öğr. Üyesi Selçuk KILIÇ'a teşekkürü bir borç bilirim. Tez savunma jürisinde yer alan ve bu çalışmayı değerlendirmek için değerli vakitlerini ayıran, yönlendirmeleri ile süreç içinde olumlu katkılar sağlayan Sayın hocalarım Prof. Dr. Murat TOKSARI'ya ve Doç. Dr. Hicran ÖZGÜNER KILIÇ'a çok teşekkür ediyorum. Ayrıca çalışmam süresince içerik, biçim ve şekil şartları açısından değerli vaktini ayırarak yardımlarını esirgemeyen ve aynı zamanda arkadaşlığıyla da sosyal destek olan, Sayın Arş Gör. Dr. Ebru GÜNER VURGANER'e teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmalarımı yürütürken hem araştırmama verdikleri destek ile hem de sosyal destekleriyle beni yalnız bırakmayan kıymetli dostlarıma ne kadar teşekkür etsem azdır. Bu süreçte akademik ve sosyal hayata olan motivasyonumu canlı tutan sevgili Dr. Öğr. Üyesi Şükran ORUÇ'a; pozitif enerjisi ve akademik başarılarıyla ilham olan sevgili Dr. Öğr. Üyesi Gözde SUNMAN'a; özellikle çalışmalarımın son dönemlerinde aile sıcaklığı ile destek sağlayan, kalbinde ve hayatında bana yer açan, doktora süreçlerimizi de beraber yaşadığımız sevgili arkadaşım Ayşe Kübra SARIKAYA'ya ve değerli ailesine ne kadar teşekkür etsem az kalır. Ayrıca veri toplama süresince bana destek olan ve yardımlarını esirgemeyen, adlarını sayamadığım tüm arkadaşlarıma çok teşekkür ediyorum.

Doktora eğitimim süresince hayatı birlikte paylaştığımız, bana ikinci bir aile, kardeş olan, varlığıyla hayatımda paha biçilemez ve hiçbir zaman silinmeyecek bir değeri temsil eden, hayat içinde tüm alanlardaki ilerleyişim için canı gönülden dilekleri ile bana güç veren, veri toplama sürecinde de büyük emekleri olan ve adının önüne sıfat seçemeyeceğim kadar kıymetli Hava TOPCU FIRAT'a ve bu süreçte bana aile samimiyeti ile değer veren sevgili ailesine teşekkürlerim sonsuzdur.

Son teşekkürüm ise, çok erken yaşlarda başlayan eğitim hayatım süresince, akademik gelişimim ve hayat içindeki sosyal duruşum için paha biçilemeyecek gönül emeği sunan sevgili ailemedir. Öncelikle araştırmamın her aşamasında beni motive eden, özellikle nicel aşamada, veri toplama sürecinde uzmanlığı, bilgi birikimi ve desteği ile vakit ayırarak çok önemli destekler sağlayan sevgili kardeşim Mert AKIN'a çok teşekkürler. Özellikle bu süreçte gönülden destekleriyle sonsuz sabır ve özveri gösteren, maddi manevi destekleri ve pozitif yaklaşımları ile yaşadığım stresli zamanlarda bir an bile olsun benden desteklerini esirgemeyen kıymetli annem Nesrin AKIN'a ve değerli babam Mehmet AKIN'a ne kadar teşekkür etsem az kalacaktır. Anneler üzerinde yürüttüğüm bu çalışmayı, hayatımda eşine benzerine rastlamadığım bir şefkat timsali olan, ömrünü çocuklarına ve ailesine adayan, merhametini ve sevgisini çocukluğumdan şu yaşıma değin her an hissettiğim ve benim için kıymeti tarifsiz olan sevgili anneme ithaf ediyorum.

Pınar Duygu AKIN

ÖZET

Bu çalışmada, Türk kültüründe kadınların çocukları için düzenledikleri özel gün etkinliklerine (ritüellerine) ve bu etkinliklere yönelik alışverişlere yükledikleri öznel anlamları ya da deneyimlerini tüketici deneyimi bakış açısı ile keşfederek, buna ilişkin bir kuram oluşturmak; odaklanılan kuramın merkezi olgusunu oluşturan ritüel deneyimleri ve kuramlaştırılan sonuç kavramlarını (olgularını) ölçmeye hizmet edecek geçerli ve güvenilir ölçekler geliştirmek; ve geliştirilen ölçeklerden yararlanarak toplanan veri ile oluşturulan kuramı test etmek amaçlanmıştır. Bu amacı karşılayabilmek için keşfedici sıralı karma yöntem araştırma deseninden yararlanılarak, nitel aşama ile başlayan araştırma sonucunda bağlama özgü bir kuram oluşturulmuş, nicel ara aşama ile bu kurama dayalı olarak ritüel deneyimleri, ritüele olan bağlılık ve ritüel alışveriş deneyimleri ölçekleri (ölçme araçları) geliştirilmiş ve nihai nicel aşama ile geliştirilen bu ölçekler yoluyla toplanan veri ile nitel aşamada oluşturulan kurama dayalı yapısal model test edilmiş, böylece kuramın genellenebilirliği de incelenmiştir.

Araştırmanın ilk aşaması olan nitel araştırma kapsamında, veri doygunluğu dikkate alınarak Türkiye'nin çeşitli illerinde ikamet eden ve çocuk sahibi olan 17 kadın katılımcıdan yarı yapılandırılmış görüşme ve fotoğrafa dayalı öyküleme veri toplama teknikleri ile görüşme verisi toplanmıştır. Nitel verinin tümevarım yöntemi esas alınarak tematik ve eksensel kodlama ile analiz edilmesiyle annelerin çocukları için düzenledikleri özel gün etkinlikleri bağlamında yaşadıkları deneyimler keşfedilmiş ve bu deneyimlerin ritüel bağlılığı ve ritüel alışveriş deneyimi temel olguları (kavramları) ile kavramsal ilişki örüntüsüne sahip olduğu belirlenmiştir. Böylelikle bu aşama sonrasında bir ritüel deneyim kuramı ortaya çıkmıştır. Bu kuram çerçevesinde ritüel deneyimlerinin sosyal deneyim, sembolik deneyim, fantezi deneyimi, nostalji deneyimi, öğrenme deneyimi, eğlence deneyimi, estetik deneyim, manevi deneyim ve kaçış deneyimi ana temalarında toplandığı; ritüel alışveriş deneyimlerinin ise, duygusal deneyim, sembolik deneyim ve faydacı (akılcı) deneyim ana temalarından oluştuğu belirlenmiştir.

Çalışmanın ara aşaması olan ölçek geliştirme aşamasında ve nicel araştırma kapsamında, nitel veriden ortaya çıkan ritüel deneyimleri kuramındaki ilgili deneyimleri ve olguları (kavramları) ölçmeye hizmet edecek geçerli ve güvenilir ölçekler geliştirmek ve bu ölçeklerin yapı geçerliliklerini doğrulamak amaçlanmıştır. Bu amacı karşılamak üzere iki saha araştırması yürütülmüştür. Birinci saha araştırmasında, kişisel özelliklere sahip bazı soruların yanısıra ilgili ölçeklerin ilk madde havuzunu oluşturan maddeleri içeren bir anket yoluyla nitel araştırma katılımcılarıyla benzer kişisel özelliklere sahip 552 kişiden kolayda ve kartopu örnekleme yöntemlerine göre veri toplanmıştır. Toplanan bu verilerin analizinde Jamovi istatistik paket programı kullanılarak her bir ölçek için gerçekleştirilen madde analizlerinin yanısıra FACTOR yazılımı ile oluşturulan ölçeklerin yapı geçerliliğini değerlendirmek, madde setinin altında yatan boyutluluğu incelemek amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi gerçekleştirilmiştir. İkinci saha araştırmasında ise 568 kişiden kolayda ve kartopu örnekleme yöntemlerine göre veri toplanmış olup, öncelikle benzer amaçla FACTOR yazılımı ile tekrar Açıklayıcı Faktör Analizi yürütülmüş ve sonrasında boyutsal yapısı keşfedilen ölçeklerin yapı geçerliliğini doğrulamak için Jamovi istatistik paket programı kullanılarak Doğrulamalı Faktör Analizi ve çalışmada ortaya konan yapısal

modelin test edilmesi için de Yapısal Eşitlik Modellemesi Analizi gerçekleştirilmiştir. Yürütülen bu analizler sonucunda ritüel deneyimlerinin; sosyal deneyimler, sembolik deneyimler, duygusal deneyimler, estetik deneyimler, kaçış deneyimleri ve manevi deneyimler olmak üzere altı boyutlu bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir. Ritüel alışveriş deneyimleri ile ilgili ise, duygusal, sembolik ve faydacı (akılcı) alışveriş deneyimlerinden oluşan üç faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Ritüele olan bağlılığın ise, duygusal bağlılık ve devam bağlılığı olarak iki faktörlü ya da tek faktörlü bir yapı ile temsil edilebileceği belirlenmiştir. Nicel ara aşamada elde edilen ölçüm modellerinin, hem nihai nicel aşamadaki veri ile oldukça iyi uyum gösterdiği hem de nitel aşamada ortaya konulan kuram ile büyük ölçüde örtüşerek, bu kuramı destekler nitelikte olduğu sonuçlara yansımıştır. Ayrıca, yürütülen ölçüm değişmezliği analizlerinden elde edilen sonuçlar, bu ölçeklerin ve ölçüm modellerinin farklı kişisel özelliklere sahip bireyler için gruplar arasındaki farklılıkların incelenmesinde de kullanılabılır nitelikte olduklarını göstermiştir.

Son olarak oluşturulan kurama dayalı yürütülen yapısal model analizi sonuçları; manevi ritüel deneyimi dışında ritüele ilişkin duygusal alışveriş deneyimi ile diğer tüm ritüel deneyimleri arasındaki doğrudan ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğuna ve bu ilişkiler açısından estetik ritüel deneyiminin en yüksek doğrudan etkiye sahip olduğuna; sembolik alışveriş deneyimi açısından ritüele olan bağlılığın en yüksek doğrudan etkiye sahip olduğuna; faydacı alışveriş deneyimi açısından ise, sosyal ritüel deneyiminin en yüksek doğrudan etkiye sahip olduğuna işaret etmektedir. Ritüele olan bağlılık açısından ise, sosyal ritüel deneyimi ve manevi ritüel deneyimi dışında diğer tüm doğrudan ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu açıdan sembolik ritüel deneyiminin en yüksek doğrudan etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, ritüele olan bağlılık değişkeninin, sembolik ritüel deneyimi, estetik ritüel deneyimi ve ritüel kaçış deneyimi ile ritüele ilişkin duygusal, sembolik ve faydacı alışveriş deneyimleri arasındaki ilişkilerde anlamlı bir aracılık etkisine sahip olduğu da sonuçlara yansımıştır. Ritüele olan bağlılık değişkeninin en yüksek aracılık etkisinin, sembolik ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasında olduğu tespit edilmiştir. Doğrudan ilişkiler dikkate alındığında; istatistiksel olarak anlamsız olan sembolik ritüel deneyimi ve kaçış deneyimi ilişkilerinin, ritüele olan bağlılık değişkeninin aracı işlevi ile anlamlı olması, bu değişkenin ilgili modelde öngörüldüğü gibi, önemli bir aracılık görevi üstlendiğine işaret etmesi bakımından dikkate değer bir sonuç olarak öne çıkmıştır. Son olarak ritüel deneyimlerinin alt boyutlarının ritüele ilişkin alışveriş deneyimlerinin alt boyutları üzerindeki toplam etkilerine ilişkin sonuçlar; ritüele ilişkin duygusal ve sembolik alışveriş deneyiminin benzer şekilde en önemli yordayıcı değişkeninin estetik ritüel deneyimi; faydacı alışveriş deneyiminin en önemli yordayıcı değişkeninin ise sosyal ritüel deneyimi olduğunu ortaya koymuştur. Son tahlilde ölçeklere ilişkin tüm yapı geçerliliği doğrulama sonuçlarının ve yapısal model analizi sonuçlarının, gerek her bir ölçeğin ve ölçüm modelinin gerekse test edilen yapısal modelin (kuramın) genellenebilirliğini de desteklediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler : Ritüel, Ritüel Deneyimleri, Ritüel Alışveriş Deneyimleri

Ritüel Bağlılığı, Keşfedici Sıralı Karma Yöntemler

Bilim Kodu : 112707, 112714, 113842

Sayfa Adedi : 445

Yazar : Pınar Duygu AKIN

Danışman : Doç. Dr. Mutlu UYGUN

ABSTRACT

This study aims to explore the subjective meanings or experiences that women in Turkish culture attribute to special day events (rituals) they organize for their children and the purchases they make for these events from a consumer experience perspective and to build a theory about this; to develop valid and reliable scales that will serve to measure the ritual experiences and the theorized outcome concepts that constitute the central phenomenon of the focused theory; and to test the theory formed with the data collected using the developed scales. In order to meet this aim, an exploratory sequential mixed method research design was used; a context-specific theory was developed as a result of the research that started with the qualitative phase; ritual experiences, ritual commitment and ritual shopping experiences scales were developed based on this theory in the quantitative intermediate phase; and the structural model based on the theory developed in the qualitative phase was tested with the data collected through these scales developed in the final quantitative phase, and thus the generalizability of the theory was also examined.

Within the scope of the qualitative research, which is the first stage of the research, interview data were collected from 17 female participants who reside in various provinces of Turkey and have children through semi-structured interviews and photo-based narrative data collection techniques, taking into account data saturation. By analyzing the qualitative data with thematic and axial coding based on the inductive method, the experiences of mothers in the context of special day activities organized for their children were discovered and it was determined that these experiences have a conceptual relationship pattern with the basic phenomena (concepts) of ritual commitment and ritual shopping experience. Thus, a ritual experience theory emerged after this stage. Within the framework of this theory; ritual experiences are grouped under the main themes of social experience, symbolic experience, fantasy experience, nostalgia experience, learning experience, entertainment experience, aesthetic experience, spiritual experience and escape experience; while ritual shopping experiences are grouped under the main themes of emotional experience, symbolic experience and utilitarian (rational) experience.

In the scale development phase, which is the intermediate stage of the study, and within the scope of the quantitative research, it was aimed to develop valid and reliable scales that would serve to measure the relevant experiences and phenomena (concepts) in the ritual experiences theory that emerged from the qualitative data and to verify the construct validity of these scales. Two field studies were conducted to meet this aim. In the first field study, data were collected from 552 individuals with similar personal characteristics to the qualitative research participants through a questionnaire that included some questions on personal characteristics as well as items that formed the initial item pool of the relevant scales, using convenience and snowball sampling methods. In the analysis of the collected data, in addition to the item analyses performed for each scale using the Jamovi statistical package program, Exploratory Factor Analysis was performed to evaluate the construct validity of the scales created with the FACTOR software and to examine the underlying dimensionality of the item set. In the second field research, data were collected from 568 people according to convenience and snowball sampling methods. First, Exploratory Factor Analysis was conducted again with the FACTOR software for similar purposes, and

then Confirmatory Factor Analysis was conducted using the Jamovi statistical package program to confirm the construct validity of the scales whose dimensional structure was discovered, and Structural Equation Modeling Analysis was performed to test the structural model put forward in the study. As a result of these analyses, it was determined that ritual experiences have a six-dimensional structure; social experiences, symbolic experiences, emotional experiences, aesthetic experiences, escape experiences and spiritual experiences. Regarding ritual shopping experiences, a three-factor structure consisting of emotional, symbolic and utilitarian (rational) shopping experiences was obtained. It was determined that ritual commitment can be represented by a two-factor or one-factor structure as emotional commitment and continuance commitment. It was reflected in the results that the measurement models obtained in the quantitative intermediate stage were both well matched with the data in the final quantitative stage and supported the theory put forward in the qualitative stage. Moreover, the results of measurement invariance analyses showed that these scales and measurement models can be used to examine differences between groups for individuals with different personal characteristics.

Finally, the results of the structural model analysis based on the constructed theory indicate that the direct relationships between emotional shopping experience and all other ritual experiences are statistically significant except for spiritual ritual experience and that aesthetic ritual experience has the highest direct effect in terms of these relationships; commitment to ritual has the highest direct effect in terms of symbolic shopping experience; and social ritual experience has the highest direct effect in terms of utilitarian shopping experience. In terms of commitment to ritual, all direct relationships except social ritual experience and spiritual ritual experience are statistically significant. In this respect, it was revealed that symbolic ritual experience had the highest direct effect. In addition, it was also reflected in the results that the variable of commitment to ritual had a significant mediating effect on the relationships between symbolic ritual experience, aesthetic ritual experience, ritual escape experience and emotional, symbolic and utilitarian shopping experiences related to ritual. The highest mediation effect of ritual commitment variable was found to be between symbolic ritual experience and symbolic shopping experience. In terms of direct relationships, the statistically insignificant symbolic ritual experience and escape experience relationships became significant with the mediating function of the ritual commitment variable, which is a remarkable result as it indicates that this variable undertakes an important mediating role as predicted in the relevant model. Finally, the results regarding the total effects of the sub-dimensions of ritual experiences on the sub-dimensions of ritual shopping experiences revealed that the most important predictor variable of ritual emotional and symbolic shopping experiences was aesthetic ritual experience, while the most important predictor variable of utilitarian shopping experiences was social ritual experience. As a result, all construct validity verification results and structural model analysis results regarding the scales supported the generalizability of both each scale and measurement model and the tested theory.

Keywords : Ritual, Ritual Experiences, Ritual Shopping Experiences
Ritual Engagement, Exploratory Sequential Mixed Methods

Science Code : 112707, 112714, 113842

Number of Pages : 445

Author : Pınar Duygu AKIN

Supervisor : Assoc. Prof. Mutlu UYGUN

İÇİNDEKİLER

TELİF HAKKI VE TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU	i
ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI	ii
JÜRİ ONAY SAYFASI.....	iii
TEŞEKKÜR SAYFASI	iv
ÖZET.....	vi
ABSTRACT	viii
İÇİNDEKİLER	x
TABLolar LİSTESİ.....	xv
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xix
KISALTMALAR.....	xxi
BİRİNCİ BÖLÜM.....	1
GİRİŞ	1
1.1. Problem	6
1.2. Amaç ve Araştırma Soruları.....	10
1.3. Önem	13
1.4. Araştırma Etiği	16
İKİNCİ BÖLÜM.....	18
TEORİK ÇERÇEVE	18
2.1. Ritüel Kavramı	18
2.1.1 Alışkanlık ile Ritüel Arasındaki Ayrım.....	24
2.1.2. Ritüel Tipolojileri	27
2.1.2.1. Ritüel Bağlamı	27
2.1.2.2. Ritüel Sahnesi	30
2.1.2.3. Ritüele Kişisel Katılım.....	32
2.1.3. Ritüelin Bileşenleri.....	33
2.1.4. Ritüelin Sonuçları.....	36
2.1.4.1. Bilişsel Değişim	38

2.1.4.2. Sosyal Değişim	40
2.1.4.3. Duygusal Değişim.....	42
2.2. Tüketim Ritüelleri	43
2.2.1. Annelik Sürecinde Tüketim Ritüelleri.....	49
2.2.2. Çocuklar için Düzenlenen Özel Gün Etkinlikleri.....	54
2.3. Deneyim Kavramı	62
2.3.1. Sosyal Deneyimler.....	67
2.3.2. Sembolik Deneyimler	68
2.3.3. Fantezi Deneyimleri	69
2.3.4. Nostalji Deneyimleri	71
2.3.5. Öğrenme Deneyimleri	72
2.3.6. Eğlence Deneyimleri	73
2.3.7. Estetik Deneyimler	74
2.3.8. Kaçış Deneyimleri	75
2.3.9. Manevi Deneyimler	77
2.4. Tüketim Deneyimleri	79
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	83
YÖNTEM.....	83
3.1. Karma Araştırma Yöntemi	83
3.1.1. Araştırma Tasarımı	87
3.1.2. Keşfedici Sıralı Karma Yöntem Araştırmasının Gerekçesi.....	91
3.2. Aşama I: Nitel Araştırma	95
3.2.2. Katılımcı Grubu.....	98
3.2.3. Veri Toplama Teknikleri ve Veri Toplama Süreci.....	100
3.2.6. Veri Analizi ve Veri Yorumlama Süreci	104
3.2.7. Geçerlilik-Güvenilirlik (İnanılrlık).....	109
3.3. Ara Aşama: Ölçme Aracı Geliştirme	112
3.3.1. Ölçeğin Amacını, Ölçmek İstenen Yapıyı ve Mevcut Bir Ölçek Olup Olmadığını Belirleme	113
3.3.2. Madde Havuzu Oluşturma.....	114

3.3.3. Ölçek Formatını Belirleme	116
3.3.4. İlk Madde Havuzunun İncelenmesi.....	117
3.3.5. Ön Deneme Uygulaması.....	118
3.4. Nicel Araştırma	119
3.4.1. Geniş Ölçekli Saha Testi Uygulaması.....	119
3.4.1.1.Örnekleme.....	120
3.4.1.2. Veri Toplama Aracı	121
3.4.1.3. Veri Analizi.....	122
3.4.2 İkinci Saha Testi Uygulaması.....	128
3.4.2.1. Örnekleme.....	128
3.4.2.2. Veri Analizi.....	131
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	140
BULGULAR VE TARTIŞMA.....	140
4.1. Nitel Araştırma Bulguları.....	140
4.1.1. Ritüel Deneyimleri	140
4.1.1.1. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler.....	142
4.1.1.1.1. Çocukla Zaman Geçirme ve Etkileşim Kurma Deneyimleri	144
4.1.1.1.2. Aile ve Yakın Çevre ile Bir Araya Gelme ve Zaman Geçirme Deneyimleri.....	145
4.1.1.2. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler	152
4.1.1.2.1. Ritüelin Temsil Ettiği Özel Anlamlar ile İlişkili Deneyimler	153
4.1.1.2.2. Ritüelin Bir Geleneği / Yaşam Tarzını Temsil Etmesi ile İlişkili Deneyimler	163
4.1.1.3. Ritüelle İlişkili Fantezi Deneyimleri.....	172
4.1.1.3.1 Mutluluk ve İyi Hali Deneyimleri.....	173
4.1.1.3.2. Düş ve Hayallerin Gerçekleşmesi Deneyimleri	184
4.1.1.4. Ritüelle İlişkili Nostalji Deneyimleri.....	187
4.1.1.4.1. Anı Değeri Taşıyan Kutlamalara İlişkin Nostalji Deneyimleri.....	188
4.1.1.4.2. Ritüelle ilgili Geçmiş Anımsamaya İlişkin Nostalji Deneyimleri	195
4.1.1.5. Ritüelle İlişkili Öğrenme Deneyimleri.....	198
4.1.1.5.1. Rol Model Referanslar ile İlişkili Öğrenme Deneyimleri.....	199
4.1.1.5.2. Sosyal Medya ile İlişkili Öğrenme Deneyimleri.....	200
4.1.1.6. Ritüelle İlişkili Eğlence Deneyimleri.....	203

4.1.1.6.1. Ritüeli Gerçekleştirmekten Doğan Eğlence Deneyimleri	205
4.1.1.6.2. Fotoğraf Çekme / Çektirme ile İlişkili Eğlence Deneyimleri	207
4.1.1.7. Ritüelle İlişkili Estetik Deneyimleri	209
4.1.1.7.1. Kutlama Alanı ya da Süslemelerle İlişkili Estetik Deneyimleri	210
4.1.1.7.2. Ritüel için Hazırlanan Kıyafetlerle İlişkili Estetik Deneyimleri	214
4.1.1.8. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler	217
4.1.1.9. Ritüelle İlişkili Kaçış Deneyimleri	223
4.1.2. Ritüelle İlişkili Alışveriş Deneyimleri.....	225
4.1.2.1. Ritüelle ilişkili Duygusal Alışveriş Deneyimleri.....	227
4.1.2.2. Ritüelle ilişkili Sembolik Alışveriş Deneyimleri.....	231
4.1.2.3. Ritüelle ilişkili Faydacı Alışveriş Deneyimleri.....	237
4.1.3. Temalar Arası Örüntülerin İncelenmesi	244
4.1.3.1. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler ile Diğer Deneyimler Arasındaki Örüntüler	245
4.1.3.2. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ile Diğer Deneyimler Arasındaki Örüntüler	252
4.1.3.3. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ile Diğer Deneyimler Arasındaki Örüntüler	263
4.1.3.4. Ritüelle İlişkili Deneyimler ile Ritüele Olan Bağlılık Arasındaki Örüntüler	268
4.1.4. Ortaya Çıkan Kurama Dayalı Araştırma Soruları ve Hipotezleri	274
4.2. Nicel Araştırma Bulguları	280
4.2.1. Özel Gün Etkinlik Deneyimlerinin Boyutsal Yapısına Yönelik Ölçek Geliştirme Bulguları	280
4.2.1.1. Ritüel Deneyimlerine İlişkin Madde Analizleri ve Yapı Geçerliliği Sonuçları	281
4.2.1.2. Ritüel Alışveriş Deneyimlerine İlişkin Madde Analizleri ve Yapı Geçerliliği Sonuçları	302
4.2.1.3. Ritüele Olan Bağlılığa İlişkin Madde Analizleri ve Yapı Geçerliliği Sonuçları	310
4.2.1.4. Ritüel Deneyimleri Yapısına İlişkin Yapı Geçerliliği ve Doğrulama Sonuçları	315
4.2.1.5. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Yapısına İlişkin Doğrulama Sonuçları.....	329
4.2.1.6. Ritüele Olan Bağlılık Yapısına İlişkin Doğrulama Sonuçları.....	338
4.2.2. Yapısal Eşitlik Modellemesi Bulguları: Ritüel Deneyimleri ile Ritüele Olan Bağlılık ve Ritüel Alışveriş Deneyimleri Arasındaki İlişkiler	342

BEŞİNCİ BÖLÜM	352
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	352
5.1. Sonuç.....	352
5.2. Öneriler	360
5.2.1. Teorik Alan Yazına Yönelik Çıkarımlar	360
5.2.2. Uygulamaya Yönelik Çıkarımlar	361
5.2.3. Gelecek Araştırmalara Yönelik Çıkarımlar.....	362
KAYNAKÇA	364
EKLER.....	404
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ TEZ DEĞERLENDİRME FORMU	421

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Ritüel Tanımlamaları.....	23
Tablo 2. Alışkanlık ile Ritüel Arasındaki Farklar.....	26
Tablo 3. Deneyim Boyutları ile ilgili Sınıflandırma.....	67
Tablo 4. Pazarlama ve Tüketim Perspektifinden Deneyim Kavramı	82
Tablo 5. Araştırma Katılımcılarının Özellikleri.....	99
Tablo 6. İlk Saha Testinde Veri Toplanan Katılımcıların Kişisel Özellikleri	121
Tablo 7. İkinci Saha Testinde Veri Toplanan Katılımcıların Kişisel Özellikleri	128
Tablo 8. Etkinlikleri Gerçekleştirirken Etkilenilen Kaynaklar	129
Tablo 9. Etkinlik için Satın Alma Sürecinde Yararlanılan Kaynaklar.....	130
Tablo 10. Etkinlik için Ürün Satın Alınan Yerler.....	130
Tablo 11. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler ve Sembolik Deneyimler Arasındaki İlişki.....	247
Tablo 12. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler ve Fantezi Deneyimleri Arasındaki İlişki	249
Tablo 13. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler ve Nostalji Deneyimleri Arasındaki İlişki	250
Tablo 14. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler ve Eğlence Deneyimleri Arasındaki İlişki	251
Tablo 15. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler ve Kaçış Deneyimleri Arasındaki İlişki.....	252
Tablo 16. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ve Fantezi Deneyimleri Arasındaki İlişki	255
Tablo 17. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ve Nostalji Deneyimleri Arasındaki İlişki.....	256
Tablo 18. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ve Eğlence Deneyimleri Arasındaki İlişki.....	257
Tablo 19. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ve Estetik Deneyimleri Arasındaki İlişki.....	259
Tablo 20. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ve Kaçış Deneyimleri Arasındaki İlişki.....	260
Tablo 21. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ve Alışveriş Deneyimleri Arasındaki İlişki.....	262
Tablo 22. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ve Sosyal Deneyimler Arasındaki İlişki.....	264
Tablo 23. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ve Sembolik Deneyimler	

Arasındaki İlişki.....	266
Tablo 24. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ve Fantezi Deneyimleri Arasındaki İlişki.....	267
Tablo 25. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ve Nostalji Deneyimleri Arasındaki İlişki.....	268
Tablo 26. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ve Alışveriş Deneyimleri Arasındaki İlişki.....	268
Tablo 27. Katılımcıların Ritüele Olan Bağlılık Düzeyi.....	273
Tablo 28. Ritüel Deneyimleri Maddelerine İlişkin Frekans Değerleri ve Yüzdelik Dağılımlar	281
Tablo 29. Ritüel Deneyimleri Maddelerinin Alt-Üst % 27 Gruplarına Yönelik İlişkisiz Örneklem t Testi ve Mann-Whitney U Testi Sonuçları	283
Tablo 30. Ritüel Deneyimleri Maddelerinin Açıklayıcılığına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları	288
Tablo 31. Ritüel Deneyimlerine İlişkin AFA Sonuçları	289
Tablo 32. Sosyal Ritüel Deneyimi Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları	292
Tablo 33. Sembolik Ritüel Deneyimi Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları	293
Tablo 34. Duygusal Ritüel Deneyimi Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları	294
Tablo 35. Estetik Ritüel Deneyimi Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları.....	295
Tablo 36. Kaçış Ritüel Deneyimi Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları.....	296
Tablo 37. Manevi Ritüel Deneyimleri Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları	296
Tablo 38. Ritüel Deneyimleri Maddeleri-Toplam Puan Korelasyonları	297
Tablo 39. Sosyal Ritüel Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimsel İstatistikler, Madde- Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları.....	299
Tablo 40. Sembolik Ritüel Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimsel İstatistikler, Madde- Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları.....	299
Tablo 41. Duygusal Ritüel Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimsel İstatistikler, Madde- Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları.....	300
Tablo 42. Estetik Ritüel Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimsel İstatistikler, Madde- Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları.....	300
Tablo 43. Kaçış Ritüel Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimsel İstatistikler, Madde- Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları.....	301
Tablo 44. Manevi Ritüel Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimsel İstatistikler, Madde- Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları.....	301

Tablo 45. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Maddelerine İlişkin Frekans Değerleri ve Yüzdelik Dağılımları	302
Tablo 46. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Maddelerinin Alt-Üst % 27 Gruplarına Yönelik İlişkisiz Örneklem t Testi ve Mann-Whitney U Testi Sonuçları	303
Tablo 47. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Maddelerinin Açıklayıcılığına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları	304
Tablo 48. Ritüel Alışveriş Deneyimlerine İlişkin AFA Sonuçları.....	305
Tablo 49. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Maddeler Arası Korelasyon Sonuçları	306
Tablo 50. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Maddeleri-Toplam Puan Korelasyonları	308
Tablo 51. Duygusal Alışveriş Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimleyici İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları	308
Tablo 52. Sembolik Alışveriş Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimleyici İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları	309
Tablo 53. Faydacı Alışveriş Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimleyici İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları	309
Tablo 54. Ritüele Olan Bağlılık Maddelerine İlişkin Frekans Değerleri ve Yüzdelik Dağılımlar	310
Tablo 55. Ritüele Olan Bağlılık Maddelerinin Alt-Üst % 27 Gruplarına Yönelik İlişkisiz Örneklem t Testi ve Mann-Whitney U Testi Sonuçları	311
Tablo 56. Ritüele Olan Bağlılık Maddelerinin Açıklayıcılığına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları	312
Tablo 57. Ritüele Olan Bağlılık Maddelerine İlişkin AFA Sonuçları	312
Tablo 58. Ritüele Olan Bağlılık Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları	313
Tablo 59. Ritüele Olan Bağlılık Maddeleri-Toplam Puan Korelasyonları	314
Tablo 60. Duygusal ve Davranışsal Alt Boyutlarına İlişkin Betimleyici İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları	314
Tablo 61. Ritüel Deneyimlerine İlişkin İkincil AFA Sonuçları.....	315
Tablo 62. Ritüel Deneyimleri Ölçeği Madde Özellikleri.....	317
Tablo 63. Ritüel Deneyimleri Ölçüm Modeline İlişkin Birini Düzey Çok Faktörlü DFA ve Güvenirlik Analizi Sonuçları	319
Tablo 64. Ritüel Deneyimleri Ölçüm Modeli Birleşim ve Ayrışım Geçerliliği Sonuçları	323
Tablo 65. Gruplara Göre Ritüel Deneyimleri Ölçüm Modeli DFA Standardize Faktör Yükleri	325
Tablo 66. Gruplara Göre Ritüel Deneyimleri DFA Temel (Baseline) Model Uyum İyiliği	

Değerleri	327
Tablo 67. Gruplara Göre Ritüel Deneyimleri Aşamalı Ölçüm Değişmezliği Testi Sonuçları	327
Tablo 68. Ritüel Alışveriş Deneyimlerine İlişkin İkincil AFA Sonuçları	329
Tablo 69. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Ölçeği Madde Özellikleri	330
Tablo 70. Ritüel Alışveriş Deneyimi Ölçüm Modeline İlişkin Birinci Düzey Çok Faktörlü DFA ve Güvenirlilik Analizi Sonuçları	331
Tablo 71. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Ölçüm Modeli Birleşim ve Ayrışım Geçerliliği Sonuçları	333
Tablo 72. Gruplara Göre Ritüel Alışveriş Deneyimleri Ölçüm Modeli DFA Standardize Faktör Yükleri	335
Tablo 73. Gruplara Göre Ritüel Alışveriş Deneyimleri DFA Temel (Baseline) Model Uyum İyiliği Değerleri.....	336
Tablo 74. Gruplara Göre Ritüel Alışveriş Deneyimleri Aşamalı Ölçüm Değişmezliği Testi Sonuçları	337
Tablo 75. Ritüele Olan Bağlılık Ölçeği Madde Özellikleri	338
Tablo 76. Ritüele Olan Bağlılık Ölçüm Modeline İlişkin Birinci Düzey Çok Faktörlü DFA ve Güvenirlilik Analizi Sonuçları	339
Tablo 77. Ritüele Olan Bağlılık Ölçüm Modeli Birleşim ve Ayrışım Geçerliliği Sonuçları	341
Tablo 78. Ritüel Deneyimi Yapısal Modeline İlişkin Doğrudan Etki Parametre Tahminleri (Sonuçları).....	345
Tablo 79. Ritüel Deneyimi Yapısal Modeline İlişkin Dolaylı (Aracılık) Etki Parametre Tahminleri (Sonuçları).....	347
Tablo 80. Ritüel Deneyimi Yapısal Modeline İlişkin Toplam Etki Parametre Tahminleri (Sonuçları).....	348
Tablo 81. Önerilen Ritüel Deneyimleri Alt Boyutlarının Yapısal Modeline İlişkin Yordama Yeteneği	349

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Keşfedici Sıralı Karma Araştırma Tasarımı	90
Şekil 2. Keşfedici Sıralı Tasarım Sürecinin Ayrıntılı Görsel Diyagramı	94
Şekil 3. Öngörülen Yapı Ölçüm Modeli	114
Şekil 4. Özel Gün Etkinlikleri Bağlamında Yaşanan Ritüel Deneyimleri	142
Şekil 5. Ritüel Deneyimleri Kelime Bulutu	142
Şekil 6. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler	143
Şekil 7. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler Kelime Bulutu	151
Şekil 8. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler	152
Şekil 9. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler Kelime Bulutu	171
Şekil 10. Ritüelle İlişkili Fantezi Deneyimler	172
Şekil 11. Ritüelle İlişkili Fantezi Deneyimleri Kelime Bulutu	187
Şekil 12. Ritüelle İlişkili Nostalji Deneyimleri	188
Şekil 13. Ritüelle İlişkili Nostalji Deneyimleri Kelime Bulutu	197
Şekil 14. Ritüelle İlişkili Öğrenme Deneyimleri	198
Şekil 15. Ritüelle İlişkili Öğrenme Deneyimleri Kelime Bulutu	203
Şekil 16. Ritüelle İlişkili Eğlence Deneyimleri	204
Şekil 17. Ritüelle İlişkili Eğlence Deneyimleri Kelime Bulutu	209
Şekil 18. Ritüelle İlişkili Estetik Deneyimleri	210
Şekil 19. Ritüelle İlişkili Estetik Deneyimleri Kelime Bulutu	217
Şekil 20. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler Kelime Bulutu	223
Şekil 21. Ritüelle İlişkili Kaçış Deneyimleri Kelime Bulutu	225
Şekil 22. Ritüelle İlişkili Alışveriş Deneyimleri	227
Şekil 23. Ritüelle İlişkili Duygusal Alışveriş Deneyimleri Kelime Bulutu	228
Şekil 24. Ritüelle İlişkili Sembolik Alışveriş Deneyimleri Kelime Bulutu	232
Şekil 25. Ritüelle İlişkili Faydacı Alışveriş Deneyimleri Kelime Bulutu	238
Şekil 26. Ritüelle İlişkili Alışveriş Deneyimleri Kelime Bulutu	244

Şekil 27. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimlerin Örüntülü Olduğu Deneyimler	246
Şekil 28. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimlerin Örüntülü Olduğu Deneyimler.....	253
Şekil 29. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ve Diğer Deneyimler Arasındaki İlişki.....	263
Şekil 30. Temalara Arası Örüntüler Kelime Bulutu	274
Şekil 31. Ritüel Deneyim Kuramına Yönelik Önerilen Kavramsal Model	274
Şekil 32. Ritüel Deneyimlerine İlişkin Önerilen Kavramsal Model.....	343



KISALTMALAR

p	: Anlamlılık düzeyi
r_{mt}	: Madde-Toplam (Item-Total) Korelasyon
sd	: Serbestlik Derecesi
SS	: Standart Sapma
χ^2	: Ki-Kare
SH	: Standart Hata
B	: Standartlaştırılmış Beta Katsayısı (Faktör Yüğü)
R²	: Communality
α	: Cronbach's Alpha Güvenirlik Katsayısı
ω	: McDonald's Omega Güvenirlik Katsayısı
AFA	: Açımlayıcı Faktör Analizi
DFA	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
YEM	: Yapısal Eşitlik Modeli
ULS	: Unweighted Least Squares
CR	: Birleşik Güvenirlik Katsayısı (Composite Reliability)
CFI	: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index)
TLI	: Tucker-Lewis İndeksi
RMSEA	: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation)
SRMR	: Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü (Standardized-Root Mean Square Residual)

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Geçmişten günümüze kültürel esintilerle aktarılan geleneksel ritüeller ya da popüler kültür eksenli modern ritüeller, bireylerin günlük rutin aktivitelerinde veya özel günlerinde kendine önemli bir yer bulmasıyla daha dikkat çekici bir hal almıştır. Özellikle yaşamın her alanında ritüel davranışların, bireylerin tüketim faaliyetlerini yansıtmaları ve ritüelin tüketim boyutunun ivme kazanması, ritüellerin arka planı olan tüketici davranışlarını anlamada önemli bir mecra olmuştur. Ritüel etkinliklerin gerçekleştirilmesi ile yaşanacak deneyimlerin, bir anlamda bireylerin tüketim (alışveriş) deneyimlerini ortaya koyacağı açıktır. Yürütülen araştırma kapsamında da bir kadının annelik sürecinde, çocuk sahibi olması ile geçiş yaptığı yeni dönemde çocuğu ile ilgili gerçekleştireceği özel gün etkinliklerinin, ritüel deneyimlerini; ritüeli gerçekleştirirken dahil olduğu tüketim çerçevesinin de tüketim (alışveriş) eğilimlerini yansıtacağı ifade edilebilir. Yaşamı bir deneyim olarak gören ve önemli zaman dilimlerinde ritüelistik eylemlerle kendi kimliğini yansıtan bireylerin, bu dönemlerde gerçekleştirdiği ritüellere yükledikleri anlamların ve yaşanan tüketim (alışveriş) deneyimlerinin incelenmesi pazarlama perspektifi açısından da önem taşımaktadır. Bununla ilişkili olarak, bu bölümde, sırasıyla araştırmanın problemi ortaya konulmuş, araştırmanın amacına, önemine ve sınırlılıklarına yer verilmiştir.

Yaşam tarzı gibi bireyleri temsil eden birtakım özelliklerin, farklı zaman dilimlerinde bireyler arası aktarımında, tüketim faaliyetleri aracılığı ile yaşanan deneyimler rol oynamaktadır (Williams, 1976, s. 68). Bununla birlikte bireylerin yaşamlarının ve tüketim eylemlerinin ritüelleşmiş davranışlardan oluştuğu ifade edilmiştir (Park, 1997, s. 192). Bireylerin belli bir kültürel yaşam tarzı çatısı altında deneyimler yaşamasında, ritüel etkinliklere bağlı deneyimlerin imaj kattığı bir tüketim davranışları söz konusudur (Fırat ve Dholokia, 1998, s. 158). Bu bağlamda önemine değinilen ritüel olgusu, alan yazında çeşitli alanlarda (antropoloji, din, spor, etoloji, sosyoloji, psikoloji) farklı araştırmacılarca

(Beattie, 1966; Bell, 1992, 1997; Boyer ve Liénard, 2006; Brooks vd., 2016; Driver, 1998; Fei vd., 2021; Gainer, 1995; Geertz, 1968; Hobson vd., 2017; Ibrahim, 1988; Kapitany ve Nielsen, 2015; Legare ve Souza, 2012; Lienard ve Boyer, 2006; Minowa vd., 2011; Norton ve Gino, 2014; Ouellette ve Wood, 1998; Rappaport, 1971; Rook, 1985; Rossano, 2012; Sherry, 1984; Smith, 1889; Tambiah, 1979; Tetreault ve Kleine, 1990; Turner, 2006; Tylor, 1871) ele alınarak karakteristikleri ortaya konmuş ya da farklı bağlamlardaki işleyişi ele alınmaya çalışılmıştır. Genel kabul görmüş kavramsallaştırması ile ritüel; bireyin hayatındaki birçok ortamda meydana gelen ve bireyin kendisini çeşitli şekillerde ifade etme imkânı sunan davranış şekli olarak ifade edilmiştir (Rook, 1985, s. 252). Bell (1997, s. 91) ise, insanların günlük yaşamda birçok alanda çeşitli faaliyetleri yürütürken doğal olarak herhangi bir ritüelin parçası olduğuna değinmiştir. Doğası gereği geleneklerden beslenen, manevi ya da dini unsurları içeren ve belirli eylemler ile bir dizi davranış olarak ifade edilen ritüeller; akıp giden zaman içinde modern uygulamalarla da harmanlanan ve kişilerin ya da grupların kendilerini ifade edebileceği sembolik aktivitelerden oluşan bir süreçtir (Brooks vd., 2016, s. 73; Ibrahim, 1988, s. 25; Legare ve Souza, 2012, s. 2; Rook, 1985, s. 252; Rossano, 2012, s. 4; Tambiah, 1979, s. 119; Tetreault ve Kleine, 1990, s. 31. Günümüzde ritüeller yolu ile bireyler, yaşamlarındaki çeşitli zaman dilimlerinde birtakım etkinlikler düzenlemektedir. Kimi ritüel etkinlikler tamamen geleneksel değerlere bağlı, ilk çıkış noktasına sadık olabilirken; kimi ritüellerin ise, modernize etkilerle özelleştirilebildiği görülmektedir. Bu bağlamda geçmişten günümüze ritüel etkinliklerin perspektifindeki değişimin de hatırı sayılır düzeyde olduğunu söylemek mümkündür (Özkan, 2016, s. 4).

Ürün ve hizmetlere, üretimin dışında tüketim bazlı dinamik anlamlar yüklenmesi ile yeni kültürler oluştuğu ve bu kültürel anlamların, tüketim faaliyetlerine sembolik yeni anlamlar yüklediğine değinilmiştir (Odabaşı, 2014, s. 115-120). Tüketim üzerindeki kültürel etkilerin artması (Fischer ve Arnold, 1990, s. 333) ve tüketim davranışlarının tüketim kültürlerinden etkilenerek şekillenmesi ile birlikte ortaya çıkan ritüeller (Park, 1997, s. 192); kültürel faktörlerden etkilenmekte (Fei vd., 2021, s. 133); kültürel değerlerin ifade edilmesinde bir araç olarak görülmekte (Beattie, 1996, s. 66); kültürel değerlere göre değişim kaydedebilmekte (Tacoğlu, 2011, s. 115) ve bunun sonucunda küresel geçirgenlikle farklı ritüeller gerçekleştirilebilmektedir (Özkan, 2016, s. 13). Tüketici araştırmalarında tüketime yönelik ritüellerin önemli bir alan haline gelmesiyle ilgili eski zamanlar, bu anlamda kültürel tüketimi anlamak için tüketim ritüellerinin incelenmesi gerektiğine atıf yapmıştır (Park, 1997, s. 192-193). Ritüellerin, tüketim kültürü ile sıkı

sıkıya bir ilişki halinde olduğu (Özkan, 2016, s. 4) ve bu anlamda tüketim alışkanlıkları ile şekillenen ve tüketim davranışlarını da şekillendiren ritüellerin günümüzde çok önemli olduğuna (Cowan ve Spielmann, 2017, s. 393) değinilmiştir. Bireysel ve toplumsal açıdan dönüştürücü özelliğe sahip olan (Amati ve Pestana, 2015, s. 232), özel olaylar ve olgular çerçevesinde gerçekleştirilen (Rook, 1985, s. 256); karşılıklı deneyim paylaşımı sunan ritüeller ile çevrelenen (Collins, 2004, s. 7) ve sunduğu etkileşimlerle kişiler arası sembolik bir iletişim biçimi olan tüketim ritüelleri (Gainer, 1995, s. 253); sembolik özellikleri ile tüketim deneyimlerine özel anlamlar yüklemektedir (Afflerback vd., 2014, s. 4; Cowan ve Spielmann, 2017, s. 392; Gainer 1995, s. 254; Ratcliffe vd., 2019, s. 87; Turner 1969, s. 114; Wallendorf ve Arnould, 1991, s. 13). Özel ritüel eylemlerin sembolik önemi üzerine tüketici davranışlarının incelenmesine yönelik yürütülen çalışmalarda (Rook, 1984, 1985; Schouten, 1991; Gainer, 1995); tüketimde yer alan eylemlerin sembolik bir anlamı taşımasının fark edilmesi; özel ritüel eylemlerin de sembolik önemine dair perspektifi geliştirmiştir (Gainer, 1995, s. 253). Bu perspektife göre tüketime konu olan unsurların ritüel olgusu ile bambaşka bir kimliğe bürünmesi söz konusudur. Bireylerin sosyal çevre ile iç içe olan benlikleri, ritüeller ile küçük bir dünya haline dönüşmekte (Gainer ve Fischer, 1991; Gainer, 1995, s. 253; Wallendorf ve Arnould, 1991; Arnould ve Price, 1993) ve bu anlamda paylaşılan tüketim ritüelleri; sadece bireylerin benlikleri hakkında değil, aynı zamanda onları çeşitli deneyimler yaşadığı bireyler arasındaki ilişkiler ve etkileşimler hakkında da sembolik ipucu niteliği taşımaktadır (Gainer, 1995, s. 253). Dolayısıyla sıradan eylemlere bile ritüellerin sembolik bir anlam kattığı (Hobson vd., 2017, s. 1) ve ritüellerin gerçekleştirilmesinin tüketim duygusunu ve yaşanan tüketim deneyimlerini güçlendirdiği (Vohs, 2013, s. 1719) ifade edilmektedir.

Alan yazında insan hayatındaki doğum, ergenlik, mezuniyet, evlilik, annelik ya da ölüm gibi dönüm noktalarını ifade eden ve geçiş dönemleri olarak kavramsallaştırılan zaman dilimleri (Park, 1997; Rook, 1985; Turner, 1967; Van Gennep, 1960; Warner, 1959), genel itibariyle yaşam içindeki çeşitli zaman dilimlerine ve bu dönemlerdeki değişimlere göndermelerde bulunmaktadır. Bu dönemler; bireyin kimliğinde, yaşamında ya da statüsünde gerçekleşen sosyal geçişle birlikte gelen değişimin (Rook, 1985, s. 157); çeşitli etkinlikler ya da ritüel aktiviteler vasıtasıyla sosyal çevresiyle paylaşılmasını içermektedir. Bu süreçler içerisinde annelik kimliğinin, dünyanın en doğal ve eski elbisesi olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Annelik sürecinin ilk aşamalarından itibaren adeta bir kıyafet gibi bir kadının üzerine dikilen annelik kavramı, bir kadının kendini tanımlama biçimi

olarak, kimlik yansımasını temsil etmektedir (Vitullo ve Zezza, 2014, s. 69). Bu anlamda bir kadının hayatında önemli bir geçiş dönemi olan ve kimliğini de şekillendiren anne olma sürecinde kadın, kendi kimliğine sembolik yeni anlamlar yüklemektedir. Bu süreçte gerçekleştirilen ritüellerin tüketim eylemlerine yansıdığı ve kadınların farklı bir tüketim sürecine dahil olduğu ifade edilmiştir. Bu dönemde bir kadının hem çocuğu ile hem de çevresi ile sosyal ilişkiler kurması ya da bu ilişkileri geliştirerek, sürdürebilmesi açısından tüketim ritüellerinin itici bir güç olduğu ifade edilebilir. Park (1997); bireylerin hayatlarındaki önemli geçiş dönemlerinde gerçekleştirilen tüketim davranışlarındaki ritüellerin incelenmesinin, sosyo-kültürel bağlamda tüketimin çerçevesini belirlediğine değinirken; Afflerback (2014) ise, anneliğe geçişte yaygın olarak yapılan ritüelleştirilmiş etkinliklerin sosyal önemi hakkındaki anlayışın her geçen gün daha geniş bir perspektife yayıldığına göndermelerde bulunmuştur. Afflerback’a göre (2014); ilk çocuğun doğuşu, kadından anne kimliğine geçişle birlikte statü değişikliği anlamına da gelmektedir. Bu sadece bir olay değil, bir dizi olaylar bütünü olan bir süreçtir. Geçiş sürecindeki her aşama hem yeni kimliğe hem de annelik statüsüne geçilmesiyle bir kadın için farklı ve benzersiz deneyimlerin yanı sıra, tüketim merkezli ritüellerle ve buna bağlı geliştirilen tüketim deneyimlerine kapı aralamaktadır. Bu bağlamda çocuk sahibi olma ve buna bağlı olarak tüketim alışkanlıklarında gözlemlenebilecek değişikliklerde rol oynayan tüketim ritüellerine atfedilen sembolik anlamların keşfedilmeye değer olduğu belirtilmektedir (Afflerback vd., 2014, s. 2). Bu anlamda tüketici davranışlarında ve sosyal ilişkilerde kendini gösteren, tüketim eylemleri ya da yaşam tarzlarına ilişkin farklılıkları sunmada önemli olan sembolik anlamlar (Featherstone, 2007, s. 16; Leiss, 1978, s. 19) anne olma sürecindeki tüketim ritüelleri açısından da kilit bir role sahiptir. Eski zamanlardan günümüze değin kadınların rolleri ya da onlardan beklenen görevler değişkenlik gösterse de bir kadının annelik misyonu her dönemde önemli bir süreci temsil etmektedir (Carrigan ve Szmigin, 2006, s. 1122; Rout vd., 1997, s. 265). Son yüzyılda, kadınların yaşam içinde farklı rolleri temsil etmelerinin yanı sıra, aile içindeki rollerinin perspektifinin de şekillendiği ifade edilebilir (Zahmacıoğlu vd., 2015, s. 255). Bunun yanı sıra, bir kadının dahil olduğu tüketim toplumunun ve tüketim alışkanlıklarının annelik sürecini yansıtacak tüketim faaliyetlerinde etkili olduğuna değinilmiştir (Altaş, 2018, s. 4; Afflerback vd., 2014, s. 5; Carrigan ve Szmigin, 2006, s. 1123; Cook, 2008, s. 219; Dedeoğlu, 2010, s. 2; Katz-Gerro, 2004, s. 24). Farklı rollerdeki kadınların tüketim mal ve hizmetlerine ilişkin istek ve ihtiyaçlarını çeşitlense bile (Altaş, 2018, s. 3), bu çoklu rolleri tanıyan pazarlamacılar, kadınların

yaşamlarını daha tatmin edici hale getirmeye ve onlara daha zengin deneyimlerin kapılarını aralamaya çalışmıştır. Modern yaşamın getirdiği pazarlama uygulamalarıyla desteklenen tüketim eylemleri vasıtasıyla kadınlar, yaşamlarındaki etkileşim ve ilişkilerinde ve kimliklerinde yeni bir döneme kapı aralayan anne olma sürecinde, daha tatminkâr tüketim faaliyetlerinde bulunabilmektedir (Carrigan ve Szmigin, 2006, s. 1123). Bu bağlamda tüketim ritüellerinin pazarlama ile sıkı sıkıya bağının olduğuna ve tüketicilerle etkileşim kurmak için ritüellerin önemli bir pazarlama unsuru olduğuna değinilirken (Ayman ve Burt, 2009); öte yandan tüketicilerin ritüelleri öğrenip benimsemesinde pazarlama kanallarının aktif bir rol oynadığına da atıf yapılmıştır (Cowan ve Spielman, 2017; Driver, 1998; Fei vd., 2021; Otnes vd., 2012; Otnes ve Scott, 1996).

Özel gün ritüellerinin ve o günlere özgü tüketim deneyimlerinin kişiler arası etkileşimi yansıttığı (Cowan ve Spielmann, 2017; McCracken, 1986; Rook, 1985, s. 253; Weinberger ve Wallendorf, 2012); özellikle annelik bağlamında çocukla ilgili özel ritüel etkinliklerin aile içindeki bağların tesis edilmesi ve güçlendirilmesinde rol oynadığı (Van Gennep, 1960, s. 144; Ibrahim, 1988; Rook, 1985); ritüel etkinliklerdeki kapsamlı satın alımların, ritüel tüketimi beraberinde getirdiği (Rook, 1985); ürünlere ya da tüketime işlevsellik dışında sembolik bir değer katan tüketim deneyimi sunan ritüel tüketimin bir anlamda kişinin hayatına anlam katma misyonundan (McCracken, 1986) söz edilmiştir. Bireylerin günlük eylemlerde etkileşimde bulunduğu kişilere ait özel günlerde veya etkinliklerde gerek maddi açıdan gerekse de manevi açıdan emek, çaba ve zaman harcayarak çeşitli tüketim eylemlerinde bulunduğu değinilmiştir (Park, 1997, s. 192). Dolayısıyla bu süreçler açısından ritüel tüketiminin ve tüketim deneyimlerinin önemli olduğunu ifade etmek mümkündür. Tüketim mallarına ilişkin satın alımların ve kullanımların ritüelleştirilmiş biçimde gerçekleştirildiği günümüze annelik perspektifinden bakıldığında; bebeğin beslenme veya giyinme gibi ihtiyaçların giderilmesinde, cinsiyetinin belirmesi, ilk dişinin çıkması ya da doğum günü gibi özel günlerde gerçekleşen etkinlikler ve bu günlerdeki hediye verme merasimleri; tüketim ritüelleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla anneliğe geçiş sürecinde tüketimin, kadınlar için ne denli önemli olduğu görülmektedir (Afflerback vd., 2014, s. 1-2). Alan yazında da tüketim faaliyetlerinin bir kadının annelik kültürüne geçişini kolaylaştırmada rol oynadığını gösteren çalışmaların olması (Afflerback vd., 2013; Afflerback vd., 2014; Akrich ve Pasveer, 2004; Cook, 2008; Smith, 1999) tüketim ritüellerinin ve buna bağlı yaşanan tüketim deneyimlerinin öneminin altını çizmektedir. Clarke (2007, s. 278), bir annenin çocuğunun özel günlerine yönelik

kültürel ve sosyal bağlamdaki deneyimlerini yaşamada her kadının içselleştirilmiş özgün deneyimleri olduğuna; Thompson (1996, s. 390) ise, tüketim aktivitelerinin bu süreçte yaşanan deneyimlerin somut yanını ortaya koyacağına değinmiştir. Bu anlamda annelik rolü ile kadınların çocuklarına ilişkin özel günlerde gerçekleştirdikleri tüketim faaliyetleri (Altaş, 2018, s. 4; Mansvelt vd., 2017, s. 342); bir yansıma olarak ritüel etkinliklerin arka planındaki saklı deneyimleri ortaya koymakta ve ritüel deneyimleri ve tüketim eğilimleri açısından ipucu niteliği taşımaktadır.

1.1. Problem

Yerli ve yabancı alan yazın incelendiğinde ritüellerin, tüketim ritüelleri ve tüketim deneyimlerine özgü yapılan çeşitli araştırmalarda ele alındığı görülmektedir. Bu anlamda, geçiş dönemi ritüelleri (Van Gennep 1960; Turner, 1967, 1969) açısından yapılan çalışmalar, özellikle kişilerin hayatlarındaki önemli değişikliklerin gerçekleştiği dönemlerde benimsedikleri ritüel deneyimler açısından teorik alt yapı sağlarken; ritüeller ve tüketim arasındaki ilişki (Neale vd., 2008; Vohs vd., 2013) açısından da farkındalık oluşturulmaya çalışıldığı ifade edilebilir. Aynı zamanda gıda ve yemek tüketimi bağlamındaki ritüellerin ele alındığı araştırmalardan (Fiese vd., 2006; Marshall, 2005; Ratcliffea vd., 2019) özellikle Ratcliffea ve meslektaşlarının (2019) yürüttüğü çalışmanın da ritüel tüketiminin arka planına dair güçlü bir kavramsallaştırma sunduğunu söylemek mümkündür. Yanı sıra, tüketicilerin özel günlerde gerçekleştirdikleri ritüel etkinliklere ilişkin tüketici davranışlarının incelendiği bir alan da söz konusudur. Burada özellikle bireylerin yaşamlarındaki özel günlerde gerçekleştirdikleri ritüel etkinlikler ve buna bağlı yaşadıkları ritüel deneyimlerin ortaya konduğunu ve bu süreçte önemli bir rolü olan tüketim davranışlarının incelendiğini söylemek mümkündür. Bu anlamda özel gün tüketim deneyimleri ve ritüelleri (Rook, 1985); özel gün alışveriş kültürü ve hazcı tüketim ilişkisi (Akgül ve Varinli, 2017); lüks ürün tüketiminde ritüellerin rolü (Cowan ve Spielmann, 2017); anneler gününe özgü hediye satın alma davranışları (Öztürk ve Temizkan, 2018); sevgililer gününe özgü hediye verme ritüelleri (Minowa vd., 2011); sevgililer gününe özgü tüketim ritüellerinin alışveriş deneyimi ve hazcı alışveriş ile ilişkisi (Çakır vd., 2006; Kazançoğlu ve AYTEKİN, 2014); hediye satın alma davranışlarında cinsiyetin rolü (Kılıçer vd., 2016) gibi çalışmaların yürütüldüğü görülmektedir. Ayrıca ritüeller, dini ve manevi açıdan barındırdığı özelliklerle gerek yerli öz kültür bağlamında gerekse de yabancı kültür

eklemlı etkinlikler açısından alan yazında kendine yer bulur. Bu bağlamda manevi açıdan ele alınan ritüellere, kavramsal ve uygulamaya yönelik hatırı sayılır derecede önem atfedildiğı ifade edilebilir. Yerli öz kültür bağlamında manevi tktim ritüellerinin; hacca yönelik tktim ritüelleri (Moufahim ve Lichrou, 2019); ramazana özgü tktim ritüelleri (Sandıkci ve Omeraki, 2007); tkticilerin Kurban Bayramı'na özgü tktim ritüelleri ve deneyimleri (Torlak vd., 2018); açısından ele alınarak, ilgili manevi ritüele ilişkin gerçekleştirilen tktim faaliyetleri ve yaşanan deneyimler ortaya konmaya çalışılmıştır. Bunun yanı sıra, yabancı kültür eksenli manevi tktim ritüellerinin ise; şükran gününe özgü ritüeller (Siskind, 1992); kara cumaya ilişkin tktim ritüelleri (Thomas ve Peters, 2011; şahin ve Ynatı, 2018); noel hediye alışverişi alışkanlıkları ve tktim ritüelleri (Fisher ve Arnold, 1990; McKechnie ve Tynan, 2006; Clarke, P. 2007); kadınların noel ritüellerine bakışı (Brewis ve Warren, 2011; Freeman ve Bell, 2013) ve kadın tkticilerin yeni yıl tktim ritüelleri (Kurt ve zgen, 2013) gibi çeşitli bağamlar açısından ele alındığı görülmektedir. Ritüel etkinliklerin kişiler açısından keyifli vakit geçirme olanağı sağlayan eğlenceli etkinliklerden oluştuğu da düşünüldüğünde, alan yazında eğlence tktimi ve buna ilişkin ritüeller (Neale, 2010); spor ve fan ritüelleri (McDonald ve Karg, 2013; Neale, 2009; Neale, 2010; Neale vd., 2008) gibi çalışmalar, kişilerin hayatlarındaki eğlenceli ritüel deneyimleri açısından bilgi sağlamaktadır. Bunların yanı sıra, alan yazında ritüellerin, kişiler ve gruplar arası bağları güçlendirmeye misyonu ile önemli bir aracı olduğuna ve grupların ritüel tktimine değinilmiştir. Bu anlamda ritüellerin ve sosyal ilişkilerin tktim üzerindeki etkileri (Gainer, 1995) ve aile bağlamındaki ritüeller (Bossard ve Boll, 1950; Fiese, 1992; Fiese, 2006; Fiese, 2007; Fiese ve Kline, 1993; Fiese vd., 1993; Fiese vd., 2002; Fiese vd., 2006; Spagnola ve Fiese, 2007) ve tktim deneyimlerinde aile kimliği (Epp ve Price, 2008) açısından alan yazında da ritüellerin ve tktim deneyimlerinin sosyal bağlar tesis etmesine değinilmiştir.

Anne olma sürecindeki ritüellere ve deneyimlere yönelik yürütülen çalışmalara bakıldığında ise, öncelikli olarak anne kimliğiyle bir kadının deneyimlerindeki değişimlere odaklanan bazı çalışmalar dikkat çekmektedir. Bu bağlamda anneliğe geçiş süreciyle kadınların kimliğindeki değişimler (Bailey, 1999; Smith, 1999); hamilelik deneyimleri (Carrigan ve Szmigin, 2004); anneliğe geçiş deneyimleri (Banister ve Hogg, 2006; Erfina vd., 2019); kadınların ocuk sahibi olmaya bağlı yaşamlarındaki değişime ilişkin deneyimler (Zahmacıoğlu vd., 2015) ve kadın çalışanların annelik deneyimleri (Akyol ve Arslan, 2020) açısından yürütülen bu araştırmalarda, belirli yaşam aşamalarındaki

deneyimlerin incelendiği anlaşılmaktadır. Bu çalışmalar tipik olarak annelerin bu aşamalardan geçerken büründükleri yeni kimliklerin oluşumunu ele almaktadır. Doğumla ilgili ritüeller ve doğum sonrası ritüeller açısından, annelik ve çocuk bakımı ile ilgili geleneksel uygulamaların incelendiği bazı çalışmalar ise (Dennis vd., 2007; Gran vd., 2010; Köse, 2017; Liamputtong vd., 2005; Molu, 2011; Morkoç, 2019; Okutan ve Kahraman, 2019; Selçuk, 2004; Tepeköylü, 2017; Vargün, 2018; Yeşil, 2013) anne olma sürecindeki ritüel deneyimlerdeki kültürel esintileri yerli ve yabancı kültür bağlamlarında yansıtmıştır. Anne olma sürecinde bir kadının, ait olduğu yeni kimliğin ve içinde yaşadığı kültürün etkisiyle tüketim alışkanlıklarının da şekilleneceğini söylemek mümkündür. Özellikle bu yeni süreç ile gerçekleştirilen ritüellere yönelik deneyimlerin yaşanmasında tüketim davranışlarının önemli bir yeri olduğu ifade edilmiştir. Alan yazında tüketim boyutuyla annelik sürecine bakıldığında ise, anneliğe geçişte tüketim ritüelleri (Afflerback vd., 2014); kadınların tüketim alışkanlıklarında anne kimliğinin rolü (Carrigan ve Szmigin, 2006); annelerin tüketim pratikleri (Dedeoğlu, 2010); sosyal medya ve annelerin tüketim deneyimleri (Aktan ve Kayış, 2018) odaklarında yürütülen çalışmalar; annelik süreci ile bir kadının dahil olduğu yeni kimliğin şekillendirdiği tüketim ve ritüel deneyimlerinin ortaya konmasının önemini altını çizmektedir. Bu süreçte çocuk bakımı ile ilgili birincil söz sahibi olan bir kadının aynı zamanda çocuğunun tüketim kararlarında da oynadığı rol açısından ise; anneler ve kızlarının tüketim tutumları ve inançları (Moore-Shay ve Lutz, 1988); bebek beslenmesine ilişkin annelerin tüketim ritüelleri ve deneyimleri (Afflerback vd., 2013); annelerin çocuklarına ilişkin tüketim deneyimleri (Mansvelt vd., 2017) ve hedonik tüketim eğilimleri (Şen ve Boyraz, 2017); annelikle ilgili tüketici ritüelleri ve bu süreçte satın alınan bebek eşyaları ile ilgili deneyimler (Carrigan ve Szmigin, 2006; Thomsen ve Sorensen, 2006) annelerin çocuklarının tüketim davranışlarını şekillendirmedeki rolü (Bozyiğit ve Madran, 2018) bağlamlarındaki çalışmalar örnek verilebilir. Bunların yanı sıra, özellikle anne olma bağlamında gerçekleştirilen ritüellerin arka planını oluşturan ve çocuk eksenli gerçekleştirilen etkinliklerin kavramsal ve uygulamalı olarak incelenmesi de önemli bir alan oluşturmaktadır. Yerli kültür eksenli etkinlikler ile yabancı kültür eklemli etkinliklerin göze çarptığı bu çalışmalar; doğum günü kutlamaları ve buna ilişkin tüketim deneyimleri (Clarke, 2007; Jennings ve Brace-Govan, 2014; Lee vd., 2009; Otnes vd., 1995; Özeltürkay ve Bozyiğit, 2017; Shamgar-Handelman ve Handelman, 1991; Schoonmaker, 2006); Türk kültüründe dış çıkarma kutlamasında dış buğdayı ritüeline ilişkin deneyimler (Saritaş, 2011) ve bebek duşları (baby shower)

(Byström, 2015; Fischer ve Gainer, 1993; Motswapon vd., 2017) gibi çeşitli perspektiflerde ele alınmıştır.

Bu yaklaşımlardan hareketle yürütülen bu araştırma kapsamında, günlük hayatta bireyler için yaygın kullanım alanı bulan ritüellerin özellikle annelik bağlamında, sosyo ekonomik duruma bakılmaksızın günümüzde kadınlar tarafından hatırı sayılır oranda gerçekleştirildiği ifade edilebilir. Bir kadın için hayatın içinde çok önemli ve radikal değişikliklerin gerçekleştiği annelik sürecinin kendi içinde birçok sembolik ve ritüelistik eylemi ve etkinliği içerdiğini ifade etmek mümkündür. Türkiye nüfusunun yarısının kadın olduğu, kadınların büyük bir kısmının anne olduğu ve nüfusun dörtte birinin çocuk olduğu göz önüne alındığında, annelerin toplumun tamamını ilgilendiren bir profili temsil ettiğini söylemek yerinde olacaktır. Türkiye'de annelik ritüelleri ve çocuk eksenli özel gün ritüelleri kültürel, dini ve toplumsal değerlerin bir yansıması olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla bu bağlamda gerçekleştirilen çocuk eksenli özel gün ritüellerinin giderek yaygınlaştığı görülmektedir. Bu ritüeller, Türkiye'deki annelik sürecinde kültürel ve dini inançların yanı sıra, sosyal bağları da güçlendirmeye yönelik önemli uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadır (OpenAI, 2024). Dolayısıyla, çeşitli bağlamlarda gerçekleşen ve insan deneyimlerine yüklenen anlamın sembolik bir parçası niteliğinde olan ritüellerin (Belk, 1990, s. 508; Minowa vd., 2011, s. 45; Sherry, 1983, s. 158) anne olma bağlamında da zengin deneyimler yaşattığı ifade edilebilir. Bununla birlikte özellikle kadınlarca daha anlamlı görülen, dönüm noktası niteliğini barındıran anne olma gibi özel zaman dilimlerinde benimsenen ve uygulanan yeni tüketim pratikleri tüketim ritüelleri ile yeni bir boyut kazanmıştır. Bir diğer söylemle, kuşaklar arası aktarılan yerli ve yabancı tüketim ritüelleri şekillenen tüketim deneyimleri ile bir kadın, annelik sürecindeki o mutluluk anlarına eşsiz manalar yükleyerek, anılmaya değer yeni bir boyuta taşıma arzusu içindedir. Yapılan çalışmalarda daha çok kültüre dışarıdan eklemlenen, özel günlerde hediyeleşmeye bağlı olarak gerçekleştirilen ya da dini temeli olan olguların incelenmesi söz konusu olup; nesiller boyu sürdürülen ve Türk kültürünün öz parçası olan deneyimler incelenmemiştir. Ayrıca bu çalışmalar genellikle evlenme, anne olma ve çocuk sahibi olma ile ilgili belli dönemleri kapsar nitelikte yürütülmüştür. Bunun yanı sıra, alan yazında çocuklarla ilgili özel günlere yönelik yapılan kutlamaların tek bağlamda (örneğin yalnızca doğum günü, dış buğdayı, baby shower gibi) incelendiği dikkat çekmektedir. Bir süreci ifade eden ve anneliğe geçiş, anne olma ve devamındaki zaman dilimlerinde yer alan özellikle çocukların özel günlerine ilişkin ritüel deneyimleri ve buna bağlı yaşanan tüketim deneyimlerini bir

arada ele alan bir çalışmanın olmaması dikkat çekmektedir. Kùltürlerle şekillenen ritüeller, bireylerin tüketim davranışlarına da yansımaktadır. Tüketim deneyimleri, ritüellere yüklenen anlam ile şekillenmekte ve bu yüzden pazarlama açısından tüketim (alışveriş) deneyimlerinin öncülü olan ritüel deneyimlerinin bilinmesi önem taşımaktadır. Bununla birlikte kùltüre özgü ritüel deneyimlerin ayrıntısının net olmaması ve tüketim deneyimlerine konu olan ritüel deneyimlerinin ayrıntılarına ve aralarındaki ilişkiye yönelik bilgi eksikliğinin olması bir problemdir. Dolayısıyla kùltüre bağılı ritüellerin ayrıntılarının tespit edilmesi ve annelik bağlamında ele alınıp tüketim (alışveriş) deneyimleriyle ilişkilendirilmemesi ile ilgili alan yazındaki bu boşluk *araştırmanın problemi temsil etmektedir.*

1.2. Amaç ve Araştırma Soruları

Tüketim olgusu, ritüeller açısından ve bireylerin davranışlarını şekillendirmesi bağlamında önemli bir yer tutmaktadır. Tüketim alışkanlıkları ve tüketim ritüelleri arasında etkileşimli bir ilişki olduğu ifade edilmektedir. Ritüeli inceleyen ilk tüketici araştırmaları (Belk 1979; Kehret-Ward vd., 1985; McCracken 1986, 1988; Rook ve Levy 1983; Solomon ve Anand, 1985; Sherry 1983); ritüel yapısının, tüketim olgularının birçok yönünü kavramsallaştırmak ve yorumlamak için önemli ölçüde potansiyel sağladığını ortaya koymuştur. Rook'un (1984, 1985) çalışmaları ise, ritüel yapıyı ortaya koymada kavramsal temel oluşturarak; tüketicilerin yaşamları içindeki deneyimleri ile tüketim ürünlerinin kullanımına atfettikleri sembolik anlam türleri hakkında zengin fikirler sunmuştur (Tetreault ve Kleine, 1990, s. 31). Bireylerin ritüel deneyimlerinden beklentisi, yaşamlarından aldığı lezzeti artırmak ve bu anlamda yaşam deneyimlerine derin anlamlar katmaktır. Bir diğer deyişle, yaşamın kùltürel ve biyolojik olarak tüm yönlerinde yer alan ritüeller, bireylerin günlük yaşantılarında kurduğu sosyal ilişkilerde, sergilediğı kùltürel ve sanatsal davranışlara zenginlik katmaktadır (Driver, 1998, s. 6-11). Günümüzde kadın tüketiciler açısından temel dönüşüm sağlayan ritüeller yaygınlaşmaktadır. Kadınların yaşamında annelik süreciyle birlikte çocuklarının özel günleri, birer dönüm noktası niteliğı taşımakta; bu süreçlere yönelik yaşamayı arzu ettikleri deneyimler ise, tüketim kalıplarını şekillendirmektedir. Böylesine özel günlere yönelik tüketim deneyimleri ve tüketim ritüelleri, daha çok yabancı kùltürlerde ele alınıyor olmasının yanı sıra, son yıllarda Türk kùltüründe de kadınların benimsediğı ve uyguladığı olgular haline gelmiştir. Dolayısıyla

yürütülen *bu araştırmada, üç temel amaç bir arada* ele alınmıştır. Buna göre, ilk olarak Türk kültüründe kadınların çocukları için düzenledikleri özel gün etkinliklerine (ritüellerine) ve bu etkinliklere yönelik alışverişlere yükledikleri öznel anlamları ya da deneyimlerini tüketici deneyimi bakış açısı ile ayrıntılı biçimde keşfederek, buna ilişkin kültüre özgü bir kuram oluşturmak; odaklanılan kuramın merkezi olgusunu oluşturan ritüel deneyimleri ve kuramlaştırılan sonuç kavramlarını (olgularını) (ritüele olan bağlılık ve ritüel alışveriş deneyimleri) ölçmeye hizmet edecek geçerli ve güvenilir ölçekler geliştirmek; ve son olarak ilk aşamada oluşturulan kuramı, ikinci aşamada geliştirilen geçerlik ve güvenilirlikleri sınanmış ölçeklerden yararlanarak toplanan veri ile test etmek amaçlanmıştır. Bu amaçla, *keşfedici sıralı karma yöntem araştırma deseninin* benimsendiği araştırmanın ilk aşamasını, Türk kültürü bağlamında çocuk sahibi olan kadınların çocukları için düzenledikleri özel gün etkinliklerine yönelik ritüel deneyimlerinin ve ritüel alışveriş deneyimlerinin ayrıntılarını keşfederek, buna ilişkin bir kuram geliştirmek oluşturmuştur. Bu ilk keşiften ortaya çıkan nitel bulgular, nicel ara aşamada ve ardından gerçekleştirilen nihai nicel aşamada geniş bir örnekleme uygulanabilecek geçerli ve güvenilir ölçekler geliştirmek için kullanılmıştır. Son olarak nihai nicel aşamada, belirtilen önceki aşamalarda geliştirilen ölçekler yoluyla toplanan veri, nitel aşamada oluşturulan kurama dayalı yapısal modelin test edilmesine esas teşkil etmiş, böylece kuramın genellenebilirliği de incelenebilmiştir.

Annelik süreci, tüketici davranışlarına ilişkin derin etkileri olan bir deneyim sürecidir. Ancak tüketici araştırmalarında çok fazla yer bulmadığından hareketle bir annenin günlük tüketim deneyimlerinin incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Tüketime ilişkin geniş çaplı ve spesifik ürün kategorilerindeki taleplerine yönelik veya çocuklarıyla ilgili özel günlere yönelik deneyimlerin incelenmesi buna örnek verilebilir. Dolayısıyla burada değinilen nokta, annelerin tüketim deneyimlerinin incelenerek, keşfedilmemiş bağlamda detaylandırılması gereğidir (Sego, 2010, s. 59). Erkeklerden ziyade kadınların bu özel zamanlara daha çok duygusal anlamlar yüklediği gerçeğinden hareketle, bu dönemlerin kadınlar perspektifinden incelenmesi önem taşımaktadır. Araştırmanın temel amacını karşılamak için aşağıda ifade edilmiş olan alt amaçlar niteliğindeki araştırma soruları ele alınarak incelenmiştir. Bu bağlamda ilk aşama olan nitel araştırmaya ilişkin temel araştırma sorusu ve bunu irdelemeye olanak sağlayan alt sorular aşağıdaki gibidir:

Araştırma Sorusu 1: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde annelerin yaşadıkları ritüel deneyimleri, ritüel alışveriş deneyimleri ve ayrıntıları nelerdir?

- *Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde annelerin yaşadıkları ritüel deneyimleri hangi temalardan oluşmaktadır?*
- *Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde annelerin ritüel deneyimlerinin yaşandığı bağlamlar ve deneyim ayrıntıları nelerdir?*
- *Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinlikleri için annelerin yaşadıkları ritüel alışveriş deneyimleri hangi temalardan oluşmaktadır?*
- *Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinlikleri için annelerin yaşadıkları ritüel alışveriş deneyimlerinin yaşandığı bağlamlar ve deneyim ayrıntıları nelerdir?*
- *Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerine ilişkin annelerin ritüel deneyimleri ile ritüele olan bağlılık ve ritüel alışveriş deneyimleri arasında kavramsal ilişkiler (örüntüler) mevcut mudur?*

Yukarıda yer verilen sorulara yanıt aranan nitel araştırma aşamasından elde edilen bulgulara dayalı olarak geliştirilen kuramda yer alan yapıları ölçmeye olanak sağlayacak geçerli ve güvenilir ölçekler geliştirebilmek için nitel aşamadaki bulguların girdi oluşturduğu nicel ara aşama gerçekleştirilmiştir. Bu aşamada, aşağıdaki araştırma sorusuna yanıt aranmıştır:

Araştırma Sorusu 2: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerine ilişkin annelerin ritüel deneyimleri, ritüel bağlılıkları ve ritüel alışveriş deneyimleri nasıl bir boyutsal yapıya (ölçüm modeline) sahiptir?

Nicel ara aşamaya karşılık olarak ele alınan araştırma sorusu 2'nin irdelenmesi ile geçerlik ve güvenilirlikleri sınanarak geliştirilen ölçekler, nihai nicel aşamada, nitel aşamada oluşturulan kurama dayalı yapısal modelin test edilebilmesi için toplanan veriye esas teşkil etmiştir. Bu aşamada, daha önce nitel verideki kavramsal örüntüleri incelenen ritüel deneyimleri, ritüel bağlılığı ve ritüel alışveriş deneyimleri arasındaki ilişkiler ele alınmıştır. Bu amaç doğrultusunda ele alınan araştırma soruları 3, 4 ve 5¹, aşağıda sunulmuştur:

¹ Bu çalışmanın nicel aşaması, nitel bulgulara ortaya konan kurama göre yapılandırıldığı ve nicel aşamada bu kuramın doğrulanabilirliği test edildiği için nicel araştırma sorularına ilişkin hipotezler, bu kurama göre belirlenmiştir. Bu hipotezler, nitel bulguların sonunda ritüel deneyim kuramının tartışıldığı bölümde yer almaktadır.

Araştırma Sorusu 3: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde annelerin yaşadıkları ritüel deneyimleri ile ritüele olan bağlılıkları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır?

Araştırma Sorusu 4: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinlikleri için annelerin yaşadıkları ritüel alışveriş deneyimleri ile ritüele olan bağlılıkları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır?

Araştırma Sorusu 5: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde annelerin yaşadıkları ritüel deneyimleri ile ritüel alışveriş deneyimleri arasında anlamlı ilişkiler var mıdır? Bu ilişkilere ritüele olan bağlılık aracılık etmekte midir?

1.3. Önem

Bireylerin ritüellere kapsamlı şekilde katılım göstermelerine rağmen; ritüel olgusuna odaklanmada ve tüketim ritüellerinin incelenmesindeki yetersizliklere bağlı olarak tüketici deneyiminin tüm boyutları keşfedilememiş bir bölge olarak önemini korumaktadır. Ancak tüketici araştırmalarındaki davranışsal alanın bir parçası olan ritüellerin yaygınlaşması ve herkes için farklı anlamlılık seviyelerinde olmasından hareketle; ritüeller tüketici davranışlarını anlamak için incelenmesi gereken bir alan olarak ifade edilmiştir (Rook, 1985, s. 251). Bu anlamda ritüelin doğasındaki gizli mantığın ve ritüel deneyimlerinin incelenmesi ile ritüellerin bireylerce nasıl algılandığı ve insan yaşamındaki etkinliği hakkında fikir sahibi olunacağına değinilmiştir (Driver, 1998, s. 7; Legare ve Souza, 2012, s. 1-2). Sosyal ve kültürel antropolojide köklenen ritüeller, gerçekleştirilen özel gün etkinlik türlerinin yelpazesi ve çeşitliliği boyunca etkinlik katılımcıları için deneyim ve anlam açısından önemli bir olgudur (Bustard vd., 2019, s. 122). Bununla birlikte, tüketim ve ritüel olgularının iç içe olduğu unutulmamalıdır; çünkü genel olarak tüketim, modern yaşamın temel ritüeli olarak yorumlanmıştır. Ortalama bir insan her gün çok sayıda ritüelleştirilmiş davranış sisteminin bir parçası olduğundan, ritüel davranışların her dönem yayılım göstermeye devam edeceğine değinilmiştir (Rook, 1985, s. 252). Tüketime insan ihtiyaçlarını, değerlerini ve davranışlarını anlamak için bir araç olarak önemi birçok disiplinden bilim insanı tarafından vurgulanmıştır. Hangi bağlamda gerçekleştirildiği fark etmeksizin tüketim süreci, bireylerin yalnızca zihinlerinde olanı değil, aynı zamanda kalplerinde olanı da yansıtmaktadır (Castan˜o vd., 2010, s. 54). Bu yüzden tüketimi sadece

retme ve tktme yönlü bir süreç olmaktan çıkaran bireyler, yaşanan anları gerek bireysel gerekse de bireyler ve gruplar arası etkileşim ile süsleme ihtiyaı içinde olmuştur. Dolayısıyla anne olma süreci açısından bir kadının kimliğini, tktim alışkanlıklarını ya da yaşam tarzına ilişkin çeşitli yansımaları sunabileceği bir alan olan ritüel tktiminin, incelenmeye değer bir alan olduğu ifade edilebilir. Özellikle araştırma kapsamında bir annenin çocuğunun doğumu ile başlayan ve devamındaki zaman dilimlerinde çocuklarının özel günlerine ilişkin gerçekleştirdiği ritüel etkinlikler ve buna bağlı tktim eğilimleri; bu süreçte yaşanan tktim (alışveriş) deneyimlerinin ortaya konması açısından önemlidir.

Keşfedici sıralı karma araştırma deseni ile yürütülen bu araştırma, öncelikle nitel araştırma yaklaşımıyla bireylerin hayatlarındaki bu olgulara, olaylara ve objelere hangi anlamları yüklediklerini, neler düşündüklerini ve tüm bu unsurlara ilişkin öznel deneyimlerin neler olduğunu keşfedebilmek hedefi üzerine inşa edilmiştir (Krauss, 2005, s. 765; Pimviriyakul, 2001, s. 70). Bilindiği üzere bireylerin, zihinlerinde olgulara yükledikleri anlamları kendi bağlamında ve bu yönde bir derinlikle ortaya koyabilmek, o konuyla ilgili sorunlara daha etkili çözümler bulabilmede rehberlik sağlamaktadır (Ger, 2009, s. 3). Araştırmanın ikinci aşamasında ise, ortaya konan kuramı test edebilmek ve genelleştirebilmek için, kişisellikten uzak bir biçimde nesnel bir ton taşıyan ve araştırmaya araştırmacının önyargılarını veya görüşlerini yansıtmaktan ziyade, ilgili değişkenleri ölçmek için geliştirilen bir lme aracının kullanıldığı nicel aşamadan yararlanılmıştır (Creswell, 2012, s. 16).

Alan yazında tktici deneyimlerinin anlaşılması ve karakterize edilmesi için çok sayıda metodoloji kullanılmıştır. Bu anlamda tktimin deneyimsel, sosyolojik ve kültürel yönlerinin anlaşılması için genellikle derinlemesine görüşmelerin, katılımcı gözlem ile görüşmeler yaparak, bir tktim bağlamında yer almasını içeren etnografik yöntemlerin (Arnould ve Price, 1993; Maclaran ve Brown, 2005); araştırmacının evrimii deneyimleri daha iyi anlamak için sanal bir topluluğa dahil edilmesi bağlamında yürütülen netnografinin (Kozinets, 2002); yaşam öyküleri ve araştırmacı günlükleri (Roederer, 2012) gibi bazı araçlar veya resimler ve videolar yoluyla elde edilen görsel yaklaşımların (Peşaloza, 1998; Belk ve Kozinets, 2005; Belk vd., 2017) kullanılmasının gerektiğine değinilmiştir (Chaney vd., 2018, s. 7). Bu farklı niteliksel yaklaşımlar vasıtasıyla tktim deneyimini yapılandıran unsurların, tkticilerin tktim sırasında yaşadıklarının ve kişisel düzeyde bu faaliyetten ne elde ettiklerinin derinlemesine tanımlanmasını sağladığından,

pazarlama araştırması açısından derinlemesine bir bakış açısı sağlamaktadır (Badot vd., 2009). Bireyler tüketimi, toplumsal bütünleşmenin yanı sıra kimliklerini inşa etmek için de bir araç olarak kullandığından tüketim deneyimlerini daha iyi değerlendirmek için tüketicilerin yerleşik olduğu kültürel bağlamın derinlemesine anlaşılması gerekmektedir (Askegaard ve Linnet, 2011). Bu bağlamda Beattie (1966, s. 72) ritüellerin; uygulayıcıları için sahip oldukları anlam düzeylerinin ve çeşitlerinin, karşılaştırmalı ve bağlamsal çalışmalarla incelenmesi vasıtasıyla içinde barındırdığı sembolik sınıflandırma türlerinin ortaya konabildiğini ifade etmiştir. Bununla birlikte metodolojik açıdan alan uzmanları (Creswell ve Plano Clark, 2007, 2011; Creswell ve Plano Clark, 2018; Creswell ve Tashakkori, 2008; Fetters ve Freshwater, 2015; Fetters ve Molina-Azorin, 2019a, 2019b; Mertens, 2011; Plano Clark, 2010; Plano Clark ve Ivankova, 2016; Teddlie ve Tashakkori, 2009), karma yöntem araştırma çalışmalarının metodolojik katkısını vurgulamanın önemine odaklanmıştır. Bu anlamda önce bir olgunun arka planındaki deneyimin ortaya çıkarılması için derinlemesine görüşmeler ile başlayan; analizin ardından geliştirilen kuramın test edilmesi ile araştırma problemini daha sağlam bir temel üstüne inşa etmeye olanak sağlayan karma araştırmalar (Toraman, 2021; Toraman vd., 2020; Toraman vd., 2021) günümüzde giderek daha fazla benimsenmekte ve araştırmacılarca teşvik edilmektedir.

Araştırma sürecine, ilk olarak gerçek dünyada ve bireylerin yaşamlarında var olan bir konu perspektifinden bakılmıştır. İkinci bakış açısı ise, araştırmanın problemini ve amacını oluşturan konu hakkında daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmasıyla ilgili durumu ortaya koymayı hedeflemiştir. Gerek araştırma konusuna yönelik ele alınan kavramlar ve araştırma amacı, gerekse de kullanılan metodolojik yaklaşımlar açısından fark edilen boşlukları gidermeye yönelik yürütülen bu araştırmanın, yerli kültür ve alan yazındaki boşluğu doldurma açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Alan yazında ritüel deneyimleri ve buna bağlı olarak yaşanan tüketim (alışveriş) deneyimlerini derinlemesine ele alarak bir teori geliştiren ve bu teoriyi ikinci aşamayla test eden bir çalışmanın olmaması önemli bir boşluktur. Bu bağlamda, ritüellerle ilgili tüketim deneyimlerini belirleme ve test etme açısından nitel ve nicel metodolojik süreçlerin kullanılmasının hem araştırma probleminin derinlemesine incelenmesi hem de geliştirilen kuram çerçevesinde test edilmesi açısından önemli bir farkındalık sağlayacağı düşünülmektedir. Türk kültürü bağlamında yeterince ele alınmayan bu çalışmanın, alan yazına ve uygulamaya yönelik birtakım önemli katkılarından bahsedilebilir. Özellikle Türkiye’de benzer bir araştırma

boşluğu dikkat çektiğinden, bu araştırmanın mevcut uygulama ve alan yazın boşluğuna katkı sağlama potansiyeline sahip olabileceği söylenebilir. Ayrıca bu araştırma, “özel günlere yüklenen anlamları” ve “özel deneyimleri” konu edinecek tüketici araştırmalarına önemli katkılar sağlayabileceği yönünde öneriler sunmaktadır. Öncelikle, ritüel deneyimlerinin ve ritüel alışveriş deneyimlerinin arka planının keşfedilmesi ve aralarındaki ilişkilerin test edilmesi, ilgili ürün kategorilerinde faaliyet gösteren işletmeler açısından, pazarlama çabalarının ve mal/hizmet sunumlarının şekillenmesine ilişkin stratejiler geliştirmeye katkı sağlayabilir. Aynı zamanda özel gün etkinlikleri düzenleyen organizasyon şirketleri açısından da katılımcıların deneyimlerinin anlaşılması, ilgili hizmetlerin tasarımının şekillendirilmesi açısından (Gelder ve Robinson, 2009; Rai ve Nayak, 2020, s. 376) önemli ipuçları sunarak rekabet avantajı elde etmelerinde faydalı bir girdi olacağı ifade edilebilir. Bununla birlikte yürütülen bu araştırmanın kadınlar açısından da birtakım ipuçları içerebileceği düşünülmektedir. Karmaşık duygusal ve zihinsel özellikleri ile bireyler, kendilerine ve başkalarına kim olduklarını tanımlamak için sahip oldukları şeyleri ya da tüketim davranışlarını bir ayna olarak kullanmaktadırlar (Castanõo vd., 2010, s. 54).

1.4. Araştırma Etiği

Araştırmalar yürütülürken dikkate alınması gereken birtakım etik kurallar söz konusudur². Öncelikle araştırma katılımcılarının isimlerinin gizli tutulması ile toplanılan bilgilerden dolayı kişinin utanması ya da zarar görmesi engellenmelidir. Katılımcılar ile yürütülecek saygı çerçevesinde bir iletişim süreci, karşılıklı iş birliğinin tesis edilmesinde önem taşımaktadır. Bu anlamda katılımcıların izni olmaksızın ses ve görüntü kaydı yapılmamalı ve kişilere şeffaflık ilkesi ile yalan söylenmemeli ve verilen sözler yerine getirilmelidir. Verileri uydurma veya tahrip etme bilim ahlakına aykırı olduğu için verilerin doğru bir biçimde raporlanması gerekmektedir (Uzuner, 1999, s. 191).

Bu çalışmada, araştırmanın her iki aşamasına da katılımcıların gönüllülük esası ile katılımı sağlanmıştır. Bu süreçte, öncelikle katılımcılara araştırmanın konusu, kapsamı ve amacı

² Tezin son savunmasında jüri üyelerinin oybirliği ile adında değişikliğe gidilen bu tez araştırma projesi için tez önerisinde onaylanan haliyle “*Anne Olma Bağlamında Tüketim Ritüelleri ve Kadınların Tüketim Deneyimleri*” başlığı ile Aksaray Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kuruluna başvurulmuş ve ilgili Kuruldan 2021/04-26 protokol numarasıyla uygunluk onayı alınmıştır. (EK 7)

hakkında bilgi verilmiştir. Araştırmanın ilk nitel aşamasında öncelikle katılımcılara, sağladıkları fotoğraf ve görüşme verilerinin araştırmacı tarafından kullanabilmesi hakkını sunan bir izin formu imzalatılmıştır. Bununla birlikte araştırmanın herhangi bir aşamasında istedikleri anda katılımcıların ayrılma hakkı saklı tutulmuş, yayınlanmasını istemedikleri yanıtların silineceği ya da gizli tutulacağının garantisi verilmiştir. Bu anlamda veri analizi ve raporlama sürecinde katılımcıların isimleri saklı tutularak, tek tek bireylere odaklanmaktan ziyade genel bütünleşik betimleme yapılmıştır. Veri analizi ile yorumlama süreçlerinin tamamı, tez danışmanı denetiminde gerçekleştirilerek, verilerin raporlanmasının doğru bir biçimde yapılması sağlanmıştır. İkinci aşama olan nicel araştırma sürecinde ise, katılımcıların kimliklerini apaçık yansıtacak sorulardan kaçınılarak, bireylerden ziyade toplanan verinin tamamına odaklanılarak, veri analiziyle elde edilen bulgular genel düzeyde olduğu gibi raporlanmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

TEORİK ÇERÇEVE

Araştırmanın teorik çerçevesi, katılımcıların anne olma sürecindeki ritüel deneyimlerinin incelenmesi ve buna bağlı olarak geliştirdikleri alışveriş deneyimlerinin ortaya konması ile şekilleneceğinden, bir bakıma ritüele yüklenen anlamın keşfedilmesi ile başlayan sürecin ritüel deneyimlerinin arka planını yansıttığı ifade edilebilir. Ritüel deneyimi sürecinin ise alışveriş (tüketim) alışkanlıkları ile şekillendiği ve bağlamda katılımcıların alışveriş (tüketim) eğilimlerinin ritüel kutlamalar üzerinden ipuçları verdiği söylenebilir. Dolayısıyla çalışmanın bu kısmında, edinilen amacı yansıtan teorik bakış açısı dikkate alınarak ilgili kavramsal yapılar ele alınmıştır. Bu anlamda öncelikle ritüel kavramı, tüketim ritüelleri ve annelik dönemlerine bağlı geliştirilen tüketim ritüellerine ilişkin açıklamalara yer verilmiştir. Ardından ise, deneyim kavramına, tüketim deneyimlerine ve deneyim türlerine yönelik bilgi aktarımı sağlanmıştır.

2.1. Ritüel Kavramı

Ritüel olgusu, oldukça çeşitli ortamlarda meydana gelen ve izlendiği bağlama göre çeşitli türlerde farklı ipuçlarını ifade edici davranış türleri olarak kavramsallaştırılmıştır. Ancak bireylerin ritüel deneyimleri çok geniş, çeşitli, karmaşık ve anlamlı olduğu için bu kadar ciddi bir çeşitliliği içeren tek bir ritüel tanımını türetmenin mümkün olup olmadığı tartışılmaktadır. Ritüelin ne olduğuna yönelik söylemler ve tanımlamalar büyük ölçüde farklılık göstermektedir (Beattie, 1966, s. 60; Bell, 1992, s. 14, 1997: 2; Boyer ve Liénard, 2006, s. 595; Brooks vd., 2016, s. 73; Gainer, 1995, s. 253; Hobson vd., 2017, s. 2). Antropoloji, din, spor, etoloji, sosyoloji ve psikoloji alanındaki literatürler arasında, “ritüel” tanımlarının çeşitlilik kaydetmesinden dolayı; kültürel antropologların veya diğer din veya klasik bilim insanlarının belirli bir davranış tipinin bir ritüel örneği olup

olmadığına karar verirken kullandıkları açık bir kriter bulunmamaktadır (Brooks vd., 2016, s. 73; Liénard ve Boyer, 2006, s. 814). Bell (1997, s. 91), çeşitli zaman dilimlerinde, hemen hemen her insan faaliyetinin ritüel olarak yapıldığını veya bir ritüelin parçası haline getirildiğini ifade ederek; bununla birlikte pratikte, ritüelciler ve ritüel bilginlerinin, her şeyi ritüel olarak görme eğiliminde olmadığını belirtmiştir. Bununla birlikte ritüellerin aile geleneklerini yansıttığı; kültürel, dini ve etnik bakış açıları ve uygulamalarla ilişkili olduğuna değinilmiştir (Woling ve Bennett, 1984). Ritüel davranışı ile ilgili eski tartışmalar, ritüel davranışının din ile ilişkisini vurgulamıştır. Dolayısıyla ritüel deneyiminin en zengin kaynaklarından biri, bir kültürün kozmolojik inanç sistemidir (Rook, 1985, s. 254). Eski zamanlardan bu yana toplumun her üyesinin doğal olarak benimseyerek uyguladığı geleneksel pratikler olmuştur. Bu yüzden ritüeller zaman zaman, eski inanışların ve dinlerin bir göstergesi olarak ifade edilmiştir (Smith, 1889, s. 21). Ritüel; esasında dini ve manevi unsurları içeren, gelenekler aracılığıyla tesis edilen ve insanların günlük yaşamından kaynaklanan bir dizi eylemden oluşmuştur. Dinin kolektif davranışın bir ürünü olduğu düşünüldüğünde, ritüel bu yönüyle bir tür kolektif davranışı çağrıştırmaktadır (İbrahim, 1988, s. 25). Tylor (1871, s. 21) ritüeli, teolojinin jest dili olarak tanımlarken; Smith (1889, s. 433), dini gelişimde sembolik özellikleriyle geleneksel ritüelin etkili olacağını; Geertz (1968, s. 395) ise, ritüel uygulamaların dini öğretileri sağlamlaştırdığını ifade etmiştir. Driver (1998, s. 6), ritüellerin dini yaşam ile ele alınıp incelenmesinin, onları insan varoluşu kadar geniş bir bağlama yerleştireceğine atıf yapmıştır. Bir kültürün sözlü geleneğinin bir parçası olarak aktarılan inançlar, ritüel performanslarda canlandırılarak insan yaşamında aktif hale gelmiş olmaktadır (Rook, 1985, s. 254). Daha geniş bir ritüel görüşüne göre ise Sherry (1984, s. 745), ritüel faaliyetlerin tüketim sektörü gibi dini olmayan bağlamlarda da işlediğini ve tüketimin temel bir ritüel haline geldiği toplumda, ritüelin doğasında yer alan gizemli unsurların mevcut olduğunu ifade etmiştir.

Ritüeller, genellikle bireyler için belirli eylemleri, çoklu adımları, tekrarları ve sıklıkla dini ikonlar gibi sembolik unsurları barındırmaktadır (Brooks vd., 2016, s. 73). Mevcut ritüel tanımlarının çoğu ritüel deneyimini ileri görüşlü bir bakış açısından uzaklaştırarak, dini veya mistik bağlamlarla sınırlandırdığı için tatmin edici olmayabilmektedir. Bazı tanımlamalar ritüelleri temelde ilkel, gerici davranış olarak eksik ve yanlış bir biçimde yorumlarken; bazıları ise, ritüelleri yalnızca büyük ölçekli, kamusal ortamlarda meydana

gelen bir olgu olarak ifade etmiştir (Rook, 1985, s. 252). Teorik ve ampirik kavramsallaştırmalardan yola çıkarak ritüeller için “sabit bir davranış dizisi, sembolik anlam ve işlevsel olmayan davranış” olarak üç kriter belirlenmiştir (Brooks vd., 2016, s. 73). Ritüellerin *birinci kriteri*, genellikle formalite ve tekrar ile karakterize edilen sabit bir davranış dizisini içermeleridir. Örneğin, Tambiah (1979, s. 119) ritüelleri geleneksellik, katılık, kaynaşma ve tekrar ile karakterize edilen kalıplaşmış ve düzenli söz ve eylemler dizileri olarak tanımlamıştır. Benzer şekilde Rossano (2012, s. 4) ritüelleri resmileştirilmiş, tekrarlanan, dikkat çekici, kurallara tabi eylemler olarak nitelendirmiştir. *Ritüellerin ikinci bir anahtar yönü*, sembolik anlamdır; çünkü ritüeli gerçekleştirenler, ritüelleştirilmiş davranışların salt eylemlerinin ötesinde öznel bir anlamı olduğuna inanırlar. Bu anlamda sembolizm, kutsallık ve gelenekçilik içeren ritüeller karmaşık insan deneyiminin arka planındaki anlamları yansıtmanın bir yolu olarak görülmektedir (Bell, 1997, s. 21; Brooks vd., 2016, s. 73). Ritüeller, sahip oldukları anlatımsal ya da simgesel öğeler ve onları canlandıran insanlar için bir anlam ifade etmesinden dolayı diğer eylem dizilerinden farklı olabilmektedir. *Ritüellerin üçüncü benzersiz özelliği ise*, ritüelleri oluşturan eylemlerin tipik olarak net bir araçsal amaçtan yoksun olmasıdır (Brooks vd., 2016, s. 73).

Genel kabul görmüş klasik tanımlamada içerik ve uygulanış açısından gelenekselliği barındıran ritüeller; belirli kurallara bağlı olarak, belli olaylardan oluşmuş bir dizide meydana gelen ve zaman içinde tekrarlanma eğiliminde olan çoklu davranışlardan oluşan bir tür ifade edici sembolik aktivitelerden oluşmaktadır (Legare ve Souza, 2012, s. 2; Rook, 1985, s. 252; Tambiah, 1979, s. 119; Tetreault ve Kleine, 1990, s. 31). Dolayısıyla bu tanım, hem ritüel davranışı karakterize eden yapısal unsurları hem de ritüeli benzer davranış tarzlarından ayıran niteliksel bileşenleri içermektedir. Bireyin biçimsel olarak ciddiyetle ve iç yoğunluğu ile gerçekleştirdiği ritüel davranışlar günlük ve özel deneyimlerin anlamlı bir yönü olarak yorumlanmaktadır (Rook, 1985, s. 252; Tetreault ve Kleine, 1990, s. 31). Günlük yaşamda yapılan sıradan bir eylem, ritüelle birleştiğinde hem eylemleri hem de ritüel davranışları deneyimleyen bireyin kimliğini özel manalar ile çevreleyebilmektedir (Beattie, 1966, s. 68). Dolayısıyla ritüeller aracılığıyla, en sıradan eylemler ve jestler sembolik ifadelerle dönüşerek her gerçekleştirildiğinde anlamları pekişmektedir (Hobson vd., 2017, s. 1). Ritüellerdeki karakteristik sembolik davranışların, birçok referansı olabilmektedir. Esas olan ritüellerin; belirli bir kültürde, hakkında açıklama yapmaya değecek kadar önemli olduğu kabul edilen özellikler barındırmasıdır

(Beattie, 1966, s. 66). Pek çok etnografi, her kültürde evrensel olarak bulunan ritüellerin otantik yorumlarını ortaya çıkarmaya adanmıştır; çünkü ritüellerin anlamları genellikle kültürlerin ve toplulukların inanış ve alışkanlıklarında gömülüdür (Turner, 2006, s. 633). Ayrıca ritüeller, birçok farklı kültürel değerin ifade edilmesi için bir araç niteliğindedir (Beattie, 1966, s. 66). Ritüellere bireylerin sıkı sıkıya bağlı olmalarından dolayı, ritüellerin neden yapıldığı ya da ne gibi faydalar sağladığı zaman zaman göz ardı edilebilmektedir (Driver, 1998, s. 7; Legare ve Souza, 2012, s. 1-2). Ancak ritüelin kesin bir gerçekliğe dayanıp dayanmadığı veya var oluş nedenini sorgulamaktan ziyade sembolik olarak anlamlarına odaklanmak gerektiği ifade edilmiştir (Beattie, 1966, s. 68). Ritüel davranışların işlevsel olarak neden önemli olduğu ya da bireylerin neden sembolik davranışlarda bulundukları merak konusu olsa da aslında bireylerin ritüel davranışlar sergilemesi, bunlara doğal bir eğilimleri olduğu için ya da bunlardan hoşlandıkları içindir (Beattie, 1966, s. 66). Ancak her birey ritüel davranışlara bir sembolik anlam atfetmeyebilir; buna rağmen çoğu insan, çok çeşitli aralık ve manalar ile bu ritüel davranışları sergilemektedir. Ritüelleştirilmiş davranışlar sergileyen birey için bu davranış ve eylemler öznel anlamlar barındırmaktadır. Bireyler için farklı farkındalık seviyeleri ile gerçekleşen ritüeller, farklı bağlamlarda ve farklı zamanlarda, farklı anlamlar taşımaktadır (Beattie, 1966, s. 67). Bu yönüyle zaman, mekân ve eylemlerin anlamlılığını derinleştiren ritüeller, bireylerin davranışlarının bir göstergesi olarak ifade edilmektedir (Tetreault ve Kleine, 1990, s. 33). Dolayısıyla ister geleneksel ister modern olsun, yorumlanmasıyla bağlantılı olarak çeşitlenen ritüeller (Smith, 1889, s. 17), kültürel faktörlerden etkilenecek yaşam olaylarının oluşumuna eşlik eden ve çeşitli davranışsal olaylarla kendini gösteren bir yapıyı temsil etmektedir (Fei vd., 2021, s. 133).

Ritüeller genellikle senaryo davranışlarını, obje ve eşyaların kullanımını içeren ciddi ve yoğun bir atmosfer ile gerçekleştirilen eylemlerin sembolik anlamını vurgulamaktadır (Gainer, 1995, s. 253). Bu anlamda ritüeller, nedensel donukluk ile karakterize edilerek, performansın sonuçtan daha önemli olduğu ve eylemin yürütülmesinde çok az değişkenliğe izin verildiği çeşitli eylem ve davranışlardan oluşmaktadır (Kapitany ve Nielsen, 2015, s. 13; Legare ve Souza, 2012, s. 1; Rossano, 2012, s. 529). Genellikle belli bir mantığa dayandırılmadan uygulanan ritüeller, tamamen geleneksel olan eylemlerden doğan ve etkilerinin bariz bir şekilde gözlemlenemediği bir yapıya sahiptir. Bir diğer deyişle, insan hayatı üzerindeki etkileri hakkında nedensel mekânizmalara indirgenmeyen ritüeller, bu

yönüyle pozitivist bilimden ayrılarak sanatla benzer özellik taşımaktadır. Çünkü pozitivist bilimsel davranışlar deneme yanılma ve ispat gibi süreçlerden oluşması ile ritüel davranışlardan ayrılmaktadır. Bir sanat eseri düşünüldüğünde genellikle ne işe yaradığı öncelikli merak konusu olmazken, daha ziyade ne anlama geldiği önem taşımaktadır. Sanat gibi ritüeller de ifade etmeyi amaçladığı fikir ve değerlerin ne olduğu ile ilgilenilmesi yönü ile bir şeyler söylemenin yolu olarak, bir tür dil özelliği taşımaktadır (Beattie, 1966, s. 65; Legare ve Souza, 2012, s. 1). Ayrıntılı formaliteler ve sayısız tiyatral unsurlarla zenginleşen ritüel deneyimler, melodramatik özellikleri ile katılımcıların duygularını yoğun bir biçimde ortaya çıkarmaktadır. Belirli dizgileriyle ritüel senaryoların; belirli dramatik kimlikleri üstlenen katılımcılar tarafından canlandırılan başlangıçları, orta kısımları ve sonları vardır. Bir ritüel senaryosu, çeşitli yapay materyallerin kullanımına rehberlik eden bu yapıyla kapsamlı veya nispeten sınırlı ürün kullanımını içerebilen bir tüketim paradigmasından oluşmaktadır (Rook, 1985, s. 253). Bu süreçte genel olarak mitolojik karakterler, ikonlar, logolar, renkler ya da objeler ritüel semboller olarak hizmet etmektedirler. Ritüel eserler, genellikle ritüel bir ortama eşlik eden veya tüketilen yiyecek, içecek, mücevherler, diplomalar, mumlar veya tören giysileri gibi tüketici ürünlerinin şeklini alabilmektedir. Bu anlamda bazı objeler de ritüele katılan bireyler arasında hediyeleşme aracı olarak ve kişiler arası iletişim için kullanılmaktadır (Belk, 1990, s. 508; Minowa vd., 2011, s. 45; Sherry, 1983, s. 158). Ritüel senaryosu ile kastedilen yalnızca kullanılacak eserler değil, bunları kimlerin kullanacağı ve hangi davranış sıralarıyla yürütüleceğidir. Bir ritüel senaryosu, çeşitli ritüel rolleri üstlenen kişiler tarafından gerçekleştirilir. Bazen bir bireyin ritüel rolü, düğün ya da doğum günü etkinliği olduğu gibi açıkça belirli olabileceği gibi bazı durumlarda roller örtük yapıda olabilir. Son olarak bir ritüel, belirli bir ritüel performans rolüne sahip bireylerin ötesinde daha geniş bir izleyici kitlesini hedefleyebilir. Birçok ritüel için hedef kitleyi belirlemek kolaydır. Bazı aile ritüellerinde, seyirci tipik olarak yakın ailenin ötesine geçmezken, diğer ritüellerde hedef kitlenin kimliği daha geniş bir sosyal çevre olabilir (Rook, 1985, s. 253).

Bu anlamda gelenek tarafından kodlanan, genellikle metinsel kaynaklarda korunan ve eğitimli uzmanlar tarafından yönetilen belirlenmiş ritüel repertuarlarına ek olarak, insanların çeşitli derecelerde ritüelleştirebilecekleri çok sayıda etkinlik olduğu ifade edilebilir (Bell, 1997, s. 91). Kişinin eylemleri ritüelleştirme derecesi ve bunu gelenek veya moderniteye başvurarak yapma derecesi, bu tür eylemlerin kendi dünyalarında nasıl

işlediğini gösteren ipuçlarını yansıtmada önemli bir araç olmaktadır (Bell, 1997, s. 92). Dolayısıyla hangi bağlamda gerçekleştiği ve nelere atıf yaptığı fark etmeksizin, eski ve geleneksel uygulamalar ile yeni ve modern bakış açılarının harmanlanarak uygulandığı ritüellerin özünde aynı kaldığı; aynı zamanda ilettiği sembolik mesajlar ile toplam deneyimin anlamının ayrılmaz bir parçası olduğu ifade edilebilir (Belk, 1990, s. 508; Minowa vd., 2011, s. 45; Sherry, 1983, s. 158; Smith, 1889, s. 168), Aşağıda ChatGPT yardımıyla oluşturulan Tablo 1’de kronolojik olarak ritüele getirilen tanımlamalar ve ritüele dair özellikler sunulmaktadır (OpenAI, 2024):

Tablo 1. Ritüel Tanımlamaları

Yazar, Yıl	Ritüel Tanımlamaları
Tylor, 1871	Ritüel, teolojinin jest dili olarak tanımlanmıştır.
Smith, 1889	Dini gelişimde sembolik özellikleriyle geleneksel ritüelin etkili olabileceğini öne sürmüştür.
Belk, 1990	Bazı objeler ritüele katılan bireyler arasında hediyeleşme aracı olarak ve kişiler arası iletişim için kullanılır.
Beattie, 1966	Ritüeller, sembolik anlamlar barındıran ve bireylerin doğal eğilimlerinden kaynaklanan davranışlardır.
Geertz, 1968	Ritüel uygulamalar dini öğretileri sağlamlaştırır.
Rappaport, 1971	Ritüeller, belirli koşullar altında veya belirli zamanlarda meydana gelir, genellikle sembolik içerir.
Tambiah, 1979	Ritüeller, geleneksellik, katılık ve tekrar ile karakterize edilen kalıplaşmış ve düzenli eylemler dizisidir.
Sherry, 1984	Ritüel faaliyetler tüketim sektörü gibi dini olmayan bağlamlarda da işleyebilir.
Rook, 1985	Ritüel, günlük ve olağanüstü insan deneyimlerinin olumlu ve anlamlı bir yönüdür.
Ibrahim, 1988	Ritüel, dini ve manevi unsurları içeren gelenekler aracılığıyla tesis edilen kolektif bir davranıştır.
Tetreault ve Kleine, 1990	Ritüeller, belirli kurallara bağlı olarak meydana gelen ve zaman içinde tekrarlanan çoklu davranışlardır.
Gainer, 1995	Ritüeller, genellikle sembolik davranışları içerir ve ritüel eylemler sıklıkla sembolik anlam taşır.
Bell, 1997	Ritüeller, çok çeşitli bağlamlarda ve zamanlarda anlam taşıyan, sembolik unsurları içeren eylemler dizisidir.
Driver, 1998	Ritüeller, dini yaşam ile ele alındığında geniş bir bağlamda incelenebilir.
Liénard ve Boyer, 2006	Ritüeller, belirli eylemleri, çoklu adımları, tekrarı içerir ve sembolik unsurlar barındırır.
Turner, 2006	Ritüeller, kültürel değerlerin ifade edilmesi için bir araçtır.
Minowa vd., 2011	Ritüeller aracılığıyla toplam deneyimin anlamının ayrılmaz bir parçası olarak belirli sembolik mesajlar iletilir.
Rossano, 2012	Ritüeller, net bir araçsal amaçtan yoksundur ve genellikle sembolik anlamlar taşır.
Kapitany ve Nielsen, 2015	Ritüeller, nedensel donukluk ile karakterize edilir ve performansın sonuçtan daha önemli olduğu eylemler içerir.
Brook vd., 2016	Ritüeller; belirli eylemleri, çoklu adımları ve tekrarlı adımlar ile dini ikonlar gibi sembolik unsurları içerir.
Hobson vd., 2017	Ritüeller yoluyla, en sıradan eylemler ve jestler sembolik ifadelerle dönüşerek her gerçekleştirildiğinde anlamları pekişir.
Fei vd., 2021	Ritüeller, kültürel faktörlerden etkilenir ve davranışsal olaylar için bir dizi beklenti sağlar.

2.1.1 Alışkanlık ile Ritüel Arasındaki Ayrım

Ritüellere ilişkin bazı psikolojik kavramsallaştırmalar (Norton ve Gino, 2014; Ouellette ve Wood, 1998) onları pratik veya araçsal alışkanlıklar gibi rutin eylemlerle karşılaştırmıştır. Buna karşılık ritüelleştirilmiş eylemler, ritüelin belirtilen amacı ile nedensel olarak bağlantılı olmayan ve işlevsel olmayan davranışları içermektedir (Boyer ve Liénard, 2006, s. 597; Legare ve Souza, 2012, s. 1; Liénard ve Boyer, 2006, s. 817; Rappaport, 1971, s. 62). Araçsal ve amaca yönelik davranışlar (*örneğin rutinler*) ile araçsal olmayan unsurları (*örneğin ritüeller*) içeren davranışlar arasındaki bu ayrım önem taşımaktadır. Bu nedenle, bir olgunun ritüel olarak kabul edilebilmesi için, kurucu davranışların hepsi olmasa da en azından bir kısmının araçsal olmaması gerektiği savunulmaktadır. Dolayısıyla ritüel, doğrudan araçsal amacı olmayan, genellikle formalite ve tekrar ile karakterize edilen ve önceden tanımlanmış bir sembolik eylemler dizisi olarak tanımlanmaktadır. İnsan hayatındaki her ritüelin bu kurucu unsurları ne ölçüde içerdiği değişkenlik göstermektedir. Ancak gene de bu unsurlar bir ritüel oluşturan eylem dizileri ile oluşturmayan eylem dizileri arasında ayrım yapmayı sağlamaktadır (Brooks vd., 2016, s. 73). Sosyal kavramlar ve kendine özgü süreçler üzerine inşa edilen ritüel anlayışının başlangıcı çok erken zaman dilimlerine dayanmaktadır (Kapitany ve Nielsen, 2015, s. 13). Gelenek ve alışkanlıklarla beslenen davranışların zaman içinde ritüelleştirilmiş davranışlara dönüştüğü ifade edilmektedir. Bireylerin topluma ve geleneklere bağımlılığın sembolik bir göstergesi olan ritüellerin; sosyal statüdeki farklılıklar, farklı soylar, farklı nesiller ve cinsiyetler arasında farklı roller barındırdığı; ancak geçmişten günümüze belli özelliklerini koruyarak geldiğini söylemek mümkündür. Kültürel değerler ile beslenen anlar; bireylere ve topluluklara yol gösterici olmakta ve her bir olay, her bir birey için bambaşka anlamlar taşımaktadır (Beattie, 1966, s. 66). Bireylerin günlük eylemlerinde rutin alışkanlıklardan beslenen ve daha sonrasında ritüele dönüşen bir yapı söz konusu olmuştur (Rook, 1985, s. 251). Alışkanlıklar ve rutinler gerek kişisel düzeyde gerekse de sosyal bağlamda bireyler için hayatın dokusuna işlemiştir. Bireylerin günlük yaşantısında ve özel zamanlarda sergilediği davranışlar, kişisel ve kültürel ritüellerden beslenmektedir (Graybiel, 2008, s. 374-375). Gelenek ve alışkanlıklardan beslenen ritüelin unsurlarını belirleme ve tüketim ritüeli olgusunu kavramsallaştırma sürecinde, alışkanlığı ritüelden ayıran özelliklerin ortaya konması ile ritüel davranışların ayırt edilebileceğine değinilmiştir (Tetreault ve Kleine 1990, s. 31).

Alışkanlıklar ve gelenekler, rutinleştirilmiş davranışları oluşturmaktadır. Ancak alışkanlıkları ritüellerden ayıran birkaç özellik bulunmaktadır. *Birincisi*, alışlagelmiş eylemler için senaryolar ya bireysel tüketici ya da toplum tarafından belirlenebilir. Ritüeldeki birey, grup ve toplumsal aktarım ile kıyaslandığında alışkanlıklar bireyler tarafından kendi özel tasvirleri için yaratılır (Tetreault ve Kleine 1990, s. 31). *İkinci ayırt edici özellik*, davranış dizisinin ortaya çıkarılmasıyla ilgili bilinçli farkındalık ve bilişsel işlem sırası seviyesidir. Bu farklılığın derecesi bireysel ve/veya durumsal özelliklere göre değişebilmektedir. Burada kişinin katılım düzeyine bağlı olarak ritüel sahnelerinin alışkanlıklara nisbeten daha karmaşık olduğu ifade edilmektedir (Tetreault ve Kleine, 1990, s. 31-32). Çünkü ritüeller etkileyici ve tiyatral senaryolarıyla alışkanlıklardan farklılaşmaktadır (Rook, 1985, s. 253). Bazı alışkanlıklar karmaşık ve son derece kapsayıcı özellikleri ile bağımlılık niteliği taşısa da genellikle ritüellerden kişisel olarak daha az anlamlıdır. Bu yüzden bir ritüeli sadece alışkanlık olarak tanımlamak bir ritüelin değerini azaltabilir (Rook, 1985, s. 252). *Alışkanlığı ritüelden ayıran üçüncü özellik*, onların iletişimsel işlevleriyle ilgilidir (Tetreault ve Kleine, 1990, s. 32). Alışkanlıklar bir iletişim dilini temsil etmezler (Holt, 1992, s. 213). Bir alışkanlık ve ritüel eylem ilk bakışta yapı olarak aynı görünse de ritüel bir anlam duygusu ile beslendiğinden alışkanlıktan ayrılır (Hobson vd., 2017, s. 2). Alışkanlıklar, duygusal bir bileşenden yoksun oldukları için sembolik bir anlam sunmamaktadır (Holt, 1992, s. 213). Ritüel ise, daha yoğun sembolik özellikleri ve bileşenleri ile daha yoğun ve belirsiz bir anlam açısından oluşmaktadır. Bu nedenle, bireylerin alışılmış veya rutin hale getirilmiş davranışlara katılımı, ritüelistik davranışlara katılımına göre aynı düzeyde duygusal tepkiyi tetiklemeyecektir (Tetreault ve Kleine, 1990, s. 32). Doğasında bulunan sembolik anlamlarla ve maneviyat gibi güçlü bağlarla ilişkilendirilerek hayata geçirildiği için (Bell, 1997, s. 48; Hobson vd., 2017, s. 2; Turner, 1967, s. 19) ritüel davranışlar ile rutin olarak ya da düşünmeden gerçekleştirilen rasyonel eylemler arasında farklılıklar bulunmaktadır (Jackson ve Masters, 2006, s. 621). Öyleyse, ritüelin aslında ifade edici ve sembolik olduğu ve onu insan davranışının diğer yönlerinden ayıran şeyin onun karakteristik yapısı olduğu ifade edilebilir (Beattie, 1966, s. 65). Özellikle rastgele davranışlar olarak nitelendirilen bir dizi eylemin, bu eylemlere sembolik anlam yüklendiğinde bir ritüel haline gelebildiğini söylemek mümkündür (Brooks vd., 2016, s. 73). Gerçekten de ritüelistik eylemlerden sembolizm ve manevi anlamlar çıkarıldığı varsayıldığında, eylemlerin daha basit ve önemsiz bir kimliğe

bürüneceği açıktır (Hobson vd., 2017, s. 2). *Son ayrım ise*, değişime direnç gösteren yapısıyla ritüelin alışkanlıktan farklılaştığı yönündedir. Ritüeller zaman zaman toplumsal zemindeki değişiklikler nedeniyle prosedürel anlamda değişikliklere uğrasa da alışkanlıklar işlevlerini artık yerine getirmediklerinde, değişikliğe veya yok olmaya daha yatkındır (Tetreault ve Kleine, 1990, s. 32). Bununla birlikte, benzerlikleri ve farkları ile davranış alışkanlıklarına ve geleneklere benzeyen ritüellerin bazıları az ya da çok alışkanlıkla gerçekleştirilir. Buna karşın, tüm alışkanlıklar ritüelleri içermeyeceği gibi tüm ritüeller de alışılmış bir etkinliği temsil etmeyebilir. Örneğin, düğün, ortak bir sosyal ritüeldir; ancak bir alışkanlık değildir. Çikolatalı çörek yemek sabah alışkanlığı olabilir; ancak ritüelleştirilmiş bir tüketim oluşturmaz. Tipik olarak ritüeller daha çoğul bir deneyim iken; alışkanlıklar ise kişinin ayakkabısını bağlaması, saçını işaret parmağı etrafında bükmesi veya sabahları vitamin hapi alması gibi daha tekil özellikler taşımaktadır (Rook, 1985, s. 252). Birçok ritüelize edilmiş davranış, “klişeleri, basmakalıplıkları, katılıkları, tekrarları ve rasyonel motivasyon açısından eksiklikleri barındırırken; rutin eylemler, düşünmeksizin ama motivasyonla gerçekleştirilmektedir (Jackson ve Masters, 2006, s. 621). Ritüeller ve alışkanlıklar arasındaki farklara ait ChatGPT yardımıyla oluşturulmuş özet, Tablo 2 aracılığıyla izlenebilir (OpenAI, 2024):

Tablo 2. Alışkanlık ile Ritüel Arasındaki Farklar

Özellik	Alışkanlık	Ritüel	Açıklama
Bağlam	Bireysel ve rutin	Sosyal ve kültürel	Ritüeller sosyal statü, soy, nesil ve cinsiyet farklılıkları gibi toplumsal faktörlere dayanır. Alışkanlıklar ise bireysel olarak geliştirilir ve rutinleştirilmiş davranışları ifade eder.
Anlam	Sembolik anlam ve duygusal bileşen yok	Sembolik ve manevi	Ritüeller derin sembolik ve manevi anlamlarla doludur. Alışkanlıklar genellikle sembolik anlam ve duygusal bileşenlerden yoksundur.
Karmaşıklık	Daha az karmaşık	Daha karmaşık ve bilinçli farkındalık gerektirir	Ritüel davranışlar daha karmaşık ve bilinçli farkındalık gerektirir. Alışkanlıklar ise daha az karmaşık ve düşünmeden yapılan rasyonel eylemler olabilir.
Senaryo	Tekrarlayıcı ve rasyonel	Tiyatral ve etkileyici	Ritüeller etkileyici ve tiyatral senaryolarıyla alışkanlıklardan farklılaşmaktadır. Alışkanlıklar ise tekrarlayıcı ve rasyonel eylemler içerir.
Değişim	Değişime ve yok olmaya daha yatkın	Değişime daha dirençli	Ritüeller değişime daha dirençlidir, prosedürel değişikliklere uğrayabilir. Alışkanlıklar ise işlevlerini kaybettiklerinde değişiklik veya yok olma eğilimindedir.

Bireylerin alışkanlıkları hem alan yazınında hem de uygulamada pazarlama uzmanlarınca ilgi çeken bir konu olmuştur (Amati ve Pestana, 2015, s. 229). Pazarlama alanındaki uzmanlar, alışkanlıklarla ilişkili tekrarlı davranışların kişiler açısından çeşitli bağlamlarda çeşitlenmesi ile ilgilenmiş (Holt, 1992, s. 213); günümüzde de alışkanlıkların rutin

davranışları, rutinlerin ise ritüellere nasıl yansıdığı dikkat çekmektedir (Graybiel, 2008, s. 361). Ritüeller ve alışkanlıklar arasındaki ilişki zaman zaman karıştırıla da (Amati ve Pestana, 2015, s. 230), kuşaklar arası aktarılan ritüeller; tüketim mallarına ilişkin tercihlerden, pazarın nasıl işlediğine ve daha geniş perspektifte tüketicilerin inanç sistemlerine kadar bilgiler sunmaktadır (Moore-Shay ve Lutz, 1988, s. 461).

2.1.2. Ritüel Tipolojileri

Ritüel tipolojileri, ritüel kategorilerine veya türlerine odaklanmaktadır. Ritüel davranışların tanımlarına ve tipolojilerine ve bunların sonuçlarına odaklanan alan yazın, ne tür ritüellerin var olduğuna ve nasıl inşa edildiklerine dair bilgilendirici bakış açıları sunmaktadır. Özellikle ritüelin gerçekleştiği bağlam, tüketim sürecindeki aşama ve kişisel katılım düzeyi önemli ipuçları sunmaktadır (Ratcliffe vd., 2019, s. 87). Bu anlamda Levy (1978), bir ritüel davranış tipolojisi oluşturmak için insan biyolojisi, bireysel hedefler ve duygular, grup öğrenimi, kozmolojik inançlar ve kültürel değerler gibi temel davranış ve anlam kaynağından oluşan multidisipliner bir çerçeveye işaret etmiştir (Levy, 1978, s. 20). Ritüele ilişkin yapılan tanımlamalar bir ritüelin ne olduğuna ya da olmadığına odaklanırken; tipolojiler ritüel tiplerine veya türlerine odaklanmaktadır (Rook, 1985, s. 257). Ele alınan ritüel tipolojilerine alt başlıklar halinde sırasıyla yer verilmiştir.

2.1.2.1. Ritüel Bağlamı

Tüketici davranışı literatüründe ritüel terimi; yoğun, kişisel ve spesifik olandan, son derece ayrıntılı ve toplumsal anlamda bir sürekliliği kapsayan çeşitli insan davranışları anlamına gelmektedir (Gainer, 1995, s. 253). Günlük yaşamlarında herhangi bir zaman diliminde, bir şekilde rutin olarak ritüellerle karşılaşan, bir etkinliği ritüel olarak düzenleyen ya da ritüelin parçası olan bireyler, farklı bağlamlarda çeşitli ritüel deneyimleri yaşamaktadır (Bell, 1997, s. 91; Kapitany ve Nielsen, 2015, s. 13; Rook, 1985, s. 253). Çok çeşitli ritüel deneyimlerinin varlığı, ritüelleri davranışsal kökenlerine göre sınıflandırmak ve çok farklı ritüel türleri arasında ortak unsurları gözlemlemek ihtiyacını doğurmuştur. Bununla birlikte, bireylerin ritüel deneyimlerinin anlaşılması için insan davranışlarının ritüel boyutunun işlevsel yapısı da önem taşımaktadır. Çevresel ve durumsal faktörler tarafından

uyarılan bir davranışın, birçok kaynağın ürünü olduğundan söz edilebilir (Rook, 1985, s. 253-254). Bu açıdan ritüeller, belirli bir bağlamda meydana gelen ritüel türlerine odaklanarak da tipolojik hale getirilebilir (Ratcliffe vd., 2019, s. 87). Ritüel davranışlara ilişkin yapılacak yorumlar genellikle o ritüelin hangi bağlamda yürütüldüğüyle ilgili özelleşmektedir (Rook, 1985, s. 257). Bireylerin ruh halinde değişime sebep olmak gibi bir amacı gerçekleştirmek için ritüellerin çeşitli bağlamlarda gerçekleşmesi (Amati ve Pestana, 2015, s. 235), ritüellerin nasıl şekillerde işlediğini de ortaya koymaktadır (Rook, 1985, s. 257). Ritüel davranışların gerçekleşme biçimleri; manevi inanışlar, doğum ve ölüm gibi yaşam evreleri, özel günler için kutlama merasimleri gibi tekrarlayan durumlarda değişmektedir (Boyer ve Liénard, 2006, s. 597). Dolayısıyla, ritüellerin bireylerin yaşamındaki belli dönüm noktalarında ve özel zamanlarda uygulanıyor olması kişisel deneyimlerinin şekillenmesine de katkı sağlamaktadır (Turner, 2006, s. 633). Hem bireysel olarak hem de daha geniş bir topluluğun üyeleri olarak farklı ortamlarda birçok alanda kendine yer bulmuş ritüel davranışlar olarak ifade edilebilecek her bir faaliyet, bireylerin özellikle hayatlarındaki çeşitli zaman dilimlerinde öne çıkmaktadır (Rook, 1985, s. 251). Ritüel davranışların bağlamlarında, kültürel değerler ve süreçler belirleyici önemli birer kaynak niteliğindedir. Bireysel düzeyde çeşitlilik gösteren ritüel davranışlar, kültürel ve genetik açılardan miras alınabilen ve belirli bir kültürün gelişen dinamiklerinden yaratılan bir sisteme sahiptir (Rook, 1985, s. 254). Kültür ve dil gibi ortak özellikleri paylaşan ritüeller hem bireylerin bir parçasıdır hem de bireyler ritüellerle tamamlanır. Bu anlamda birey ritüelize davranış sergilemek ya da sergilememek ile ilgili karar vermekten ziyade ne zaman, nasıl, nerede ve neden yapacağı hususlarına referans olarak ritüelin gerçekleşeceği bağlam ile ilgilenmektedir (Driver, 1998, s. 6).

Ritüel deneyiminde birincil davranış kaynağı olarak kültürel değerler söz konusu olduğunda, geçiş dönemi ritüelleri ya da kültürel ritüeller gibi çeşitli ritüel tiplerine atıf yapan Rook (1985), bireylerin hayatlarındaki geçiş dönemi ritüelleri açısından evlilik ya da mezuniyet gibi ritüellerin örnek olabileceğine; kültürel ritüeller açısından ise festivaller, sevgililer günü gibi özel günlerin örnek teşkil edeceğine değinmiştir. Bu anlamda bireylerin hayatlarında, sosyal statü değişikliklerini sembolik olarak belirleyen ve sosyal olarak gözlemlenen bir takım geçiş dönemleri geçmişten günümüze önemini korumaktadır (Rook, 1985, s. 254). Bu dönemlerdeki geçiş törenlerine ilişkin çeşitli söylemler bulunmakla birlikte; ortalama bir insanın yaşamındaki gelişim aşamalarının bir dizi ritüel

deneyimlerle bağlantılı olduğunu söylemek mümkündür (Rook, 1985, s. 255). Alan yazında ilk olarak Van Gennep'in (1960) ortaya attığı geçiş törenlerinde, insan hayatında çeşitli aşamalardan diğerlerine geçiş vardır ve bu dönemler ritüelistik davranışlardan beslenmiştir (Rook, 1985, s. 251). Geçiş dönemlerini Warner (1959, s. 303), anne rahminde başlayan ve yaşamın son bulmasıyla nihayetlenen süre boyunca, bir insanın hareketlerine eşlik eden dönemler olarak ifade etmiştir. İnsan yaşam döngüsünde önemli bir yere sahip olan geçiş törenleri; kişinin yaşamındaki önemli dönemlerin gelişini çevreleyen törenler olarak ifade edilmektedir. Bu ritüeller eski ve yeni arasındaki boşluğu dolduran duygusal bir durumu geliştirmek için tasarlanmıştır (Van Gennep, 1960, s. 144: İbrahim, 1988, s. 26). Yaşam içindeki ilk ritüelleştirmenin annelik süreciyle kendini gösterdiği ve anne ile yeni doğmuş bebeği arasında gerçekleştiği ifade edilmiştir. Bu anlamda kadında duygusal, sözlü ve manipülatif davranışları ateşleyen bu süreç, anneliğe geçişin ve doğum yaşam dönümünün birer yansımaları olarak görülmektedir (İbrahim, 1988, s. 25). Ortalama bir insan için doğum, ergenlik, mezuniyet, evlilik, annelik ve ölüm gibi önemli yaşam dönemlerine geçişlerde damga vuran bu ritüeller; bu süreçlerde değişen bireysel kimliklenmede yol gösterici olmuştur (Rook, 1985, s. 251; Turner, 1967, s. 235). Geçiş dönemlerindeki bir ritüel olayın bir anlamda bireyler için statü değişikliğini çevresine duyurmasının yanı sıra, günlük ritüel aktiviteler vasıtasıyla değişimin sembolik olarak desteklendiği ifade edilmektedir. Örneğin, 18. yaş günü partisi, geleneksel olarak çocukluktan genç bir birey kimliğine sosyal geçişi temsil etmektedir (Rook, 1985, s. 257). Toplumun küçük parçası niteliğinde olan birey, doğduğu kültürde ya da dramatik olarak temaslı olduğu kültürlerde geleneksel olan geçiş ritüellerini benimsemektedir. Bu bağlamda, sosyal grupların bir kültürel durumdan diğerine geçerken birçok açıdan istikrarlı ve tekrarlı ritüeller sergilediği söylenebilmektedir (Turner, 1969, s. 112). Geçiş ritüelleri bireyi önceki dönemden ayırıp marjinal döneme hazırlamakta ve böylelikle kişiyi yeni dönemdeki deneyime dahil etmektedir. Bu tür marjinal dönemler bir tür sosyal belirsizlik olarak kendini hissettirse de böyle bir belirsizliğin tamamen olumsuz olduğunu söylemek doğru olmayacaktır (Van Gennep, 1960, s. 144: İbrahim, 1988, s. 26). Bu süreç bireyin ya da grubun sosyal yapıdaki durumundan ayrılması ya da bir dizi kültürel koşuldan kopmasını ifade eden sembolik davranışı içermektedir. Araya giren eşik dönem boyunca, ritüele konu olan kişinin durumu belirsizdir. Bu anlamda yolcu niteliğinde olan birey, geçmiş veya gelecek halin niteliklerinden çok azına sahip olan veya hiçbirine sahip

olmayan bir alemde geçerek, en nihayetinde üçüncü aşamada geçiş tamamlanmış olmaktadır (Turner, 1967, s. 235). Dolayısıyla geçiş dönemleriyle ilgili ritüeller; bireylerin yaşamındaki statü değişikliğine kalıcı bir iz bırakmaktadır (Mol, 1976, s. 239). Bu tür kolektif, sembolik davranışların, modern öncesi kültürlerin toplumun tüm aşamalarında yer aldığı düşünüldüğünde; bu davranışlar antropolojik araştırmaların birincil odak noktası olmuştur (Turner, 1969, s. 113).

2.1.2.2. Ritüel Sahnesi

Ritüel tipolojileştirmenin bir diğer yolu, ritüel tüketimi öncesinde, ritüel esnasında ve sonrasında gerçekleştirilen eylemlere kadar sürecin farklı aşamalarının ele alınmasını gerektirmektedir (Ratcliffe vd., 2019, s. 88). Bu anlamda ritüel sahnesi adına bir çerçeve geliştirmek için öncelikle neyin bir ritüel oluşturup oluşturmadığına dair net bir tanımlama yapmak gerekmektedir. Sosyal bilimlerde ritüele dair birçok tanım bulunmakla birlikte, bu tanımlar odak noktalarına bağlı olarak büyük ölçüde farklılık göstermektedir (Bell, 1997, s. 2; Collins, 2004, s. 271; Hobson vd., 2017, s. 2; Turner, 1969, s. 98). Ritüeller, onları oluşturan bireysel eylemlerin karakteristik yönlerine ilişkin katı, biçimsel ve tekrarlayan şekillerde yapılandırılma eğiliminde olan belirli bir fiziksel özellikler dizisi ile ayırt edilebilmektedir (Rossano, 2012; Hobson vd., 2017, s. 2; Tambiah, 1979). Diğer davranışlardan farklı olarak ritüeller, tipik bazı eylemlerden oluşur ve bu eylemler tipik olarak bölümlere ayrılmış eylem birimlerine bölünerek ritüele konu olan unsurlar için belli bir sıra ile tekrarlanarak gerçekleşmektedir (Boyer ve Liénard, 2006; Hobson vd., 2017, s. 2; Nielbo ve Sørensen, 2015). Her gerçekleştirildiğinde değişebilen alışkanlıkların veya rutinlerin aksine, ritüeller sergilendiklerinde genel olarak belirli bir yapıya bağlı kalma ve süreklilik eğilimindedir (Rappaport, 1999; Hobson vd., 2017, s. 2; Smith ve Stewart, 2011). Bu eğilim nedeniyle ritüeller tipik olarak kurallara “titiz bir şekilde bağlılık” gerektirdiğinden ritüelin senaryoya bağlılığını da beraberinde getirmektedir (Dulaney ve Fiske, 1994, s. 245; Hobson vd., 2017, s. 2). Ritüel performansının değişmezliği, ritüeli gerçekleştirirken ortaya çıkan ve tipik olarak anlamını artıran belirli psikolojik unsurlarla da bağlantılıdır. Örneğin, İslami geleneklerde ortak olan hayvan kesim ritüellerini düşünmek gerekirse; hazırlıklar, tamamen aynı sırayla, tamamen aynı adımlar kullanılarak yapılır. Burada ritüelin özgüllüğü, yapılan eylemin içerdiği manayı derinleştirerek ve

manevi amaca uygun davranmayı temsil etmektedir. Bu şekilde bir ritüelin kuralları gevşetilemez; çünkü ritüelleştirilmiş eylemler ile eylemlerin kendisi sıradan anlamından sıyrılarak icra eden birey ya da topluluk için özel anlamlar taşımaktadır (Hobson vd., 2017, s. 2).

Ritüel deneyimleri aralıklı ve sıralı olaylar dizisi üzerine inşa edilmektedir. Belli bir başlangıcın ardından devam eden olaylarla dizgilenen ritüelleri zaman zaman durgunluk da izleyebilmektedir. Belirli bir ritüel davranış dizisi nispeten kısa ve basit olabileceği gibi daha ayrıntılı süreçlerden oluşan ritüeller; onu oluşturan çoklu davranışların icra edilmesini gerekli kılabilir. Ritüellerin diğer bir ayırt edici özelliği, olay dizilerinin belirli ve sabit bir sırayla birbirine bağlanmasıdır. Ritüel eylemin öğeleri her zaman değişmeyen bir dizi olay örgüsü içinde öncelik veya sonralık sırasına göre kendine yer bulur. Bir diğer söylemle ritüel eylemler, basmakalıp senaryolara uyacak şekilde tasarlanmıştır ve önceden belirlenmiş bir senaryoya uygun hareket etmek; özünde soyut anlamda ritüele dahil olan kişiler açısından olumlu motivasyon ve ödüllendirme güdülerini harekete geçirmektedir (Bird, 1980). Ancak bazı ritüeller daha rahat bir yapıya sahiptir ve bu yönüyle uygulayıcılarının inisiyatifine bağlı olarak dizgilerde değişiklik yapılabilir. Örneğin bir doğum günü kutlamasında pasta kesme, hediye kabul etme ve hediyeleri açma gibi dizgilerin sıralamaları konusunda ortak fikirler olsa da değişkenlik gösterebilir. Ritüel davranışın üçüncü bir özelliği, olay dizisinin zaman içinde tekrarlanmasıdır. Bir ritüel, her gözlemlendiğinde aynı şekilde gerçekleştirilme eğilimindedir (Rook, 1985, s. 252). Bu nedenle ritüel olaylar, anımsatıcı araçlar olarak bireylerin o yönlü düşünce ve duygularını ortaya çıkarırlar. Böylece bir ritüel her sahnelendiğinde bireyin zihninde ve iç aleminde saklı duygular canlanmaktadır (Mead, 1956). Ritüelin içeriği ve eylemlerin dizgisinde çeşitlilik gözlemlense de bu değişkenliğin, ritüelin katı ve dirençli yapısından dolayı daha az esnekliğe sahip olacağı söylenebilir. Her ne kadar ritüeller yapısı gereği belli tip ve özelliklere sahip olsa da (Rook, 1985, s. 252) ritüel ortamlar, resmileştirilmiş olsa da eğlenceli bir unsur olarak sürprizler içermektedir. Bir etkinliğin anlamı, iletişimi veya performansı, işlevinden ve pragmatik sonundan daha önemli hale geldiğinde ritüelleşme gerçekleşmeye başlamıştır. Sonunda, ritüelleştirme günlük yaşamın ötesinde dini faaliyetlere ve sağlık, spor, dans ve eğlence gibi birçok alana kadar genişler (İbrahim, 1988, s. 26). Netice olarak farklı şekillerde sahnelenen ritüellere ilişkin süreçler kimi zaman benzerlik gösterse de gerçekleştiği bağlama göre farklılıklar söz konusu olacaktır.

Sahnelendiği her an gerek katılımcıların iç aleminde açığa çıkan hisler açısından gerekse de seyircilerin gözlemlediği unsurlar açısından değişimler olacaktır (Rook, 1985, s. 252).

2.1.2.3. Ritüele Kişisel Katılım

Ritüellerin bireyin kendi davranışının ya da bir başkasının davranışının bir ürünü olması, ritüel tipolojisinin bir diğer unsurudur. Bazı ritüeller yazılı kurallar ile yönlendirilmediğinden (Wallendorf ve Arnoul, 1991, s. 17), bunlar genellikle bireylerin kendi inisiyatifinden kaynaklanan veya farklı bireyler arası gelişen fikir birliklerinin bir neticesi olarak eyleme geçirilmektedir. Dolayısıyla bu ritüeller, o eylemleri gerçekleştiren katılımcılar için kişisel olarak farklı anlam düzeylerine sahiptir. Ritüele kişisel katılım boyutunda bireyin aktif ya da pasif katılım ile ritüelin çerçevesine dahil olmasının da belirleyiciliğinin altı çizilmektedir. Vohs ve meslektaşlarının (2013) çalışmasına göre, gerçekleştirilen ritüele aktif katılım sağlayan bireyler olumlu tüketim deneyimlerine sahip olabilirken; ritüele pasif olarak seyirci kimliğiyle dahil olan katılımcılar olumsuz tüketim deneyimi geliştirebilirler. Bununla birlikte gerçekleştirilen ritüelin sosyal bir ortamda gerçekleştiği düşünülürse bireylerin aktif ya da pasif katılımında bulunmaları durumu fark etmeksizin o ortamdan fayda gözettikleri söylenebilir. Dolayısıyla bireylerin ritüelleri gerçekleştirirken hissettikleri duygular o ritüele ilişkin aidiyet duygusunu olumlu ya da olumsuz etkileyeceğinden, ritüellerin uygulanış biçimleri katılımcılar için farklı sonuçlar doğurmuş olacaktır (Ratcliffe vd., 2019, s. 88). Normal eylemlere göre olağan hedefinin ötesinde bambaşka anlamları taşıyan ritüeller aracılığıyla gerçekleştirilen eylemler her zamanki anlamlarından sıyrılarak ritüeli gerçekleştiren kişi ya da kişilerin tüketim davranışına yeni bir boyut katar (Boyer ve Liénard, 2006, s. 597; Kapitany ve Nielsen, 2015, s. 13). Sembolik ve her toplumun kendi yapısına göre değişkenlik gösterebilen faktörlerle çevrelenen ritüel eylemler dış dünya üzerinde pratik sonuçlar doğurmayabilir; ancak ritüellerin işlevselliği toplumun iç yapısı ile ilgilidir. Bir diğer söylem ile ritüellerin varlığı; uygulanan toplum içindeki kişilere güven vermekte, eylemlere manevi güçlü anlamlar yüklemekte ve sosyal organizasyonları disipline etmektedir (Homans, 1941, s. 172). Bireylerin yetişkin ritüel davranışlarının çocukluk deneyimleriyle ilişkili olduğu ifade edilmektedir. Bu yönüyle şimdiyi geçmişle sembolik olarak bağladığından, bu ritüellerin bireyler açısından anlamlılık düzeyi yüksektir. Teoriye göre insan

davranışlarındaki dinamik yapı, bireylerin toplumsal güçler sebebiyle etkilenen tüketim davranışlarında ve ritüel alışkanlıklarında rol oynamaktadır. Dolayısıyla toplumsal güçlerin baskınlığındaki bireyde; başarı, güven, aidiyet ya da izolasyon duyguları canlanabilmekte ve bu da tüketim ve ritüel davranışları sergileme noktasında bireye yol gösterici olmaktadır (Rook, 1985, s. 258). Bu gibi unsurlar ritüelin kişisel boyutunu ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak tüketim ritüellerine ilişkin bağlamların, sahnelenmesinin ve kişisel katılım düzeylerinin incelenmesi; var olan ritüel türleri hakkında önemli betimsel bilgi sağlamaktadır. Bu bağlamda ritüel tiplerinin farklı yönlerini birleştiren bu yaklaşım çerçevesi ile bir ritüelin hangi bağlamda gerçekleştiği, hangi unsurlarla yürütüldüğü ve kişisel ya da grup ölçekli katılımının olması durumuna göre katılım düzeyi gibi unsurlara göre ilgili tüketim ritüelinin tipolojisi belirlenmiş olmaktadır (Ratcliffe vd., 2019, s. 88).

2.1.3. Ritüelin Bileşenleri

Tipolojilerden farklı olarak bileşenler, bir araya gelerek bir ritüel oluştururlar. Bir diğer deyişle ritüele ilişkin temel unsurların ne olduğu ile ilgilenilmektedir (Ratcliffe vd., 2019, s. 88). Rook (1984), çalışmasında ritüel davranışların yönünü anlamaya yönelik ilk ritüel tanımını formüle ettiğinde, ritüel kavramı tüketici araştırmalarının bir parçası haline gelmiştir. Bu çalışma neticesinde dört ana ve zorunlu bileşenden oluşan ritüel çerçevesi oluşturulmuştur (Rook, 1984, s. 279):

- *Aktör-katılımcılar*: Çok kişiselden çok kamusal ve ayrıntılı etkinliklere kadar değişen ritüeller (Gainer, 1995, s. 254) en az bir aktöre ve çoğu zaman birden fazla katılımcıya sahiptir.
- *Kitle*: Sembolik boyut geçerli olduğunda, bir kitleye mesaj göndermek için ritüeller gerçekleştirilir. Ritüel özel bir kanunu temsil ediyorsa, kendi merkezinde bir mesaj verir.
- *Senaryo*: Ritüeldeki her aktör, topluluk içinde bilgi paylaşımını da mümkün kılarak, davranıştaki tekrarı destekleyen iyi tanımlanmış bir senaryoyu takip eder.
- *Eserler*: Bağlam oluşturma ve sembolik anlamı pekiştirme amacıyla ritüeller birer ipucudur.

Eserler ve senaryolar, ritüel yoluyla aktarılan anlamın sembolleri olarak işlev görebilen bu malların hazırlanmasına yönelik kullanılan tüm unsurlarla açıkça ilgilidir. Sosyal

ortamlarda yürütülen ritüel eylemlerde bireylere sunulan gerek direk ritüelle ilintili gerekse de konukların ritüel deneyiminin artırıcı hediyelik ve ikramlıkların niteliği de önemlidir. Kullanılan bileşenlerin kişiselleştirilmesi, kendine özgü oluşu ya da özel olarak temin edilmesi gibi hususlar ritüel deneyimlerinin tüketim deneyimiyle aynı potada eridiği zemini gözler önüne sermektedir (Ratcliffe vd., 2019, s. 89).

Ritüellerle ilgili bir diğer yaklaşım ise, ritüelleri kültürel anlamını ürünlere ve markalara aktaran sembolik bir davranış olarak tanımlayan McCracken (1986)'ın çalışmasıdır. Tüketim mallarının kültürel önemi üzerine yürütülen eski araştırmalar (Belk, 1982; Felson, 1976; Furby, 1978; Holman, 1980; Levy, 1978; Schlereth, 1982; Solomon, 1983) tüketim konu ürünlerin faydacı karakteristik özelliklerinin ticari değerinin ötesinde bir anlamı barındırdığını ortaya çıkarmıştır. Bu önem, büyük ölçüde kültürel anlamı taşıma ve iletme yeteneklerinde yatmaktadır (Douglas ve Isherwood 1996, s. 52). Bu bağlamda kişi ve nesne ilişkilerinin incelenmesi tüketim mallarının kültürel önemini anlamak için önemli bir alandır (McCracken, 1986, s. 71). McCracken (1986) çalışmasında iki yönlü bir aktarımdan bahsetmektedir (Amati ve Pestana, 2015, s. 231). Geleneksel olarak tüketim unsurlarının kültürel anlamı, tüketim ritüelleri aracılığıyla bireylerin benliklerine aktarılmaktadır (McCracken, 1986, s. 71). Tüketim unsurlarındaki anlamın tüketicinin yaşamına aktarılmasında, özel ritüel uygulamaları ve buna bağlı gelişen sembolik eylemler öne çıkmaktadır (Turner, 1969, s. 95). Bireysel ve kolektif iletişimin aktarılması için uygulanan ritüeller, kültürel düzenin geleneksel sembollerini ve anlamlarını kabul etmek, tasdik etmek ve onları canlandırmak için yürütülmektedir. Bu bakımdan ritüel, kültürel anlamın harekete geçirilmesi için güçlü ve çok yönlü bir araçtır. Örneğin klasik bir geçiş ritüeli biçiminde, ritüel, bir kişiyi bir kültürel kategoriden diğerine taşımak için kullanılmaktadır (Turner, 1967, s. 234; Van Gennep, 1960, s. 26). Bu bağlamda tüketim unsurları vasıtasıyla kültürel anlamın yansıtılmasında ritüeller önemli bir yansıtıcı görevi görmektedir (McCracken, 1986, s. 78).

Tetrault ve Kleine (1990)'a göre ise ritüeller; ritüele davet edenler, ritüelin seyircileri, gelenekleştirilmiş bir sahneleme ve inanan katılımcılardan oluşan bir topluluk bileşenlerinden oluşmaktadır. Bu nedenle ritüel davranış koşullarının sağlanması; halka açık olması gerektiği veya bir şekilde paylaşılabılır olmasından geçmektedir (Gainer, 1995, s. 253; Tetrault ve Kleine, 1990, s. 33). Yanı sıra Holt (1992, s. 213-215), üç tamamlayıcı yaklaşıma göre tüketici ritüellerinin tanımlanmasına ilişkin bir sınıflandırma önermiştir:

- *Davranışsal niteliklerin yan ürünü:* Bu anlamda ritüelle ilişkili davranışsal özellikler; belli standartları, amaçları, formaliteleri, tekrarları, senaryolu dizileri ve katılımcıları barındıran ritüel davranışların alışkanlık ve geleneklerdeki davranışlardan farklı yanına atıf yapmaktadır.
- *Sembolik-ifade edici davranış:* Ritüeli sembolik eylem olarak görmek, toplumsal ve kutsal değerlerin sembolik eylemlerle dizgilenen ritüellerden beslendiğine yönelik bir anlayıştır.
- *Kutsal olana atıfta bulunan davranış:* Ritüeli kutsal deneyim olarak gören ritüel anlayışı, makro düzeyde farklı toplumlarda bulunan çeşitli inançlar arasında bir bağlantı sağlamak ve mikro düzeyde ise ilgili toplumun inancıyla ilgili olarak kategorize edilen ritüelleri ifade eder.

Bu ritüel unsurları sembolik ve duyuşsal özellikler barındırdığı için aile bireyleri arasında duygusal bağ oluşumuna zemin hazırlayarak aile kimliğini güçlendirir. İletişim, bağlılık ve süreklilik bileşenleriyle ritüeller; bireyler açısından grup içi rollerin desteklenmesi, gruba aidiyet duygusunun oluşması ve tekrarlı uygulamalarla değerlerin nesilden nesile aktarımı gibi faydalara kapı aralayacaktır (Fiese vd., 2006, s. 69). Bu gibi özellikleri ile bu bileşenler, somut nesneler veya insanlar yerine, büyük ölçüde soyut süreçlere atıfta bulunmaları nedeniyle, Rook (1985) tarafından önerilen bileşenlerden farklılaşmıştır (Ratcliffe vd., 2019, s. 88).

Rook (1985), McCracken (1986), Tretreault ve Klein (1990) ve Holt (1992)'un ritüel tanımlarını daha geniş bir perspektifte değerlendirerek ele alan Amati ve Pestana (2015) ise, tüketim ritüellerine ayrıntılı ve pazarlamayla daha ilgili bir çerçeve sunmuştur. Akademisyenlere ve uygulayıcılara, ana aktörlerin bakış açısından tüketim ritüellerini incelemeye yönelik bir model sağlayan Amati ve Pestana (2015), bu bağlamda tüketim ritüellerinin yedi bileşenini “yıldızlar ve konuk rolleri”, “bağlam ve anlar”, “anlamlar ve semboller”, “sıklık”, “sıralama ve yapı”, “performans ve estetik” ve “öğrenme ve yayılma” olarak sıralamıştır. Özellikle bağlamlar ve anlar olarak ifade edilen ikinci bileşen, pazarlama anlamında tüketim ritüelleri ile ilgilidir; çünkü markalara dayalı tüketim ritüellerinin başkalarına nasıl aktarılabilirliğini değerlendirmektedir (Amati ve Pestana, 2015, s. 235; Ratcliffe vd., 2019, s. 89).

2.1.4. Ritüelin Sonuçları

Ritüellerin incelenmesi ile ilgili tarihçe antropolojik, sosyolojik ve psikolojik literatürlerde, özellikle ritüellerin kişilerarası etkilerine odaklanmıştır (Brooks vd., 2016, s. 71). Ritüellerle ilgili yürütülen bazı araştırmalar (Atran ve Henrich, 2010; Blake, 2014; Collins, 2004; Durkheim, 1912; Irons, 1996; Norenzayan ve Shariff, 2008; Rossano, 2012); grup ritüellerinin sembolik ve rasyonel sonuçlarına değinmiştir. Buna karşın son yıllarda, ritüellerin rasyonel faydalarının aksine bireylerin iç dünyalarındaki gözlemlenen faydalara odaklanılmaktadır. Nitekim ritüeller, kültürler arasında ve tarih boyunca, genellikle doğumlar, ölümler, düğünler ve mezuniyetler gibi önemli geçiş dönemlerinde bireylere eşlik etmiştir (Brooks vd., 2016, s. 72). Sosyal bilimciler tarafından uzun zamandır kökeni ve olası işlevleri hakkında teoriler geliştirilen kolektif ritüel eylemler bilinen tüm insan kültürlerinin ortak yönünü oluşturmaktadır (Konvalinka vd., 2011, s. 8514). Antropolojik literatürde çeşitli sosyal durumlar olarak ifade edilen ritüeller; bir ya da birden çok katılımcının katıldığı özel törenlerden büyük toplantılara, tekil eylemlerden aylar ya da yıllara yayılmış uzun bir dizi eyleme kadar çeşitlilik göstermektedir (Boyer ve Liénard, 2006, s. 597). Antropolojik olarak ritüeller, yalnızca toplumlardaki yaygınlığı açısından değil; sosyal süreçlerle olan bağlantısı açısından da ele alınmıştır. İnsanlık ile ritüeller arasında var olan ilişkiden dolayı insanlığın hem geçmiş hem de gelecek yönlü araştırmalarının odak noktası ritüel araştırmalarından geçmiştir (Driver, 1998, s. 10). Bunun yanı sıra sosyal dayanışmayı ve grup uyumunu güçlendirdiği belirtilmektedir. Böylelikle ritüeller, grup üyeleri arasında güçlü duygusal bağların oluşumuna katkıda bulunarak sosyal organizasyon ve dönüşüm için kullanılan birtakım araçlar haline gelmiştir (Konvalinka vd., 2011, s. 8514, 8517).

Deneyimlerin sosyal bir kodlamasını sağlayan (Firth, 1973); sosyal bir dil işlevine sahip olan (Levi Strauss, 1962) ve kültürel değerleri dramatize ederek (Campbell, 1972; Harrison 1912); sosyal düzen hakkında sembolik açıklamalar sunan ritüellerin (Durkheim, 1912) bugünü geçmişle ilişkilendirdiği ortaya konmuştur (Rook, 1985, s. 255). Bunun yanı sıra, tüketim faaliyetini, ritüel sürecinde deneyim boyutuyla birleştiren bireylerin eylemlerinin kuşaklar arası süreğen bir yapıya kavuşması da söz konusudur (Rossano, 2012, s. 541). Kuşakları arası aktarılabilme özelliğine sahip olan ve her toplumun kendi kültürüne göre şekillendirdiği ritüel uygulamaları, toplumların kendi yerel ihtiyaçları bazında ölçüp tartılarak yeniden yapılandırılmakta (Altaş, 2018, s. 11) ve bu yönüyle toplumsal hayatın

bir parçası olarak bireyler ve toplumlar arası olumlu duyguları canlı tutan bir yapıdadır (Özkan, 2016, s. 6). İnsan kültürlerinde belirli türden törenlerin bulunmasının; kültürler arası aktarılıp devam etmelerinin ve süregelen olarak istikrarlı bir şekilde tekrar edilerek ritüelleştirilmelerinin ardında birden çok neden olabilir (Boyer ve Liénard, 2006, s. 597). Ritüellerin kimisi olduğu gibi benimsenip uygulanırken, kimisi de değişimlere uğramaktadır. Bu yüzden ritüel davranışların arka planında yer alan unsurlardaki kültürel değişimler ritüellerde birtakım evirilmelere neden olmuştur. Çünkü bireylerin sosyal statüsü, popülerleşmeye bağlı kültürlerin yeni değişimlerden etkilenmesi gibi birçok unsur burda söz sahibidir (Orrock, 2006, s. 625). Kültürler arası etkileşim ile aktarılan ritüeller; bireylerde inanış, adanmışlık, sosyal bağlılığı kuvvetlendirme gibi birçok amaca hizmet etmektedir (Turner, 2006, s. 633). Bunun yanı sıra ritüele katılan kişiler, ritüeli artık anlamlı bulmadığında (Rook, 1985); bazı sosyal ritüeller nispeten boş ve anlamsız hale gelerek (Erikson, 1977) ilk baştaki etkisini koruyamayacaktır (Rook, 1985, s. 255). Bunun neticesinde bazı ritüel eylemlerin popülaritesi azalırken, onların yerini alacak yeni ritüeller ortaya çıkabilmekte ve bazı ritüellerin görece yok olabildiği söylenmektedir. Bu yönüyle çoğu pazar ürünü gibi ritüellerin de bir yaşam döngüsünün olduğu ve zamanla etkilerinin azaldığı, daha küçük kitlelere hitap ettiği ya da tamamen silindikleri durumlar söz konusu olabilmektedir (Rook, 1985, s. 255). Dolayısıyla geçmişle gelecek arasında köprü olan ortak kültürel ritüellere eğilimin zaman zaman azalsa da (Douglas, 1974), genel anlamda tüketim duygusunda güçlenme ve tüketim deneyimlerini gerçekleştirme yönünde olumlu bir katkı sağladığı ifade edilmektedir (Vohs vd., 2013, s. 1719).

Genel olarak ritüellerin ne anlama geldiği ve ne gibi sembolik anlamlara sahip olduğunun yanı sıra hem görünür hem de gizli olan sosyal ve psikolojik işlevlerinden ve sonuçlarından bahsedilmiştir (Beattie, 1966, s. 61). Bu anlamda kültürel ritüeller genellikle belirli bir durum göz önüne alındığında, zorunlu olarak yapılması gereken eylemler olarak düşünülebilir. Çoğu zaman, ilgili ritüelin belirli koşullar altında neden yapılması gerektiğine dair bir açıklama olmasa da bir ritüelin genellikle belirli bir genel amacı vardır. Bu amaç doğrultusunda bireyler günlük etkileşimlerinden farklı bir şekilde tüketim davranışlarını o ritüele özgü bir ortam ile de desteklerler. Böylece hem mekân hem de tüketime konu unsurlar bir araya gelerek birey ya da bireylerce desteklenen ritüel eylemleri, tüketimden elde edilecek çıktının anlamına ilişkin ayrı bir farkındalık katacaktır (Boyer ve Liénard, 2006, s. 597). Bir diğer söylemle ritüeller, uygulandıkları bağlamda

ilgili tüketim faaliyetlerinin fonksiyonel veya enstrümantal değerlerine çeşitli şekillerde katkıda bulunmaktadır. Burada ayırt edici olan unsur ritüellerin hangi bağlamda, hangi tüketim faaliyeti etrafında, hangi zaman ve mekânda, kimler aracılığıyla yürütüldüğüdür. Tüm bu unsurlarla birlikte, ritüellerin sonuçlarına yüklenen bireysel anlamlar şekillenmektedir (Beattie, 1966, s. 61). Ritüel performans öncesinde, sırasında ve sonrasında var olan uyarıcı özellikler; bireysel düzeyde ritüel eylemlere ilişkin birtakım anlam değerlendirmelerini meydana getirir. Bir diğer söylemle; ritüel eylemler bir kişiyi aile, gelenek, kültürel ve dini olgular ile kendisinden daha büyük bir şeye bağlayarak anlamlı bağlam dizisinin bir parçası kılmaktadır. Doğasında yer alan özel statü ile sıradan davranışlardan ayrılan ritüeller, daha değerli ve anlamlı oluşu ile bireysel anlamda ve toplumsal anlamda önemli sonuçları birer mesaj niteliğinde bireyin iç dünyasına iletmektedir (Hobson vd., 2017, s. 4). Bu anlamda ritüelin sonuçları üç ayrı düzeyde gerçekleşmektedir (Ratcliffe vd., 2019, s. 89):

- *Bilişsel değişim*
- *Sosyal değişim*
- *Duygusal değişim.*

Mevcut ritüel teorileri genellikle bu sonuçlardan bir veya ikisine odaklanırken, üçünün de baz alındığı görülmüştür (Hobson vd., 2017, s. 1). Bu anlamda bu değişim mekânizmaları aracılığıyla ritüeller tüketim zevkini artırarak, insanların hayatı yaşamaya değer kılan şeyleri yapmalarını sağlamak için gizli bir araç olarak hizmet edebilmektedir (Vohs vd., 2013, s. 1720). Aşağıda bu unsurlara sırasıyla alt başlıklar halinde yer verilmiştir.

2.1.4.1. Bilişsel Değişim

Kolektif ritüellerin bilişsel etkilerini anlamak için katılımcıların o ritüele dair mevcut olan bilgi türleri önem arz etmektedir. İlk bakışta, çoğu ritüele katılan çoğu bireyin pek fazla bilgiye sahip olmaması; genellikle kendi ritüellerinin teorisine ait bilgi sahibi olamamalarından kaynaklanmaktadır. Ancak bu, bireylerin sadece taklit temelinde bir ritüele katıldıkları anlamına da gelmemektedir. Bu bağlamda ritüellere ilişkin davranışlar gözlemcilerin zihninde bazı zihinsel kalıpları harekete geçirerek; ritüel davranışlara ilişkin çıkarım yapmayı tetiklemektedir. Ritüel eylemler, bilgi işleme ve motivasyon sistemlerini etkinleştirdikleri ölçüde kültürel olarak başarılı görülmekte ve bilişsel düzeyde bireylere de

toplumlara da fayda sağlamış olmaktadır (Boyer ve Liénard, 2006, s. 610).

İnsan ve toplum için ritüelleştirilmiş ortamlar ve eylemlerin ortaya çıkardığı çeşitli etkiler bulunmaktadır. Ritüeller, temel insan ihtiyaçlarının tatminini, ortak bir faaliyet bağlamına yükselttiğinden; ritüeli gerçekleştiren taraflar arasındaki etkileşimi duygusal ortaklaşa bir anlama dönüştürmeye yardımcı olmaktadır. Ortaya çıkan bilişsel kalıpları toplum tarafından paylaşılan genel bir vizyonun hizmetine sunarken; bu durum bir statüden diğerine kademeli bir geçiş için psikolojik temel sağlamak anlamını taşımaktadır (İbrahim, 1988, s. 25-26). Ritüeller sadece fonksiyonel veya enstrümantal amaçlar için değil, aynı zamanda sembolik değerleri nedeniyle de gerçekleştirilmektedir. Bir diğer deyişle, bireyler tüketim ritüelleri vasıtasıyla gerçekleştirdiği deneyimlerin onlara ne anlam ifade ettiği ve ne gibi bir değere sahip olduklarıyla da ilgilenmektedir (Ratcliffe vd., 2019, s. 89). Ritüeller, bireylerin yanı sıra ritüel deneyime eşlik eden aktörler ve katılımcılar haricindeki unsurlar açısından da sembolik değeri değiştirebilir. Örneğin bir doğum günü ritüeli, pastanın anlamını günlük bir pastadan doğum günü kutlanan kişinin ve o özel günün sembolü olan bir pastaya dönüştürmektedir (Belk vd., 1989, s. 12; Fischler, 1988, s. 276; Kapitány ve Nielsen, 2015, s. 14; Marshall, 2005, s. 70; Ratcliffe vd., 2019, s. 89). Bunun yanı sıra, Rook (1985: 262) ve Driver (1998, s. 4), ritüelin bir sonucu olarak bireyin kimliğinin inşasını veya yeni bir yapıya bürünmesine değinmişlerdir. Bir doğum günü ritüeli kişiyi; doğum gününü kutlayan kişi sıfatıyla, bireysel kimliğini kısa bir süre için bile olsa birçok kişiden daha özel bir kişiye dönüştüren kişi olarak tanımlamaktadır. Farklı türdeki ritüel tüketimleri ile hangi anlamların ilişkili olabileceği ve ritüellerin bu anlamlardaki değişimi nasıl etkileyeceği, ritüel türüne göre ve o ritüeli deneyimleyecek kişilerin öznel anlam düzeyine bağlı olarak değişmektedir (Ratcliffe vd., 2019, s. 89). Tüketim ritüellerinin tüketici kimliklerini oluşturmaya ve güçlendirmeye nasıl yardımcı olabileceği tartışılmaktadır (Quintão vd., 2017: 484). Ancak her tüketim ritüelinin her birey için kimlik tabanlı bir değişime sebep olup olmayacağı ya da ne şekilde etkiye maruz bırakacağıyla ilgili tek tip bir çıkarımda bulunmak doğru olmayacaktır (Ratcliffe vd., 2019, s. 89).

Ritüelin sonuçlarını açıklayan bilişsel mekânizmalar, ritüel esnasında ve ritüel performans sonucunda katılımcıların ilgi düzeyi ile ritülle ilişkili bileşenlerin sembolik değerlerine odaklanarak ritüelin anlamını ortaya çıkarmaktadır (Ratcliffe vd., 2019, s. 90). Ritüel performansın bir sonucu olarak kavramsallaştırılabilen ve tüketimin kültürel anlamdaki

değişimi (McCracken, 1986, s. 81); ritüelin bilişsel, duyuşsal ve davranışsal sonuçlarından sorumlu bir mekânizma olarak da genellenebilmektedir (Belk vd., 1989, s. 31; Kapitány ve Nielsen, 2015, s. 14). Bir diğer deyişle bir ritüelin performansı, bir bireyin veya nesnenin anlamını veya sembolik değerini değiştirebilir ve bu da daha sonraki sonuçlara yol açar. Bu anlam değişikliği ve anlamlılık düzeyi ise sosyal bağın kurulmasında bir araç niteliğinde olmaktadır (Boyer ve Liénard, 2006, s. 620; Ratcliffe vd., 2019, s. 90). Bir ritüele katılma yoluyla bilişsel dikkat ve ilgi durumları, ritüelin duygusal değişime sebep olacağı önemli mekânizmalar olarak ifade edilmektedir. Bireylerin tüketime olan içsel ilgi düzeyi soyut ve gözlemlenemez özelliklere sahip olsa da ritüelin performansına bağlı olarak artmaktadır. Sonuç olarak da bireysel ilginin duygusal tüketim deneyimlerinin artmasıyla ilişkili olduğu gözlemlenmiştir (Vohs vd., 2013, s. 1715). Ritüel eylemlerin bilişsel mekânizmaları, bireylerdeki duygusal değişimde rol oynayan etmenlerdendir. Böylelikle bilişsel mekânizmalar, ritüel ve duygusal sonuçlar arasındaki ilişkilere aracılık edebilmektedir (Hobson vd., 2018, s. 16; Ratcliffe vd., 2019, s. 91).

2.1.4.2. Sosyal Değişim

Birçok yaygın tüketim ritüeli, doğası gereği sosyal olgulardır (Vohs vd., 2013, s. 1720). Bireysel anlamın da ötesinde toplumsal dinamikleriyle ritüeller, sosyal olarak öngörülen bir düzen çerçevesinde gerçekleştiği için hem bireysel yeniliğin bir ürünüdür hem de grup temellerine dayanmaktadır. Dolayısıyla ritüellerin, sosyal olgulardan beslendiği ifade edilmektedir (Legare ve Souza, 2012, s. 1). Birçok sosyal ve kültürel ortamda düzenli, karşılıklı onaylama ve etkileşimle beslenen insan ilişkilerine ihtiyaç duyulmaktadır (İbrahim, 1988, s. 25). Belirli geleneklere sahip toplumun üyeleri olarak bireyler için toplum, ritüelin şeklini belirlemekte ve bireylerin ritüeli uygun durumlarda gerçekleştirmesini beklemektedir (Homans, 1941, s. 171). Ritüeller, kültürel ve sosyal geçişin üretici gücünü barındırmaktadır. Ritüel hem toplu bir onaylama kaynağı hem de bir yaratıcılık kaynağı olarak görülmektedir (İbrahim, 1988, s. 27). Dolayısıyla, sosyal olarak belli amaçlar etrafında toplanan ritüeller, sosyal ve ahlaki düzen içinde yer alan bireylerin bu çevredeki etkileşimlerini sürdürmelerinde ve sahip oldukları anlayışları birbirleriyle paylaşmasında rol oynamaktadır. Ritüeller etrafında konumlanan topluluğun üyeleri, ortaklaşa olarak duygusal ve yoğunlaştırılmış anlamlar zincirinin birer parçası haline

gelmektedir (Tetreault ve Kleine, 1990, s. 33). Tek başına, başkalarıyla birlikte aktif olarak veya başkalarının ışığında pasif olarak gerçekleştirilen ritüeller bireylerde sosyal kimliği sembolik olarak güçlendirmekte (Cowan ve Spielman, 2017, s. 392) ve bu anlamda sosyal etkileşimi tatminkâr hale getirebilmektedir (Tetreault ve Kleine, 1990, s. 33).

Temelde ritüeller ikili amaca hizmet etmektedir (Kapitany ve Nielsen, 2015, s. 14). Birincil amaç; görünür amaçlar çerçevesinde insanların veya olguların sembolik yönlerini dönüştürmek için sosyal çevreyi kontrol etmek ve etkilemeye çalışmaktır (McCauley ve Lawson, 2005, s. 175; Sorensen vd., 2006, s. 479). Bir ritüelin ikinci amacı ise, tipik olarak bireyin kendisini ait hissettiği ve bağlılık duyduğu grup ilişkileriyle ilgilidir (Konvalinka vd., 2011, s. 8514). Bu anlamda ritüeller; grup ilişkilerine ve değerlerine bağlılık göstermek (Ruffle ve Sosis, 2007, s. 1; Sosis ve Ruffle, 2003, s. 713), normları grup üyelerine benimsetmek (Atran ve Henrich, 2010, s. 25) veya kültürel bilginin aktarılmasına yardımcı olmak gibi misyonlara sahiptir (Rossano, 2012, s. 530). Dolayısıyla ritüellerin bireyler ve gruplar arasında sosyal bağlar oluşturabileceği ve güçlendirebileceği ifade edilmiştir (Dietler, 2001, s. 71; Driver, 1998, s. 6; Gainer, 1995, s. 254; Hobson vd., 2017, s. 16; Kapitány ve Nielsen, 2015, s. 14; Wen vd., 2016, s. 55). Bir diğer söylemle, ritüellerin gerçekleştirilmesi grup üyelerinin birbirleriyle olan yakınlığını artırarak bireylerin gruba aidiyetini olumlu etkilemektedir (Hobson vd., 2017, s. 5). Bu bağlamda tüketim ritüelleri grup kimliğini paylaşmanın sembolik bir yolu olarak ifade edilmektedir (Belk, 1988, s. 51; Fiese vd., 2006, s. 87; Fischler, 1988, s. 276; Lupton, 1994, s. 664). Ritüeller sırasında belirli unsurların kullanılması, bir sosyal grubun kimliği hakkında sembolik bilgiler verebilir. Bu da bireyin sosyal çevresiyle ortak bir deneyim paylaşmasındaki tatmin duygusunu beslemektedir (Ratcliffe vd., 2019, s. 89).

Toplumlarda yaygın olarak uygulanan ritüellerin en az değişim ile uygulanmaya devam etmesinin, bireylerin ritüel deneyimlerinin iç dünyalarındaki bireysel deneyimleriyle örtüşmesinden kaynaklandığı belirtilmiştir (Driver, 1998, s. 7). Gainer (1995, s. 253), sosyal bağın, “küçük dünyalar” içindeki aile, akranlar veya meslektaşlar gibi ritüellerden daha büyük ölçekli ritüellerden kaynaklanma olasılığının daha yüksek olduğunu belirtmektedir. Rook (1985) ve Marshall (2005) tarafından ortaya konulan ritüel tipolojilerinde bu, küçük grup ortamlarındaki ritüellerin performansı ile ilgilidir. Bu denli küçük çaplı ritüeller, kuralların veya sosyal normların iletilmesini ve öğrenilmesini sağlarken; daha büyük ölçekli topluluk ritüelleri daha önce edinilmiş sosyal normların

güçlendirilmesini sağlamaktadır (Ratcliffe vd., 2019, s. 90). Dolayısıyla ritüellerin, davranışsal tepkilerin çerçevesini çizen ve sosyal ortamlarda adeta bir sembol gibi işleyen yapısıyla, kişilerarası etkileşimleri kolaylaştıran bir sosyal deneyim kaynağı olduğu ifade edilmiştir (Rook, 1985, s. 253).

2.1.4.3. Duygusal Değişim

Bir ritüelle ilk kez karşılaşıldığında onun amacı, içeriği veya ilgili kuralları hakkında çok az bilginin olduğu düşünüldüğünde; ritüel eylemlerin duygusal mekanizmalarını yorumlamak çeşitliliğe sebep olmaktadır (Kapitany ve Nielsen, 2015, s. 13). Bir ritüelden bahsedebilmek için karakteristik fiziksel özellikler ile psikolojik özelliklerden oluşan bir dizi davranışın gerçekleşmesi gerekmektedir. Belli özelliklerden oluşan ve tekrarlayan eylem dizileri fiziksel boyutu oluştururken; uygulayıcının bir amaç etrafında şekillendirdiği ve anlamlandığı bir ritüelin varlığı ise psikolojik boyutu ifade etmektedir (Hobson vd., 2017, s. 2). Ritüellerin, içsel duygu durumlarının bir ifadesi olarak ilahi fikirleri ve sosyal ilişkileri sembolize ettiği ve psiko-fiziksel durumları temsil ettiği de öne sürülmektedir. Bu anlamda ritüeller, bireylerin günlük yaşamlarında karşılaştıkları sorunların etkisini hafifleten ve onları psikolojik olarak bir şeylerin daha anlamlı olabileceğine yönelik destekleyen kültürel gelenekler olarak ifade edilmiştir (Legare ve Souza, 2012, s. 1). Çeşitli sosyo kültürel ve psikolojik durumları tetiklemenin bir yolu olarak düzenleyici etkisiyle ritüeller, çeşitli zaman dilimlerinde insan hayatında kendine yer bulmuştur (Rappaport, 1971, s. 60). Dolayısıyla ritüel davranışlar gerek insan yaşamında somut olarak gerekse de iç dünyada ruhsal olarak yer bulduğundan (Erikson, 1977-1982), bireylerin ruh hallerinde de duygusal değişikliklere sebep olmaktadır (Ratcliffe vd., 2019, s. 90). Ritüellerin birçok psikolojik işleve hizmet ettiği ve aynı anda birden fazla duyguyu canlandırma özelliği ile düzenleyici bir yapıda olduğu ifade edilmektedir. Ritüeller duygusal refahı ve performansı iyileştirmeye yönelik yararlı sonuçlar doğurmaktadır (Hobson vd., 2017, s. 4). Ritüeller gerçekleşme sıklığına bağlı olarak farklı psikolojik değişikliklere sebep olmaktadır. İlk kez yapılan bir ritüel, ikinci kez yapılan aynı ritüelden çarpıcı biçimde farklıdır ve bu da süregelen tüketim ritüellerinin dinamik doğasını açıklamaktadır (Hobson vd., 2017, s. 5). Bir ritüele verilecek bireysel tepki, çeşitli işlevsel unsurlar aracılığıyla şekillenmektedir. Eğer ritüelin manevi ve ruhsal yönlü olumlama gücü

var ise ona göre birey daha ritüel eylemi gerçekleştirmeden bile duygusal değişim sürecine girecektir (Boyer ve Liénard, 2006, s. 610). Bu da ritüel davranışların, bireylerin iç alemindeki sıkıntıları dağıtma, olumsuz duygularla başa çıkarak hafifletici ve ortadan kaldırııcı etkilere sebep olma gibi özelliklerinden kaynaklanmaktadır (Boyer ve Liénard, 2006, s. 595; Brooks vd., 2016, s. 73; Hobson vd., 2017, s. 6; Norton ve Gino, 2014, s. 266). Çeşitli bağlamlarda gerçekleştirilen ritüeller bireylerin konsantrasyon ve motivasyon davranışlarını da canlandırarak (Brooks vd., 2016, s. 73) duygusal ve duygusal deneyim (Hobson vd., 2017, s. 3) yaşamalarına sebep olmaktadır.

Ritüellerin insanların duygusal sağlığı üzerindeki nedensel etkisine ilişkin net bir çıkarım yapılamasa da ritüellerin altında yatan psikolojik ve sosyokültürel mekânizmalar, bireylerin duygusal değişim kaydetmelerine zemin hazırlamaktadır (Norton ve Gino, 2014, s. 271). Ritüel deneyimlere içsel katılım göstermek duygusal açıdan da bireyin ritüele odaklanması anlamına geldiğinden, ritüel performansı birey için duygusal ve davranışsal açıdan olumlu sembolik anlamlara sebep olacaktır (Boyer ve Liénard, 2006, s. 620; Brooks vd., 2016, s. 83; Norton ve Gino, 2014, s. 271). Dolayısıyla deneyimlerin perspektifinin, ritüellerinin olumlu duygusal sonuçlarıyla derinleştiği ifade edilebilir (Ratcliffe vd., 2019, s. 90; Vohs vd., 2013, s. 1720).

2.2. Tüketim Ritüelleri

Bireylerin tüketim alışkanlıkları ile şekillenen ve aynı zamanda tüketim davranışlarını şekillendiren ritüeller, bireysel ve toplumsal açıdan tüketim ve ritüel ilişkisinin öneminin altını çizmektedir (Cowan ve Spielmann, 2017, s. 393). Ritüeller; kişisel katılımı ve bireyler arası etkileşimlerle yönlendirilmektedir. Sosyal ortamlarda kişisel katılımı yönlendirilen ritüeller, bireylerin kendi benlikleriyle ve başkalarıyla ortak paydada buluşmasına imkân tanımaktadır (Driver, 1998, s. 7). Bu anlamda etkileşimlerin ritüellere dönüşmesiyle yoğunlaştırılmış eylemler, tüketim ritüellerinin türemesine zemin hazırlamıştır (Gainer, 1995, s. 253). Ritüeller, onları uygulayanların toplumsal yapılarını sergileyen ve tüketicilerin bir grubun üyeleri olarak kendi kendilerini kurgulamalarına imkân tanıyan kültürel bir kaynak niteliğindedir (Cowan ve Spielmann, 2017, s. 392).

Ritüellerin nasıl yorumlandığının odak noktası, ritüellerin bireyler ve gruplar arasındaki etkileşim düzeyine bağlı olarak şekillenmektedir. Grup kimliği ve bireyler arasındaki

duygusal bağlar, etkileşimli ritüel teorisini ortaya koymaktadır. Etkileşim zincirlerinin tarafları olan bireyler, zaman içinde farklı durumsal unsurlara bağlı olarak etkileşimlerin bir parçası olmaktadır. Bundan dolayı hem geçmiş etkileşimlerin hem de her yeni durumun bir bileşeni olan her bir birey diğer bireylerden farklı ve benzersiz deneyimler yaşayabilmektedir (Collins, 2004, s. 4-5). Buradaki etkileşimler, tüketim ritüeli etrafında bir araya gelen bireylerle, ritüele yönelik geliştirilen ortak odaklarla ve paylaşılan duygusal deneyimlerle çevrelenmektedir. Bir diğer deyişle ritüele ortak odaklanma ve paylaşılan duygusal deneyimin düzeyine göre ritüelin yaptığı olumlu çağrışım da o derecede çok olacaktır. Sonuç olarak marka, tüketim ve pazarlama açısından ritüellerin etkileşim boyutu; tüketicilerin ürünleri ve markaları ritüelleştirilecek sembolleri nasıl yorumladığına dair derinlemesine bir bakış açısının geliştirilmesine zemin hazırlamıştır (Cowan ve Spielmann, 2017, s. 393). Paylaşılan deneyimlerin ve grup aidiyetinin sembollerinin üreticisi olan ritüeller, bireylerin karşılıklı olarak gerçekleştirmeye odaklandığı duygusal bir mekânizmaya sahiptir (Collins, 2004, s. 7). Bu süreçte tüketicilerin çeşitli ritüel bağlamlara nasıl katılım gösterdikleri, ürünleri ritüel bağlamlarda nasıl edindikleri ve kullandıkları, ritüel tüketimiyle ilgili ipuçları vermektedir (Otnes vd., 1995, s. 622). Tüketicinin doğasında yer alan, bireyin kendisine ve başkalarına tesis ettiği “benlik”, sembolik olarak yalnızca maddi nesneler aracılığıyla değil, başkalarıyla geliştirilen sosyal bağlantılar açısından da kurulmaktadır. Bu anlamda bireylerin başkalarıyla birlikte ritüel etkinliklere katılım göstermesi, bireylerin benliklerini güçlendirmektedir (Gainer, 1995, s. 254). Bireysel ve toplumsal açıdan dönüştürücü niteliğe sahip olan tüketim ritüelleri (Amati ve Pestana, 2015, s. 232), birtakım özel olayları ve olguları çevreleyen biçimsel tüketim uygulamaları olarak tanımlanmaktadır (Rook, 1985, s. 256). Böyle etkileşimli ortamlarda tüketici kimliğiyle bireyler, her yeni özel anla birlikte değişen kimliğini çevresiyle paylaşmaktadır. Paylaşılan tüketimin sembolik yanı ile bireyin kimliği arasında bir bağlantı olduğu düşünüldüğünde; birey, eski kimliğinden ayrılıp yeni bir kimlik oluşturmak için ritüellerin aktif bir parçası olmaktadır. Bireylerin küçük bir dünyaya dönüşümü hakkında güçlü sembolik anlamlar ileten tüketim ritüelleri aracılığı ile ortak hedeflerde buluşan bireyler, kendi küçük dünyalarının sürdürülmesinde kişilerarası etkileşimden beslenmektedir (Gainer, 1995, s. 253-254). Sosyal etkileşim imkânı sağlayan tüketim ritüelleri, bireyin kimliğine yeni anlamlar katmasında ve ortak sembolik tüketim ile kolektif bir bütünün parçası haline gelmesinde rol oynamaktadır (Gainer, 1995, s. 258). Dolayısıyla bireysel

açından benliğin güçlenmesine zemin hazırlayan tüketim ritüellerinin, aynı zamanda kişinin kendi benliğiyle ilgili ipuçlarını paylaşabildiği bir etkileşim haline dönüştüğü ifade edilebilir.

Bireysel açıdan ifade ettiği anlamların yanı sıra, toplumsal özellikler de taşıyan, toplumun uzun vadeli hayatta kalmasında toplumsal ve kültürel olarak bilgi transferinden sorumlu olan tüketim ritüelleri (Amati ve Pestana, 2015, s. 234), sosyal yaşam modeli inşa etmekte aktif rol oynayarak kültürel mesajlar iletegelmiştir (Wallendorf ve Arnould, 1991, s. 29). Ritüellerin tüm dünyaya anlam katması gibi tüketim ritüelleri de bir toplumun normlarının ve ahlaki duygularının bir ifadesi olarak görülmektedir. Var olan kültürün inşasında ve korunmasında aktif bir güç olarak görülen ritüeller, bireyler için ortak hedeflere hizmet ederek bireylerce paylaşılan tüketim deneyimlerine kapı aralamaktadır (Cowan ve Spielmann, 2017, s. 392; Gainer 1995, s. 254; Turner 1969, s. 114; Wallendorf ve Arnould, 1991, s. 13). Dolayısıyla uygulanması ve paylaşılması tüketim toplumlarınca teşvik edilen tüketim ritüelleri; birtakım belirli özellikleri ile tekrarlayan, sembolik özellikleri ile bireylerin tüketim deneyimlerine özel anlamlar yükleyen bir süreç olarak, bireysel anlamın ötesinde bir anlam ifade etmektedir (Afflerback vd., 2014, s. 4). Başlangıcı, ortası ve bitişi olan bir olay dizisini takip eden yapısıyla ritüeller, kullanılacak eserleri belirleyen, kullanım kurallarını tanımlayan, uygulayacak tüketicileri belirleyen bir kılavuz niteliğindedir (Treice vd., 1999: 19; Wallendorf ve Arnould, 1991, s. 17). Bireysel ve toplumsal açıdan performans farklılıklarına sahip olan ritüeller, kültürel normlar, gelenekler ve adetlerden beslenmesine rağmen; aynı zamanda bireyin kendi kendini ifade etmesine izin vererek, olayların öneminin toplumsal ve bireysel tanımlara göre çeşitlilik göstermesine olanak tanımaktadır (Afflerback vd., 2014, s. 4). Bireyler arasındaki sosyal bağlantılar ile tüketici davranışları arasında bir ilişki mevcut olduğundan; belirli bir mal veya hizmete yönelik tüketici tercihlerinin ve davranışlarının, katılımcılar arasındaki sosyal bağlantıların gücüne göre değişebildiği ifade edilmiştir. Tüketim aracılığıyla bireyler sadece aileleri ya da yakın çevreleri ile değil diğer kişilerle de köprüler kurma fırsatı yakalamaktadır (Gainer, 1995, s. 254, 259).

Bireyler açısından tüketim ritüelleri, yeni statülere uyum sağlamaya yardımcı olur ve yeni bir sosyal gruba uygunluğu teşvik eder. Buna göre hangi bağlamda gerçekleşiyorsa gerçekleşsin, tüketim ritüellerine aktif ya da pasif olarak dahil olan katılımcıların paylaştığı tüketim etkileşimleri önem taşımaktadır (Gainer, 1995, s. 259). Aynı zamanda ritüellerde

katılımcıların sadece izleyici olmak yerine aktif bir rol oynaması ve bu anlamda etkileşim yaratan ritüellerin daha fazla katılım gerektirmesi gibi durumlar tüketim zevkini artırmaktadır (Amati ve Pestana, 2015, s. 234; Vohs vd., 2013, s. 1715). Ritüellerde kullanılan ürün ve hizmet tercihinde rol oynayan etkileşimler (Gainer, 1995, s. 259), bireylerin ürünlerden algıladıkları tüketim zevkinde belirleyici bir özelliğe sahiptir. Ritüeller; ilgili bireyler ve nesneler de dahil olmak üzere tüketim ritüelleri bağlamında sembolik anlamlar taşıdığı için (Ratcliffe vd., 2019, s. 87); ritüelleştirilmiş tüketim davranışı sergileyen bireyler o süreçte kullandıkları ürünün, hiçbir ritüele tabi olmayan ürünü kullanan tüketicilere göre daha iyi performansa sahip olduğunu düşünürler. Ritüelle birleştirilen bu tüketimin o ürünün parasal değerini artırdığına inanırlar (Amati ve Pestana, 2015, s. 234; Vohs vd., 2013, s. 1715). Dolayısıyla küçük dünyaların sosyal inşasında paylaşılan sembolik anlamların kişilerin benliğine yeni bir boyut kattığını ifade etmek mümkündür (Gainer, 1995, s. 259). Tüketim ritüelleri söz konusu olduğunda, bireyler ve toplum, özel anlamlar inşa etmek için ticari ürünleri metalaştırmaktan çıkararak onlara bambaşka anlamlar yüklerler. Örneğin; özel bir günün kutlamasına ilişkin yemek malzemeleri bir mağazadan alınsa bile, pişirme işlemi bu özel günün öğelerini bir meta olmaktan çıkararak; bu ürünlerle ilgili kişiselleştirilmiş değerler ve anlamlar yaratır. Bir diğer deyişle, ritüelleri çevreleyen ve tüketime konu olan şeyler, günlük sıradan anlamlarından farklı sembolik anlamlar kazanmış olur (Afflerback vd., 2014, s. 4). Dolayısıyla tüketim ritüelleri sadece günlük yaşamla ilgili oldukları için değil; ritüellerin doğasının anlaşılmasıyla ilgili bir kavrayış sağladığı için de önemlidir (Ratcliffe vd., 2019, s. 86).

Kültürel bağlamların bir sonucu olarak uygulanan, tüketicilerin kendi benlik kavramlarını oluşturmalarına ve şekillendirmelerine yardımcı olan ritüeller (Driver, 1998, s. 10), aynı zamanda belirli bir ürün kullanımına ilişkin sembollerin ve markaların yaratılmasında da rol oynamaktadır (Belk vd., 1982: 4; Rook, 1985, s. 262; Tetreault ve Kleine 1990, s. 31). Bu bağlamda tüketim ritüellerinin pazarlama ile bir bağının olduğunu söylemek mümkündür. Pazarlama uygulayıcıları için ritüellerin değerinin giderek artmasında; pazarların, ürün ve hizmet sağlayıcılar tarafından oluşturulan tüketim ritüelleri ile çevrenmesinin payı büyüktür. Dolayısıyla uzun vadeli etkileşimler kurmanın bir parçası olarak gerçekleştirilen bu ritüeller, tüketiciler için tüketimin cazibesini artırmaktadır (Bradford ve Sherry, 2013, s. 165; Cowan ve Spielmann, 2017, s. 392; Otnes vd., 2012, s.

367). Bu nedenle, pazarlama ve reklamcılığın, ürünlerin ve markaların ritüelleşmesini göreceli olarak yönlendirdiği düşünülmektedir. Bir diğer deyişle pazarlama; mevcut ritüelleri yaratma ve değiştirme, belirli markaları kullanım için daha uygun hale getirme veya yeni bağlamlar oluşturma ve bunları kullanma yollarını teşvik etme açısından önemli bir güce sahiptir (Cowan ve Spielmann, 2017, s. 393; Otnes ve Scott, 1996, s. 34). Pazarda tüketim ritüellerine ekonomik açıdan yaklaşıldığında ise, bireyler ve toplum nazarında kutlamalarla çevrelenen özel günlerin yıllar içinde daha fazla tüketim merkezli olgular haline geldiği söylenebilir (Amati ve Pestana, 2015, s. 232). Bireyler, tüketici kimlikleri ile birbirleriyle olan ilişkilerinde sosyal sermayeden faydalanarak birtakım tüketim deneyimleri gerçekleştirirler. Bu anlamda bireylerin özel günlere ilişkin yaptıkları alışverişlerin ve hediyeleşmelere benzer eylemlerin etkileşimli tüketim ritüelleri olarak görülmesi, kişiler arası ilişkilerdeki eylemlerin ve davranışların anlaşılmasında rol oynamaktadır. Bu anlamda özel günlerde bireylerce paylaşılan tüketim faaliyetlerinin de bireyler için taşıdığı özel sembolik anlamlar, keşfedilmesi gereken alanlardandır (Gainer, 1995, s. 254). Tüketim kültüründe tüketicilerin ritüelleri ve sosyal kuralları öğrenip benimsemesinde aktif rol alan pazarlama uygulamaları ile (Otnes vd., 2012, s. 367; Otnes ve Scott, 1996, s. 34); tüketiciler için ürün ve hizmet sağlayıcılarının tüketim pazarlarında konumlanan ritüelleri şekillendirdiği ifade edilmektedir. Bu yönüyle pazarın, ritüelin düzenleyicisi konumunda olduğunu söylemek yerinde olacaktır (Bradford ve Sherry 2013, s. 158; Otnes vd., 2012, s. 368). Pazarlama kanalları aracılığıyla ritüel tüketimin teşvik edilmesi ve cazibesinin artırılması, tüketicilerin ürün ve hizmet deneyimlerine ilişkin satın alma sezgilerini canlı tutmaktadır (Cowan ve Spielman, 2017, s. 391). Günümüzde de bireysel, toplumsal ve pazarlama kanallarıyla ritüellerin; tüketim deneyimini teşvik ettiği, anlam kattığı ve böylece ürünlerdeki ritüelleştirilmiş unsurların, markaların ve ürünlerin değerini artırarak tüketicileri tüketmeye ve yeniden satın almaya teşvik ettiği ifade edilmektedir (Fei vd., 2021, s. 135). Ayrıca pazarda özellikle reklamı yapılan marka ve ürün ritüelleri, ilgili ürünün tüketimine ilişkin bir farkındalık yaratmasının yanı sıra, gerçekleştirilecek ritüelin bağlamının da çarpıcılığını artırmaktadır (Driver, 1998, s. 9; Otnes ve Scott, 1996, s. 37). Bir tüketim ritüeli deneyiminin sahip olduğu değer ve önem düşünüldüğünde; pazarlamacılar tarafından oluşturulan tüketim ritüellerinin giderek toplumsal kültürün bir parçası haline geleceğini de belirtmek gerekmektedir. Örneğin; kuyumculuk şirketleri, uzun vadeli pazarlama ve tanıtım yoluyla, pırlanta yüzük

ürünlerinin satın alınmasını ve tüketimini güçlü bir törensel duyguya sahip kılmakta ve birçok bölgede yaygın olarak kabul gören bir sosyal kültür oluşturmaktadır (Fei vd., 2021, s. 137). Böylelikle ürünler ve markalarla da ilişkilendirilen özel ritüel uygulamalarının; bireyler açısından tüketim vasıtasıyla kişisel ve sosyal statü açısından dönüşümüne zemin hazırladığı ifade edilmiştir (Driver, 1998, s. 9; Otnes ve Scott, 1996, s. 37). Tüketim ritüellerinde sadece ritüellerin uygulanmasının değil, ritüeldeki unsurlardan olan tüketim mallarının da anlamlı bir yanı söz konusu olduğundan; benzer şekilde özel gün hediye ritüelleri, kişilerarası etkileşim için önemli bir aracı etki oluşturmaktadır (McCracken, 1986, s. 78). Kişisel düzeyde hemen hemen herkes için önemli olan özel günlerde ve kutlamalarda çok önemli bir sembol haline gelen hediyeler, başkaları için olduğu gibi bireylerin kendilerini ödüllendirmesi için de tercih edilmektedir (Cowan ve Spielmann, 2017, s. 392; Mouakhar-Klouz vd., 2016, s. 1). Bu bağlamda tüketim alışkanlıklarına yeni bir boyut kazandıran hediye verme ritüelleri, gerek statü ve sosyal hiyerarşi göstergesi olması açısından gerekse de bireylerin birbirleriyle olan iletişimine yeni bir boyut katması açısından teşvik edilmektedir (Cowan ve Spielmann, 2017, s. 392; Rook, 1985, s. 253; Weinberger ve Wallendorf, 2012, s. 229).

Özellikle bireylerin ve toplumun gelişmesinde rol oynayan; aile kurumu için de önemli olan özel günler ve bununla ilgili kutlamaların, birçok ritüelin kaynağını oluşturduğunu söylemek mümkündür. Bu anlamda aile içinde gerçekleştirilen ve aile üyeleri arasında değer atfedilen ritüeller, etkileşim yaratmakta ve bu süreçte yapılan kapsamlı satın alımlar da ritüel tüketimlerin bir göstergesi olmaktadır (Rook, 1985, s. 255). Bir diğer deyişle bu ritüeller, bireylerin akrabalık ve topluluk bağlarını kuvvetlendirerek o grubun bir parçası olmalarında rol oynamaktadır (Van Gennep, 1960, s. 144; İbrahim, 1988, s. 26; Rook, 1985, s. 253). Dolayısıyla gerek bireysel düzeyde gerekse de aile kurumu altında düzenlenen ritüellerin tüketim boyutu; bireylere çeşitli tüketim deneyimleri yaşama fırsatı sunan çeşitli ürünlerin ve hizmetlerin satın alınması ve sunulması süreçlerinden oluşmaktadır. Ritüel tüketiminde de hediyeleşme ile beraber belirli sembolik özellikler ile yaşamlarına yeni anlamlar katabilen bireyler (McCracken, 1986, s. 78); hediye sunan ya da hediye sunulduğu taraftaki kişi olarak tüketim mallarının bir kişiden diğer kişiye doğru sembolik aktarımında rol oynamaktadır (Caplow, 1982, s. 383). Malların bu hareketi aynı zamanda potansiyel olarak anlamlı özelliklerin bir hareketidir. Genellikle hediye veren, hediye alan kişiye aktarılmasını istediği anlamlı özelliklere sahip olduğu için ilgili

hediye seçerek tüketim ürünü aracılığıyla anlam geçişini sağlamış olur. Böylelikle, ritüele konu ürünü kullanan kişi sadece o ürünü değil onunla birlikte kendine özgü anlamın da alıcısı konumuna gelmiş olur (Schwartz, 1967, s. 2). Bu anlamda yaşam içinde hediyeleşme sürecinin çok sayıda dönüşüm ritüelinin ana bileşeni olduğunu söylemek mümkündür (Rook, 1985, s. 251; Sherry, 1983, s. 157). Paylaşılan tüketim ritüelleri hakkında sahip olunan bilginin çeşitliliğine bağlı olarak sunulan ürün ve marka ritüelleri aracılığıyla; ritüel deneyimlerine ilişkin kültürel mekânizmanın yanı sıra, pazarlama mekânizması aracılığıyla tüketicilere bilgi transferi sağlanmış olur. Bu nedenle, tüketicinin tüketim hedefleri ve buna bağlı olarak geliştirilen ritüel eylemler hem kişiler arası hem aile üyeleri arası hem de sosyal düzeyde nihai hedeflerinin gerçekleştirilmesine katkı sağlamaktadır (Cowan ve Spielmann, 2017, s. 392). Bu anlamda hangi alanda sergilenebiliyorsa sergilensin insan hayatına yayılan ritüellerin dünyadaki en anlamlı geleneklerin, kültürel uygulamaların merkezinde yer alarak tüketim açısından da önemli bir zemine oturduğu ifade edilebilir (Hobson vd., 2017, s. 1)

2.2.1. Annelik Sürecinde Tüketim Ritüelleri

Bireylerin içinde bulunduğu toplumsal yapıya ait değer yargılarına ve kültürel değerlere göre ritüellerin değişim kaydedeceği ifade edilmektedir (Tacoğlu, 2011, s. 115). Dolayısıyla, küresel etkileşim ve geçirgenliğin bir sonucu olarak farklı ritüeller gelişmektedir (Özkan, 2016, s. 13). Özellikle kadınlar tarafından benimsenen ritüeller, tüketim davranışlarını ve tüketim deneyimlerini önemli ölçüde belirler hale gelmiştir. Bu anlamda önem verilen birçok özel günde kendine yer bulan ritüel tüketimi, kadınların penceresinden ışıltısını yitirmeyen bir yapıya sahip olmasıyla cazibesini korumaktadır (Afflerback vd., 2014, s. 2). Birey açısından bakıldığında; tüketim deneyimlerini doğrudan ya da dolaylı, bilinçsizce ya da istemli şekilde bir grubun üyesi olarak paylaşacağı az sayıda kişisel geçiş sürecinin olduğu söylenebilir. Bu süreçlerden birisi de annelik sürecidir. Annelerden ve annelik olgusundan oluşan bu yeni kültürel alan ile oluşan benzersiz topluluk ile bir kadın ilk ve bambaşka deneyimlerin ortağı olmaktadır. Bir diğer deyişle annelik bireysel anlamda her kadına özel ve toplumsal anlamda tüm kadınlar için çok değişken anlamları barındıran deneyimlerden oluşmaktadır (Arendell, 2000, s. 1196). Bir annenin kimliği ve deneyimleri karmaşık olsa da “anneliği” yapan tüm kadınlar

otomatik olarak bu alt kültürün bir parçası olmaktadır (LaCoste Nelson, 2006, s. 2). Annelik süreciyle de tüketim davranışlarında önemli değişikliklerin olacağı söylenebilir. Bu bağlamda tüketim merkezli ritüellerle karakterize edilen ve dönüşüm ritüellerinden olan anne olmaya bağlı geliştirilen tüketim deneyimleri dikkat çekmektedir (Afflerback vd., 2014, s. 2).

Annelik sürecinde kadınlar; kimlik ve öz değerlilik duygusu için iyi bir anne olmanın ne demek olduğunu çevreleyen geniş toplumsal söylemler ve tüketim alışkanlıkları ışığında annelik deneyimlerini gerçekleştirmektedir (Afflerback vd., 2013, s. 401; Afflerback vd., 2014, s. 3; Bailey, 1999, s. 339). Annelerin, annelik kültüründeki söylemlerden nasıl etkilendiklerinin yanı sıra, benzer şekilde annelerin annelik rolünü çevreleyen kültürel beklentileri nasıl şekillendirdiği merak konusu olmaktadır (Afflerback vd., 2014, s. 5). Annelerin kendi kişisel annelik söylemlerini oluşturup toplumda kabul görebilmeleri için annelikle ilgili bireysel deneyimlerini besleyen bir tüketim toplumundan bahsedilmektedir (Miller, 2007, s. 337). Annelik kültüründeki sosyal ve kültürel grupların bir parçası olan ve tüketimin merkezinde yer alan kadınların tüketim alışkanlıkları, toplulukların motivasyonlarından etkilenmektedir (Cook, 2008, s. 219; Katz-Gerro, 2004, s. 24). Tüketim olgusu ürün ya da hizmetlerin tüketilmesinin yanı sıra, bireylerin kimliklerinde ve öznel duygularında sosyal bir üretim sürecini de beraberinde getirmektedir. Tüketimin merkezinde yer alan bu yeniden üretim süreci, annelik olgusu için de geçerlidir (Altaş, 2018, s. 4). Bir anne, üretken tüketim yoluyla hem anne kimliğini hem de çocuğunun kimliğini inşa ederek bir bakıma kendisini ve çocuğunu bu yolla ifade etmektedir; çünkü çocuk, annenin genişletilmiş benliğinin bir parçasıdır (Dedeoğlu, 2010, s. 2). Tüketici kültürü bağlamında, anne ve çocuk ilişkisine tüketim faaliyetleri aracılık etmektedir. Bu ilişkisel tüketim sürecinde çocuklar sadece sosyalleşmenin veya gelişmekte olan yetişkinlerin bir nesnesi değildir. Buradaki misyonları anneler tarafından içselleştirilerek, özel günlerine ilişkin kültürel ve sosyal bağlamdaki deneyimlerde belirleyici olmaktadır (Clarke, A. 2007, s. 278). Anneliğe ilişkin kültürel anlam ve ideallerin soyut anlayışı, günlük tüketim aktiviteleri aracılığıyla somut bir şekilde gerçekleştirilmektedir (Thompson, 1996, s. 390). Bir çocuğun hayatının ilk aşamalarında, özellikle anne ile iletişim, çocuğun gelecekteki kimliğinin, kültürel değerlerinin ve eğilimlerinin oluşumunda en etkili unsurlardan olup; çocuğun ilerideki tüketici kimliğiyle sosyalleşme sürecinde de belirleyicidir (Moore vd., 2002, s. 18; Moschis, 1985, s. 898; Ward, 1974, s. 1). Ancak bu

etki tek taraflı değildir; anne ve çocuk karşılıklı olarak birbirini etkilemektedir. Annenin çocuğu büyütüp şekillendirdiği gibi çocuk da anneyi büyütme ve kimliğini şekillendirmektedir (Miller, 1997, s. 68).

Tüketim faaliyetleri için gereken unsurların edinilme süreci ve anne ile bebeğin buna bağlı gelişen ilişkileri, annelik sürecinin tüketim boyutunun önemini artırmıştır (Mansvelt vd., 2017, s. 342). Bir kadın anne olduktan sonra gerçekleştirdiği tüketim faaliyetleri ile kendini iyi bir anne olarak ifade etmenin sembolik yönlerini keşfetmeye başlamaktadır (Altaş, 2018, s. 4). İyi bir annenin çocuğuna yönelik tüketim faaliyetlerinin; fedakârlık, bağlılık ve çocuk merkezli olmaya odaklanması gerekmektedir. İyi anneliğin doğasında yer alan çocuk odaklı tüketim faaliyetleri, yeni anlayışları da beraberinde getirmiştir (Mansvelt vd., 2017, s. 342). Çok yönlü ve karmaşık olan annelik süreci sembolik anlamlarla yüklüdür ve doğasındaki ilişkisel bağlılıkla anılmaktadır (Forcey, 2001, s. 157; Phoenix vd., 1991 s. 53). Ancak, annelik işlevi sadece ilişkisel ve bağlılık özellikleri üzerine değil, aynı zamanda bu zorlu görevi, çocuğun gereksinimlerine hitap eden ve annelik ideallerini yakalayan çok aktif bir tüketici olarak yerine getirmeyi de gerektirmektedir (Dedeoğlu, 2010, s. 2). Sevecen ve yetkin bir anne olmak ve bu rolü yerine getirmek için çocuğuyla birtakım deneyimler yaşayan anne; çocuğunun süreçleri ile ilgili tüketim kararlarını verebilmesi için halihazırdaki tüketim pratiklerinden haberdar olmak durumundadır. Böylelikle tüketim kültürüne ayak uyduran anne, annelik sürecindeki tüketim deneyimlerinin üreticisi olacaktır (Elario, 1997, s. 88; Luke, 1996, s. 97). Kadınların yaşamında dönüm noktası olan, duygusal olarak sürükleyici olan annelik sürecinde (Hays, 1996, s. 115); çocuğunu, kendi varlığını geleceğe taşıyan ve kendi kimliğini sürdüren bir değer olarak gören bir anne (Şen ve Boyraz, 2017, s. 349), çocuğuna karşı öncelikli sorumluluk sahibi olduğundan, onun değişen ihtiyaçlarını karşılamak için (Afflerback vd., 2013, s. 388) sürekli olarak yeni ürünlere ve/veya hizmetlere yönelik bir arayış içindedir (Sego, 2010, s. 66). Henüz doğmayan bir bebeğe yönelik yapılan tüketim faaliyetleri bile anne ile bebeğinin kurduğu bağa aracılık etmektedir. Tüketime konu olan maddi unsurlar, annelerin ve bebeklerin potansiyel kimlikleri için zorunludur; çünkü kimlikler kısmen de olsa birtakım tüketim unsurlarının bir araya getirilmesine bağlı olarak şekillenmektedir (Afflerback vd., 2014, s. 4; Clarke, A. 2007, s. 263). Aynı zamanda bir bireyin bebeklik ve çocukluk yıllarındaki kimliğini yansıtmak ve onun küçük yaşlarda da olsa görünürlüğünü toplum içinde artıran tüketim faaliyetleri; annelerin sosyal gruplar içinde olumlu imaja

sahip olmasına sebep olacaktır. Çünkü bebeklik ve çocukluk dönemindeki bir bireyin kimliğini yansıtacak tüketim faaliyetleri ve buna bağlı geliştirilen deneyimlerin üreticisi, çocuğun kimliği oturana kadar annedir (Cook, 2008, s. 219). Bir anne; bebeğinin beslenmesi, sağlığı, kıyafetleri, odası, oyuncakları, eğitim hayatı ya da özel günleri gibi birçok konuda nasıl alışveriş yapılacağı, hangi ürün ve markaların satın almaya değer olduğu hakkında öncelikli söz sahibidir. Bunların yanı sıra, tüketim kültüründen ve ritüellerden beslenen deneyimler de söz konusudur (Altaş, 2018, s. 8, 12). Bir anne, çocuğun yaşamının çeşitli dönemlerindeki özel günlerine ilişkin tüketim kararlarında ve kültürel ritüellerin uygulanmasında aktif bir şekilde rol almaktadır. Tüm bu süreçlerde ortaya çıkan sembolik anlamların geleneksel olarak kuşaklar arası aktarılması ve popüler kültürde benimsenmesi ile annelik sürecindeki tüketim ritüellerinin önemi artmıştır (Afflerback vd., 2013, s. 388). Bu anlamda hem anne olarak çocuk odaklı rasyonel ve sembolik kararları hem de anneliğe sosyal ve kültürel geçişi simgeleyen, ritüeller ekseninde gelişen tüketim faaliyetleri ve tüketim deneyimleri, annelik sürecinde bebeğe dair anlamlı günlerin ruhunu diri tutmaktadır (Afflerback vd., 2014, s. 4).

Anne olma sürecinde ritüel ve tüketim bir araya geldiğinde; tüketim ritüellerinin genel misyonunda olduğu gibi yeni annelerin annelik kültürüne başarılı bir şekilde geçiş yapması için güçlü bir araç olmaktadır. Bu tüketim ritüellerinin niteliği ve anlamlarının keşfedilmesi hem bireylere hem de daha geniş bir kültüre odaklanmayı gerektirecek dikkate değer unsurlardır (Afflerback vd., 2014, s. 3). Bazı araştırmalar (Afflerback vd., 2013; Afflerback vd., 2014; Akrich ve Pasveer, 2004; Cook, 2008; Smith, 1999); tüketim faaliyetlerinin bir kadının annelik kültürüne geçişini kolaylaştırarak, anneliğe adaptasyonunu ve bebeğine olan bağına desteklediğini gösterse de annelerin bu tüketim ritüellerine yükledikleri sembolik anlamların arka planı hakkında net bir çıkarım yapmak kolay olmayacaktır. Bir annenin, bebeğinin sosyal yaşamıyla ilgili tüketim kararları ve bebeğinin yaşam döngüsündeki geçiş dönemlerinde uyguladığı tüketim ritüelleri; aile ilişkilerini teşvik eden, bireysel ve grup kimliklerini şekillendiren sosyal ve kültürel eylemlerdendir. Bu süreçteki ritüellerin doğasında yer alan tüketim konusu unsurlar özel anlamlar içermektedir. Bir diğer söylemle anne ve çocuğun kimliğini yansıtan bir davranış türü olarak fiziksel doyumu ötesinde anlamlar içeren ritüel tüketimi ile ilgili kararlar sembolik anlamları şekillendirerek daha geniş perspektifte sosyo-tarihsel ve kültürel bağlamda gerçekleşmektedir (Afflerback vd., 2013, s. 388; Barthes, 1997, s. 21). Anne

olma sürecindeki ve çocuğun doğumu ile başlayan ve devamındaki özel günlerine ilişkin uygulanan süreçlerdeki tüketim ritüelleri bir annenin bebeğiyle arasındaki aidiyet duygusunu beslemektedir (Afflerback vd., 2014, s. 5). Tüketim tarzları söz konusu olduğunda ebeveynler ve çocuklar arasındaki ilişkisellik vurgulanmaktadır. Çocuklar, ebeveynlerinin kültürel yönelimlerinin ve tutumlarının sembolik temsilleri olarak hareket etmektedir. Bir diğer söylem ile bir anne kültürel yönelimlerini, çocuğuna ilişkin tüketim eylemleriyle maddi ve sosyal durumu ışığında yansıtmaktadır (Martens vd., 2004, s. 164). Örneğin bir anne, çocuğuna dair özel bir günde çocuğu namına yaptığı alışverişlerde sade veya gösterişçi tüketim eylemlerinde bulunabilir. Çocuk; özellikle bebeklik döneminde, bu tarz tüketim eylemlerinin farkında olmasa da anne çevresindeki bireylerle ve sosyal ağlardaki çevresiyle tüketim kültürünü paylaşmaktadır. Bu paylaşım yoluyla özellikle sosyal medya mecrasında kimliğini yansıtan anne, çocuğu vasıtasıyla tüketim zevkini tadabilir ve çevresini etkilemek isteyebilir (Darian, 1998, s. 421; Prendergast ve Wong, 2003, s. 157). Tüketim kültürünün getirdiği son nokta olan sosyal medya ortamı da bu durumu tetiklemektedir. Gerek tüketim unsurlarıyla kendisi ve çocuğunun kimlik paylaşımını yapmak gerekse de çocuğa ilişkin yapılan tüketim eylemleri aracılığıyla etrafa karşı çocuğuna yönelik özveri bir tutum ve davranış sergilemek arzusu da bu durumu teşvik etmektedir (Dedeoğlu, 2010, s. 2). Özellikle anneliği ilk kez yaşayan bir kadın belirsiz bir süre zarfında, yoğun olarak çevresi tarafından stres mesajlarına maruz kalmaktadır. Bu nedenlerden dolayı, anneliğe geçişin birçok ritüelleşmiş tüketim eylemleri de beraberinde getirdiği ifade edilmektedir. Hem ritüeller hem de tüketim deneyimleri; kadınların kimlik oluşumuna katkı sağlamak, statü kazandırmak ve bir topluluk duygusu geliştirerek hayatlarındaki zor geçişler boyunca onlara rehberlik etmenin kültürel kabul görmüş yollarındandır (Afflerback vd., 2014, s. 3). Bu bağlamda kültürel geçişlerden olan çocuğun büyüme sürecinde uygulanan çeşitli tüketim pratikleri ve tüketim ritüelleri pazarda da kabul görmüştür (Dedeoğlu, 2010, s. 2). Pazarlama literatüründe de kendine yer bulan çocuk eksenli ritüeller, tüketim davranışlarıyla beslenmiştir. Çünkü ilgili ritüele dair ürün alımlarına ilişkin tüketici kültürü hatırı sayılır bir mecra olmuştur. Giderek önemi artan yapısıyla ritüel tüketimleri ve bunla ilgili pratikler hem annelik kültüründe hem de tüketim kültüründe kimlik paylaşımı açısından güçlü bir araç haline gelmiştir.

Anneliğe geçişte doğum öncesinde hazırlıkları başlayan ve bebeğin yaşam alanını dekoratif olarak oluşturmayla ilgili tüketim faaliyetleri, bununla ilgili bir materyal kültürünü de

beraberinde getirmektedir. Çocuğun cinsiyetine göre yaşam alanı ve bakımına dair eşyalar daha belirgin hale gelir. Çocuğu ile kendi ilgi alanları ve kimliğini yansıtacak cinsiyetlendirilmiş fiziksel alan hakkında söz sahibi olan anne bu anlamda, çocuğunun kimliği ile kendi çıkarları arasında bir süreklilik oluşturmayı arzular (Afflerback vd., 2014, s. 4; Collett, 2005, s. 334; Cook, 2008, s. 232). Anneliğin kendisi sosyal bir yapı olması sebebiyle diğer annelerle yapılan ritüelleştirilmiş etkileşimler de mevcut kültürü yeniden canlandırmaktadır. Anneliğe doğru yapılan yolculuğun ritüelistik yönlerine değinmek gerekirse; doğum öncesi derslere katılmak, doğum sürecindeki inanışları ve tüketim eylemlerini gerçekleştirmek gibi ritüel davranışlarda bulunmanın, anneliğin hazırlık gerektiren sürecinde ortak bir kimlik oluşturmaya yardımcı olduğu ifade edilmektedir. Sadece hazırlık sürecinde değil, çocuk sahibi olduktan sonraki dönemlerde de annenin, anne kimliğiyle ve çocuğu için edindiği tüketim alışkanlıkları ritüellere dönüşmektedir (Afflerback vd., 2014, s. 3). Bir annenin çocuğunun olacağını öğrendiği andan itibaren, çocuğu dünyaya geldiğinde ve sonraki zaman dilimlerinde kendi kimliği ile bir tuttuğu bebeğine dair, anılmaya değer olayların etrafında yer alması, anneliğe ve çocukluğa dair tüketim deneyimlerini oluşturmaktadır. Doğum öncesi ve doğum sonrası anlara ilişkin hemen her aşamada bir kadının annelik kimliğiyle çocuğu ile deneyimlediği ve sevdikleri ile paylaştığı özel anlar, tüketim ritüelleri ile yeni bir boyut kazanmıştır. Anne olma sürecindeki geleneksel ve modern bazda ele alınan ve anne ile çocuğun özel zaman dilimlerine ilişkin gerçekleştirilen ilgili kutlamalar; tüketim kalıplarını genişleterek annelik ve çocukluk ekseninde önemli birer tüketim ritüeli haline dönüşmüştür.

2.2.2. Çocuklar için Düzenlenen Özel Gün Etkinlikleri

Aile perspektifinden bakıldığında kişinin diğer aile üyeleriyle etkileşimi sırasında, tutum, davranış ve değerlerin aktarımı söz konusu olup (Moschis, 1985, s. 900); bu etkileşimlerde önemli rol oynayan birtakım ritüeller de söz konusudur. Yabancı kültürlerde olduğu gibi Türk kültüründe de anne olmak ve çocuk ekseninde çeşitli geleneksel ya da modern kutlamalar, ritüeller ve buna bağlı olarak geliştirilen tüketim deneyimleri söz konusu olmaktadır. Özellikle ritüel tüketimleri esnasında gelişen hediyeleşme pratikleri de ritüel deneyimlerin aktif katılımcıları ve aktörleri olarak anne ve çocuk açısından hem de ritüel kutlamaların pasif katılımcıları olarak davetlilerin etkileşimini artırmaktadır. Gerek kendi

yerli kültürle sıkı sıkıya ilişkili olan ritüeller gerekse de yabancı kültürlerden eklenilen ritüeller, geleneksel ve modern uygulamalar anneler tarafından benimsenmektedir. Bu açıdan günümüzde gözlemlenen ve beraberinde tüketim faaliyetleri ve deneyimlerini getiren ve hediyeleşme ile zenginleştirilen bazı geleneksel ritüeller; lohusalık ve bebek armağanları, bebeğin kırkının çıkması, ilk diş çıkmasıyla uygulanan diş hediği (diş buğdayı, diş bulguru), birinci yaş günü kutlaması olarak ifade edilmektedir. Bunların yanı sıra modern pratiklerden etkilenen ritüel deneyimler ise; cinsiyet partileri, baby shower partileri gibi etkinlikler olabilmektedir (Altaş, 2018, s. 7-8). Anelik sürecindeki ilgili tüketim ritüellerindeki hediyeleşmeler hem bireysel düzeyde olumlu duygu geliştirmeye hem de sosyalleşmeye zemin hazırlamakta olup (Fischer ve Gainer, 1993, s. 321), bu tür hediyeleşmeler büyük sembolik öneme sahiptir (LaCoste Nelson, 2006, s. 113). Anne olma sürecindeki tüketim ritüelleri ve onların bir parçası olan hediyeler aynı zamanda anne ile bebeğin kimliklerinin ve aralarındaki bağın oluşturulmasına yardımcı olan bir araçtır (The VOICE Group, 2010, s. 373). Bebeğin cinsiyetinin belli olmasında, doğumunda, kırkı çıktığında, dişi çıktığında ya da birinci yaş günü gibi özel zaman dilimlerinde uygulanan ritüellerde hediyeleşmeler söz konusudur. Hediye verme merasimleri, hali hazırda anneliğe geçiş yapmış olan bir kadın ve bebeği için özel olan bağlamlardaki ritüellerde kendine yer bulmuştur. Doğum öncesi ve sonrası zaman dilimlerinde benimsenen ritüel davranışlar kültürel mirasın bir ürünü olarak kuşakların birbiriyle bağının bir göstergesi olmuştur. Bu bağlamda bir kadının anne kimliğine geçişi ile bebeğin hayat içindeki kimliğinin oluşumunu çevreleyen dönemlerdeki tüketim ritüellerinde hediyeleşmelerin de anne ve bebeği için sembolik değer taşıdığı ifade edilmektedir (Afflerback vd., 2014, s. 5). Bu anlamda çocuklar için düzenlenen özel gün etkinlikleri bağlamında gerçekleştirilen ritüeller aşağıda sırasıyla açıklanmaktadır.

Lohusalık ve Bebek Armağanları: Yeni doğum yapmış kadını ifade eden ve kültürümüzde var olan lohusalık dönemi kültürden kültüre değişkenlik gösterse de genel anlamda kırk günlük süre, annenin doğumdan sonra istirahat süresi ya da emzirme süresi baz alınmaktadır. Anneyi ziyaret etmeye ve bebek tebriğine dayanan lohusa ziyaretinde geleneksel olarak, gelen konuklara baharatlar ile harmanlanmış ve ceviz ile süslenen sıcak lohusa şerbeti ikram edilir (Altaş, 2018, s. 8; Örnek, 1977, s. 144; Sakarya, 2006, s. 80). Lohusalık dönemindeki ritüellerin geleneksel anlamlardan beslenmesinin yanı sıra, artık günümüz modern tüketim unsurlarından da esintiler taşıdığı ifade edilmektedir. Özellikle

organizasyon şirketleri ile belirli dükkanlardan veya sosyal medya mecrası üzerinden iletişim kurma gibi alternatifler ile (Altaş, 2018, s. 11) lohusalık ziyaretlerindeki misafirlere hediyelikler bir kutlama olmaksızın ya da kutlama eşliğinde ikram edilmektedir. Bu bağlamda klasik ikramlıklara ek olarak bebeğin cinsiyetine, adına, doğduğu güne dair bilgileri içerebilen özel paketli çikolatalar, şekerlemeler, magnet gibi hatıralar ve hediyeler de sunulabilmektedir. Göz aydını da denen lohusalık ziyaretinde bebeğe çeşitli hediyeler getiren ziyaretçiler (Bayrı, 1939, s. 80; Sakarya, 2006, s. 81; Tunç, 2002, s. 415) anne ve bebeğe yönelik iyi temennilerini iletirler. Aynı zamanda gelen misafirlerin bebeğe ve aileye yönelik hediye getirme durumu da söz konusudur. Tüm bu değişkenler ailenin ve misafirlerin maddi güçlerine göre daha yüzeysel veya daha zengin bir içeriğe sahip olabilmektedir.

Bebeğin Kırkının Çıkması ve Kırk Uçurma: Bir bebeğin doğumundan kırk gün sonra yıkanması ile ilgili törene kırklama denmektedir. Kırk günden önce anne ve bebeğin evden dışarı çıkmadığı ve bu süre zarfı tamamlanınca her ikisi için de sağlıklı oluşu temsil eden kırk banyosu geleneksel olarak benimsenen törenlerdendir (Sakarya, 2006, s. 81). Kırk banyosunun ardından, anne ve bebeğin akrabalara ve komşulara yaptığı ziyaret ile onlardan bebek için sunulan hediyelerle ilgili kültürel ritüel ise “kırk uçurma” olarak anılmaktadır. Bu hediyelerle bebeğin sağlıklı yaşamını sürdürmesi gibi anlamlar iletilmektedir (Erk, 1976, s. 105; Sakarya, 2006, s. 82). Birçok kültürde ritüeller doğum sonrası dönem ile ilişkilidir. Evrensel olarak bakıldığında, Yahudi, Hristiyan ve Müslüman inancı geleneklerini de kapsayan farklı kültürlerde doğum sonrası dönemin yaklaşık 40 gün sürmesi, anne ve bebeğin toplumdan ayrılması ve bu dönemin ritüel temizlenme ile son bulması dikkat çekici benzerliklerdir (Gran vd., 2010, s. 465; Köse, 2017, s. 174).

Diş Hediği (Diş Buğdayı, Diş Bulguru): Bir çocuğun yaşamındaki geçiş dönemlerinden olan ilk dişinin çıkması biyolojik olarak sağlıklı bir evreye girdiğini göstermektedir (Sakarya, 2006, s. 82). Bebeğin kaydettiği gelişime dair somut bir örnek olan (Altaş, 2018, s. 9) ilk dişin çıkması hem bebeğin sağlıklı bir gelişim içinde olduğunun hem de diğer çıkacak dişlerin habercisidir. Türk kültüründe bir çocuğun ilk dişini alması, özellikle anneler için bir neşe ve heyecan vesilesidir. İlk dişle beraber gelen bu süreç aile için sevinç kaynağı olduğundan, aile arasında küçük çaplı ya da eşe dosta duyurarak kutlama havasında törenle taçlandırılmaktadır (Sarıtaş, 2011, s. 122). Bölgeden bölgeye diş hediği, diş buğdayı ve diş bulguru gibi farklı adlarla anılan bu törenle çocuğun sağlıklı olarak

beslenebilmesine zemin hazırlayan ilk dişinin çıkmasına ilişkin yapılan kutlama çocuğun rızına bereket katma gibi anlamları ve ailenin bu yönlü dileklerini barındırmaktadır. Aynı zamanda çocuğun dişlerinin sağlıklı, acısız ve sağlam bir biçimde çıkması istendiğinden, diş hediği töreninde bunlara ilişkin hayır duaları ve temennilerde bulunmaktadır (Gönüllü, 2000, s. 31; Molu, 2011, s. 22; Örnek, 1977, s. 162; Sakarya, 2006, s. 82). Bu geçiş döneminde mutluluğunu eşe dosta duyurarak paylaşan anne (Sakarya, 2006, s. 85) çocuğunun gelişimi için önemli olan geleneksel bu ritüelle (Sarıtaş, 2011, s. 121) öznel deneyimler yaşamaktadır. İçeriği ve hazırlanışı bölgeden bölgeye değişkenlik gösterse de temel anlamda hedik kaynatılmış buğdaydan oluşmaktadır. Kalan malzemeler, Türkiye'nin farklı bölgelerinde yaşayan insanların izlediği geleneklere ve kişisel zevklerine göre farklılaştırılabilmektedir. Diş hediği, genellikle tuzlu veya toz şeker ilave edilirse tatlı şekilde konukların arzusuna göre iki çeşit olarak sunulmaktadır. Buğdayın dışında diğer yaygın malzemeler nohut ve kuru fasulye olup diş hediği fındık, tahıl, kuru üzüm, üzüm, ceviz, nar taneleri ve şekerlemeler ile süslenebilmektedir. Diş hediği ritüeli ile ilgili bir uygulama da çeşitli kesimlerde uygulanan ve çocuğun bir tepsi içinden seçtiği materyallere göre ilerideki mesleğine ilişkin çıkarım yapmaya bağlı gelenektir. Diş hediğinin ikram edilmesinden sonra bir tepsinin kenarlarına farklı meslekleri sembolize eden çeşitli nesneler yerleştirilmektedir. Makas, ayna, kurşun kalem, kitap, para, tarak, saat, altın, cetvel ve kutsallığın sembolü olarak Kur'an-ı Kerim de bu unsurlardan olabilmektedir. Türk kültüründe ekmek kutsal sayılır ve kutlamalar sırasında da çoğu kez tepsiye konur. Seçilen tüm nesnelerin çevrelediği tepside çocuğun bir şey seçmesi beklenir ve seçtiği şeye göre ilerideki mesleğine ilişkin varsayımlarda bulunarak aile ve misafirler arasında neşeli anlar yaşanır (Sarıtaş, 2011, s. 122-123). Bu törende aile isteğe bağlı olarak farklı ikramlıklar hazırlayabildiği gibi, organizasyon şirketleriyle anlaşarak diş konseptine uygun kuru ve yaş pasta veya çikolata tasarlabilmektedir. Ailenin ve misafirlerin bebeğe aldığı hediyeler aslında bebeğin sağlıklı gelişimini kutlamayı amaçlamaktadır. Geleneksel bir uygulama olmasına karşın tüketim pratiklerinden etkilenecek kutlamaya dönüşebilmekte ve insanların bir araya gelerek eğlendiği bir mecra haline gelebilmektedir. İlk dişin ardından yapılan bu kutlama ile aile, tanıdıkları ve akrabaları ile bu özel anlarını paylaşarak onlara ikramlarda bulunarak onlarla hediyeleşmektedir.

Doğum Günü Kutlamaları: Bireylerin geleneksel ve modern ritüellere katılarak nasıl sosyalleştiği merak konusu olmuştur. Doğum günü kutlamalarının bu bağlamda farklı

kültürlerde ortak olarak benimsenen bir ritüel olması sebebiyle hem çocuğun hem de annenin sosyalleşme gücünü şekillendirdiği düşünülmektedir. Çocukların doğum günü partileri; aile ritüellerini ve sosyalleşmesini, gelire bağlı olarak çeşitlenen kutlama tüketimini ve anneliği çevreleyen söylemler ışığında tüm bu süreçleri incelemek için önemli bir mecra oluşturmaktadır (Clarke, 2007, s. 263; Lee vd., 2009, s. 532; Otnes ve McGrath, 1994, s. 73; Otnes vd., 1995, s. 622; Schoonmaker, 2006, s. 217). Çocuk partileri, tüketim kültürü kuramcılarının tüketim döngüsünü yönlendiren ve sosyokültürel dinamikleri aydınlatan çerçeveler geliştirmeleri için hatırı sayılır bir zemini temsil etmektedir (Arnould ve Thompson, 2005, s. 870). Tüm bu yıllık kutlamalar arasında ise doğum günü partileri çocukları bireyselleştirebilecek, eğitebilecek ve sosyalleştirebilecek en kişisel kutlamalardır. Kültürel bir geçiş olarak doğum günü partileri; bir çocuğun bir yaştan diğerine geçişini, büyümesini ve topluluğun normları arasında sosyalleşebilmesini sağlayabilmek için kişisel olgunluğuna işaret etmektedir (Shamgar-Handelman ve Handelman, 1991, s. 293; Weil, 1986, s. 329). Çocukların doğum günü partileri ve onunla ilgili tüketim pratikleri, çağdaş tüketici kültüründe anneliğin sosyal sürecinin ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Hediye seçiminden, parti konseptinin düzenlenmesine kadar, anneler ile çocuklarının arasında sosyal dengeyi sürdürmeleri için doğum günü partileri itici güç olabilmektedir (Clarke, 2007, s. 263). Çocuk partileri, çocuklara odaklanan aile kutlamaları olsa da bu kutlamalar çocuklar için belli bir yaşa kadar genellikle anneleri tarafından organize edilmektedir. Ancak çocuğun birkaç yaş aldıktan sonra kendi beğenileri ve kendini ifade etmesi ile oluşan tüketici kimliğinin, kendi doğum günü partisini şekillendirebilecek güce sahip olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla bir doğum günü partisi anne ile çocuğun arasındaki iletişim ve etkileşimi gösterebilecek yaygın kutlamalardan olmaktadır. Anne ile çocuğun tüketiminin kesişimi ve kimliklerinin bir yansıması olarak doğum günü ritüelleri aynı zamanda anne ve çocuğun kimliklerini de şekillendirmektedir (Jennings ve Brace-Govan, 2014, s. 89).

Annelerin çocuklarının doğum günü kutlamalarıyla ilgili deneyimleri genellikle karmaşık bir yapıdadır. Tıpkı doğum günü pastası gibi bu deneyimler de çok katmanlı, çok dokulu ve anne ile çocuk tarafından, tüketici kültüründe mevcut olan ürün yelpazesinden yapılan seçimlerle şekillenmektedir (Schoonmaker, 2006, s. 217). Ticarileştirilmiş ve bir pazar oluşturmuş doğum günü ürünleri ve hizmetleri, anlamlı hediye ilişkilerini ve davet sahibi ile davetliler arasındaki etkileşimi canlandırmanın bir yolu olarak kullanılmaktadır.

Böylelikle bir anne ile çocuğu arasındaki özel zamanlardan birisi olan ilk yaş gününe bağlı geliştirilen kutlama, sahip olduğu tüm etmenlerle belirli annelik türleri üretmenin bir yolu olarak tüketim kültüründe yaygınlığını artırmaktadır (Clarke, 2007, s. 263). Bu anlamda bir çocuğun doğum gününün kutlanması, aile yaşamının çeşitli yönlerini içinde barındıran çok yönlü bir aile etkinliğidir. Ailede bir kişinin doğum günü kutlamalarına ne kadar değer verildiği, genellikle doğum günü kişinin önemini ve ailedeki yaşam evresini ortaya çıkarmaktadır. Kutlamaya kimlerin katıldığı, ailenin sosyal ağlarının özellikleriyle ilişkilendirilirken; doğum günü kutlamasının çapının ne kadar geniş olduğu ise ailenin maddi olanaklarına bağlı olarak değişmektedir (Lee vd., 2009, s. 532). Ebeveynler ve anneler çocuklarının hoşuna giden bir şeyi yapma, aile ikliminde birlikte olma ve çocukların birbirleriyle ilişkilerini geliştirme zamanları olarak bu kutlamaları benimsemektedir. Aynı zamanda birçok ebeveyn de tüketim kültürünün etkileriyle mücadele etmektedir. Tüketim deneyimlerine bağlı haz almak ve tüketim esiri olmamak için direnmeye çalışan iki ayrı yapıda annelik söz konusudur. Buna rağmen her iki uçtaki anne; bir şekilde doğum günü kutlamalarını az ya da çok, basit ya da karmaşık, geleneksel ya da modern olarak deneyimlemektedir (Schoonmaker, 2006, s. 217). Sosyalleşme aracı olarak annelerin doğum günü partilerini yürüttüğü kapsam, genellikle ritüelin unsurlarından olan birtakım senaryoları, ritüel eserleri, performans rollerini ve ritüel izleyicilerini barındırma durumuna göre şekillenmektedir (Otnes vd., 1995, s. 622). Bu bağlamda sosyal olarak yaygın olan doğum günü kutlama ritüelinin aileler arasında birtakım tüketim alışkanlıklarını resmettiği ve aile kültürlerinin benzerliklerini ve farklılıklarını gösterdiği düşünülmektedir. Ailelerdeki benzer kutlama kalıpları, ailelerin belirli şekillerde doğum günlerini kutlamasına yol açan sosyal beklentilere işaret edebilir. Çoğu aile bir çocuğun doğum gününü kutlamayı planlarken ekstra maddi ve maddi olmayan kaynaklara ihtiyaç duyarak; zaman, enerji ve para harcamalarından çeşitli ödünleşmelere maruz kalabilmektelerdir. (Lee vd., 2009, s. 533). Bu anlamda bir doğum günü kutlaması için tüketicilerin o güne özgü çeşitli satın alımlar yapması, özel pasta yaptırmaları, kutlamaya hazırlık yapmaları gibi aşamalar söz konusu olduğundan (Rossano, 2012, s. 541); doğum günü ritüelini uygun bir bağlamda gerçekleştirmek için tüketicilerin bu gibi birtakım gerekleri yerine getirmeleri gerekmektedir (Ratcliffe vd., 2019, s. 89).

Bebeğin bir seneyi sağlıklı olarak geçirmesi ve ilk yaşıyla birlikte gelen heyecan süreci, beraberinde doğum günü ritüelini getirmekte; doğum günü sahibi ev, birtakım hazırlıklar

yaparak aile, arkadaş ve komşu çevresinden davetlilerin katılımıyla doğum günü kutlamasını gerçekleştirmektedir. Doğum günü pastası kutlamayı temsil ederken, üzerine dikilen mumlar bebeğin yaşını simgelemektedir (Altaş, 2018, s. 9). Genel olarak davetlilerin bebeğe hediye getirmesi klasikleşmişse de artık günümüzde konuklara yiyecek içecek haricinde ve o günü anımsatacak, bebeğin kendisi ve ilk yaşını simgeleyen çeşitli hediyeler verilmektedir. Doğum gününü düzenleyen aile gerek geleneksel gerekse de modern tüketim kültüründen izler taşıyan kutlama ambiyansı ile doğum günü hazırlıklarını yapabilmektedir. Özellikle bebeğin ilk yaşına girmesi ile ailenin tanıdıkları ve akrabaları ile bebeklerinin bu özel anını paylaşması temeline dayanan doğum günü kutlamalarına annenin verdiği önem yadsınamaz. Bebeğin yaş günü için seçilen pasta, kaç yaşına girdi ise o sayıyı görselde barındıran kurabiyeler, ikramlıklar, balonlar, süsler, bebeğin özenle giydirilmesi, organizasyon şirketleri aracılığıyla gerçekleştirilen animasyonlar gibi pek çok seçenek söz konusudur. Burada anne bebeği ile aynı renk veya modelde takım kıyafet giyerek görseelliği ve bebeği ile sürdürmeyi hedeflediği ortak kimliğe yönelik algıyı da artırabilmektedir. İleriki yıllarda gerçekleştirilecek doğum günü kutlamaları çocuğun mutlu olması açısından önemli bir eylem olduğundan (Özeltürkay ve Bozyiğit, 2017, s. 157) annenin çocuğunun hem sağlıklı olarak büyüdüğüne hem de doğum günü partisinden dolayı mutlu oluşuna şahitlik etmesi önem taşımaktadır.

Cinsiyet Belirleme Partileri: Cinsiyet belirleme partileri, genellikle pembe veya mavi renk kodlamasıyla tamamlanan bu bilginin bir topluluk veya aile kutlamasını sunar. Tüketim açısından bir bağımlılık unsuru olabilen bu tür uygulamalar, anne ve çocuk üzerinden metalaşmış bir tüketim kültürüne işaret etmektedir (Toles-Patkin, 2021, s. 175). Bu ritüelde, cinsiyeti belli olan bebeğin ailesi, sevdikleri ve akrabaları ile bir araya gelerek eş zamanlı olarak bebeklerinin cinsiyetlerini öğrenmektedir. Bu anlamda etkileşimli bir heyecan ve mutluluk paylaşma söz konusudur (Töret, 2018, s. 105). Her ne kadar geleneksel olarak Türk kültüründe yer edinen, anne ve babanın rutin hastane kontrolleri sırasında belli bir zamanda bebeklerinin cinsiyetini öğrenip kendi aileleri ve arkadaşları ile bu heyecanlarını paylaşmaları olsa da kültürlerarası aktarımla günümüzde cinsiyet partileri giderek yaygınlaşmaktadır. Bu anlamda bu tür etkinliklerin organizasyonlar ile şekillenerek tüketimsel süreçlerle ilişkilendirilmesinin rol oynadığını söylemek mümkündür (Töret, 2017, s. 103). Pembe ve mavi süslemelerin bulunduğu parti mekânında davetliler de kendilerine göre tahminlerde bulunarak anne ve babanın bebeklerine dair bu

deneyiminde etkileşimci kimlikleri ile rol oynayabilmekteler. Bebeğin kız ya da erkek olduğu gizli bir zarf içinde, bir balonun içinde veya bir pastanın içinde saklı olabilmekte; tezahüratlar arasında patlayan balonda ya da kesilen pastanın içinde bebeğin cinsiyetini herkesle birlikte öğrenmenin heyecanını yaşıyan ebeveynler ve davetliler için bu partinin deneyimsel yönü tüketim unsurları ile birleşmektedir.

Baby Shower Partisi: Doğuma birkaç ay kala yapılan bu uygulamada amaç, anne adayının stresini azaltmak, heyecanını paylaşmak ve maddi manevi destek olmaktır (Altaş, 2018, s. 11). Esasen anne adayının kız kardeşi veya arkadaşının düzenlediği bu organizasyon günümüzde buna ihtiyaç duyulmaksızın, anne adayının önderliğinde de yürütülmektedir. Daha çok kadın kadına gerçekleştirilen bu etkinlikte ikramlıklar, karşılıklı hediyeleşmeler, zamanı eğlenceli hale dönüştürecek oyunlar ile anne adayının davetlilerle doğumdan önce bir araya gelmesi sağlanmış olur. Geleneksel baby shower partileri anne adayının annesini, kız kardeşini, kız kuzenlerini ve aralarında anne ya da anne adayı olan kız arkadaşlarını (Fisher ve Gainer, 1993, s. 322) içeren yapısı ile doğum öncesi anne adayına moral vermeyi ya da ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlamaktadır (Töret, 2017, s. 103).

Sonuç olarak geçmişten günümüze kadar gelmiş geleneksel kutlama ritüellerinin esasında kutlama amacı ile şekillendiği ve geleneksel kutlamaların günümüz modern kutlamalara kıyasla daha mikro düzeyde gerçekleştiği ifade edilebilir. Tüm bu etkinliklerin çerçevesini dar bir pencereden veya geniş bir perspektiften deneyimlemek mümkündür. Bu bağlamda kültür, inanış, değerler, geleneksel ve modern bakış açılarının yanı sıra; maddi olanaklar da belirleyici niteliktedir. Bir kadın annelik ve çocukluğa yönelik olarak gerçekleştirilen bu ve bunun gibi tüketim ritüelleri ve tüketim deneyimleri etrafında aktif bir konumdadır. Geleneksel kimlik ile daha mütevazı ve kültürümüzde var olan tüketim eylemlerine ilaveten, postmodern kimlik ile dış kültürler ve etkileşimlerle popülerleşen etkinliklerle de tüm bu süreçlerin şekilleneceğini söylemek mümkündür. Bu ritüellerin gerçekleştirilmesinde Altaş (2018, s. 9), hediyeleşme kültürüne de dikkat çekerek, geleneksel kutlamalarda hediyelerin yalnızca kutlama sahibine verildiğini, modern kutlamalarda ise bu akışın çift yönlü hale gelerek konuklara da o günü hatırlatacak hediyelerin verildiğini gözlemlemiştir. Günümüzde özel gün etkinlikleri geleneksel veya modern esintiler taşıırken; bazı kesimler kutlamayı geleneksel ve moderni harmanlayıp yaparak çeşitli türden deneyimlerin üreticisi olmaktadır.

2.3. Deneyim Kavramı

Deneyim kavramı; pazarlama, felsefe, psikoloji ve işletme yönetimi dahil olmak üzere, çeşitli boyutlarda ele alınmış olmasıyla disiplinler arası önemli bir alan yazına sahiptir (Gallardo-Garcia vd., 2022, s. 3). Deneyim olgusuna ilişkin kavramsal tanımlamaların geliştirildiği çeşitli alanlar ve çalışmalardan bahsedilmektedir. Hizmet deneyimi (Bitner vd., 1997; Padgett ve Allen, 1997; Pullman ve Gross, 2004), marka deneyimi (Pine ve Gilmore, 1998; Brakus vd., 2009), tüketim deneyimi, (Schmitt, 1999), ürün deneyimi (Goode vd., 2010) ve müşteri deneyimi (Frow ve Payne, 2007; Verhoef vd., 2009; Lemke vd., 2011; Pagani ve Mirabello, 2011; Dennis vd., 2014; Lemon ve Verhoef, 2016; Becker ve Jaakkola, 2020) gibi alanlar, deneyimin çeşitli yönlerinin yıllar içinde ortaya konmasına zemin hazırlamıştır (Chevtchouk vd., 2021, s. 1290).

Alan yazında deneyim alanlarına ilişkin Pine ve Gilmore'un (1999), kabul görmüş sınıflandırmasında deneyim, "eğlence, estetik, kaçış ve eğitim" olmak üzere dört alanda ele alınmıştır. Bu sınıflandırmaya göre bireyler günlük yaşamlarında ilgi çekici ve zengin deneyimler yaşamak isterken, bunu tek bir bağlamda ya da alanda yaşamak istemeyebilirler. Bu yüzden deneyimsel bakış açısının içinde yer alan tüketim perspektifinde, bir deneyim yaşarken bireylerin zihninde, bu deneyimin çeşitli yönlerini canlandıracak zenginlikte bir deneyim sahnesine ihtiyaç duyulmaktadır. Böylelikle bireylerin yaratıcı ve keşifsel yönlerini diri tutarak deneyimi çeşitli yönleriyle duyumsayacağı ifade edilmektedir (Pine ve Gilmore, 1999, s. 39).

Schmitt (1999)'in deneyimsel bakış açısı; bilişsel, davranışsal, duygusal, duyusal ve sosyal bileşenleri de ele alarak deneyim sürecini işlevsel değerlerin yerini alan duyusal, duygusal, bilişsel, davranışsal ve ilişkisel değerler ile tanımlamıştır. Deneyimler; bir bireyin ilişkisel, duygusal, duyusal, davranışsal ve bilişsel değerler sağlayan şeylerle karşılaşması, bunlara maruz kalması veya yaşaması durumunda ortaya çıkmaktadır (Schmitt, 1999, s. 57). Bu bağlamda Schmitt (1999) deneyimleri; duyusal deneyimler (*Sense-Duyumsama*), duygusal deneyimler (*Feel-Hissetmek*), yaratıcı bilişsel deneyimler (*Think-Düşünmek*), fiziksel deneyimler, davranışlar ve yaşam tarzları (*Act-Harekete Geçmek*) ve bir referans grubu veya kültürüyle ilgili olmaktan kaynaklanan sosyal kimlik deneyimleri (*Relate-İlişki Kurmak*) olarak sınıflandırılmıştır (Schmitt, 1999, s. 60-62):

- *Duyumsama ile ilişkili olan duyusal deneyimler*; görme, ses, dokunma, tat ve koku

yoluyla deneyimler yaratmak amacıyla duyulara hitap eder. Bu anlamda bu deneyim aracılığıyla çeşitli estetik ya da heyecan unsuru öğeler devreye sokularak bireylerin motivasyonu artırılır, ürünlere değer katılır ya da işletmelerin farklılaşması sağlanabilir.

- *Hislerle ilişkili olan duygusal deneyimler*; bireyler açısından hangi uyaranların belirli duyguları tetikleyebileceği ve tüketicinin bakış açısını baz alma ve empati kurma becerisi ile ilişkilidir.
- *Düşüncelerle ilişkili olan bilişsel deneyimler*; temel olarak bireylerin zekâlarına hitap ederek onlarla iletişim kurma odağını gerçekleştirmektedir. Bilişsel deneyimler bireyleri yaratıcı bir şekilde meşgul etmeyi ve bu yolla bilişsel, problem çözme deneyimleri yaratmayı hedeflemektedir.
- *Harekete geçmek ile ilişkili olan davranışsal deneyimler*; bireylerin fiziksel deneyimlerini baz alarak alternatif yaşam tarzları ve etkileşimler aracılığıyla zengin deneyimler yaşatır. Yaşam tarzlarındaki ve davranışlardaki değişiklikler genellikle doğası gereği daha motive edici, ilham verici ve duygusaldır ve genellikle rol modeller (film yıldızları veya sporcular gibi) tarafından motive edilir.
- *İlişki kurma temelli olan sosyal deneyimler*; diğer tüm deneyim türlerini de içine alarak bireyin kişisel ve özel duygularının ötesine geçerek, bireyi kendi özel durumunun dışındaki bir şeyle ilişkilendirir. Bu deneyimler bireyin kavuşmak istediği ideal benliğine ve kendini geliştirme arzusuna ya da çevresi tarafından olumlu algılanma ihtiyacına hitap ederek bu yolla bireyi daha geniş bir sosyal sistemle ilişkilendirirler.

Gentile ve meslektaşları (2007) tarafından önerilen deneyim boyutları ise, aşağıdaki gibidir (Bascur ve Rusu, 2020):

- *Duyusal bileşen*: İnsanlarda çeşitli duyumları uyandırmak için duyuları (yani görme, duyma, dokunma, tatma ve koku alma) uyarmaya veya etkilemeye odaklanır.
- *Duygusal bileşen*: İnsanlarda ruh hallerini, hisleri ve duyguları oluşturan duygusal sistemi içerir.
- *Bilişsel bileşen*: Bilinçli düşüncelere ek olarak bir kişinin zihinsel süreçlerini içerir.
- *Pragmatik bileşen*: Bu, bir kişi pratik bir eylemi üstlendiğinde ortaya çıkar. Bu bileşen, ürün yaşam döngüsünün tüm aşamalarını kapsayan kullanılabilirlik

kavramını içerir.

- *Yaşam tarzı bileşeni*: Yaşam tarzları ve davranışların benimsenmesi yoluyla insanların değerleri ve inançları ile ilgilidir. Logosuz ürünlerin tüketimi buna iyi bir örnektir.
- *İlişkisel bileşen*: Bir kişiyi sosyal bağlamının, başkalarıyla olan ilişkilerinin veya ideal benliğinin ötesinde içerir.

Tüketim ve pazarlama temelli yürütülen bazı araştırmalar (Arnould vd., 2002; Brakus vd., 2009; Holbrook, 2006d; Verhoef vd., 2009), deneyimlerin tüketicilerin ürün ya da hizmet arama sürecinde ve satın alım aşamasında meydana gelerek, tüketim esnası ve sonrasında da devam eden bir olgu olduğunu ortaya koymuştur. Bu kapsamda deneyimi bir tüketici tepkisi olarak kavramsallaştıran Brakus ve meslektaşlarının (2009); marka deneyimleri ile ilgili yürüttüğü çalışma, deneyimin boyutlarının duyuşsal, duygusal, davranışsal ve entelektüel olarak dört boyutta ele alındığını göstermektedir. Ürün ve markaya dair bireylerin yaşadıkları deneyimleri; markaya özgü uyaranların (marka tasarımı, kimliği, ambalajı, iletişimleri ve ortamları) tetiklediği, öznel ve içsel tüketici tepkileri (duyumlar, duygular, bilişler) ile davranışsal tepkilerin de şekillendirdiği ifade edilmektedir. Örneğin, bu süreçte deneyimler, ürüne ya da markaya dair genel değerlendirmelerden farklı olarak; belirli duyumları, duyguları, bilişleri ve davranışsal tepkileri içermektedir (Brakus vd., 2009, s. 63). Buna göre marka deneyimlerinin tüketiciler üzerindeki etkilerini anlamak amacıyla dört ana boyut ele alınmaktadır (Brakus vd., 2009):

- *Duyuşsal Boyut*: Bu boyut, markayla etkileşim sırasında tüketicilerin duyumlarına hitap eden deneyimleri kapsayan fiziksel ve estetik unsurlar ile ilgilidir. Örneğin, bir markanın belirli renkleri, kokuları veya dokuları kullanarak tüketicilerde bıraktığı izlenimler bu kategoriye girmektedir.
- *Duygusal Boyut*: Bir markanın kullanımı veya deneyimi sırasında ortaya çıkan mutluluk, heyecan, üzüntü gibi duygular, markanın tüketicilerde uyandırdığı duygusal tepkilerdendir. Duygusal deneyimler, tüketici-marka ilişkisinde önemli bir rol oynar; çünkü bu duygular genellikle marka bağlılığını ve sadakatini artırmada önemli bir role sahiptir.
- *Bilişsel Boyut*: Bu boyut, markanın tüketicilerin zihinsel süreçlerini ve düşünme yeteneklerini ne ölçüde tetiklediğini ifade etmektedir. Markalar, yaratıcı düşünme, problem çözme veya öğrenme gibi bilişsel deneyimleri teşvik edebilir.

- *Davranışsal Boyut:* Davranışsal boyut, tüketicilerin markayla etkileşimlerinden kaynaklanan fiziksel aktiviteleri ve davranışları içerir. Bu, markanın tüketiciyi belirli bir davranışta bulunmaya teşvik etmesi anlamına gelmektedir.

Verhoef ve meslektaşları (2009, s. 38), tüketici deneyimlerini ele aldığı çalışmada, müşteri kimliğiyle bireylerin, ilgili firma ile öznel ve içsel etkileşimler kurduğuna değinmişlerdir. Buna göre bilişsel, duygusal, duyusal, sosyal ve fiziksel boyutlar, bireylerin yaşadıkları deneyimin boyutlarını oluşturmakta ve özellikle duygusal deneyimlerin değişken yapısına atıf yapılmaktadır. Etkinlik deneyimleri ile yürütülen çalışmada ise Sorrentino ve meslektaşları (2020, s. 591), deneyimin duyusal ve duygusal boyutlarının olduğunu ifade etmiştir. Bu kapsamda bu boyutlar, bireyin deneyim yaşadığı olguya yönelik yaşadığı hissel etkilerle ve o deneyime ait anılarla ilgili olarak kavramsallaştırılmıştır. Benzer şekilde etkinlik ve olay deneyimleri bağlamında Rai ve Nayak (2020, s376)'ın yürüttüğü çalışma ise; bilişsel, duygusal, fiziksel, benzersizlik ve esenlik boyutlarından oluşan beş boyutlu bir olay deneyimi ölçeği önermiştir.

Genel deneyimler (Pine ve Gilmore, 1998, 1999; Schmitt, 1999), marka deneyimleri (Brakus vd., 2009) ve tüketici deneyimleri açısından (Verhoef vd., 2009) kabul görmüş kavramsallaştırmalar; bilişsel, davranışsal, duygusal, duyusal ve sosyal öğeleri içermektedir (Chevtchouk vd., 2021, s. 1293). Schmitt'in (1999) tüketim deneyimleri, Brakus ve meslektaşlarının (2009), marka deneyimi, Goode ve meslektaşlarının (2010) ürün deneyimleri, Lemon ve Verhoef'in (2016) müşteri deneyimi ve Pullman ve Gross'un (2004) hizmet deneyimi, Rai ve Nayak (2020) ve Sorrentino vd., (2020)'in olay ve etkinlik deneyimleri üzerine yürüttüğü çalışmalarda deneyim kavramının doğası gereği duygusal olarak da kavramsallaştırılması; bireylerin sosyal bir ortamda sadakat davranışlarına yol açan unutulmaz bir duyguya sahip olmalarını yansıtmaktadır (Chevtchouk vd., 2021, s. 1293). Duygusal, davranışsal ve/veya bilişsel bileşenlerin yanında yer alabilen ve doğası gereği bağımsız olmayan sosyal ilişkiler (Bushman ve Holt-Lunstad, 2009); hizmet deneyimi (Pullman ve Gross, 2004), tüketim deneyimi (Schmitt, 1999, s. 57) ve müşteri deneyimi (Lemon ve Verhoef, 2016, s. 276) açısından sosyal boyutu yansıtmaktadır. Ancak marka deneyimi (Brakus vd., 2009, s. 53) ve ürün deneyimi bağlamlarında (Goode vd., 2010, s. 276) sosyal boyutun tek başına açığa çıkmasının görece zor olduğu ifade edilmektedir. Çünkü tüketim deneyiminde her ne kadar kilit unsur niteliği taşısa da doğası gereği sosyal etkileşime sahip olmayan ürünler, sosyal boyutun tek başına izole edilip

keşfedilmesi açısından bir kısıt oluşturabilmektedir (Chevtchouk vd., 2021, s. 1293). Tüketici deneyimi üzerine yürütülmüş daha önceki araştırmalar; müşterilerin ürünlerden ziyade deneyim odaklı olduklarını ve akılda kalıcı ve ilgi çekici deneyimler arzuladığını ortaya koyarken (Abbott 1955; Hirschman ve Holbrook 1982; Holbrook ve Hirschman 1982; Pine ve Gilmore 1998; Thompson vd., 1989); müşteri deneyiminin her hizmet alışverişinden ve firmanın her temas noktasıyla olan etkileşiminden kaynaklandığını ileri süren bazı çalışmalar (Brakus vd., 2009; Schmitt vd., 2015), tüketicilerin firmalarla olan her türlü etkileşimini kapsadığı için (Gentile vd., 2007; Lemke vd., 2011; Verhoef vd., 2009) daha bütünsel bir bakış açısı sunmuştur (Waqas vd., 2021, s. 136). Bu kapsamda tüketici deneyimi temel olarak bir olay sırasında veya sonucunda ortaya çıkan tüm düşünceler, duygular ve değerlendirmeler olarak tanımlanabilmektedir (Goode vd., 2010, s. 276).

Chun ve meslektaşları (2017) ise, bilişsel ve duygusal bileşenlere değinerek deneyimi, hedefe özgün gelecekteki bir tüketim deneyiminden duyulacak mevcut hazzın farkındalığını içeren bir süreç olarak tanımlamaktadır. Bu süreçte birey, bir tüketim deneyimi yaşayacağı anda farkındalık düzeyi ile bu deneyimden haz almaktadır. Bu nedenle deneyimden tat ve haz almanın içeriği duygusal iken, tat alma süreci farkındalık dürtüsü ile bilişseldir (Chun vd., 2017, s. 5). Tüketim deneyimlerinden aldıkları zevki artırmanın yeni yollarını arayan bireyler (Clarkson vd., 2013); sıradan ve sıra dışı deneyimler ile tüketim davranışlarına zaman ve para harcamanın ötesinde anlam katmakta (Bhattacharjee ve Mogilner 2014; Hirschman ve Holbrook 1982) ve bu anlamda maddi satın alımlara kıyasla, deneyimsel satın alımlar tüketici memnuniyetinde (Dunn ve Norton 2013; Nicolao vd., 2009) daha büyük role sahip olmaktadır (Chun vd., 2017, s. 1).

Deneyim kavramına ilişkin boyutlandırmalar ve sınıflandırmalar ışığında ChatGPT eşliğinde oluşturulmuş özet bir bilgilendirme Tablo 3'te sunulmuş olup, aşağıdan izlenebilir (OpenAI, 2024):

Tablo 3. Deneyim Boyutları ile ilgili Sınıflandırma

Deneyim Sınıflandırması	Boyutlar	Açıklama
Pine ve Gilmore (1999)	Eğlence, Estetik, Kaçış, Eğitim	Deneyim dört ana kategoride ele alınır. Bireyler farklı bağlamlarda zengin deneyimler yaşamak ister ve bu deneyimler estetik, eğlence, kaçış veya eğitim odaklı olabilir.
Schmitt (1999)	Duyumsama, Hissetmek, Düşünmek, Harekete Geçmek, İlişki Kurmak	Deneyimsel bakış açısı, duysal, duygusal, bilişsel, davranışsal ve sosyal bileşenleri içerir. Deneyimler, bireyin bu bileşenlerle etkileşimde bulunarak oluşur.
Gentile vd. (2007)	Duyusal, Duygusal, Bilişsel, Pragmatik, Yaşam Tarzı, İlişkisel	Deneyim boyutları, duysal uyarılardan, duygusal ve bilişsel tepkilere, pratik eylemlere ve sosyal ilişkiler kurmaya kadar uzanır. Bu boyutlar, insanların ürünler ve hizmetlerle etkileşimlerinden elde ettikleri deneyimleri kapsar.
Brakus vd. (2009)	Duyusal, Duygusal, Bilişsel, Davranışsal	Marka deneyimleri, duysal, duygusal, bilişsel ve davranışsal boyutlarda ele alınır. Markalar, bu boyutları kullanarak tüketici deneyimlerini şekillendirir.
Verhoef vd. (2009)	Bilişsel, Duygusal, Duyusal, Sosyal, Fiziksel	Tüketici deneyimleri, tüketicilerin firmalarla olan etkileşimleri sırasında yaşadıkları bilişsel, duygusal, duysal, sosyal ve fiziksel boyutları içerir.
Chun vd. (2017)	Bilişsel, Duygusal	Deneyimler, tüketicilerin gelecekteki tüketim deneyimlerinden duyacakları mevcut hazzın farkındalığını içerir. Bilişsel ve duygusal bileşenler bu deneyimleri anlamlandırmada kritik rol oynar.

Yürütülen araştırma kapsamında ele alınan ritüelle ilişkili deneyimler; “sosyal deneyimler, sembolik deneyimler, fantezi deneyimleri, nostalji deneyimleri, öğrenme deneyimleri, eğlence deneyimleri, estetik deneyimler, kaçış deneyimleri ve manevi deneyimler” olmak üzere sırasıyla aşağıda alt başlıklar halinde açıklanmıştır.

2.3.1. Sosyal Deneyimler

Alan yazında sosyal etkileşimler, aynı boş zaman deneyimini paylaşan diğer bireyler açısından bir araya gelinen ortamda ve geçirilen zamanda memnuniyet düzeylerinin artmasına zemin hazırlayan bir unsur olarak görülmektedir. İnsanların etkinliklere arkadaşları ve aileleri ile sosyalleşmek için de katıldıkları düşünüldüğünde, bu anlamda kişiler arası kurulan sosyal ilişki ya da etkileşimler sosyal deneyimlerin özünü oluşturmaktadır. Kişiler arası gelişen sosyal ilişki ya da etkileşimler; aynı deneyimi paylaşan kişiler arasındaki doğrudan kişisel etkileşimler olarak ve sadece aynı ortamın bir parçası olarak kişilerin birbirlerini etkilediklerinde gerçekleşen dolaylı etkileşimler olarak yaşanmaktadır. Ritüel kutlamalar gibi hedonik tüketim durumlarında bireylerin daha fazla sosyal fayda elde etmek istediği de göz önünde bulundurulmalıdır (Nordvall vd., 2014, s. 129). Sosyal etkileşimler sosyal ilişkilerin temel unsurunu oluşturduğundan (Hoppler vd.,

2022, s. 1), bireyler benliklerine dair ipuçlarını ve yaşadıkları deneyimlerle ilgili yönlerini sosyal etkileşimler aracılığıyla diğer bireylerle paylaşmaktadır (Bosco vd., 2004, s. 2). Sosyal etkileşimlerin insanların yaşamlarıyla ilgisi göz önüne alındığında (Festinger vd., 1950; Baumeister ve Leary, 1995; Tamir ve Hughes, 2018), sosyal etkileşimlerin insanlar için hangi şekillerde ya da hangi alanlarda gerçekleştiğine göre kapsamı şekillenmektedir. Sosyal etkileşimlerin gerçekleştiği bazı alanlar açısından sosyal olaylara (Forgas, 1976); sosyal ortamlara (Moos, 1973; Price ve Blashfield, 1975) ve yüzyüze etkileşimlere (Nascimento-Schulze, 1981) odaklanan çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu anlamda doğası gereği sosyal olguları ve deneyimleri barındıran etkileşimli etkinlikler (İbrahim, 1988, s. 25; Legare ve Souza, 2012, s. 1; Vohs vd., 2013, s. 1720), kişiler arası sosyal etkileşimlerin yaşanmasına zemin hazırlayarak güçlü birer sosyal deneyim yansıtıcısı olmaktadır (Dietler, 2001, s. 71; Driver, 1998, s. 6; Gainer, 1995, s. 254; Hobson vd., 2017, s. 16; Kapitány ve Nielsen, 2015, s. 14; Wen vd., 2016, s. 55).

2.3.2. Sembolik Deneyimler

Tüketim kültürü içinde sembolik anlamın tüketilmesi ve bu anlamda sembolik deneyimlere olan eğilimler; tüketimin kültürel, sosyal ve psikolojik açılardan kavramsallaştırılabileceği bir alan sağlamıştır. Tüketim kültürünün zaman için kaydettiği gelişimle birlikte sembolik anlama verilen önem de artmış ve tüketimden beklenen işlevsel fayda, yerini sembolik deneyimlere bırakmıştır, denebilir (Davies ve Elliot, 2006, s. 1106). Bireylerin tüketim yoluyla şekillendirdiği aktif bir varlık olarak kavramsallaştırılan benlik (Dittmar, 1992; Glover, 1988; Solomon, 1996; Tyler, 1978); bireyin mevcut sembolik malzemelerden aktif olarak inşa etmesi gereken, bireyin kim olduğuna dair ipuçları içeren ve öz-kimliğini yansıttığı sembolik bir proje olarak tanımlanmaktadır (Elliott ve Wattanasuwan, 1998, s. 132). Bireylerin günlük yaşamda kendilerini ifade etmelerinin bireysel kimlikleri ve sosyal kimlikleri aracılığıyla olduğuna değinilmiştir. Bireysel kimlik, kişinin kendini nasıl gördüğünü şekillendirirken, sosyal kimlik ise kişinin ait olduğu sosyal gruplarca nasıl görüldüğü ile ilgilidir (Lantz ve Loeb, 1998, s. 486). Sembolik tüketimler bireyin benlik kavramının oluşumunu etkilediği gibi aynı zamanda yaşanan bu sembolik deneyimler bir bireyin, çevresindeki kişilerce kendisini nasıl değerlendirdiğini de etkilemektedir (Leigh ve Gabel, 1992, s. 29). Dolayısıyla tüketim pratikleri bireylerin birbirlerine kendileri hakkında mesajlar gönderdiği eylemlerden oluşmakta (Piacentini ve Mailer, 2004, s. 252) ve bu

anlamda günlük yaşamda birtakım alışkanlıklarda rutin olarak ya da belirli aralıklarda ritüelleşmiş biçimde gerçekleştirilen tüketim eylemlerinden edinilen sembolik deneyimler giderek daha da önemli bir mecra olmaktadır. Bu anlamda benlik kavramının sürdürülebilmesi veya yeniden yapılandırılabilmesinde etkili olan tüketim faaliyetleri (Schouten, 1991, s. 412) bireylerin hayatlarındaki önemli zaman dilimlerinde kendi benliklerini yansıtabilecekleri bir fırsat tanımaktadır. Bu süreçlerde bireyler yaşam içinde sahip oldukları rollerle ilişkili olarak gerçekleştirdikleri tüketim davranışları ile kendilerini yansıtarak farklı tüketim faaliyetleri ve beraberinde farklı deneyimler yaşayacaktır (Solomon ve Douglas, 1987, s. 192).

2.3.3. Fantezi Deneyimleri

Bireylerin deneyimleri öncelikle o esnada yaşanan duyguların anlaşılması için incelenen bir olgu olmuştur (Rai ve Nayak, 2020, s. 370). Bu anlamda duygulardan ve hislerden etkilenen unsurlar, bireylerin yaşayacakları deneyimleri etkilemekte (Park ve Park, 2017; Sorrentino vd., 2020; Van Niekerk, 2017) ve bu da deneyimin fantezi boyutunu ifade etmektedir. Duyusal ve düşsel unsurları barındıran ve her birey için eşsiz şekilde gerçekleşen deneyimler, çok duyulu ve imgesel unsurlarla çevrilidir. Burada imgesel unsurlar düş ve fantezi boyutunu oluşturmaktadır. Geçmişe yönelik olarak gerçekleşen düş ya da imge nostalji deneyimine işaret ederken birey burada geçmiş yaşanmışlıklarını ve hatıralarını anımsar. Ancak fantezi imgesi ise bireyin geçmiş bir olayı hatırlamasından ziyade bugünüde çok duyulu düşsel veya imgesel bir olay üretmesi ilgilenen fantezi deneyimine işaret etmektedir (Ahola, 2005, s. 93). Tüketici fantezileri, ürünlerin, hizmetlerin veya faaliyetlerin tüketimini, elde edilmesini veya deneyimlenmesini hayal etmekten oluşur. İnsanların kendilerini düşündükleri, kim olmayı umdukları ve hangi yaşam tarzlarını denemek isteyebileceklerini düşündükleri konusundaki özlemlerini ve umutlarını temsil ederler (Leonard, 2005, s. 1).

Fantezi kelimesinin kökleri, insanın hayal etme kapasitesine kadar uzanır. Fanteziler, nesne var olsun ya da olmasın, somut sembollerdeki karmaşık bir nesneyi ya da olayı imgeleme ya da hayal kurma olarak kavramsallaştırılmıştır. İnsanlar herhangi bir zamanda, hayatın her yerinde, tüm rollerinde ve yaşam alanlarında fanteziler kurabilirler. Bir hayal, bilinçliliğin fiziksel gerçeklikten uzaklaşmasına neden olan bir kendiliğinden kayma olarak

tanımlanmıştır. Fantezi ve gerçeklik genellikle zıt veya en azından ayrı küreler olarak düşünülse de (Leonard, 2005, s. 10); fantezi ve gerçekliğin etkileşim halinde olduğu (Tuan, 1990, s. 435) ve ikisi arasındaki ayrımın her zaman net olmadığı (Klinger, 1990, s. 119) belirtilmektedir. Fantezi, gündüz düşleri, uyanık düşler, zihin gezintileri ve hayaller gibi birbirine yakın kavramlar olarak, hepsi şu anki gerçeklikten uzaklaşan bir bilinç kaymasını göstermektedir (Leonard, 2005, s. 11). Klinger (1990, s. 204), fantezinin zihinde gerçekleşmesine rağmen, bunun beyin için gerçek bir olay olduğunu vurgularken; Tuan (1990), fantezinin gerçeklikten tamamen ayrılamayacağını ve gerçekliğin anlaşılmasına katkıda bulunduğu belirtmiştir. Bir diğer söylem ile insan doğasının keşfinin gerçeklik ve fantezi unsurları ile birlikte mümkün olduğuna gönderme yapmıştır. Gerçekçilik genellikle iyi kabul edilir, çünkü onsuz insanın hayatta kalması pek mümkün değildir; ancak zaman zaman hayal gücü eksikliğini de akla getirebilmektedir. Hayal kurma yeteneğinin insanlığın tanımlayıcı özelliği olduğu düşünüldüğünde fantezi de insan türüne özgü olabileceği için, insanları diğer canlılardan ayırt edici ve hoş giden bir özelliktir. Hayatta kalmak için gerçekçilik gerekli olabilir, ancak insanlara fantezi de dokunmadıkça, yaşama dar bir perspektiften baktıkları düşünülebilir (Tuan, 1990, s. 435). İnsanların fantezilerinin içeriği çok çeşitli olabilmektedir. Fantezi, yalnızca fantezinin nesnesini değil, aynı zamanda fantezi sürecini de içerir. Bu anlamda insanların fantezileri duygularıyla yola çıkar, arzu ve korkularıyla şekillenir (Leonard, 2005, s. 14).

Tüketim perspektifinden deneyimsel görüşe fantezilerin ve duyguların da dahil edilmesiyle birlikte, deneyimsel tüketimde fantezi olgusu da önemli bir unsur haline gelmiştir (Holbrook ve Hirschman, 1982, s. 132). Bununla birlikte tüketim kültürü, başkalarını değil narsist olarak kendini memnun etmek için romantik özgünlük ve duygusal tatmin öneren hayalleri, arzuları ve fantezileri çağrıştıran sembolik imgeleri kullanan bireylerden oluşmaktadır. Çağdaş tüketim kültürü, bu tür davranışların uygun ve kabul edilebilir olduğu bağlamların ve durumların yelpazesini genişletmeye devam etmektedir (Featherstone, 2007, s. 27). Önemli bir farklılaştırıcı olarak bireylerin yaşadığı benzersiz duygular, bu anlamda deneyimlerin gri dünyasına renk katarak çeşitli hisler olarak kendilerini gösterirler. Bu anlamda mutluluk, neşe, memnuniyet, saadet, heyecan ve tatmin gibi hisler deneyimlerin renkli yanıdır, denebilir (Shaw ve Ivens, 2002, s. 46).

2.3.4. Nostalji Deneyimleri

Nostalji kavramı, genel anlamda bireylerin hayatlarındaki çocukluk, ergenlik ve yetişkinlik dönemlerinde popülaritesi ve modaya uygunluğu ile yaygın nesnelerle ilişkili deneyimlere yönelik pozitif etki, olumlu tutum ya da genel beğeni olarak tanımlanmıştır (Holbrook ve Schindler, 2003, s. 108). Geçmiş yaşanmışlıklardan gelen rahatlatıcı görüntüleri zihinlerde canlandıran ve geçmişin gerçekleri ile bugünü yan yana getiren nostalji (Davis, 1979, s. 141); geçmiş zamana yönelik özlem duygusunu canlandıran olgu ya da olaylara yönelik kişinin güzel duygularına işaret etmektedir (Holbrook, 1993, s. 245). Duyguların, bireylerin yaşam durumuna ilişkin olumlu ya da olumsuz algılarca tetiklendiği göz önünde bulundurulduğunda (Goulding, 2001, s. 567), bireylerin geçmiş ile şimdiki ve gelecekteki zaman açısından içinde taşıdığı duyguları kavramanın yolunun nostaljiden geçtiğini ifade etmek mümkündür. Nostalji kavramı; nesneleri ve olayları geçmişe yerleştirerek bugün güçlü bir şekilde hissedilen, geçmiş-bugün-gelecek arasında köprü olma gibi özellikleri içinde barındırmaktadır. Uzun süreli hafıza ve anımsama ya da hayal kurma sonucu ortaya çıkan nostaljik deneyimlerin, kimlikleri inşa etme etme ya da sürdürme açısından benlikle ilişkili olduğu ifade edilmektedir (Davis, 1979, s. 31).

Günler, haftalar veya aylar boyunca yeniden yaşanan ve başkalarına yeniden anlatılan deneyimler olarak kavramsallaştırılan hatırlanan tüketim deneyimi ya da nostalji deneyimi; tüketici davranışlarının anlaşılmasında da önemli bir yere sahiptir. Tüketici davranışıyla ilgili deneyimler; tüketim öncesi deneyim, satın alma deneyimi, tüketim deneyimleri ve hatırlanan deneyim olmak üzere dört grupta sınıflandırılmıştır (Arnould vd., 2002: 424). Bireylerin yeni ve çeşitli deneyimler yaşamak arzusunun adeta deneyimlere dalmak için daima bir arayış içinde olması (Fırat, 2001), bu anlamda bireylerin deneyimlerle özdeşleşmesine ve deyim yerindeyse bedenlenmiş deneyimler olarak (Küpers, 2000) kavramsallaştırılmasına zemin hazırlamıştır. Yaşanması arzu edilen deneyimle ilgili arama, planlama, hayal kurma ve öngörme gibi süreçlerle şekillenen tüketim öncesi deneyimde bireyler, deneyimle ilgili arama davranışı içine girerler. Ardından karar verilen deneyime ilişkin tüketim gerçekleşmektedir. Tüketim deneyiminden duyulan memnuniyet ya da memnuniyetsizlik bir bakıma bireyin o deneyimi hatırlanmaya değer kılıp kılmayacağını belirlemektedir (Carù ve Cova, 2003, s. 271).

Özel gün etkinliklerinin gerçekleştirilmesi esnasında yaşanan öznel deneyimler ve ilgili ürünlere yönelik gerçekleştirilen tüketim eylemleri de nostalji değeri taşımaktadır. Bu

anlamda Pine ve Gilmore (1999), bireylerin yaşadıkları çeşitli türden deneyimlere bağlı olarak yaşanan duygu durumunun etkisinde, o deneyime özgü hatırlanan anların yanı sıra, hatıralık eşyaların da önemli olduğunu belirtmiştir. Montonen ve Tanski (2003, s. 102), deneyimin bireyin hafızasında canlı tutulmasında çeşitli unsurların rol oynayabileceğine ve bu unsurların o günün anısını temsil eden hediyelik eşyalardan ya da o günü yansıtan fotoğraf karelerinden oluşabileceğine değinmiştir. Anıların sınıflandırılmasına doğru ilerleyen, hikayelerin anlatımlarına ve arkadaşlarla yapılan tartışmalara dayanan geçmiş bir deneyimi yeniden yaşamak için çeşitli unsurları ve fotoğrafları harekete geçirmektedir (Carù ve Cova, 2003, s. 271).

2.3.5. Öğrenme Deneyimleri

Öğrenme deneyimlerinde bireyler önünde gelişen olayları aktif katılımlarının olduğu bir etkileşim ile özümsemektedir. Bir kişiyi gerçekten bilgilendirmek ve bilgi ve/veya becerilerini artırmak için, öğrenme etkinlikleri zihni (entelektüel eğitim için) ve/vücudu (beden eğitimi için) aktif olarak meşgul edecektir (Pine ve Gilmore, 1999, s. 32). Alan yazında “eğitim deneyimi” (Pine ve Gilmore, 1999), “düşünme deneyimi” (Schmitt, 1999b), “entelektüel deneyim” (Dube ve LeBel, 1999-2003) açısından kendine yer bulan öğrenme deneyimleri bireylerin günlük yaşamlarında birçok süreçte aktif bir şekilde katılım gerçekleştirerek yaşadığı bir deneyimdir. Bu anlamda bireylerin belli bir konuyla ilgili olarak bilgi edinme sürecini kapsamaktadır (Uygun, 2009, s. 78). Bireyler doğaları gereği günlük yaşam içinde sergiledikleri faaliyetlerde birtakım bilgi ve beceri gerektiren öğrenme süreçlerinde aktif olarak yer almakta (Pine ve Gilmore, 1999, s. 40) ve pek çok insan en son gelişmeler hakkında bilgi sahibi olmakla ilgilenmektedir. Bu anlamda moda, stil veya ürün yeniliklerindeki trendleri takip ederek yeni eğilimleri bu yolla öğrenme söz konusu olabilir. Bu tür bir öğrenme, satın alma ile veya satın alma olmadan gerçekleşebilir (Tauber, 1972, s. 47-48). Trendlere ve yeni modalara ayak uydurmak, yeni ürün ve yenilikleri görme, en son trendleri ve modayı takip etmek açısından fikir edinme süreçleriyle ilişkilendirilebilecek olan öğrenme deneyimleri yeniliklerden haberdar olmanın bir yoludur (Arnould ve Reynolds, 2003, s. 80). Etkinlikler bağlamında da çeşitli türden deneyim yaşanacak etkinliklere katılma süreci de çeşitli türden öğrenme süreçlerini (Hwang ve Lyu, 2015; Oh vd., 2007) içerebilir. Öğrenme deneyimi ile öncelikle bilgi araştırmasına giren, ardından edindiği bilgi ile ilgili tüketim eyleminde becerisini artıran

birey bu yolla yaşadığı deneyimi de güçlendirmiş olur (Uygun, 2009, s. 79). Bu durum hem yeni fikirleri ve uygulamaları takip edip benimsemiye ya da uygulama açısından hem de ürünlere ve firmalara yönelik satın alma süreçlerinde geçerlidir. Bu anlamda bireylerin yaşadığı deneyimsel tüketime konu unsurlarla olan etkileşimlerinden duyduğu haz, bu anlamda öğrenme süreçleri açısından ne kadar gönüllü olduklarıyla da ilgilidir.

2.3.6. Eğlence Deneyimleri

Deneyim kavramı, eğlence ile ilgili bağlamlarda katılımcı davranışını anlamada sıklıkla ele alınan bir yapıdır (Asan vd., 2023, s. 2). Eğlence kavramı, boş zaman aktivitelerinin bireysel doyumla sonuçlanan çıktısı özelliğini taşımaktadır (Hartley, 2003, s. 83). Bu anlamda aktif bir perspektif yüklendiğinde eğlence denince, aktif ya da pasif katılım sağlayan bireylere keyif veren, eğlenme yoluyla zaman geçirmelerini sağlayan etkinliklerle ilişkilendirilmektedir (Uygun, 2009, s. 70). Eğlence kavramı Oxford İngilizce Sözlüğü tarafından “bir kişinin dikkatini hoş bir şekilde meşgul etme eylemi” olarak tanımlanmaktadır (Oxford Sözlük, 2024). Bununla birlikte pek çok deneyim eğlendirici de olsa tam olarak hepsinin eğlence olduğunu söylemek olanaklı değildir. Eğlence, yalnızca en eski deneyim biçimlerinden birini değil, aynı zamanda en gelişmiş ve bugün en yaygın ve bilinirliği olan bir alan sağlamaktadır. Deneyim Ekonomisi hız kazanırken, insanlar daha sıra dışı deneyimler için yeni ve farklı yönlerle olan arayışını sürdürmektedir. Aynı zamanda, bu deneyimlerin pek azı, insanları gülümseterek, güldürerek veya başka türlü eğlendirerek en azından bazı anlık eğlenceleri hariç tutacaktır. Eğlence olarak düşünülen ya da eğlenceli gelen çoğu türden deneyim, genellikle bir performansı izlerken ya da müzik dinlerken olduğu gibi deneyimlerin pasif bir şekilde duyular aracılığıyla özümsemiğinde ortaya çıkmaktadır (Pine ve Gilmore, 1999, s. 31).

Çeşitli özel olayların ve tipik olarak ritüellerin belirteçleri olarak incelenen doğum günü gibi etkinlikler (Fischer ve Gainer, 1993; Otnes ve Pleck, 2003; Otnes vd., 1995; Wallendorf ve Arnould, 1991; Weil, 1986) belirli öğeleri ve senaryoları içeren eğlence unsurlarını barındırmaktadır (Jennings ve Brace-Govan, 2014, s. 89). Günlük tüketici davranışında gizli ve doğal olarak kabul edilen değerleri açığa çıkaran etkinliklerin ve kutlamaların (Levinson vd., 1992, s. 219) çeşitli türden eğlence deneyimleri ile ilişkili olduğu ifade edilmiştir. Bu anlamda eğlence deneyimi temel olarak, olaylar, katılımcılar ve

çevreleri arasındaki etkileşimin bir sonucu olarak gelişen bir zihin durumunu tanımlamaktadır (Asan vd., 2023, s. 2). Morgan (2008, s. 81), etkinlik deneyimlerini “yoğun, sıra dışı deneyimlerin yaratılabileceği ve paylaşılabileceği günlük yaşamdan uzak bir alan ve zaman” olarak tanımlamaktadır. Eğlence deneyimlerinde katılımcıların çevreleriyle olan ilişkilerine daldıkları ve pasif katılım sergiledikleri (Oh vd., 2007) ve etkinliğin çekiciliğine odaklandıkları (Hwang ve Lee, 2019) belirtilmiştir (Asan vd., 2023, s. 3). Etkinliklerin yanı sıra tüketim süreçlerinde de önemli bir yere sahip olan eğlence beklentisi ve bu esnada yaşanan deneyimler günümüz tüketicileri için önem taşımaktadır. Dolayısıyla alışverişin ürün satın almaktan daha fazlası olmasını bekleyen tüketiciler; tüketimin eğlenceli aktivitelerden oluşan bir deneyim olması için daha fazla zaman harcamaya gönüllüdür (Babin ve Darden 1995, s. 49; Turley ve Chebat, 2002, s. 137). Bu yüzden tüketim perspektifinde bireylerin deneyimlerinin nasıl daha eğlenceli hale getirileceği pazarlama uygulayıcıları için de önem taşımaktadır (Pine ve Gilmore, 1999, s. 40).

2.3.7. Estetik Deneyimler

Bireyler, nesnelerin somut özelliklerinden türettikleri soyut değerler aracılığıyla etkileşimli deneyimler yaşayabilmektedirler. Günümüzde tüketim deneyimleri, tüketimden karşılanan ihtiyacın niteliğini estetik boyuta taşımıştır. Bir objeye işlevsellik ve faydacılığın ötesinde bir anlam yükleyen estetik (Sandra, 2002, s. 13), bireylerin dahil oldukları ortamdan, geçirdikleri zamandan ya da satın aldıkları, kullandıkları ürünlerden sadece işlevleri ile değil görsel güzellikleri ile de maddi olmayan ihtiyaçlarını karşılar. Bir diğer deyişle güzellik algısında estetik ön plana çıkmış olur ve güzellikle mest olurlar (Holbrook, 1999, s. 126-127). Bireyler günlük tüketim eylemlerinde en sıradan nesnelerde bile haz odaklı olabildiğinden, etkileşime girdikleri nesne ya olaylarda estetik deneyime önem vermekte (Nuttavuthisit, 2014, s. 432) ve estetik zevki deneyimleme arzusu taşımaktadırlar (Desmet ve Hekkert, 2007, s. 63). Çünkü satın aldıkları ürünlerin, yaşadıkları evlerin ve gittikleri mekânlardaki güzelliğin kendilerine zevk ve kişisel zenginlik getirdiği düşünülmektedir (Holbrook, 1999, s. 126). Dolayısıyla herhangi bir nesne, ortam ya da olayla ilgili olarak duyuların memnun edilmesi için tasarlanan estetik yaklaşımlar aracılığıyla çeşitli duygusal çıktılar tetiklenmiş olacaktır (Desmet ve Hekkert, 2007, s. 63).

Sanatın felsefi analizinden türetilen bir terim olan estetik, yaratıcılıkta iç görü, ifade ve güzellik anlamına gelir. Terimin kullanımı, on dokuzuncu yüzyılda sanatı zanaattan ayırmanın bir aracı olarak popüler hale gelmiştir (Hartley, 2003, s. 4). Bazı araştırmacılarca (Santayana, 1955; Mothersill, 1984; Shusterman, 1997) estetik değer analizi, uygulamalı sanatları içerecek şekilde genişletilince bu bağlamda tüketiciler tarafından satın alınan ve kullanılan ev aletleri, arabalar, mobilyalar, bilgisayarlar ve giysiler gibi günlük nesnelerin de farklılaştırıcı estetik faktörleri ile estetik deneyime yol açtığı anlaşılmıştır (Holbrook, 1999, s. 128). Tüketime konu unsurların özelliklerinden, niteliklerinden ve deneyimin gerçekleştiği bağlamdan etkilenen estetik deneyiminde (Mothersill 1984; Hermeren 1988), bireylerin öznel algısına bağlı olarak şekillenen ve yaşanan estetik nitelikler (Nuttavuthisit, 2014, s. 432) nesnelerin karakteristiklerine anlam katarak bireyleri güzellikle çevrelerler (Holbrook, 1999, s. 128).

Bir nesnenin algılanmasından ortaya çıkan, anlık, dinamik, anlamlı, hoş ve canlı bir şekilde hissedilen (Holbrook, 1999, s. 128), barındırdığı zevk ve memnuniyet gibi olumlu duygusal çıktılar ile duygusal bir deneyime yol açan estetik deneyimler (Desmet ve Hekkert, 2007, s. 63), kişiye bulunduğu ortamın ya da görsel hazzın kaynağı olan unsurların ayrıcalığını yaşatmada rol oynamaktadır (Pine ve Gilmore, 1999, s. 36). Bu tür deneyimlerde, bireyler kendilerini bir olaya ya da çevreye kaptırırlar, ancak kendilerinin bu olay üzerinde çok az etkisi vardır ya da hiç etkisi yoktur. Bir deneyimin estetiği tamamen doğal unsurlar olabileceği gibi simüle edilmiş unsurlar da söz konusu olabilir ve her koşulda bireyin içinde yaratılan her deneyim gerçektir (Pine ve Gilmore, 1999, s. 35-36).

Etkinlik bağlamında yaşanan estetik beklentisi ise katılımcıların pasif ya da etkileşimli yönü ile ortaya çıkmaktadır (Dieck vd., 2018). Bu nedenle, estetik deneyimler katılımcıların etkinliğin fiziksel çevresine ilişkin genel değerlendirmesi olarak tanımlanır (Rivera vd., 2015). Fiziksel çevre genel olarak etkinliğin gerçekleştirildiği alan olarak ifade edilir (Manthiou vd., 2014) ve ortam koşullarını, mekanları ve işlevlerin yanı sıra işaretleri, sembolleri ve eserleri içerir (Chou vd., 2018).

2.3.8. Kaçış Deneyimleri

Deneyimsel bakış açısındaki deneyimlerden bir diğeri de kaçış deneyimidir. Hirschman (1983) kaçış deneyimlerini tanımlarken bireylerin günlük rutin hayatlarından ya da maruz

kaldıkları olumsuz koşullardan uzaklaşma veya kaçma davranışı sergileyebileceklerine değinmiştir. Katılımcılar, kaçış deneyimleri aracılığıyla günlük yaşamlarından farklı bir alana çekilirler (Park vd., 2010) ve sıradan yaşamlarından farklı hissetme ve farklı deneyimler yaşama isteği, olaylardaki kaçış deneyimleriyle anlam bulmaktadır (Rivera vd., 2015). Unutulmaz anlar yaşatan gerçeklerden kaçış deneyimleri, diğer deneyimlerden daha fazla ana dalmayı barındırmaktadır. Yaşadığı bu deneyim aracılığıyla tamamen içine gömülen ve gerçeklerden sıyrılma hatta kaçma fırsatı elde eden bireyin yolculuğu, dahil olduğu etkinlik, ortam ya da olgu aracılığıyla şekillenir (Pine ve Gilmore, 1999, s. 33). Dolayısıyla, günlük yaşamlarında karşılaştıkları ya da karşılaştıkları sıkıntılar ve sorunlar ile başa çıkarken, çevresindeki kişilerden ya da olaylardan destek alarak rahatlama duygusunu yaşamaya ihtiyaç duyan bireyler; yaşadıkları etkileşimlerle içinde bulundukları durumdan sıyrılabilirler (Uygun, 2009, s. 79). Kim ve Kim (2005, s. 104), çeşitli aktiviteler vasıtasıyla anlık olarak bilincini kaybederek andan sıyrılan bireylerin; kimi zaman okuduğu kitapta, dinlediği ya da yaptığı müzikte, düzenlediği ya da katıldığı eğlenceli bir etkinlikte, izlediği bir gösteride ya da programda, kimi zamansa yürüttüğü spor faaliyetlerinde, doğa yürüyüşlerinde veya dini hizmetlere katıldığında kaçış deneyiminin aktif parçası olacaklarına değinmiştir. Bununla birlikte kaçış deneyimini anımsatan ve Csikszentmihalyi (1996, 1997)'nin ortaya koyduğu akış kuramı, zaman duygusunun ya da öneminin kaybolması ile yaşanan keyif verici deneyime işaret etmektedir. Bu anlamda, akışa kapılan, tamamen yapılan aktiviteye odaklanan (Skadberg vd., 2005, s. 148), yaşadığı psikolojik sarmalanma ile her şeyi unutarak yeni bir gerçekliğin parçası olan bireyler, akış deneyimi ile rahatlatıcı, keyif verici bir deneyim yaşarlar (Gaggioli, 2005, s. 38). Akış deneyiminin sahip olduğu bu nitelikler dolayısıyla kaçış deneyimi ile akış deneyiminin birbirine benzediği ifade edilmiştir (Uygun, 2009, s. 80). Yaşadığı deneyim ile can sıkıntısını gidererek, andan sıyrılarak günlük rutin işlerin koşturmacasından uzaklaşan ve netice itibarıyla gerginlikten rahatlatıcı bir deneyime doğru akış sunan kaçış deneyimleri (Haytko ve Baker, 2004, s. 78), tam anlamıyla kaçış motivasyonu ile bireylerin yaşamayı arzuladıkları duyguları onlara deneyimleme fırsatı sunmaktadır (Sit vd., 2003, s. 533). Hangi bağlamda yaşanıyor olursa olsun bir deneyimi gerçeklerden kaçabilme, andan sıyrılabilme ya da gerçekleştirilen aktivitelere kaptıran bir alana taşıyan bu deneyim, bireyler için yaşanan deneyimin ilgi çekici yönünü oluşturur (Pine ve Gilmore, 1999, s. 40).

2.3.9. Manevi Deneyimler

Maneviyat ve dindarlık, motive edici ve birbirleriyle uyumlu güçler olarak insan yaşamında önemli bir yere sahiptir. Din ve maneviyat kavramları, insanın hayatına belli şartlar altında ya da belli zamanlarda girmekten ziyade; kişiyi sürekli aramaya, deneyimlemeye, güçlendirmeye ve korumaya teşvik edici yaşam biçimleri olarak kavramsallaştırılmıştır (Ekşi ve Kardaş, 2017, s. 74; Hill ve Pargament, 2003, s. 65). Dolayısıyla manevi bir yaşam tarzının bireylerin hayata ve tüketim faaliyetlerine bakış açılarında da kendini göstereceğini söylemek yerinde olacaktır. Zinnbauer ve meslektaşları (1997, s. 549-550), maneviyat ve dindarlık kavramlarının farklı şekillerde ifade edildiğine değinmişlerdir. Buna göre dindarlık; insanın duygularına, eylemlerine ve deneyimlerine yansıyan (James, 1961, s. 42); ilahi veya insanüstü bir güce inanç çerçevesinde ibadet uygulamaları veya diğer ritüeller olarak ifade edilirken (Argyle ve Beit-Hallahmi 1975, s. 1); maneviyat ise, kutsal amaçlara yönelik insanın potansiyelini gerçekleştirebileceği (Tart 1983, s. 4), geleneksel ve dini yapılardan kaynaklanan öznel deneyimlerle (Vaughan, 1991, s. 105) ilişkilendirilmektedir (Ekşi ve Kardaş, 2017, s. 74). Dindarlıktan daha geniş ve daha evrensel bir kavram olarak maneviyat, yaşam nefesi anlamına gelen Latince spiritus teriminden türetilmiştir (Narang, 2011, s. 4). Bu anlamda maneviyat; dini deneyimin kişisel ve öznel yönüne atıfta bulunmak için kullanılan (Hill ve Pargament, 2003, s. 64), yaşamda anlam bulmaya çalışan içsel bir dürtü olarak (Fry, 2003, s. 702); insan potansiyelinin en yüksek noktasına yönelik bir arayış sürecidir (Emmons, 1999, s. 5). Bir diğer deyişle, kişinin benliğinde kendini gösteren, bilinen dünya ve ötesine yönelik, anlamlı ve derinlemesine bir keşif ve bağlanma taahhüdüdür (Kale, 2004, s. 93). Bununla birlikte yalnızlık ya da içe odaklanmaktan ziyade maneviyat, kişinin kendini aşma açısından algıladığı nihai değere ya da aşkın olana doğru bilinçli olarak yaşamını bütünleştirmeye çabalama deneyimi olarak tanımlanmıştır (Schneiders, 1989, s. 684). Patneaude (2006, s. 2), evrensel bir deneyim olan maneviyatın çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ifade etmiştir. Bu bağlamda anlam, amaç, değerler ve inançlardan oluşan maneviyatın; bireyin kendisi, başkaları ve daha yüksek bir varlığın dahil olduğu ilişkisel bir doğası olduğuna değinilmiştir (Ekşi ve Kardaş, 2017, s. 74). Bir diğer deyişle maneviyat duygusu ile bireyler, belli bir amaç etrafında topluluk duygusuyla ilişkilendirdikleri anlam yüklü eylemler dizisinin bir parçası olmaktadır (Fry, 2003, s. 703). Bunun yanı sıra Petchsawang ve Duchon, (2009) ise, maneviyatı tanımlamak için bağlantı, merhamet, farkındalık,

anlamalı faaliyetlerde bulunmak ve aşkınlık olarak beş boyutun varlığına değinmiştir. Bağlantı, bir bireyin diğer insanlarla nasıl derin bir bağlantı duygusu yaşadığını ifade ederken; merhamet duygusunun ise, diğer insanların ihtiyaçlarının farkında olarak yardım etme arzusuyla (Petchsawang ve Duchon, 2009, s. 461) kişinin başkalarıyla olan ilişkisinin temeli olacağına değinilmiştir (Narang, 2011, s. 6). Maneviyatın kişisel alanını yansıtan farkındalık (Petchsawang ve Duchon, 2009, s. 461), kişinin düşüncelerinin, sözlerinin ve davranışlarının sürekli olarak farkında olmasını ifade etmektedir (Narang, 2011, s. 6; Sheth vd., 2011, s. 27). Maneviyatın çevresel ve sosyal yanını oluşturan anlamalı faaliyetler gerçekleştirmek; kişiye neşe ve kendinden geçme gibi canlı duygular yaşama fırsatı sunmakta (Narang, 2011, s. 6) ve kişiler arası kaliteli ilişkiler geliştirmenin anahtarı olarak görülmektedir (Petchsawang ve Duchon, 2009, s. 463). Son olarak maneviyyatın aşkınlık boyutu ise, bireylerin kendinden daha büyük bir şeye fazlaca önem vermesidir (Emmons vd., 1998, s. 401; Narang, 2011, s. 6; Petchsawang ve Duchon, 2009, s. 463). Aşkınlık boyutundaki bir kişinin bağlılık duyduğu şeyler; diğer insanlar, çeşitli sebepler, doğa veya daha yüksek bir güce inanç olabilmektedir (Pandey vd., 2009, s. 317).

Yaşam tarzlarının, tüketici davranışlarını ve tüketim alışkanlıklarını anlamada önemli bir role sahip olduğu (Cengiz, 2014, s. 3; Özgül, 2010, s. 120; Uygun vd., 2018, s. 200) ve bireylerin farklı yaşam tarzları ya da tüketim deneyimleri yaşama arzusu ile kimliklerini ortaya koymak istediği (Fırat ve Dholakia, 1998, s. 147) ifade edilmiştir. Bireyler ve gruplar için yaşamı bütünleştirici aşkın bir güce sahip olan manevi deneyimler, bireylerin hayatına nihai anlam ve değer katmaktadır (Schneiders, 1989, s. 692). Bireylerin kimliklerinde, kişiliklerinde, fiziksel, sosyal ve ruhsal sağlıklarında olumlu çıktılara sahip olan (Astrow vd., 2001; Ekşi ve Kardaş, 2017; Ellison, 1991; Hur vd., 2020; Koenig vd., 2001; Narang, 2011; Petchsawang ve Duchon, 2009; Scheck-Varner, 2009; Van Dierendonck, 2011; Weaver ve Koenig, 2007) maneviyyat ve buna bağlı deneyimler iyi bir yaşamla ilişkilendirilmektedir. Bu deneyimler, dini inançlarla ya da günlük hayattaki çeşitli türden eylemlerde, bireysel olarak yalnızlık halinde ya da gruplar arası olaylarda çağrıştırılabilir. Maneviyyat, tüm deneyimlerin (duygusal, fiziksel, sosyal, entelektüel, mesleki ve manevi) kişinin günlük yaşamına entegre edildiği temel yaşam süreci olarak hareket edebilir (Patneau, 2006, s. 1).

2.4. Tüketim Deneyimleri

Tüketime deneyimsel bakış açısıyla yaklaşıldığı (Holbrook ve Hirschman, 1982); tanımlanmış deneyim türlerinin kullanıldığı (Schmitt, 1999) ve kavram tanımı konusunda fikir birliği bulunmadığı başlangıç zaman dilimleri (Carù ve Cova, 2003); deneyimin kavramsal özelliklerinin görece olarak eksik yanlarını oluşturmuştur. Bununla birlikte pazarlama perspektifi deneyime; hizmet, ürün, tüketim, tüketici/müşteri ve marka deneyimi dahil olmak üzere farklı bakış açıları ve odaklardan yaklaşarak bütüncül bir bakış açısı sunmaktadır (Chevtchouk vd., 2021, s. 1289). Dolayısıyla pazarlama alanında ve tüketici davranışı araştırmalarındaki çeşitli paradigmlar arasında, deneyimsel bakış açısı son yıllarda ele alınarak ilgi odağı haline gelmektedir (Cuadradoa vd., 2018, s. 149). Üründen deneyime doğru uzanan bir tüketim anlayışının hâkim olduğu tüketim toplumunda (Chang, 2018; Pine ve Gilmore, 1998), deneyimler tüketici davranışına ilişkin daha kapsamlı bir anlayış geliştirmede (Addis ve Holbrook, 2001; Andreini vd., 2018; Mishra vd., 2020) ve ekonomik davranışları şekillendirmede (Pine ve Gilmore, 1998) kilit bir unsur olarak görülmektedir (Chevtchouk vd., 2021, s. 1288). Bu bağlamda psikoloji, sosyoloji, pazarlama ve tüketici davranışı alanlarında, tüketim deneyimlerine olan ilgi artmakta (Carù ve Cova, 2007a; Csikszentmihalyi, 1990; Edgell vd., 1997; Petermans vd., 2013; Schmitt, 1999) ve tüketici davranışının özünün deneyim olduğu ifade edilmektedir (Holbrook ve Hirschman 1982, s. 132; Holbrook, 1997, s. 97).

Edebiyat, şiir, müzik, antropoloji, sosyoloji, psikoloji ve daha birçok alanda her gün yapılan şeyler, çeşitli deneyimler sağlayacak şekillerde bireylerin tükettikleri şeylerin bir yönü olarak görülmektedir. Bu perspektiften bakıldığında tüketim, insanoğlunun hemen hemen tüm yönlerini kucaklayan bir olgu olarak görülmüştür (Woodward ve Holbrook, 2013, s. 326). Bireyler doğası gereği her an tüketim nesneleri arasında salınım yapmakta ve tüketim nesnelerine giden yolda, tüketim anında ve sonrasında deneyimler yaşamaktadır. Bu anlamda tüketim sürecinin gerek ticari gerekse de ticari olmayan olguları içine alarak günlük hayatın tamamına yayıldığı ifade edilmektedir (Csikszentmihalyi, 2000: 267; Woodward ve Holbrook, 2013, s. 324). Dolayısıyla her şey tüketimdir bakış açısı ile (Holbrook, 1999) bireylerin ve çevrelerinin iç içe geçmesi olarak ifade edilen deneyim kavramı (Brakus vd., 2009, s. 54), farklı bağlamlarda gerçekleşen ve insan davranışını anlamının bir yolu olarak görülmüştür (Cuadradoa vd., 2018, s. 150). Günlük yaşamın tamamına yayılan deneyimin, tüketim perspektifinde kendine yer bulmasının, tüketim

süreçleriyle çeşitli türden özgün deneyimler yaşayan bireylerle ilişkili olduğu ifade edilmektedir. Dolayısıyla tüketimin doğasında yok oluşun aksine deneyim üretimini içeren tüketim deneyimleri, bireylerin benliğiyle ve çevresiyle etkileşim göstererek arzuladıkları duysal ve duygusal deneyimlerin üreticisi olmalarının altını çizmektedir. Gerekliliklerin ötesinde sosyal, sembolik ve duygusal deneyimler yaşatarak bir etkileşim sunan tüketim deneyimleri bu anlamda, kişilerin kendi yaşam tarzını yansıtmasında ve farklı yaşam tarzları arasında salınım yapmasında bir araç olarak görülmektedir (Fırat ve Dholakia, 1998, s. 99, 158; Odabaşı, 2014, s. 103; Uygun ve Akın, 2012, s. 107; Woodward ve Holbrook, 2013, s. 326, 343). Dolayısıyla bireylerin yaşam tarzlarının, sahip oldukları ilişkilerin ve kimliklerin diğer bireyler ve gruplar arasındaki aktarımı üzerine sonsuz bir mecra sunan tüketim unsurlarının arka planındaki deneyimler önem taşımaktadır.

Tüketimin arka planı hakkında ip uçları veren deneyimler (Arnould, 2007, s. 185), bir ürün ya da markanın özelliksel (işlevsel) niteliğinden deneyimsel niteliğine kadar genişleyerek, tüketici davranışının rasyonel ve irrasyonel yönlerinin beraber ele alınmasını savunmuştur. Bu süreçte bireyler, tüketim tercihlerini geliştirirken deneyimin mevcut ve potansiyel rolünden yararlanarak, deneyimsel değer oluşturmaktadır. Bu nedenle, deneyimsel görüş, bireylerin tüketim tercihlerini anlamada önemli bir role sahiptir (Ebrahim vd., 2016, s. 1230-1231). Tüketim sürecindeki ürünler artık sadece fonksiyonel özelliklerin bir parçası olarak değil, müşteri deneyimlerini sağlamak ve geliştirmek gibi anlamlar ile anılmakta (Schmitt, 1999, s. 54) ve metaların sosyal engelleri yıkma, kişiler ve eşyalar arasındaki bağları kuvvetlendirme kapasitesi bulunmaktadır (Featherstone, 2007, s. 17). Bu anlamda, bir ürünün duygusal hazzıya yönelik dürtüleri uyaran deneyimsel yararlarının, tüketicilerin odak noktasına yerleştiği (Uygun vd., 2018, s. 209) ve ürün kullanımından duyulan hazzın fiziksel tüketimden çok deneyimsel kullanımlarıyla bağlantılı olması (Featherstone, 2007, s. 17); tüketimle ilgili eylemlerin de sembolik bir anlam taşıyabileceği gerçeğini vurgulamıştır (Gainer, 1995, s. 253; Rook ve Levy, 1983, s. 329). Bir diğer deyişle, tüketicilerin satın alma süreci ile fiziksel ürün tüketiminin ötesinde deneyim yaşamaları, tüketimin deneyimsel boyutunun var olduğunu kanıtlar niteliktedir (Leung vd., 2000, s. 108; Valentine ve Gordon, 2000, s. 2). İnsan hayatının bütününe yayılmış olan deneyim kavramının, tüketim alanına özgü bir şekilde kullanılması, adeta deneyimin tüketim için yeniden markalanması anlamını taşımaktadır (Woodward ve Holbrook, 2013, s. 343).

Yaşamın her alanında kendini yansıtmak isteyen bireyler tüketim alışkanlıklarıyla bir deneyimin parçası olmaktadır. Tüketim sürecinin aktörleri olan tüketiciler karar verme süreçlerinde, düşünmenin ötesine geçerek (Kwortnik ve Ross, 2007, s. 324); birtakım arzularla (Belk vd., 2003, s. 326); hislerle, sezgilerle (Pham, 1998, s. 144) ve hayallerle (Shiv ve Huber, 2000, s. 202) kendi kimliklerini inşa etmektedirler (Ahuvia, 2005, s. 171). Tüketimden hem fonksiyonel hem sembolik faydayı aynı anda isteyen tüketicilerin oluşturduğu bir tüketim toplumundan bahsedilmektedir (Featherstone, 2007, s. 27). Ürünlerin ve tüketim davranışlarının deneyimsel ve sembolik yanının ortaya çıkması, bireyler açısından tüketim faaliyetlerinin deneyimsel kapsama genişlemesine zemin hazırlamıştır (Leung vd., 2000, s. 108; Valentine ve Gordon, 2000, s. 2). Dolayısıyla tüketim sürecinin geleneksel ve nedensel olmak yerine deneyimsel bağlamda işlediği (Kwortnik ve Ross, 2007, s. 324) ve bu yüzden, ihtiyaçlardan arzuların karşılanmasına ve tüketimin sembolizmine doğru gitmesiyle birlikte tüketimin deneyim boyutunun önem kazandığı ifade edilmiştir (Sandra, 2002, s. 26).

Günlük yaşam içinde bir ürünün kullanım ömrü kısa olsa bile, bazen sadece tüketilip bitmesi ile değil sembolik olarak tüketilme yönüyle de ele alınabilmektedir. Dolayısıyla, tüketim konu unsurları meta olmaktan çıkıp yoğun kişisel ilişkileri sembolize etme yetenekleri ve tüketim anılarını yaşatma bakımından kelimenin tam anlamıyla paha biçilemez olarak ifade edilmektedirler (Featherstone, 2007, s. 16; Leiss, 1978, s. 19; Rochberg-Halton, 1986, s. 176). Günümüz tüketicisi için önemli olan, ürün ya da hizmetten ziyade, tüketimdeki deneyimden elde ettiği tatmin olduğu için tüketimden elde edilecek deneyimin tüketicilerce en güzel olması beklentisi söz konusudur. Bu yönleriyle işlevsel yararların yanı sıra, sembolik yararlar ve deneyimsel yararlar ile ilgilenen tüketiciler tüketim faaliyetlerinin arka planında sembolik ve deneyimsel bir tatminlik beklentisine girmektedir (Uygun ve Akın, 2012, s. 107).

Yukarıdaki bilgiler ışığında, deneyim kavramının tüketim davranışları ile karakterize edildiğini ve bu yönüyle bireyler açısından psikolojik ve sosyolojik etkiler ile sembolik bir anlam taşıdığı ifade edilebilmektedir. Bu kapsamda Aşağıda sunulmuş ve ChatGPT yardımıyla oluşturulmuş Tablo 4, deneyim kavramının tüketim ve pazarlama perspektifi ile ele alınmasına ilişkin kronolojik bakış açısını sunmaktadır (OpenAI, 2024):

Tablo 4. Pazarlama ve Tüketim Perspektifinden Deneyim Kavramı

Kavram	Açıklama
Tüketim	Bireylerin ürün ve hizmetleri kullanma süreci, sadece fonksiyonel değil sembolik ve deneyimsel yönleri de içerir.
Deneyimsel Tüketim	Tüketicilerin ürün ve hizmetlerle etkileşimlerinden elde ettikleri duygusal ve sembolik deneyimler.
Pazarlama Perspektifi	Tüketimi deneyim odaklı bir süreç olarak görür, müşteri deneyimini geliştirme ve marka sadakati yaratma amacı güder.
Deneyim Boyutları	Estetik, Eğlence, Kaçış, Eğitim gibi farklı boyutlar; bireylerin çeşitli deneyimler yaşamasını sağlar.
Psikoloji ve Sosyoloji	Deneyimsel tüketimi bireylerin duygusal ve sosyal etkileşimleri bağlamında inceler; deneyim, kimlik ve toplumsal rollerle ilişkilidir.
Sembolik Tüketim	Ürün ve hizmetlerin sosyal ve kültürel anlamlarla yüklenmesi, bireylerin kimliklerini ve statülerini yansıtmaları.

Sonuç olarak tüketimin sadece gerekliliklerden değil sosyal, sembolik ve duygusal deneyimler kazandıran ilişkilerden oluştuğu dikkat çekmektedir (Uygun ve Akın, 2012, s. 107). Dolayısıyla tüketim; tüketicilerin kendilerini yeni tüketim süreçlerinin bir parçası olarak, sonucunda özgün deneyimler ve imajlar edindikleri bir üretim süreci olarak ifade edilmiştir (Fırat ve Dholakia, 1998, s. 99). Yaşamı bir tüketim deneyimi olarak düşünen günümüz tüketicisinin amacı, duygusal imajlar, anlamlar taşıyan marka ve ürünleri tüketmek olarak ifade edilebilir. Sembolleri ve imajları hem tüketen hem üreten aktif yanıyla tüketiciler, arzuladıkları duygusal ve duygusal deneyimlerin üreticisi konumundadır (Odabaşı, 2014, s. 103). Bu anlamda tüketimi bir deneyim olarak benimseyen tüketiciler; duyularını kamçılayan, kalplerine dokunan ve zihinlerini canlandıran etkileşimli tüketim eylemlerinin içinde bulunmak arzusu içindedir. İletişim ve etkileşim kurabilecekleri tüketim deneyimlerini yaşam tarzlarına dahil edebilen tüketiciler bu yolla bir deneyim yaşamak istemektedir (Schmitt, 1999, s. 57).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde, çalışmada yararlanılan metodolojiye ve süreçlere yer verilmiştir. Bu kapsamda öncelikle, araştırmanın amacını karşılamak üzere kullanılan karma yöntem araştırması ile ilgili bilgi verilerek, araştırma tasarımının ortaya konulması ile araştırma süreci ele alınmıştır. Bu anlamda kullanılan araştırma tasarımına genel bir bakış sağlamak için keşfedici sıralı karma metodoloji tanımlanmaktadır. Ardından, ilk aşama olan nitel araştırmanın katılımcı seçimi (örnekleme), veri toplama teknikleri, veri toplama süreci, veri analizi ve veri doğrulama süreci ile ilgili ayrıntılarına yer verilmiştir. Daha sonrasında nitel bulguların ölçek geliştirme sürecindeki kullanımı da dahil olmak üzere, kullanılan ikinci yaklaşım olan nicel araştırma yaklaşımına ilişkin örnekleme, veri toplama, veri temizleme ve inceleme, veri analizi ve doğrulama süreci açıklanmaktadır. Bölümde son olarak nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin entegrasyonuna dair açıklamalar yer almaktadır.

3.1. Karma Araştırma Yöntemi

Karma yöntem araştırmaları, hali hazırda günümüzde uygulamada araştırmacılar, teoride bilim insanları tarafından (Creswell ve Plano Clark, 2007, 2011, 2018; Creswell ve Tashakkori, 2008; Fetters ve Freshwater, 2015; Fetters ve Molina-Azorin, 2019a, 2019b; Mertens, 2011; Plano Clark, 2010; Plano Clark ve Ivankova, 2016; Teddlie ve Tashakkori, 2009) ele alınmakta ve önemine dikkat çekilmektedir (West, 2011, s. 41). Karma yöntemlerin disiplinler arası genişlemesiyle birlikte; sosyoloji, psikoloji, eğitim, yönetim, pazarlama, aile çalışmaları, iletişim, liderlik, hemşirelik, aile hekimliği ve ruh sağlığı gibi çok çeşitli alanlarda da kullanım alanı bulması söz konusu olmuştur (Creswell ve Plano Clark, 2011, s. xx). 19.yüzyılın sonlarından 20. yüzyılın ortalarına kadar Sosyal Bilimler alanındaki araştırma biçimlerine nicel yaklaşımlar egemen olmuştur (Creswell, 2009, s. 4). 20.yüzyılın ikinci

yarısında nitel araştırmaya gösterilen ilginin artması ile karma yöntem araştırmasının geliştirilmesi söz konusu olmuştur (Creswell ve Plano Clark, 2011; Tashakkori ve Teddlie, 1998; Creswell, 2012, s. 536). Nicel ve nitel yöntemleri birleştirmek için çeşitli motivasyonları anlamak için bu alanın tarihini düşünmek yol gösterici bir nitelik taşımaktadır (Morgan, 1998, s. 364). Karma yöntemlerin tarihindeki oluşum dönemi 1950'lerde başlamış ve 1980'lere kadar devam etmiştir. Bu dönem, bir çalışmada birden fazla yöntemin kullanılmasına ilgi gösterilmesi ile ifade edilmiştir (Creswell ve Plano Clark, 2011, s. 29). 1950'lerde çoklu nicel yöntemlerin birleştirilmesiyle çalışma yürütülmesinin psikolojide ivme kazanması (Campbell ve Fiske, 1959); sosyolojide anketlerin ve saha çalışmalarının kullanımı (Sieber, 1973); bilimsel çalışmalar yürütmek için nicel ve nitel birden fazla veri kaynağının kullanılması (Denzin, 1978), nicel ve nitel yaklaşımları birleştirme ve üçgenleştirme (çeşitleme) girişimleri (Jick, 1979; Patton, 1980) ve psikolojide nicel ve nitel verilerin birleştirilmesiyle ilgili tartışmaların farklı bakış açılarını ortaya çıkarması (Cook ve Reichardt, 1979); sosyal ve davranış bilimlerinde iki ana paradigmatik konum arasında karma yöntemlerin öncülleri olmuştur (Creswell ve Plano Clark, 2011, s. 29; Tashakkori ve Teddlie, 1998, s. 4). Nicel ve nitel kavramları bir ikilemdeki iki uç nokta olarak görmekten ziyade, bir süreklilik üzerindeki farklı noktalar olarak görmek gerekmektedir. Bilimsel çalışmalar, nicel araştırmanın bazı özelliklerini ve nitel araştırmanın bazı öğelerini içerebildiği gibi bir yaklaşıma veya diğerine yönelme eğiliminde olabilmektedir. Dolayısıyla her bir araştırma türüyle ilişkili özellikleri bilmek, bir araştırmacının belirli bir çalışmanın nicel veya nitel araştırmayı destekleyip desteklemediğini değerlendirmesini sağlamaktadır (Creswell, 2012, s. 19). Nitel ve nicel yaklaşımların, zıt kutuplar veya ikilikler olarak görülmek yerine, bir süreklilikteki farklı uçları temsil eden yapıyla ne gibi özelliklerinin olduğu merak konusu olmuştur (Newman ve Benz, 1998, s. 1). Nicel ve nitel araştırmanın dayandığı felsefi varsayımlar; araştırmada genel olarak kullanılan araştırma stratejileri türleri (*örneğin, nicel deneyler veya nitel vaka çalışmaları*) ve bu stratejilerin yürütülmesinde kullanılan özel yöntemler (*örneğin, bir ortamı gözlemleyerek nitel veri toplamaya karşı araçlar üzerinde nicel olarak veri toplama*) olarak ifade edilmektedir. Nitel ve nicel araştırma arasındaki temel ayırım, genellikle sayılar (*nicel*) yerine kelimeler (*nitel*) kullanmak veya açık uçlu sorular (*nitel görüşme soruları*) yerine kapalı uçlu sorular (*nicel hipotezler*) kullanmak açısından çerçevelenmiştir (Creswell, 2009, s. 3-4). Nicel yaklaşım, bir teori veya hipotez ile başladığında ve bu hipotezin doğrulanması veya yanlışlanması için testler yapıldığında kullanılmaktadır (Newman ve Benz, 1998, s. 3). Bir diğer deyişle, nicel araştırma, değişkenler

arasındaki ilişkinin incelenmesi aracılığıyla nesnel teorileri test etmenin bir yoludur. Bu değişkenler, sırayla, tipik olarak araçlar üzerinde ölçülebilir, böylece numaralandırılmış veriler istatistiksel prosedürler kullanılarak analiz edilmektedir. Nihai yazılı rapor, giriş, literatür ve teori, yöntemler, sonuçlar ve tartışmadan oluşan bir dizi yapıya sahiptir (Creswell, 2012, s. 13). Bu araştırma biçimiyle uğraşanların da teorileri tündengelim yoluyla test etme, önyargıya karşı koruma oluşturma, alternatif açıklamaları kontrol etme ve bulguları genelleştirip tekrarlayabilme konusunda varsayımları bulunmaktadır (Creswell, 2009, s. 4). Nitel araştırma yaklaşımı ise, araştırmacının verileri toplama ve analiz etme deneyimiyle şekillenen bir süreç ile karakterize edilmektedir. Nitel araştırmacının izlediği mantık, tamamen bir teoriden ya da araştırmacının bakış açısından aktarılmaktan ziyade, sıfırdan tümevarımsaldır (Creswell, 2007, s. 22). Dolayısıyla nitel araştırma, yaşananları açıklayacak bir teori geliştirmek amacıyla gerçekliği gözlemlerken ve yorumlarken kullanılmaktadır (Newman ve Benz, 1998, s. 3). Bir diğer deyişle, nitel araştırma, bireylerin veya grupların sosyal veya insani bir olguya yükledikleri anlamı keşfetme ve anlama aracıdır. Araştırma süreci, ortaya çıkan soruları ve prosedürleri, tipik olarak katılımcının ortamında toplanan verileri, ayrıntılardan genel temalara tümevarımsal olarak inşa edilen veri analizini ve araştırmacının verilerin anlamı hakkında yorumlar yapmasını içermektedir. Nihai yazılı rapor esnek bir yapıya sahiptir (Creswell, 2009, s. 4). Nitel ve nicel araştırmanın birçok noktada birbirlerini tamamladıkları düşünülmekle birlikte, sosyal dünyayı inceleme noktasında farklılıkların olduğu da bir gerçektir. Nicel yaklaşımla yürütülen araştırmalar farklı değişkenlerle ve bu değişkenler arasındaki ilişkililerle bağlantılı hipotezleri test etmeyi odak kabul ederken; nitel araştırma yaklaşımı, bireylerin olgulara yönelik yükledikleri anlamları keşfetmeye yönelik olup böylelikle sosyal yaşama ilişkin bir bakış açısı geliştirmeyi hedeflemektedir (Neuman, 2000, s. 71). Diğer bir söylemle, sosyal bilimlerde nicel araştırma yaklaşımları ile, farklı değişkenlerden oluşan test edilebilir hipotezler ve kavramlar araştırılmakta; buna karşın nitel araştırmada ise verilerin derinlemesine analizi sonucu keşfedilmeye değer anlamlar açığa çıkarılmaktadır (Ambard, 2004: 38; Neuman, 2000, s. 123). Nitel yaklaşımın odak noktasındaki anlamı çıkarabilmek için araştırmaya konu olguya dair katılımcı bakış açısını keşfetmek, bir diğer deyişle katılımcının gözünden olguya dair gerçekliğin temsil edilmesi gerekmektedir (Ali ve Birley, 1999, s. 107; Henwood ve Pidgeon, 1993, s. 16). Bu anlamda, nitel araştırma yaklaşımı, bir olguyu ölçmeyi değil ona ilişkin bakış açısı sağlamayı hedeflemektedir (Ruyter ve Scholl, 1998, s. 8).

Nicel ve nitel araştırmalardaki gelişmelerin ardından üçüncü bir metodolojik hareket (Tashakkori ve Teddlie, 2003, s. 5) ve araştırma paradigması olarak ifade edilen (Johnson ve Onwuegbuzie, 2004, s. 15); nitel ve nicel formları birleştiren veya ilişkilendiren karma yöntem araştırması (Creswell, 2009, s. 4), sosyal bilimler göğünde parlayan bir yıldız olarak görülmüştür (Mayring vd., 2007, s. 1). Özellikle sosyal bilimler araştırmacıları tarafından ele alınan problemler karmaşık bir yapıya sahip olabileceğinden, tek başına nicel veya nitel yaklaşımların kullanılması zaman zaman yetersiz olabilmektedir (Creswell, 2009, s. 203). Dolayısıyla araştırma probleminin anlaşılmasını artırmak ve daha kapsamlı bir yaklaşım sağlamak için en uygun olan yaklaşımın karma yöntemler olduğunu söylemek mümkündür (Mingers, 2001, s. 241; Foroudi vd., 2021, s. 76). Bir diğer deyişle nitel ve nicel yöntemlerin kombinasyon halinde kullanılmasıyla, birbirini tamamlayan ve daha eksiksiz bir analiz imkânı sunan karma araştırmalar (Ivankova, 2004, s. 55), araştırma yaklaşımlarının güçlü yönlerini tamamlayıcı ve zayıf yönlerini azaltıcı etki sağlayarak araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini artırmaktadır (Bryman, 2006, s. 105; Foroudi vd., 2021, s. 77; Onwuegbuzie ve Johnson, 2006, s. 48; West, 2011, s. 41). Nitel araştırma bir araştırmacının; bütüncül bakış açısıyla bir resim geliştirdiği, sözcükleri analiz ettiği, bilgi verenlerin ayrıntılı görüşlerini bildirdiği ve çalışmayı doğal bir ortamda yürüttüğü bir anlamaya yönelik sorgulama sürecidir (Creswell, 1998, s. 15). Nicel araştırmada ise araştırmacı, değişkenleri izole ederek, ilişkilerin büyüklüğünü ve sıklığını belirlemek için onları nedensel olarak ilişkilendirir. Hipotezler ve sorular, ölçüm ve gözlem kullanımı ve teorilerin testi ile bilgiyi geliştirme sürecinde sayısal verilere güvenir (Ivankova, 2004, s. 55). Keşfetme ve açıklama ihtiyacını içeren araştırma problemlerinin daha geniş bir şekilde anlaşılmasını sağlayan karma yöntem araştırmaları ile nitel ve nicel yöntemlerin güçlü yanlarından yararlanılarak, yöntemlerin tek başına kullanılmasından daha fazla görüş elde edilmektedir (Creswell, 2009, s. 203). Hall ve Howard (2008)'ın sinerjik yaklaşım olarak adlandırdıkları dinamik yaklaşıma göre; iki veya daha fazla seçenek etkileşime girer ve böylece bunların birleşik etkisi, tek tek parçaların toplamından daha büyüktür (Creswell ve Plano Clark, 2018, s. 59). Gruplar arasındaki küçük korelasyonlara veya küçük farklılıklara dayalı olarak yorum yapmaya çalışan nicel araştırmaların aksine birçok nitel araştırma, küçük bir izole gözlemler koleksiyonu ve kişisel görüşler temelinde başkalarının deneyimlerini ve gerçeklerini temsil ettiğini iddia eden çıkarımlarda bulunmaktadır. Bununla birlikte, gestalt ilkesine dayalı olarak, bazı karma yöntem bilim insanları, karma metodolojik çıkarımların “bütününün” nitel ve nicel çıkarımların parçalarının toplamından daha fazla aktarılabilir olduğunu iddia etmektedirler

(West, 2011, s. 57). Dolayısıyla karma yöntem araştırmalarına yönelik sinerjik bir yaklaşım, her iki tür yaklaşımın doğasında bulunan güçlü yanlarını kullanır ve araştırmacılara temel araştırma tasarımı kararları vermek için kapsamlı bir çerçeve sağlar (Hall ve Howard, 2008, s. 248). Nicel ve nitel yöntemlerin üçgenlemesi Denzin (1978, s. 291) tarafından aynı fenomenin incelenmesinde metodolojilerin birleşimi olarak tanımlanmıştır. Çoklu bakış açıları daha fazla doğruluk sağladığından, aynı olguyla ilgili farklı türde veriler toplanması, ilgili araştırmanın yargılarının doğruluğunu artırma fırsatı sunmaktadır (Jick, 1979, s. 602).

3.1.1. Araştırma Tasarımı

Metodologlar tarafından çok çeşitli karma yöntem tasarımları sınıflandırmaları geliştirilmiştir. Farklı karma yöntem tasarımlarının bir tipolojide sınıflandırılması ve tipolojiden seçilen bir tasarımın bir çalışmanın amacına ve sorularına uyarlanması tipolojiye dayalı bir yaklaşım olarak ifade edilmektedir. Farklı türler ve çeşitli sınıflandırmalar, karma yöntem araştırmasının gelişen doğasından ve tasarımları karma yöntemler hakkında düşünmek için bir çerçeve olarak değerlendirmenin faydasından bahsetmektedir (Creswell ve Plano Clark, 2018, s. 57). Bu bağlamda araştırmacılar karma yöntem tasarımları geliştirerek (Greene vd., 1989; Patton, 1990; Morse, 1991; Steckler vd., 1992; Sandelowski, 1996; Greene ve Caracelli, 1997; Morgan, 1998; Tashakkori ve Teddlie, 1998; Creswell, 1999; Sandelowski, 2000; Creswell vd., 2003; Tashakkori ve Teddlie, 2003; Creswell vd., 2004; Creswell ve Plano Clark, 2007; Creswell ve Plano Clark, 2011; Greene, 2007; Morse ve Niehaus, 2009; Teddlie ve Tashakkori, 2009; Plano Clark ve Ivankova, 2016) metodolojik sınıflandırmalara katkıda bulunmuşlardır (Creswell ve Plano Clark, 2018, s. 58; West, 2011, s. 47). Bazı araştırmacılar, nicel ve nitel zincirlerin birbirine göre uygulandığı ve “eşzamanlı” ve “sıralı” gibi isimler kullanarak araştırmaların görelili zamanlamasına veya dizilişine odaklanırken (Morse, 1991; Sandelowski, 2000); bazı araştırmacılar ise, “niteliksel güdümlü” (Morse ve Niehaus, 2009) ve “eşdeğer durum” (Tashakkori ve Teddlie, 1998) gibi isimler kullanarak çalışmanın amacına hitap etmede nicel ve nitel aşamaların görelili önceliğini, ağırlığını veya önemini vurgulamışlardır. Bunun yanı sıra bazı araştırmacılar (Greene, 2007; Teddlie ve Tashakkori, 2009), “bileşen” veya “tamamen entegre” gibi tasarım adlarını kullanarak nicel ve nitel zincirler arasında meydana gelen etkileşim veya bağımsızlık / bağımlılık düzeyini vurgulamışlardır.

Karma yöntem tasarımları hakkında geliştirilen çeşitli tipolojiler, sadece yazarların farklı

disiplin yönelimlerini temsil etmekle kalmaz; aynı zamanda araştırmacıların karma yöntemler hakkında düşündükleri farklı yolları da temsil etmektedir (Creswell ve Plano Clark, 2018, s. 57). Karma yöntem alanının olgunlaşmasıyla ve mevcut sınıflandırmaların çeşitlenmesi nedeniyle, yıllar içinde isimleri ve tasarıma olan yaklaşımlar değişkenlik göstermiştir. Creswell ve meslektaşları (Creswell vd., 2003; Creswell ve Plano Clark, 2007, 2011, 2018) araştırmacılara mevcut ana tasarım seçeneklerini iyi ve pratik bir biçimde anlamaya yardımcı olan temel tasarım tipolojisini yıllar içinde geliştirerek sunmuştur. Bu anlamda bir karma yöntem çalışması tasarlanırken öncelik, uygulama ve entegrasyon konularının dikkate alınmasının önem taşıdığı ifade edilmektedir (Creswell vd., 2003, s. 215). *Öncelik*, çalışmada nicel veya nitel hangi yönetime daha fazla önem verildiğiyle ilgilidir. *Uygulama*, nicel ve nitel veri toplama ve analizinin sırayla mı yoksa kronolojik aşamalarda mı, birbirini takip ederek mi, paralel mi yoksa eşzamanlı olarak mı gerçekleştiğini ifade ederken; *entegrasyon* (bütünleştirme) ise, araştırma sürecinde nicel ve nitel verilerin birbirine bağlanmasının veya karıştırılmasının gerçekleştiği aşamadır (Ivankova, 2004, s. 56). Creswell ve Plano Clark (2007), bir araştırma problemini ele almak için karma yöntem tasarımının uygun olabileceği dört örnek önermektedir. Bu bağlamda genel itibarıyla hem nitel hem de nicel yaklaşımlara ihtiyaç duyulduğunda üçgenleme tasarımı; çalışmayı ikinci bir veri kaynağıyla geliştirmek için bir ihtiyaç olduğunda gömülü tasarım; nicel sonuçları açıklamak için bir ihtiyaç olduğunda açıklayıcı tasarım; önce niteliksel olarak araştırma yapmak için bir ihtiyaç olduğunda ise keşfedici tasarım kullanılması gerektiği ifade edilmektedir (West, 2011, s. 42).

Karma yöntem tasarım özelliklerinin tartışılmasını kolaylaştırmak için Morse (1991) tarafından geliştirilen bir notasyon sistemi genişletilmiştir ve karma yöntem literatürü boyunca tasarım tartışmalarında yer bulmuştur. Morse'un (1991) ilk notasyon sistemi, bir çalışmanın nicel yöntemlerini belirtmek için "quan" ve nitel yöntemleri belirtmek için "qual" ifadelerini kullanmıştır. Bu yazı gösterimi, iki yöntemin eşit durumunu aktarmayı amaçlamakta ve her iki kısaltma da aynı sayıda harfe ve aynı formata sahiptir. Belirli bir çalışmadaki iki yöntemin göreceli önceliği (veya önemi) büyük ve küçük harfler kullanılarak belirtilir. Bu kapsamda öncelikli yöntemler büyük harflerle (yani, QUAN ve QUAL) ve ikincil yöntemler küçük harflerle (yani, quan ve qual) gösterilmektedir (Creswell ve Plano Clark, 2018, s. 63). Gösterimde yer alan artı (+) işareti hem nicel hem de nitel verilerin aynı anda toplandığı eşzamanlı bir veri toplama biçimini temsil ederken, ok (→) işareti bir formun (örneğin, nitel veriler) diğerinin üzerine inşa edildiği (örneğin, nicel veriler) sıralı bir veri

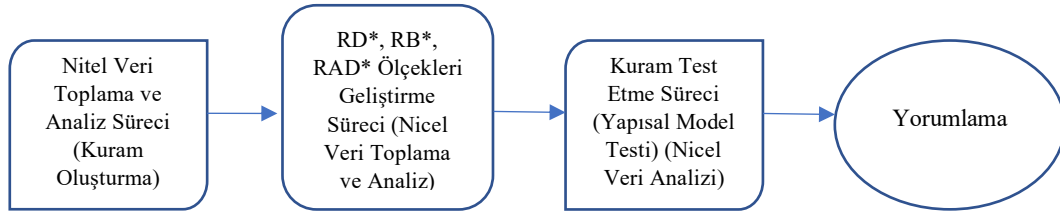
toplama biçimini belirtmektedir. Notasyon sisteminde büyük harf kullanımı, çalışmadaki nicel veya nitel veriler, analizler ve yorumlar üzerinde bir ağırlık veya önceliği belirtmektedir. Karma yöntem araştırmasında, nitel ve nicel veriler eşit olarak vurgulanabilir veya biri diğerinden daha fazla vurgulanabilir. Büyük harf kullanımı, bir yaklaşımın veya yöntemin vurgulandığını gösterir (Creswell, 2009, s. 209-210).

Üç temel karma yöntem tasarımı için bu gösterim sisteminin kullanımına ilişkin örnekler aşağıdaki gibidir (Creswell ve Plano Clark, 2018, s. 65):

- (QUAN + QUAL): Bu gösterim, araştırmacının nicel ve nitel aşamaları aynı anda uyguladığı, her iki dizinin de eşit vurguya sahip olduğu ve ayrı dizilerin sonuçlarının yakınsadığı yakınsak bir tasarımı gösterir.
- (QUAN + qual) veya (quan + QUAL): Araştırmada nitel ve nicel parçaların eşit olmaması durumunda bu gösterimleri kullanmak mümkündür. İki tür gösterimde de nitel ya da nicel aşamaya yapılan vurgudan bağımsız olarak araştırmacının genel amacı, iki veri tabanından elde edilen sonuçları birleştirmek veya karşılaştırmaktır.
- (QUAN → qual): Bu gösterim, nicel yöntemlerin önce gerçekleştiği ve çalışmanın amacına hitap etmede daha fazla vurgu yaptığı, araştırmaya yardımcı olmak için ise nitel yöntemlerin izlendiği ve nicel sonuçların açıklandığı açıklayıcı bir sıralı tasarımı göstermektedir.
- (quan → QUAL): Araştırma tasarımında vurgunun gösterimdeki gibi ikinci nitel diziye verilmesi de mümkündür.
- (QUAL → quan): Bu gösterim, araştırmacının iki aşamayı bir sırayla uyguladığı, nitel yöntemlerin önce bir fenomeni keşfetmek için ortaya çıktığı ve çalışmanın amacını ele almada daha büyük bir vurguya sahip olduğu, keşfedici sıralı bir tasarımı gösterir. Ardından nitel bulguların bir evrene (popülasyona) ne ölçüde genellenebileceğini değerlendirmek için nicel yöntemler kullanılmaktadır.
- Vurgulamanın, qual → QUAN olarak gösterilecek olan ikinci nitel diziye verilmesi de mümkündür.

Morse (1991)'un notasyon sisteminden hareketle, yürütülen bu araştırmanın tasarımı ise, keşfedici sıralı eşit derecede önemli iki yöntemin ardışık sıralamasını gösteren NİTEL → NİCEL ile temsil edilebilir. Dolayısıyla bu araştırmanın tasarımı, nitel aşamanın statüsünü yükseltmenin yanı sıra, çalışmanın ayrı bir aşaması olarak kavramlaştırarak araç geliştirme sürecine de vurgu yapmaktadır. Bu çalışma, nitel aşamada titiz bir gömülü (grounded) teori

(veriden gelen kuram) yaklaşımı kullanarak, böylece nitel aşamanın rolünü nicel aşamayla tamamlayarak yükseltmeyi ve çalışmanın genel titizliğine katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Bu bilgiler ışığında yürütülen bu çalışmada, araştırmanın amacını karşılayabilmek için sırasıyla önce nitel sonra nicel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı “*keşfedici sıralı karma araştırma deseni*” esas alınmıştır. Şekil 1’de araştırmada kullanılan keşfedici sıralı karma araştırma tasarımının görsel temsili (Creswell ve Plano Clark, 2012, s. 69) yansıtılmıştır.



*RD: Ritüel Deneyimi; RB: Ritüel Bağlılığı; RAD: Ritüel Alışveriş Deneyimi

Şekil 1. Keşfedici Sıralı Karma Araştırma Tasarımı

Keşfedici sıralı karma araştırma tasarımı, araştırmacının nitel verilerin toplanması ve analizi ile başladığı, ardından nitel bulguların bir yaklaşıma veya araca dönüştürülmesine yönelik bir geliştirme aşamasının izlediği üç aşamalı bir karma yöntem tasarımıdır (Creswell vd., 2004, s. 11). Daha ayrıntılı ifade etmek gerekirse; mevcut araçlar yetersiz olduğunda ya da bir araç mevcut olmadığında, araştırmacının bir araç geliştirmesi ve test etmesi gerektiğinde; değişkenler bilinmediğinde veya yönlendirici bir çerçeve ya da teori olmadığında ve nicel olarak çalışılacak önemli değişkenleri belirlemek ihtiyacı olduğunda; nitel aşama ile ortaya çıkan bir teori test edileceğinde ve nitel bulguları farklı örneklemelere genellemek istendiğinde; bir fenomeni derinlemesine araştırmak ve boyutlarının yaygınlığını ölçmek istendiğinde keşfedici tasarımların kullanılması yarar sağlamaktadır (Creswell ve Plano Clark, 2007, s. 75; Creswell ve Plano Clark, 2018, s. 87). Bu araştırma stratejisi; nitel veri toplama ve analizi olarak ilk aşamayı, ardından birinci nitel aşamanın sonuçlarına dayanan nicel veri toplama ve analizi ile ikinci aşamayı içerir. Ardından veriler, nitel veri analizi ile nicel veri toplama arasında bağlantı kurularak karıştırılır (Creswell, 2009, s. 211). Keşifsel tasarımlar, niteliksel olarak başladığından, nitel boyutun tasarım içinde daha fazla vurgulanmasını ve bu kapsamda araştırma probleminin ve amacının net bir biçimde ortaya konmasını gerektirmektedir. Bir keşif tasarımındaki teori veya kavramsal çerçeve, nitel veri sonuçlarının teorik bir modele yol açabileceği çalışmanın ilk aşamasında, grounded (gömülü) teoride olduğu gibi tümevarımsal olarak geliştirilebilir. Katılımcıların görüşlerine dayanan bu model, daha sonra, çalışmanın nicel takip aşamasında değerlendirilen değişkenlere ve incelenen

ilişkilere katkıda bulunabilir. Alternatif olarak teori, test edilecek bir araç, yeni bir ölçü veya spesifik bir uygulama geliştirme aşamasında çalışmaya katılabilir. Bu durumda, nitel sonuçlar, projenin bu çalışma aşamasını bilgilendirmek için literatürden bir teori ile birleştirilebilir. Bir keşif tasarımında entegrasyon, katılımcıların kültürüne ve bakış açılarına dayanan ve test edilecek yeni bir nicel özellik oluşturmak için ilk nitel sonuçların (örneğin temalar ve anlamlı ifadeler) kullanılmasını içermektedir. Nicel aracın geliştirilmesi ve amaçlanan testlerin gerçekleştirilmesi ile nicel aşamanın tamamlanmasının ardından araştırmacı iki bağlantılı sonuç grubunu bütünleştirmektedir. Daha sonra nicel sonuçların nitel olarak bilgilendirilmiş araç veya materyaller üzerine nasıl inşa edildiğine dair entegre sonuçlar çıkarılmaktadır. En temel düzeyde, bu stratejinin amacı, nitel bulguların yorumlanmasına yardımcı olmak için nicel verileri ve sonuçları kullanmaktır (Creswell ve Plano Clark, 2018, s. 89-90).

3.1.2. Keşfedici Sıralı Karma Yöntem Araştırmasının Gerekçesi

Sıralı keşif tasarımları, daha sonra ikinci bir nicel aşamayı bilgilendiren merkezi fenomeni araştıran bir başlangıç nitel aşama ile karakterize edilmektedir. Araç geliştirme varyantı, değişkenleri tanımlamak ve ardından sonraki niceliksel aşamada kullanılmak üzere bir araç geliştirmek için keşfedici nitel aşamayı kullanmaktadır. Geleneksel olarak bir ölçek geliştirme tasarımı, çalışmanın nicel aşamasına daha fazla vurgu yapmaktadır (Howell Smith, 2011, s. 41). Bununla birlikte Onwegbuzie ve meslektaşları (2010), Araç Geliştirme ve Yapı Doğrulama modelini geliştirirken ölçek geliştirme prosedürlerinde hem nicel hem de nitel verilerin değerini açıkça ortaya koymuştur. İlişkileri açıklamaya ve yorumlamaya daha uygun olan sıralı açıklayıcı yaklaşımın aksine, keşfedici sıralı karma modelin birincil odak noktası başlangıçta bir olguyu keşfetmektir. Bu amacı karşılamak için veri toplama iki aşamada gerçekleştirilir. İlk olarak araştırmanın geçerliliğini artırmak için, tümevarımsal bir yaklaşım ile nitel veri toplama tekniği kullanılarak olgu niteliksel olarak araştırılır ve buradaki amaç katılımcılarla birlikte konuyu keşfetmektir (Creswell, 2009, s. 206; Foroudi vd., 2021, s. 77; West, 2011, s. 47). Bu yaklaşımda nitel araştırmanın kullanılması, karmaşık sosyal olguları anlamak için büyük önem taşımakta ve araştırmacının temayı yanıtlayanların bakış açısından geliştirmesine yardımcı olmaktadır (Foroudi vd., 2021, s. 77). Araştırma kapsamında da ilk aşamada ritüel olgusuna yüklenen anlamlar, ritüel tüketimi etrafında şekillenen deneyimler ve tüketim ritüellerine derinlemesine bir bakış geliştirmek amaçlanmıştır. Öznel tüketim deneyimleri bir tüketim olgusu etrafında tüketicinin çoklu duyu ve duygu durumlarıyla

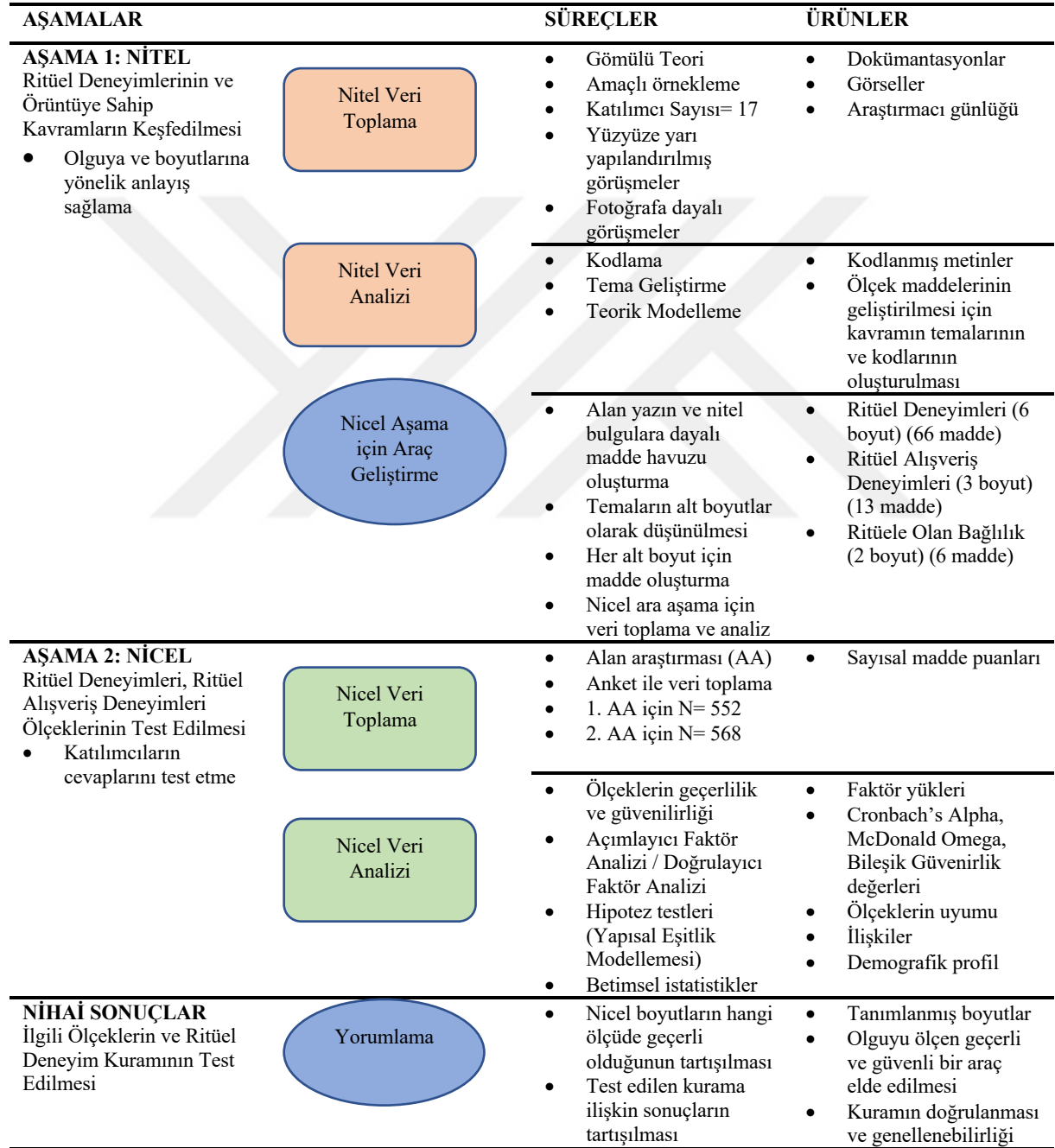
yaşandığından (Belk vd., 1989; Hirschman ve Holbrook, 1982) subjektif veriler aracılığıyla öznel deneyimlerin arka planına ve insanın derinliklerine inilerek onların gerçekliğine ilişkin bir yol haritası edinilebilecektir (Altaş, 2018, s. 12-13; Burrell ve Morgan 1979, s. 3). Dolayısıyla sosyal dünyadaki bireylerin deneyimlerinde ve düşüncelerinde var olan belirli öznel gerçekliklerin bilinmesi ve keşfedilmesi ile yürütülen, bireysel deneyimlere yönelik araştırmalar, kişilerin yargılarından bir olguya ilişkin derinlemesine fikirler edinmeyi sağlamaktadır (Clarke vd., 1998, s. 136; Hudson ve Murray, 1988, s. 346). Bu süreçte faydalanılan derinlemesine görüşmeler mevcut verilere yeni bir bakış açısı getirmede çok faydalıdır. Görüşmelerden ve odak gruplarından toplanan veriler, araştırma süreci açısından bilgi ve iç görü sağlar ve literatür taramasında tanımlanmayan daha fazla veri elde edilmesine olanak tanır (Malhotra vd., 2017, s. 183). Dolayısıyla keşfedici sıralı karma araştırma desenine dayanan bu çalışmanın ilk aşamasında en az bir çocuğu olan annelerle gerçekleştirilen görüşmeler, çocukları ile ilgili özel gün etkinliklerine yükledikleri anlamı, ritüel etkinliklerde saklı yaşadıkları deneyimleri ve bu süreçteki tüketim eylemlerine yönelik iç görüler sağlanmıştır.

Nitel aşama görece küçük örneklemeleri içerdiğinden bu anlamdaki zayıflığı en aza indirmek için nitel veriler, esas olarak bir anket şeklinde nicel bir çalışma oluşturmak için kullanılmaktadır (Foroudi vd., 2021, s. 81). Nicel yaklaşımların mevcut teoriyi detaylandırmak veya genişletmekte sınırlı oldukları durumda nitel tekniklerin kullanılması yoluyla yeni teoriler geliştirilebilir ve aynı zamanda nicel bulguların altında yatan nedenleri detaylandırmaya ve açıklamaya yardımcı olabilir (Malhotra vd., 2017, s. 155). Nitel bulguların analizinden sonraki aşamada araştırmacı, nicel aşamanın veri toplama (ölçme) aracı (anketi) için hipotezler oluşturarak ölçeğin saflaştırılmasını sağlamaktadır (Foroudi vd., 2021, s. 77) ve böylelikle nicel sorular oluşturulmuş olmaktadır. Bir diğer deyişle verilerin çok sayıda insandan, tipik olarak bir evreni (popülasyonu) temsil eden bir örneklemden toplandığı ikinci bir aşama aracılığıyla anlayışı genişletmektedir (Creswell, 2009, s. 206; West, 2011, s. 47). Bu aşamada kavramsal modeli doğrulamak, ana kavramı açıklamak ve araştırmayı geniş bir örneklemde genellemek için nicel araştırma yürütülmektedir (Foroudi vd., 2021, s. 77). Nitel araştırmanın sonuçlarının nicel olarak test edilmesi, yaklaşımın veya aracın katılımcıların görüşlerine dayandırılacağı anlamına gelmektedir (Creswell vd., 2004, s. 11). Esas olarak nitel sonuçları değerlendirmeye ve yorumlamaya yardımcı olan bu aşama ile nitel aşama sonucu ortaya çıkan bir teorinin öğeleri test edilmiş olmaktadır. Nicel sonuçların

nitel bulguları hangi yollarla ve ne ölçüde genelleştirdiği yorumlanarak böylelikle nitel bulgular farklı örneklerle genelleştirilir (Creswell ve Plano Clark, 2018, s. 68; Morgan, 1998, s. 368). Nicel araştırma, genelleme amacıyla büyük miktarda veriyi özetlemektedir (Foroudi vd., 2021, s. 77). Morse (1991, s. 122) bu yaklaşımın bir olgunun seçilen bir evren (popülasyon) içindeki dağılımını belirlemek amacıyla kullanıldığını ifade etmiştir. Dolayısıyla bir fenomeni keşfetmek isteyen; ama aynı zamanda nitel bulguları genişletmek isteyen araştırmalarda kullanılan keşfedici sıralı yaklaşım ile (Creswell, 2009, s. 212), yürütülmüş bu araştırmanın ikinci aşaması, ilk nitel aşamada ortaya konan kuramı daha büyük örneklemeler üzerinde test ederek genellenebilir sonuçlar almak üzere ölçek geliştirme ve kuram testi için nicel veri toplama ve analiz aşaması ile devam etmiştir.

Bir araştırmada keşfedici sıralı bir karma tasarımı kullanmanın mantığı hem katılımcıya odaklanması hem de metodolojik genişlemedir. Nitel verilere dayalı teorik bir model geliştirmek ve daha sonra bu teoriyi nicel değişkenlere dönüştürmek, bu değişkenlerin daha iyi ölçülmesini sağlamaktadır. Ayrıca bu yaklaşım, bu sürecin ayrıntılı bir tanımını sağlayarak araştırma metodolojisini genişletmektedir. ***Dolayısıyla yürütülen bu araştırmanın keşfedici sıralı karma araştırma deseni ile yürütülmesinin birincil gerekçesi*** Türkiye kültüründeki annelerin, çocuklarıyla ilgili özel gün etkinliklerine yükledikleri anlamları ve ilgili ritüel deneyimlerine bağlı olarak gerçekleştirdikleri tüketim eylemlerini ve tüketim deneyimlerini açıklayan bir teorinin geliştirilmesi, bu teorinin kavramlarına ilişkin geçerliği-güvenirliliği sınanmış ölçeklerin geliştirilmesi ve test edilmesidir. Böyle bir kurama erişmek için grounded teori yaklaşımının kullanılmasının etnografik yaklaşımdan daha uygun olduğu ifade edilmiş, grounded teori süreci aracılığıyla bir grup insanın deneyimlerine odaklanmanın, ölçek geliştirme süreci açısından da olumlu etkiye sahip olduğuna değinilmiştir. ***Keşfedici sıralı karma araştırma süreci ile yürütülen bu çalışmanın bir diğer gerekçesi*** metodolojik genişlemedir. Bu gerekçe genellikle yapıyı ölçecek mevcut bir aracın bulunmaması bağlamında ifade edilmektedir. Metodolojik bakış açılarına ekleme yapma ve bilimsel araştırma sürecine katkıda bulunma arzusu da bu mantığın bir başka yönüdür. Bu kapsamda, ölçek geliştirme çalışmalarındaki metodolojik genişleme mantığı, karma yöntem yaklaşımlarının ampirik faydalarını gösterme fırsatı sağlamaktadır (Howell Smith, 2011, s. 43). Bir diğer deyişle ölçek geliştirme amacıyla gerçekleştirilen nitel görüşmeler, ölçek maddelerinin hedef katılımcıların deneyimlerinin göze çarpan yönlerini ele aldığına dair ek kanıtlar sağlayarak içerik geçerliliğini güçlendirmektedir (Knafl vd., 2007, s. 225).

Dolayısıyla annelerin çocukları ile ilgili gerçekleştirdikleri özel gün etkinliklerine yükledikleri anlamları, yaşadıkları ritüel deneyimlerini ve ritüel alışveriş deneyimlerini önce kuram olarak ortaya koymayı, ardından da geliştirilen ölçme aracı ile toplanan veri ile bu kuramı test etmeyi amaçlayan bu araştırmada; yerli kültür bağlamında ritüel deneyimlerini tüketim perspektifiyle teorileştirmenin yanı sıra, test aşamasıyla da desteklemesi önemli gerekçeleri temsil etmektedir. Bu kapsamda Şekil 2’de keşfedici sıralı karma araştırma tasarımıyla yürütülen çalışmanın aşamalarının görsel sunumu yer almaktadır.



Şekil 2. Keşfedici Sıralı Tasarım Sürecinin Ayrıntılı Görsel Diyagramı

3.2. Aşama I: Nitel Araştırma

Nitel araştırma yöntemleri, yaşam içindeki olguları anlamak için tümevarımsal ve yorumlayıcı yaklaşımlar yoluyla birçok alandaki süreçleri geliştirmek için yaygın olarak kullanılmaktadır. Nitel araştırmalar yorumlayıcı ve doğalcı bir yaklaşımı içerdiğinden, araştırmacıların olguları doğal ortamlarında inceleyerek insanların onlara yüklediği anlamlar açısından anlamlandırmaya veya yorumlamaya çalıştıkları bir süreci temsil etmektedir. Bu süreçte araştırmanın amacı, olgulara bir anlam yüklemekten ziyade, katılımcıların kendileri için oluşturdukları anlamı anlamak ve ortaya çıkarmaktır (Denzin ve Lincoln, 2005, s. 3; Howell Smith, 2011, s. 44). Nitel araştırmalarda araştırmacılar, ele alınan olgunun karmaşık ve insan ile ilgili olan yanlarını ele almaktadır ve bu anlamda birçok türden oluşan anlam kaynağından yararlanmaktadırlar (Van Manen, 2002a, s. 1; Van Manen, 2002b, s. 1). Nitel yaklaşımlar, doğası gereği bir olguya dair kesin ve genellenebilir sonuçlar ortaya koyma iddiasında olmamakla birlikte (Crotty, 1996, s. 14), anlamını tam olarak kavrayamadığımız her türlü olgu ve kavramın araştırılmasında kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 72).

Yürütülen bu araştırmada da nitel yaklaşım ile başlayan araştırma sürecinde, çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde annelerin ritüel deneyimlerini ve ritüel alışveriş deneyimlerini daha iyi anlayabilmek için katılımcıların deneyimlerinin arka planının incelenmesi önem taşımaktadır. İnsan deneyiminin güvenilir bir veri kaynağı olduğu düşüncesi, deneyimlerin insanlar ve olgular arasındaki bilginin temel taşı olduğunu göstermektedir (Morrissey ve Higgs, 2006, s. 162). Dolayısıyla zengin ve ödüllendirici bir bilgi kaynağı olarak değerlendirilen deneyimlerin (Becker, 1992, s. 11), deneyimi yaşayan kişilerce betimlenmeleri, o olguya yönelik deneyimlerin anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır (Berryman, 2005, s. 84). Bireylerin yaşadıkları öznel tüketim deneyimleri, davranışlarının aksine doğrudan gözlemlenerek (Chronis ve Hampton, 2002, s. 318) ölçülememekte ve bu durum yaşanan deneyimlerin belirlenebilmesini araştırmacılar açısından zorlaştırabilmektedir. Doğrudan gözlemlenememe özelliği ile tüketici davranışından ayrılan tüketim deneyimleri için tüketicilerin içsel durumunu yansıtan alternatif yollara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu anlamda derinlemesine sonuçlar elde etmede nitel araştırma yöntemleri önem kazanmaktadır (Carù ve Cova, 2008, ss. 168; Uygun, 2011, s. 245). Nitel araştırma, değişkenlerini bilmediğiniz ve keşfetmeniz gereken bir araştırma problemini ele almak için en uygun yöntemdir. Alan yazın, araştırılan fenomen hakkında görece az bilgi verdiğinde, keşif yoluyla katılımcılardan daha fazlasını öğrenmeniz gerekmektedir (Creswell, 2012, s. 16). Öznelliği

vurgulayan bir fenomenolojik araştırmacı olan Blumer (1980), kişinin ilgilenmesi gereken bir gerçekliğin var olduğunu ifade etmiştir. Dışarıda insanların karşısında duran ve ona yönelik eylemlere direnebilecek bir gerçeklik dünyası vardır ve bu gerçeklik dünyası, insanlar tarafından ancak insanlar tarafından algılandığı biçimde bilinir hale gelir (Blumer, 1980, s. 410). Fenomenolojik bir perspektiften, Douglas (1976) ve Geertz (1973), oklu gerçekliğin var olduğuna ve farklı bireylerden hepsi eşit derecede geçerli olan çoklu yorumların mevcut olduğuna inanmaktadır. Belirli bir olayı, ritelli, âdeti, fikri veya arka plan bilgisi olarak ima edilen her şeyi kavramak için ihtiyaç duyduğumuz şeylerin çoğu, doğrudan incelenmeden önce belirsizdir (Geertz, 1973, s. 314). Gerçekliğin sosyal bir yapı olduğu düşünüldüğünde; sosyal dünyanın neye benzediğine dair temel ve sağduyulu görüş elde etmek, bu dünya hakkında daha fazla hakikat elde etmeye ve hangi yöntemlerin kullanılacağına karar vermede temel öneme sahiptir. Bu, sürekli olarak toplumsal dünyanın gerçekte ne olduğuyla ilgilenmemiz ve yöntemlerin o toplumsal dünyayla nasıl ilişkili olduğunu göstermemiz gerektiği anlamına gelir. Aynı zamanda, farklı hakikat hedeflerimiz, ulaşmak istediğimiz farklı veri türleri olduğunda, oraya ulaşmak için farklı yöntemler kullanmak istediğimiz anlamına gelir (Douglas, 1976, s. 1). Bu yüzden, annelerin çocukları için düzenledikleri özel gün etkinliklerindeki ritüeller deneyimlerini ve ritüel alışveriş deneyimlerini tespit etmeyi amaçlayan bu çalışmada, karma araştırma yönteminin ilk aşamasında nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır.

Bu araştırmanın ilk nitel aşamasının deseni, gömülü (grounded-veriden gelen) teoridir. Karmaşık bir insani sürecin incelendiği, ele alınan olguya özgü bir literatürün olmadığı, olgunun ayrıntılarına odaklanarak anlamının ortaya konulması gerektiği ve değişkenleri tanımlayarak veya verilerin tümevarımsal analizi ile yeni bir teori oluşturma ihtiyaı olan araştırmalarda gömülü teori yaklaşımı deseni kullanılmaktadır. Gömülü (grounded) teori metodolojisi sistematik, tümevarımsal ve karşılaştırmalı bir süreç yoluyla teori oluşturmak için kullanılan nitel bir araştırma yaklaşımıdır (Bryant ve Charmaz, 2007, s. 1). Gömülü teorinin, nitel araştırma yaklaşımlarında sıklıkla kullanılan bir diğer araştırma deseni olgu biliminden farklı, keşfedilen olgu ile ilgili daha sonra test edilmek üzere üretilen kuram aşamasıdır. Olgu bilim, insan deneyiminin derinliklerini irdelemek için kullanılan; insan deneyimine ilişkin yapılacak zengin betimlemeler çerçevesinde ortak temaların ortaya çıkarılmasını hedefleyerek ilgili fenomenin tasvir edildiği bir araştırma desendir (Blodgett-McDeavitt, 1997, s. 10; Marques ve McCall, 2005, s. 444; Seamon, 2000, s. 1). Bununla

birlikte gömülü teori araştırma sürecinin amacı, daha önce var olmayan, temellendirilmiş sağlam teoriler ve kuramlar üretmektir (Glaser, 2007; Glaser ve Strauss, 1967; Kearney, 2007). Gömülü teori tasarımı, geniş bir kavramsal düzeyde, bir süreci, bir eylemi veya önemli bir konu hakkındaki etkileşimi açıklayan bir teori oluşturmak için kullanılan sistematik, nitel bir prosedürdür. Gömülü teori araştırmasında bu teori bir “süreç” teorisidir; zaman içinde meydana gelen olayların, etkinliklerin, eylemlerin ve etkileşimlerin eğitimsel sürecini açıklar. Teorisyenler veri toplama, temalarla eşanlamlı olarak kullanılan kategorileri belirleme, bu kategorileri birbirine bağlama ve süreci açıklayan bir teori oluşturma gibi sistematik prosedürler üzerinden ilerler (Creswell, 2012, s. 423).

Yürütülen bu doktora tez araştırmasında da annelerin çocukları için düzenledikleri özel gün etkinlikleri ile ilgili ritüel deneyimlerini, ritüel alışveriş deneyimlerini ve ritüele olan bağlılık olgularını ortaya koyarak birbirleri arasındaki örüntüler ya da kavramsal ilişkiler açısından bir kuram oluşturmak amaçlanmıştır. Dolayısıyla ilgili amacı karşılamak için bireylerin yaşadığı ve içlerinde yaşattıkları dünyalar hakkında bilgi edinmenin ve onları anlamak için teoriler geliştirmenin bir yöntemi olarak gömülü (grounded) teori kullanılmıştır (Charmaz, 2006, s. 10). Gömülü teori, ilgili kategorilerin doygunluğunu sağlamak için sürekli karşılaştırmalı analiz yöntemini kullanarak ortaya çıkan teoriyi geliştirmek amacıyla verilerin ortak olarak toplandığı, kodlandığı ve analiz edildiği teorik örnekleme ile karakterize edilmektedir. Bu sürekli karşılaştırma süreci, araştırmacının daha sonra gelişen teoriyi bilgilendirecek olan yüksek düzeyde yapılandırılmış bir kodlama süreci aracılığıyla temalar ve kategoriler için verileri derinlemesine analiz etmesine olanak tanımaktadır (Howell Smith, 2011, s. 46). Her konunun pozitivist ve ampirizm ile ölçülemediği bazı pazarlama araştırmalarında yorumsamacı yaklaşımların önemine değinilmiştir (Szmigin ve Foxall, 2000, s. 191; Shankar ve Goulding, 2001, s. 7). Pazarlama uzmanlarının nitel araştırma yaklaşımı ile yürütülen pazarlama araştırmalarının kavramsal ve uygulama açısından önemli ipuçları sağlayacağı yönünde görüş bildirmeleri (Ruyter ve Scholl, 1998, s. 7), tüketici araştırmalarında yorumsamacı dönüşümün kabul görmeye başladığını göstermektedir (Uygun, 2011, s. 86). Dolayısıyla sadece bir dizi bulgu üretmek yerine, bir olgu hakkında teoriler üretmek, bir bilgi alanının gelişimi için önemli olduğundan (Strauss ve Corbin, 1998, s. 22-23) yürütülen bu araştırmanın da Türkiye kültüründeki özel gün etkinlikleri ile ilgili ritüel deneyimlerine ve alışveriş (tüketim) deneyimlerine dair olan boşluğu dolduracak olması, bu yaklaşımın kullanılmasının arka planını yansıtmaktadır.

3.2.2. Katılımcı Grubu

Sosyal yaşam içindeki deneyimlerin nasıl gerçekleştiğini ve anlamların nasıl oluşturulduğunu belirlemek için birtakım sorular ve yanıtlar arayan (Denzin ve Lincoln, 2004, s. 4), bunun sonucunda çeşitli anlamlar oluşturma yetisi sunan (Krauss, 2005, s. 763), keşfedilecek deneyimlerle ilgili kapsamlı bir araştırma sürecini barındıran nitel araştırmalarda (Ruyter ve Scholl, 1998, s. 8) örneklem stratejisinin belirlenmesi anlayış derinliğini sağlamada önem taşımaktadır (Christy ve Wood, 1999, s. 191). Nicel araştırma yaklaşımlarındaki odak nokta, en temsil edici bireyleri seçerek, bu bireyler vasıtasıyla evreni sıklıkla açıklayan kuramları test eden ve sonucunda bir evrene genelleme yapılmasına zemin hazırlayan rassal (random-yansız) örneklemedir. Buna karşın nitel araştırmada ise araştırmacı, belli bir merkezde ele aldığı herhangi bir olguyu anlayabilmesine en iyi şekilde imkân tanıyacak insanları ya da alanları amaçlı olarak seçer. Bu yönüyle nitel araştırma ile nicel araştırmanın temel farkı; elde edilen bulguların evrene genellenmesi yerine, belli bir bağlamda ele alınan olguya yönelik ayrıntılı ve derin bir anlayış yakalayabilmektir (Creswell, 2005, s. 203). Toplumda ana kütleyi oluşturma niteliğiyle çeşitli katmanların var oluşu ve sonuçlarının sınırlı bir biçimde yalnızca belirli durumlar için genellenebilmesi sebebiyle nitel araştırmalarda amaçlı örnekleme stratejisinin kullanıldığını söylemek mümkündür (Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 103). Örneklemin amaca uygun olarak şekillendirilmesi için kullanılan amaçlı örnekleme ile bir olguya dair ayrıntılı bilgi sağlayacak şekilde derin bir iç görü ve bakış açısı sağlanmaktadır. Bu anlamda amaçlı örnekleme çerçevesinde yürütülecek bir araştırmada, belirli bir olgunun anlaşılabilmesi için bireylerin ve alanların amaçlı olarak seçimi söz konusudur (Patton, 1990, s. 169). Bu çalışmada da araştırmanın amacını karşılamak üzere, amaçlı örneklemeden stratejisinden yola çıkarak; en az bir çocuğu olan ve çocuğunun 1.yaş günü de dahil olmak üzere bu zaman diliminde herhangi bir özel gün etkinliği düzenleyen kadınlarla yüz yüze ve online görüşmeler yapılmıştır. Annelerin çocuklarının birinci yaş gününe kadarki özel gün etkinliklerinde yaşadıkları ritüel deneyimlerini ve ritüel alışveriş deneyimlerini derinlemesine ortaya koyabilmek için teorik örnekleme bakış açısıyla amaçlı olarak seçilen Türkiye’de çeşitli şehirlerde yaşayan annelerden veri toplanmıştır. Belli bir şehir sınırlaması getirilmemesinin arka planında yer alan olgu; araştırmanın amacı doğrultusunda incelenmesi düşünülen Türkiye kültüründeki çocuk eksenli özel gün etkinliklerinde annelerin ritüel deneyimlerini ve buna bağlı tüketim eylemlerinin yansımalarını zengin içerikli ve ayrıntılı biçimde ortaya koymaktır. Dolayısıyla bölge ya da şehir fark etmeksizin, Türkiye sınırları

içerisinde yaşayan kadınlar amaçlı olarak araştırma kapsamına dahil edilmiştir.

Alan yazında nitel veya amaçlı örnekleme stratejilerine dair çeşitli sayıda yaklaşımlar (Miles ve Huberman, 1994; Patton, 1990) bulunmakla birlikte araştırmanın yürütüleceği bağlam, olgu, alan ve birey gibi unsurlara göre araştırmacı amaca uygun olarak stratejilerden bir ya da daha fazlasını seçebilmektedir. Bu araştırmanın amaçlarıyla ilişkili olarak; annelerin alt grubunun bebeklerinin birinci yaş zaman dilimine kadarki ritüel deneyimlerini derinlemesine betimleyebilmek için “benzeşik örnekleme stratejisi” temel alınmıştır. Bu bağlamda araştırmanın temel örnekleme stratejisini oluşturan benzeşik örnekleme ile belli alanlar veya insanlar benzer özellikleri barındırmalarından ötürü seçilmektedir (Creswell, 2005, s. 204, 206). Tablo 5’te araştırmanın ilk nitel aşamasında yapılan görüşme sürecindeki katılımcıların kişisel özellikleri görülmektedir:

Tablo 5. Araştırma Katılımcılarının Özellikleri

Katılımcı	Yaş	Eğitim Durumu	Meslek	Gelir	Çocuk Sayısı	Evlilik Yılı	Memleket	Büyüdüğü Bölge	Büyüdüğü Yer	Yaşanan Yer
Melahat	55	Önlisans	Emekli	2501-3500 TL arası	3	23	Hatay	Akdeniz	Merkez İlçe / İl	Hatay
Hande	34	Lisansüstü	Öğretim Görevlisi	5500 TL ve üzeri	1	11	Aksaray	İç Anadolu	Merkez İlçe / İl	Aksaray
Duygu	39	İlköğretim	Ev Hanımı	0-1500 TL	1	23	Aksaray	İç Anadolu	İlçe	Ortaköy /Aksaray
Esma	31	Lise	Bilgi İşlem Personeli	3501-4500 TL arası	2	7	Aksaray	İç Anadolu	Merkez İlçe / İl	Aksaray
Sultan	30	Lisans	Zabıt Katibi	3501-4500 TL arası	1	4	Mersin	Akdeniz	Köy / Kasaba	Konya
Zehra	34	Lisans	Öğretmen	3501-4500 TL arası	2	7	Tokat	Karadeniz	İlçe	Tokat
Esen	35	Lisans	Öğretmen	4500-5500 TL arası	2	9	Mersin	Akdeniz	Köy / Kasaba	Sivas
Naz	40	Lise	Ev Hanımı	1501-2500 TL arası	2	20	Hatay	Akdeniz	Merkez İlçe / İl	Hatay
Nur	55	İlköğretim	Ev Hanımı	5500 TL ve üzeri	4	41	Mardin	Doğu Anadolu	Köy / Kasaba	Gaziantep
Sümbül	36	Lisansüstü	Kamu Personeli	4500-5500 TL arası	1	5	Kayseri	İç Anadolu	Köy / Kasaba	Aksaray
Defne	23	Lise	Ev Hanımı	5500 TL ve üzeri	1	3	Mersin	İç Anadolu	Merkez İlçe / İl	Konya
Cennet	35	Lisansüstü	Öğretmen	0-1500 TL	2	10	Mersin	Akdeniz	Merkez İlçe / İl	Gazipaşa /Antalya
Çisem	35	Lisans	Eğitim İdarecisi	5500 TL ve üzeri	1	8	Mersin	Akdeniz	Merkez İlçe / İl	Silifke / Mersin
Açelya	32	Lisans	Ev Hanımı	5500 TL ve üzeri	1	7	Adana	Akdeniz	Merkez İlçe / İl	Adana
Meltem	34	Lisansüstü	Öğretmen	5500 TL ve üzeri	2	3	Siirt	Akdeniz	Merkez İlçe / İl	Mersin
Aysel	36	Önlisans	Ev Hanımı	0-1500 TL	3	11	Hatay	Akdeniz	İlçe	İstanbul
Zeynep	46	Lise	Ev Hanımı	0-1500 TL	2	19	Aksaray	İç Anadolu	Köy / Kasaba	Aksaray

3.2.3. Veri Toplama Teknikleri ve Veri Toplama Süreci

Nitel araştırma projeleri yeni problemlere ve yeni amaçlara hizmet ederek gerek araştırmacılar ve alan yazın için gerekse de uygulamadaki uzmanlar için çeşitli fikirler veren bir yapıda ilham kaynağı olabilmektedir (Pink, 2004, s. 393). Bir olgu ya da olaya ilişkin deneyim yaşayan kişi ya da kişilerle görüşme, konuşma, yazma veya olgu deneyimine ilişkin fotoğraflama yapma ile öznel deneyimler keşfedilebilmektedir (Hellyer, 2005, s. 22). Nitel araştırmada katılımcılara açık uçlu, genel ve geniş perspektiften sorular yöneltilmesi aracılığıyla, araştırmacının bakış açısıyla sınırlı kalmayacak şekilde katılımcıların kendi bakış açılarını paylaşma imkânı sunulmaktadır. Bunun yanı sıra araştırma sürecinde araştırmacı, çeşitli veri toplama tekniklerinden çoklu seçim yaparak veriyi toplayabilmekte ve ilgili durumlarda veri toplama tekniklerine yenilerini ekleyebilmektedir (Creswell, 2005, s. 209). Nitel veri toplama teknikleri çerçevesinde derinlemesine görüşmeler, fenomenin daha derinden kavranmasına ve tutumsal ve davranışsal verilerin toplanmasına yardımcı olur. Bu görüşmelerden elde edilen sonuçlar, alan yazın taramasından elde edilmeyen ek verilerin elde edilmesi için önem taşımaktadır. Görüşme, odak yapıya net bir genel bakış oluşturmak ve araştırma hedefinin daha derinden anlaşılmasını sağlamak için yüz yüze veya dijital olarak yapılabilir. Görüşmeler, katılımcı tarafından seçilen bir mekânda gerçekleştirilebileceği gibi araştırmacı da görüşmelerin yerine ve zamanlamasına karar verebilmektedir. Güvenilirliği sağlamak için görüşmenin kaydedilmesi ve kelimesi kelimesine yazıya dökülmesi önemlidir. Derinlemesine görüşme tekniği, konuyla ilgili temel motivasyonları, inançları, tutumları ve duyguları açığa çıkarmaktadır. Görüşmeler sırasında tüm ilgi alanlarının kapsanıp kapsanmadığını kontrol etmek için bir soru kâğıdı tasarlanmalıdır. Araştırmacı, farklı yaklaşımlarla yanıtlayıcılarla güven geliştirmelidir. Derinlemesine görüşmeler, “araştırmacıya yeni ipuçlarını ortaya çıkarmak, bir sorunun yeni boyutlarını açmak ve kişisel deneyime dayanan canlı, doğru kapsayıcı hesapları güvence altına almak için derinlemesine araştırma yapma fırsatı” verir. Derinlemesine görüşmeler esnektir ve çok çeşitli konularda soru sorulmasına izin verir. Bu anlamda kişisel görüşmeler pazarlama çalışmalarında yaygın olarak kullanılmaktadır ve katılımcıların soruları anlamalarını sağlamaya yardımcı olmaktadır (Burgess 1982, s. 107; Foroudi vd., 2021, s. 85).

Bu araştırmanın ilk nitel aşamasının veri toplama süreci yarı yapılandırılmış görüşme ve fotoğrafa dayalı görüşme tekniklerinin kullanılmasından oluşan iki temel aşamada gerçekleştirilmiştir. Bu tekniklerin bir arada kullanılması ile nitel veri toplamada birden fazla

teknikğin kullanılması ile çeşitleme sağlanması gereğinin yerine getirilmesi söz konusu olmuştur. Türkiye’de yaşayan ve araştırma şartlarını taşıdığı belirlenen katılımcılara, yürütülecek olan nitel araştırma ile ilgili bilgi verilerek gönüllü katılımcılar belirlenmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme ile annelerin çocukları için düzenledikleri özel gün etkinliklerindeki ritüellere ve alışveriş sürecine yönelik düşüncelerinin arka planına ilişkin derinlemesine bir bakış açısı sağlanmıştır. Sürecin ikinci aşamasında, katılımcılar tarafından seçilen, bebeklerinin doğumundan başlayan ve birinci yaş doğum günü de dahil olmak üzere yaptıkları ritüellere ve özel gün etkinliklerine ilişkin fotoğraflara dayalı görüşme soruları yöneltilerek görüşme sağlanmıştır. Tüm bu görüşme sürecinde veri kaybını önlemek amacıyla ses kayıt cihazıyla kayıt yapılmıştır. Ayrıca bir örneği Ek 3’te verilen gerek katılımcıların gönüllü olduğunu gerekse katılımcılardan bilgileri dahilinde ses kaydı alındığını belirten bir izin formu da katılımcılara imzalatılmıştır. Araştırmada yararlanılan veri toplama tekniklerine ilişkin ayrıntılara aşağıda sırasıyla yer verilmiştir.

Yarı Yapılandırılmış Görüşme: Pazarlama araştırmacılarının, daha az yapılandırılmış bir formatta derinlemesine konuları araştırabilmek ve araştırmalarında katılımcıların deneyimlerini, duygularını ve inançlarını kapsayabilmek için nitel bir yaklaşım benimsemeleri gerekli görülmektedir (Foroudi vd., 2021, s. 86). Hirschman (1986) deneyimleri inceleyen ve anlayan boyuta evrilen araştırmaların, nicel yaklaşım yerine nitel yaklaşımın benimsenmesinin olgulara ilişkin geliştirilen öznel anlamlar açısından gerekli olduğuna işaret etmiştir. Esasında bu yönüyle nitel araştırmalarda, nicel araştırmalarda olduğu gibi sebep sonuç ilişkisine bağlı olarak net çıkarımlar yapılmamakta ve her şey her şeye bağlı olabilir ya da her şey hiçbir şeye bağlı olmayabilir şeklinde geniş bir çıkarım yapılabilmektedir (Uygun, 2009, s. 87). Dolayısıyla nitel araştırmaların merkezinde yatan anlayış, insanların çevresindeki olgularla etkileşimi ve buna bağlı geliştirdikleri deneyimleri anlama üzerine inşa edilmektedir (Hellyer, 2005, s. 51). Bununla birlikte nitel veri, durumlara, olaylara, insanlara, etkileşimlere ve gözlemlenen davranışlara, insanların deneyimleriyle ilgili doğrudan alıntılara, tutumlara, inançlara ve düşüncelere yönelik detaylı betimlemeleri kapsamaktadır (Christy ve Wood, 1999, s. 191). Tüketim deneyimleri hem dünya üzerinde hem olgulara bağlı olarak hem de kişilerin duygu ve değerlerine bağlı olarak (Hirschman, 1986), etkileşimli bir zeminde gerçekleşmektedir. Bu anlamda yaşadığımız dünyada yer alan deneyimlerin bireylerce yaşandığı gibi betimlenmesi gerektiğine (Thompson vd., 1989) değinilmiştir. Dolayısıyla bireylerin perspektifinden yaşanan deneyimlerinin gizli anlamlarını anlamak için tüketicilerin

kendi yaşamlarındaki deneyimlere ilişkin öz değerlendirmelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda deneyimlerin ve deneyimlerle ilgili tüketim davranışlarında yer alan unsurların ortaya çıkarılması önem arz etmektedir (Clarke vd., 1998, s. 32; Mick, 1986, s. 206). Bu nedenle, pazarlama alanında yürütülen araştırmalarda öznel deneyimler ile ilgili (Hirschman, 1986; Gampson, 2000) anlamayı gerektirecek bir durum, olay ya da olgu incelendiğinde (Rosenbaum, 2005, s. 261); araştırılan insanların konuya ilişkin anlamlarını gün yüzüne çıkarmak gerekmektedir (Pimviriyakul, 2001, s. 70). Görünenin dışında anlamların keşfedilmesine bağlı olarak bir bireyin iç dünyasındaki bakış açısını bireyin kendi gözünden görmek söz konusu ise (Hirschman, 1986, s. 236), kullanılacak yöntem açısından gözlem, görüşme, belge analizine bağlı veri toplama teknikleri ile derin anlayışlar geliştiren nitel araştırma yöntemleri kullanılmaktadır (Dedeoğlu, 2005, s. 64). Bununla birlikte nitel araştırma ile veri toplama sürecinde insanların hikayelerinin, deneyimlerinin ve olguya yükledikleri anlamların betimlenmesinde görüşme tekniği ön plana çıkmaktadır (Seidman, 1998, s. 1; Waxman, 2004, s. 44). Nitel araştırma yaklaşımı kapsamında veri toplayacak bir araştırmacı, yürüteceği araştırmanın merkezinde yer alan olguyu en iyi biçimde anlayacağı ve araştırma sorularına en iyi cevapların verilebileceği görüşme şeklinin kararını iyi bir değerlendirme sürecinin ardından vermelidir (Creswell, 2005, s. 215). Yürütülen bu araştırmada, yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Yüz yüze görüşme tekniği, belli bir zamanda tek bir katılımcı ile araştırılacak olguya dair soruların yöneltmesi ve alınan cevapların kaydedilmesi sürecinden oluşmaktadır. Bu bağlamda yüz yüze görüşme ile katılımcıların fikirlerini rahatlıkla beyan edip, konuşmayla ilgili herhangi bir çekinceli duruma düşmeyecekleri bir görüşme ortamının sağlanması amaçlanmaktadır (Creswell, 2005, s. 215). Bu araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formuna Ek 1’de yer verilmiştir.

Araştırmanın amaçları etrafında, katılımcılara erişilmesi, maliyet ve zaman kısıtı gibi unsurların da dikkate alınması ile yarı yapılandırılmış görüşme formu ile online ve birebir yüz yüze görüşme tekniklerinin birlikte kullanımı söz konusu olmuş ve görüşmeler 2020 yılının Kasım ayı ile 2021’in Mayıs ayı arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, annelerden oluşan katılımcılardan, çocuklarının birinci yaş doğum günü de dahil olmak üzere ilgili süreçte gerçekleştirdikleri ritüellerin ve alışveriş davranışlarının arka planındaki deneyimlerini açığa çıkarmak amaçlanmıştır. Dolayısıyla bu amacı gerçekleştirmek için nitel veri toplama sürecinin bir parçası olarak yarı yapılandırılmış görüşmelere dayalı sözlü veri toplama

tekniklerinden yararlanılmıştır.

Fotoğrafa Dayalı Görüşme: Nitel araştırma sürecinde yüz yüze görüşme tekniği ile veri toplayacak bir araştırmacı fotoğraflardan da yararlanabilmektedir. Katılımcıların, deneyimleri ayrıntılandırılmaya çalışan olguya dair fotoğraflara bakarken kendi değerlerini, görüşlerini ifade edebilme olanağı sunmasından dolayı araştırmaya önemli bir nitelik katmaktadır (Collier ve Collier, 1986, s. 108). Fotoğrafa dayalı görüşme tekniği ile araştırmacı kimliği olsun ya da olmasın görüşmeyi yapan kişi ve katılımcının, görüşmeye referans niteliği taşıyan fotoğraflara yönelik tartışma süreci söz konusudur. Aslında bu yaklaşım ile amaçlanan, görüşmeyi yapan kişinin yönelttiği sorulardan ziyade, ilgili fotoğraf merkezinde gerçekleştiği için diğer görüşme tekniklerinden başkalaşmaktadır (Rosenbaum, 2005, s. 261). Bunun yanı sıra, fotoğrafa dayalı görüşmelerde kullanılacak fotoğraflar iki yönlü olabilmektedir. Eğer araştırmacının kendisi tarafından sunulan ve katılımcıların deneyimlerine ilişkin ayrıntıları ortaya koymak hedeflenmişse burada bazı endişeler söz konusu olabilmektedir. Araştırmacının şekillendirdiği fotoğraflara bağlı olarak katılımcıların zayıflığı ve ilgili fotoğrafların katılımcıların yaşamlarını temsil etmede tam bir yeterlilik sağlayamama düşüncesi bu endişelerdendir. Bununla birlikte bu endişe ortamını azaltabilmek için fotoğrafların katılımcılarca sağlanması ve araştırma olgusuna dair kendi fotoğraflamaları yoluyla yapılacak görüşmenin yapılması gerektiği konusunda görüşler bulunmaktadır (Sampson-Cordle, 2001, s. 28-29). Yapılan bu araştırmada fotoğrafa dayalı görüşme formuyla yöneltilen sorular, katılımcıların bizzat seçtiği ve çocukları ile ilgili özel gün etkinlikleri ile ilgili deneyimlerine ilişkindir. Bu bağlamda deneyimlerini açığa çıkarma noktasında faydalı çıktılar alındığı düşünülmektedir.

Yarı yapılandırılmış görüşme formu ile fotoğrafa dayalı görüşme formuna son şeklini verebilmek için uzman kişinin önderliğinde, alan yazından da yararlanarak nitel araştırma sürecine uygun şekilde bilgi alışverişleri sağlanmıştır. Görüşme formlarına son şekli verildikten sonra araştırma tasarımı kapsamında, annelerle yapılacak görüşmelere hazırlık yapabilmek için 02.11.2020 tarihinde uzman kişi denetiminde yaklaşık ilk aşaması 30 dakika, ikinci aşaması ise 10 dakika süren pilot bir görüşme yapılmıştır. Belirtilen veri toplama teknikleriyle birlikte, tüm veri toplama süresince, yansıtıcı günlük olarak da adlandırılan bir “araştırmacı günlüğü” tutulmuştur. Araştırmacı günlüğü, araştırma süresi boyunca araştırmacının düzenli olarak veri toplama sürecine dair çıkarımlarını ve kendisiyle ilgili bilgileri not alarak kaydettiği bir günlük çeşididir. Doğası gereği doğal ortamında yürütülen

nitel araştırmalar; araştırılan olgu, olay, alan ya da bireylerle ilgili araştıma süresince ortaya çıkan sınırlılıkları ve durumları not alarak katılımcılara ve etkileşimlere dair bilgi aktarımı yapmak durumundadır. Dolayısıyla bu süreçte araştırmacının yorumlama sürecinde olması önemli bir bakış açısı olarak ifade edilmektedir (Kim, 2004, s. 68). Unutulmamalıdır ki araştırmacı, araştırma sürecinin önemli bir bileşenidir. Dolayısıyla veri toplama sürecinin tamamında paylaştığı etkileşimler, olası n yargılar ve karşılaşılan sorunlar, sınırlılıklar, olumsuz durumlarla başa çıkma şekilleri, duruma göre araştırma sürecinde alınan yöntemsel kararlar ve nedenleri gibi çok çeşitli durumları günlüğe not edilebilmektedir (Uygun, 2009, s. 98). Araştırma kapsamında da ilk görüşmeden (hem yarı yapılandırılmış görüşmeler hem de fotoğrafa dayalı görüşmeler için) başlayarak, görüşmelerle ilgili katılımcı, tarih, yer ve zaman gibi tanımlayıcı bilgiler, görüşme akabinde görüşmeden ve katılımcıdan alınan izlenimler gibi yansıtıcı bilgiler günlüğe aktarılmıştır.

3.2.6. Veri Analizi ve Veri Yorumlama Süreci

Nitel araştırmalar anlam oluşturma amacı etrafında toplanmaktadır. İnsanlar, durumlar, olgular veya olaylar kendi anlamlarını doğrudan yansıtmaktan ziyade, ilgili bu unsurlar aracılığıyla içerindeki gömülü anlam ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır (Bogdan ve Biklen, 1998, s. 25). Dolayısıyla araştırma sürecinde araştırmacı, katılımcıların ne düşündüğünü katılımcıların kendi bakış açısından ortaya koymak için efor harcamak durumundadır (Uygun, 2009, s. 124). Bu bağlamda nitel araştırma sürecinde veri analizlerinin nicel veri analizlerine göre daha gizemli bir doğasının olduğundan söz edilmiştir (Krauss, 2005, s. 763). Nitel bir araştırmada analiz, veri toplama süreci ile başlar, daha sonra veri, gerçek anlamda veri analizleri için hazırlanır. Bu analizler, ilk aşamada veriye ilişkin genel bir bakış açısı sağlamayı ve kod listesi geliştirmeyi amaçlamaktadır. Ardından süreç, odak noktasına alınan olguya dair betimlemelerin yapılmasını ve buna bağlı temaların ortaya konulması amaç edinmektedir (Creswell, 2005, s. 231). Yürütülen bu doktora tez araştırmasında veri analizi süreci henüz ilk katılımcının ilk soruyu yanıtlaması ile başlamıştır. Bir diğer söylem ile veri analizleri görüşme verilerinin dökümlerinin tamamlanması akabinde değil çok daha önce başlayan dinamik bir süreç olmuştur. Aslında nitel görüşmenin doğasında yer alan; araştırmacının sürecin içinde yer alarak, önyargıdan uzak bir biçimde katılımcının olguya yüklediği anlamı ve yaşadığı deneyimi ortaya koyma çabası içinde olduğu düşünüldüğünde; nitel araştırmanın yürütülmesi ve analizlerin yapılmasında nicel araştırmadan daha farklı bir

sürecin olduğunu söylemek mümkündür.

Nitel araştırma yaklaşımını benimseyen çalışmalarda örüntülerin, temaların ve kategorilerin veriden yansıyan anlamlarını ortaya çıkarmak için tümevarım analizinden yararlanılmaktadır (Bowen, 2005, s. 216; Hoepfl, 1997, s. 54; Patton, 1999, s. 1191; Rose, 2003, s. 46). Kodlama yoluyla verilerin kategorilendirilmesi, bu kategoriler arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılması ve buna dayalı olarak temaların ve alt-temaların oluşturulması süreci olan tümevarım analizi (Patton, 1990), ham verilerden özel temaların veya kategorilerin geliştirilmesi ile karmaşık verilerin anlaşılabilirliğini sağlamak için gerçekleştirilmektedir (Uygun, 2009, s. 124). Tümevarım analizinde, nicel araştırmalardaki gibi önceden belirlenmiş bir kuram ya da hipotez olmadığından; araştırmacı, topladığı betimsel ve ayrıntılı verilerden yola çıkarak incelediği probleme ilişkin ana temaları ortaya koyarak, topladığı verileri anlamlı bir zeminde ifade ederek bu verilerden hareketle bir kuram oluşturmayı amaçlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 227). Bununla birlikte tümevarım yaklaşımının, dünyanın doğal ve sosyal yapısının bireylerce anlamlandırılmasının ve birey deneyimlerinin sosyal dünya inşasında rol aldığını savunan yaklaşım ile birbirini tamamladığı düşünüldüğünden (Akgül, 2004, s. 139). Analiz sürecinin ilk aşaması olan kodlama, veriler arasında yer alan sözcük, cümle ve paragraf gibi anlamlı bölümlerin isimlendirilmesi ile verilerin içerik analizinin yapılmasını temsil etmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 227). Bu süreç ilk olarak anlatıların kodlanması, açık kod sürecine ve literatür taramasında belirlenen yapılara dayanmaktadır (Foroudi vd., 2021, s. 82; Miles ve Huberman, 1994, s. 58).

Nitel veri analizinde ilk aşama, yapılan görüşmelerden elde edilen dökümlerin, notların daha anlamlı verilere dönüşene kadar birkaç kez okunmasıdır. Bu aşamada veri analizi, her görüşme transkripsiyonunun defalarca okunmasını, bilgilerin iddia edilen kalıplara dayalı olarak düzenlenmesini ve keşfedilen yorumların eleştirel bir şekilde tartışılmasını ve karşılaştırılmasını içermektedir (Brown vd., 2019, s. 12). Bunun için öncelikle her bir görüşmenin ayrı ayrı dökümü alınır ve notlar çıkarılarak okumalar yapılır. Böylelikle bilgilerin daha önce literatürde tanımlanmış haliyle gruplandırılması ya da yeni gruplara ayrılması da gerçekleştirilmiş olur. Verileri kodlamak, aramayı, karşılaştırma yapmayı ve daha fazla araştırma gerektiren kalıpları belirlemeyi kolaylaştırır (Andriotis vd., 2020, s. 8). Kodlama, araştırmacıların anlamlı gördüklerini belirlemelerini ve sonuç çıkarmak ve anlamı yorumlamak için zemin hazırlamalarını sağlayan bir süreçtir. Kodlar aslında bir çalışma sırasında derlenen verilere anlam vermek için kullanılan etiketlerdir (Malhotra vd., 2017, s.

246; Weston vd., 2001, s. 384).

Kodlar, açık kodlama, eksensel kodlama ve seçici kodlama şeklinde üç aşamada analiz edilir (Brown vd., 2019, s. 12; Foroudi vd., 2021, s. 82). Kodlama sürecinin aşamaları Strauss ve Corbin (1998) tarafından ele alınmıştır. Kodlamaya dair üç aşamalı süreç, ortaya çıkan verilerin güvenilirliğini artırmaktadır. İlk aşama açık kodlamada, çalışmada ele alınan kavramlar tanımlanmaktadır. İkinci aşama, açık kodlama sırasında oluşturulan birinci dereceden kavramlardan ikinci dereceden kategorilerin tümevarımsal olarak türetildiği eksensel kodlama aşamasıdır. Son aşama olan seçici kodlama aşaması ise, ortaya çıkan teorinin tanımlandığı, geliştirildiği ve ortaya çıkan temaların bütünleştirildiği bir aşamadır (Foroudi vd., 2021, s. 82; Strauss ve Corbin, 1998, s. 373). Veri analizinin ilk açık kod aşaması; görüşme verilerini tek tek, satır satır ve odak yapı ve ilişkilerin tartışıldığı ve süreç sırasında oluşturulan yeni açık kodların başlangıç listesi kullanılarak kodlandığı bölümlerin vurgulanmasıyla başlar. Metinlerdeki alan yazınla ilgili kalıpları bulmak için transkriptler iki kez çok dikkatli bir şekilde okunmalıdır (Brown vd., 2019, s. 12). Açık kodlamanın temel amacı, ilgili literatür taramasına benzer veya ondan farklı metinlerdeki örüntüleri bulmaktır. (Foroudi vd., 2021, s. 83). Bir sonraki süreç olan eksensel kodlama, metinlerdeki örüntülerin tanımlanmasını sağlamak için temel kategoriler ve alt kategoriler arasındaki ilişkiyi ve karşılığı kurmaya çalışır (Brown vd., 2019, s. 13; Foroudi vd., 2021, s. 83). Kodlamanın son aşaması, ortaya çıkan teoriyi bütünleştirmeyi amaçlayan seçici kodlamadır. Bu aşamada verilere uyabilecek bir teori üretmek için fenomenlerin spesifik bir şekilde tanımlanması gerekir (Spiggle, 1994, s. 495).

Bu doktora tez çalışmasının nitel aşamasında, katılımcıların çocukları için düzenledikleri özel gün etkinlikleri bağlamında gerçekleştirdikleri ritüellere yükledikleri anlamların ve bu anlamda yaşadıkları deneyimlerin neler olduğunu derinlemesine inceleyebilmek amacıyla toplanan veri tümevarım yaklaşımı benimsenerek analiz edilmiştir. Bir başka ifadeyle, katılımcıların çocuk eksenli özel gün etkinliklerine ilişkin ne gibi ve nasıl anlamlar inşa ettiklerini ve bu bağlamda ortaya çıkan ritüel ve alışveriş deneyimlerinin neler olduğu annelerin kendi bakış açılarının yansıtılarak betimlenmesi ile ortaya konulmuştur. Ardından ise, annelerin ritüel deneyimleri ve alışveriş (tüketim) deneyimleri arasındaki örüntü ilişkisi ortaya konmuştur. Bu araştırmada, analiz edilecek ham verinin içeriği, toplam 17 kişiden alınan açık uçlu sorulara yönelik yarı yapılandırılmış görüşme metinleri, görseller ve bu görsellere yönelik öykü metinlerinden oluşmuştur. Ham verinin analizi sonucunda ise,

yaşanan ritüel ve alışveriş deneyimlerine yönelik birçok kod, tema ve kategori elde edilmiştir.

Bu araştırmada Creswell (2013, s. 180)'in nitel araştırma veri analiz sürecine temel oluşturduğunu ifade ettiği gibi, veri analizi süreci; verilerin analize hazırlanması, verilerin kodlanması ve temaların oluşturulması, raporlama olmak üzere üç temel adımda ilerlemiştir.

Nitel araştırmalarda analiz süreci, ilk görüşmenin tamamlanmasıyla başlar (Maxwell, 2013, s. 106) ve bulgular raporlanana kadar devam eder. Bu nedenle, veri analizi veri toplama süreciyle eşzamanlı olarak yürütülmüştür (Creswell, 2012, s. 238; Merriam, 2009, s. 165). İlk görüşmelerden itibaren analiz süreci başlamış, toplanan verilere dair iç görüler ve sezgiler gelişmiştir. Bu iç görüler ve sezgiler, veri toplamanın sonraki aşamalarını şekillendirmiş ve soruların yeniden düzenlenmesini sağlamıştır (Merriam, 2009, s. 165-166). Bu kapsamda işletilen analiz sürecine aşağıda yer verilmiştir:

Verilerin analize hazırlanması: Veri toplama sürecinde yapılan tüm ses kayıtları dinlenmiş ve kayıtların birebir dökümleri Word dosyaları olarak hazırlanarak görüşmeler bilgisayar ortamında yazılı hale getirilmiştir. Bu dökümler oluşturulurken, notlar almak için uygun kenar boşlukları bırakılmıştır. Tamamlanan dökümler, toplamda 178 sayfa (112 sayfa yarı yapılandırılmış görüşmeler, 66 sayfa fotoğrafa dayalı görüşmeler) olarak elde edilmiştir. Dijital ortamdaki bu dosyaların basılı kopyaları alınarak, kişi bazında sınıflandırılmış ve bilgisayar ortamında ayrı ayrı dosyalanmıştır. Dokümantasyon süreci tamamlandıktan sonra, ses kayıtlarının doğru ve eksiksiz şekilde metne dönüştürüldüğünden emin olmak amacıyla bir öğretim üyesinin desteği alınmıştır. Bu doğrulama için rastgele seçilen üç katılımcının yarı yapılandırılmış görüşme dökümleri ve dijital ses kayıtları, kontrol için ilgili kişiye sunulmuştur. Yapılan incelemede birkaç küçük yazım hatası fark edilmiş ve düzeltilmiştir. Veriler analize hazır hale getirildikten sonra, bir sonraki aşama olan kod listesi geliştirme sürecine geçilmiştir.

Verilerin kodlanması ve temaların oluşturulması: Verilerin kodlama aşamasına geçmeden önce analizde kullanılacak kod listesi oluşturulmuştur. Bu süreçte ilk olarak, ilgili literatür kapsamlı bir şekilde incelenmiş ve araştırma amaçları ile sorular göz önünde bulundurulmuştur. Alan yazındaki mevcut çalışmalar analiz edilerek taslak bir kod listesi hazırlanmıştır. Ardından, toplanan verilere derinlemesine hâkim olabilmek ve katılımcıların deneyimlerini, ifadelerinin özünü anlamak amacıyla tüm veri dosyaları okunmuştur. Bu okuma sürecinde, veri dosyalarının kopyaları üzerinde el yazısıyla çeşitli notlar alınmıştır ve böylece verinin keşifsel analizi başlamıştır. Daha sonra, bu dosyalar arasından rastgele seçilen

iki katılımcının yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme verileri, hazırlanan taslak kod listesi doğrultusunda kodlanmıştır. Kodlama işlemi tamamlandıktan sonra, analiz edilen bu dosyalar, taslak kod listesinin ve yapılan kodlamaların gözden geçirilmesi için tez danışmanı ve tez izleme komitesindeki diğer iki uzmanla paylaşılmıştır.

Kontrol süreci kapsamında önce tez danışmanı olan alan uzmanı ile bir araya gelinerek dosyalar birlikte gözden geçirilmiştir. Ardından diğer iki alan uzmanına dosyalar inceleme amacıyla iletilmiş, taslak kod listesinin hazırlanma süreci ve kodlamanın nasıl yapıldığına dair bilgi aktarılmıştır; ayrıca yapacakları çalışmalar hakkında sözlü yönergeler verilmiştir. Üç uzmandan alınan geri bildirimler sonucunda, taslak kod listesinin oldukça kapsamlı olduğu, yapılan kodlamanın kod listesi ile uyumlu olduğu ve verinin doğru kod ve temalar altında düzenlendiği teyit edilmiştir. Uzmanların onayı ile verinin analizine devam edilmiş ve tüm görüşme verileri bu kod listesi kullanılarak kodlanmıştır. Kodlama sürecinde, kod listesinde yer almayan, doğrudan veriden çıkan yeni kodlar ve temalar da ortaya çıkmış, böylece başlangıçtaki kod listesi bu eklemelerle son halini almıştır. Kodlama işlemlerinin tutarlı biçimde yürütülebilmesi için güncellenmiş kod listesi esas alınmıştır.

Kodlama sürecinde, analiz edilecek dosya önce katılımcının ne anlatmak istediğini daha iyi anlamak ve ifadelerindeki gerçek anlamı ortaya çıkarmak amacıyla tekrar dikkatlice okunmuştur. Bu okuma sırasında, taslak kod listesi göz önünde bulundurularak, katılımcıların vurguladıkları deneyimler doğrultusunda metinler parçalara ayrılmıştır. Her parçada anahtar ifadeler ve cümlelerin altı çizilmiş, bu ifadelerin ilişkili olduğu kodlar belirlenmiştir. Kodlar, katılımcının kendi dili ve tanımları kullanılarak dosyanın kenar boşluklarına not edilmiştir. Aynı anda, bu kodların bağlandığı temalar ve kategoriler de dosyanın diğer kenar boşluklarına yazılarak kodlarla ilişkilendirilmiştir. Tüm katılımcı verileri aynı yöntemle kodlanarak kişi bazında ham bulgulara dönüştürülmüştür. Kodlama sürecinde taslak kod listesinde bulunmayan yeni kodlar ve temalar da ortaya çıkmış ve son katılımcı verisinin kodlanmasıyla kod listesi son şeklini almıştır.

Kodlama süreci tamamlandıktan sonra, kişi bazında elde edilen kodlar ve bunlara yönelik katılımcı ifadeleri (yarı yapılandırılmış görüşme metinleri, görseller ve bu görsellere ilişkin açıklamalar), ortaya çıkan tema ve kategorilere göre yeniden bir araya getirilerek dosyalanmıştır. Başka bir ifadeyle, başlangıçta kişi bazında sınıflandırılan dosyalar, kodlama işlemi sonrası tema ve kod temelli olarak yeniden düzenlenmiştir. Bu düzenleme sonucunda, tüm nitel veriler “Ritüel Deneyimleri” ve “Alışveriş Deneyimleri” başlıkları altında

toplanmıştır. Bu ayırım, tez komitesindeki iki uzmanla da paylaşılmış ve sözlü geri bildirimleri alınmıştır. İlgili iki kategori için ayrı Word dosyaları oluşturulmuş; kategoriler altında yer alan temalar, kodlar ve katılımcı ifadeleriyle birlikte görseller ve bunlara dair açıklamalar bir araya getirilmiştir.

Raporlama: Raporlama aşamasında, ortaya çıkan dosyalar her bir detay göz önünde bulundurularak yeniden incelenmiştir. Temalar ve altlarındaki kodların kaç katılımcı tarafından ifade edildiği ve hangi sıklıkla vurgulandığı sayısal olarak belirlenmiştir. Bu analizle, katılımcıların temalara ve kodlara verdikleri önem derecesi anlaşılmıştır. Sonrasında, her kod ve temayı en iyi yansıtan ve destekleyen katılımcı ifadeleri ve görseller seçilerek bulguların raporlanmasına başlanmıştır. Bu süreçte, örnekleme oluşturan katılımcıların tüm kod ve temalar açısından deneyimlerini temsil eden ifadelerin seçilmesine özen gösterilmiştir. Raporlamada, katılımcıların olumlu olduğu kadar olumsuz deneyimlerine de yer verilmiştir. Elde edilen bulgular, ilgili literatürdeki çalışmalarla benzerlik ve farklılıklar açısından yorumlanmış, yoğun olarak vurgulanan kod ve temalardan en az vurgulananlara doğru bir sıra izlenmiştir. Diğer bir deyişle, raporda katılımcıların önem derecesi dikkate alınmıştır. Son olarak, veri analizinin başlangıcından raporlamanın sonuna kadar süreç boyunca, tez danışmanı olan alan uzmanı ile düzenli görüşmeler yapılarak süreç hakkında bilgi paylaşılmış, danışmanın önerileri doğrultusunda veri analizine dair ek bir kontrol sağlanmıştır.

3.2.7. Geçerlilik-Güvenilirlik (İnanılrlık)

Verilerin kalitesi, insan faaliyetinin incelenmesine yönelik çeşitli felsefi ve metodolojik yaklaşımlar nedeniyle sosyal bilimlerde önemlidir. Nitel araştırmada çoğu durumda “İnanılrlık (trustworthiness)” üst başlığı çerçevesinde ele alınan geçerlilik ve güvenilirlik, bir çalışmanın tasarlanmasına, sonuçlarının analiz edilmesine ve kalitesinin yargılanmasına katkıda bulunur. Nitel araştırmanın güvenilirliğini belgelemek için de bir “inanılrlık” değerlendirmesine ihtiyaç vardır. Ancak nitel araştırmada güvenilirlik ve geçerliliğin ortak bir tanımı olmayıp, nicel araştırmadan farklılaşmaktadır (Foroudi vd., 2021, s. 84). Seale (1999, s. 266), “bir araştırma raporunun güvenilirliğinin, geçerlilik ve güvenilirlik olarak geleneksel olarak tartışılan konuların merkezinde yer aldığını” belirtmektedir. Lincoln ve Guba'nın (1985, s. 316) belirttiği gibi, güvenilirlik olmadan geçerlilik yoktur, önceki geçerliliğin ifadesi, ikinci güvenilirliği oluşturmak için yeterlidir. Güvenilirlik, sürdürülebilir sonuçlar anlamına gelir ve geçerlilik, araştırmanın verilere sağlam bir şekilde dayandığı anlamına gelir.

Güvenilirlik, araştırma yöntem ve tekniklerinin ne kadar doğru veri ürettiğini ifade eder ve bir çalışmadaki geçerliliğin bir sonucudur. Bir araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğinin nitel araştırmacıların algılarından nasıl etkilendiğini incelemek ve dolayısıyla yanlılığı ortadan kaldırmak ve çalışmanın doğruluğunu artırmak için üçgenleme yöntemi kullanılır. Creswell ve Miller (2000, s. 126) üçgenlemeyi, araştırmacıların bir çalışmada temalar veya kategoriler oluşturmak için çoklu ve farklı bilgi kaynakları arasında yakınsama aradığı bir geçerlilik prosedürü olarak tanımlar. Üçgenleme, bir çalışmanın geçerliliğini ve güvenilirliğini ve bulgularının değerlendirilmesini geliştirir. Güvenilirlik, geçerlilik ve üçgenleme, inanılabilirlik açısından gerçeği belirlemeye yönelik yaklaşımlardır. İçerik analizi yoluyla kodlamanın güvenilirliğini doğrulamak için, içerik birden fazla kodlandığında kararlılık belirlenir. Odak yapının ortaya çıkan kategorilerinin güvenilirliğini değerlendirmek için, kayda değer nitel araştırma deneyimine sahip ancak çalışmaya aşina olmayan bağımsız bir kodlayıcı kullanılmalıdır (Foroudi vd., 2021, s. 84).

Alan yazında birçok araştırmacı (Brantlinger vd., 2005; Creswell ve Creswell, 2018; Wallendorf ve Belk, 1989) nitel araştırmaların güvenilirliğini ve inandırıcılığını sağlamak için belirli ölçütler sunmuştur ve bu ölçütlerin çoğunun birbirine benzer olduğu gözlemlenmektedir. Bu araştırma kapsamında, güvenilirlik ve inandırıcılığı sağlamak amacıyla bu araştırmacıların önerdiği birçok ölçüt dikkate alınmıştır. Alınan önlemler ise şu şekilde sunulmaktadır:

Çeşitleme Kullanımı (veride, araştırmacılarda, teoride): Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşmeler, fotoğraflama, fotoğraflamaya dayalı hikayeleme ve metafor tekniği gibi çeşitli veri toplama yöntemleri birlikte uygulanmıştır. Veride çeşitlilik sağlamak amacıyla, süreç boyunca bir araştırma günlüğü tutulmuştur. Nitel veri toplama ve analiz süreci detaylarıyla tez danışmanı ve izleme komitesindeki uzmanlarla paylaşılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme ve fotoğrafa dayalı sorular hazırlandıktan ve araştırma süreci planlandıktan sonra bu uzmanlardan geri bildirim alınarak araştırma süreci şekillendirilmiştir. Ayrıca ritüel deneyimleri gibi çok disiplinli bir konu çalışıldığı için, kod listesi hazırlanırken deneyim, ritüel ve özel gün etkinlikleri çalışmalarına dayanan kaynaklar da kullanılarak teori çeşitliliği elde edilmiştir.

Uzman kişilerle işbirliği: Nitel veri toplama araçlarının hazırlanmasında, verilerin analizinde ve doğrulanmasında alan uzmanlarından destek alınmıştır. Tez danışmanı ve izleme komitesi üyeleri olarak alan uzmanlarıyla yapılan düzenli görüşmelerle, katılımcı grupları ve veri

toplama araçları şekillendirilmiş, kod listesi onaylanmış ve görüşmelerin kodlamaları gözden geçirilmiştir. Bu şekilde nitel araştırmanın denetimli bir şekilde ilerlemesi sağlanmıştır.

Akran Araştırmacı Desteği: Çalışma süresince, araştırmacı aynı kurumda görev yapan ve doktora tezi yazmakta olan bir alan uzmanı ile soru hazırlama, veri toplama ve analiz aşamalarında düzenli olarak görüş alışverişinde bulunmuştur. Kodlama sürecinde özellikle katılımcı ifadelerinin doğru kodlanıp kodlanmadığı ve ilgili alan yazın ile örtüşüp örtüşmediği gibi konularda bu uzmanın görüşlerinden yararlanılmıştır. Bu destek, veri analizinin doğruluğunu artırıcı bir etkiye sahip olmuştur.

Verilerin Denetlenmesi: Görüşmeler sırasında ses kaydı alınarak veri kaybı önlenmiş ve verilerin doğru biçimde saklanması sağlanmıştır. Görüşme detayları (katılımcı, tarih, süre gibi) veri toplama sürecinin güvenilirliği açısından kanıt oluşturmuştur. Ses kayıtları yazıya dönüştürülürken doğru aktarım yapıp yapılmadığı ise bir alan uzmanı tarafından doğrulanmıştır. Bu şekilde verilerin eksiksiz bir biçimde kayda geçirilmesi sağlanmıştır.

Yansıtıcı Günlük Tutulması: Veri toplama ve analiz süreci boyunca yansıtıcı bir günlük tutulmuştur. Bu günlükte görüşmelerin amacı, katılımcı bilgileri, araştırmacının izlenimleri ve karşılaşılan zorluklar gibi ayrıntılar kaydedilmiştir. Günlük, verinin kontrolünü sağlamakla birlikte araştırmacının düşüncelerini ve süreç boyunca aldığı kararların gerekçelerini yansıtmıştır.

Temalarla İlişkili Olumsuz Bilgilerin Sunulması: Bulgular raporlanırken, ortaya çıkan temalarla ilişkili olumsuz görüş ve deneyimlere de yer verilmiştir. Çocuk merkezli özel gün ritüellerinde olumlu deneyimlere yer verildiği gibi, olumsuz deneyimler de bulgular arasında sunulmuştur. Farklı bakış açılarını içermesi, raporun geçerliliğini ve gerçekçiliğini artırmıştır.

Zengin ve Yoğun Açıklamalarla Bulguların Sunulması: Bulguları desteklemek için katılımcı ifadelerine ayrıntılı şekilde yer verilmiş, farklı veri toplama araçlarıyla elde edilen veriler birleştirilerek raporlanmıştır. En çarpıcı ve ilgili ifadelerle zenginleştirilen bulgular, katılımcıların deneyimlerini en iyi temsil eden görsellerle desteklenmiştir. Ayrıca, deneyimler ritüel ve tüketim bağlamında çeşitlendirilerek raporda sunulmuştur.

3.3. Ara Aşama: Ölçme Aracı Geliştirme

Nitel aşamanın tamamlanmasından sonra, ara aşama olan ölçme aracı geliştirme aşamasına geçilmiştir. Keşfedici sıralı karma araştırma sürecinde, birinci aşamadan veya diziden alınan numunenin ikinci aşamayı veya diziyi bilgilendirdiği sıralı bir örneklemeden bahsedilir (Teddle ve Yu, 2007, s. 89). Sıralı bir yaklaşımla, ilk aşamada nitel veri toplama aşamasında katılımcılardan temalar ve belirli ifadeler alınır. Bir sonraki aşamada, katılımcıların görüşlerine dayalı bir ölçme aracı oluşturmak için bu ifadeler belirli maddeler ve ölçüm modelleri için taslak oluşturmada kullanılır. Üçüncü ve son aşamada ise, ölçme aracını bir evreni (popülasyonu) temsil eden büyük bir örneklemeyle doğrulama gerçekleştirilir (Creswell, 2009, s. 219). Karma araştırma yöntemlerindeki bu aşama, nitel ve nicel aşamaların karıştırılarak açık bir şekilde ilişkilendirildiği bir süreci temsil etmektedir (Creswell ve Plano Clark, 2011, s. 87). Nitel aşama sonucunda ortaya çıkan temaların ve kodların, nicel maddelere dönüştürülmesi süreci ile iki aşamanın birbirine bağlandığı bir süreç söz konusudur. Ölçek maddelerini oluşturmak için alan yazın ve nitel bir çalışmanın bir kombinasyonunun kullanılması önem taşımaktadır. Bu süreçte alan uzmanlarıyla gerçekleştirilecek görüşmeler ya da odak grupları bu süreçte yol gösterici olmaktadır. Araştırmacılar (Kotabe 1990; Peter 1981; Zaichkowsky 1985), ölçeğin güvenilirliğini ve geçerliliğini incelemeye özellikle dikkat edilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Dolayısıyla ölçek geliştirme sürecinde araştırmacılar, önceki çalışmalara dayanarak güvenilir ve geçerli ölçekler oluşturmalıdır. Bununla birlikte olağanüstü uzunluktan ve çift yargılı ifadelerden kaçınılarak olumlu ya da olumsuz yargıların dikkatli bir biçimde oluşturulması da ölçek geliştirme sürecinde dikkat edilmesi gereken hususlardandır (DeVellis, 2003, s. 66-70; Foroudi vd., 2021, s. 87): Nitel aşama sonucunda ortaya çıkan teorik çerçevenin test edilmesi için Ritüel Deneyimi ve Ritüel Alışveriş Deneyimi ölçekleri geliştirilmiştir. Bu ölçeklerin geliştirilmesindeki aşamalarda, Bandalos (2018) tarafından oluşturulan ölçek geliştirme sürecinin aşamaları kaynaklık etmiştir. Bu aşamalar şunlardır: (1) Ölçeğin amacını, yapıyı ve mevcut durumu belirleme; (2) Madde havuzu oluşturma; (3) Ölçeğin formatını belirleme; (4) İlk madde havuzunun incelenmesi, (5) Ön deneme uygulamasını gerçekleştirme; (6) Geniş ölçekli bir saha testi uygulamasını gerçekleştirme; (7) İkinci saha testi uygulamasını gerçekleştirme. İzlenen ilk beş adımın nasıl gerçekleştirildiğine yönelik ayrıntılar ve açıklamalar, sırasıyla aşağıda sunulmuş olup, geriye kalan iki aşama ise, Nicel Araştırma bölümünde sunulmuştur.

3.3.1. Ölçeğin Amacını, Ölçmek İstenen Yapıyı ve Mevcut Bir Ölçek Olup Olmadığını Belirleme

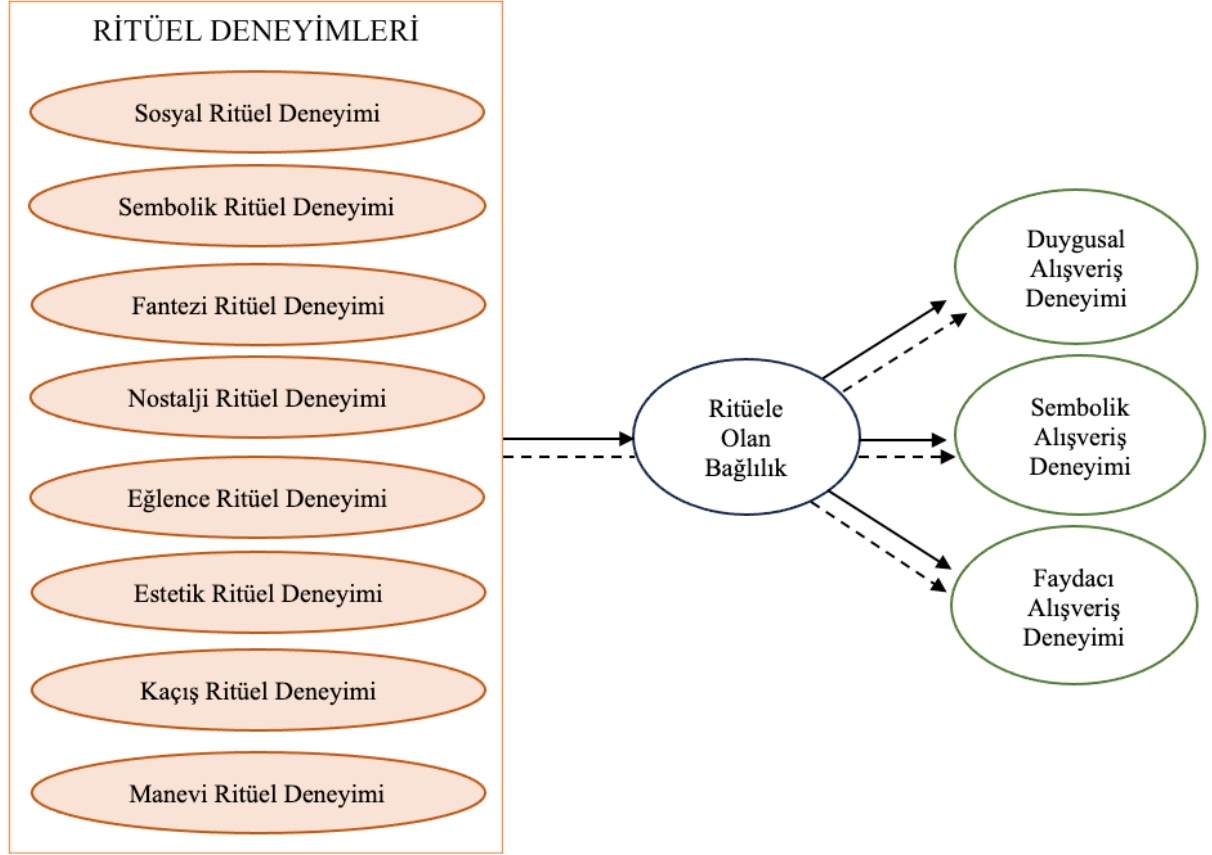
Ölçek geliştirme sürecinin sağlam temeller üzerine inşa edilmesi araştırmacılarca (Campbell ve Fiske, 1959; DeVellis, 2003; Worthington ve Whittaker, 2006) iyi tanımlanmış teorik bir yapıya sahip olması ve alan yazındaki ilgili teoriler üzerine kurulması ile ilişkilendirilmektedir (Erkuş, 2014, s. 28; DeVellis, 2017, s. 103; Howell Smith, 2011, s. 63). Bu anlamda geliştirilen ölçeğin hangi amaçla kullanılacağını belirtmesi, tasarlandığı sonuçları ölçmesi açısından faydalı çıktılar sunacaktır (Bandalos, 2018, s. 43).

Bir bütün olarak değerlendirildiğinde çocuk eksenli özel gün etkinlikleri bağlamında annelerin ritüel deneyimleri ve ritüel alışveriş deneyimleri ölçeklerinin amacı, nitel aşamada kavramsal düzeyde ortaya çıkan ritüel ve alışveriş deneyimleri tanımının ve dayandığı deneyim kuramının test edilmesidir. Bir diğer ifadeyle, keşfedilen ritüel deneyimi yapısı ve bu yapının etkilediği değişkenlerin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu anlamda ritüel deneyim ölçeklerinin geliştirilmesinde gömülü teoriye yönelik çalışmalar, ölçek geliştirme aşamasına teorik temel sağlamada rehberlik etmiştir.

Nitel veri analiz edilirken, katılımcıların yaşadıkları deneyimler ritüellere yüklenen anlam ile şekillenen deneyimler ve ritüel ile ilgili alışveriş sürecindeki deneyimler açısından değerlendirilmiştir. Dolayısıyla ritüel deneyimleri ölçeklerinden de deneyimleri bu iki bağlam içerisinde test edebilmesi beklenmektedir.

Teorik olarak elde edilen model, potansiyel olarak özel gün etkinlikleri bağlamında ritüel deneyimlerinin, her biri ayrı ölçekleri temsil eden iki kavramsal yapıyı göstermektedir. Bu potansiyel alt kavramlar (yapılar); “ritüel deneyimleri” ve “ritüel alışveriş deneyimleri” olarak ifade edilebilir. Ritüel deneyimleri için alt faktörler; sosyal deneyimler, sembolik deneyimler, duygusal deneyimler, estetik deneyimler, kaçış deneyimleri, manevi deneyimler olarak altı alt boyutta toplanmıştır. Ritüel alışveriş deneyimleri alt faktörleri ise, duygusal alışveriş deneyimleri, sembolik alışveriş deneyimleri ve faydacı alışveriş deneyimleri olmak üzere üç alt boyutta değerlendirilmiştir. Nitel veriden elde edilen bu iki yapı (faktör) ve bu yapıları (faktörleri) oluşturan alt boyutlar, Genel Ritüel Deneyimleri yapısının özünü oluşturmakta olup, bu iki yapıdan, ritüel deneyimleri bağımsız değişkeni, ritüel alışveriş deneyimi ise sonuç değişkenini ifade etmektedir. Bu modele ayrıca hem alan yazının hem de gömülü teorinin işaret ettiği “ritüele olan bağlılık” değişkeni de dahil edilmiştir. Ritüele olan bağlılık değişkeni, ritüel deneyimleri ve ritüel alışveriş deneyimlerinin aracı değişkeni olarak görev

almıştır. Ölçülmek istenen yapıya ilişkin beklenen taslak ölçüm modeli Şekil 3'te sunulmuştur.



Şekil 3. Öngörülen Yapı Ölçüm Modeli

Ölçülmek istenen yapının tanımlanmasının ve ölçme aracının ortaya konmasının ardından Bandalos'un (2018, s. 45) önerdiği üzere, ritüel deneyimleri ve alışveriş deneyimleri yapılarını ölçen bir ölçeğin mevcut olup olmadığı değerlendirilmiştir. Araştırmalar sonucunda, annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerindeki deneyimlerinin bütüncül bir bakış açısıyla ritüel ve alışveriş bağlamlarında ele alınmadığı görülmüştür. Bu nedenle özel gün etkinliklerine bağlı yaşanan ritüel ve alışveriş deneyimlerinin ölçülebilmesi için yeni ölçeklere ihtiyaç duyulduğu anlaşılmıştır.

3.3.2. Madde Havuzu Oluşturma

Ölçme aracının belirlenmesinin ardından sonraki aşama, nihai ölçekte yer alacak aday maddeleri belirlemek adına geniş bir madde havuzu oluşturmaktır. Madde yazma süreci bir anlamda soru yazma sürecidir ve sorular, tanımlamak istenilen bir yapının güvenilir ve geçerli ölçümleri olan yanıtlar üretmeyi hedeflemektedir. Genel anlamda bu süreç; nitel verilere ve

alan yazındaki mevcut ölçeklere dayalı olarak kapsamlı bir alan yazın taramasına bağlı olarak gerçekleştirilmektedir. Creswell ve Plano Clark (2007), nitel verilerden elde edilen alıntıların ölçek maddeleri olarak kullanılabileceğini, nitel analizden geliştirilen kodların değişkenlere dönüştürülebileceğini ve temaların araç üzerindeki yapıları veya ölçekleri temsil edebileceğini öne sürmektedir. Özetle, araştırmacının, nitel bulguların hangi yönlerinin ölçme aracının oluşturulması için en yararlı olduğunu belirlemesi önem taşımaktadır (West, 2011, s. 51). Bazı araştırmalar (Gelinas vd., 2009; Hitchcock vd., 2006; Kutner vd., 1999; Myers vd., 2007; Rowan ve Wulff, 2007; Tashiro, 2002; Weitzman ve Levkoff, 2000), belirli bir bilgi verilmeden, maddelerin nitel verilerden oluşturulduğuna dair referanslarda bulunmuştur. Diğer çalışmalar (Betancourt vd., 2001; Willgerodt, 2003), özellikle katılımcıların kendi sözcüklerinin kullanımı ile ilgili konulara atıfta bulunarak madde oluşturma süreçleri hakkında bilgi sağlamıştır (Howell Smith, 2011, s. 66). Bunun yanı sıra, Nassar-McMillam ve meslektaşları (2010, s. 1623) madde oluşturma süreçlerine genel bir bakış olarak; kapsamlı bir literatür taraması yapılması gerektiğine, mevcut ölçeklere ve alan uzmanlıklarına dayalı bir madde havuzu oluşturarak madde oluşturma aşamasında eş zamanlı adımların önemine değinmiştir. Bu süreçte alan uzmanlarından oluşan araştırma ekibi tarafından yapılan titiz incelemelerin ve gerekli durumlarda revize işlemlerinin önemli olduğu ifade edilmiştir (Howell Smith, 2011, s. 67). DeVellis (2003), madde oluşturma sürecine dahil edilen iyi ölçek maddelerinin yazılması için ek yönergeler sunmuştur. Buna göre genel olarak maddelerin, anlaşılmasını kolaylaştırmak için en sade biçimde ve temel okuma düzeyinde yazılması önemlidir. Hedef kitleyle özellikle alakalı olmadığı sürece jargon kullanımından kaçınılması da bir diğer dikkat edilmesi gereken husus olarak ifade edilebilir. Çok parçalı, çift yargılı sorulardan da kaçınılması gerekmektedir. Bir diğer deyişle aynı madde cümlesi içerisinde çift yargının olması, verilen cevapların değerlendirilmesi açısından bir karmaşaya yol açabileceğinden, maddelerin açık ve tek yargı ile oluşturulması gerekmektedir. Madde yazma aşamasının amacı, ölçeğe dahil edilmek üzere gözden geçirilecek yeterli bir madde havuzu geliştirmektir. Dolayısıyla potansiyel faktörler/alt ölçekler, kendi yapı alanlarının genişliğini yansıtan ilişkili alt temalara ayrılmaktadır. Genel olarak bu alt temaların her biri için madde taslaklarının oluşturulması faydalı görülmektedir (Howell Smith, 2011, s. 70).

Araştırma süresince nitel verilere ve alan yazına dayalı olarak, danışman eşliğinde ve alan uzmanlarının kontrolünde ilgili ölçeklere dair geniş bir madde havuzu oluşturulmuştur. İlk olarak birinci aşamada toplanan nitel veriler rehberlik ederek madde havuzunun temelini

oluşturmuştur. Katılımcıların orijinal alıntıları ve bu alıntıların analizi ile elde edilen kodlar, maddelere; kodlardan elde edilen temalar boyutlara; kategoriler ise alt ölçeklere (Zhou, 2019, s. 43) dönüştürülmüştür. Ayrıca, ele alınan yapıyla ilgili olabilecek maddelerin gözden kaçmaması için, benzer yapılar alan yazın taraması ile incelenmiştir. Bu bağlamda, müşteri deneyimi, ürün deneyimi, hizmet deneyimi, tüketici deneyimi, etkinlik deneyimi, alışveriş deneyimi alan yazınındaki çalışmalar da incelenerek madde havuzu oluşturulurken bütüncül bir bakış açısı sağlanmaya çalışılmıştır.

3.3.3. Ölçek Formatını Belirleme

Ölçeklerdeki maddeler oluşturulurken, Likert ölçeğinin kullanımına uygunlukları temel alınmıştır. Bu anlamda maddeler, ifadeye katılma derecelerini belirten yanıt seçenekleriyle beraber bildirim cümleleri şeklinde yazılmıştır (DeVellis, 2017, s. 121). Aynı zamanda maddelere yönelik yanıt seçeneklerinde, süreklilik içeren özellikler için artan veya azalan bir yapıda olması (Erkuş, 2022, s. 17) ve yanıt seçenekleri arasında katılımcıların makul ayrımlar yapabilmesi (Bandalos, 2018, s. 111) esas alınmıştır. Bu kapsamda yanıt seçenekleri “(1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kısmen Katılıyorum, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde beş kategoriden oluşturulmuştur. “Kısmen Katılıyorum” yanıt seçeneği, ilgili maddeye yönelik nötr yanıt seçeneğini temsil etmektedir. Bu seçenek; ilgili maddeye ilişkin nötr olan veya net bir fikre sahip olmayan katılımcıların, esasında maddeyle ilgili belli bir görüşü olmakla birlikte görece zayıf olan fikirlerini yansıtmalarına olanak sağlamaktadır. Nötr seçeneğinin olmaması halinde katılımcıların yanlış bir yanıt vermesi veya maddeye yanıt vermekten kaçınmaları söz konusu olabileceğinden, nötr seçeneğin dahil edilmesi önemlidir (Bandalos, 2018, s. 115). Etkinlikler ve katılımcı bilgileri ile ilgili sorular ise, bir özelliğin varlığını ya da yokluğunu ortaya koyan iki seçenekli maddeler, birçok seçenek içinden katılımcının kendisine uyan seçeneği seçebileceği çoktan seçmeli maddeler şeklinde (Erkuş, 2014, s. 37-38) veya direkt katılımcının elle dolduracağı şekilde hazırlanmıştır.

Ölçeklerin yer aldığı veri toplama aracı, basılı ve çevrimiçi anket biçiminde tasarlanmıştır. Araştırmanın Türkiye kültüründeki anneler üzerinde gerçekleştirildiği düşünüldüğünde veri toplama aracının yüz yüze uygulanmasının yanı sıra çevrimiçi ortamda oluşturulmasına da karar verilmiştir. Böylelikle daha geniş bir kitleye ulaşılması sağlanmıştır. Bu yüzden araştırma kapsamında; verinin standart biçimde toplanarak, katılımcıların yanıtlarının

kaydedilmesi ve verilerin güvenle dışarı aktarılmasını sağlayan çevrimiçi anket (Howell Smith, 2011, s. 71) kullanılmıştır. Çevrimiçi anketler; URL bağlantısı içeren e-posta veya mesaj yoluyla katılımcıların ankete erişebilmelerine, kendileri için en uygun zamanda sorulara yanıt verebilmelerine, kısa sürede veri toplamaya, analiz programlarına verinin kolayca girilmesine, büyük örneklemelere erişebilmeye ve tüm maddelerin eksiksiz yanıtlanabilmesine olanak sağladığı için (Evans ve Mathur, 2005, s. 198-200) araştırma sürecinde kullanılmıştır.

Katılımcıların ankete kolayca yanıt verebilmeleri için maddeler ritüel deneyimleri ve ritüel alışveriş deneyimleri ile aracı değişken olan ritüele olan bağlılık faktörlerine ilişkin bölümler olarak gruplandırılmıştır. Buna göre anket beş bölümden oluşmuştur. İlk bölümde düzenlenen etkinlikler ile ilgili sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ritüel deneyimlerine, üçüncü bölümde ritüel alışveriş deneyimlerine, dördüncü bölümde ise ritüele olan bağlılığa ilişkin maddeler yer almıştır. Beşinci bölümde ise, katılımcı bilgileri ile kişisel ve demografik özelliklere yönelik sorulara yer verilmiştir.

3.3.4. İlk Madde Havuzunun İncelenmesi

Madde havuzunun oluşturulması ve ölçek formatının belirlenmesinin ardından, havuzdaki maddelerin ölçülmek istenen yapıyı ölçüp ölçmeyeceğinin incelenmesi (DeVellis, 2003; Worthington ve Whittaker, 2006; Onwuegbuzie vd., 2010) gerektiğine işaret edilmektedir. Ana anketi gerçekleştirmeden önce iki tür geçerliliğe ihtiyaç vardır; görünüş geçerliliği ve içerik geçerliliği. Her ikisi de doğası gereği öznel ve anketin yeterliliğinin bir göstergesidir (Foroudi vd., 2021, s. 87). Ölçek maddelerinin incelenmesi sürecinde geçerlilik, “araştırmacının ölçmeye çalıştığı şeyin gerçekte ölçülme derecesini göstermektedir (McDaniel ve Gates 2006, s. 224-227). Ölçeğin esas katılımcı grubuna uygulanmasından önce işletilen bu süreç genellikle alan uzmanlarının görüşleri aracılığıyla gerçekleşmektedir (Howell Smith, 2011, s. 73; Özbaşı, 2022, s. 28). Kerlinger’e (1973) göre, içerik geçerliliği belirli bir madde kümesinin bir içerik alanını ne ölçüde yansıttığını ifade etmektedir (DeVellis 2003, s. 49).

Araştırma kapsamında; alan uzmanlarından, ölçek geliştirme uzmanından ve dil uzmanından yardım alınarak madde havuzu incelenmiş olup, alınan geribildirimler, ölçeğin oluşturulmasında önemli katkılar sunmuştur. Bu süreç, yorumlara ve görüşlere göre düzenlemelerin yapıldığı ve gerekli hallerde nitel verinin tekrar kontrolünün sağlandığı

tekrarlı bir biçimde gerçekleşmiştir.

Alan uzmanlarının madde havuzunu incelemeleri; biri tez danışmanı, ikisi tez izleme komitesi üyesi olmak üzere üç ayrı alan uzmanı ile gerçekleştirilen sözel panel çalışması ile gerçekleştirilmiştir. Bu aşamada eleştirel gözle değerlendirilen madde havuzundaki her madde tek tek okunarak; yer aldığı alt boyutu ve ölçmeye çalışılan yapıyı temsil edip etmediği, ayırt ediciliği, ifade ediliş biçimi ile açıklığı ve anlaşılabilirliği değerlendirilmiştir.

Ölçek geliştirme uzmanı tarafından yapılan inceleme; aynı üniversitenin Eğitim Fakültesinde ölçek geliştirme alanında uzman bir akademisyen tarafından yapılmıştır. Bu kapsamda hazırlanan uzman değerlendirme formunda; ölçek kapsamında kalması düşünülen maddeler için “yeterli”, belli değişiklikler öngörülerek kalması önerilen maddeler için “geliştirilmeli”, ölçekte bulunmasının uygun olmayacağını düşünülen maddeler için ise “yetersiz” biçiminde notlar düşülerek, alan uzmanının nedenleriyle birlikte görüş bildirerek önerilerini yazması talep edilmiştir.

Dil uzmanı tarafından yapılan inceleme; aynı üniversitenin Eğitim Fakültesi Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümünde görev yapan bir uzman tarafından gerçekleştirilmiş olup; ölçek maddelerinin dilsel, anlamsal ve yazımsal uygunluk açısından değerlendirilmesi talep edilmiştir. Bu süreçte de benzer şekilde paylaşılan bir form aracılığıyla ölçekte yer alan maddelerin imla, anlatım bozukluğu, yüklem ve yargı uyumsuzlukları, noktalama işaretlerinin kullanımı açısından uzmanın görüşlerine başvurulmuştur. Araştırma kapsamında da yazılan maddelerin üzerinden farklı zaman dilimlerinde geçilerek, gerekli hallerde maddelerde elemeler, eklemeler ya da revizeler gerçekleştirilmiştir. Madde havuzunun netleştirilmesinden sonra, ilk saha testi aşaması için maddeler ölçek formuna aktarılmıştır.

3.3.5. Ön Deneme Uygulaması

Ölçek maddeleri ile ilgili işletilecek bir diğer süreç ise, madde uygulama öndenemeleridir. Bunun için gerçek katılımcıların maddelere ilişkin bakış açıları incelenmelidir (Bandalos, 2018, s. 53). Gerçek veri toplama aşamasından önce küçük bir katılımcı grubundan geri bildirimlerin alınması, anketin tamamlanmak için ne kadar zamana ihtiyaç olduğunun belirlenmesi ya da maddelerin anlaşılma düzeyi gibi konularda araştırmacıya önemli ipuçları sağlamaktadır (Erkuş, 2022, s. 22; Peat vd., 2002, s. 123). Gerçek veri toplama aşamasından önce gerçekleştirilen ön deneme uygulamasındaki temel amaçlar (Foroudi vd., 2021, s. 89);

varsa belirsiz şekilde formüle edilmiş maddelerin tespit edilmesi (Welman ve Kruger, 2001), soruların katılımcılarca kolaylıkla anlaşılıp değerlendirilmesi (Saunders vd., 2007; Peter, 1979), ve anketin netliğini (Malhotra, 1999) sağlamaktır. Bu aşama için araştırmacının yakın çevresinde bulunan ve araştırma amacına uygun katılımcı grubunu temsil eden 30 katılımcıdan yüz yüze veri toplanarak, anketin ön deneme çalışması yapılarak geri bildirimler alınmıştır. Katılımcıların anketi doğal bir biçimde doldurmaları, yorumlarını ve varsa önerilerini anket üzerine yazabilecekleri belirtilerek; anlaşılmayan ya da kafa karıştırıcı, birbirini tekrar eden ya da cevap verirken rahatsızlık duydukları ve yazım yanlışı olan maddeleri işaretlemeleri istenmiştir. Araştırmacı bu değerlendirmeler süresince katılımcılara eşlik ederek davranışlarını gözlemlene fırsatı bulmuş ve anketin tamamlanma süresini de incelemiştir. Katılımcıların ölçek maddeleri ile ilgili herhangi bir olumsuz eleştiri yapmadıkları ve maddelerin sorunsuz şekilde anlaşıldığı, alınan geri bildirimler vasıtasıyla tespit edilmiştir. Dolayısıyla ilk madde havuzunun incelenerek, ön deneme uygulamasının tamamlanmasının ardından, çalışmanın ikinci aşaması olan nicel aşamaya geçilmiştir.

3.4. Nicel Araştırma

Bu araştırmanın ikinci aşaması, geliştirilen kuramı ve değişkenler arasındaki ilişkileri test edebilmek amacıyla ölçeklerin saha uygulamalarını kapsayan nicel araştırma (Neuman, 2000, s. 71) aşamasından oluşmaktadır. Araştırmada; değişkenleri inceleme biçiminde göre “*ilişkisel (bağıntısal) araştırma*” ve katılımcıların bir müdahale olmaksızın bir olgu ile ilgili düşüncelerini, tutumlarını, davranışlarını ya da algılarını ortaya koymaya yönelik “*alan araştırması*” deseni (Babbie, 2007, s. 287) kullanılmıştır. İlerleyen başlıklar, nicel araştırma aşaması ile ilgili pilot veri ve gerçek veri toplama süreçlerine dair; evren, örnekleme, veri toplama süreci, geçerlilik ve güvenirlik ile veri analizi gibi ayrıntıları sunmaktadır.

3.4.1. Geniş Ölçekli Saha Testi Uygulaması

Ölçek geliştirme çalışmasının bu aşaması, ölçme aracının geniş ölçekli sahada test edilmesidir. Nitel analizler sonrasında elde edilen maddelerle geliştirilen ilk ölçme aracının ve yapıların geçerliliğini, ölçeklerin güvenilirliğini test ederek (Malhotra ve Birks 2000) ankette kullanılmak üzere revize edilebilmesi aşaması olan saha testi uygulamaları (Saunders vd., 2007), ölçme aracının saflaştırılması ile ilgili değerlendirme sürecini temsil etmektedir

(Foroudi vd., 2021, s. 88). Gerekli durumlarda ölçek maddeleri üzerinde yapılacak olası değişiklikler ya da ölçüm aracının geçerliliğini netleştirmek adına işletilecek ön çalışmalar, keşfedici sıralı karma araştırmalarda ve gömülü teori ile kuram üretme aşamasının işlerliğinde önem taşımaktadır. Dolayısıyla geniş ölçekli saha testi uygulaması, ölçek maddelerinin test edilmesine, bazı maddelerin değiştirilmesine ya da çıkarılmasına, planlanan istatistiksel ve analitik prosedürlerin kontrol edilmesine ve öngörülemeyen sorunların sayısının azaltılmasına fırsat sunan bir ön test aşamasıdır (Dugar, 2017, s. 110). Bu aşamada daha büyük bir katılımcı grubundan veri toplanarak, bu veri, Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ile test edilmiştir. Bu kapsamda işe koşulan örneklem, veri toplama süreci ve veri analizi ile ilgili bilgiler aşağıdaki başlıklardan sırasıyla izlenebilir.

3.4.1.1.Örnekleme

Bu araştırmanın evrenini, araştırma amacını karşılamak üzere en az bir çocuğu olan ve çocuğunun 1.yaş günü de dahil olmak üzere bu zaman diliminde herhangi bir özel gün etkinliği düzenleyen kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmanın amacını karşılamak üzere, katılımcılardan çocukları ile ilgili düzenledikleri özel gün etkinlikleriyle ilgili ritüel ve alışveriş deneyimlerinin incelenmesi için nitel aşama analizi sonucu geliştirilen, ölçme aracı (anket) yoluyla pilot veri toplanmıştır. 2023'ün son çeyreğinde gerçekleştirilen ilk saha testi aşamasında 552 katılımcıdan kolayda ve kartopu örnekleme yöntemleriyle, çevrimiçi ortamda veri toplanmıştır. Katılımcıların araştırma kapsamındaki kişisel özelliklerini temsil eden bilgiler Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. İlk Saha Testinde Veri Toplanan Katılımcıların Kişisel Özellikleri

Değişken	Frekans	Değişken	Frekans		
Yaş	30 yaş ve altı	181	1 çocuk sahibi	279	
	31 yaş-40 yaş arası	258	2 çocuk sahibi	193	
	41 yaş-50 yaş arası	91	3 ve üzeri çocuk sahibi	80	
	51 yaş ve üzeri	22			
Eğitim		25	1-5 yıl arası	233	
	İlköğretim		6-10 yıl arası	178	
	Lise	83	11-15 yıl arası	57	
	Lisans	313	16-20 yıl arası	36	
	Lisansüstü	130	20 yıl ve üzeri	48	
	Okuryazar olmayan	1			
Meslek	Kamu çalışanı	263	Gelir yok	118	
	Özel sektör çalışanı	68	Asgari ücret (11403 TL)	18	
	Serbest meslek çalışanı	85	11403-14999 TL arası	22	
	Esnaf	23	15000-19999 TL arası	56	
	Ev Hanımı	107	20000-24999 TL arası	68	
	Emekli	6	25000-24999 TL arası	139	
			30000 TL ve üzeri	131	
Büyüdüğü bölge	Marmara	56	Düzenlediği etkinlik sayısı	Sadece ilk çocuğu için yapanlar	275
	Ege	51		Çocuklarından birkaçına yapanlar	17
	İç Anadolu	183		Bütün çocuklarına yapanlar	260
	Akdeniz	172			
	Karadeniz	40			
	Güneydoğu Anadolu	32			
	Doğu Anadolu	18			

Tablo 6'dan izlenebildiği üzere, katılımcıların yarıya yakını (258 katılımcı), 31-40 yaş arasında, yarıdan azı (181 katılımcı) 30 yaş ve altındadır. Aynı zamanda katılımcıların yarıdan fazlasının (313 katılımcı), lisans, 130 katılımcının lisansüstü, 83 katılımcının lise, 25 katılımcının ilköğretim mezunu olduğu, 1 katılımcının ise okuryazar olmadığı izlenmektedir. Katılımcıların neredeyse yarısı (275 katılımcı), sadece ilk çocuğu için etkinlik düzenlerken, bunu 260 kişi ile bütün çocukları için etkinlik düzenleyen anneler takip etmektedir. Bu anlamda katılımcıların diğer gruplara kıyasla sadece ilk çocuklarının özel günlerine daha fazla önem verdiği; bununla birlikte mevcut durumda 1 çocuğu olan annelerin de bu grupta yer aldığı dikkate alınmalıdır. Katılımcıların gelir düzeyleri incelendiğinde en yüksek payı 25000 TL- 29999 TL arası (139 katılımcı) gelire sahip olanlar oluştururken, 131 katılımcının 30000 TL ve üzeri gelire sahip olduğu, 118 katılımcının ise geliri olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların büyüdüğü bölgede en yüksek paya sahip olan bölgeler İç Anadolu Bölgesi (183 katılımcı) ile Akdeniz Bölgesi (172 katılımcı) iken; bunu sırasıyla Karadeniz Bölgesi (40 katılımcı), Güney Doğu Anadolu Bölgesi (32 katılımcı) ve Doğu Anadolu Bölgesi (18 katılımcı) izlemektedir.

3.4.1.2. Veri Toplama Aracı

Bu aşamada veri toplama aracı olarak kullanılan anketin özü ritüel deneyim ölçeklerinden (ritüel deneyimleri ve ritüel alışveriş deneyimleri) oluşmakla birlikte, aynı zamanda katılımcı

ve düzenlenen etkinlik bilgilerinin yanı sıra ritüele olan bağlılık ölçeğine de yer verilmiştir. Buna göre toplam beş bölümden oluşan ankette ilk bölümde etkinlikler ile ilgili sorular, ikinci bölümde ritüel deneyim ölçeği, üçüncü bölümde ritüel alışveriş deneyimi ölçeği, dördüncü bölümde ritüele olan bağlılık ölçeği, son olarak beşinci bölümde ise, katılımcı bilgileri yer almıştır. Ritüel deneyimi, ritüel alışveriş deneyimi ve ritüele olan bağlılık ölçeklerinin temelini daha önce de belirtildiği gibi nitel veriden elde edilen bulgular oluşturmuştur.

3.4.1.3. Veri Analizi

Veri toplama sürecinin tamamlanmasının ardından, ritüel deneyimleri ve buna bağlı yaşanan alışveriş deneyimlerinin yapı geçerliliğinin değerlendirilmesi ve madde setinin altında yatan boyutluluğunun incelenmesi için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) gerçekleştirilmiştir (Worthington ve Whittaker, 2006: 807). Ölçek maddelerinin sayısını azaltmak ve verilerdeki kalıpları belirlemek için pilot araştırma sonucunda, açıklayıcı faktör analizi (AFA) gerçekleştirilir (De Vaus, 2002). Açıklayıcı faktör analizi, ölçeklerin faktör yapısını inceleyerek gözlemlenen değişkenlerin (gösterge) sayısını daha küçük ve daha kontrol edilebilir bir kümeye indirgeyen mutlak örneklem büyüklüğü, korelasyon katsayıları ve örnekleme yeterliliği gibi varsayımları ele alan bir süreçtir (Foroudi vd., 2021, s. 89). Ele alınan yapı ve oluşturulan ölçek hakkında minimum bilgi düzeyi olması halinde kullanılan bu analiz sonucunda, bir dizi değişken tarafından kaç faktörün temsil edildiğine yönelik cevap sağlanmaktadır. Bir diğer deyişle ölçek geliştirme sürecinde AFA, ölçek maddelerinden elde edilen yanıtların altında yer alan faktörlerin doğası veya faktör sayısı hakkında bilgi sunmaktadır (Bandalos, 2018, s. 302). Bu kapsamda ölçek geliştirme sürecinin başında, değişkenleri birleştirmek ve altta yatan süreçlere dair hipotezler oluşturmak için bir araç sağladığında yürütülen AFA'nın amacı, birbiriyle ilişkili değişkenlerin bir araya getirilmesi ile verilerin tanımlanması ve özetlenmesidir (Tabachnick ve Fidell, 2012, s. 614). Bu kapsamda bu çalışmada, Watkins (2021, s. 28)'in önerdiği süreç benimsenerek gerçekleştirilen AFA sürecinin adımları aşağıdaki gibidir:

- a) Dahil edilecek maddelerin belirlenmesi;
- b) Dahil edilecek katılımcıların belirlenmesi;
- c) Verinin analize uygunluğunun değerlendirilmesi;
- d) AFA'nın uygunluğunun değerlendirilmesi;
- e) AFA modeline karar verilmesi;

- f) Faktör çıkarma metoduna karar verilmesi;
- g) Elde tutulacak faktör sayısına karar verilmesi;
- h) Döndürme tekniğinin kullanılması;
- i) Sonuçların yorumlanması ve raporlanması.

İlgili aşamalara sırasıyla aşağıdaki bölümde yer verilirken, sonuçların yorumlanması ve raporlanması aşaması, Bulgular başlığı altında değerlendirilmiştir.

Dâhil edilecek maddelerin belirlenmesi: Alan yazında her bir ortak faktörü temsil eden en az üç ila altı maddenin analize dâhil edilmesi önerilmektedir Buna göre her bir faktörü temsil etmek üzere dört maddenin gerektiği varsayılmıştır (Fabrigar vd., 1999, s. 273; Tabachnick ve Fidell, 2012, s. 617; Watkins, 2021, s. 32). Araştırma kapsamında ise, her bir faktörü temsil etmek üzere en az üç ya da dört madde gerekliliği benimsenmiş ve ölçülen bu maddeler ritüel deneyimlerini, ritüel alışveriş deneyimlerini ve ritüele olan bağlılığı ölçmek için geliştirilmiştir. Temel anlamda Ritüel Deneyimi kuramının kavramlarını temsil eden alt ölçek kategorileri, ritüel deneyimleri, ritüel alışveriş deneyimleri ve ritüele olan bağlılıktan oluşmaktadır. Ritüel deneyimleri için alt boyutlar; sosyal deneyimler, sembolik deneyimler, duygusal deneyimler (nostalji-fantezi), estetik deneyimler, kaçış deneyimleri, manevi deneyimler olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra, ritüele yönelik bağlılık (ritüele yönelik duygusal bağlılık ve ritüele yönelik davranışsal bağlılık) ve ritüel alışveriş deneyimleri (duygusal, sembolik, faydacı) olarak üç ayrı boyut da görülmektedir.

Dâhil edilecek katılımcıların belirlenmesi: Bu araştırmanın katılımcıları ile ilgili genel bilgiler, Örneklem başlığı altında verilmiştir. Ortak varyans, faktör sayısı ve madde (değişken) sayısı baz alındığında, en az 100 katılımcıya ulaşılması iyi bir faktörleşmenin gerekçesini oluşturmaktadır (Watkins, 2021, s. 36). 0.5 aralığındaki ortak varyans ve iyi belirlenmiş faktörler için 100-200 aralığındaki örneklem sayısı kabul edilebilir olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte en kötü koşullarda düşük ortak varyans ve çok sayıda zayıf faktör için 500'ün üzerinde katılımcıya ulaşılması gerekmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2012, s. 618). Araştırma kapsamında da 552 katılımcıya ulaşılmış olması, mevcut örneklemin AFA açısından yeterliliğini desteklemektedir.

Verinin analize uygunluğunun değerlendirilmesi: Toplanan verinin AFA'ya uygun olup

olmadığının değerlendirebilmesi için normal dağılım ve çok değişkenli normal dağılım, doğrusallık, çoklu doğrusal bağlantı, uç değerler ve kayıp veriler³ incelenmiştir. Bu aşamada öncelikle, AFA'da faktör sayısının belirlenmesinde, çok değişkenli normallik (tüm değişkenlerin ve değişkenlerin tüm doğrusal kombinasyonlarının normal dağıldığı) varsayılmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2012, s. 618). Ölçek geliştirme sürecinde kullanılan Likert tipi maddeler sıralı düzeyde kategorik veri setlerinden oluştuğu için bu ölçme aracıyla toplanan verilerin çok değişkenli normal dağılım varsayımını sağlayamayacağı dikkate alınmalıdır (Kılıç, 2022, s. 72). Çok değişkenli normallik testleri önemli derecede hassas olmasına karşın tekli değişkenler arasındaki normallik, çarpıklık ve basıklık ile değerlendirilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2012, s. 618). Verinin normal dağılıp dağılmadığı; çarpıklık katsayısı (-2, +2) ve basıklık katsayısı (-7, +7) aralıklarına göre incelenebilir (Bandalos, 2018, s. 343; Watkins, 2021, s. 43). Bu kapsamda araştırmanın bu sürecinde ilgili ölçeklerle toplanan verinin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenerek, bu değerlerin belirtilen aralıkta değerlere sahip olduğu ve verinin tek değişkenli normal dağılım gösterdiği gözlenmiştir. Ritüel deneyimleri ölçeği için çarpıklık katsayısı - 1.699 ile 1.510, basıklık katsayısı -1.322 ile +5.414; ritüel alışveriş deneyimleri ölçeği için çarpıklık katsayısı -1.205 ile -0.109, basıklık katsayısı -0.620 ile +2.350; ritüele olan bağlılık ölçeği için çarpıklık katsayısı -, 0.569 ile -0.128, basıklık katsayısı -0.836 ile +0.162 aralığındadır. Veriye ilişkin çarpıklık ve basıklık değerleri, teze ilişkin bulut bağlantısında sunulmuştur. Değişkenler arasındaki ilişkilerin doğrusal olması varsayımı da çok değişkenli normalliği temsil etmektedir. Değişken çiftleri arasındaki doğrusallık, dağılım grafikleri aracılığıyla yansıtılmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2012, s. 618). Dağılım grafikleri incelenerek arasındaki ilişkinin doğrusal olduğu izlenmiştir. Bu sonuçlar, tez projesinin bulut bağlantısından izlenebilir.

Verinin AFA'ya uygunluğunun incelenmesi: Bu aşamada çoklu doğrusal bağlantı ele alınmıştır. Değişkenler arasındaki .90 ve üzeri bir korelasyon olması durumunda ortaya çıkan çoklu doğrusal bağlantı sorunu, değişkenlerden birinin, diğer değişkenlerden iki veya daha fazlasının birleşimi olduğu anlamını taşımaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2012, s. 88). Bununla birlikte AFA sürecinin işletilebilmesi için, bir miktar çoklu doğrusal bağlantı olması

³ Toplanan veri ile ilgili normallik varsayımlarına ilişkin tablo ve grafiklere https://drive.google.com/drive/folders/1v7tMHPac1VfwU4izufaBbRdG9hPIYLmJ?usp=drive_link linkinden ulaşılabilir.

beklenmektedir. Çünkü değişkenlerin birbirleriyle ilişkili olmaması ortak bir faktöre bağlı olmayan değişkenlere işaret eder (Kılıç, 2022, s. 74). Bu kapsamda toplanan veri çoklu doğrusal bağlantı açısından incelenmiş olup, değişkenler arasındaki ilişkilerin .90'nın altında olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara, tez projesinin bulut bağlantısında yer verilmiştir.

Veri setinin çok değişkenli uç değerler açısından incelenmesi gerekmektedir. Çünkü AFA'dan elde edilen sonuçlar uç değerlerden etkilenmektedir. Uç değerler; veri girişindeki hatalar, bir katılımcının bilinçli olarak geçersiz verdiği yanıtlar veya geçerli ancak uç değer varlığı gibi etmenlerle oluşabilmektedir (Watkins, 2021, s. 46). Ayrıca her bir veri noktası için çok boyutlu uzaydaki tüm veri noktalarının ortalamasına olan uzaklığının ölçüsü (Mahalanobis uzaklıkları) (Watkins, 2021, s. 47) hesaplanmıştır. Bu bilgiler ışığında bir veriyi uç değer olarak tanımlayabilme eşik değerine dair anlamlılık düzeyleri (.005 ya da .001) baz alınarak (Hair vd., 2019, s. 89) uç değerler hesaplanmıştır. Uç değerlerin çıkarıldığı ve çıkarılmadığı durumlar açısından AFA sürecinin işletilmesi tavsiye edilmekte ve eğer her iki durumda da benzer sonuçlar elde ediliyor ise, uç değerleri silmek için bir gerekçe olmadığı ifade edilmektedir (Bandalos, 2018, s. 390). Buna göre gerçekleştirilen AFA sonucunda ulaşılan yapılar arasında büyük farklar olmadığı görülmüş ve uç değerlerin yer aldığı veri seti baz alınarak raporlama yapılmıştır. Son olarak veri seti online ortamda Google Forms aracılığıyla toplandığı için kayıp değer bulunmamaktadır. Sistemde eksik veri girişine karşı önlem alınarak, katılımcının yanıt vermeden diğer soruya geçmesinin önüne geçilerek anket önayakları yapılmıştır. Bu nedenle kayıp veri bulunmamaktadır.

AFA'nın uygunluğunun değerlendirilmesi: AFA'nın uygunluğunun değerlendirilmesi adımı, değişkenler arasındaki korelasyonlar Bartlett's Küresellik testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ile incelenmektedir. Korelasyon matrisinde $\geq .30$ değerinde katsayıların olması, korelasyon matrisinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Hair vd., 2019, s. 135; Tabachnick ve Fidell, 2012, s. 619). Aynı zamanda KMO değerinin $\geq .60$ ve Bartlett's Küresellik testi sonucunda elde edilen p değerinin ise istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2012, s. 619-620).

Korelasyon matrisinin görsel taraması, korelasyon katsayıların çoğunluğunun $\geq 0,30$ olduğunu ve hiçbirinin .90'ın üzerinde olmadığını yansıtmaktadır. Ayrıca ritüel deneyimi ölçeği için elde edilen 0,94 KMO ve $p < 0,001$; ritüel alışveriş deneyimi ölçeği için elde edilen 0,95 KMO ve $p < 0,001$; ritüele olan bağlılık ölçeği için elde edilen 0,83 KMO ve $p < 0,001$ değerleri kabul edilebilir değerlerdir. Bu sonuçlar, korelasyon matrisinin AFA için

uygun olduğunu göstermektedir.

AFA modeline karar verilmesi: Ortak faktör modeline dayanan AFA, ölçülen değişkenler arasındaki korelasyonları mümkün olduğunca en iyi biçimde açıklamayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda ölçülen değişkenlerin, altta yatan ve faktör adı verilen gizil yapılar sebebiyle birbirleriyle ilişkili olduğu düşünülürken; faktörler, ölçülen tek bir değişkene özgü sistematik varyans ve hata varyansından oluşmaktadır (Watkins, 2021, s. 66). Yürütülen araştırma kapsamında da ölçülen yapıların altında yatan örtük yapıyı ortaya çıkarmak amacıyla ortak faktör modeli seçilmiştir.

Faktör çıkarma metoduna karar verilmesi: Bu aşamada öncelikle kullanılacak korelasyon matrisine karar verilmesi gerekmektedir. değişkenlerin keskin bir biçimde normallik göstermediği durumlarda, Pearson korelasyonlarının beş-yedi kategorili sıralı veriler için uygun sonuçlar vermeyebileceği, bu anlamda polikorik korelasyon matrisinden yararlanılabileceği belirtilmektedir (Kılıç, 2022, s. 105; Watkins, 2021, s. 121). Ancak araştırma verilerine ilişkin elde edilen tek değişkenli basıklık ve çarpıklık değerlerinin normallik varsayımlarını ihlal etmediğinin anlaşılması üzerine, sonuçlar çok farklılaşmayacağından, pearson korelasyon matrisi aracılığıyla analizler gerçekleştirilmiştir. Bu kararda, FACTOR analiz programının veriler için polikorik korelasyon matrisini üretmemiş olması da etkili olmuştur.

Likert tipi sıralı düzeydeki maddelerle geliştirilen ölçeklerde, faktör çıkarma yöntemlerinden ağırlıklandırılmamış en küçük kareler (ULS) yönteminin kullanılması uygundur. Çünkü ULS yöntemi çok değişkenli normalliğin ihlaline karşı daha güçlü kestirimler sunarak, faktörler arası korelasyonları sunmada etkilidir (Kılıç, 2022, s. 80-81; Watkins, 2021, s. 74). Dolayısıyla araştırma kapsamında ULS yöntemi kullanılmış ve ayrıca en küçük rank (MRFA)⁴ yönteminden de yararlanılarak en iyi yapıya ulaşılması adına bu sonuçlar ULS sonuçları ile karşılaştırılmıştır. Elde edilen yapılar arasında önemli bir farklılık tespit edilmediği, başka bir deyişle benzer yapılara ulaşıldığı için ULS'nin önerdiği faktör yapıları dikkate alınmıştır.

Elde tutulacak faktör sayısına karar verilmesi: Faktör sayısını belirlemek için

⁴ AFA analizleri ile alternatif yöntemler ile farklı yapılar sınanmıştır. Tüm bu AFA modellerine

https://drive.google.com/drive/folders/1v7tMHPac1VfwU4izufaBbRdG9hPIYLMJ?usp=drive_link linkinden ulaşılabilir.

yorumlanabilirlik ve teorik uygunluk kriterleri, faktör çözümünün anlamlı bir biçimde yorumlanmasını sağlamaktadır (Bandalos, 2018, s. 324). Gerçek faktör sayısını belirleme sürecinde her ne kadar kesin sonuç veren bir yöntem olmasa da ampirik kanıtlar ve teorik bilginin harmanlanması ile kapsamlılık ve tutumluluk arasında denge kurularak anlamlı bir çözüm elde edilebilmektedir (Watkins, 2021, s. 76-77). Ampirik açıdan genellikle simülasyon çalışmaları ile paralel analiz (PA), en küçük ortalamalı kısmi korelasyon analizi (MAP) ve kabuk (HULL) yöntemlerinin kullanılması iyi performans verirken (Bandalos, 2018, s. 323; Watkins, 2021, s. 77); daha önce yapılmış araştırmaların ve kabul görmüş teorilerin değerlendirilmesi elde tutulacak faktör sayısını belirlemede rehberlik etmektedir (Watkins, 2021, s. 84). Ayrıca açıklanan varyans oranı da dikkate alınması gereken bir diğer ölçüt olduğu için faktör sayısı arttıkça açıklanan varyansın önemli ölçüde artıp artmadığı da değerlendirilmelidir (Kılıç, 2022, s. 86). Faktörün elde tutulabilmesi için ilgili faktörün korunmasının varyansı yaklaşık olarak %10'dan daha fazla açıklaması gerekmektedir. Bu bilgiler ışığında araştırma kapsamında PA, MAP ve HULL yöntemlerinden yararlanılarak her bir yöntem sonucuna göre ulaşılan faktörler karşılaştırılmıştır. PA, normal olmayan verilerde ve Pearsonian olmayan korelasyonlarda doğruluğunu koruyarak ve diğer yöntemlere kıyasla bir ya da iki faktör fazla çıkarma eğilimindedir. Az faktör çıkarmak çok faktör çıkarmaktan daha riskli olduğu için araştırmada da PA yönteminin ve MAP yönteminin sonuçları raporlanmıştır (Watkins, 2021, s. 77). Bunun yanı sıra, elde tutulacak faktör sayısında araştırmanın ilk nitel aşaması sonucunda oluşturulan teorik model de rehberlik sağlamıştır.

Döndürme tekniğinin kullanılması: Bir araya gelmesi beklenen ölçek maddelerini aynı boyut altında toplamak ve böylelikle anlamlı bir yapıya ulaşabilmek için faktör döndürme yöntemlerinden dik ya da eğik yöntemin hangisinin kullanılacağına karar verilmesi gerekmektedir. Yapıların birbiriyle ilişkili olması kuvvetle muhtemel olan sosyal bilimler alanındaki araştırmalarda, faktörler arası ilişkiler faktör analizi öncesinde bilinmemektedir. Eğik döndürme yöntemi, dik döndürme yönteminin aksine faktörlerin birbiriyle ilişkili olduğu varsayımıyla faktörleri döndürmektedir. Dolayısıyla, ilişkili yapılardan elde edilecek bilgilerin kaybolmaması için eğik döndürme yöntemleri olan promax, promin ve direct oblimin kullanılmıştır (Kılıç, 2022, s. 87-90). Bununla birlikte büyük ölçüde benzer olmalarına rağmen en anlamlı yapıyı promax döndürme yönteminin sağladığı tespit edildiğinden promax döndürme yöntemi ile elde edilen sonuçlar raporlanmıştır. Diğer sonuçlara, tez projesinin bulut bağlantısından ulaşılabilir.

3.4.2 İkinci Saha Testi Uygulaması

İlk saha testi sonunda gerçekleştirilen AFA süreci ile düşük performans gösteren ölçek maddeleri belirlenerek revize edilmiş ve bu aşamanın bir anlamda fizibilitesi sağlanmıştır (Baker, 1994). Bu süreçte maddelerin ifadelerinin hangi sıra ile ölçek kategorilerine yerleştirileceği, sıralama, biçim ve düzenin test edilmesi gibi özellikler (Denscombe 2007; Malhotra ve Birks 2000) değerlendirilmektedir. Bu kapsamda AFA sonuçlarına göre yeniden düzenlenen veri toplama aracı ile ikinci saha uygulaması gerçekleştirilmiştir. Toplanan veriler, AFA ve Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) ile test edilmiştir. İkinci saha testine ilişkin örneklem, veri toplama süreci ve veri analizi bilgileri, aşağıdaki alt başlıklarda sunulmuştur.

3.4.2.1. Örneklem

Pilot aşamanın ardından, bazı revizyonlara gidilen veri toplama aracı ile 2024'ün ilk çeyreğinde ikinci saha testi uygulaması için kolayda ve kartopu örneklem yöntemleri esas alınarak 568 katılımcıdan veri toplanmıştır. Veriler, çevrimiçi ortamda hazırlanan anket bağlantısı ile araştırmanın amacını karşılayacak katılımcı profiline uygun Türkiye'nin çeşitli bölgelerindeki anne olan kadınlardan sağlanmıştır. Katılımcıların araştırma kapsamındaki kişisel özelliklerini temsil eden bilgiler, Tablo 7'de çocukları için düzenledikleri etkinlikler ile ilgili bilgiler ise sırasıyla Tablo 8, Tablo 9 ve Tablo 10'da sunulmuştur.

Tablo 7. İkinci Saha Testinde Veri Toplanan Katılımcıların Kişisel Özellikleri

Değişken		Frekans	Değişken		Frekans
Etkinlik Düzenleme	Geleneksel	180	Çocuk sayısı	1 çocuk sahibi	300
	Modern	122		2 çocuk sahibi	194
	Hem Geleneksel Hem Modern	266		3 ve üzeri çocuk sahibi	74
Eğitim	İlköğretim	23	Düzenlediği etkinlik sayısı	Sadece ilk çocuğu için yapanlar	294
	Lise	86		Çocuklarından birkaçına yapanlar	13
	Lisans	314		Bütün çocuklarına yapanlar	261
	Lisansüstü	145			
Büyüdüğü Bölge	Marmara	60	Gelir	Gelir yok	111
	Ege	51		Asgari ücret (11403 TL)	17
	İç Anadolu	185		11403-14999 TL arası	21
	Akdeniz	190		15000-19999 TL arası	51
	Karadeniz	36		20000-24999 TL arası	78
	Güneydoğu Anadolu	29		25000-29999 TL arası	139
	Doğu Anadolu	17		30000 TL ve üzeri	151
	Köy ya da Belde	66			
Büyüdüğü Yer	Büyükşehir veya Büyükşehirle Bağlı				
	İl Merkezi	228			
	İlçe Merkezi	206			
	Orta Büyüklükte İl Merkezi	68			

Tablo 7 incelendiğinde, katılımcıların yarıya yakınının (266 katılımcı) çocukları için düzenledikleri özel gün etkinliklerinde geleneksel ve modern uygulamaları benimsedikleri görülmekte; bunu 180 katılımcı ile geleneksel etkinlikler ve 122 katılımcı ile modern etkinlikler takip etmektedir. Aynı zamanda katılımcıların yarıdan fazlasının (314 katılımcı) lisans mezunu olduğu, 300 katılımcının da 1 çocuk sahibi olduğu izlenebilmektedir. Düzenlenen etkinliklerin çocuk sayısı açısından değerlendirilmesi gerekirse, katılımcıların yarıdan fazlasının sadece ilk çocuğu için bu etkinlikleri gerçekleştirdiği izlenmekte, bunu 261 kişi ile bütün çocukları için etkinlik düzenleyen anneler takip etmektedir. Burada genel anlamda annelerin özellikle ilk çocuklarının özel günlerine görece daha çok önem verdiği ifade edilebilirken; ancak hali hazırda 1 çocuğu olan annelerin de bu grupta yer aldığı unutulmamalıdır. Bu anlamda annelerin bütün çocukları için görece özel gün etkinliklerine önem verdikleri yorumu yapılabilir. Katılımcıların gelir düzeyleri incelendiğinde en yüksek payı 30.000 TL ve üzeri (151 katılımcı) ile 25.000 TL- 29.999 TL arası (139 katılımcı) gelire sahip olanlar oluşturmaktadır. Bununla birlikte katılımcıların büyüdüğü bölgede en yüksek dağılımın Akdeniz Bölgesi (190 katılımcı) ve İç Anadolu Bölgesi (185 katılımcı) olduğu; katılımcıların yarıya yakınının Büyükşehir veya Büyük Şehir Bağılı İl Merkezi (228) ve İlçe Merkezinde (206) büyüdüğü görülmektedir.

Tablo 8. Etkinlikleri Gerçekleştirirken Etkilenilen Kaynaklar

	Kişi sayısı	%'lik Değer
Yakın çevre, Sosyal medya, Televizyon programları	10	1.8 %
Aile çevresi, Yakın çevre, Televizyon programları	16	2.8 %
Yakın çevre, Sosyal medya	67	11.8 %
Aile çevresi, Televizyon programları	24	4.2 %
Sosyal medya	48	8.5 %
Aile çevresi, Yakın çevre	106	18.7 %
Aile çevresi	73	12.9 %
Aile çevresi, Yakın çevre, İnternetteki yorumlar, Sosyal medya	27	4.8 %
Aile çevresi, Sosyal medya	21	3.7 %
Aile çevresi, Yakın çevre, Sosyal medya	62	10.9 %
Yakın çevre	28	4.9 %
Yakın çevre, Sosyal medya, Online film uygulamaları	11	1.9 %

Tablo 8 incelendiğinde, katılımcıların çocuklarının özel gün etkinliklerini hangi kaynaklardan etkilenecek gerçekleştirdiklerine ilişkin sonuçlar izlenebilmektedir. Buna göre katılımcıların %18.7'si aile çevresi ve yakın çevresini, % 12.9'u aile çevresini, % 11.8'i yakın çevresini ve sosyal medyayı, % 10.9'u ise aile çevresi, yakın çevre ve sosyal medyayı referans almıştır. Bununla birlikte % 8.5'luk bir oran ile 48 katılımcı sadece sosyal medyadan etkilenecek ve

orda gördüklerini referans alarak; % 4.9'luk bir oran ile 28 katılımcı ise sadece yakın çevresinden etkilenecek etkinlikleri gerçekleştirdiğini belirtmiştir.

Tablo 9. Etkinlik için Satın Alma Sürecinde Yararlanılan Kaynaklar

	Kişi Sayısı	%'lik Değer
Yakın çevre, Sosyal medya	23	4.0 %
Aile çevresi, Yakın çevre, Televizyon programları	11	1.9 %
Aile çevresi, Yakın çevre	103	18.1 %
Aile çevresi, Yakın çevre, İnternetteki yorumlar, Sosyal medya	105	18.5 %
İnternetteki yorumlar, Sosyal medya	22	3.9 %
Aile çevresi	64	11.3 %
Aile çevresi, Sosyal medya	24	4.2 %
Aile çevresi, Yakın çevre, Sosyal medya	58	10.2 %
Sosyal medya	36	6.3 %
Yakın çevre, İnternetteki yorumlar, Sosyal medya	11	1.9 %
Yakın çevre	27	4.8 %
Aile çevresi, Yakın çevre, İnternetteki yorumlar	12	2.1 %

Tablo 9'dan izlenebileceği gibi, 105 katılımcı % 18.5'lik bir değer ile etkinlikler için yaptıkları alışveriş sürecinde aile çevresi, yakın çevre, internetteki yorumlar ve sosyal medyadan yararlandıklarını ve satın alım sürecinde bu gruplar aracılığıyla araştırma yaparak, satın alım kararları verdiklerini ifade etmiştir. Bunu % 18.1'lik değer ile aile çevresi ve yakın çevresini satın alım kararlarında referans alan 103 katılımcı takip etmektedir. Bununla birlikte 64 katılımcı sadece aile çevresini, 36 katılımcı sadece sosyal medyayı, 27 katılımcı ise sadece yakın çevresi aracılığıyla bu süreci yönettiğini belirtmiştir.

Tablo 10. Etkinlik için Ürün Satın Alınan Yerler

	Kişi Sayısı	%'lik Değer
Belirli çarşı esnafı, Belli markalı mağazalar	72	12.7 %
Belli markalı mağazalar, Web siteleri ya da sanal mağazalar	19	3.3 %
Belirli çarşı esnafı, Belli markalı mağazalar, Web siteleri ya da sanal mağazalar	52	9.2 %
Belirli çarşı esnafı, Web siteleri ya da sanal mağazalar	27	4.8 %
Belli markalı mağazalar	14	2.5 %
Belirli çarşı esnafı	114	20.1 %
Belirli çarşı esnafı, Belli markalı mağazalar, Sosyal medya, Mobil uygulamalar	16	2.8 %
Belirli çarşı esnafı, Belli markalı mağazalar, Sosyal medya	15	2.6 %
Belirli çarşı esnafı, Belli markalı mağazalar, Mobil uygulamalar	25	4.4 %
Belirli çarşı esnafı, Belli markalı mağazalar, Sosyal medya, Web siteleri ya da sanal mağazalar	16	2.8 %
Belirli çarşı esnafı, Belli markalı mağazalar, Sosyal medya, Mobil uygulamalar, Web siteleri ya da sanal mağazalar	23	4.0 %
Belirli çarşı esnafı, Belli markalı mağazalar, Mobil uygulamalar, Web siteleri ya da sanal mağazalar	11	1.9 %
Belirli çarşı esnafı, Sosyal medya, Web siteleri ya da sanal mağazalar	11	1.9 %
Mobil uygulamalar, Web siteleri ya da sanal mağazalar	14	2.5 %
Sosyal medya	11	1.9 %
Belli markalı mağazalar, Sosyal medya, Mobil uygulamalar	14	2.5 %
Sosyal medya, Web siteleri ya da sanal mağazalar	10	1.8 %
Web siteleri ya da sanal mağazalar	23	4.0 %

Tablo 10 incelendiğinde, katılımcıların % 20.1'inin etkinlik için yaptıkları alışveriş sürecinde belirli çarşı esnafını tercih ettiği, %12.7'sinin çarşı esnafı ve belli markalı mağazaları, % 9.2'sinin ise belirli çarşı esnafı, belli markalı mağazalar, Web siteleri ya da sanal mağazaları bir arada tercih ettiği görülmektedir. Bununla birlikte 23 katılımcının web siteleri ya da sanal mağazaları kullandığı, 14 katılımcının mobil uygulamalar, Web siteleri ya da sanal mağazalar aracılığıyla, 11 katılımcının ise sadece sosyal medya üzerinden alışveriş yaptığı görülmektedir.

3.4.2.2. Veri Analizi

Çalışmanın bu aşamasında, 2. Saha araştırmasında toplanan 568 katılımcı verisi üzerinden bazı tanımlayıcı istatistiklerin hesaplanmasının yanı sıra, AFA, Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ve sonra yapısal model analizleri yapılmıştır. Bu kapsamda katılımcı özelliklerinin (frekans ve yüzde gibi) veri setinin ve ele alınan ilgili ölçek maddelerinin özelliklerinin (tek değişkenli çarpıklık ve basıklık, madde ortalamaları, standart sapmaları gibi) gözden geçirilmesi ve özetlenmesi için betimsel istatistikler hesaplanmıştır. AFA için kullanılan FACTOR programı dışında, bu aşamadaki tüm analizler için açık kaynak kodlu R temelli kullanıcı arayüzüne sahip Jamovi istatistik paket programının 2.3.28 versiyonundan yararlanılmıştır. DFA ve YEM analizleri, bu programın lavaan R paketine yönelik bir jamovi arayüzü olan SEMlj modülü (Gallucci ve Jentschke, 2021; Rosseel, 2012) aracılığıyla yürütülmüştür.

Ölçeklerin ve buna bağlı olarak ölçüm modellerinin yapı geçerliliğini desteklemek adına her bir ölçek için AFA ile belirlenen faktör yapısını doğrulamak amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. Bir diğer ifadeyle DFA ile AFA'dan elde edilen ölçüm modelinin örnek verilerde ne ölçüde tekrarlandığını değerlendirmek amaçlanmıştır (Howell Smith, 2011, s. 93; Worthington ve Whittaker, 2006, s. 808). DFA, daha önce geliştirilmiş, önceki araştırmalarda veya kuramsal dayanağı bulunan bir ölçeğin ya da ölçüm modelinin doğruluğunun veri ile teyit edilmesi için (Gürbüz, 2019, s. 50) yaygın şekilde kullanılan bir tekniktir (Moshagen ve Musch, 2014, s. 60). DFA, elde edilen veriler yoluyla ölçülen değişkenlerden ve faktörlerden oluşan bir ölçüm teorisinin, gerçeğe ne kadar uyduğunu test etme olanağı sunmaktadır. DFA'da, model önceden yapılandırılmış olup, modelde yer alan faktörler istatistiksel sonuçlardan değil, teoriden türetilmiştir. Test edilen teoriye göre, bir dizi

değişken için var olan faktör sayısı ve sonuçların hesaplanabilmesi adına her bir değişkenin hangi faktöre yükleneceği tespit edilmektedir (Hair vd., 2019, s. 660). Teorik model üzerinde önceden belirlenmiş yapıların test edilmesini sağlayan bu analiz, gizil değişkenler ile gözlenen değişkenler arasındaki ilişkileri kapsayan Yapısal Eşitlik Modellemesinin (YEM) de ilk adımı (Brown, 2015; Kline, 2023) olarak rehberlik etmektedir. Bu kapsamda ölçek geliştirme sürecinin bir parçası olarak gerçekleştirilen YEM analizleri de göz önünde bulundurularak, çalışmada ele alınan ölçeklerin ve ölçüm modellerinin yapı geçerliğini değerlendirmede, ritüel deneyimleri, ritüel alışveriş deneyimleri ve ritüele olan bağlılık ölçekleri için birinci düzey çok faktörlü DFA modelinden yararlanılmıştır.

Bu araştırma, keşfedici sıralı karma desende gerçekleştirilmiş olup, ölçek geliştirme süreci sonrası, nitel aşamada oluşturulan kuramın Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) aracılığıyla test edilmesi süreciyle devam etmiştir. Kuramların test edilmesinde oldukça etkili bir yöntem olan YEM (Martinez-Lopez vd., 2013, s. 115), çeşitli karmaşık yapılar arasındaki ilişkileri eş zamanlı inceleme ve yeni kuramları test etme fırsatı sunmaktadır (Baghdarnia vd., 2014, s. 22). YEM, gözlenen değişkenler (göstergeler) ile gizil değişkenler (yapılar) arasındaki ilişkileri, belirli bir yapısal model çerçevesinde inceleyebilme (Martinez-Lopez vd., 2013, s. 124) olanağı tanımaktadır. Bu doğrultuda araştırmada, geliştirilen kuramın test edilmesine yönelik yapısal model analizleri gerçekleştirilirken, ritüel deneyimlerinin, ritüel alışveriş deneyimlerinin ve ritüele olan bağlılığın alt boyutları arasında birinci düzey yapısal eşitlik analizleri gerçekleştirilmiştir.

YEM analizleri, varyans temelli modeller (VB-YEM) ve kovaryans temelli modeller (CB-YEM) olmak üzere iki farklı yaklaşımla yapılabilmektedir. Diğer özelliklerinden ayrı olarak; VB-YEM, daha keşfedici bir yapıda tahminlere odaklanırken, doğası gereği doğrulayıcı olan CB-YEM ise, teori testi odaklı gerçekleşmektedir (Chin ve Newsted, 1999). Bu kapsamda nitel aşamada ortaya konan kuramın test edildiği bu araştırmada da doğrulayıcı modelden (CB-YEM) yararlanılmıştır.

Analizler öncesinde veri düzenlenerek tarandıktan sonra AFA, DFA ve YEM analizlerinin varsayımları açısından kontrolü sağlanmıştır. Bu kapsamda öncelikle kayıp veri örüntüleri ve kapsamı, aykırı (uç) değerler, doğrusallık, aşırı eş-doğrusallık, normallik varsayımı ve örneklem büyüklüğü (Kline, 2023; Tabachnick ve Fidell, 2013) incelenmiştir. Veri çevrimiçi olarak toplandığından, herhangi bir kayıp veri söz konusu değildir. Aykırı değerlerin incelenmesi sürecinde, tek değişkenli aykırı değerler z puanları ve görsel yöntemlerle, çok

değişkenli aykırı değerler ise Mahalanobis mesafesi kullanılarak değerlendirilmiştir. Buna göre, az sayıda ölçek maddesi verisinin $|z| > 3.29$ standart sapma eşik değerinin (Tabachnick ve Fidell, 2013) üstünde değer alarak tek değişkenli uç değer olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, kutu grafikleriyle (Kline, 2023) de desteklenmiştir. Ayrıca, az sayıda da olsa Mahalanobis mesafesine dayanan olasılık değerlerinin anlamlı olduğu ($p < .001$) ve bu verilerin çok değişkenli aykırı değer niteliği taşıdığı (Watkins, 2021) görülmüştür. Bu aykırı değerlerin sayısının düşük olması ve silinmeleri için yeterli gerekçenin bulunmaması sebebiyle, katılımcıların gerçek görüşlerini yansıtır olabileceği düşünülerek veri setinde tutulmuşlardır. Yine de duyarlılık analizleri yapılarak, aykırı değerlerin çıkarıldığı ve çıkarılmadığı veri setleri üzerinde analizler tekrarlanmış, sonuçların büyük ölçüde benzer olduğu görülmüştür. Raporlanan analizler uç değerlerin bulunduğu veri setine dayanmakta olup, duyarlılık analizlerinin sonuçları ise çalışmanın bulut bağlantısında sunulmuştur.

Doğrusallık, ölçek maddelerine ilişkin bireysel puanlar ve faktörlere dayalı toplam puanlar arasındaki ilişkilere bakılarak saçılma grafikleriyle incelenmiş ve herhangi bir sorun olmadığı doğrulanmıştır. Aşırı eş-doğrusallık açısından, iki değişkenli korelasyonların .90 eşik değerini (Kline, 2023) aşmadığı gözlenmiş, dolayısıyla bu durumun bir problem yaratmadığı belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlara çalışmanın ilerleyen bölümlerinde yer verilmiştir.

Verilerin normallliği, önce histogram grafikleri ve tek değişkenli çarpıklık ile basıklık katsayıları, ardından çok değişkenli normallik için Mardia'nın çok değişkenli basıklık ve çarpıklık katsayıları kullanılarak değerlendirilmiştir. Histogram grafiklerinin uygun olduğu, tek değişkenli çarpıklık ve basıklık katsayılarının ise yaygın kabul gören eşik değerler olan çarpıklık için < 2 ve basıklık için < 7 sınırlarını karşıladığı (Mindrila, 2010, s. 60) ve bu açıdan bir sorun olmadığı belirlenmiştir. Mardia'nın çok değişkenli basıklık ve çarpıklık katsayıları incelendiğinde ise, verinin bu varsayımdan (< 10 üst sınırı) (Gürbüz, 2019; Kline, 2023) çok uzak olduğu ve bu varsayımı karşılamadığı tespit edilmiştir (tek ve çok değişkenli çarpıklık ve basıklık değerleri çalışmanın ilerleyen kısmındaki ilgili tablolardan izlenebilir). Bu yüzden, çok yüksek örneklem büyüklüğü ve çok değişkenli normallik varsayımı gerektirmeyen DWLS parametre tahmin yönteminin (Li, 2016; Mindrila, 2010; Rhemtulla, 2012; Savalei, 2014; Tarka, 2017; Verhulst ve Neale, 2021) dirençli (robust) standart hataları ve ölçeklendirilmiş (scaled) test istatistiklerini hesaplama yöntemleriyle olan kombinasyona dayalı dirençli (robust) standart hatalara sahip WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted)

parametre tahmin yöntemi (DiStefano ve Morgan, 2014; Kline, 2023; Tarka, 2017) aracılığıyla DFA ve YEM analizleri yürütülmüştür.

YEM çalışmalarında genel bir kural olarak 150'nin altındaki veriler için DFA ve YEM analizi yapılması çok uygun görülmemektedir (Gürbüz, 2019, s. 30). Ayrıca 200'ün altındaki örneklem büyüklüğünden kaçınılması gerektiği (DiStefano ve Morgan, 2014, s. 427; Forero vd., 2009, s. 638; Martinez-Lopez vd., 2013, s. 128) ifade edilmektedir. Bu anlamda Kline (2023), model tahminindeki olası yanlışlıkları azaltmak için 200 katılımcının üzerine çıkılmasını önermektedir. Moshagen ve Musch (2014, s. 69), özellikle robust WLS parametre tahmin yöntemlerinden biri kullanıldığında $N \geq 300$ örneklem büyüklüğünün düzgün yakınsama, faktör yüklerinin, kovaryansların ve standart hataların doğru bir şekilde elde edilmesi için yeterli olduğunu belirtmektedir. Rhemtulla (2012, s. 361) ise, 350 katılımcı ile 600 katılımcı arasında benzer sonuçların elde edilebileceğini ifade etmektedir. Bu bilgiler ışığında, bu çalışmada yürütülen DFA ve YEM analizleri için 568 katılımcı sayısının yeterli olabileceği değerlendirilmektedir.

Yapısal eşitlik modellerini tahmin ederken, hangi parametre tahmin yönteminin seçileceği kritik bir karardır. Uyum fonksiyonunun, model parametreleri, standart hatalar ve uyum indekslerini üretme görevini üstlendiği göz önüne alındığında, tahmin yöntemi seçimi üzerinde dikkatle durulması gerekmektedir (DiStefano ve Morgan, 2014, s. 425). Varsayımlar göz önünde bulundurulmadan, varsayılan parametre tahmin yöntemi olarak maksimum olabilirlik (ML) yönteminin seçilmesi, yanlış sonuçlara ve hatalı kararlar alınmasına neden olabilir (Baghdarnia vd., 2014, s. 22; Moshagen ve Musch, 2014, s. 60). Sosyal bilimlerde kullanılan ölçme araçları genellikle Likert tipi ölçeklerden oluştuğu için, birçok durumda veriler çok değişkenli normal dağılım göstermemektedir (DiStefano ve Morgan, 2014, s. 425; Lubke ve Muthén, 2004, s. 514-515). Bu durum, bazı parametre tahmin yöntemlerinin varsayımlarını ihlal edebildiğinden, model parametreleri tahmin edilirken dikkate alınması gereken önemli bir noktadır. Aksi takdirde, model uyum göstergeleri yanlış olabileceğinden, Tip I ve Tip II hata olasılıklarının artarak hipotezler yoluyla test edilen teori hakkında yanlış kararlara ulaşılmasına sebep olabilir (Mindrila, 2010, s. 60).

Bilgisayar simülasyon çalışmalarından elde edilen sonuçlar, genellikle Likert tipi maddelerin gösterge olarak kullanıldığı ölçüm modellerinde sürekli değişkenler için parametre tahmin yöntemlerinin kullanılmasının potansiyel sorunlar doğurabileceğini göstermektedir. Kline (2023), özellikle değişkenlerin 2 ile 4 arası kategoriye sahip olduğu ya da ≥ 5 kategoriye sahip

olup yanıt dağılımlarının çarpık olduğu durumlarda, DFA ve YEM analizlerinde sürekli verilere yönelik parametre tahmin yöntemlerinden kaçınılması gerektiğini tartışmaktadır. Böyle durumlar için seçeneklerden biri, gözlenen değişkenler için normal dağılım varsayımını gerektirmeyen tam ağırlıklı en küçük kareler (fully weighted least squares / WLS) yöntemidir. Ancak bu yöntem, ağırlık matrisinin boyutunun çok büyük olabilmesi, büyük örneklem gereksinimi ve model boyutu küçük olmadıkça kötü performans göstermesi (Baghdarnia vd., 2014, s. 24; Forero vd., 2009, s. 627) gibi zorluklar yaratabilmektedir. Daha az hesaplama karmaşıklığı ve büyük örneklem gereksinimini azaltmayı amaçlayan diyagonal ağırlıklı en küçük kareler (diagonally weighted least squares / DWLS) tahmin yöntemi ise bu sorunlara bir çözüm olarak öne çıkmaktadır. Fakat DWLS tahmin yönteminde ağırlık matrisindeki köşegen dışı elemanların sıfıra eşit olacak şekilde kısıtlanması, ağırlık matrisinin yalnızca köşegen elemanlarının kullanılması, sonucunda model test istatistikleri ve standart hataların yanlış hale gelmesine yol açabilmektedir. Bu durumda, DWLS yöntemini dirençli (robust) standart hatalar ve ölçeklendirilmiş test istatistikleri hesaplama (robust standard errors and scaled test statistics) yöntemleriyle birleştiren robust DWLS yöntemleri önemli bir alternatif olarak kullanılabilir (Kline, 2023; Mindrila, 2010). Bu yöntemler, “yeniden ölçeklendirme” düzeltmeleri uygulayarak ya da geleneksel tahmin prosedürlerinin eksikliklerini gidermek için alternatif hesaplama yöntemleri kullanarak sorunların üstesinden gelmektedir. Son yıllarda, dirençli (robust) tahmin yöntemleri YEM literatüründe büyük ilgi görmektedir (DiStefano ve Morgan, 2014, s. 426).

WLS formülüne uygulanabilecek sağlam (robust) yöntemler arasında WLS-ortalama düzeltmeli tahmin yöntemi (WLSM), WLS-ortalama ve varyans düzeltmeli tahmin yöntemi (WLSMV) ve diyagonal WLS (DWLS) yer almaktadır. Kullanılan yazılım programından bağımsız şekilde bu yöntemler, DWLS tahmin yöntemleri olarak isimlendirilebilir. İki düzeltilmiş χ^2 değerine dayalı uyum endeksleri farklı olsa da WLSM ve WLSMV'den elde edilen dirençli (robust) standart hatalar ve parametre tahminleri eşittir (DiStefano & Morgan, 2014, s. 426). 7'li Likert ölçeği kullanılan durumlarda bile normallik varsayımına dayalı tahmin yöntemleri (ML ve düzeltilmiş alternatif önermeleri MLM ve MLMV gibi) uygun görünse bile WLSM ve WLSMV tahmin yöntemlerinin YEM modellemesinde daha iyi performans gösterdiği ve daha doğru test istatistikleri, parametre tahminleri ve standart hatalar verdiği (Tarka, 2017) ifade edilmiştir. Kline (2023) WLSMV yönteminin, yansız örneklem üzerinde WLSM'den biraz daha doğru olabileceğini, ancak bu farkın çok çarpıcı olmadığını

tartışmaktadır. DiStefano ve Morgan (2014, s. 436) ise, WLSM yönteminin bazı durumlarda WLSMV yönteminden daha iyi uyum gösterdiğini ve bunun arka planında Satorra-Bentler χ^2 değerinin kullanılmasına değinmiştir. Bu nedenle, Satorra-Bentler robust χ^2 değerine yapılan yeniden ölçeklendirme düzeltmesinin, uyum indeksleri üzerinde tek başına robust tahmine bağlı düzeltmeden daha olumlu bir etki yaratabileceği vurgulanmıştır. Tüm bu nedenlerle, bu araştırmada yansız örneklemin kullanılmadığı göz önünde bulundurularak, dirençli (robust) WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yöntemi daha uygun bir seçenek olarak kabul edilmiştir.

DWLS ile ağırlıklandırılmamış en küçük kareler (ULS) tahmin yöntemlerini karşılaştıran bir çalışmada, Forero ve meslektaşları (2009), her iki tahmin yönteminin de yeterli parametre tahminleri, standart hatalar ve parametre kapsamı sağladığını, ancak ULS tahmin yöntemi yakınsadığında daha doğru parametre tahminleri ve standart hatalar verdiğini belirtmiştir. Bu nedenle, bu araştırmada duyarlılık yaklaşımı kapsamında dirençli (robust) WLSM tahmin yöntemi sonuçları raporlanmış ve tüm DFA ve YEM analizleri ULS tahmin yöntemi ile de tekrarlanmıştır. Sonuçlar oldukça benzerlik gösterdiği için, bu bulgular çalışmanın eklerinin yer aldığı bulut bağlantısında sunulmuştur.

YEM uygulamalarındaki bir diğer önemli adım, önerilen modelin verilere uyup uymadığının incelenebilmesi için uyum iyiliğinin değerlendirilmesidir (Hooper vd., 2008, s. 53; Shi vd., 2019, s. 310). DFA ölçüm modellerinin ve yapısal modellerin verilere iyi uyum sağlayıp sağlamadığının incelenmesinde çeşitli uyum iyiliği indeksleri kullanılabilir. Araştırma kapsamında, alanyazında kabul gören, χ^2 uyum istatistiği, Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI), Tucker-Lewis İndeksi (TLI), Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA), Standartlaştırılmış Artıkların Ortalama Karekökü (SRMR) uyum iyiliği indekslerinden (Brown, 2015; Hooper vd., 2008; Hu ve Bentler, 1999; Kline, 2023) yararlanılmıştır. χ^2 istatistiği örneklem büyüklüğüne duyarlı olduğu için serbestlik derecesi üzerinden hesaplanan ki-kare oranından da (χ^2 / sd) faydalanılmıştır. Ayrıca örneklem büyüklüğü ve model karmaşıklığından en az etkilenen indeksler olan CFI, TLI, RMSEA, SRMR, (Hooper vd., 2008, s. 55) kullanılmıştır. RMSEA'nın, elde edilen değere ilişkin bir güven aralığı hesaplamaya olanak tanınması önemli bir avantaj sunmaktadır (Hooper vd., 2008, s. 54). Çalışmada, özellikle son yıllarda üzerinde fikir birliğine varılan bu uyum indeksleri, $\chi^2 / sd \leq 3$ Çok İyi ve $3 < \chi^2 / sd < 5$ İyi, $CFI \geq .95$, $TLI \geq .95$, $RMSEA \leq .06$ ve $SRMR \leq .08$ eşik değerleri (Dimitrov, 2010; Hooper vd., 2008; Kline, 2023; Tabachnick ve Fidell, 2013) baz

alınmıştır. Ayrıca, bir Monte Carlo analizinden elde edilen sonuçlar bu uyum iyiliği indekslerinin ve eşik değerlerin kullanımını desteklemekle birlikte (Dimitrov, 2010, s. 123); bu genel (global) uyum iyiliği indekslerine ek olarak, yerel (local) uyumu değerlendiren artıklara (residual) ilişkin maddeler arası korelasyon değerlerinden (mutlak korelasyon artıklarından) ($< .10$) ve parametre tahminlerine yönelik standart hata değerlerinden ($< .10$) (Kline, 2023) de faydalanılmıştır.

DFA ölçüm modelinin değerlendirilmesinde göz önünde bulundurulması gereken bir diğer önemli nokta, modelin birleşim ve ayrışım geçerliği ile yapı güvenirliğidir. Birleşim geçerliği, aynı faktör altında bulunan maddelerin birbirleriyle ve dahil oldukları faktörle ilişki göstermesini ifade eder (Gürbüz, 2021, s. 78). Bu aşama ile teorik olarak ilişkili olması gereken yapıların ölçümlerinin ilişkili olup olmadığı test edilmektedir. Birleşim geçerliği için standartlaştırılmış faktör yükleri (β katsayıları) ve CR (Composite Reliability / Birleşik Güvenirlik Katsayısı) değerlerine ek olarak, Ortalama Açıklanan Varyans (AVE / Average Variance Extracted) değerlerinden yararlanılmıştır. Tüm standartlaştırılmış faktör yükleri $\geq .50$, CR değeri $\geq .70$ ve AVE değeri de $\geq .50$ ise birleşim geçerliği söz konusudur (Fornell ve Larcker, 1981, s. 46), denilebilir. Faktörlerin birleşim geçerliliğini sağlaması için $CR > AVE$ şartının sağlanması da ele alınan diğer koşuldur (Gürbüz, 2021, s. 78).

Ayrışım geçerliliği ise, maddelerin ait oldukları faktör dışındaki faktörlerle ilişkilerinin, kendi bulundukları faktörle olan ilişkilerinden daha zayıf olması durumunu ifade eder. Bu geçerliliğin değerlendirilmesinde; AVE, MSV (Maximum Squared Variance / Maksimum Paylaşılan Varyansın Karesi) ve ASV (Average Shared Square Variance / Paylaşılan Varyansın Karesinin Ortalaması) değerleri (Gürbüz, 2021), ayrıca korelasyonlara yönelik heterotrait-monotrait (HTMT) oranı değerleri (Henseler vd., 2015) ve gizil faktörler arasındaki kovaryans değerleri (Kline, 2023) kullanılmaktadır. Ayrışım geçerliliği için $MSV < AVE$; $ASV < AVE$; $\sqrt{AVE} >$ faktörler arası korelasyon koşullarının gerçekleşmesi (Gürbüz, 2021), HTMT oranı değerlerinin benzer yapılarda $< .90$, farklı yapılarda $< .85$ olması (Henseler vd., 2015) ve gizil faktörler arasındaki kovaryans değerlerinin de $.90$ 'ı aşmaması (Kline, 2023) gerekmektedir.

Ölçek maddelerinin, ölçülen yapıyı tutarlı bir şekilde yansıtıp yansıtmadığını doğrulayabilmek, bir diğer ifadeyle iç tutarlılıklarını değerlendirebilmek için güvenirlik testleri gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda Cronbach's Alpha (α), McDonald's Omega (ω) ve

Bileşik Güvenirlik (CR) katsayıları hesaplanmış olup, bu katsayılar için eşik değer > 70 'dir (Fornell ve Larcker, 1981; Martinez-Lopez vd., 2013).

Model uyumunun test edilmesi geçerliğin yapısal yönüyle ilgili olmakta ve geçerliğin genellenebilirlik yönüne atıf yapmamaktadır (Dimitrov, 2010, s. 124). Önerilen ölçeğin, evrendeki çeşitli gruplar arasında yapıyı tutarlı bir şekilde ölçüp ölçmediğini doğrulamak için ölçüm değişmezliğini belirlemek de kritik öneme sahiptir. Bir yapı üzerinde grupları karşılaştırmadan önce, o yapının her bir grup için aynı anlama gelip gelmediğini değerlendirmek gereklidir. Bu nedenle, farklı grupların ortalama ölçek puanlarını karşılaştırmak için, ölçeğin gruplar arasında ölçüm değişmezliğini sağlaması şarttır. Bu bağlamda, ele alınan olguyu etkileme olasılığına sahip olan ve veri toplama aracında sürekli veri olarak toplanan yaş değişkeni ve çocuk sayısı değişkeni, 7 kategori üzerinden verisi toplanan gelir değişkeni ve 4 kategori üzerinden verisi toplanan büyüdüğü yer değişkeni, betimsel dağılımlarının kırılımı dikkate alınarak, tümü iki kategoriden oluşan grup değişkenlerine dönüştürülmüştür. Sonrasında, her biri iki kategoriden oluşan; “yaş (18-35 – $\geq$ 36), gelir ($\leq$ 24.999 TL – $\geq$ 25.000 TL), çocuk sayısı (Tek – $\geq$ 2), büyüdüğü yer (Büyükşehir – Diğer)” değişkenleri ile ardışık çoklu grup DFA analizleri gerçekleştirilmiştir.

Ölçüm değişmezliği; yapısal ya da biçimsel değişmezlik (configural invariance), zayıf ya da metrik değişmezlik, güçlü ya da skalar değişmezlik (scalar-strong invariance) ve katı değişmezlik (residual strict invariance) olarak dört aşamalı bir hipotez test etme süreci ile değerlendirilmiştir (Dimitrov, 2010, s. 124-125; Gürbüz, 2019, s. 161-163). Yapısal değişmezliği test etmek için, önce her bir grup açısından ayrı ayrı tahmin edilen bir temel modelinin oluşturulması gerekmektedir. Bunun için ölçme modelindeki parametreler eşitlenmeden çoklu grup DFA gerçekleştirilir. Eğer bu DFA sonucunda uyum iyiliği indeksleri kabul edilebilir sınırlar içindeyse, yapısal değişmezlik sağlanmış kabul edilir. Zayıf değişmezliği test etmede, her iki gruptaki maddelerin faktör yükleri eşitlenerek analiz yapılarak, yapısal model ile zayıf model χ^2 , CFI, RMESA ve SRMR farklılık testleri ile karşılaştırılır. Güçlü değişmezliği test etmede, çoklu grup analizi ile gruplar arasında maddelerin sabitleri (intercepts) de birbirine eşitlenerek, zayıf model ile güçlü değişmezlik modeli χ^2 , CFI, RMESA ve SRMR farklılık testleri ile karşılaştırılır. Katı değişmezliğin testinde ise, çoklu grup analizi sonucunda maddelerin hata varyansları da birbirine eşitlenir ve güçlü değişmezlik ile katı değişmezlik modeli benzer şekilde χ^2 , CFI, RMESA ve SRMR

farklılık testleri ile karşılaştırılarak değerlendirilir (Dimitrov, 2010, s. 124-125; Gürbüz, 2019, s. 164-165).

Her bir değişmezlik türünün doğrulanabilmesinde modeller arasında bir önceki model ile mevcut modele ilişkin χ^2 farklılık testinin anlamlı olmaması ($p < .05$) gerekmektedir. Ancak bu test örneklem büyüklüğüne oldukça duyarlı olması nedeniyle, alanyazında önerilen CFI, RMSEA ve SRMR uyum indeksleri (Cheung ve Rensvold, 2002) bu testle beraber kullanılmıştır. χ^2 farklılık testi gibi test edilen ve karşılaştırılan iki modelin uyum indeksleri arasındaki fark eğer benimsenen eşik değeri aşmıyorsa, daha kısıtlı bir modelin daha az kısıtlı bir modelden daha kötü olmadığı ve ilgili değişmezlik türünün kabul edilebileceği değerlendirilmektedir. Bu bağlamda alan yazında yaygın bir biçimde kullanılan eşik değerleri; $\Delta CFI \leq -.010$; $\Delta RMSEA \leq .015$; $\Delta SRMR \leq .030$ olarak ifade edilmektedir (Dimitrov, 2010; Sırgancı, 2022). Ancak bu çalışmada elde edilen sonuçların grup gözlem değerlerinin görece küçük ($n < 300$) olması ve eşit olmaması da göz önünde bulundurularak önerilen $\Delta CFI \leq -.005$; $\Delta RMSEA \leq .010$; $\Delta SRMR \leq .020$ eşik değerler dikkate alınmıştır.

YEM aracılık analiz sürecinde ise, Baron ve Kenny'nin nedensellik yaklaşımı yerine, son dönemlerde tercih edilen çağdaş yaklaşım (Gürbüz, 2019, s. 108) kullanılmıştır. Ayrıca, önerilen yapısal modelin tahmindeki doğruluğu yani tahmin (yordama) yeteneğini değerlendirmek için R^2 belirleyicilik katsayısı kullanılmıştır. 0 ile 1 arasında bir değer alan R^2 değeri, ne kadar yüksekse modelin tahmininin (yordayıcılığının) de o ölçüde daha doğru olduğunu yansıtmaktadır. Sosyal bilimlerde genel kabul gören bir kural olarak; içsel gizil değişkenler için R^2 değerleri 0.67, 0.33 ve 0.19 sırasıyla güçlü, orta ve zayıf tahmin kabiliyeti olarak değerlendirilmektedir (Henseler vd., 2015; Nguyen-Phuoc vd., 2022).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE TARTIŞMA

Çalışmanın bu bölümünde, gerçekleştirilen analizler sonucu elde edilen nitel ve nicel bulgular, bulgulara ilişkin yorumlamalar ve alan yazın ile ilişkilerinin değerlendirilmesine yer verilmiştir. Bu süreçler öncelikle nitel analiz sonucunda elde edilen ritüel deneyimlerinin ve ritüel alışveriş deneyimlerinin her bir kategorisi için işletilmiş ve temalar arası örüntüler alt başlıklar şeklinde sunulmuştur. Nicel araştırma aşaması ise, nitel bulgular üzerine inşa edilen kuramı test etmek için geliştirilen nicel ölçme aracı ve bununla toplanan veriler üzerinden değişkenler arası ilişkilerin test edilmesini içermektedir. Nicel araştırma kapsamında toplanan verinin istatistiki yöntemler ile analizinden elde edilen sonuçlar ve önceki araştırmalardan elde edilen bulgular ile karşılaştırılarak değerlendirilmesi ilerleyen başlıklarda sunulmuştur.

4.1. Nitel Araştırma Bulguları

Nitel veriden elde edilen bulgular, çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde annelerin yaşadıkları deneyimlerin, “ritüel deneyimleri” ve “ritüel alışveriş deneyimleri” olmak üzere iki temel kategori etrafında toplandığını göstermektedir. Bu bölümde, yaşanan bu deneyimlerin ayrıntılarına sırasıyla değinilmesinin ardından temalar arası örüntüler ile ilgili bulgulara ve ortaya çıkan kurama yer verilmiştir.

4.1.1. Ritüel Deneyimleri

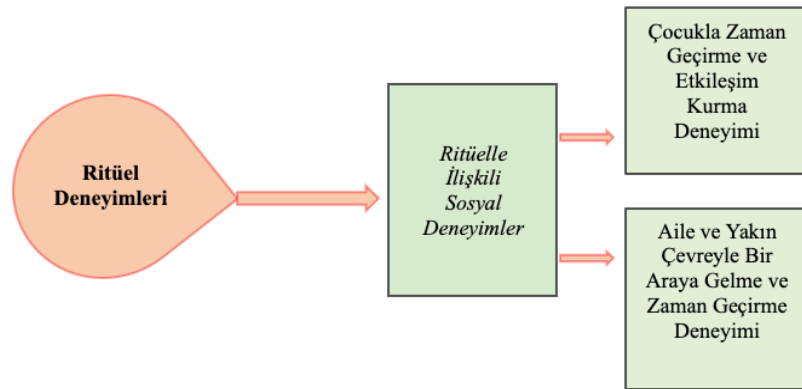
Nitel araştırma bulguları ritüel deneyimleri açısından; “sosyal deneyimler, sembolik deneyimler, fantezi deneyimleri, nostalji deneyimleri, öğrenme deneyimleri, eğlence deneyimleri, estetik deneyimleri, manevi deneyimler ve kaçış deneyimleri” temalarının ortaya çıktığına işaret etmektedir.

Bireylerin davranışları öznel, duygusal ve sembolik yönlerle çevrelenen eylemler olarak görüldüğünden, yaşam içinde fanteziler, duygular ve eğlenceler ile çevrelenen deneyimler yaşanacağı belirtilmiştir. Bu anlamda eylemlerini deneyimle çevreleyen tüketiciler için, deneyim sürecinin çeşitli türden duygusal tanımlanabilir ve yorumlanabilir sonuçları olduğu (Holbrook ve Hirschman, 1982, s. 137) ve bu sonuçların genellikle tüketim deneyimine dahil olan kişilerin niyetleriyle (amaçlar, güdüler veya arzular) bağlantılı olduğu (Arnould vd., 1999; Kozinets, 2002; Tumbat ve Belk, 2011) ortaya konulmuştur (Lainer vd., 2015, s. 5). Deneyimlerle fantezilerin, duyguların ve eğlencenin peşinde koşma eğiliminde olan bireyler (Holbrook ve Hirschman, 1982, s. 132), bu yolla sonsuz isteklerini elde etmeye doğru bir yolculuk halinde olmaktadır. Dolayısıyla deneyim tüketim, duygular ve eylemlerden oluşan birey davranışını kapsamaktadır (CampBell, 1997, s. 167). Bireylerin tüketim deneyimlerini değerlendirme biçimine yönelik yaklaşımın, fenomenolojik felsefi bir boyutu vardır (Holbrook, 1999, s. 9; Helkkula vd., 2012, s. 59). Woodruff Smith (2007), deneyime konu olan olguların bireyin deneyimlerinde ortaya çıktıkları şekliyle; algı, hayal gücü, düşünce, duygu, arzu, irade ve eylem gibi farklı deneyim türleriyle incelenmesi gerektiğine değinmiştir. Dolayısıyla deneyim sürecinde tüketilen somut ya da soyut unsurlar, deneyim üreten bir mekanizmaya sahiptir (Frow ve Payne 2007, s. 91; Holbrook ve Hirschman 1982, s. 137; Holbrook, 1999, s. 9; Woodruff ve Gardial, 1996, s. 55). Aynı zamanda deneyimdeki değerin öznel bir olgu olmasından dolayı (Holbrook ve Hirschman 1982; Goulding, 2001) bireylerin tatmin edici deneyimler yaşama isteği söz konusudur (Morris, 1941: 136). Bu anlamda bireylerde daha yüksek düzeyde mutluluk ve memnuniyet gibi olumlu duyguları besleyen deneyimler (Carter ve Gilovich, 2010; Howell ve Hill, 2009; van Boven ve Gilovich, 2003) sosyal yaşam içinde tüketim faaliyetlerini şekillendirdiği için de önem taşımaktadır (Chevtchouk vd., 2021, s. 1288). Alan yazında etkinliklerde yoğun ve sıra dışı deneyimler yaşanabileceği, bu deneyimlerin etkileşimli bir ortamda kişinin çevresiyle paylaşılabilmesi ve günlük yaşamın ötesinde bir deneyim fırsatı sunacağı ifade edilmiştir (Morgan, 2008, s. 81). Dolayısıyla bu deneyimlerin incelenmesi, kişilerin iç dünyalarına açılan önemli bir pencere niteliği taşımaktadır.

Şekil 4, ritüel deneyimlerinin oluştuğu alt deneyim kategorilerini temsil ederken; yaşanan deneyimlerin ayrıntıları ile ilgili öne çıkan kavramlar ise, özet olarak ChatGPT yapay zekâ aracı vasıtasıyla bir kelime bulutuna yansıtılmıştır. Ritüel deneyimlerinin yaşanmasında öne çıkan kavramlar ile ilgili kelime bulutu ise, Şekil 5'ten izlenebilir (OpenAI, 2024).

tanıyan ritüel etkinlikler açısından sosyal deneyimlerin ortaya konması önem taşımaktadır. Alan yazında bireylerin yaşadığı sosyal etkileşimlerin, birtakım sosyal olaylar (Forgas, 1976) ve yüz yüze etkileşimlere çerçevesinde (Nascimento-Schulze, 1981) çeşitli sosyal ortamlarda (Moos, 1973; Price ve Blashfield, 1975) yaşandığına değinilmiştir. Sosyal etkileşimlerin kapsamı, insanlar için hangi şekillerde ya da hangi alanlarda gerçekleştiğine göre şekillenmektedir. Araştırma kapsamında çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinin, bireylerin bir araya gelerek sosyal ilişkiler ve etkileşimler kurmasına olanak tanıdığı düşünüldüğünde, bu süreçte doğal bir biçimde ortaya çıkan ve yaşanan sosyal deneyimlerin önemli bir yeri olduğu görülmektedir. Katılımcılar açısından ritüelle ilişkili sosyal deneyimlerinin yaşanmasında ritüel etkinliklerin, çocukla ve misafirlerle gerçekleştirilmesi ve bu yolla kurulan sosyal etkileşimler öne çıkmaktadır. Bu kapsamda katılımcıların tamamı (17 katılımcı), ritüelle ilişkili sosyal deneyimlere çeşitli boyutlarda göndermelerde bulunmuştur. Bu kapsamda ritüelle ilişkili sosyal deneyimler açısından, “çocukla zaman geçirme ve etkileşim kurma deneyimi” ve “aile ve yakın çevreyle bir araya gelme ve zaman geçirme deneyimi” olmak üzere iki kategori ortaya çıkmıştır. Genel olarak katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadıkları sosyal deneyimlerin özünü; “ritüelin anne ile çocuk arasındaki bağı kuvvetlendirmesi ve sosyal ilişkiyi geliştirmesi” ve “ritüel etkinliklerde aile, akraba ve arkadaşlarla sosyal ilişki kurma” bağlamları oluşturmaktadır.

Şekil 6, ritüelle ilişkili sosyal deneyimlerin ayrıntıları açısından özet bir görsel sunmaktadır.



Şekil 6. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler

4.1.1.1.1. Çocukla Zaman Geçirme ve Etkileşim Kurma Deneyimleri

Katılımcıların bir kısmı (7 katılımcı), ritüellerle ilişkili sosyal deneyimleri altında “çocukla zaman geçirme ve etkileşim kurma deneyimlerine” çeşitli boyutlarda vurgu yapmışlardır. Bulgular, ritüeller kutlamalara ve ilgili özel zamanlara bağlı olarak yaşanan bu deneyimin, “ritüelin anne ile çocuk arasındaki bağı kuvvetlendirmesi ve sosyal ilişkiyi geliştirmesi” açısından öne çıktığını göstermektedir. Alan yazında da Jennings ve Brace-Govan (2014), ritüel kutlamaların anne ile çocuk arasındaki iletişimi ve etkileşimi besleyerek, aralarında sosyal ilişki ve etkileşim kurulmasına zemin hazırladığına değinmiştir.

Katılımcılardan Sultan, kırk uçurma ritüeli ile ilgili olarak geçen kırk günlük sürenin anne ve çocuk arasındaki bağ açısından anlam ifade ettiğine değinerek, bu anlamda bu ritüelin çocuğuyla arasındaki etkileşimi geliştirdiğine şu cümlelerle işaret etmektedir:

“... Çocuğun kırkı gittikten sonra seni görmeye başlar gözünün önünde olursun diye bi cümle kurmuşlardı o hiç aklımdan gitmez. Bu benim için o yüzden çok önemli. Çocuğum beni o saatten sonra görmeye başladığı için benim için kıymetli. Ha bi de zaten annenin de kırk günlük bi bekleme süresi olduğu için lohusalık dönemi diyoruz. O anlamda da ikimizin beraber, anne ve çocuğa ilişkin ortak özel bi süre olduğunu düşündüm kırk günlük süreyi ve o süreyi doldurmamızı... Yani çocuğunda beraber bi arınma sürecinde giriyosun aynı gün. Bu yüzden de önemli ve özel.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Esen ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasının hazırlık sürecini çocuğuyla beraber geçirmesinden dolayı, aralarındaki etkileşim ve iletişimin beslendiğine işaret ederek bu anlamda “çocukla zaman geçirme ve etkileşim kurma deneyimine” göndermelerde bulunmuştur:

“Doğum günü kutlaması; çünkü hem güzeldi yani o hazırlık süreci güzeldi. Oğlumla da eğlenceli paylaşımlarımız oldu pastayı yaparken o da dahil oldu. Pastayı hazırlarken şeker hamuruyla kaplarken, pastayı yaptım, içini hazırlamıştım. Üstünün şeker hamurunu ben hazırlarken o zaman oğlum pat diye gelip bi pastayı bi bozmuştu eliyle mıcıklamıştı. Onu hatırlıyorum yani o yüzden (Gülüyor). Bir özel kalmıştı yani benim için. Onun için olmuştu o o zaman. Ahmet Salih de dahil oldu gerçekten yani.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Zeynep, Duygu ve Hande, çocuklarının kırklarının çıkmasından sonra beraber gezmeye gittiklerinden bahsederek, kırk günlük dönemden sonra artık anne ile çocuk arasında sosyal bir ilişkinin kurulduğuna değinmişlerdir. Bu anlamda Zeynep bu deneyimle ilgili olarak düşüncelerini paylaştığı fotoğrafla da desteklemiştir. Katılımcının bu deneyime ilişkin fotoğrafı ve düşünceleri aşağıdaki gibi izlenebilmektedir:



Zeynep 1. Sırada

“Eee, çocuk yıkandı, aklandı, paklandı, temizlendi işte gezmelere gideceğiz artık. Benim de bi evladım oldu, onunla güzel şeyler yaşayacağız bana arkadaş geldi. Eee, birlikte gezicez, gibi şeyler hissediy o insan; çünkü öncesinde hani daha dışarı çıkılmıyo bebek doğdu diye. Ondan sonra şimdi de artık birlikte gezicez o artık benim yol arkadaşım oldu gibi güzel şeyler düşünüldü o zaman.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Araştırma bulguları açısından ritüel deneyimlerinin kutlama pratikleriyle çevrelenmiş olması ve özellikle ritüel kutlamaların sürpriz boyutunun olduğu düşünüldüğünde, bu süreçte araştırma katılımcılarından 2 tanesi sürpriz kutlamaların ve hediyelerin anne ve çocuk arasındaki sosyal ilişki açısından önemli bir yere sahip olduğunu ifade etmiştir.

Aysel için ritüellerle ilgili kutlamaların sürpriz boyutunun hem anne hem çocuk için taşıdığı anlama şu sözlerle işaret etmiştir:

“...Çocuk için de anne için de farklı hazırlıklar, farklı heyecanlar, sürpriz hediyeler hazırlama. Ben mesela, eee, kızıma doğum gününde eriği çok sevdiği için geçen doğum gününde o zaman yeni çıkmaya başlamıştı çok pahalı olmasına rağmen erik almıştım. Ekstra hediye aldım bi tane de sürpriz hediye olmuştu, her sene böyle sürpriz hediyelerim de olur. Eee, bi kere ne almıştım ya eriğe çok sevinmişti hala söylüyö mesela değişik bi hediye mesela doğum gününde erik hediye alınır mı, anne değişikse alır.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi).

Duygu ise, çocuğunun özel zamanlarında ona yaptığı sürprizlerin aralarındaki etkileşimi beslediğini dile getirmiştir:

“... Ara ara ona küçük sürprizler yaparım hatta, yani onun mutlu olduğunu görmek var ya (mutlulukla gülümsüyor) hani böyle gülen gözlerle bakıp sıcak bi şekilde anne deyip boynuma sarılması, işte benim için gerçek mutluluk bu...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

4.1.1.1.2. Aile ve Yakın Çevre ile Bir Araya Gelme ve Zaman Geçirme Deneyimleri

Ritüelle ilişkili sosyal deneyimlerin yaşanmasında öne çıkan bir diğer deneyim türü, “aile ve yakın çevre ile bir araya gelme ve zaman geçirme deneyimleri” olarak tespit edilmektedir. Katılımcıların tamamı (17 katılımcı), yaşadıkları bu deneyim açısından çeşitli göndermelerde bulunmuşlardır. Yaşanan bu deneyimin özünü “ritüel kutlamalarda aileyle / akrabalarla / arkadaşlarla sosyal ilişki kurmanın” oluşturduğu ve ritüel kutlamaların annenin sosyalleşmesine katkı sağladığı da söylenebilir. Alan yazında deneyimleri tüketen bireylerin, bu süreçlerdeki maddi unsurlarla bile sosyal ilişkileri yansıttıkları (Featherstone, 2007; Leiss, 1978; Rochberg-Halton, 1986) ifade edilmektedir. Bu kapsamda Nordvall ve meslektaşları (2014), bireylerin ritüel kutlamalardan sosyal fayda beklentisi olduğuna değinirken; Schoonmaker (2006), ritüel kutlamaların aile ikliminde bir arada olma anlamı taşıması ve bu anlamda aile ilişkilerini geliştirdiğine; Sarıtaş (2011) ise, ritüel etkinliklerin aile ve akrabalarla bir araya gelme fırsatı sunduğuna değinmiştir. Dolayısıyla araştırma kapsamında sosyal ilişki ya da etkileşim deneyimlerinin önemli bir yeri olduğu ifade edilebilmektedir.

Katılımcılardan Melahat, çocukları için “kırk mevlidi, doğum kurbanı, diş hediği ve doğum günü” etkinliklerini gerçekleştirdiğini dile getirirken, bu etkinliklerde misafirlerle vakit geçirmenin keyifli olduğuna şu ifadelerle değinmiştir:

“...Çocuklar doğduktan birkaç ay sonra kayıvaldem demişti ki eğer görürsem çocukları doğurduğunu onlara kurban kesicem demişti. Kayıvaldem avlusunda kurban kestik çocuklara diye. Onda da annemler bi de kayıvaldemler avlulu evde beraber olduk, çocuklar adına kurban kesildi. Koyunun üstüne bindirdik çocukları, resimler çekindik, o da bir kutlama gibi oldu bizim için. Ondan sonra buçuk kınası yaptım yani diş hediği. Dişleri çıktığı zaman hedik döktüm, yaş pasta aldım. Burda ne istersen onu yaparsın yani adetlerimiz öyle. Eeee, hedikte de biraz çalgı çaldık. Oyunlar oynadık, işte eeee, biraz yaş pastayı çocuklarla kestim üfledim, onları misafirlere dağıttım. Hııı, ondan sonra, hedikten sonra da 1 yaş doğum günlerinde gündüz eşimle böyle otlu bir yere gittik, güzel çiçekli otlu tarlalalara gittik, çocuklarla resim çekindik, onlarla biraz oynadık. Yeni yeni yürüyoları doğum günlerinde. Konuşma da birazcık vardı. Dişleri de vardı. Yani aslında hepsinin bir kutlaması gibi oldu. Eeee, yani nası diyim aslında hep beraber bir arada olmak keyifli vakit geçirmek demek aslında böyle günler öyle yani.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda Melahat, çocuğunun kırkı çıktıktan sonra aile ve akrabalarıyla bir araya gelerek zaman geçirdiklerini ve bu yolla çocuğu ile misafirler arasında da bir sosyal ilişki kurulduğuna şu sözleriyle işaret etmiştir:

“Sonra 40 ı çıktığı zaman dışarda bir şeyde camide Mevlit okuttum. Camiden geldikten sonra üstlerini değiştirdim, evde de çocuklar böyle oyun oynadılar, öyle birkaç aileyi çağırdım, çocuğumu herkesle tanıştırma gibi. Hani 3 tane olunca bizim çıkmamız zor oluyo diyerekten akrabalarından yakın olanları çağırdım. Çocuklarımı gördüler...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Zeynep, doğum günü gibi kutlamaların aileyi bir araya getirme ve sosyalleştirme misyonundan bahsederek, bu tarz kutlamaların aile bağlarını kuvvetlendirdiğini dile getirmiş ve bir anlamda ritüelle ilişkili sosyal ilişki ya da etkileşim deneyimlerinin yaşanmasına aileyle ve akrabalarla bir araya gelerek zaman geçirme odağında yaklaşmıştır. Sultan ise, çocuğunun ilk yaş gününde arkadaşlarıyla, diş bulgurunda ise ailesi, akrabaları ve arkadaşlarıyla bir araya gelerek zaman geçirdiğini ve o güne ilişkin kutlamaları gerçekleştirdiğini ifade etmiştir.

Esmâ, çocukların özel zaman dilimlerinde yapılan kutlamalarda aile, akraba ya da arkadaş çevresi taraflarının hangisiyle bir araya gelineceğine yönelik seçimin, kutlamadan kutlamaya değişeceğine göndermeler yaparak eski zamanlar ile günümüz arasındaki bu ayrımı şu ifadelerle dile getirmiştir:

“Genelde doğum günü dışında, eeee, çevreyle yapılan diş buğdayı oluyo bi de çocuk görmeye gitme oluyo. Doğum gününde kimisi aile içinde yapıyo kimisi hiç yapmıyo. Ama bir çocuk görme olsun bi diş buğdayı olsun genelde arkadaş çevresiyle oluyo. Kırk çıkarma da zaten genelde aileyle yapılan bişey. Eş dost çağıran yani ben hiç görmedim. Yani eskiyle yeni arasında modernleşme farkı var. Dediğim gibi eskiden evde kutlama olursa olurdu. Eeee mesela şimdi kimse evini şey yapmak istemiyo, kirletmek mi diyim, ya da artık arkadaş çevreleri genişlediği için daha çok böyle akrabadan çok arkadaş çevresi de olduğu için dışarda kutlamalar daha mantıklı geliyo. Hani eskiden baktığın zaman anne baba teyze hala dayı onlarla kutlama olurdu. Ama şimdi mesela aileden çok diyosun ki ah şu arkadaşlarımızı çağıralım bunları da çağıralım. Bi modernleşme de evde çok olmuyo; ama dışarı hayatta daha etkin oluyo yani.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da Özeltürkay ve Bozyiğit (2017), ritüel kutlamaların hangi ölçekte ya da kimler ile gerçekleştirildiğinin, kişilerin sosyal ilişkilerine, düşünce tarzuna ya da maddi durumuna bağlı olarak değişebileceğine ve önceki zamanlarda evde, aile arasında ya da arkadaş gurubuyla yapılan kutlamaların günümüzde dışarıda organize edildiğine veya evdeki kutlamaların daha ayrıntılı planlandığına değinmiştir. Clarke, A. (2007) ise, daha ayrıntılı

tasarlanan ritüel kutlamaların bir tüketim mecrasına dönüştüğüne dikkat çekmiştir. Aynı zamanda alan yazında sosyal etkileşimler ve deneyimler ile bireylerin kendilerine dair çevresine ipucu verdiği (Bosco vd., 2004) ve bu anlamda yaşanacak sosyal etkileşimlerin bireylerin yaşamlarıyla ilintili olduğu (Festinger vd., 1950; Baumeister ve Leary, 1995; Tamir ve Hughes, 2018) ifade edilmiştir. Bu anlamda Esmâ'nın ifadeleri bu araştırmalarla benzerlik taşımakta ve sosyal etkileşim kurmak istediği çevresiyle ilgili yapacağı seçimlerin yaşamına ve kendisine dair ipuçları verdiği ifade edilebilmektedir.

Aynı zamanda çocuğunun ilk yaş gününü, özel bir mekânda ailesi, akrabaları ve arkadaş çevresiyle bir araya gelerek kutladığını belirten Esmâ, bu deneyime yönelik hislerini paylaştığı fotoğraf ile de desteklemiştir:



Esmâ – 5. Sırada

“Kızımızın 1. Yaş gününde sevdiklerimizle bu mutlu günü paylaştığımız ve beraber aynı karede olduğumuz o özel zamanı temsil ediyor benim için özel olması.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Hande, ritüel kutlamalarda sevdikleriyle bir araya gelmenin onun için anlam ifade ettiğine değinmiş ve özellikle ilk yaş günündeki etkileşimler ile ilgili olarak şu ifadelerde bulunmuştur:

“...Sevdiklerinle birlikte en sevdiğin şeyin varlığını kutluyosun, doğduğu günü kutluyosun. Misafirler falan herkes aynı ortak şeyi kutladığı için böyle bi daha fazla bi keyfi veriyö. Hani acı gibi mesela. Acımı da paylaşınca azalır. Mutluluk da böyle paylaşınca çoğalıyo. Biraz da ondan mı acaba kutlama gereği duyuyoruz. Böyle ailenle, eşinle, dostunla, arkadaşlarınla o günü kutlarken o paylaşımı, o şeyi hissetmişim mesela duygu olarak. Paylaşmanın getirdiği mutluluk. Hepiniz anı şeyi paylaşıyorsunuz...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Sosyal deneyimlerin yaşanmasında etkili olan sosyal etkileşimlerin, aynı zamanda kişiler arası sosyal ilişkilerin temel unsuru olduğundan (Hoppler vd., 2022) bahsedilmiştir. Bu yaklaşım, bir anlamda Hande'nin aile ve arkadaş çevresiyle etkileşim kurmasına olanak sağlayan çocuğunun ilk yaş günü etkinliğinin, sosyal ilişki kurulmasına zemin hazırladığı bulgusuyla benzerlik göstermektedir.

Hande aynı zamanda paylaştığı fotoğraflarla da ailesi, akrabaları ve arkadaş çevresiyle olan sosyal ilişki ve etkileşimlerini pekiştirerek bu deneyime işaret etmiştir. Katılımcının paylaştığı fotoğraflar ve ifadeleri aşağıdan izlenebilmektedir:



Hande - 1. Sırada Hande - 4. Sırada

Hande, eşi ve çocuğuyla beraber yer aldığı ilk yaş günü fotoğrafına (1. Sırada) yönelik yaptığı “çiçek” benzetmesi ile, aile bağlarının kuvvetine ve birliğine değinirken, arkadaşı ile geliştirdiği bağı yansıtmaları açısından paylaştığı fotoğrafın da (4. Sırada) özel olduğuna değinmiştir:

“Ben bu fotoğrafı bi çiçeğe benzetiyorum ya. Çiçek gibi yani, hepimiz bi çiçeğin parçaları gibiyiz, Alya eşim ve ben. Aynen çiçek sanki böyle. Hepimiz bi bütün olmuşuz. Hepimizde aynı mutluluk heyecan, Alyada bile o heyecanı görüyorum ben. Öyle yani.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

“Yani hem arkadaşımın bebeğimin özel bir anını paylaşmak hem kızımın ilk defa pastayla buluşması. İlkler ve arkadaşlıkların kıymetli olması açısından ve her güzel mutlu eğlenceli anı fotoğraflama isteğimizi de barındırıyor bu fotoğraf bence.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Alan yazında da ritüellerin, bireyler ve gruplar arasında sosyal bağlar oluşturduğu ve güçlendirdiği (Dietler, 2001; Driver, 1998; Fischler, 1988; Gainer, 1995; Hobson vd., 2018; Kapitány ve Nielsen, 2015; Kniazeva ve Venkatesh, 2007; Wen vd., 2016); ritüel etkinliklerin aile bağlarını tesis ettiği ve geliştirdiği (Kurt ve Özgen, 2013) ve bireyler arasındaki iletişimi ve etkileşimi geliştirdiği (Driver, 1998) yönünde çıkarımlar söz konusudur.

Meltem, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasında ailesi, akrabaları ve arkadaş çevresiyle bir arada o mutlu günü paylaşmış olmayı ve kurdukları sosyal ilişkiyi yansıttığını düşündüğü fotoğrafın, kendisi için aile kavramını ve bağlılığını temsil ettiğine işaret etmiştir. Katılımcının fotoğrafı ve ifadeleri aşağıdan izlenebilmektedir:



Meltem - 1. Sırada

“Bu fotoğrafı seçtim çünkü hep birlikteydik o gün, kalabalık ve mutlu bir fotoğraf karesinin olduğunu düşünüyorum. Benim için özel olmasının nedeni ise ailenin bir arada olma özelliğini resmetmesinden ve hem ailelerimiz hem arkadaşlarımız hem de çocukların da olması...” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Zehra ise, özel günleri evde ailece ya da arkadaşlarla kutlamanın yeterli olduğunu dile getirerek, aile içinde geleneksel değerlere bağlı olarak yapılan kutlamaların kendisi için daha

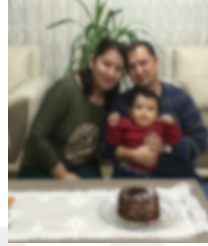
anlamli olduğunu ifade etmiş ve kutlamaların aile bağları açısından sağladığı etkileşimle ilgili olarak şunları eklemiştir:

“Geleneksel yapılan kutlamalar tabi ki daha güzel. Aile içerisindeki bağı kuvvetlendiriyor...Bu kutlamalar ailenin hepsini bir araya topladığı için tabi ki çok kıymetli...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Cennet ve Açelya, çocuklarının ilk yaş günü kutlamasında eşi ve çocuğuyla beraber olmanın ve aynı fotoğraf karesinde yer almanın anlamına değinmişlerdir. Katılımcıların paylaştıkları fotoğraflar ve yorumları aşağıdaki gibidir:



Cennet – 2. Sırada



Açelya - 1. Sırada

Bu anlamda Cennet paylaştığı fotoğrafın (2. Sırada) aile olmayı ve beraberliği temsil ettiğine değinirken; Açelya ise özel günde bir arada olmanın ve beraber zaman geçirmekten aldığı hazzı, fotoğrafa yönelik yaptığı “*meyvesi ocuk olan ağaç*” benzetmesi ile pekiştirmiştir:

“Bu fotoğrafı kökleri ailemiz olan ve meyvesi Ayas olan bir ağaca benzetiyorum. Çünkü hepimiz tek bir vücut olarak kenetlenmişiz. (Fotoğraf Verisi)”

Aysel, çocuğu için gerçekleştirdiği etkinliklerin arkadaş çevresiyle bir araya gelerek sosyalleşme imkânı sağladığını ifade etmiştir:

“...çok yalnız kalmamalı anneler. Kırkına kadar özellikle, 6 aylık olana kadar özellikle. Benim yazın doğan da kışın doğan da çocuğum oldu ama en zoru kışın doğan ocuk, ilk zamanlar dışarı da ıkamıyosun hem de kışın daha zor. Mesela gece uykusu olmayan bi bebek anne için çok zordur. Bu kadın gündüz de bebeğiyle ilgilenecek e bu kadın ne zaman dinlenecek. Evden de dışarı ıkmıyo, ortam da değişmiyo. O zaman dışardan gelen insan çok kıymetli oluyo o senin için. Sosyalleşme imknının oluyo bir araya geliyosun arkadaşlarınla güzel oluyo yani...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Anneliğe geçiş sürecindeki tüketim ritüellerini ele alan Afflerback ve meslektaşları (2014), ritüel ve tüketimin, topluluk duygusunu teşvik ederek bireylerin hayatlarındaki geçiş dönemlerinde rehberlik ettiğine değinmiştir. Bu yaklaşım, Aysel’in ritüel etkinlikte arkadaşlarıyla bir araya gelerek onlardan destek aldığını belirtmesi bulgusuyla benzerlik taşımaktadır.

Smbl de çocuğunun özellikle ilk yaş günü kutlamasını ailecek kutlamanın kendileri için ifade ettiği anlamı şu sözlerle belirtmiştir:

“1 yaşında da iki kere doğum günü kutlaması yaptık bi kendi ailemle bi eşimin ailesiyle, bütün kuzenleri yeğenleriyle beraber çocukluk fotoğrafı olsun diye yaptık...Ailem için ocuğumla olan kutlamalar çok önemli oluyo ilk torun olduğu için, benim kardeşlerim başka şehirlerde yaşadıkları halde ocuğumun doğum gününe geldiler mesela bizim için çok önemli bi andı. Kızımın ilk doğum gününde ailecek bir arada olmak...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazından da izleneceği gibi ritüellerin ve etkinliklerin bireylerin sosyalleşmesinde ve sosyal gruplardaki üyelerle bir araya gelme fırsatı sunduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda Altaş (2018), annelik sürecinde kadınların gerçekleştirdiği ritüel etkinlikleri ve bunlara yüklenen anlamları incelediği çalışmasında, kutlamaların aile bireyleriyle bir araya gelmeye olanak sağladığı ve sosyal dayanışmayı teşvik ettiğini belirtmiştir.

Defne, çocuğunun ilk yaş gününde eşinin ailesi ve akrabalarıyla bir arada olmanın kendisi açısından kıymetini dile getirirken, bu tür kutlamaların aile içi sosyal ilişkileri kuvvetlendirdiğini, memnuniyet duygusu ile dile getirmiştir. O gün ait paylaştığı fotoğrafla ilgili düşüncelerini aktararak bu deneyimi pekiştirmiştir. Katılımcının paylaştığı fotoğraf ve ifadeleri aşağıdan izlenebilmektedir:



Defne – 2. Sırada

“O günü de ikinci ailemle güzel bir şekilde geçirdiğim için...Bu bakımdan kızımın yaş gününü özellikle ailemle kutlayabildiğim için mutluyum. O yüzden bana ailenin değerini, ailenin kıymetini gösteriyor ve ailenin bir araya gelince neler yapabileceğini temsil ediyor bu fotoğraf.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Alan yazında da Nordvall vd., (2014), benzer şekilde etkinliklerde aile ile bir araya gelerek sosyalleşmenin birey açısından daha kıymetli olduğu ve bu yolla kurulan sosyal etkileşimlerin ve bir araya gelinen ortamda zaman geçirmenin kişinin memnuniyet düzeyini artırdığını ifade etmiştir.

Naz çocuğunun doğum mevlidi ve ilk yaş doğum günü gibi özel zaman dilimlerinde ailesiyle, akrabalarıyla ve arkadaşlarıyla bir araya gelerek gerçekleştirdikleri etkinliklerdeki hediyeleşmelerinin ailesiyle ve akrabalarıyla arasındaki sosyal ilişkiyi geliştirdiğine değinmiştir. Alan yazında da deneyim yaşama sürecinde bireylerin tükettikleri unsurların meta olmaktan çıkıp sosyal ilişkileri yansıtmaya yetenekleri ile öne çıktığı ifade edilmektedir (Featherstone, 2007; Leiss, 1978; Rochberg-Halton, 1986). Aynı zamanda Defne, bu etkinliklerin sevdikleriyle bir arada olma fırsatı sunmasıyla kendisini değerli hissettiğine değinerek bu anlamda “aileyle / akrabalarla / arkadaşlarla bir araya gelme ve zaman geçirme deneyimine” gönderme yapmıştır:

“Doğar doğmaz, eee, bir haftalık bebek. Eee, büyük bi toplantı verildi, Mevlit okutuldu. Aslında doğum mevlüdünü kırk mevlidi gibi yaptık çünkü tam kırkının çıkacağı zaman ramazana denk geldiği için doğduğunda böyle herkese açık olarak mevlüdünü ve hoşgeldin partisini yaptık Eee, hem eşimin hem benim tarafımdan birçok insan davet edildi. Her gelen elinde çeşitli hediyeler, çeşitli ikramlıklar, pastalar, börekleri çörekler aklınıza ne gelirse devasa bir hoşgeldin partisi gibi oldu. En yaşlımızdan en küçüğünüze kadar herkes vardı. Çok sevdiğimi anladım o zaman...İlk yaş gününde yine, kendisi anlasa da anlamasa da birçok arkadaşı vardı. Onların ailelerini de davet etmiştim yine ben. Gece güzel bir partiyle yine evi pastasını, süslemelerini kendim hazırlamak şartıyla güzel bir ilk yaş doğum günü hazırlamıştım kendisine.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da ritüellerdeki hediyelerin kişiler arasındaki sosyal ilişkiyi geliştirdiği (Bradford ve Sherry, 2013; Caplow, 1982; Clarke, A. 2007; Kılıçer vd., 2016; Sherry, 1983); bireyler arasında yakın bağları güçlendirdiği (Saad, 2011) ve ikili ilişkileri sürdürmede rol oynadığı (Belk, 1979; Bradford ve Sherry, 2013; Caplow, 1982; Fischer ve Arnold, 1990; Weinberger ve Wallendorf, 2012; Sherry, 1983) ve hediye seçerken kişi ile olan bağların ve ilişkinin dikkate alınması gerektiği yönünde çalışmaların olması araştırma bulgularını destekler niteliktedir.

Naz’ın bu anlamda paylaştığı fotoğraf ve ile yaşadığı bu deneyimi pekiştiren ifadeleri aşağıda sunulmuştur:



Naz – 1. Sırada

“Çok zaman geçmiş. Çok güzel günlermiş gerçekten iyi ki yapmışız bu özel günü. Bütün sevdiklerimiz bir araya gelmişti çok mutlu olmuştum. Sevdiklerimle birlikte olmak onlarla birşey paylaşmak hala çok hoşuma gider O özel anı herkesle paylaşmak istemişim. Çünkü bebeğim olmuştu. İşte kırkı çıkmıştı. Onu sevdiklerimle paylaşmak için bu özel günü hazırlamak istemişim. Herkes de yanımda olup bana destek olmuştu bu arada.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

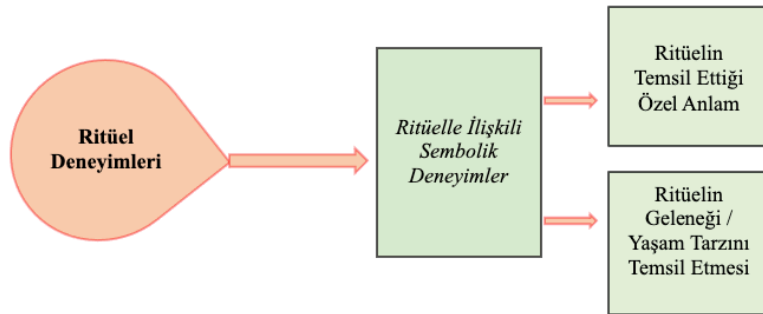
Alan yazında da benzer şekilde Triantafillidou ve Siomkos (2014), bir tüketim deneyimininde kişilerin bir arada olduğu topluluğun bir parçası olmaktan memnun olduklarını, yaşanan deneyim vasıtasıyla kişinin ailesine ya da arkadaşlarına kendini yakın hissettiğini ifade etmiştir. Sonuç olarak ritüel ile ilişkili sosyal deneyimlerin ayrıntıları ile ilgili öne çıkan kavramlar, ChatGPT yapay zekâ aracı vasıtasıyla bir kelime bulutuna yansıtılmış olup aşağıda Şekil 7’den izlenebilir (OpenAI, 2024).



Şekil 7. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler Kelime Bulutu

4.1.1.2. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler

Bulgular, ritüelle ilişkili deneyimlerin yaşanmasında sembolik deneyimlerin de önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Araştırma kapsamında, katılımcılarının tamamının (17 katılımcı) bu deneyime çeşitli boyutlarla değindiği görülmektedir. Alan yazında da ritüellerin doğasındaki sembolik anlamlarla ilişkilendirilerek hayata geçirildiğine değinilmiştir (Bell, 1997; Hobson vd., 2017; Turner, 1967). Bu sembolik deneyim türünün, özellikle “ritüelin temsil ettiği özel anlamlar” ve “ritüelin bir geleneği ya da yaşam tarzını temsil etmesi” bağlamlarında yaşandığı görülmektedir. Diğer bir deyişle, ritüellere yüklenen sembolik anlamın bu doğrultuda ritüellerin gerçekleştirilmesi sürecinde yaşanan sembolik deneyimlere bağlam ve katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Bulgular, katılımcılar açısından ritüelle ilişkili sembolik deneyimlerin özünü oluşturan olguların *“kutlamalara önem verilmesi ve özel anlam yükleme, kutlamaların çocuğa verilen değeri temsil etmesi, kutlamaların yaşam tarzını temsil etmesi, kutlamaların gelenekleri sürdürmek için yapılması, onaylanma ve kabul görme arzusuyla kutlama yapma ve benliğin uzantısı olarak hediyeler”* bakımından ön plana çıktığını göstermektedir. Alan yazında da yaşam içinde bireylerin sahip oldukları rollerle ilişkili deneyimler yaşarken bu yolla kendi kimliklerini yansıttıkları gibi (Solomon ve Douglas, 1987), kullandıkları objelerin sembolik yararları ile de sembolik kimliklerini özdeşleştirmeye çalıştıkları (Odabaşı, 2006) ifade edilmiştir. Araştırma kapsamında katılımcılar açısından annelik rolü ile ritüel deneyimleri yaşamının arka planındaki anlamı ortaya koyma açısından yaşanan sembolik deneyimlerin önemli olduğunu söylemek yerinde olacaktır. Şekil 8, ritüelle ilişkili sembolik deneyimlerin ayrıntıları açısından özet bir görsel sunmaktadır:



Şekil 8. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler

4.1.1.2.1. Ritüelin Temsil Ettiği Özel Anlamlar ile İlişkili Deneyimler

Katılımcılardan Zehra, yalnızca doğum günü kutlaması gerçekleştirirken; Meltem “diş hediği ve doğum günü”, Sümbül ve Nur ise, “kırk çıkarma, diş hediği ve doğum günü” kutlamalarını gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir. Bu katılımcılar, kendileri için en önemli kutlamanın doğum günü olduğunu; çünkü doğum gününün çocukları açısından ilk yaşı ve bireyleşmeyi temsil ettiğine vurgu yaparak belirtmişlerdir.

Bu anlamda Sümbül, ilk yaştan çocuk için büyüme, gelişme ve bireyleşme açısından ilk adım olduğuna değinerek, ilk doğum günü kutlamasının taşıdığı bu sembolik anlamın, kutlamaya verdiği değerin arka planını oluşturduğunu yansıtmıştır:

“Doğum günü; çünkü ilk yaşı olduğu için bir Yaş. Ya bi de artık ele avuca geliyo yürümeye falan başlıyo o biraz daha bana şey ayakları yere basan bi yaş gibi geldiği için.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda Sümbül, çocuğunun ilk yaş gününden paylaştığı fotoğraf karesi ile ilgili yaptığı “*tek boynuzlu unicorn at*” ile, çocuğunun ve ilk yaş gününün kendileri için taşıdığı özel ve eşsizlikle bezenen sembolik anlamı şu ifadelerle pekiştirmiştir:

“Tek boynuzlu at, nadir bulunuyor ya hani unicorn, o size ait sizin özelinizde birinci yaşı o yüzden, tek boynuzu da olduğu için unicorna benzetmek istedim.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Sümbül – 1. Sırada

Hande “kırk uçurma ve doğum günü” etkinliklerinden kendisi için en önemli kutlamanın “*çocuğunun dünyaya gelişini ve en özel gününü temsil etmesinden dolayı*” doğum günü olduğuna değinirken; Duygu ise, kızının özel günlerinde gerçekleştirdiği çeşitli ritüel kutlamalara “lohusa ziyareti, kırk uçurma, diş hediği ve doğum günü” ekseninde dikkat çekerek, kendisi için en önemli kutlamanın “*çocuğuna kavuştuğu günü temsil eden*” doğum günü kutlaması olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcılardan Zeynep, “kırk uçurma ve doğum günü”; Sultan, Çisem ve Aysel ise “kırk uçurma, diş bulguru ve doğum günü” kutlamalarını, gerçekleştirirken; araştırma bulguları bu katılımcıların hepsi için en önemli ritüel kutlamanın “kırk uçurma” olduğunu göstermektedir. Bunun altında yatan nedenler Aysel, Sultan ve Zeynep için kırk uçurmanın “*anne ve çocuk*

için sağlıklı geçen zamanı temsil etmesi” iken; Çisem için ise, mevlitle gerçekleştirdikleri kırk uçurmanın *“manevi duygular uyandırması”* olarak sıralanabilir.

Katılımcılardan Sultan, çocuğu için yaptığı ilk şey olmasından ve kırk günlük sürenin anne ve çocuk için sembolik anlam ifade etmesinden dolayı kendisi için en önemli kutlamanın *“kırk çıkarmak”* olduğunu şu sözlerle vurgulamıştır:

“En anlamlı olanı ne olabilir mesela kırkını çıkartmak olabilir. Kırkını çıkarmak benim için neden önemli; çünkü onun için yaptığım ilk şeydi. İlk etkinlik ya da kutlama diyim. Evet bak besliyorsun, bakıyorsun, uyutuyosun, banyosunu yaptırıyorsun; ama kırk ayrı bişey. Birlikte yaptığın, beraber ortak bi çalışma, ilki. Bu benim için o yüzden kıymetli. Bi de şey diyorlardı hep kırkı uçtuğu zaman annem, büyüklerimiz gazı gider çocuk artık düzelir ve seni görmeye başlar. Yani artık gözü açılmaya başlar, o gözündeki perde kırkının çıkmasıyla birlikte kalkar ve seni net görmeye başlar. Hani o zamana kadar boş boş bakar çocuk; ama kırkı gittikten sonra seni görmeye başlar gözünün önünde olursun diye bi cümle kurmuşlardı o hiç aklımdan gitmez. Bu benim için o yüzden çok önemli. Çocuğum beni o saatten sonra görmeye başladığı için benim için kıymetli...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aysel, etkinliklerin annelik rolü açısından yardımcı bir kuvvet olduğunu dile getirmiş, bu anlamda *“etkinlikler aracılığıyla bir kadının annelik rolünü benimsediğine”* ve bu süreçte adaptasyonunda *“yakın çevresinden aldığı sosyal desteğin”* de önemine değinmiştir:

“...Bu tarz etkinlikler bu dönemlerde annelere duygusal olarak da bir destek oluyo diye düşünüyorum. Şöyle ki insan o süreci tek başına geçiriyor başlarda anneliğe alışma sürecini diyeyim ve sonra böyle etkinlikler ve eş dost bir arada olunca ne oluyo daha kolay oluyo bir şeyler bence evet.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında kişinin, ait olduğu sosyal gruplar açısından kendini nasıl gördüğü hakkında ipuçları veren, sosyal kimliğe önem verdiği (Lantz ve Loeb, 1998); ritüellerin ve etkinliklerin toplumda statü kazanmada, güçlendirmede ve o statüyü yansıtmada rol oynadığı (Hays, 1995; Smith, 1999); ritüel ve tüketimin, kimlik ve statü yaratarak bireylerin hayatlarındaki geçiş dönemlerinde rehberlik ettiği (Afflerback vd., 2014; Rook, 1985); ritüel etkinliklerin ve bu alandaki tüketim unsurlarının, anne ve çocuğun kimliklerinin bir yansıması olduğu (Dedeoğlu, 2010; Jennings ve Brace-Govan, 2014) yönünde çıkarımlar mevcuttur. Araştırma kapsamında ise, gerçekleştirilen etkinliklerin katılımcıların annelik statüsü açısından önemli olduğu ifade edilebilir. Yeni anne olmuş bir kadının sosyal çevresinden izole geçirdiği zamanların ardından yapılan ritüel etkinlikler, annelik rolüne adaptasyonu adına kadın için gerekli görülmektedir. Bu anlamda araştırmanın bu bulgusu alan yazında Afflerback ve meslektaşlarının (2014), anneliğe geçiş sürecindeki tüketim ritüellerini incelemek için yürüttüğü nitel çalışmada, ritüellerin annenin yeni rolüne ve statüsüne hazırlık duygularını pekiştiren eylemler olduğu sonucu ile birbirini desteklemektedir. Aynı zamanda alan yazında etkinliklerin annelik rolünü temsil etmesi ve annelik rolünü güçlendirmesi (Altaş, 2018) yönündeki araştırma sonuçları, araştırma bulgusunu destekler niteliktedir.

Melahat, düzenlediği *“özel gün etkinliklerinin çocuklarına verdiği değeri temsil ettiğini”* ve bu yüzden özel bir anlam taşıdıklarını ifade ederken, etkinlikler aracılığıyla çocuklarına

duyduğu sevgiyi yansıttığını belirtmiştir. Çocuklarının hayatlarının özel zaman dilimlerinde yaptığı hazırlıkların ve aldığı hediyelerin kendisi için de “*hediye*” anlamı taşıdığını belirterek ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimi yansıtmıştır:

“E çok önemli; çünkü çocuklar zaten benim için önemli. Yani çocuklarla ilgili...Yani mesela elindeki bir şeyin değerli olduğunu sen nasıl hissettirirsin. Ona önem vererek hissettirmen lazım. İşte önem verdiğini de göstermen lazım. İçten sevmen yetmez. Onu dıştan da belli etmelisin bence. Her iki taraftan da hem içten hem dıştan bunu da ancak ilerde bir zamanda hem çocuk hem sen bakacaksın o resimlere, o kutlamalara bakacaksın. Her Gün insan resim çekinmez, her gün insan kutlama yapmaz. O zaman bir anlamı olmaz. Onun anlamı, o çocuk bir şeyleri başarmış anlamında...Yani zaten başlı başına çocuğu doğurmak çok değerli, bi de böyle güzel anları da değerlendirirsen çift katlanmış oluyo. Mesela bir yere alışverişe gidiyorsunuz, eee, diyo ki şunu alırsanız, şu da hediye diyo, siz napıyorsunuz, aşırı ihtiyacınız olmasa bile onu alıyorsunuz niye çünkü hediye güzel bi olay. Çünkü ilerde bak o hediye den de faydalanıyosun. Burda da çocuklara bişey yaptıkça kendim için de hediye olmuş oluyo bu...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Duygu da benzer şekilde “*kutlamaların çocuğuna duyduğu sevgi hissini ve verdiği değeri temsil ettiğini*” aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

“Eeeee, yaaani, tabiki önemli. Neden çünkü ben başka zamanlarda da mesela pasta yapmıyo muyum, e yapıyorum, ya çocuğuma o zamandan önce de kıyafetler aldım. Ama o gün bambaşka duygularla bambaşka bi anlam yükleyerek o pastanın keki için unu şekeri yumurtayı alıyosun mesela. Çocuğunun büyümesi ve onun için özel bi şeyler yapmak, mutluluk ve heyecan ve duygusallık katıp anlamlı kılıyo bence. Ya da önceden evde olsa bile malzemeler, bi araya getirmek için emek ettiğin zaman daha bi özenli oluyosun. En kıymetlinin özel bi anını ilerde de hatırlanmaya değer kılacak belki o yaptığın pastanın lezzeti. O yüzden en iyisini alıp bi şeyler yapmak istiyosun. Kısacası çocuğuna sevgini temsil ediyο verdiği değeri yansıtmış oluyosun o gün bence.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Katılımcılardan Esmā, “*çocuğuna verdiği değerin ve kendisi için ifade ettiği özel anlamın, özel gün etkinliklerine de yansıdığını*” belirtmiştir. Aynı zamanda özel gün etkinliklerine özenli bir biçimde hazırlanılmasının çocuğā verilen kıymeti temsil ettiğine şu sözlerle değinmiştir:

“E ilk çocuk olduğu için insanda heyecan olduğu için her şeyi yapmak istiyο. Doğā çok değeri ve özel bi bebek olduğu için tıp bebek olduğu için çok özeldi ve bizim için daha bi kıymetliydi. O yüzden ona verdiğimiz kıymeti yansıtabileceğimiz anları hepsi. Onun için her şeyini eksiksiz yaptık...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Naz, çocuklarının bütün özel günlerine önem verdiğini, hiçbir özel günü atlamadığını ve özel zaman dilimleri için yaptığı “*kutlamaların çocuğuna verdiği değeri temsil ettiğini*” belirtirken; Aysel ise, “*özel günlerin, yapılan kutlamaların ve alınan hediyelerin çocuğā duyulan sevgiyi ve değeri temsil ettiğini*” ifade etmiştir:

Alan yazında da özel günlerde yapılan kutlamaların karşıdaki kişiye verilen değeri temsil ettiği (Altaş, 2018), etkinliği düzenleyen bir annenin her aşamada çocuğuna olan ilgisini ve sevgisini yansıttığı (Jennings ve Brace-Govan, 2014), bu anlamda bir annenin tüketim eylemlerini, çocuğuna ilgi göstermek için gerçekleştirdiği (Miller, 1998) ve bir annenin ritüel etkinlikler gerçekleştirirken harcadığı çabanın ve emeğin bir anlamda duygusal bir gösterge olduğu (Hochschild, 2011) yönünde araştırma sonuçları mevcuttur. Bu anlamda alan yazın da araştırma bulgularını destekler niteliktedir.

Araştırma bulguları aynı zamanda, ritüel etkinliklerde hediyeleşmenin, misafirlere ya da çocuğā sunulan hediyelerin önemli bir yeri olduğunu göstermektedir. Kutlamalarda

yaygınlaşan hediyelerin, araştırma bulguları açısından sembolik bir anlam ifade ettiğini söylemek mümkündür. Hediyelerin, özel günlerin sembolü haline geldiğine ve kişilerin hem karşısındaki kişiyi hem de kendini ödüllendirmek için tercih edildiğine değinilmiştir (Cowan ve Spielmann, 2017; Mouakhar-Klouz vd., 2016). Alan yazında çeşitli bağlamlarda gerçekleşen ritüellere katılan bireyler arasında bazı objelerin hediyeleşme aracı olarak kullanıldığı ve bu objelerin kişiler arası iletişimi temsil ettiğine değinilmiştir (Belk, 1990; Minowa vd., 2011; Sherry, 1983). Bu anlamda kutlamalarda kullanılan malzemeler ya da hediyelerin etkinliğe anlam katması (Altaş, 2018) ve etkinliklerde hediye edilen ürünlerin günlük hayattaki anlamlarından farklı bir değer ve anlam taşıması (Douglas ve Isherwood, 1979) gibi bağlamlarda araştırmaların olması, sembolik hediye değerini ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, katılımcıların etkinliklere hazırlık sürecinde el emeği ile hazırladıkları ikramlıklar ya da hediyelekler ile de kendi benliklerini karşı tarafa yansıttıkları görülmektedir. Jennings ve Brace-Govan (2014), el emeğinin yansıyarak yapıldığı kutlamaların annenin çocuğuna duyduğu sevgiyi yansıtmak için olduğu sonucuna varmıştır. Bu anlamda alan yazında, sembolik deneyimler ile benliklerin şekillendiği (Dittmar, 1992; Glover, 1988; Leigh ve Gabel, 1992; Solomon, 1996; Tyler, 1978); benliğin bireyler arası aktarımının sürdürülebilmesi (Schouten, 1991); bireylerin yaşadıkları deneyimler ile birbirlerine kendileri hakkında öz-kimliklerini sembolik bir biçimde yansıtarak mesajlar gönderdiği (Elliott ve Wattanasuwan, 1998; Piacentini ve Mailer, 2004) ve çevredeki kişilerce nasıl algılandıklarının da bu sembolik deneyimlerce belirlendiği (Leigh ve Gabel, 1992) gibi bakış açılarına değinilmiştir. Dolayısıyla benliklerin yansıtılmasında araç olarak kullanılan hazırlık sürecindeki el emeği malzemeler ya da hediyeler, katılımcıların benliklerini sembolize eden ve karşıdaki kişilere verilen değeri temsil ettiğinden, sembolik bir iletişim biçimi olarak ele alınabilir.

Katılımcılardan Naz, “Doğum mevlidi, kırk banyosu, diş hediği ve doğum günü” gibi kutlamaları gerçekleştirdiğini ifade etmiş; ailesi, akrabaları ve arkadaş çevresiyle beraber olmayı ve iyi hazırlanılmış bir özel günü temsil ettiği için doğum mevlüdünü diğer etkinlikler açısından öne çıkarmıştır. Naz, Doğum mevlüdünde gelen misafirlerin getirdiği hediyelerle sevildiğini hissettiğini ifade ederek bir anlamda hediyein bireyler arası ilişkiyi kuvvetlendirdiğine gönderme yapmıştır.

Alan yazında da hediyelerin, kişilerin duygularını yansıtan bir araç olarak görülmesi ve hediyelerin, sevgiyi iletmede bir aracı olarak görülmesi (Fischer ve Arnold, 1990) yönünde

Çalışmaların olması araştırma bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Bu anlamda hediye­lerin kişinin karşısındaki kişiye verdiği değeri ve sevgiyi yansıtmada sembolik bir araç niteliği taşıdığını söylemek yerinde olacaktır.

Naz, ayrıca diş hediği ritüeli ve ilk yaş doğum günü içi el emeği hazırlıklar (süslemeler, pasta, misafirlere hediye­lik magnet) yaparak bu anlamda hediye­liklere kendi benliğinden bir şeyler kattığına da değinmiştir. Hediyeler vasıtasıyla birey benliğini karşı tarafa yansıtmakta ve böylelikle hediyeleşmenin sembolik bir iletişim rolünden bahsedilebilir. Alan yazında da kutlamalarda çocuk ve misafirler için hazırlanan hediye­lerin bireylerin benliklerinin uzantıları olarak onları temsil ettiği (Belk, 1979; Bradford ve Sherry, 2013; Mauss, 2002; Sherry, 1983); hediye veren ya da alan kişilerin kimliğini yansıttığı (Schwartz, 1967; Sherry, 1983) ve hediyeler vasıtasıyla kişinin benliğini başkalarıyla paylaşabildiği (Belk, 1988) ifade edilmiştir. Paylaştığı fotoğraflarla da bu deneyimi yaşamasında etkili olan odakları temsil eden Naz, bu anlamda yaşadığı sembolik deneyime şu sözleriyle gönderme yapmaktadır:

“...O dönemlerde, hazır materyaller süslemeler parti malzemeleri bu tarz hiçbirsey yoktu. Hele ki Antakya gibi küçük bi yerde. Onların hepsini ki ben el sanatları mezunuyum. Kendi elimle kartonlarıyla balonlarıyla süsleme şekliyle evimizi rengarenk hale getirmiştik. Kapı süslemelerine varana kadar. şu anda kullanılan magnetleri o zaman ben kendi elimde tek tek ikram etmek üzere hazırlamıştım...Gece güzel bir partiyle yine evi pastasını, süslemelerini kendim hazırlamak şartıyla güzel bir ilk yaş doğum günü hazırlamıştım kendisine...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda Naz, o günlerde çocuğu için yaptığı el emeği hazırlıklara ilişkin paylaştığı fotoğrafla ilgili yaptığı “başarı” benzetmesi ile, çocuğu için özel olarak yaptığı hazırlıkların, emeğini ve sevgisini yansıttığını şu ifadelerle pekiştirmektedir:

“O dönemlerde öyle şeyler hiç yoktu çok dikkat çekmişti. Kendi emeğimle düşüncemle yaptığım bişey. Çok beğenilmişti. Beğeniliceğine inanıyodum hani özel olsun da istiyodum. Kendim yaptığım için paylaşmak istedim...Yani o yıllarda bile bi annenin veya bi ailenin bebeğine verdiği kıymet. Onun gelmesiyle yaşanan mutluluk ve işte dediğim gibi ona verilen değerin göstergesi gibi. Çok kıymetlisin ve senin için bunları yapabilirim. Feda edebilirim başarabilerimi görüyorum. (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Naz – 2. Sırada

Araştırmanın bu bulgusu Altaş’ın (2018), kutlamalara gelen misafirlere sunulan hediye­lerin, o hediye­yi sunan kişilerin kendilerinden bir şeyler yansıttığı birer aracı olduğunu ifade etmesi ile benzerlik göstermektedir. Bu anlamda Altaş (2018), kişilerin, yaratıcı yönlerini, estetik zevklerini ya da karşı tarafa yönelik incelikli fikirlerini hediyeler aracılığıyla yansıtabilme fırsatı bulduklarını ve böylelikle hediye­lerin ruhu olduğunu ifade etmiştir. Bu durum

Mauss'un (2005), kişilerin hediyeinin cansız somut bir nesneden ziyade ruhu olan bir unsur olduklarına inandığı bulgusuyla da paralellik göstermiştir. Dolayısıyla Naz'ın hazırladığı el emeği ürünlerin ya da hediyeliklerin kendisi için ifade ettiği anlamın, maddi değerın ötesinde anlamlar taşıdığı ifade edilebilir. Benzer şekilde alan yazında da bir annenin çocuğu için düzenlediği ritüel etkinliklerin çocuk için güzel ve haz dolu bir anlam taşıma fikrinin, anne açısından başarı hissi tatmaya zemin hazırladığı bulgusu (Jennings ve Brace-Govan, 2014), araştırmanın bu bulgusunu destekler niteliktedir.

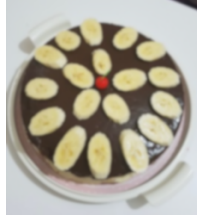
Kutlamalara ilişkin yaptığı “*çocuğunuzun mutlu günü bi kitap olsaydı, o kutlamalar o kitaptaki cümlelerin altını çizen bi kalem*” benzetmesi ile katılımcılar arasında özgün bir bakış açısını temsil eden Duygu, çocuğunun özel günlerine verdiği değeri yansıtarak yaşadığı sembolik deneyimi pekiştirmiştir. Aynı zamanda çocuğunun ilk yaş gününde özel olarak yaptırdığı hediyeye yüklediği duygusal anlam ve el emeği pasta ile ritüele ilişkin sembolik deneyime “*hediye*” açısından gönderme yapmış ve bu deneyime verdiği öneme şu cümlelerle değinmiştir:

“...Kızımıza tanıdığımız bi sarraf vardı, onda güzel bi kalpli altın bileklik yaptırmıştık hediyesi olarak. Yani böyle ismi yazılı bi künye de yaptırmayı düşündük aslında ama daha özel olsun diye sonra kalpli yaptırmıştık. Sonra yaş pastasını yaptım kızımın, bi güzel süsledim, kremayla kapladım, yaz mevsimiydi çilek falan da vardı, çilekli bi pasta yapmıştım. Hani hazır almamıştık zaten ben kendi emeğim olsun istedim. Kızım için zevkle onun için güzel bi şeyler yapmak istedim. Hani bu da benim için anlamlı bişeydi...Ki mesela pastaneden de pasta alabilirdik; ama ben her aşamasında kendi sevgimi içine katarak güzel dileklerle o pastayı yapmak istedim. Eee, sonra bilekliğini bile hazır almadık hususi yaptırdık kalpli, eee, elbisesi, tacı hep onu düşünerek mutlulukla hazırladım. Yani bunlar benim için önemli şeyler.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi).

Alan yazında da hediyelerin, maddi değerden çok duygusal değer taşıdığı (Altaş, 2018; Carrier, 2005; Fischer ve Arnold, 1990); hediye veren kişinin yalnızca maddi bir değeri değil, aynı zamanda kendisinden bir parçayı da hediye aracılığıyla karşısındaki kişiye sunduğu (Mauss, 2002; Maus, 2005) ifade edilmiştir. Böylelikle hediyeinin, hediyeiyi sunan kişiden ayrılamaz bir nitelik kazandığını söylemek mümkündür.

Zehra, çocuğunun ilk yaş gününden el emeği yaptığı pastaya ait paylaştığı fotoğrafa ilişkin yaptığı yorumlar ve “*masumiyet*” benzetmesi ile günümüz popüler kutlamalarıyla bir kıyas yapmış ve bu anlamda benliğinin uzantısı olan doğum günü pastasıyla çocuğuna verdiği değeri işaret etmiştir:

“...Bu pastayı da kendi emeğimle yaptığım için o güne özel olarak paylaşmak istedim. Hem kızımın özel günü olması hem de ona özel el emeğimle yapmış olmam...Fotoğrafa baktığımda da dediğim gibi bi benzetme açısından masumiyet diyebilirim. Ne bilim daha doğal, daha temiz, daha masum geliyo bana. Baby showerlar, kına geceleri gibi birçok annenin ilk çocuğuna ya da ikinci çocuğuna yaptığı o büyük ihtişamlı kutlamaların yanında belki çok basit, belki çok sıradan; ama bence daha masum ve doğal olduğunu düşünüyorum. O yüzden masumiyet diyeyim.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Zehra- 1. Sırada

Benzer şekilde çocuğunun ilk yaş günü için el emeği hazırladığı pastanın da çocuğuna verdiği değeri ve sevgiyi temsil ettiğini belirterek bu anlamda benliğini “el emeği pasta” aracılığıyla çocuğuna yansıtan Sultan, paylaştığı fotoğraf ile de yaşadığı bu sembolik deneyimi desteklemiştir:

“: Bu fotoğraftaki pastayı ben ilk kez kızım için yaptım. Daha öncesinde böyle bi pasta yapmışlığım açıkçası yok. Üzerine de 1 yaşını simgeleyen 1 yazmıştım ...Gerçekten anlamı gerçekten büyük. Nasıl ifade edilir bilemiyorum ama dediğim gibi, ben ilk kez böyle bi pasta yaptım. Onu da kızım için yaptım. Daha öncesinde hiç kimse için özene bezene bi pasta yaptığımı hatırlamıyorum. Her şeyini elimle yaptım, kekinden kremasına kadar. Üzerindeki meyveler hatta buzlukta çıkmış meyveler. Yani benim için çok kıymetli. İlk olması adına...” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



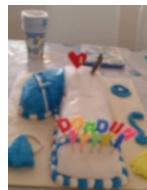
Sultan – 1. Sırada

Alan yazında da hediyelerin, veren ve alan tarafından sunulan bir değer taşıdığı, bağlılığın sembolü olarak sembolik bir mübadele aracı olduğunu ortaya koyan çalışmalar mevcuttur (Belk, 1979; Bradford ve Sherry, 2013; Mauss, 2002; Sherry, 1983). Hediyeleşmenin kişiye atfedilen bir değeri temsil ettiğini belirten çalışmaların (Altaş, 2018; Carrier, 2005; Fischer ve Arnold, 1990) olması da araştırmanın bu bulgusuyla paralellik göstermektedir.

Esen, çocuğunun ilk yaş gününe özel el emeği hazırladığı pasta ve çocuğunun fotoğrafının bulunduğu magnet ile ritüelle ilişki yaşadığı sembolik deneyimi benliğinin uzantısı olarak hediyelere yansıttığı şu ifadelerde bulunmuştur:

“...Yani çocuğumun ilk yaş günü olduğu için özel bi gündü o..oğlumun birinci yaş günü için kendi emeğimle yaptığım bi pastaydı.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

“Oğlum da annesinin onu ne kadar sevdiğini böyle küçük detaylarla da bir kez daha hissedebileceği için bu fotoğraf ve bu çerçeve magnet benim için anlamlı.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Esen – 1. Sırada



Esen – 3. Sırada

Cennet ise, çocuğunun ilk yaş gününde özel olarak yaptırdıkları hediye bileklik üzerinden, hediyeleşmenin bireyler ve toplum açısından bir anlam ifade ettiğine değinmiştir. Bir diğer deyişle hediyelerin bireyler arası sosyal ilişkiyi temsil ettiği ifade edilebilir. Cennet yaşadığı bu deneyime şu sözleriyle işaret etmiştir:

“Hediyeleşmenin anlamını ve önemini her daim hatırlamak güzel. Bize göre, kıymetli günlerde kalıcı armağanlar birbirimize verdiğimiz değeri kat kat artırır. Bu yüzden de kızımızın hediyesi ile aynı karede yer aldığı bu fotoğraf bu düşünceleri canlandırdı bende. ..Hediyeleşmek kültürümüzde geçmişten beri var olan bir davranış. Tabiki de gönül ister sevdiklerimize her zaman hediyeler alalım; fakat bizim için önemli günlerde hatırlanmak da mutlu olmak için yeterli diye düşünüyorum. Bu fotoğraf da bu yüzden hediyeleşmenin yaşamımızdaki değerini gösteriyor.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Araştırmanın bu bulgusu alan yazındaki bazı çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Etkinlikteki hediyeleşmenin bireyler arasındaki bir iletişim biçimi olduğu ifade edilmiştir (Belk, 1979; Bradford ve Sherry, 2013; Caplow, 1982; Fischer ve Arnold, 1990; Weinberger ve Wallendorf, 2012; Sherry, 1983). Benzer şekilde Demez (2011), hediyelerin sosyo-kültürel anlamlarını incelediği çalışmasında, hediyeleşmenin kişisel arası etkileşimi temsil ettiğini ve bu yönüyle sembolik ve duygusal bir değeri temsil ettiğini belirtmiştir.

Çisem, kendi yaşamında kutlama pratiklerini gerçekleştirmeyi sevdiğini ifade ederken, çevresindeki kişilerin de özel günlere anlam yüklediğine ve kutlamalara önem verdiğine değinmiş ve şu ifadelerle günümüzdeki kutlama alışkanlıklarına da çeşitli açılardan gönderme yaparak bu sembolik deneyime geniş bir açıdan yaklaşmıştır:

“Eeee, yani şu şeyde yani yaklaşık bence 2 yıldır veya 3 yıldır felan yani insanlar ne bilim mesela burda yani ben aslında hiç bişey yapmıyorum, ben normal kendim ondan sonra kendi çapımda böyle evde yapıyoru m, ediyorum. Mesela insanlar bunun için organizasyon ayarlıyorlar. Eeee ondan sonra çok önceden planlamalar yapıyorlar. Oranizasyon eve geliyo, evi düzenliyo, süslüyo. Veya bazıları şu anda pandemi var ama ondan öncesinde mesela duyuyorduk kafelerde falan kutluyolar, görüyoruz da konseptler süslemeler ortam süslemeleri falan. Ha benim çevremde ailemden bahsedecek olursam ailem arkadaşlarım filan çok önem veriyolar mesela burda.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Katılımcılardan Sultan ve Meltem, çocuklarının ilk yaş gününü kendi istekleriyle kutlamadıklarını ifade ederek diğer katılımcılardan farklılaşmıştır. Meltem, aile ve akrabaların baskısıyla kutlama yaptığını belirtirken, Sultan ise arkadaş çevresinin ısrarıyla çocuğunun yaş gününü kutladığını belirtmiştir. Bu anlamda bu katılımcıların yaşadıkları onaylanma ve kabul görme arzusunun, ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimin özünü oluşturduğunu söylemek mümkündür. Günümüzde yapılan kutlamalarla ilgili de çarpıcı yorumlar yapan Sultan, çevresinde kutlamalara verilen önemi örnekleriyle açıklayarak, günümüzde kutlamaların artık “*aşağı kalmamak ve bir şeyleri ispat etmek*” için yapıldığına şu şekilde değinmiştir:

“Mmm, yani benimle aynı düşünen çok fazla insan yok diyeyim. Aksine gerçekten aman biz de eksik kalmayalım. Biz de çocuğumuzu mahrum bırakmayalım... ama benim yaşımda belki benden birkaç yaş büyük olanlar doğum günlerine aşırı önem yükliyorlar çocuklarının. Partiler, kıyafetler, prenses elbiseleri, ya da ney diyorlar doğum günü temaları konseptleri belirliyorlar. Eee, değişik değişik kıyafetler, değişiki değişik pastalar. Yani diş çıkarttığında diş şeklinde pastalar kurabiyeler, yürümeye başladığında ayak şeklinde pastalar, birçok değişik şeyler var ama ben gördüğüm kadarıyla benimle aynı düşüncede çok fazla insan yok etrafımda...”

Diğer katılımcılardan farklı olarak Sömböl, özel günlerde kutlama yapılmasının süregelen bir alışkanlık olabileceği, bir anlamda herkes yaptığı için kutlama yapılabildiğine değinmiştir. Bu yüzden çevresinde de paylaşım kültürünün etkisiyle *“onaylanma kabul görme arzusu açısından kutlamalar yapıldığına”* gönderme yaparak ritüelle ilişkili sembolik deneyimi yansıtmıştır:

“Ya aslında heralde şey gibi ya herkes doğum günü kutladığı için mi kutluyosun acaba. O kadar yıllardır doğum günü kutluyosun ki kendi doğum gününden itibaren, heralde toplumsal değer olarak da bakmıyosun bi zorunluluk gibi mi hissediyosun. Yaşam değerleri derken herkes kutladığı için belki de ya.....Ama arkadaşlarım daha çok böyle şaşalı partileri seviyorlar düşünüyorum da böyle doğum günü partilerini. Çocuktan daha çok ordaki fotoğrafı instagramda paylaşmak daha mı sıcak geliyo onlara. Biraz tüketim boyutu, biraz ortama ayak uydurma duygusuna dahil oluyorlar sanırım...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da Veblen (2005), toplum içindeki bireylerin ait oldukları genel kültür kurallarına ve kültürel değerlere bağlı olduklarını ve bu aidiyet duygusu ile uyum gösterdiklerine değinmiştir. Bu anlamda yazar, bireylerin içinde yaşadığı sosyal grupların ya da çevresinin ait olduğu kültürel değer yargılarına uygun davranışlar sergileyebilmektedir. Aynı zamanda Altaş (2018), etkinliklerin bir anlamda çağın ve güncel koşulların gerekliliği olarak bir anlam taşıdığı ve bu yüzden gerçekleştirildiği yönünde bir çıkarımda bulunmuştur. Bu yönüyle katılımcılardan Sömböl’ün ifadelerinin alan yazınla benzer bir yanı olduğu ifade edilebilir.

Hande, eski zamanlardaki kutlamalarla günümüzde gerçekleştirilen kutlamalar arasındaki farka değinirken, bu anlamda günümüzde özel günlere ve kutlamalara yüklenen sembolik değerini çizmiş, bir anlamda *“onaylanma ve kabul görme arzusu ile başkalarından aşağı kalmamak için popüler kutlamalara önem verildiğine”* işaret etmiştir:

“...Özellikle 4-5 yıldır inanılmaz işte bu baby showerlar olsun işte ne bilim doğum günleri, şeyler hani hepsi artık daha üst boyutta. Daha önce minimal seviyede çok yakın ailenle, çevrenle bi pasta üflerdin; ama şimdi daha farklı tabi bunlar. Eee çevrende bunlar artık sanki biraz da böyle. Mesela şey var artık, baby showerdan da önce cinsiyet kutlaması var, cinsiyet tahmin partisi var bütün arkadaşlar toplanıyo, bi tek anne biliyo cinsiyeti, parti eşliğinde mavi balon pembe balon birini patlatıyo falan, havai fişekler. Hani gerçekten artık diyorum ya belki de içinde bulunduğumuz bu tüketim toplumu her şeyi çok çabuk, çok hızlı tüketiyoruz ondan kaynaklı. Belki dediğim gibi insanlarda gösteriş, ego hani ben çok iyiyim şeyi... Şimdi sosyal medyanın da insanları çok fazla etkilediğini düşünüyorum. Aaa Ayşe yapmış, aa Fatma yapmış, benim neyim eksik. Ben de yaparım gibisinden. Biraz da artık şeye dönüştü bu dedim ya hani gösteriş yarışına dönüştü.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Çocuğunun ilk yaş gününü kutladığı zamanlarda günümüz imkânları olması halinde daha farklı kutlayabileceğinin de altını çizen Hande, bu anlamda günümüz popüler kutlama pratiklerine de eğilim gösterdiğine göndermeler yapmaktadır.

Hande ile benzer eksenle; ancak diğer katılımcılardan farklılaşarak daha çarpıcı şekilde Sömböl; çocuk sahibi olduktan sonra ritüel kutlamalar açısından çeşitlilikle tanıştığını belirtmiş, günümüz popüler kültür eksenli uygulamalardan etkilenecek kendisinin de bu mecraya dahil olduğunu dile getirmiştir. Bu anlamda eskiyle yeni arasındaki farkın sosyal medya paylaşımları olduğunu belirten Sömböl, paylaşım ve beğeni kültürünün insanları

etkileyerek yönlendirdiğini ve kendisinin de bu çemberin bir parçası olmasından duyduğu hayıflanmayı dile getirmiştir

“...Eskiden bu kadar ön planda değildi çünkü eskiden yaptığın şeyler kendine kaldığı için bence insanlar bunu paylaşamadıkları için yapmıyorlardı ama şu anda şimdi bir sürü site var, bir sürü doğum günü konseptleri hediyeler bir sürü şey var ki o kadar bir ortam ki kendine almıcağın bir şeyi çocuğuna alıyorsun. Ben de 1 yaşına kadar düşünüyorum dehşet paralar harcamışım elbisesine üstüne başına falan ve ben çocuğumu dışarı da çıkarmadım hastalık kapar diye. Ama eve kendim giydirmek için bir sürü şeyler almışım çoğu da küçüldü gitti yani ben de tüketim kafasına girmişim yani çocuğum en tatlı olsun çok şirin olsun falan. Bu başka bi boyuta girmiş ne kadar eleştirsem de ben de o çemberin içine girmişim yani.” Eskiyle yeni arasındaki fark ne biliyo musun, insanlar alışveriş yaparak daha fazla mı tatmin oluyolar, daha iyi anne baba olduklarını mı hissediyolar, belki de eskiden buna daha az gereksinim duyuluyodu, belki çocuk o kadar önemli değildi herkesin başaramadıklarını başarması için, hayatın odağında çocuğu var, çocuğu garanti olarak gören aileler ya da ne bilim daha farkı duyguları var herkesin. O yüzden çocuğuna yatırım yapmayı seviyo insanlar bence. Bi yerde çocuğu ve çocuğa yapılan şeyleri gösterme ve paylaşma var bence sosyal medyanın çok etkisi var bunda. Bi paylaşım yapılıyo anında geri dönüt alınıyo bu geri dönüt mesela seni kaç kişinin beğendiği sana bi haz duygusu verdiği için senin için onu paylaşıyorsun... Düşünüyorum ben de gerçekten düzene uymuşum neye karşı çıktıysam ben de uymuşum. Ya o kadar gereksiz yere hediyelik yaptırmaya yani her şeyini atlamamaya da gerek yokmuş aslında” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da Dedeoğlu (2010), tüketim kültürünün günümüzde sosyal medyanın etkisini artırdığını, ritüel etkinlikler gibi çocuğa ilişkin yapılan tüketim eylemleri aracılığıyla bir annenin çocuğuna olan özverili tutumunu yansıtmaya ya da o yönde davranış sergileme arzusu içinde olabileceğine değinmiştir.

Esen de günümüzde yapılan ilgili olarak değindiği noktalarla insanların onaylanma ve kabul görme arzusu ile ve başkalarından aşağı kalmamak için bu pratiklere daha özel bir anlam yüklediklerini, işaret ettiği şu noktalarla desteklemiştir:

“Eskiden bu kadar kutlamalar önemsenmiyordu. Şimdi ama bambaşka bi boyut aldı. Şu anda bunların hepsi organizasyon boyutunda oldu. Sırf işte bu, eee, baby shower yapan organizasyon şirketleri var... İnsanlar birbirinden görüyo. Bunun en büyük sebeplerinden birisinin ben sosyal medya olduğunu düşünüyorum. İşte insanlar televizyondan özellikle sosyal medyadan sürekli birilerini takip ediyolar. Takip ettikleriyle de o yapıyo benim neyim eksik ben de yaparım diyo..Hani sırf gösteriş için yapılan çalışmalar. Yoksa yani mevzu bahis çocuk değil burda.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Açelya da Esen ile benzer şekilde çevredeki kutlamaların çocuklar için değil de insanların üstünlük ve gösteriş çabaları ile gerçekleştirildiğine göndermelerde bulunarak bu yolla onaylanma ve kabul görme arzusunda olan insanları eleştirmiştir:

“Yani genelde insanlar, zaten bunu kendi çocuğu için yapmadığını düşünüyorum o kadar çok abartı var ki, gösteriş olduğunu düşünüyorum. Sırf biri birine ben daha iyiyim bakın diyip üstünlük taslamak gibi görüyorum çünkü mesela dediğim gibi 1 yaşındaki bir çocuk, bu kadar büyük bi abartı organizasyonu anlamaz hani 3 yaş 4 Yaş olur mütevazî bi parti felan yaparsın; ama bazıları gerçekten abartıyo ben çevremdekilerin abarttığını düşünüyorum yani sırf gösteriş olsun diye...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Defne, diğer katılımcılardan farklı olarak, çocukla ilgili özel ritüel kutlamalara konu olan eylemlerde, “gümüş tasadduk etme”, “akika kurbanı” ve “göbek bağı gömme” olgularına dikkat çekmiştir. Kendisi için en önemli kutlamanın bir seneyi çocukla ve eşiyle sağlıklı geçirmeyi temsil eden ilk yaş doğum günü kutlaması olduğuna vurgu yapan Defne, bunun altında yatan sebepleri şu cümlelerle ifade etmiştir:

“Doğum günü çünkü ilk defa kendi çocuğum oldu ve hani bu benim için bir ilkti 1 yaşını kutlamak. Onunla beraber 1 seneyi geçirmiş olmak benim için çok değerliydi. Hani olur ya kimisi doğurduğu zaman Allah korusun çocuğu vefat eder falan. Çocuğuma 1 yaşına kadar bakabilmek, eşimle beraber, hem babası hem annesi olarak bakıp büyütebilmek. Bunlardan dolayı bu 1 yıl ve 1 yaşı özellikle benim için değerliydi.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Doğduğunda eşim hem saçlarının bi miktarını kesti, onun adedince gümüş tasadduk etti derler ya gümüş tasadduk etti. Bir de akika kurbanını kestik aynı zamanda. Kırkı çıkınca kırk banyosunu yaptırdık ama annemle yaptık korona dönemi olduğu için kimsenin gelme şeyi olmadı. Hata ilk iki ay boyunca kayıvalidem, görümcelerim falan hiç görmedi. Normalde kayıvalidem şey diyodu, mutlaka doğumunda yanında olucaz diyolardı ama korona olduğu için gelemediler. Annemle ikimiz yaptık onda da sadece şu şekilde oldu. Suyunun içine kırk tane taş attı annem yani çakıl taşıydı. O suyla işte bebeği yıkadı önce. Sonra bana dedi bu suyla sen de yıkanacaksın dedi temiz su. Geri kalan suyla benim yıkanmamı istedi o kadar. Ama Diş buğdayını yapamadık o bizde çok yapılmaz. Sonra 1 yaşında doğum gününü yaptım, doğum günü partisi. Onun dışında bi de göbek bağı şey yaptık 1 yaşına girdikten sonra, göbek bağını Ankarada Hacı Bayram Veli Hz’lerinin Türbesinin yakınına gömdük.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

4.1.1.2.2. Ritüelin Bir Geleneği / Yaşam Tarzını Temsil Etmesi ile İlişkili Deneyimler

Katılımcıların yarısından çoğu (11 katılımcı), ritüel kutlamaları gerçekleştirirken geleneklere, örf ve adetlere bağlı kaldığını belirtmişlerdir. Bu anlamda kültürel öykünme olarak adlandırılabilir, kültürel otantikliği barındıran ve katılımcıların geçmişe bağlılığını temsil eden geleneksel esintili kutlamaların mevcut kültürü yaşamayı ve geleneğe bağlılığı temsil etme gibi sembolik anlamlardan söz edilebilir. Alan yazında; ritüelin gelenek ve görenekleri yansıtması (Fei vd., 2021; LaCoste Nelson, 2006); kutlamaların gelenekleri sürdürmek için yapılması ve günümüzde kutlamaların yaygınlaşması ile bir anlamda genel kültür kuralları haline gelmesi (Altaş, 2018); ritüellerin, geleneksel ve kültürel değerleri yansıtması (Fei vd., 2021; LaCoste Nelson, 2006; Sarıtaş, 2011) ve özel günlerdeki ritüel kutlamaların toplumsal kültürü ve aile bağlarını yansıtarak sembolize etmesi (Kurt ve Özgen, 2013) gibi bağlamlarda çalışma sonuçlarının olduğu görülmektedir.

Katılımcılardan Defne, çocuğu için gerçekleştirdiği özel gün kutlamalarına, kültürel birer adet olarak önem verdiğiine değinmiştir. Bu anlamda ritüellere yüklediği anlamı, kültürel adetleri temsil etmesi ile açıklarken, özellikle kırk banyosunun gelenek ve görenek temsili olduğundan, ilk yaş doğum gününün ise kültürel esintiler ile modern uygulamaların harmanlaması olduğundan bahsetmiştir. Aynı zamanda çocuğunun ilk yaş gününde ailesiyle bir araya gelmenin toplumsal anlamda aileye verilen değeri yansıttığına göndermelerde bulunan Defne, kutlamalar aracılığıyla toplumsal ve kültürel değerleri yansıttıklarını ifade etmiştir.

Naz ise, genel anlamda örf ve adetlere, geleneklere bağlı kalarak ama kendi özgün bakış açısını da katarak çocuğunun özel zaman dilimleri ile ilgili kutlamaları gerçekleştirdiğine değinmiştir. Benzer şekilde Açıyla da çocuğunun ilk yaş gününde ailevi ve kültürel gelenek esintilerinin yansımaları olarak etkinlik düzenlediğine değinmiştir:

“Yani genellikle öyle aile, gelenek görenekler, akrabalar, o şekilde yaptım onlardan etkilenecek mütevazı bi parti falan öyleydi yani. (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Sümbül, kutlamaları gerçekleştirirken çocuğunun ilk yaş doğum günü haricindeki ritüellerde kendi ailevi örf ve geleneklerine bağlı kaldığını şu ifadelerle dile getirmiştir:

“Şimdi ben daha etnik olarak baktım açıkçası ben Çerkez olduğum için çerkezlerdeki adet ve göreneklere göre yaptım. Bizde mesela Hedik Çocuk ilk ayağa bastığı zaman yürümeye başladığı zaman yemek daveti verilir çerkezlerde böyle bir adet vardır. İlk yürüdüğü zaman daha hızlı yürüsün diye. Mesela benim ailemler onu yapmak istediler onu yapmadım. Mesela bizde diş hediği şeydir bulgur kaynatılır herkeste vardır bu adet biz aile içinde fotoğraf olsun diye ortaya koyuyosun seçiyosun falan. Mesela Mevlit okutuyosun çocuk için onu da yaptık çocuk için bunu ailem yaptı orda da bizim örfümüze adetimize göre yaptık güzel oldu dualarla yapmak da. Daha böyle cıkse değil de daha gelenekçiydi benim bildiğim ya da gördüğüm gibiydi her şey...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

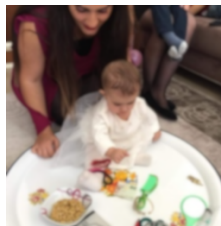
Hande ise, özellikle kırk uçurma ve diş buğdayı gibi ritüellerin kültürel esintiler taşıdığını ve bu yolla bir geleneği temsil ettiklerine değinmiştir:

“Gelenek görenek diyebilirim yani hani mesela o kırk uçurma bana çok şey gelmişti ilk başta hani, ne alaka işte kırk tane taşı niye topluyom da çocuğu onla yıkiyorum falan diye (Karşılıklı gülüşmeler). Ama hani yapınca, annem, teyzem de doğumuma gelmişti falan, yapılıcak işte bunlar kızım işte bunlar bizim göreneğimiz. E iyi dedim yapalım madem. ama kırk uçurmadır, diş buğdayıdır falan hani dişi çıktı çocuğun yapılyo hani onlar biraz daha hani daha kültürel bi şey gibi geliyo bana.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Esmâ, çocuğunun kırk uçurma banyosunda geleneksel değerleri; diş buğdayında ise hem gelenek ve görenekleri hem de günümüz modern uygulamaları temsil eden kutlama gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Toplumda doğum günlerine ve özellikle ilk yaşa önem verildiğini dile getiren Esmâ, ilk yaş günü kutlamasını yaparak da kültürel ve toplumsal değerleri yansıttığını dile getirmiştir. Aynı zamanda diş buğdayı ritüeline ait paylaştığı fotoğrafla da kültürel öykünmeyi desteklerken, ritüelin gerçekleştirilmesinin arka planında çocuğun meslek sahibi olması ile ilgili kültürel inancı, fotoğrafa ilişkin yaptığı “meslek” benzetmesi ile pekiştirmiştir:

“Diş buğdayı ve eeeee, 40 çıkarmada eski geleneklere göre yaptık. Mesela kırk suyuna kırk taş, altın, buğday atardık. Onlar yapılyomuş eskiden gelen gelenek olarak. Abdest aldırık, ben de aynı şekilde abdest aldım. Yani onu eski geleneklere göre yaptık. Diş buğdayı da yarı eski geleneğe göre yarı yeni geleneklerimize göre diyim...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Eee, geleneklerimizden birini gerçekleştirdiğimiz ve onu fotoğrafladığımız için tabiki bu anlamda değerlerimizi temsil etmiş oluyor bu fotoğraf. Kim bakarsa baksın hatta ilerde kızım baktığında da aynısını düşünecektir.” Yani diş buğdayını yapıyorsun hem meslekle ilgili tahminlerin yapıldığı tepsiden bi şeyler seçtiriyosun bunlar geleneksel...Meslek canlanıyo gözümde bu fotoğrafa bakınca. Çünkü içinden seçtiği şeylere göre ilerdeki meslek iş durumuyla ilgili bi fikir oluştuğu için bu fotoğrafı mesleğe benzetebilirim.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Esmâ – 2. Sırada

Sultan da özellikle kırk uçurma ve diş bulguru ritüellerinde gelenek göreneklere bağlı kaldıklarını ifade ederek geleneksel ritüeller gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Kırk uçurma ritüelinin gerçekleştirilmesinin ayrıntılarına yer veren Sultan, süreci şu şekilde aktarmıştır:

“...Bizde kırk çıkartmak tabiri şöyle. Benim bildiğim kadarıyla çocuğun kıyafetlerinin temiz ya da kirli olması fark etmiyor hepsi yıkanır baştan aşağıya. Çocuk, gene aynı şekilde, çok güzel bi şekilde yıkanır. Hatta bi kesenin içersine kırk farklı yerden kırk farklı taş, kırk farklı yerden kırk farklı yaprak. Ben öyle hatırlıyorum yaptığımız kadarıyla. Çok farklı yapılış tarzları da var. Topladık o kesenin içersine, banyosuna yani küvetine koyduk. Küvetinde yıkandı o da. Kıyafetlerini yıkadık, tamamen. Anne banyoyu yapar, bebek banyo yaptırılır. Bu şekilde hani tertemiz olunur...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda Sultan, dış bulgurunda gerçekleştirilen meslek ritüelinde çocuğun seçtiği nesnenin, ileride çocuğun mesleği ile ilişkilendirilmesine yönelik kültürel inancı, paylaştığı fotoğrafla da destekleyerek açıklamıştır:

“...Dış börtmesi dediğimiz çocuğun ilk dışı görüldüğünde, eee, ne derler önüne bikaç tane nesne konur. Kuranı kerim, cüzdan, altın, anahtar, makas, kalem gibi bikaç tane nesnenin konularak hangisini seçeceğini ve bu seçtiği nesneyle alakalı ileride bir iş yapacağına dair bir toplumsal inanışımız var bizim...” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Sultan – 2. Sırada

Katılımcılardan Zeynep, doğum günü kutlamalarının kültürel otantikliği barındırmadığını ve gelenek görenek olmadığını ifade ederken, çocuğunun kırk uçurma ritüelinde çocuğu ile babaannesinin beraber aynı karede yer aldığı fotoğrafa yönelik yaptığı anlatım ile geleneksel değerlere önem verdiklerini ve kültürel değerleri bu yolla temsil ettiklerini dile getirmiştir. Aynı zamanda kırk banyosundan sonra çocuğunun babaannesiyile beraber çekindiği fotoğrafı paylaşarak o günü anlatmıştır

“Büyük kızımdayken eeee kırk uçurma deniliyordu kırk gün anne bebek bi yere çıkılmazdı eskiden. Ondan sonra kırkinci gün çocuğu da anneyi de banyo yaptırıyolardı. Biz de işte Elifi banyo ettirmiştik. Onun öncesinde daha yirmi günlük falandı elif gitmemem gerekirmiş, ablam gelmişti İzmirden ou otobüse bindirecektik. Söylenilmişti işte daha çocuğun kırkı çıkmadan gidilmez diye falan. Kırkı çıktıktan sonra da işte biraz da geç olmuştu o zaman işte yengesi amcasının eşi geldi banyo yaptırdı bi de böyle elek var ya süzgeç onunla çocuğun üstünden su gezdirildi önce duşu yaptırdı, sonra işte o su gezdirildi hatta anneye de öyle yaptırılyodu eskiler öyle yapıyormuş gelenek yani. Hatta cicili bicili Elif’i giydirmiştik babannesiyile bi fotoğrafı da vardı.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Ya bu resimde Elif kırk banyosu zamanında babannesinin kucağında yani tam olarak değerlerimizi yansıtıyor diye düşünüyorum. Hem bir geleneğimiz yerine getirilmiş, hem de babannesiyile aynı karede yer almış...Eee, yani bizim değerlerimiz olmalı mesela büyüklerimize karşı. Onların da etkileri büyük tabiki (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Zeynep – 1. Sırada

Duygu, çocuğu için yaptığı kutlamalarda geleneksel esintilerin bulunduğunu ifade ederek, yaptıkları “kırk uçuurma, diş hediğı ve doğum günü” gibi kutlamaların ve özellikle diş hediğı ritüelinin geleneksel esintilerinin sembolik değerini de şu ifadelerle yansıtmıştır:

“... Eeee, başkaaaa, hah, işte dişi çıktıktan sonra da diş hediğı denir bi bulgurdan yemek yapılır falan yani işte sağlıklı şekilde, eee dişleri çıktı diye bi anlamda şükretmek gibi bişey galiba. İşte, eeee gene bu da tabi eskilerden kalma bi gelenek, diş bulguru yapılır. Diş hediğı de deriz hatta. Sonra işte, eee neydi onun adı, eeee çocuğun önüne bazı şeyler koymuştuk mesela. Para, altın, oyuncak, kalem, eeee, kitap, sonra eee Kuranı Kerim, tesbih, makas gibi şeyler koymuştuk. Hani çocuk hangini alırsa ilerdeki mesleğı o yönde olur derler işte dedim ya biraz batıl inanç, eski geleneklerden yani. Kızım da, eee bu çok da hoşuma gitmişti, Kuranı Kerimi eline almıştı eeee, bi de kalemi tutmuştu böyle cicili bicili pembiş bi kalemdi, bi de makas vardı parlak ya dikkatini çekti sanırım sonradan onu da eline almıştı. Hani inşallah dedik ahlakı da işi gücü de yerinde olsun diye öyle...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Günümüzde çevresinde yapılan kutlamalarla ilgili çıkarımlarını da aktaran Duygu; kutlamaların genellikle kültürel adet olmasından dolayı gerçekleştirildiğini, kimi insanların gelenek ve görenek temsili için, kimi insanların ise, âdet yerini bulsun diye yaptığını dile getirmiş, aynı zamanda kültürel adet olmadığı düşüncesi ile bazı kimselerin kutlama yapmaktan kaçındığına değinerek bu yolla çevredeki kutlamaların kültürel arka planına ışık tutmuştur.

Gerçekleştirdiğı “diş buğdayı, doğum günü kutlaması ve özellikle diğer katılımcılardan farklı olarak “tuzlama ritüeli” ile Cennet için ise, geleneksel mevlitle yapmış olmaktan dolayı ailede kabul görmesine zemin hazırladığını düşündüğü “diş buğdayı” en önemli kutlama olmuştur. Buna yönelik ifadeleri şu şekildedir:

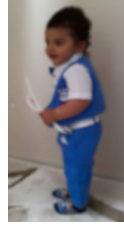
“Dişi çıktığı zaman mevlitli yapmıştık onu, teyzem kaynanam falan köyde milleti çağırıyordu. Hem kuran okunmuştu. Ortaya tepsi konup da yok makas aldı yok bunu aldı o olsun. Eeee, niye o yani ne bilim sonuçta çocuğum 9 aylık filandı, hem biraz böyle kendini de çok ilginç ama hoşuma da gitmişti hani sonuçta o baba tarafının hepsi seni tanımış oluyolar. Sen o geleneğı kabul ettiğın için akıllı bi gelin oluyosun, kabul etmişsin onların tavsiyelerini, sen akılı başında bi gelinsin. Öyle yeni hoppidi zıppidi değilsin bu iyi bişey aslında onların arasına girmek için de olabilir. Sivrilmenin bi manası yok...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Bazı durumlarda tüketimin amacı, yüksek değışim değeri yoluyla prestij kazanmak olduğundan (Featherstone, 2007; Leiss, 1978; Rochberg-Halton, 1986); ürünleri tüketmenin arka planında imaj peşinde koşan bireylerin, bu yolla kendilerine anlam katan tüketim deneyimleri yaşadığı ifade edilmektedir (Fırat ve Dholokia, 1998). Alan yazında da ritüellerin ve etkinliklerin kişilerin bireysel kimliğini yansıttığı (Fei vd., 2021); sosyal grup kimliğini temsil ettiği ve güçlendirdiğı yönünde çalışmalar mevcuttur. Bu anlamda etkinliğin aile kimliğinin oluşması ve güçlenmesinde rol oynaması (Fiese vd., 2006); kişinin çevresindeki insanlarla grup kimliğini paylaşmanın bir yolu olması ve kişinin çevresindeki insanlarla oluşturduğu sosyal grup kimliğini temsil etmesi (Belk, 1988; Fischler, 1988; Fiese vd., 2006) gibi araştırma sonuçları bir anlamda aile kimliğine olan aidiyet açısından katılımcılardan Cennet’in ifadelerini destekler niteliktedir. Cennet aynı zamanda kültürel adetler açısından

hediyeleşme davranışına gönderme yaparak, hediyeleşmenin yerli kültürde de kendine yer bulduğuna ve bu anlamda ritüel kutlamalarda hediyeleşmenin önemini vurgulamıştır.

Esen ise çocuğunun ilk yaş gününden çocuğunun fotoğrafını paylaşarak kültürel anlamda toplumda çocuğun ilk yaş gününe verilen öneme değinmiştir:

“Bizim toplumumuzda anneliğe, evlat sahibi olmaya önem verilir. O bakımdan ilk yaş gününde de çocuklar özenerek giydirilir. Kızsa prenses gibi, erkekse küçük bi delikanlı gibi. Ben de oğlumu minik bi erkek gibi giydirmiştim, çok da yakışmıştı. O yüzden değerlerimizi de barındırdığını düşünüyorum.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Esen – 2. Sırada

Araştırma bulguları, aynı zamanda katılımcıların çocukları için gerçekleştirdikleri özel gün etkinliklerinin yaşam tarzlarını temsil ettiğini de göstermektedir. Sadece üretim ve pazarlama süreçlerinin tasarımı ya da tüketim süreçlerinde değil, aynı zamanda sosyal ilişkilerde de kendini gösteren sembolizm kavramı, bireylerin yaşam tarzı farklılıklarını vurgulamakta ve bireylerin tüketim faaliyetlerinin deneyimsel tarafı ile tüketicinin zihnini canlı tutmaktadır (Featherstone, 2007; Leiss, 1978). Bu anlamda ritüel etkinliklerin yaşam tarzlarını temsil etmesi ile ortaya çıkan sembolik anlam da dikkat çekicidir. Alan yazında Madran ve Kabakçı (2002) ve Odabaşı (2014), bireylerin yaşam tarzlarının günlük hayattaki etkinliklerinde, kurdukları ilişkilerde ve tüketim eylemlerinde kendini göstereceğini ifade etmiştir. Katılımcılardan birkaçı manevi bir yaşam tarzı benimserken, bir kısmı ise sade bir yaşam tarzı benimsemiş ve bu anlamda kutlamaları bu ekseninde gerçekleştirerek ritüelle ilişkili sembolik deneyime yaşam tarzına uygun kutlama yapma ekseninde göndermelerde bulunmuşlardır. Alan yazında da günümüzde yapılan kutlamaların yeni moda akımlarını, imajı ve yaşam tarzını temsil ettiği ve günümüzde kutlamalarda modern yaklaşımları takip etmenin yeni pratiklere önem vermenin önem kazandığı (Altaş, 2018) ve tüketicilerin bu anlamda geleneksel ya da kültürel kutlamalara eğilim göstermelerinde yaşam tarzlarının rolü olduğuna (Kurt ve Özgen, 2013) yönelik araştırma sonuçları mevcuttur. Sarıtaş (2011), yürüttüğü çalışmada dış buğdayı gibi ritüellerin insan yaşamına yönelik önemli bir süreci yansıttığına ve ritüelin gerçekleştirilmesinde kullanılan objelerin ve etkinliği düzenleyiş şeklinin kişinin dünya görüşü ve yaşam tarzı açısından ipuçları taşıdığı yönünde çıkarımlarda bulunmuştur. Benzer şekilde Özdemir’e (2008) göre bireyler, bu tarz etkinlikler ve ritüeller vasıtasıyla

yaşam tarzlarını yansıtmakta, çevresine sunmakta ve hem kendi kimliklerine hem de yaşamlarına anlam katmaktadır. Ritüel deneyimlerine kendi zevklerini katan bireyler (Fei vd., 2021) bu anlamda bireysel ve toplumsal yaşam tarzlarını yansıtmaktadır. Araştırma bulgularında da çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinin yaşam tarzına uygun bir biçimde gerçekleştirilmesi alan yazınla uyumludur.

Katılımcılardan Sultan, eski zamanlarda gerçekleştirilen geleneksel kutlamalara duyduğu özlemi ortaya koyarak, bu anlamda gerçekleştirdiği kutlamaların yaşam tarzını temsil edecek sade bir biçimde olduğuna aşağıdaki ifadelerle atıf yapmıştır:

“Çok büyük bir doğum günü partisi yapmadığım için açıkçası yaşam tarzıma çok da fazla aksi bir durum olduğunu düşünmüyorum. Benim değerlerime göre aşırı derecede bişeylerin abartılması, eee, zaten daha önce de söylediğim gibi saçma geliyo. Biçok şu anda, nasıl diyim hem medyada hem normal hayatta normal olarak yapılan bebekler için olsun doğum günü partileri olsun, doğmadan önce yapılan şeyler olsun; bunlar bana çok abartılı geliyodu. (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda Sultan, çocuğunun diş buğdayı ve ilk yaş günü kutlamasının da yaşam tarzını temsil ettiğini belirterek paylaştığı fotoğraflar yoluyla bunu desteklemiştir:

Eee, ben böyle bi abartılı doğum günü yapmadım sadece kendi el emeğim olan öyle bi pastayla ufak bi küçücük bir iyi ki doğdun Emine Sena nidalarıyla kutlanmış bir doğum günüydü açıkçası. Çok da yaşam tarzımın dışında olduğunu söyleyemicem o yüzden.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Mmm, kızımın diş bulgurunda da toplumun ve toplumdaki insanların ya da çevremizdeki insanların gözüne sokulan hiçbir şey yok o yüzden de eee böyle bu tarz kendi emeğimle, kendi uğraşlarımla yaptığım her şey benim çok hoşuma gidiyo. Bu yüzden kıymetli.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Sultan – 1. Sırada



Sultan – 2. Sırada

Alan yazında Kurt ve Özgen’in (2013) tüketicilerin geçmişteki geleneksel bağlamda gerçekleştirilen kutlamalara duyduğu özleme değinmesi, Sultan’dan elde edilen bulgu ile benzer bir yaklaşım sergilemiştir.

Çisem de özellikle kırk uçurma ve diş buğdayında geleneksel uygulamaları yansıttığını dile getirirken, bu tarz ritüellerin toplumsal değerleri yansıttığını dile getirirken, çocuğunun doğum mevlidini ve ilk yaş günü kutlamasını sade bir biçimde gerçekleştirmenin yaşam tarzlarını temsil ettiğini paylaştığı fotoğraflarla da destekleyerek açıklamıştır:

“Eee, yani evet yaşam tarzımıza göre bi etkinlikti bizim için. Hem kızımızın kırk uçurmasını yaptık, kırk banyosunu yaptık hem de dualarla mevlitle daha manevi bir atmosferle bunu gerçekleştirdik çok güzeldi yani. Hem de gelen misafirlere o günü temsilen anı niteliğinde ikramlarımız da oldu. O yüzden toplumsal değerlerimize uygun olarak bir kırk mevlidi gerçekleştirmiş olduk... (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

“Kendi zamanımızda da doğum günü kutlamaları hemen hemen böyle oluyordu aslında, bi pasta, hediye, süslemeler ve aile arasında bi kutlama. O anlamda yaşam tarzımızı yansıttığını düşünüyorum evet” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



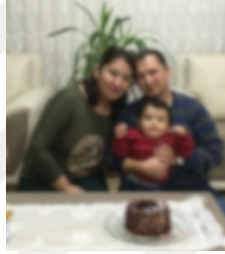
Çisem - 2. Sırada



Çisem – 3. Sırada

Açelya ise, özel günlerde genellikle sade ve aile arasında kutlama yaptıklarını ifade ederken bu anlamda çocuğunun ilk yaş günü kutlamasının sade yaşam tarzlarını temsil ettiğine şu ifadelerle yer vermiştir:

Bu fotoğraf da tam bizim inandığımız yaşam tarzını gösteriyor. Bizim için önemli olan ailemizle birlikte o anı, mutlu doyusya sindirerek yaşamak ve o günü bu değerler çerçevesinde kutlamaktı. Biz de bu şekilde sade bir partiyle kutlamış olduk.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Açelya – 1. Sırada

Katılımcılardan Esen, çocuğu için gerçekleştirdiği ilk yaş günü kutlamasının kendi emeği ve sevgisini yansıtabileceği şekilde kendi yaşam tarzlarını temsil eden yönüne aşağıdaki gibi değinmiştir:

“Yani toplumsal değerlerimiz açısından eskilerden çok izler taşımıyor belki böyle şeyler görsel olarak ama ben gene de çocuğum için özenmiştim, bugünkü sosyal mecralarda, bugünkü annelerin de özen gösterdiği bir şeyleri yaklaşık 8-9 sene önce kendi emeğimi katarak yaptığım için. Kendi yaşam tarzımızdan izler taşıdığını düşünüyorum. Çektirdiğim fotoğrafta, magnetleri seçerken, fotoğrafları çoğaltıp çıkartırken ve magnetleri hazırlarken tüm süreçlerde kendim vardım. O yüzden anne emeğini taşıdığını ve değerlerimizi taşıyor bence.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Esen – 3. Sırada

Alan yazında da Odabaşı (2014), kimlik oluşumunda tüketimin bireylerin yerini aldığını ve tüketim eylemlerinde bireylerin arzu ettikleri ve kendi benliklerini tamamladıkları şekilde bu eylemlerin bir parçası haline geldiklerine değinmiştir. Katılımcılardan Esen’in de

ifadelerinden, kendi benliğini, emeğini ve yaşam değerlerini ritüelle ilişkili sembolik deneyimlere yansıttığı anlaşılmaktadır.

Zehra, günümüz modern kutlamalarından ziyade geleneksel kutlamaların daha kıymetli olduğuna gönderme yaparken, bu ekseninde düzenlenen kutlamaların çocuğun yetiştirme tarzı açısından da önemli bir role sahip olduğunu belirtmiştir. Aynı zamanda çocuğunun ilk yaş doğum günü için hazırladığı pastanın da bu anlamda geleneksel bir formu temsil ettiğini dile getirirken bu tarz kutlamaların yaşam tarzlarını ve toplumsal değerleri temsil ettiğini dile getirmiştir:

“...Şu anda mesela teknolojinin çok ileri olduğu bir dönemdeyiz. Çok ileri bir çağdayız alışverişin, teknolojinin her şeyin zirvede olduğu bir dönemdeyiz tabi kendi dönemimize göre. Ama her ne kadar bunlar çok güzel olsa da geçmişe dair bir fotoğraf gördüğümüzde insanların o zamanki yaşadıkları, giyim kuşamları, yedikleri içtikleri şeyler, kaldıkları evler, kullandıkları eşyalar bunlar hep bize daha masum daha güzel daha doğal geliyo. Eski fotoğraflarda yani. Aa eskiden ne kadar güzelmış diyoruz mesela. E her anlamda yani. Şu anda biz bu teknolojinin ileri olduğu bir dönemdeyiz, bizim çocuklarımız daha da ileri bir dönemde olacaklar inşallah. Ben istiyorum ki mesela onlar da bu fotoğraflara baktıklarında işte bak annem bizim pastalarımızı kendisi hazırlamış. Hem doğallık açısından, çocuklarına yapay şeyler yedirmemek adına hem de emek harcaman. İşte daha doğal daha masum daha güzel olması açısından bu şekilde hiç dışardan hazır şey kullanmamaya çalıştığım doğum günlerinde çocuklarımın. O yüzden kendi değerlerimizi ve toplumsal değerlerimizi, yaşam tarzımızı hem şimdi hem de ileride bu fotoğrafın ya da bu kutlamaların temsil edeceğini düşünüyorum.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da yürütülen bir çalışmada Jennings ve Brace-Govan (2014) el emeği ile düzenlenen sade kutlamaların çocuklarını hayata karşı sağlam ilişkiler geliştirme ve aşırı materyalizmle başa çıkma konusunda yol gösterici olduğuna değinmiştir. Kurt ve Özgen (2013) ise, tüketicilerin geleneksel ya da modern kutlamalara eğilim göstermelerinde ya da bu kutlamaları birbirlerine tercih etmelerinde, benimsedikleri yaşam tarzının rolünün önem taşıdığına değinmiştir. Bu anlamda Zehra'nın geleneksel kutlamaları benimsemesinin yaşam tarzları ile uyumuna yönelik ifadeleri ve bu ekseninde çocuğuna bir mesaj vermek arzusu, alan yazın ile benzerlik göstermektedir.

Katılımcılardan Nur ise, çocuğu için gerçekleştirdiği doğum günü kutlamalarının kültürel adet olmadığını; ancak kırk uçurma ve diğ hediğı gibi geleneksel ritüellerin kültürel otantikliği yansıtan ve bu anlamda toplumsal değerleri ve yaşam tarzlarını temsil ettiklerine değinmiştir. Çisem ise, çocuğunun kırk uçurma ritüelini mevlitli bir biçimde gerçekleştirerek dini inançlarını temsil eden, toplumsal değerlere ve yaşam tarzlarına uygun bir etkinlik paylaşımı içinde olduklarını ifade etmiştir:

“Eee, yani evet yaşam tarzımıza göre bir etkinliği bizim için... O yüzden hem toplumsal değerlerimize uygun olarak bir kırk mevlidi gerçekleştirmiş olduk hem de misafirlerimizle güzel bir anı paylaşımına girmiş olduk.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Yaşantısında dini inancı gereğı helal beslenme alışkanlığını benimseyen Defne, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için helal gıdaya uygun özel pasta yaptırmış, manevi yaşam tarzlarının pasta üzerinden temsilini sunmuştur:

...Özellikle ambalaj ürünleri noktasında, yaş pasta olsun, kurabiye olsun, ya kendimiz yapıyoruz ya da helal ürünlerle yapılan yerlerden yaptırıyoruz. Bu pastayı da aynı şekilde daha önce de söylediğim gibi helal gıda ürünleri sunan bir yer aracılığıyla kızım için yaptırmıştım (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi) Bu fotoğraf aslında benim hayatımda dikkat ettiğim helal gıdayı temsil ediyor. Daha önce de dediğim gibi ailece eşimle biz helal gıdaya çok önem veririz. Özellikle Gimdes Sertifikalı ürünleri kullanmaya dikkat ediyoruz. O sertifikalar doğrultusunda aynı kurallara uyan başka bir kurumdan bize uyacak şekilde bi pasta yaptırdığım için kendimle de gurur duyuyorum. Hem ailem için en güzelini, en temizini seçmeye çalıştığım için ve özellikle kızımın birinci yaş gününde burda bu imkânlarla erişim sağlayarak yaş pastasını en temiz şekilde yaptırdığım için kendi adıma çok mutlu olduğumu söyleyebilirim.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda çocuğunun ilk yaş günü pastasına verdiği emeği ve çabayı da bu bakış açısıyla yansıtan Defne, çocuğuna verdiği kıymeti ve yaşam tarzını pasta aracılığıyla yansıtmıştır:

“.. Bakınca kızıma özel olarak seçtiğim, kızım için özel olarak yaptırdığım bi pasta kızım için verdiğim çaba ve emeği görüyorum şimdi bu fotoğrafa baktığımda...” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Defne – 1. Sırada

Duygu ise çocuğunun diş bulguru ritüelinin hem gelenekleri hem de manevi yaşam tarzlarını temsil ettiğini ifade etmiştir.

“Eee, evet aslında tam olarak yaşam tarzımızı resmetmiş diye düşünüyorum...Çünkü hem bi geleneği yerine getirmişiz hem de dişleri sağlıklı çıkmaya devam etsin diye güzel dualarda, temennilerde bulunmuşuz...Hem fotoğraf da zaten 22-23 sene öncesinden yani evdeki eşyalar olsun, kızımın kıyafeti olsun tam anlamıyla bizim değerlerimizi ve o günümüzü yansıtıyor bence.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)



Duygu – 1. Sırada

Sonuç olarak ritüel ile ilişkili sembolik deneyimlerin ayrıntıları ile ilgili öne çıkan kavramlar, ChatGPT yapay zekâ aracı vasıtasıyla bir kelime bulutuna yansıtılmış olup, Şekil 9’dan izlenebilir (OpenAI, 2024).

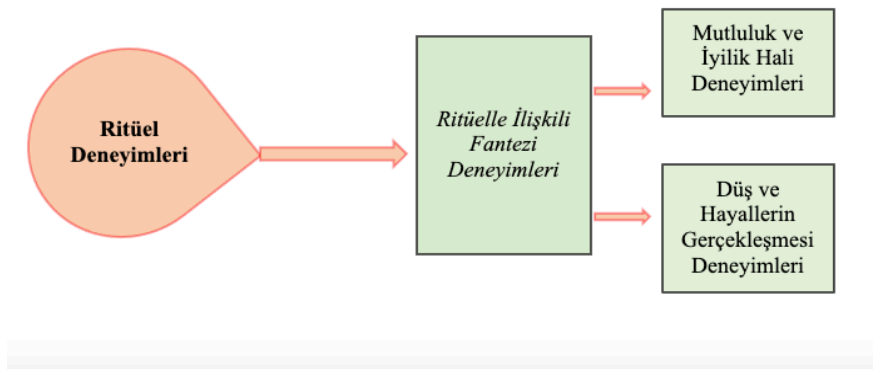


Şekil 9. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler Kelime Bulutu

4.1.1.3. Ritüelle İlişkili Fantezi Deneyimleri

Bulgular, katılımcılar tarafından ritüel deneyimlerin yaşattığı fantezi deneyimlerinin önemini ortaya koymuştur. Ritüelle ilişkili fantezi deneyimleri “mutluluk ve iyilik hali deneyimi” ve “düş / hayallerin gerçekleşmesi deneyimi” olarak görülmüştür. Bu anlamda bütün katılımcılar (17 katılımcı), bu deneyim türünün farklı boyutlarına vurgu yapmışlardır. Ritüelle ilişkili fantezi deneyimleri içerisinde “mutluluk ve iyilik hali deneyimi” ve “düş / hayallerin gerçekleşmesi deneyiminin” öne çıktığı dikkat çekmektedir. Katılımcılar, “ritüele hazırlanmanın ve gerçekleştirmenin yaşattığı duyguları” ve “hediyelerin yaşattığı duyguları” mutluluk ve iyilik hali deneyiminin yaşanmasında öne çıkarırken, “mutluluk, duygusallık, heyecan, sevinç” gibi duyguların yanı sıra, ters anlamli olarak da “stres, kaygı, endişe, telaş” gibi duygulara göndermelerde bulunmuştur. Düş ve hayallerin gerçekleşmesi deneyimi açısından da “ritüele hazırlanmanın ve gerçekleştirmenin yaşattığı duygular” belirleyici olmuştur. Alan yazında da bireylerin duygularını anlamada deneyimlerin önemli olduğuna (Rai ve Nayak, 2020); etkinlikler aracılığıyla yaşanan deneyimlerin çoğunlukla duygular ve hislerden etkilendiğine (Park ve Park, 2017; Sorrentino vd., 2020; Van Niekerk, 2017) ve bireylerin çeşitli türden deneyim yaşarken mutluluk, heyecan ve neşe gibi benzersiz hislerin deneyimden elde edilecek zevkte önemli olduğuna (Shaw ve Ivens, 2002) değinilmiştir. Bu anlamda araştırma kapsamında tüketici deneyimleri açısından ritüelle ilişkili fantezi deneyimlerinin incelenmesi; ritüellerin katılımcılar açısından ifade ettiği anlam ve ilgili arka planın ortaya konması noktasında önem taşımaktadır.

Ritüelle ilişkili fantezi deneyimlerine dair ayrıntılar Şekil 10’dan izlenebilmektedir.

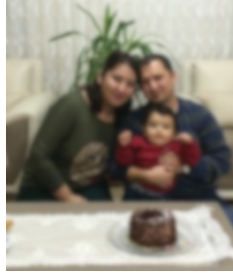


Şekil 10. Ritüelle İlişkili Fantezi Deneyimler

4.1.1.3.1 Mutluluk ve İyilik Hali Deneyimleri

Bulgular, ritüelle ilişkili fantezi deneyimlerinin yaşanmasında “mutluluk ve iyilik hali deneyimlerinin” ön plana çıktığını göstermektedir. Katılımcıların tamamının (17 katılımcı) bu deneyim türüne çeşitli yönleriyle değindikleri görülmektedir. Bu anlamda bu deneyim türü ile ilgili olarak “ritüele hazırlanmanın ve gerçekleştirmenin yaşattığı duygular” ve “hediyelerin yaşattığı duygular” öne çıkmıştır. Ritüelle ilişkili fantezi deneyimlerinde mutluluk ve iyilik hali deneyimi altında katılımcıların gönderme yaptığı duygular, “mutluluk, duygusallık, heyecan, sevinç” gibi duyguların yanı sıra, ters anlamlı olarak da “stres, kaygı, endişe, telaş” gibi duygulardan oluşmaktadır. Katılımcılar genel itibarıyla çocukları için düzenledikleri özel gün etkinliklerinin mutlu edici özelliğine değinirken; ritüel kutlamalara hazırlık sürecinde diğer günlere kıyasla daha özel, mutlu ve heyecanlı hisler taşıdıklarını; kutlamayı gerçekleştirirken de benzer şekilde heyecan, mutluluk ve sevinç hisleri taşıdıklarını ifade etmişlerdir. Altaş (2018), bir annenin çocuğunun özel zamanlarında kendini iyi hissetmek için kutlama yapabildiğine; Fei ve meslektaşları (2021), gerçekleştirilen ritüel etkinlik ile kişinin kendini mutlu ettiğine değinmişlerdir. Yanı sıra, Kurt ve Özgen (2013), annelerin çocuklarını mutlu etme yönünde yoğun çaba ve arzu taşıdıklarını; Schoonmaker (2006), ise bir annenin çocuğunun doğum gününün kutlamasının arka planında yer alan etmenin çocuğu mutlu etme güdüsü olduğuna değinmiştir. Aynı zamanda bir ailenin maddi durumu elverirse bile çocuklarını mutlu etmek için iyi bir biçimde hazırlanılmış kutlama düzenlediklerine (Bareiss vd., 2009; Edin ve Lein, 1997; Lee vd., 2009; Mistry vd., 2008 Seccombe, 2007) yönelik sonuçların olması, bu anlamda ritüel ve kutlamalar açısından yaşanan deneyimlerde hem anne için hem de çocuk açısından yaşanan fantezi deneyimlerinin payına dikkat çekmektedir. Bir deneyimi yaşarken sevinç, neşe ve iyi hislerle dolma (Triantafillidou ve Siomkos, 2014) ritüel deneyimlerin yaşanmasındaki iyi duygular açısından alan yazında kendine yer bulmuştur. Araştırma bulguları da ritüelle ilişkili fantezi deneyimleri içinde mutluluk ve iyilik hali deneyiminde mutluluk ve heyecan duygusunun önemli bir yeri olduğu göstermektedir.

Katılımcılardan Açelya, doğum günlerinde kutlama yapmanın ve pasta kesmenin çocuğu mutlu etmek için yapılan bir eylem olduğuna değinerek bu yolla yaşadığı “mutluluk ve iyilik hali deneyimine” vurgu yapmıştır. Paylaştığı fotoğrafla da o günkü hislerini destekleyen Açelya’nın fotoğrafı ve ifadeleri aşağıdan izlenebilmektedir:



Açelya 1. Sırada

“Fotoğrafa bakınca, eşimle bir ömrü paylaşma kararı aldıktan sonra ardından evlilik ve hayalini kurduğumuz oğlumuzun doğumu ve birlikte emek vererek 1 yaşına getirmiş olduğumuzun mutluluğunu görüyorum.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Alan yazında da benzer şekilde Jennings ve Brace-Govan (2014), kutlamaların annenin çocuğunu memnun etmek için olduğu sonucuna varmıştır.

Benzer şekilde Duygu da bir annenin çocuğuna özel bir şeyler yapmasının hem çocuğu hem anneyi mutlu edeceğine atıfta bulunmuş; aynı zamanda ilk yaş doğum günü kutlamasına hazırlık sürecinde ve kutlama anında mutluluk ve heyecan dolu hisler taşıdığına değinerek “mutluluk ve iyilik hali deneyimine” vurgu yapmıştır. Kutlama günkü hislerine yönelik yaptığı “ışıl ışıl, göz kamaştırıcı, insanı göklere çıkaran ve içine mutluluk veren bi dönme dolaba binmek gibi” benzetmesi ile diğer katılımcılardan çarpıcı ve özgün bir şekilde farklılaşan Duygu şu ifadelerde bulunmuştur:

“Sanki o gün ve eee o günkü hislerimi dönmedolaba benzetirdim. Böyle ışıl ışıl, göz kamaştırıcı, insanı göklere çıkaran ve içine mutluluk veren bi dönmedolaba binmek gibi diyebilirim. Kızımın gözündeki mutluluk, o ışıltı, onun için yaptığım şeyler, misafirlerimizin memnun olmuş olması, eşimle bu güzel duyguları paylaşıyor olmak ve Allaha şükretmek işte bana o gün dönmedolap gibi geldi...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Duygu’nun bu ifadeleri alan yazında Csikszentmihalyi (1996)’nin yaklaşımıyla benzerlik taşımaktadır. Araştırmacıya göre bireyin içinde bulunduğu mekâna ya da nesneye ilişkin algısında, içinde bulunduğu çevresel bağlamın önemli bir rolü bulunmaktadır. Bu anlamda yaşadığı etkileşimle gerek fiziksel gerekse de mental ve duygusal duyumsamalarla dolan birey, adeta cezbedici bir dünyanın içindeymişçesine fantezi deneyiminin bir parçası olur. Bu anlamda Duygu’nun, çocuğunun ilk yaş günü etkinliğinin gerçekleştiği günkü hisleri ve yaptığı “dönme dolap” benzetmesi, yaşadığı cezbedici hislerin bir göstergesidir, denebilir.

Aysel, çocuğunun kırk uçurma ritüeline hazırlık sürecinin heyecan ve mutluluk dolu olduğuna şu sözlerle göndermelerde bulunmuştur:

“Ya mesela ben hazırlığımı doğum olmadan önce yaptım. Çünkü kırklı anne hiçbirşey yapamaz, yapacak olana dışardan bi destek gelmesi lazım ben de o yüzden pasta, börek, çörek, içli köfte onların hepsini yaptım ve kırkıdan önce dondurucuya koydum. Mutluluk ve heyecan vardı o süreçte. Hamilelik son ayımda yaptım arkadaşlar da yardımcı oldu ama o hazırlığı yapmak çok heyecanlıydı. Doğunca şöyle olacak böyle olacak diye düşünüyosun. Heyecan verici ve mutlu edici bir süreç ve zamanın daha hızlı geçmesine sebep oluyo. Çünkü anneler çoğu doğuma yakın hem heyecanlanıyolar hem korkuyolar bi an önce kucağına alma isteği oluyo. O yüzden bu hazırlık süreci benim için iyi oldu.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Melahat ise, özel günlere ilişkin yapılan kutlamaların önemli olduğunu vurgulayarak çocukları için yaptıkları kutlamaların kendisini mutlu ettiğini belirtmiştir. Aynı zamanda çocuğunun ilk yaş gününden paylaştığı fotoğrafla ilgili hislerini aktarırken de kutlama yapmış olmanın çocuk için de mutlu edici bir eylem olduğuna işaret etmiştir.



Melahat – 4. Sırada

“...Mesela, şimdi çocuğum bu resmine baktığında diyecek ki doğum günümde ne kadar mutluymuşum nası gülmüşüm ne güzel diyecek şimdi tekrar mutlu olacak. Yani hepsi de mutluluk vesileleri.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Diğer katılımcılardan farklı olarak Sultan, çocuğunun kırk uçurma ritüeliyle ilgili hazırlık sürecinden bahsederken, o günün sıradan bir günden farklılaştığına ve farklı hisler yaşamasına zemin hazırladığına değinmiş, bu anlamda yaşadığı “mutluluk ve iyilik hali deneyimine” göndermelerde bulunmuştur:

“Tabiki yani normalde de doğada yürümüşümdür bi şeyler toplamışım ama o gün farklı bi hazırlık süreci farklı bi hissiyat oluyo. Daha fazla önemsiyosun yani sıradan olmuyo. Özel bi gün olduğu için.” “Yani ne hissettirdi, farklı yapraklar farklı taşlar aradım. Tam da kırk tane farklı ağacı yaprağı nereden bulabilirsin. Gezdim yukarlara doğru çıktım biraz tırandım. Bi yandan da heyecanlanıyosun yani bunu sebepsiz yapmıyosun biri için yapıyosun. Aranıza yeni katılmış bi eleman var. Onu, ııı, daha iyi olacağına inandığın için biraz daha illaki birilerine göstermek için değil de sen iyi hissetmen için ya da onun iyi hissetmesi için yapıcaksın. Bilmiyorum dağlarda toplamıştım yani yaprakları, farklı ağaçlar bulmaya çalışmıştım. Orda belki para harcamadım ama zaman harcadım emek harcadım mesela çam ağaçları vardı iğne yapraklılar vardı, badem ağaçları, erik ağaçları, pelit dediğimiz hepsinin diplerine varıp farklı farklı yaprak çeşitleri bulmaya çalıştım. Bi tanesi kocamandı mesela diğeri küçüktü. Tek tek seçmişim özeldi yani normal bi gün gibi değildi. Eskiden 5 taş oynardık çocukluğumuzda onun için de taş arardık. Bir sürü taşlar bulurduk, aynı taşlar olması lazımdı onda da, farklı taşlar değil. Bunda da özel olarak seçiyosun yani hani. Farklı olacak, aynı olmicak diyerek başka bi niyet var yani.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Üstüner ve meslektaşları (2000), günlük yaşamdaki ritüel deneyimlerin bireylerin yaşamları ve tüketim davranışları üzerinde duygusal bir iz bırakma eğiliminde olduğunu belirtmiştir. Aynı zamanda ritüellerin, günlük hayatı ve eylemleri daha iyi ve keyifli hale getirdiğine (Vohs vd., 2013) değinilmesi de araştırma bulgusuyla benzer nitelik taşımaktadır.

Çisem, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasından paylaştığı fotoğraflarla çocuğunun özel gününü beraberce paylaşmanın mutluluğunu ve o güne mutlulukla ve heyecanla yaptığı hazırlıklara yönelik yaşadığı “mutluluk ve iyilik hali deneyimini” yansıtmıştır.



Kırk mevlüdüne ait paylaştığı fotoğraf ile (2. Sırada) yaptığı “*pembe kalp*” benzetmesi ile o günkü hislerini örtüştüren Çisem, aynı zamanda çocuğu ile beraber yer aldığı fotoğrafa ilişkin (3. Sırada) de yaşadığı mutluluğu aşağıdaki ifadelerde yansıtmıştır:

“Kızımızın kırkı çıktığında hem kırk banyosunu hem de dualı olsun diye mevlüdünü aynı gün okutmuştuk...Bu fotoğrafı neye benzetebilirim. Pembe bi kalbe benzetirdim çünkü hem konsept olarak pembeyi seçtim, hem kalp çarpıntıları ve heyecanla o günün hazırlığını ve o günü yaşadığım için bunlardan ötürü pembe bi kalbe benzetiyorum.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

“...Hem mutluluk, hem duygusallık hem de her geçen gün aramızdaki bağın ve iletişimin kuvvetleniyor olmasını deneyimlediğim için şimdi bu fotoğrafa bakınca daha bi mutlu oluyorum (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

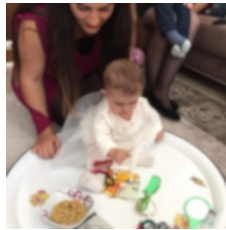
Esma da çocuğunun ilk yaş doğum gününe hazırlanmanın ve o günün kendisi için mutluluk ve heyecan dolu olduğuna değinmiştir. Çocuğunun ilk yaş doğum gününe ilişkin paylaştığı fotoğraf ile bu deneyimi destekleyen Esma, o günkü hislerini “*saadet ve mutluluk*” benzetmesi ile “ilk yaş doğum günü kutlaması ve saadeti” özdeşleştirmiştir.



Esma – 5. Sırada

“Saadet diyebilirim ya; hani çünkü sağlıklı bi evladın var mutlu bi evliliğin var. Bunların birleşmesiyle hazırlanmış bi, eeee, bi eğlence bi birlikteliğin içindesin, onun bi anısı. Mutlu bi beraberlikten olan bebeğimizin özel günü yani. O günü yansıtan, bizim mutluluğumuzu, bizi gösteren bi kare yani. (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Çocuğunun diş buğdayı ritüeli ve ilk yaş doğum gününe ilişkin paylaştığı fotoğrafla da (2. Sırada) ritüelle ilişkili fantezi deneyimlerinde, mutluluk ve iyilik hali deneyimini destekleyen Esma’nın o güne ait fotoğrafı ve ifadeleri aşağıdaki gibidir:



Esma – 2. Sırada

“Yani zaten öncelikle dişlerinin sağlıklı şekilde çıkmış olduğuna bi seviniyosun...Eeee, sonra da zaten bu fotoğrafta geleneklerimize göre hani, çocuk ne seçerse büyüünce onu olur dedikleri için onun bi heyecanı var. Acaba neyi seçecek, ilk neye elini atacak hani onu düşünüyorsunuz. O ilk seçtiğinde bi gülme oluyo. Herkes bi gülüyo. Çünkü çocuk bi kararsız kalıyo, bi ona dokunuyo bi ona dokunuyo, en son bi şeyi seçiyö. Bunu izlemek heyecanlı oluyordu yani. (2. Fotoğraf Verisi)

Benzer şekilde Sümbül de çocuğunun ilk yaş günü için hazırlık yapmanın kendisi için çok heyecanlı, keyifli bir etkinlik olduğunu dile getirirken bu anlamda ritüelle ilişkili fantezi

deneyimi altında mutluluk ve iyilik hali deneyimine taşıdığı “heyecan ve mutluluk” hisleri açısından gönderme yapmıştır:

“Alışveriş süreci keyifliydi çok keyifliydi ya onun için onlara bakmak, onlar için kafa yormak, sırf onun için bir şey yapmak gezmek bakmak, heyecandı, mutluluktan Sipariş ettiğim şeyin gelişini beklemek o heyecan. Hatta eve gelmedi ben kayserideydim kayseriye yönlendirdim ne gelmiş bakayım diye. Benim için bi heyecandı pastası nasıl olacak kadın gerçekten yapabilecek mi yoksa dolandırıcı mı falan çünkü Instagramdan bulmuştum...Mesela ben alışverişini severim yalan yok yani. Bişeyleri bakmaya almayı severim ama yani kızım alırken daha keyifle alıyorum uzun zamandır kendime bi şey almadığımı fark ettim hep kızım aldığımı fark ettim. O hazırlıkları yaparken alışveriş yaparken hep keyif aldım yani, böyle mi olsun şöyle mi olsun güzel olsun diye...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda çocuğunun bir yaşına sağlıklı gelmiş olmasından dolayı mutluluk ve şükür dolu hislerle aslında o gün kendilerini kutladıklarını dile getiren Sümül, o günkü bu hislerine çarpıcı bir ifade ile işaret etmiştir:

“... Anneyle baba bence kendini kutluyolar doğum günlerinde, çocuğu çok şükür bir yaşına getirebildik diye. Bizim için öyle oldu bir yaşına kadar hayatta tutabildik diye kendimizi kutladık.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Zehra ise, çocuğunun sağlıklı büyüdüğüne şahitlik etmekten duyduğu mutluluğu ve sevinci dile getirerek, ilk yaş günü kutlamasına dair paylaştığı fotoğrafla “mutluluk ve iyilik hali deneyimini” desteklemiş ve şu ifadelerde bulunmuştur:



Zehra 1. Sırada

“Yani dediğim gibi sağlıklı büyüdüklerini görmek çocuklarımın, onlarla bir seneyi geçirmiş olmak beni hem mutlu etti hem duygulandırdı hem de gelecek adına heyecanlandırdı diğer yaşlarını da hayal edince. Kutlamalarımızı da büyük çaplı yapmadığımız için kendi aramızda çok bir yorgunluk olmadı açıkçası tatlı bir telaş diyebilirim. Bitince de o günü düşünüp çocuklarıma bakıp varlıklarına şükretmişim genel olarak.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Fotoğrafa baktığım zaman tabii ki çok mutlu oluyorum. Geçmişe dair anılarımı hatırlamış oluyorum. İkinci kızımın ilk yaş gününü arkadaşlarımızın da iştiraki ile kutlamıştık, ilk kızımın birinci yaş gününde tatilde olduğumuz için bulunduğumuz yerde küçük bi pasta ile kutlamıştık ama Zülal’in doğum günü daha bi kutlama havasında geçmişti. Hem de bulunduğumuz ilden ayrılacaktık ve arkadaşlarımızla da kızımın ilk yaş gününü böyle bir veda havası içinde daha duygusal olmuştu (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Defne ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasına hazırlık sürecinin onun için heyecanlı ve mutluluk dolu geçtiğini ifade ederek, o güne diğer günlerden farklı bir anlam yüklediğine değinmiştir. Bu anlamda ritüelle ilişkili “mutluluk ve iyilik hali deneyimini” fotoğraflarla da destekleyen Defne, o günü “*mutlu sonla biten bir masala*” benzeterek, yaşadığı deneyimi pekiştirmiş ve şu ifadelerde bulunmuştur:

“... Heyecan verici ve mutlu ediciydi çocuğumun ilk yaşını kutlamak... Öyle ama çok da mutlu oldum güzel bi doğum günü kutladık, bir arada kutladık özellikle. Bir arada kutladığımız için, halalarıyla bir arada kutladığımız için çok mutlu oldum.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Katılımcının paylaştığı fotoğraflar (1. Sırada ve 2. Sırada) ve ilgili ifadeleri aşağıdan izlenebilir:



Defne – 1. Sırada Defne – 2. Sırada

...Masallarda hep bi mutlu son olur ya. Bu da benim için mutlu bir son gibi. 1 senelik maceranın sonuna geldik...” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

“O gün önemli bi gün benim için, yani mutluluk hissediyorum o günü güzel bi şekilde geçirdiğimiz için şimdi bu fotoğraf bana mutluluk ifade ediyor açıkçası... O günü de ikinci ailemle güzel bir şekilde geçirdiğim için ve o günün heyecanını yaşayabildiğim için çok mutlu olduğumu şimdi fotoğrafa bakınca da hissediyorum...” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Melahat, çocuklarının özel günlerine hazırlık sürecinin kendisinde yarattığı heyecanla karışık mutluluk hissine şu sözleriyle değinmiştir:

“Ayyyyyy (sevinç, coşku ve heyecan ile) yatamadım o gece hiç Duyguuuuu. Sağa dönüyom sola dönüyom, uyu diyorlar yarın senin için önemli bir gün. Yani toplanman lazım, öyle şey eee ayakta olacaksın, herkesler gelecek; ama hiç inan ki 10 yaşına vardı heralde, çocukların doğum günü kutlayacağım zaman bile bir gece önce hala yatamıyorum ben mutluluktan yani...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da yaklaşan bir deneyimin tadını çıkarmanın ve ondan duyulan hazzın, devam eden ve hatırlanan deneyim zevkini olumlu yönde etkilediği (Chun vd., 2017) ifade edilmektedir. Fei ve meslektaşları’nın (2021) ise, ritüel etkinlikten önce etkinliğin dört gözle beklendiğine işaret etmesi, araştırmanın bu bulgusuyla benzerlik taşımaktadır. Ayrıca Melahat, dış hedişi etkinliğinin mutluluk ve heyecan uyandırıcı olduğuna, “*bir pasta yarışmasının sonunda lezzeti ile herkesi mutlu eden bir pasta yapmak gibi*” benzetmesi ile yaklaşmıştır. Aynı zamanda o güne ait paylaştığı fotoğraflarla hislerini destekleyen Melahat, fotoğraflara yönelik yaptığı “mutluluk” benzetmesi ile ritüelle ilişkili fantezi deneyimlerine işaret etmiştir. Katılımcının paylaştığı fotoğraf ve ifadeleri aşağıdaki gibidir:



Melahat – 2. Sırada

“Çocuklarımın dışı çıkmış, bir evreyi daha sağlıklı olarak, eee, geçirmişler, bu benim için hem mutlululuk hem heyecan duygularını hissettiriyor...Bu fotoğrafı mutluluğa benzetebilirim. Çünkü çocuklarımın en mutlu oldukları andı. O gün en çok pastada mutlu oldular. O ışık yanıp da böyle pasta müzik çıkarttığında. Bu pastada çok mutlu oldular mesela, onda o müzik çaldığı zaman yani onu ellemek istediler, almak istediler mesela o resim benim favorim oldu, onun için de saklamışım resmi.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Hande, çocuğunun ilk yaş gününde duygusallıkla karışık mutluluk hissi yaşadığına şu ifadelerle değinmiştir:

“...Hem keyifli hem eğlenceli hem duygusaldım böyle hani. Senden olan bişeyin doğduğu günü kutluyosun. Bi de böyle çok şey böyle misafirler falan herkes aynı ortak şeyi kutladığı için böyle bi daha fazla bi keyif veriyö. Hani acı gibi mesela. Acını da paylaşınca azalır. Mutluluk da böyle paylaşınca çoğalıyo. Biraz da ondan mı acaba kutlama gereği duyuyoruz. Böyle ailenle, eşinle, dostunla, arkadaşlarınla o günü kutlarken o paylaşımı, o şeyi hissetmişim mesela duygu olarak. Paylaşmanın getirdiği mutluluk. Hepiniz anı şeyi paylaşıyorsunuz. Mesela ona hediyeler geliyo. Onlar da senin gibi aynı şeyi kutladığı için, Alyayı herkes kucaktan kucağa hani seviyo şey yapıyo. Hani çok güzel bi ortam olmuştu. Çok keyifliydi, çok eğlenceliydi...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Yaşadığı duygusallıkla karışık mutluluk hissini temsil ettiğini düşündüğü ve “Mutluluk ve iyilik hali deneyimini” paylaştığı fotoğraflarla da destekleyen Hande, o güne ilişkin yaşadığı hisleri yansıtmıştır.



Hande - 1. Sırada



Hande - 2. Sırada

Hande, paylaştığı fotoğrafa yönelik (2. Sırada) yaptığı “*papatya*” benzetmesi ile duygusallıkla karışık hislerini pekiştirmiştir. Hande aynı zamanda ilk yaş günü kutlamasına ilişkin yaşadığı mutluluk ve heyecan hissini çocuğunun heyecanı ile de bütünleştirerek şu ifadeleri kullanarak hislerini fotoğrafla da (1. Sırada) desteklemiştir:

“Neden bu fotoğraf? Bilmem başka bi duygu veriyö bana ya. O an, surati, şeyi böyle heyecan sanki böyle o da çok heyecanlı gibi. Bu fotoğrafa şu an baktığım zaman, duygulanıyorum yaa... Hepimiz bi bütün olmuşuz. Hepimizde aynı mutluluk heyecan, Alya da bile o heyecanı görüyorum ben.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Naz, Esen, Açelya, Meltem, Nur diğer katılımcılara benzer şekilde çocuklarının ilk yaş günü kutlaması ile ilgili olarak hazırlık sürecinde ve kutlamayı gerçekleştirirken heyecan ve mutluluk dolu hisler taşıdıklarına değinerek o gün için bir şeyler yapmanın kendilerini de mutlu ettiğine değinmişlerdir. Meltem, paylaştığı fotoğrafla da “mutluluk ve iyilik hali deneyimine” göndermeler yapmıştır:



Meltem 1. Sırada

“Bu fotoğrafı seçtim çünkü hep birlikteydik o gün, kalabalık ve mutlu bir fotoğraf karesinin olduğunu düşünüyorum ...Bu fotoğraf benim için aile kavramını ve mutluluğu ifade ediyor... (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Esen, çocuğunun ilk yaş gününde yaptığı hazırlıkları büyük bir heyecan ile gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Aynı zamanda paylaştığı fotoğraflarla da bunu destekleyen katılımcının o güne ait paylaştığı fotoğraflar ve ifadeleri aşağıdan izlenebilmektedir:



Esen – 1. Sırada Esen – 2. Sırada

“İlk heyecanımdı, oğlumun birinci yaş günü için kendi emeğimle yaptığım bi pastaydı. Eee, yani oğlumun o mutluluğu ve sanki kendisi için bi şey yapıldığını o da anlıyo gibiydi.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Mavilerle beyazlarla bezenen kıyafetiyle oğlumun bu pozu, benim için deniz ve gökyüzü gibi içimi açan, mutlu eden bi kare.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Naz, çocuğunun doğum mevlüdüyle ilgili günlük heyecan ve mutluluk dolu hislerine farklı bir perspektiften yaklaşarak gelen misafirlerin kendisine verdiği değer ve sevginin de ona “mutluluk ve iyilik hali deneyimi” yaşattığına değinmiştir:

“Eee, ilk doğduğu zamanki, yani onun dünyaya gelmesinden dolayı, eee, işte hoşgeldin partisi deniy o şu an. O zaman Mevlit adı altında söylenirdi. Doğum mevlidi. İşte herkes bebeği görmeye gelir falan bizimkisi çok kapsamlı bi doğum olmuştü çünkü eşimin tarafında ilk bebektir Şevval. O tarafın daha bi merakı vardı. Benim tarafım da çok kalabalık bi aile. Ve inanılmaz bi kalabalık vardı çok güzeldi. Benim için özel bi yatak hazırlanmıştı. Eee, her yer süslenmişti. Beşiği bebeğin beşiği çok güzel süslenmişti. İkramlar sunulacak, her şey çok güzeldi. Ve, ee, çok uzun saatlere kadar devam etti bu etkinlik diyeyim. Gelenlerin gidenlerin sayısını şu an bilmiyorum. O kadar güzeldi ki ve her gelen mutlu şekilde ayrıldı. Eee, bu da beni çok mutlu etti tabiki. O günü hiçbir zaman için unutamam. Takılan hediyeler de aynı şekilde gelen artı hediyeler de artı şekilde. Ve gelen insanların elinde getirdiği hediyeler beni çok mutlu etmişti. Bu kadar sevildiğimi bilmek çok mutlu etmişti. Eee, o günden beri de bebeğime değer verilir, kızıma değer verilir her zaman. Hepsine de ayrı ayrı gerçekten minnettarım. O etkinliğimizi ama hiçbir zaman unutamam. En uzun süre, en dolu dolu, eee, her şeyle dört dörtlük bir gündü benim için.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Cennet çocuğunun dış buğdayı ritüeli için Zeynep ise, kırk banyosu ritüeli açısından, o günün nasıl geçeceğine dair heyecan ve stres yaşadıklarını ifade ederek. “mutluluk ve iyilik hali deneyimine” “heyecan ve stres” açısından göndermeler yapmışlardır.

Araştırma katılımcılarından bazıları (6 katılımcı) çocuklarının düzenledikleri etkinliklerin eksiksiz şekilde, dört dörtlük ve güzel geçmesi yönünde yoğun çaba sarf ettiklerine ve bu yönde yoğun stres yaşadıklarından bahsetmişlerdir. Alan yazında da Fei ve meslektaşları (2021), bir ritüel etkinliğin gerçekleştirilirken kişinin ayrıntı ve detay odaklı olabildiğini ve ritüele verdiği önemin ritüel deneyim sürecine yansıdığını ifade etmiştir.

Katılımcılardan Naz, çocuğu için düzenlediği hoşgeldin partisi mahiyetindeki doğum mevlidinin, dört dörtlük olmasına özen gösterdiğine ve bu yöndeki çabasına değinmiştir:

“...İsterim her şey dört dörtlük olsun, hiçbir sorun olmasın en güzeli ve yerinde olsunu düşünürüm her zaman. O yüzden doğum mevlidi de hoşgeldin partisi gibi olunca tüm hazırlıkların gösterişli bir şekilde olmasına özen gösterdim, kendi hazırlıklarım da oldu yardım aldığım da oldu...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Çisem de çocuğunun kırk mevlidine hazırlanırken etkinliğin kusursuz olması için stresli ve yoğun bir çaba sarf ettiğini dile getirmiş ve gerçekleştirirken yaşadığı mutluluk ve heyecan dolu hislerine göndermeler yapmıştır:

“Özel bi gün ben mesela bu tarz şeylere hazırlarken çok heyecanlanıyorum. Ha erkekler çok heyecanlanmaz, eşimin de o kadar heyecanlandığını düşünmüyorum zaten de. O da öyle diyo. O sadece bana bırakıyo mesela. Ben bi şey hazırlarken hazırlanırken heyecanlanıyorum. Ondan sonra yani Mevlit mesela okunacağı zaman yaptırdığımız şeylerde de ister istemez heyecanlanıyosun mutlu oluyosun. Bi şeyler hazırlıyosun, bi etkinlik yapıyosun mesela. Ora kendini iyi hissediyosun tabi biraz da stres falan da oluyo nasıl olacak güzel olacak mı filan diye ama mutluluk oluyo.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Cennet ise, çocuğunun dış buğdayı kutlaması için hazırlık yaparken, sıradan günlerde yaptığı hazırlıklardan daha farklı bir hassasiyetle o güne yaklaştığını şu sözleriyle ifade etmiştir:

“Hani atıyorum misafir de kabul edeceksin. İnsan çocuğu için, sonuçta o toplantıyı da onun için düzenliyorsun, istiyosun ki her şey dört dörtlük olsun, çok güzel olsun, herhangi bi aksilik sakatlık çıkmasın. O yüzden bi tık daha özenli davranıyosun öyle söyylim...Kalabalık olduğu için öncelikle, nasıl diyeyim kendi yediğinden içtiğinden çok gelenin memnun kalması önemli...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Defne de çocuğunun ilk yaş gününün eksiksiz ve güzel bir şekilde geçmesi için sarf ettiği çabayı şu cümlelerle ifade etmiştir:

“...Kendi evladımın doğum günü, ailemle bir arada kutlayacağım için o gün gerçekten her şey benim için çok önemliydi. Her şeyin güzel olmasını istedim. Çünkü güzel bi anı kalmasını istedim özellikle o yüzden hani tabi yine çok güzel bi heyecandı o da.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Paylaştığı fotoğraf yoluyla da düşüncelerini destekleyen Defne, çocuğunun ilk yaş günü pastasına verdiği emekten duyduğu mutluluğu paylaştığı fotoğraf ile yansıtmıştır:



Defne – 1. Sırada

“.. Bakınca kızıma özel olarak seçtiğim, kızım için özel olarak yaptırdığım bi pasta kızım için verdiğim çaba ve emeği görüyorum şimdi bu fotoğrafa baktığımda.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Açelya ve Esmâ “kırk uçurma, dış buğdayı ve doğum günü” etkinliklerini gerçekleştirdiklerini dile getirerek, kendileri için en önemli kutlamanın, özenli, heyecanlı duygularla hazırlanmış olmasından dolayı doğum günü kutlaması olduğuna değinmişlerdir.

Esmâ bu bağlama ilgili şu şekilde değinmiştir:

“Doğum günü. Eeee dediğim gibi çok, eeee, detaylı bi hazırlık yaptığımız için maddi manevi gerçekten yorucu oluyo; çünkü baya bi giderin oluyo. Kıyafet seçiyosun onun gelmesini bekliyorsun. Ay ne giyicek çok güzel olucak ben de şu kıyafeti sipariş verim ay aynı olalım. İşte konsept seçmedir. Yani daha detaylı hazırlandığım için, ince düşündüğün için doğum günü daha büyük bi etken etkilenmede.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda Esmâ, hem çocuğu için en iyisini yapmayı istediğine hem de misafirlerin memnuniyetine önem verdiğine ilişkin göndermeler yapmıştır. Bu anlamda gerçekleştirdiği etkinlikte her şeyin dört dörtlük ve eksiksiz olmasını istediğini şu ifadeleri ile pekiştirmiştir:

“..Dediğim gibi özel bi bebek olduğu için her şeyini kusursuz yapmak istedik... E ilk çocuk olduğu için insanda heyecan olduğu için her şeyi yapmak istiyö. Çocuk görmeye gelmelerde bile hani insan çeşit çeşit hazırlıklar yapıyo. Yani farklı bi duygu yani dünyanın en vazgeçilmez bi şeyine sahip oluyosun. Eeeee, yani ilk çocukta gerçekten farklı oluyo insan. Her şeyi farklı farklı yapmak istiyosun. En güzelini yapmak istiyosun. Her şeyin en iyisini yedirmek, giydirmek istiyosun. Almalara doyamıyosun oyuncak olsun, kıyafet olsun...O anda hem kendin kusursuz hazırlamak istiyosun insanlara karşı. Hem insanların memnuniyetini düşünüyosun...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Katılımcıların bazıları (5 katılımcı) kutlamaları sadece kendi istek ve arzularına göre değil, çocuğun mutluluğu odağına göre yapmak istediklerini belirterek; çocuk odaklı bir yaklaşım sergilediklerini yansıtmışlardır. Alan yazında da Lee ve meslektaşları (2009), çocuğunun isteklerine göre bir annenin ritüel kutlamaları şekillendirdiğine değinmiştir.

Melâhat, eski zamanlar ile günümüz kutlamalarındaki bakış açısının giderek çocuk odaklı bir hal aldığına değinerek bu anlamda çocuklar için gerçekleştirilen etkinliklerde çocuğun mutluluğuna göre kutlamaların şekillendirilmesi gerektiğine şu sözleriyle işaret etmiştir:

“...Öncesinde, eeeee, nasıl deyim, yani kayııvaldeler ya da anneler karar verir, hani çok kişiyi toplar, çok kalabalık olur; ama şimdi her şey çocuklara göre ayarlanıyor. Çocukların ne düşündüğü önemli olmaya başladı. Bu, her yıl biraz daha fazlalaşıyo dikkat edersen eğer... Şimdiki zaman daha güzel ve çocuklara bana göre eskiye göre daha da değer veriliyo. Çocuğun , eeee, kendine göre bi yaşantısı olduğunu kabullenmiş şimdiki anne babalar...Yani her şey, ilerlediği gibi, çağlar da ilerliyo. Kişilerin bakış açısı da ilerliyo, onu demek istiyorum. Şimdiki daha iyi. Hani yapılan kutlamalar da böyle çocuk ne isterse ona göre artık... Hangi yaşta olursa olsun çocuğun bakacaksin o yaşta o çocuklara neler yaptırılıyo onlarla ilgili kutlamalar yapacaksın...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Naz da yaptığı kutlamanın arka planını şu sözlerle anlatarak, o günü çocuğunun mutluluğu ve memnuniyeti odaklı nasıl hangi niyetlerle şekillendirdiğine değinmiştir:

“Eee, ilerde ona verdiğim değerin bi belgesi olsun istemişim. Hem kendimi mutlu etmek adına, hem de onu değerli kılmak adına. Ben çünkü şuna inanırım her zaman; siz çocuğunuza ne kadar değer verirsiniz, karşınızdaki de o kadar değer verir. Bu bence büyük bir gerçek. Onun da çok değerli olduğunu hissetmesini istedim karşındakilerin. Ve elimden gelenin en iyisini yaptığımı düşünüyorum.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da Jennings ve Brace-Govan (2014), bir annenin çocuğuna iyi annelik yapmasında düzenlediği ritüel kutlamaların önemli olduğuna değinmiştir. Bu anlamda Naz da çocuğu için yaptığı kutlama ile onun için iyi bir şey sunduğuna değinerek bir anlamda iyi anneliğin yansımalarını sunmuştur. Araştırmancının bu bulgusu Kadioğlu’nun (2014), bireylerin karşısındaki kişi için bir şeyler yaparken ya da hediye verirken karşısındaki kişinin mutluluğunu istemesinin yanı sıra, bu isteğin arka planında kendi tatminliğinin olmasıdır, yaklaşımıyla benzeşmektedir.

Aysel de kutlamaların odağında çocuğun isteklerinin ve mutluluğun yer alması gerektiğine değinerek, aynı zamanda abartısız ve samimi kutlamalara gönderme yapmıştır:

“... Burdaki benim baz aldığım samimi olması ve çocuğun mutlu olması. Şimdi her samimiyet çocuğu mutlu etmeyebilir. Her eee, o şaşalı şey de çocuğu sevindirmeyebilir. İkinin ortası çocuğun isteklerini de gözardı etmeden bi doğum günü partisi yapıyoruz..” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Meltem ve Duygu, kutlama yaptıklarında çocuğun sıkılmaması açısından uzun süreler boyunca devam eden bir kutlama günü planladıklarını ifade ederek çocuk odaklı bir yaklaşım sergilemişlerdir. Bu anlamda Duygu’nun ifadeleri şu şekildedir:

“...İşte ben hazırlandım. Sonra misafirler geldi akraba eş dost falan. Kızımın da sıkılabileceğini düşündüğüm için hemen herkes toplanınca pastamızı kestik... İşte öyle ikramlıkları ikram ettik yedik içtik öyle çok uzun sürmeden dağıldık zaten; çünkü bi yerden sonra çocuk da sıkılıyo, çok fazla şey yapmadan kutlamamızı yaptık...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Sultan ise çocuğunun doğum gününün kutlanmasını kendi isteği olarak değil çocuğunun mutluluğu için gerçekleştirdiğine şu ifadelerle göndermelerde bulunmuştur:

“...Şimdi kreşe gönderiyoduk kreşte dediler ki biz doğum günü kutluyoruz. Bi hafta öncesinden haber veriyosunuz, hediyeler alıyoruz pastalar hazırlıyoruz, şöyle yapıyoruz, böyle yapıyoruz kutluyoruz dediler. Ben de, kendilerine dedim ki ben çocuğumun doğum gününü kutlamak istemiyorum. Ya işte kendini eksik hisseder. Sırf belki bunu dedikleri için, hani yani diğer çocuklar kutlanacak sonuçta. Eee sırf kendini kötü hissetmesin diye kutlamayı düşünüyorum ama bu benim çok istediğim bişey mi hayır...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Bulgular, ritüelin yaşattığı fantezi deneyimleri açısından “hediyelerin yaşattığı duyguların” da önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Alan yazında da hediyelerin mutluluk verdiğine değinilmiştir. Bu anlamda hediye veren kişilerin, alıcıyı mutlu ve memnun etmeye çalıştığı (Belk, 1979) ifade edilmiştir. Ritüel kutlamalara hazırlık sürecinde ve kutlamaları gerçekleştirirken önemli bir araç olarak faydalanılan ve kutlamaların adeta kalbinde olan hediyeler, anneler ve çocuklar açısından hissettirdiği duygular açısından “mutluluk ve iyilik hali deneyimine” vurgu yapmaktadır. Katılımcılardan birkaçı (6 katılımcı) bu anlamda göndermeler yapmıştır.

Aysel, Hande, Duygu ve Cennet, çocukla ilgili olarak hediye odağında mutluluk ve iyilik hali deneyimine göndermelerde bulunarak, çocukların her yaşta hediye ile mutluluk yaşadığını belirtmişlerdir. Bu anlamda Aysel, çocuklar için özel günlerde verilen hediyelerin çocuklar için ne anlam ifade ettiğiyle ilgili olarak şu sözlerle ifadelerde bulunmuştur:

“.. Mesela çocuklar hediye açarken çok mutlu olur ya ben doğum gününde de gelen hediyeleri bi kutuya koyuyorum koyuyorum önüne kendisine kendisi açıp bakıyo. Biraz ben kendim işte çocuğun istekleri nasıl, duyguları nasıl, ne hoşuna gidiyo o şekilde şey yapıyorum yani...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Bu bulgu, alan yazında da hediyelerin, verilen kişinin beğenisine göre kişiyle özdeşleştirilmesi ve kişisel özelliklerinden parçalar içermesi (Carrier, 2005) açısından benzerlik taşımaktadır.

Hande ise, hediyelerin küçük yaştan beri insanları mutlu edişine şu ifadeleriyle göndermelerde bulunmuştur:

“...Misafirler hediyelerini takdim etti küçük kızımıza. O kısım da çok heyecanlıydı, gözleri böyle böyle, taa o yaşta başlıyomuş demek ki tüketim, onu da anladım. Hiiiih ediy o paketlerine böyle bakınca çok mutlu olmuştu.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Duygu da hediye almanın her yaşta insanı mutlu ettiğine vurgu yaparak çocuğuyla ilgili “mutluluk ve iyilik hali deneyimine” gönderme yaptığı şu ifadelerde bulunmuştur:

“... Kimi kıyafet almıştı, kimi altın takı getirmişti, ne bilim oyuncak getiren olmuştu, onları da açtık her hediye paketi açılırken gözleri ışıldadı yavrumun. Hediyeler her yaşta mutlu ediyomuş demek ki. Ona aldığımız kalpli bilekliğin de kalbini parmaklayıp dururdu, böyle gösterirdi. Öyle işte ya. ..” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Cennet ve Açelya ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için aldıkları hediyeler ile ileride çocuğunun mutlu olacağına yönelik beklentisi ve arzusunu dile getirmiştir. Cennet ise, paylaştığı fotoğraf yoluyla da bunu desteklemiştir:



Cennet – 3. Sırada

“...İlerde bu hediyeye baktığında kaç yaşında olursa olsun annemle babam bu bilekliği bana 1. Yaş günümde almıştı diyecek, mutlu olacak. Belki kendi çocuğuna bile takacak.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Naz ise hediye odağında misafirlere verilen hediyeliklerin misafirlerle ilgili olarak mutluluk ve iyilik hali deneyimi yaşattığına değinmiştir:

“... Özellikle işte dediğim gibi gelen misafirlere hediye vermek bizim topluluğumuzda abes karşılanan bi durumdu ama bence gelen çocuklara da hani onlar nasıl hediye getiriyolar doğum günü diye. Benim de onları mutlu etmek için bi sebebim olsun diye, küçük küçük böyle sepetlerin içinde onların seçebilecekleri tarzdan hadi seç bakalım bu da Şevval’in sana hediyesi ya da doğum günü çocuğunun sana hediyesi diye onların da mutluluğunu görmek beni çok mutlu etmişti ve bu benim kattığım bişeydi o dönemlerde. Ama çok da işe yaramıştı, evet benden sonra uygulayan arkadaşlarım olmuştu. Şimdiki popüler olan ve anı olarak verilen hediyeleri ben o zaman kendim hazırlamıştım. Dediğim gibi elimizdeki imkânlarla hani yapılabilecek şeylerdi ama yine de o çocukları mutlu ettiğimi görmek beni daha çok sevindiriyo. Çocukları çok seviyorum aslında, onların mutluluğu beni mutlu ediy oyle söylüyim.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

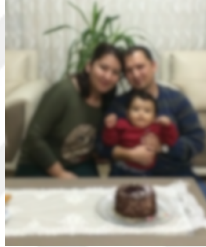
Bu bulgular, alan yazında annelerin çocuklarını mutlu etmek için özel günlerde hediye sundukları (Kurt ve Özgen, 2013) ve bireyin karşısındakine hediye verirken, o kişinin mutluluğu ve memnuniyetini arzu etmesi (Kadioğlu, 2014) yaklaşımlarıyla benzeşmektedir.

4.1.1.3.2. Düş ve Hayallerin Gerçekleşmesi Deneyimleri

Katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadıkları fantezi deneyimleri, “düş ve hayallerin gerçekleşmesi deneyimleri” olarak da izlenmektedir. Bu kapsamda bulgular, katılımcıların birkaçının (3 katılımcı), bu deneyim türüne çeşitli yönleriyle değindiklerini göstermektedir. Düş ve hayallerin gerçekleşmesi deneyimleri ile ilgili olarak “ritüele hazırlanmanın ve gerçekleştirmenin yaşattığı duygularda kurulan hayallerin” öne çıktığı görülmektedir. Alan yazında da düş kurma kabiliyetinin bireylere has ayırt edici bir özellik olduğu ve günlük

yaşam içinde kurulan hayallerin, düşlerin hoşla giden bir eylem olduğu (Tuan, 1990) ifade edilmektedir. Deneyimsel perspektifte duyguların ve fantezilerin dahil edilmesi (Holbrook ve Hirschman, 1982): bireylerin fantezilerinin duygularıyla, arzularıyla ya da korkularıyla şekillenmesi (Leonard, 2005); özellikle bir kadın için çocuğunun yaşamındaki özel günlerinde gerçekleştirdiğı ritüel etkinlikler ve yaşadığı deneyimler açısından da hayal kurmanın önemini destekler niteliktedir. Alan yazında da Leonard (2005), bireylerin yaşadığı fantezi deneyimlerinin özünde ilgili deneyimin gerçekleştirilmesine yönelik hayal kurmanın önemine değinmiştir.

Katılımcılardan Açelya, çocuğunun ilk yaş günü kutlama günündeki hislerine yönelik ve o güne dair paylaştığı fotoğrafa yönelik yaptığı “bir rüyanın gerçeğe dönüşmesi” benzetmesi ile “düş / hayallerin gerçekleşmesi deneyimine” göndermelerde bulunmuştur:



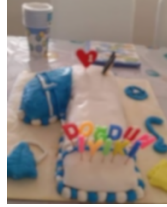
Açelya – 1. Sırada

“Rüya gibi bi gündü o gün bence. Neden ee çünkü çocuğum var, çocuğumla 1 yıl tamamlamışım, o zamanı geçirene kadar hayal ediyosun yaşını dolduracak mı diye rüya gibiydi bunu düşünmek ve o gün geliyo kutluyosun, bi rüyanın gerçekleşmesi aslında evet bi rüyanın gerçeğe dönüşmesi diyebilirim o güne bu yüzden. Küçüktü felan ya artık 1 yaşında bi çocuk, bebeklikten çocukluğa adım atıyo, o yüzden yani.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Fotoğrafa bakınca, eşimle bir ömrü paylaşma kararı aldıktan sonra ardından evlilik ve hayalini kurduğumuz oğlumuzun doğumu ve birlikte emek vererek 1 yaşına getirmiş olduğumuzun mutluluğunu görüyorum.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Alan yazında da benzer şekilde Klinger (1990), kişilerin fantezi düşler kurmasının zihinde gerçekleşmesine rağmen bunun kişiler açısından bir gerçeklik anlamı taşıdığını belirtirken; Tuan (1990) ise, fantezinin gerçeklikten tamamen ayrılmayacağını ifade ederek bireylerin kurdukları hayallerin yaşamın içindeki mevcut ya da potansiyel gerçeklik açısından yol gösterici olabileceğine göndermelerde bulunmuştur. Bu yaklaşımlar, araştırmanın bu bulgusu açısından hayal edilen bir şeyin gerçeğe dönüşmesiyle paralellik taşımaktadır. Aynı zamanda bireylerin kendilerini memnun etmek için romantik özgünlük ve duygusal tatminlik içerek hayaller kurduğu (Featherstone, 2007) belirtilmiştir. Açelya’nın da çocuğunun yaş gününde kurduğu güzel düşlerin gerçeğe dönüşmesinin, onu memnun ettiğine değinmesi ise, alan yazındaki bu yaklaşımı destekler niteliktedir.

Bireyler, düşledikleri şeyler açısından sembolik imgeleri kullanabilmektedir (Featherstone, 2007). Katılımcılarda Esen de çocuğuna hazırladığı doğum günü pastasının şeklinden yola çıkarak, çocuğunun ilk yaş gününde hazırladığı pastanın fotoğrafıyla ilgili *yaptığı* “*hayallere yelken açacak bir at*” benzetmesi ile o günkü hisleri ile “düş / hayal kurma deneyimini” örtüştürmüş ve pasta imgesini düş kurmak için kullanmıştır:



Esen – 1. Sırada

“Ata benzetirdim. Çünkü ın, sanki böyle yeni hayallere yelken açıcak bi at diye düşünürdüm. Eee, yani üstündeki şeylerle birlikte böyle, eee, sanki atın yelesinden böyle tutunup oğlum şahlanacak gibi düşünürdüm heralde.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Leonard (2005), bireylerin yaşam içinde dahil olduğu her rolde ve her zaman diliminde hayaller kurduğunu ve böylelikle bilincin fantezi düşlerle gerçeklikten sıyrılabileceğini; ancak hayaller ile gerçek anın etkileşim içinde olduğunu belirtmiştir. Araştırmanın bu bulgusu açısından da Esen’in çocuğunun yaş gününde, annelik rolü ile bir nesne olan doğum günü pastasının şekline bakarak kurduğu hayalin hem o anın içinde hem de düşlediği hayaldeki etkileşimi yansıtmaktadır.

Katılımcılardan Zehra, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasına hazırlanırken ve kutlama günü yaşadığı hisleri tarif ederken, çocuğunun büyümesine ve geleceğine dair hayaller kurduğuna değinmiştir

“İnci de her geçen yıl büyümesi beni hem duygulandırıyor hem de heyecanlandırıyor. Biraz endişe biraz merak da vardı tabi.. Büyüyüp genç kız olacağı hayali. Büyüdükçe aramızdaki bu sevgi bağlılık devam edecek mi, özgür mu olacak, nasıl bir hayat onu bekliyor? Kısacası karmakarışık duygular. Hem iyi hem endişeli.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Yani dediğim gibi sağlıkla büyüdüklerini görmek çocuklarımın, onlarla bir seneyi geçirmiş olmak beni hem mutlu etti hem duygulandırdı hem de gelecek adına heyecanlandırdı diğer yaşlarını da hayal edince...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Araştırmanın bu bulgusu alan yazında Leonard’ın (2005) değindiği gibi bireylerin geleceğe yönelik umut ettiklerini ve düş kurduklarını içeren fantezi olgusuyla benzerlik taşımaktadır. Sonuç olarak ritüel ile ilişkili fantezi deneyimlerin ayrıntıları ile ilgili öne çıkan kavramlar, ChatGPT yapay zekâ aracı vasıtasıyla bir kelime bulutuna yansıtılmış olup, aşağıda Şekil 11’den izlenebilir (OpenAI, 2024).

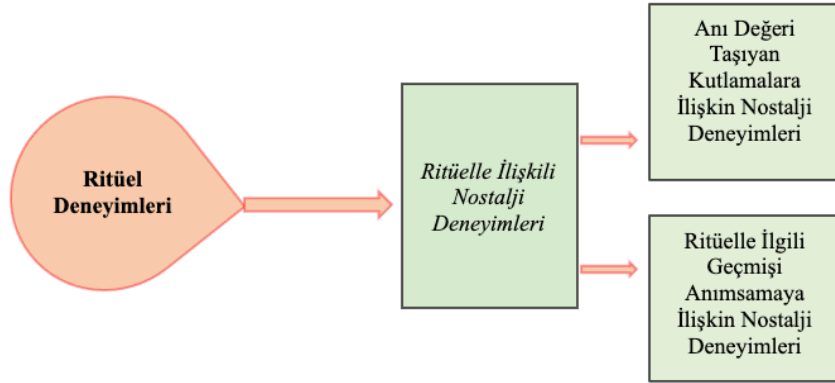


Şekil 11. Ritüelle İlişkili Fantezi Deneyimleri Kelime Bulutu

4.1.1.4. Ritüelle İlişkili Nostalji Deneyimleri

Deneyimler güzel çağrışımlarla dolu anıları canlandırma kapasiteleri bakımından kelimenin tam anlamıyla paha biçilemez olarak ifade edilmekte olup (Featherstone, 2007; Leiss, 1978; Rochberg-Halton, 1986), araştırma bulguları da ritüelle ilişkili deneyimler içerisinde nostalji deneyimlerinin önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Alan yazında da bireylerin ritüel davranışlarının geçmiş deneyimlerle ilişkili olduğu ifade edilmektedir. Bu yönüyle şimdiyi geçmişle sembolik olarak bağladığından bu ritüellerin bireyler açısından anlamlılık düzeyinin yüksek olduğu ifade edilmiştir (Rook, 1985). Anne olma sürecindeki ritüel deneyimleri kapsamında yaşanan nostalji deneyimlerinin kategorileştirilmesinde, kişilerin geçmiş yaşayışlarına dair algıları belirleyici olduğundan, ilgili ritüel kutlamalara ilişkin söylemlerde geçmişe yönelik canlanan hatıralar nostalji deneyiminin odağında yer almaktadır. Aynı zamanda ritüel etkinliklerin, anı değeri taşımasından dolayı katılımcıların bugünden gelecek odaklı anıları canlı tutmak için bu yönlü bir ilişkilendirmesi de söz konusu olmuştur. Bulgular, ritüelle ilişkili nostalji deneyimlerinin; “ritüelle ilgili geçmişi anımsamaya ilişkin nostalji deneyimi” ve “anı değeri taşıyan kutlamalara ilişkin nostalji deneyimi” şeklinde yaşandığını ortaya koymaktadır. Bu anlamda “fotoğraf çekme / çektirme ve hediyelerin” anı değeri taşıyan kutlamalarda öne çıktığı görülmüştür. Yaşam dilimlerindeki özel zamanları ritüellerle ve kutlamalarla daha özel hale getirmeye çalışan bireylerin yaşadıkları deneyimler giderek daha büyük önem taşımaktadır. Her an yeni deneyimler yaşamaya gönüllü olan özellikle ritüelle ilişkili nostalji deneyimleri aracılığıyla bireylerin bugünlerinde de geçmişini canlı tutabileceği ifade edilebilir. Dolayısıyla bir anne için çocuğu ile ilgili yaşanan her anın, ilerideki zamanların kıymetli birer anıları olduğundan hareketle, çocuk ile ilgili özel gün etkinliklerini gerçekleştiren katılımcıların bu deneyimlerinin ortaya konması önem

taşımaktadır. Şekil 12, ritüelle ilişkili nostalji deneyimlerinin ayrıntılarına dair özeti temsil etmektedir.



Şekil 12. Ritüelle İlişkili Nostalji Deneyimleri

4.1.1.4.1. Anı Değeri Taşıyan Kutlamalara İlişkin Nostalji Deneyimleri

Bulgular, ritüelle ilişkili nostalji deneyimleri içerisinde “anı değeri taşıyan kutlamalara ilişkin nostalji deneyimleri” alt kategorisinin de önem taşıdığını göstermektedir. Katılımcıların yarısından fazlası (11 katılımcı), bu deneyim türüne farklı boyutlarda gönderme yaparak bugün ile gelecek arasında köprü olacak anı değeri taşıyan kutlamalara ilişkin nostalji deneyimini öne çıkarmışlardır. Katılımcıların bu deneyim türünde “fotoğraf çekme / çektilme” ve “hediyeler” boyutlarında göndermeler yaptığını söylemek mümkündür. Alan yazında da kutlamaların, anı biriktirmek için yapıldığına (Altaş, 2018) değinilmiştir. Benzer şekilde Fei ve meslektaşları (2021), tüketim ritüelleri ve bu bağlamda yaşanan deneyimlere ilişkin yürüttüğü çalışmada, gerçekleştirilen etkinliğin bireyin aklında iz bırakan bir eylem olabildiğine vurgu yapmıştır. Pine ve Gilmore (1999) ile Montonen ve Tanski (2003), bir deneyimle yaşanan duygunun etkisinin artırılmasında, o deneyime ilişkin hatıra değeri taşıyan unsurların önemli olduğuna değinmişlerdir. Bir diğer deyişle deneyimin hafızasını genişletmek ve canlı tutmak için deneyimi sunan tarafların çeşitli unsurlardan yararlanması söz konusudur. Deneyimin kişisel bir anısı olarak eve götürülebilen unsurlar hediyeelik eşyalardan oluşabileceği gibi, o günün anısına çekilen fotoğraflar da deneyimi hatırlatmada önemli bir unsurdur. Sonuç olarak her türlü hediye ve hediyeelik eşyanın, deneyimin hafıza etkisini artırabileceğini söylemekle birlikte, bu tür ürünlerin, bireylerin zihninde bir deneyim hatırası oluşturma fırsatı sağladığı ifade edilmiştir (Montonen ve Tanski, 2003). Araştırma

bulguları da ritüel etkinliklerin hatırlanabilirliği açısından, o güne özgü çektirilen fotoğrafların ve o günün anısına hazırlanan hediyelik eşyaların önemli olduğunu göstermiştir.

Katılımcılardan Sümbül, çocuğuyla ilgili özel zamanlarda kutlama yapmanın kendisi için anı değeri taşıdığını ve o günlerde fotoğraf çektirmenin de bu anlamda kutlamayı anılaştıracak bir eylem olduğuna şu şekilde işaret etmiştir:

“Ya ben anısı olsun istedim açıkcası yıllar sonra baktığı zaman çünkü benim çok çocukluğuma dair çok fotoğrafım olmadığı için ya o zamanın koşullarında belki herkesin de yoktu. Daha çok ben çocuğun anı biriktirmesi gerektiğine inanıyorum. Beraber fotoğraflarla, resimlerle o anlık duygularla anı biriktirebileceğimizi düşünüyorum Yani orda o hissettiği duyguları unutmicak diye düşündüğüm için. O anki hissettiklerini, o mum üflediklerini o kuzenlerinin pastasını parçalamalarını üstünü başını batırmanın nasıl birşey olduğunu bi daha hissetmicek. Yani o duyguları yaşamasını, hissetmesini, bi yere ait olduğunu hissetmesini istediğim için yapmak istedim, hem o an yaşarken hem de daha sonraki yıllarda fotoğraflara bakarken hissedicek bir şekilde. O fotoğraflar da çocuğun hafızasını taze tutacak...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Benim mantığım biraz fotoğraf temelli geleceğinde kalsın baksın sevinir belki, annemle babam benimle vakit geçirmekten keyif alıyo diyecek, kendimi mutlu etmek için belki de.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Melahat, Çisem ve Hande, özel günlere ilişkin kutlama yapmanın ve o günlerde fotoğraf çektirmenin anı biriktirme değerini taşıdığını ve anlamda o günün ileride bir anı olarak hatırlanabilmesi için önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Melahat bu anlamdaki düşüncelerini paylaştığı fotoğrafa ilişkin yorumlarıyla da destekleyerek şu sözleriyle ifade etmiştir:



Melahat – 3. Sırada

“...Yani mesela resimlere baktım bugün seçerken, her birine bakarken o güne döndüm, sanki ben bugün doğum yaptım, onlara mevlit okuttum o resme bakarken bile sanki o andaymışım gibi hissettim. Yani demek istediğim tekrar o anı yaşıyorum resimlere bakarken. Ben zamanında öyle şeyler yapmasaydım, ona özgü bi şey yapmasaydım ben şimdi neyi anacaktım...Anı yanı bunlar, bu ana dönebilmek, geriye geri dönüp de neler yaptığını görebilmek, o değeri tekrar hissedebilmek...Kendime de anı olmuş oluyo, çocuklara da ileride hatırlayacakları bi anı oluyo” “Bu resimler bu vidyolar o kişiyi hatırlamak isteyip ya da hatırlanmak istediği zamanda onla paylaşmak için çok kıymetli. Şimdi çekildin mesela eline aldın, çok önemi olmuyo bunun ama yıllar geçip özel günlerde mesela her doğum gününde diyelim ki mesela dışarda okudu ya da evlendi. Doğum gününde mesela kendinin doğum gününde çekindiği resimlerden bir resim yapıp vidyo yapıp göndermen, o çocuğuna ne kadar büyük bir anlam...” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Çisem çocuğunun kırk mevlidinden paylaştığı bir fotoğraf ile o günkü kutlamaya yüklediği anlamın arka planındaki anı değerini şu şekilde dile getirmiştir:



Çisem - 2. Sırada

“... Gelen misafirlere o günü temsilen anı niteliğinde ikramlarımız da oldu. O yüzden hem toplumsal değerlerimize uygun olarak bir kırk mevlidi gerçekleştirmiş olduk hem de misafirlerimizle güzel bir anı paylaşımına girmiş olduk. Hani zaten bence o günü şimdi bugüne taşımış olmak için böyle şeyler önemli, anıyı hem paylaşmak hem saklamak açısından zihnimizde.” ((Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Zehra da kendisi ve çocukları için ileriki zamanlarda hoş bir anı olması temennisiyle çocuğunun ilk yaş doğum gününü kutladıklarını ve bu maksatla geçmiş özel zaman dilimlerinin o an fotoğraflanmasının günümüz açısından anı değeri taşıdığını dile getirmiştir:

“Eee, özel günleri evde ailece veya arkadaşlarla birlikte kutlamak ve o günün anısına fotoğrafını çekmek benim için kafi. İlk kızım İnci için 1 yaşına kadar hiçbir kutlama yapmadım. 1 yaş doğum gününde tatildegdik. Orda küçük bir dilim pasta aldık yemekhaneden. Onunla fotoğraf çektirdik sadece, ileride de bakınca hoş bir anı olsun diye...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Kutlamaların yapılmasına ve o günlerde fotoğraf çekilmesine hoş bir anı gözüyle bakan Hande ise, “anı değeri taşıyan kutlamalara ilişkin nostalji deneyimini” şu ifadelerle öne çıkarmıştır:

“Bu tür kutlamalar aslında, eeee, ya anı olarak kaldığı için önemli benim için. Yani hem o an o kutlama, o an o ambiyansı yaşamak. İşte diğer tanıdığın sevdiğin insanlarla onu kutluyor olmak ve o an fotoğraflandırmalar. İşte mesela ben şu an hala eski fotoğraflara bakıyorum ama hani kutlamasan, şey, tabii ki bi eksiklik değil ama güzel bi anı olarak kalıyo diye düşünüyorum bu tarz şeyler... benim için hoş bi anı yani. O an onu kutluyo olmak, işte onu o an fotoğraflandırmak, ileride tekrar dönüp dönüp o anılara bakmak.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Özel günlere ilişkin kutlama yapmanın ve o günleri fotoğraflandırmanın, hayatında kendisi için önemli olan tüm zaman dilimlerinde önemine değinen Hande, paylaştığı fotoğraf yoluyla da yaşadığı deneyim türünü pekiştirmiştir:



Hande - 1. Sırada

“Ya aslında zaten benim için böyle günleri kutlamak mesela şimdi de kendimize dair bişeyi bile kutlarken mesela tez savunma, yeterlilik, hani napiyosun yemek yiyoruz gidip fotoğraf çekiniyoruz kalıcı oluyo, ilere döndüğünde tekrar bakıyosun güzel bi anı oluyo yani. Fotoğraflarda kalıyo yani, yaşıyo.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Yani aslında hani değerler ya da gelenek görenek temsil etmesinde ziyade ben güzel bi anı olarak düşünüyorum ben bu fotoğrafı görürnce. İyi ki o günü yapmışız, kutlamışız. İyi ki o anı da fotoğraflamışız.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Çocuğunun diş buğdayı kutlamasında beraber yer aldıkları bir fotoğrafı da paylaşan Esmâ, o günkü kendisini gülümseten anıyı paylaşarak, beraber fotoğraf çekinmenin ileride kızıyla kendisi için anı değeri taşıyacağına değinmiştir:



Esmâ – 3. Sırada

“Pastaya dokunması falan da pastayı mahfetmesi çok güzeldi (gülüyor). Elini sokuyo ya pastaya çok tatlıydı. Pastaya da bayıldı zaten çok beğendi elini attı hemen falan. Yani gülümsetiyo bu fotoğraf beni, kızım la beraber bir anımız, fotoğrafımız yani... (3. Fotoğraf Verisi)

Özel günlerin ölümsüzleştirilmesinde önemli bir yer tutan fotoğraf çekimlerinin günümüz pratiklerinde farklı şekillerde yapıldığını söylemek mümkündür. Bu anlamda katılımcılardan Esmâ, çocuğunun ilk yaş doğum günü kutlamasında anı değeri olması fotoğraf çekimlerinin yanı sıra, bununla ilgili farklı olarak neler yaptıkları ile ilgili şu ifadelere yer vermiştir:

“... Resimler çekindik hatıra amaçlı...Eeeee, resim yaptırarak reklamcıdan. Doğanın, eeee kıyafetiyle fotoğrafını çektim. Eeee, bu bizim boyumuzda nerdeyse 160a 100 mü oluyo baya bi büyük Doğa 1 yaşında diye yazdırdık üstüne insanlar onun önünde hatıra olarak resim çekti falan...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Esen de oğlunun ilk yaş gününde fotoğraf çekmek için aldığı büyük bir resim çerçevesinden bahsederken, o günün anısını geçmişten bugüne taşıma isteğini yansıtmış ve bu anlamda “anı değeri taşıyan kutlamalara ilişkin nostalji deneyimindeki” “fotoğraf çekme / çekirme” boyutuna göndermelerde bulunmuştur:

“1 yaş günü resim çerçevesi de almıştım. Hani böyle büyük çerçeveler var, kına gecesinde şurda burda falan kullanılıyo. Artık 1 yaşında diye. Bir tarafı mavi çerçeveydi Mickey Mouse, bi tarafı pembe çerçeveydi Minnie Mouse. Hem Ahmet Salih de kullanmıştım hem Elif’te. İşte misafirler çerçevenin içine girip fotoğraf o günün anısına fotoğraf çekinmişti.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Duygu, çocuğunun diş buğdayı ritüeline ait paylaştığı bir fotoğrafla anılarını tazelerken, o gün fotoğraf çekmiş olmanın, geçmişi bu gününe taşıyan bir anı değeri olduğunu “*yıllar da geçse baktığımda bende aynı duyguları canlandıracak o güzel poz*” benzetmesi ile pekiştirmiştir.



Duygu 1. Sırada

“Eee, bu fotoğraf benim için ne anlam ifade ediyö. Şöyle, yani ilk göz ağrım minik kuşum doğmuş, bana alışmış, güzelce sağlıklı afiyetle dişleri çıkmaya başlamış. Onun o ilkine şahitlik etmişim. Bir de yıllar da geçse baktığımda bende aynı duyguları canlandıracak o güzel pozunu yakalamışım...” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Sultan da çocuğunun ilk yaş günü kutlamasından paylaştığı fotoğrafla ilgili düşünceleri ile o anı fotoğraflama yoluyla ölümsüzleştirmenin, bugün için anı değeri taşıdığına dikkat çekmektedir:



Sultan - 1. Sırada

“... Kızım o zamanlarda da yeni yeni oturmaya başlamıştı hatta. Yani biraz gelişimi yavaş olduğu için de normal bi çocuğun yürüme zamanında bizimki oturmaya başlamıştı. Burda eee,o anı ölümsüzleştirmek için uğraşıyorum diyebilirim.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Defne, Zehra ve Cennet özellikle doğum günü gibi etkinlikleri anı olarak kalması için gerçekleştirdiklerine değinmişlerdir. Defne, ileride çocuk büyüdüğünde eskiden kendisi için yapılan kutlamalarla mutlu olacağına ve bu kutlamanın çocuk için mutlu bir anı olacağına gönderme yaparken; Zehra, kutlamaların çocuklar için “*masum birer anı*” olduğuna işaret etmiştir. Cennet ise, o günlerden bu günlere fotoğrafların anıları temsil ettiğine değinerek paylaştığı fotoğraf ile bunu desteklemiştir.



Cennet – 1. Sırada

“Çocuğumla bir anımız olması adına bilinen bir kutlama yapmışız. Bu anlamda bizim yaşam tarzımız açısından çok özel bir anlamı yok; fakat her yılını hatırlamak güzel bir duygu.” (1.Fotoğraf Verisi)

Özel günlerde fotoğraf çekme / çektirme ile ilgili diğer katılımcılardan farklı bir bakış açısı ile ayrılan Açelya, fotoğraf çekinmeyi sevmediğini, fotoğraflama yerine o anı canlı bir deneyim ile yaşamayı tercih ettiğini ve bu yolla o anı kaçırmadan yaşayabildiğini dile getirerek çarpıcı ifadelerde bulunmuştur:

“... Ama mesela ben böyle günlerde yani şimdi şöyle bişey var çok resim çekinmeyi sevmem ben beni bilir Ömer de. Ömer çekmiştir Ayasın resimlerini. Ben genelde o anı zihnimde yaşamayı seven bi insanım bende pek resim çekme mantığı yok ben o anda resim çekeceğim diye o olayı kaçırmam ben o olayın içinde yaşarım yani o açıdan. Bizde resim çeken Ömerdir Ömer çekmese ayasın çok da bi resmi olmazdı yani ben o olayı kaçırmam o anı yaşarım o benim zihnimde her zaman durur. Öyle yani biraz farklıyım bu açıdan bunu da paylaşmış olım.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“...Doğum gününü de yaptık resmini de çektik anı olarak kalır artık hani yapmadı demesin kimse (karşılıklı gülüşmeler). Onları da Ömer çekti yani diyorum ya ben bak bana kalsa ben çekmem, o orda kalır zihnimde kalır benim öyle bi yapım var ben çekmeyi de çekinmeyi de sevmem yani (gülüyor) böyleyim anı yaşarım. Ayas’la hiç hamilelik resmim yok biliyo musun çocuk dese sen benim annem değilsin hiç hani resmin yok dese der yaani. Çekinmeyi de çekmeyi de diyorum ya sevmiyorum, Ömer zorla çekiyodu yani o çekmiştir tüm resimleri.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Sultan, çevrede hatıra ve anı değeri taşıması amacıyla yapılan kutlamalara ilişkin paylaştığı çarpıcı ifadelerle farklı bir bakış açısı sağlamıştır:

“Mmm, yani benimle aynı düşünen çok fazla insan yok diyeyim. Aksine gerçekten aman biz de eksik kalmayalım. Biz de çocuğumuzu mahrum bırakmayalım. Onunda böyle hatıraları olsun...Yani hatıra diyosunuz hatıra olsun diye bu partiler yapılıyor ya ilerde görsün, senin zamanında şunlar vardı, biz bunları yapmıştık denilebilsin diye yapıyolar ama yani bi çoğu böyle yapılıp geçilebiliyo yani çevremde var...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Çevresindeki kişilerin çocuklarının özel zamanlarını fotoğraflamalarıyla ilgili günümüzde yaygınlaşan bir pratiğe de değinen Sultan, dijital fotoğrafların gerçek fotoğraflar kadar duygu vermediğine çarpıcı bir yorum katmıştır:

“... Misal çok farklı bi yaklaşımla bir aylık iki aylık üç aylık dört aylık fotoğraflarını çekip, o fotoğrafları arka arkaya videoyla birleştirip, çok farklı çekimler yapıp, partilerde sunan arkadaşlarım var. Evet ben de şimdi mesela toplu çekmişim fotoğrafları. Sürekli fotoğraf çekiyosun çünkü çocuğunun her anını küçüklükten kaydetmek istiyosun. İıı, ama hani eskiden şimdi mesela şu an karşımda benim 8. Sınıfta ortaokul sondayken çektiğimiz fotoğraflarımız var. Eşimle onlara baktık yani gerçekten duygulanıyosunuz ama telefonda bi fotoğrafa baktığınız zaman aynı duyguyu yakalayamıyosunuz... Yaş oranı olarak benden yaşlı olanlar elbette tabi böyle düşünmüyolar, gereksiz lüzumsuz diye bakıyolar...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Duygu da günümüzde kutlamaların değişen çehresine değinmiştir:

“... Yani görüyoruz, şimdi ay ay bebeklerin ay dönümlerini fotoğraflıyorlar, ne bilim ta doğum anında bile fotoğraf çektiriyorlar, sonra işte sırf bunun için organizasyon şirketleri var. Artık insanlar her zamanı her anı böyle saklamak istiy o geleceğe taşıyo yani bi anlamda anı kalıyo. Yani gerçekten çok değişti yaaa. Öyle yaani.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Araştırma bulguları anı değeri taşıyan kutlamalara ilişkin nostalji deneyiminin yaşanmasında hediyeliklerin de önemli bir yeri olduğuna işaret etmektedir. Alan yazında Özeltürkay ve Bozyiğit (2017), ritüel kutlamalarda genellikle davetlilerin çocuğa hediye getirdiğini; ancak son yıllarda davet sahiplerinin misafirlere yiyecek ve içecek haricinde, o günü anımsatacak, anı değeri taşıyacak ve o özel günü simgeleyen hediyeler sunduğuna değinmiştir.

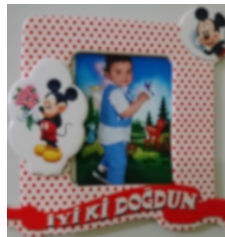
Katılımcılardan Naz, çocuğunun özel günlerine ilişkin yaptığı kutlamalarda gelen misafirler için hazırladığı hediyelerin ileride onlar için anı değerinde olacağına değinerek nostalji deneyiminde “hediyelerin” önemine bu yönde vurgu yapmıştır:

“.. Şevvalin dişleri biraz geç çıktı. 6 aydan büyüktü, o zaman yaza denk gelmişti. Onda yine güzel bir kutlama yapmışım ki o dönemlerde, hazır materyaller süslemeler parti malzemeleri bu tarz hiçbirşey yoktu. Hele ki Antakya gibi küçük bi yerde. Onların hepsini ki ben el sanatları mezunuyum. Kendi elimle kartonlarıyla balonlarıyla süsleme şekliyle evimizi rengarenk hale getirmiştik. Kapı süslemelerine varana kadar. Şu anda kullanılan magnetleri o zaman ben kendi elimde tek tek ikram etmek üzere hazırlamışım...Şimdiki popüler olan ve anı olarak verilen hediyeleri ben o zaman kendim hazırlamışım...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Çisem de benzer şekilde misafirler için anı değeri taşıyacak hediyeliklere önem verdiğini ve bu anlamda çocuğunun kırk mevlidinde hazırlattığı hediyeliklerin ayrıntılarına değinmiştir.

“Eee kırk uçurmayla mevlit okutma birlikte olmuştu zaten kırk banyosu için yeşil yapraklı bitkiler ve taşlar toplanmıştı satın almadık onları yani. Ama gelen misafirlere vermek için üzerinde dua yazılı Ayetel Kürsi yazılı pembe kokulu tesbihler böyle kesenin içinde ve bi de gene nazar duası yazılı magnetler yaptırmıştık onları aldık. Sonra Gökçe'nin adı yazılı bebek çikolatası yaptırmıştık gelenlere ikram etmek için, bi de güzel bi şişede kolonya sunumumuz vardı öyle yani onları misafirlere hediyelik anı olsun diye vermiştik.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Esen de benzer şekilde çocuğunun ilk yaş günü kutlamasında misafirler için hazırladığı magnet fotoğraf çerçevesinin, ileride o kutlamaya ilişkin bir anı değeri taşıyacağına değinmiş ve bu hediyein fotoğrafını da paylaşarak ifadelerini desteklemiştir:



Esen – 3. Sırada

“Ahmet Salih’in ilk yaş hatırası olsun diye misafirlere hoş bir anı olarak kalsın diye, Ahmet Salih’in 1 yaşına özel çektiğim fotoğrafı kendim aldığım bu magnet çerçeveye koymuş sevdiklerime dağıtmıştım doğum gününe gelen misafirlere vermiştim. Sadece doğum gününe gelenlere değil, benim için kıymetli olan ve o gün yanımda olamayan kişilere de daha sonra vermiştim. Sen de bu kişiler arasındaydın Duygucum sen de bilirsin (Gülüyor). Yani o günü resmeden ve yıllar sonra da tebessüm ettiren bir hediye anı olduğunu düşünüyorum.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Sümbül de benzer şekilde, çocuğunun ilk yaş günü için hem misafirlere hem de kendilerine anı değeri oluşturacak fotoğraf çerçeveleri yaptırdığına değinmiştir:

“...Eee misafirlere hediye olarak da kız kardeşim kendi hediye olarak yaptırdı, resmi olan küçük çerçeveler yaptırmış mesela kızım için de bi stand gibi bişey yaptırmış üstünde ada yapan resimlik gibi bişey anı olarak kalsın diye bize o güne ait.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Defne ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasında çektikleri fotoğrafını “1 yaş hatırası olarak” misafirlere anı olarak sunduklarına değinmiştir.

Cennet, Açelya ve Duygu ise, farklı olarak anı değeri taşıyan hediyelere misafirler açısından değil çocuk açısından yaklaşmışlardır. Katılımcılardan Cennet, çocuğunun ilk yaş doğum gününde aldıkları hediyeye çocuk açısından yüklediği anı değerine göndermelerde bulunmuş ve paylaştığı fotoğrafla da bunu güçlendirmiştir:



Cennet – 3. Sırada

“Bu resimde kızımıza bizden hatıra halacak ilk hediye almışız ve kızımızın onunla olan bu pozunu bu yüzden seçtim. İlerde bu hediye baktığında kaç yaşında olursa olsun annemle babam bu bilekliği bana 1. Yaş günümde almıştı diyecek... Belki kendi çocuğuna bile takacak.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Duygu, kızının ilk yaş doğum gününde kızı için özel olarak hazırlattığı hediyein ileride çocuğu için ilk yaş hatırası olması temennisini dile getirmiş, aynı zamanda nesiller arası hediye aktarımı ile çocuğunun çocuğuna kalabilecek bir hediyein anı değerini pekiştirmiştir:

“... Kızımıza tanıdığımız bi sarraf vardı, onda güzel bi kalpli altın bileklik yaptırmıştık hediyesi olarak. Yani böyle ismi yazılı bi künye de yaptırmayı düşündük aslında ama daha özel olsun diye sonra kalpli yaptırmıştık. Yani kızıma yıllar geçse de ilk yaş hatırası olsun istedim, belki o da kendi kızına takar yani anı kalması için bileklik yaptırık...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Açelya da çocuğunun ilk yaş günü için aldığı hediyein çocuğu açısından anı değeri taşıyacağı yönünde beklentisine değinmiş ve “anı değeri taşıyan kutlamalara ilişkin nostalji deneyimine” “hediye” boyutunda vurgu yapmıştır:

“Nası desem o zaman daha böyle onun mutlu olacağını düşünmüştüm ilerde anı olarak mesela ilere odasına koyar, süs eşyası olarak büyüse bile genç delikanlı olsa bile odasına koyar, saklar, ilerde hani benim yaş günümde almışlar diye düşünür, düşüncesi ile daha böyle bi hevesle almıştım, o diğer aldığım şeylerden daha özeldi yani her zaman uncak alıyorum ama o doğum günü için aldığım özel bir anı ve bunu hani çocuk dicesse bunu hani doğum günümde hediye etti diye. Hatta şimdi bile der annem bunu bana doğum günümde aldı diye. Hani bu düşünceyle ilerde o da düşünecek diye bi hevesle almıştık.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Diğer katılımcılardan farklı olarak Aysel, misafirler için anı değeri taşıyacağını düşündüğü hediyelikleri hazırlamak için zamanı olmadığını ve bu yüzden tek başına bununla uğraşmadığını ifade etmiştir.

4.1.1.4.2. Ritüelle ilgili Geçmiş Anımsamaya İlişkin Nostalji Deneyimleri

Araştırma bulguları, katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadıkları nostalji deneyimlerinde, “geçmiş anımsamaya ilişkin nostalji deneyimlerinin” önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Bu anlamda katılımcıların yarıya yakını (8 katılımcı) bu deneyim türüne yönelik ifadelerde bulunmuşlardır. Alan yazında geçmiş, bugün ve gelecek zamana yönelik duyguları anlamının yolunun nostaljiden geçtiğine (Davis, 1979); nostalji deneyimiyle geçmiş zamandaki özlem duyulan bir olguya ya da olaylara yönelik bireyin hafızasındaki güzel canlanmalara (Holbrook, 1993) işaret edilmiştir. Arnould ve meslektaşları (2002) ise, nostalji deneyimiyle bireylerin günler, haftalar hatta aylar boyunca yaşanmışlıklarını zihninde canlı tutan ya da çevresiyle anılarını paylaştığını belirtmiştir. Aynı zamanda Goulding (2001), bireylerin duygularının, yaşamları içindeki saklı anlara dair çeşitli algılarla tetiklendiğini ifade ederken; Davis (1979) ise, bireyin geçmişte kendisi için olumlu anlam ifade yaşanmışlıkların, zihinde canlanmasıyla, geçmiş ile bugünün aynı kareye yerleştiğine değinmiştir. Özellikle anne olma sürecindeki ritüel deneyimleri kapsamında bir kadının çocuğuyla ilgili özel günlerde ritüel etkinlikler düzenlemesinin ileriki zamanlar adına zihninde özel bir yer tutacağı ifade edilebilir. Bu anlamda ritüelle ilgili geçmiş anımsamaya ilişkin nostalji deneyimlerinin önemli olduğu ifade edilebilir.

Katılımcılardan Naz, çocuğunun özel zamanlarına ilişkin ritüel kutlamalara dair paylaştığı anılarla, o günlere döndüğünü, zihninde an be an o anları tekrar yaşadığını ve o günlerin kendisinde unutulamayacak anılar olarak yerleştiğine değinmiştir. Naz’ın, kendi annesi ile çocuğunun aynı karede yer aldığı fotoğraf yoluyla da “geçmiş anımsamaya ilişkin nostalji deneyimini” ifade eden cümleleri ve paylaştığı fotoğraf aşağıdaki gibidir:



Naz – 1. Sırada

“...Ama işte o günlerde hiç fotoğraf makinemiz veya hani maalesef elimizde bi telefonumuz olmadığı için o günleri kayıt altına alamadık. Tabi anbean yaşıyorum şu an...Hala anlatabiliyosam bunu bu heyecanla, bence bende çok güzel hisler bırakmış. Hala o günü yaşıyo gibiyim. Unutulacak şeyler değil bunlar...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Şevvalin hayatında daha doğrusu hani ilk bebeğim, annemin bana desteği yardımı ve çok sevmesi. Her anımda yanımda olması beni hep mutlu etmiştir. O gün de ilk kapımı çalan annemdi. Ben de Şevvali giydirmiştim onunla bi anısı olsun istedim. Hayatı boyunca beraber olsunlar istedim. Çünkü Şevvalime annem kadar değer veren bir Figen Ablam var. Büyük ablam. Ama annemle Şevvalin bütünlüğü her zaman çok farklıydı hala da öyle. O bi anı olarak kalsın istedim. O ilk kapımı çalan annem olduğu için onunla bi hatırası olsun istediğim için annemi çekmiştim. O pozu anneme ayırmıştım. Bu fotoğrafa bakan herkes o günlere tekrar dönebiliyo.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Alan yazında da benzer şekilde Carù ve Cova (2003), geçmiş yaşanmışlıklara dair anıların yakın çevreyle paylaşılmasının ve o anılara dair fotoğraflara bakılmasının geçmiş deneyimin canlanmasında ve adeta tekrar yaşanmasında rol oynadığını belirtmiştir.

Zehra, kendisi için de önemli bir zaman diliminde gerçekleştirdikleri çocuğunun ilk yaş günü kutlamasıyla ilgili anısını paylaşırken, geçmişe yaptığı yolculuğa şu ifadelerle işaret etmiştir:

“Fotoğrafa baktığım zaman tabiiki çok mutlu oluyorum. Geçmişe dair anılarımı hatırlamış oluyorum. İkinci kızımın ilk yaş gününü arkadaşlarımızın da iştiraki ile kutlamıştık, ilk kızımın birinci yaş gününde tatilde olduğumuz için bulunduğumuz yerde küçük bi pasta ile kutlamıştık ama Zülal’in doğum günü daha bi kutlama havasında geçmişti. Hem de bulunduğumuz ilden ayrılacaktık ve arkadaşlarımızla da kızımın ilk yaş gününü böyle bir veda havası içinde daha duygusal olmuştu.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aysel, çocuğunun cinsiyetini öğrendiği günden kendi çektiği ve paylaştığı fotoğrafa ilişkin anılarını aktarırken o günlere tekrar döndüğünü ifade ederek “geçmişe anımsamaya ilişkin nostalji deneyimine” gönderme yapmıştır:



Aysel 1. Sırada

“Şimdi ben oğlumun olmasını istiyordum. Eee, cinsiyet olarak erkek istiyordum Bu fotoğrafa bakınca çok heyecanlanmıştım. Bi kızım bi oğlum vardı, bi oğlum daha olsun istemişim. Bu fotoğrafa bakınca tekrar aynı heyecanı yaşıyorum. Oğlumun olacağını nasıl bi çocuk olacak, o heyecanı yaşıyorum hala.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Araştırmanın bu bulgusunda Aysel, geçmişte yaşadığı bir deneyimin arka planına yerleştirdiği beklenti ve heyecan gibi kuvvetli hisler ile çevrelediği nostalji deneyimi ile geçmişten günümüze uzanan nostalji deneyimini pekiştirmektedir. Alan yazında Davis’in (1979), olguların ya da olayların geçmişe yerleştirilmesi ile bireyin bugün eski zamanlara dair taşıdığı kuvvetli hislerle yaşadığı nostalji deneyiminin; geçmiş, bugün ve gelecek zaman dilimleri arasında bir köprü kurulmasına olanak tanınması yönündeki ifadesi bu bulguyla paralellik göstermektedir.

Çocuğunun ilk yaş gününden paylaştığı fotoğrafa bakarken anıları tazelenen Defne, geçmişe anımsamaya ilişkin nostalji deneyimiyle ilgili “O günün yaşanmışlıkları ve anısı var

üzerimde, bakınca şimdi tekrar anılarım canlanıyor.” İfadesini sağladığı fotoğrafla da desteklemiştir:



Defne – 1. Sırada

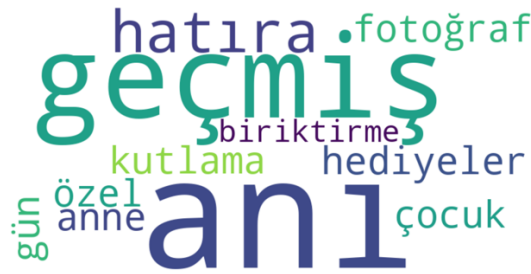
Benzer şekilde Meltem de çocuğunun ilk yaş doğum gününü kutlamanın anı paylaşımı olduğuna ve o güne ait fotoğrafların günümüz açısından “o günlere gidebilme” anlamını taşıdığına göndermelerde bulunarak doğum günü kutlaması ile ilgili geçmişi anımsamaya yönelik nostalji deneyimini pekiştirmiştir

Nur ise, çocuğunun diş buğdayı ritüelinin gerçekleştirdiği günden bir fotoğrafını paylaşarak, bu fotoğrafa yaptığı “*bakınca geçmişe yolculuk ettiren takvim kartpostalı*” benzetmesi ile geçen zamana bir gönderme yapmıştır.



Nur 1. Sırada

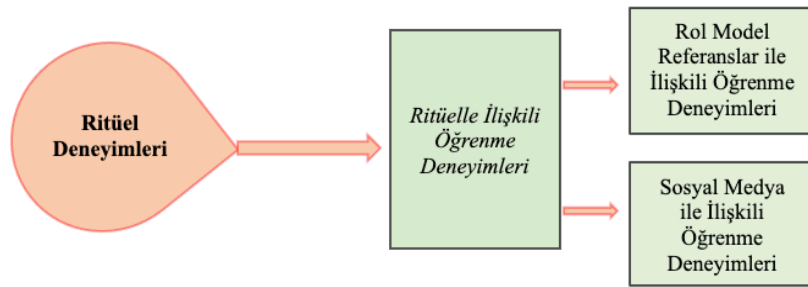
Sonuç olarak ritüel ile ilişkili nostalji deneyimlerin ayrıntıları ile ilgili öne çıkan kavramlar, ChatGPT yapay zekâ aracı vasıtasıyla bir kelime bulutuna yansıtılmış olup, aşağıda Şeki 13’ten izlenebilir (OpenAI, 2024).



Şekil 13. Ritüelle İlişkili Nostalji Deneyimleri Kelime Bulutu

4.1.1.5. Ritüelle İlişkili Öğrenme Deneyimleri

Araştırma bulguları, ritülle ilişkili öğrenme deneyimlerinin, “rol model referanslar ile ilişkili öğrenme deneyimleri” ve “sosyal medya ile ilişkili öğrenme deneyimleri” olarak yaşandığını göstermektedir. Katılımcılar rol model referanslar ile ilişkili öğrenme deneyimleri altında “ritüel kutlamalarda aile, akraba, arkadaş çevresinden etkilenmek ve esinlenmek” ve “ritüel kutlamalarda çevreye rol model olmak” bağlamlarında göndermelerde bulunmuştur. Sosyal medya ile ilişkili öğrenme deneyimleri açısından ise, “ritüel kutlamalarda sosyal medyadan etkilenmek ve esinlenmek” ve “ritüel kutlamalar için satın alımlarda sosyal medya aracılığıyla firmaların araştırılması” olguları öne çıkmıştır. Bu bağlamda alan yazında da yaşanan bir deneyimin kişi açısından öğretici olması, merak uyandırması ve deneyim akabinde kişinin daha bilgili olmasına (Triantafillidou ve Siomkos, 2014) ve bu süreçte bireylerin aktif katılımların olduğu bir etkileşim ile olaylara dair öğrenme deneyimi yaşamasına (Pine ve Gilmore, 1999); böylelikle bireylerin yeni deneyimler yaşarken eski deneyimlerinden öğrendiği şeyleri referans alarak yaşadıkları deneyimi güçlendirebileceğine (Uygun, 2009) değinilmiştir. Günümüzde özellikle bireylerin özel yaşam dilimlerinde benimseyip uyguladığı kutlama pratiklerinin çeşitlendiğini ve bireylerin sosyal çevresi ile sosyal medya gibi mecraların her yeni gün farklı uygulamalar açısından öğretici olduğu ifade edilebilir. Dolayısıyla ritüelle ilişkili öğrenme deneyimlerinin ortaya konması önem taşımaktadır. Ritüelle ilişkili öğrenme deneyimlerine dair kategorilerin sunumu aşağıda Şekil 14’ten izlenebilmektedir:



Şekil 14. Ritüelle İlişkili Öğrenme Deneyimleri

4.1.1.5.1. Rol Model Referanslar ile İlişkili Öğrenme Deneyimleri

Araştırma katılımcılarının tamamının (17 katılımcı) rol model referanslar ile ilişkili öğrenme deneyimi boyutuna işaret ettiği görülmektedir. Bu anlamda katılımcılar genel anlamda ritüel kutlamalarla ilgili olarak aile, akraba, arkadaş çevresi gibi referans gruplarını rol model aldıklarını ve bu referans gruplardan görerek, öğrenerek etkinlik pratiklerini şekillendirdiklerini ifade etmişlerdir. Dolayısıyla bu deneyimin özünü “ritüel etkinliklerde aile, akraba, arkadaş çevresinden etkilenmek ve esinlenmek” ve “ritüel kutlamalarda çevreye rol model olmak” oluşturmaktadır. Alan yazında ritüel etkinliklerin annelik rolünü öğrenmede ve anneliğe alışmada etkili olduğu (Afflerback vd., 2014); bireylerin yeni moda akımları ve yenilikleri öğrenme eğiliminde oldukları (Wang vd., 2000; Wilhelm ve Mottner, 2005) belirtilmektedir. Dolayısıyla anne olma sürecindeki ritüel deneyimler kapsamında öğrenme sürecinin bu bağlamda şekillendiğini söylemek mümkündür.

Katılımcılardan Melahat, kendi zamanının şartlarında aile, akraba ve arkadaş çevresini gözlemleyerek bir anlamda onları, kendi gerçekleştirdiği kutlamalarla ilgili rol model aldığını ifade etmiştir. Benzer şekilde Cennet, Aysel, Meltem ve Naz ve Açelya için kutlama pratikleriyle ilgili öğrenme süreçlerinde rol model aldıkları referans grupları genel anlamda aile büyükleri olmuşken; Hande, Sultan, Esen, Duygu ve Defne, çocuklarıyla ilgili yaptığı ritüel kutlamalarda rol model aldığı referans gruplarının aile, akraba ve arkadaş çevresinden oluştuğunu belirtmişlerdir.

Duygu şu ifadeleriyle kutlama pratiklerinde rol model referanslar ile ilişkili yaşadığı öğrenme deneyimini yansıtmıştır:

“Eeeee, işte görüyorsunuz anadan atadan, akrabalarından, senden önce anne olan komşundan falan, hani bi parça eski zaman olduğu için daha çok aile, akraba, çevre...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Zeynep, kendi ailesi içinde ritüel etkinliklerin olmadığını; ancak evlendikten sonra eşinin aile tarafından akrabalarından görüp öğrendiği kadarıyla gerçekleştirdiğini ifade ederek yaşadığı “ritüelle ilişkili öğrenme deneyimini” yansıtmıştır.

“... Ben çok alışmamışım kendi ailem tarafında bi de annem babam falan yaşlı olduğu için bizde doğum günü falan kutlama olamazdı ben evlendikten sonra eşim tarafında gördüm böyle doğum günü kutlamasını falan... Yani en çok işte ailede başlatılmıştı benim elim vardı işte o hep böyle şeyleri organize ediyodu, hani bugün bunun doğum günü şu ay şunun doğum günü falan diye böyle gelenek haline geldi evin içinde eşim tarafında, kimse kimsenin doğum gününü unutmuyo kayınvalidemin bile doğum gününü kutluyoruz.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Naz ise, diğer katılımcılardan farklı olarak, çocuğu için düzenlediği özel gün etkinliklerini özgün bakış açısıyla farklılaştırdığını ve bu yönüyle başkalarına rol model ve referans olarak yol gösterici olduğuna şu sözlerle değinmiştir:

“... Ama tabiki kendimden kattığım veya öğrendiğim kendimce öğrendiğim, tatbik etmek istediğim şeyleri de kattığım olmuştur. Özellikle işte dediğim gibi gelen misafirlere hediye vermek bizim topluluğumuzda abes karşılanan bi durumdur ama bence gelen çocuklara da hani onlar nasıl hediye getiriyolar doğum günü diye. Benim de onları mutlu etmek için bi sebebim olsun diye, küçük küçük böyle sepetlerin içinde onların seçebilecekleri tarzdan hadi seç bakalım bu da Şevval’in sana hediyesi ya da doğum günü çocuğunun sana hediyesi diye onların da mutluluğunu görmek beni çok mutlu etmişti ve bu benim kattığım bişeydi o dönemlerde. Ama çok da işe yaramıştı, evet benden sonra uygulayan arkadaşlarım olmuştur. Şimdiki popüler olan ve anı olarak verilen hediyeleri ben o zaman kendim hazırlamıştım...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Nur da içinde yaşadığı dönemde çevresinde kutlama yapanlar olmamasına rağmen farklılık yaratarak çocuğuna kutlama yaptığını dile getirmiştir. Bu anlamda kutlamaların yapılmadığı bir dönemde kutlama yaparak etrafına rol model olma yönlü bir deneyim yaşadığı ifade edilebilir.

Zehra ise, çocuğunun özel zaman dilimlerindeki ritüellerle ilgili olarak aile ve arkadaş çevresini rol model göstermiştir:

“Benim kızlarım için yaptığım 20liğini ve 40ını çıkarma banyolarını geleneksel olarak ailemden gelen etkiyle yaptım. Doğum günü ise normalde biz kendi çocukluğumuzda yapmazdık hiç kutlama evde. Arkadaşlar bizim için yapardı genelde.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Esmâ ve Defne, özellikle çocuğunun ilk yaş günü kutlamasında arkadaş çevresini rol model aldıklarını belirtirken; Esmâ günümüz kutlamalarıyla ilgili modern bakış açısını aile büyüklerinden ziyade kendi akranlarıyla örtüştürdüğünü ifade ederek neden arkadaş çevresini referans aldığına bir anlamda destek sağlamıştır:

“...Genelde de akrabadan ziyade arkadaş çevresinden etkileniyo. Çünkü akrabalarda halalarımız, teyzelerimiz daha yaşlı oldukları için, eeee, eskilere göre hareket ediyolar. Onlar çok işine gelmediği için baktığın zaman. Ama sosyal medyada gezdiğin zaman ya da gittiğin doğum günleri olduğu için diyorun ki aaa bak bu böyle yapmış ben de şu şekilde yapım. Mesela benim etkilendiğim bi arkadaşım vardı, ben de Doğanın doğum gününü ondan etkilenererek dışarda yaptım.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da kişilerin gerçekleştirdiği etkinliklerin onlara yeni beceriler kazandırdığını, etkinliğin hazırlık sürecinin ya da düzenleniş biçiminin bu anlamda öğrenme süreçleriyle desteklendiği ifade edilmektedir (Hwang ve Lyu, 2015; Oh vd., 2007).

4.1.1.5.2. Sosyal Medya ile İlişkili Öğrenme Deneyimleri

Ritüelle ilişkili öğrenme deneyimleri içinde sosyal medya ile ilişkili öğrenme deneyimlerine katılımcıların yarısından çoğunun (9 katılımcı) işaret ettiği görülmektedir. Bu anlamda bu deneyimin yaşanmasının özünde yer alan olgular, “ritüel etkinliklerde sosyal medyadan etkilenmek ve esinlenmek, ritüel etkinlikler için satın alımlarda sosyal medya aracılığıyla firmaların araştırılması” şeklinde görülmüştür. Alan yazında da günümüzde annelerin bloggerların fikir ve tecrübelerinden yola çıkarak bunları uygulamaya geçirmeleri (Aktan ve Kayış, 2018); yeni nesil sosyal medya anneliği ile kadınların yeni pratikler öğrenmesi ve kendi bilgilerini paylaşması (Ergül ve Yıldız, 2021: 614) ekseninde çıkarımlar mevcuttur.

Aynı zamanda Tauber (1972) ve Arnould ve Reynolds (2003), bireylerin tüketim deneyimlerini şekillendirecek yenilikleri ve en son trendleri takip ettiğine değinerek, bu yolla geçirdikleri öğrenme süreçlerinin önem taşıdığına değinmişlerdir. Bu anlamda özellikle günümüzde yaygın bir iletişim, etkileşim ve paylaşım mecrası olan sosyal medyanın, ritüel etkinlikler açısından gerek bireyin kendisi adına öğrendiği gerekse de çevresine öğretici olduğunu ifade etmek mümkündür.

Katılımcılardan Sümbül, özellikle anne olduktan sonra çocuğunun özel gün etkinliklerine dair yeni pratikleri sosyal medya aracılığıyla öğrendiğini ve deneyimlediğini belirtmiştir. Bu anlamda özellikle sosyal medya üzerinde topluluklara öncü olan fenomenlerden etkilendiğini ifade etmiştir:

“...Ben böyle bi endüstri olduğunu bilmiyodum, bu süslemeler balonlar zincir balon diye bişey olduğunu her şeyi sosyal medyadan öğrendim. Takip ettiğim sitelerden öğrendim, ya da takip ettiğim instagram annelerinin neler yaptığı falan. Fenomen anneleri kast ediyorum. Arkadaşlarım da zaten çok böyle o işlere ilgilenen arkadaşlarım da var da çoğu da o konuda çok şey değil. Mesela itiraf edeyim çocuğa yapılacak yemekleri bu annelerden öğrendim benim kızım o yemekleri çok sevdi mesela çok saçma yani ben onlardan çok fazla şey öğrendim yemekler konusunda, kıyafetleri nerelerden alacağım konusunda o fenomen annelerden. Deneyim paylaşımı sonuçta onlar da deneyimini paylaşıyo.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Ya şimdi nasıl şimdi çocukla ilgili olarak ben bu alışveriş ortamına çocuk olduktan sonra girdim mesela günümüzde alabileceğim ve yapabileceğim kutlamalar için o kadar enterasan şeyler var ki hatta ben doğum yapmadan önce doğum fotoğrafçısı olduğunu, odanı gelip süslediklerini işte çocuğun özel kurdeleli küvezde geldiğini falan bilmiyodum ama işin içine girince, eeee, ben de bunları yaptım mesela. Günümüzde alabileceğim ve yapabileceğim kutlamalar için o kadar enterasan şeyler var ki hatta ben doğum yapmadan önce doğum fotoğrafçısı olduğunu, odanı gelip süslediklerini işte çocuğun özel kurdeleli küvezde geldiğini falan bilmiyodum; ama işin içine girince, eeee, ben de bunları yaptım mesela...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Duygu, ritüel kutlamalarla ilgili alışveriş sürecine dair paylaştığı düşünceleriyle günümüzde insanların çok çeşitli alternatifler arasından seçim yapabileceğine, ritüellerle ilişkili öğrenme deneyimleri açısından sosyal medyanın öğretici bir alan olduğuna şu sözlerle değinmiştir:

“...İnternette sosyal medyadan faydalaniyo insanlar artık. Hani hiç hayal dahi etmediğimiz bi şeyi bile görebiliyoz yani internette instagramda, e insana fikir oluşturuo bu tabi...Yani görüyoruz, şimdi ay ay bebeklerin ay dönümlerini fotoğraflıyorlar, ne bilim ta doğum anında bile fotoğraf çektiriyorlar, sonra işte sırf bunun için organizasyon şirketleri var. ..Artık insan televizyonda telefonda facebookta instagramda her yerde farklı şeyler görebiliyo ve onlardan ekleniyo artık.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Açelya ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için satın alım yaparken, sosyal medya aracılığıyla ön bir araştırma yaparak firma güvenilirliğini test ederek ona göre seçim yaptığına değinirken bu anlamda sosyal medya ile ilişkili öğrenme deneyiminin bir parçası olmuştur:

“...Bi de yorumlar var canım o pastane hakkındaki yorumlar da benim tabiki öncelik verdiğim bişey, internet üzerinde yapılan yorumlardı. Sosyal medya ve internette o aldığımız yerlerle ilgili yorumlara bakmıştık yani evet.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Sümbül de Açelya ile benzer şekilde çocuğunun ilk yaş günü için sosyal medya üzerinden alışveriş yaparken istediği ürün niteliği açısından, firma güvenilirliğine dikkat ettiğine ve fiyat karşılaştırması açısından araştırma yaptığına değinmiştir:

“Öncelik olarak şeye baktım farklı şeyler bulmaya çalıştım açıkçası atıyorum bi balon alırken normal bi balon almadım içinde simler olan şeffaf balonlardan almak istedim mesela aklımda ufak tefek bi konsept oluşturup ona göre almaya çalıştım. Bi de yorumlarını okudum, patlak mı gelir yırtık mı geliyo görüldüğü gibi parlak değil mi yorumlarına göre baktım. Sonra birkaç sitede de fiyat

karşılaştırması yaptım. Öncelik görsellik oldu açıkçası sonra yavaş yavaş fiyata da baktım yani. Biraz ürününü niteliği çeşidi, sonra biraz kalite güvenilirlik ve en son da fiyat yani.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Hande ve Esen, günümüzde bireylerin sosyal medya platformları vasıtasıyla birçok yeni tüketim uygulamalarına şahit olduklarına ve benimseyebildiklerine değinmişlerdir. Bu anlamda Hande, sosyal medyanın bireylerin günümüz modern kutlama pratiklerine dair öğretici bir mecra olduğuna, geçmişle günümüz arasındaki farka da bir gönderme yaparak değinmiştir:

“... Yani açıkçası şöyle söylüyim mesela bizim Alya 2011 doğumlu, hani o zamanlar bu kadar şey değildi, gündemde değildi bu kutlamalar...Artık insanlar, eee, bunu daha farklı bi boyuta taşıdı, çevremdeki insanları düşününce. Belki de dediğim gibi zamanla alakalı bişey bu, son özellikle 4-5 yıldır inanılmaz işte bu baby showerlar olsun işte ne bilim doğum günleri, şeyler hani hepsi artık daha üst boyutta. Daha önce minimal seviyede çok yakın ailenle, çevrenle bi pasta üflerdin; ama şimdi daha farklı tabi bunlar. Eee çevrende bunlar artık sanki biraz da böyle. Mesela şey var artık, baby showerdan da önce cinsiyet kutlaması var, cinsiyet tahmin partisi var bütün arkadaşlar toplanıyo, bi tek anne biliyo cinsiyeti, parti eşliğinde mavi balon pembe balon birini patlatıyo falan, havai fişekler...Bilemiyorum ama daha bebek ortada bile yokken bunlar oluyo. Ya işte sosyal medyanın da bence çok fazla şeyi var bunda biliyo musun? Sosyal medya bak, eee, şimdi hatırlıyorum ben 2008 üniversitedeyken falan böyle, işte ne bilim facebook falan yeni şey olduydu, bizde en çok mail kullanılırdı, msn vardı hani, bu kadar whatsappır instagramdır, hani şey, fazla yoğun değildi. Şimdi sosyal medyanın da insanları çok fazla etkilediğini düşünüyorum.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Esmâ ve Çisem, sosyal medyadan gördükleri ya da esinlendikleri şeylerden özellikle çocuklarının ilk yaş günü kutlamasına yansıttıklarını belirtmişlerdir. Esmâ, bu anlamda verdiği somut örnekler ile kendisinin sosyal medyadan görerek öğrendiği ya da etkilendiği şeylerle ilgili söylemlerde bulunmuş ve bu anlamda ritüellerle ilişkili öğrenme deneyimini sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirmiştir:

“...Sosyal medyada gezdiğin zaman ya da gittiğin doğum günleri olduğu için diyosun ki aaa bak bu böyle yapmış ben de şu şekilde yapım... Sonra mesela sosyal medyada gezerken de insan hiç tanımadığı kişilerin yaptığı şeyleri bile görebiliyo, aaa diyo bişeylerden etkileniyo. Mesela konsept. Ben Doğada eeee, papatya konseptini ele aldım. Mesela pastamız sarı beyaz papatyalar vardı. Kıyafeti sarı beyaz papatyalıydı. Süslemelerimiz de ona göre sarı, gri, beyazdı. Bu şekilde etkilenme olmuştu.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da Jennings ve Brace-Govan (2014), bir annenin çocuğunun özel günleri için düzenlediği kutlamalar için internet ve sosyal medya aracılığıyla çeşitli parti konseptleri arasından seçim yaptığına ve bu yönde sosyal medyadan esinlenebildiğine değinmiştir.

Benzer şekilde Defne de çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için hazırlattığı pastayı sosyal medya üzerinden görerek sipariş ettiğine değinirken bu anlamda ritüelle ilişkili öğrenme deneyimini sosyal medya bağlamıyla şekillendirme sürecine şu sözleriyle işaret etmiştir:

“Pastayı şu şekilde yaptırıldı. Ankarada Hacı Bayram Velinin türbesinin orda Kaf Hanımlar Konağı var. 25 sertifikalı helal gıda ürünleri yapıyorlar, satıyorlar. Yaş pasta olsun kurabiye olsun bu tür şeyler. Ramazanda börekler, içli köftedir çiğ köftedir bunlardan yapıyorlardı. Bunları sosyal medyadan gördüm, instagramdan sipariş verip gidip kendim eşimle beraber adım...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Diğer katılımcılardan farklı olarak Melahat, çocuğuyla ilgili kutlama yaptığı zamanlarda günümüzdeki internet ve sosyal medya imkânları bulunmadığı için o mecralardan yararlanamadığını; ancak şimdi olsa sosyal medya aracılığıyla öğrendikleriyle ritüel kutlama alışkanlıklarını şekillendirmek isteyeceğine şu ifadelerle göndermelerde bulunmuştur:

“...Benim zamanım biraz geri kalmış oluyo. Hani şimdiki zamanda olsa interneti açardım, kim ne yapmışsa mesela onlardan faydalanırdım. Ama benim zamanında benim evimde de bilgisayar olmadığı için internet olayı olmadığı için. Hani eee medyadan faydalanamadım. Yani o zaman bilgisayar internet yok ama eğer şu konumda olsaydık. İnternette de faydalanırdım...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Sonuç olarak ritüel ile ilişkili öğrenme deneyimlerin ayrıntıları ile ilgili öne çıkan kavramlar, ChatGPT yapay zekâ aracı vasıtasıyla bir kelime bulutuna yansıtılmış olup, aşağıda Şekil 15’ten izlenebilir (OpenAI, 2024).

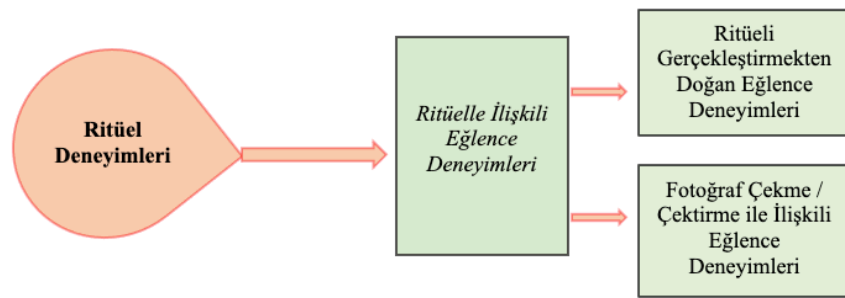


Şekil 15. Ritüelle İlişkili Öğrenme Deneyimleri Kelime Bulutu

4.1.1.6. Ritüelle İlişkili Eğlence Deneyimleri

Araştırma bulguları, çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde çeşitli boyutlarda eğlence deneyimlerinin yaşandığını göstermektedir. Bu anlamda ritüelle ilişkili eğlence deneyimlerinin alt kategorilerini “ritüeli gerçekleştirmekten doğan eğlence deneyimleri” ve “fotoğraf çekme / çekirme ile ilişkili eğlence deneyimleri” oluşturmaktadır. Katılımcılar “ritüeli gerçekleştirmekten doğan eğlence deneyimlerinde” ilgili ritüel kutlamayı gerçekleştirirken eğlenceli vakit geçirme olgusuna değinmişlerdir. Fotoğraf çekme / çekirme ile ilişkili eğlence deneyimleri açısından ise katılımcılar “çocuğun fotoğrafının çekilmesi ile ailecek ve misafirlerle fotoğraf çekirmeyi” ön plana çıkararak bu eylemlerin eğlenceli oluşuna göndermelerde bulunmuşlardır. Alan yazında eğlencenin, deneyimin pasif bir yönü olduğuna değinilmiştir. Bir ortamdaki bireyler eğlenirken, aslında deneyime yanıt vermekten (eğlenmek, gülmek vb.) başka bir şey yapmamaktadır. İlgili eğlencenin konuklarının ortamda zihinsel ve bedensel varlık göstermesini sağlamak için eğlence yoluyla neler yapılabileceği ve deneyimi nasıl daha eğlenceli ve keyifli hale getirilebileceği (Pine ve Gilmore, 1999, s. 40) ve bireylerin gerçekleştirdikleri birtakım etkinlikler ve yaşadıkları deneyimlerin eğlence boyutuna sahip olması, yaşanan deneyimin eğlenceli olması önem taşımaktadır (Triantafillidou ve Siomkos, 2014). Bununla birlikte alan yazında bireylerin hayatlarındaki özel günlerle ilgili doğum günü gibi ritüellerin ve etkinliklerin (Fischer ve Gainer, 1993;

Otnes ve Pleck, 2003; Otnes vd., 1995; Wallendorf ve Arnould, 1991; Weil, 1986) belirli unsurları, eylemleri ya da senaryoları içeren süreci ile eğlence deneyimlerini barındırdığı (Jennings ve Brace-Govan, 2014) belirtilmiştir. Pine ve Gilmore (1999), eğlencenin deneyimlenmesinde duyuların özümseme sürecinin rol aldığını ifade etmiştir. Ancak, eğlencenin pasif duyumsamaların yanı sıra eğlence unsurlarına aktif katılımı da deneyimlenmesi ile eğlenceli ve keyifli zaman geçirildiği belirtilmiştir (Uygun, 2009). Bu durumun da etkinliğin çekiciliğini artıracak ve ortama olan katılım hissini canlandıracağı (Asan vd., 2023; Hwang ve Lee, 2019; Oh vd., 2007) belirtilmiştir. Dolayısıyla eğlence deneyimleri, günlük yaşamın içinde özel günlerde düzenlenen etkinlikler açısından daha da önem kazanmaktadır. Alan yazında bu tarz etkinliklerin bireylerin davranışlarında saklı değerleri ortaya çıkarma potansiyeline sahip olduğu (Levinson vd., 1992) belirtilmiştir. Araştırma bulguları açısından ise, ritüelle ilişkili eğlence deneyimleri açısından sadece pasif katılımı değil bizzat aktif etkileşim ve katılımı gerçekleştiren eğlence deneyimlerinin olduğunu da göstermiştir. Araştırma bulguları, ritüeli gerçekleştirmekten doğan eğlence deneyimlerinde katılımcıların aktif rol alabildiğini göstermiştir. Bir anlamda pasif katılıma kıyasla bireylere daha fazla keyif veren bu deneyimlerin, eğlenceden duyulan doyum hissini de artıracak düşünülmemektedir. Alan yazında da bireylerin çevreleri ile olan etkileşimi sonucu yaşanan eğlence duygusunun, yoğun ve sıra dışı deneyimlerin yaşanmasında ve paylaşılmasında rol aldığı ifade edilmiştir (Asan vd., 2023). Araştırma kapsamında ortaya çıkan ritüelle ilişkili eğlence deneyimlerine ait kategorilerin özet sunumu aşağıda Şekil 16’da sunulmaktadır:



Şekil 16. Ritüelle İlişkili Eğlence Deneyimleri

4.1.1.6.1. Ritüeli Gerçekleştirmekten Doğan Eğlence Deneyimleri

Bulgular, ritüelle ilişkili eğlence deneyimleri açısından “ritüeli gerçekleştirmekten doğan eğlence deneyimlerinin” önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Bu anlamda katılımcılar için ritüelle ilişkili eğlence deneyimlerinin yaşanmasının özünde “ilgili ritüel kutlamayı gerçekleştirirken eğlenceli vakit geçirme” olgusu yer almaktadır. Katılımcıların yarıya yakını (8 katılımcı), ritüeli gerçekleştirmekten doğan eğlence deneyiminde, ritüel kutlamanın eğlenceli oluşuna değinerek vurgu yapmıştır. Schoonmaker (2006), ebeveynlerin çocuklarının doğum günlerini kutlamalarına dair deneyimleri incelediği çalışmada, bir annenin, çocuğunun eğlenceli vakit geçirmesinden keyif alarak ritüel kutlamaları gerçekleştirebildiği ve etkinliğin bu yüzden bir anne için eğlenceli geçtiği yönünde sonuçlara ulaşmıştır. Lee ve meslektaşları (2009) ise, çocuğunun eğlenceli vakit geçirmesi için bir annenin ritüel kutlamaları gerçekleştirebileceğine değinmiştir.

Katılımcılardan Esmâ, yaşamında genel olarak kutlama yapmaktan aldığı keyfi şu ifadeleri kullanarak paylaşıırken, bir anlamda bu eğlence deneyimi türünü pekiştirmiştir:

“...Çocuk görmeye gelmelerde bile hani insan çeşit çeşit hazırlıklar yapıyo. Yani farklı bi duygu yani dünyanın en vazgeçilmez bi şeyine sahip oluyosun. Eeeee, yani ilk çocukta gerçekten farklı oluyo insan. Her şeyi farklı farklı yapmak istiyosun. En güzelini yapmak istiyosun. Her şeyin en iyisini yedirmek, giydirmek istiyosun. Almalara doyamıyosun oyuncak olsun, kıyafet olsun. Her aşaması için ayrı heyecan aynı keyif oluyo diyebilirim çok eğlenceli anlar aslında bi anne için bence. Öööyle.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda Esmâ, çocuğunun birinci yaş günü kutlamasının nasıl geçtiğiyle ilgili değindiği ifadelerle ritüeli gerçekleştirmekten doğan eğlence deneyimlerine vurgu yapmıştır:

“...Pastayı kestik Doğa ben eşim. Resimler çekindik hatıra amaçlı. Ondan sonra oynama yaptık. Gelenler işte hediyelerini verdiler. Hediyeleri orda açmadık. Hediyeye çok önem vermedik orda yani eğlenmenin şeyinde olduğumuz için hediyeleri orda biriktirdik. Ondan sonra tamamen eğlencenin tadına vardık.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Esen, “kırk uçurma, diş hediği ve doğum günü” gibi kutlamaları gerçekleştirdiğini; ancak kendisi için en önemli kutlamanın doğum günü olduğunu, hazırlık sürecinin eğlenceli ve güzel geçmesine bağlayarak o gün yaşadığı eğlence deneyimini yansıtmıştır:

“Ee, doğum günü kutlaması; çünkü hem güzeldi yani o hazırlık süreci çok eğlenceli ve güzeldi. Oğlumla da eğlenceli paylaşımlarımız oldu pastayı yaparken o da dahil oldu. Pastayı hazırlarken şeker hamuruyla kaplarken, pastayı yaptım, içini hazırlamıştım. Üstünün şeker hamurunu ben hazırlarken o zaman oğlum pat diye gelip bi pastayı bi bozmuştu eliyle mıcıklamıştı. Onu hatırlıyorum yani o yüzden (Gülüyor). Bir özel kalmıştı yani benim için. Onun için olmuştu o o zaman. Ahmet Salih de dahil oldu gerçekten yani.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Katılımcılardan Naz, çocuğunun özel günlerinden biri olan birinci yaş doğum günü partisinin eğlenceli oluşu ile ilgili olarak şunlara değinmiştir:

“...İlk yaş gününde yine, kendisi anlasa da anlamasa da birçok arkadaşı vardı. Onların ailelerini de davet etmişim yine ben. Gece güzel bir partiyle yine evi pastasını, süslemelerini kendim hazırlamak şartıyla güzel bir ilk yaş doğum günü hazırlamıştım kendisine. O zaman belki Şükran bile hatırlayabilir çünkü o da vardı o zaman. Güzel eğlenceli bi gece olmuştu bizler için...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Esen de benzer şekilde çocuğunun ilk yaş doğum günü kutlamasının çocuk, misafirler ve kendisi açısından eğlenceli bir şekilde gerçekleştiğine şu ifadelerle yer vermiştir:

“Eee, çocuklar, eşimin akrabalarından olan küçük çocuklar vardı onlar gelmişti. Onlar kendilerince bi balonlarla hoplayıp zıplayıp kendilerince eğlenmişlerdi. Ahmet Salih ortada yürüyodu o zaman, bi yerleri tutarak da olsa birkaç adım atıyodu. İşte bi yandan onlar tay tay deyip onu çağırıyolardı. Bi yandan balonlar havada uçuşuyodu. O da balonları yakalamaya çalışıyodu. İşte Ahmet Salih mumu üflemeden zaten kendi eliyle değil de direk ağzıyla bi pastanın üstüne atıldı. Yani ellemek değil. Gerçi biz üflesin diye direk ellerinden tutmuştuk. Kendi de eliyle dokunamsın diye. O an da kendi üflicem diye eğilirken, çocuk o anda pastanın üstüne hemen bi ağzını götürdü, yemeye kalkışmıştı ama yakaladık. Büyük olan resim çerçevesinin önünde gelen misafirler resim çekindi sonra. Öyleydi güzeldi yani bence hem kendim için hem Salih için hem de gelenler adına eğlenceli bi gün olmuştu.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Bunun yanı sıra Esen, kutlama günüyle ilgili çocuğunun yaşadığı eğlenceli anlara aşağıdaki gibi vurgu yapmıştır:

“İıı, o heyecan aklıma geliyo. Pastayı yaparken, o da çok müdahale ettiği için. Çok fena olmuştu üstü başı çok kirlenmişti banyosunu yaptırıp giydirdiğimizde sanki böyle yüzündeki o ifadeyle, ooooh yani ortalığı da mahfettim, her şeyi de yaptım çok eğlendim der gibi bi bakış fırlattı yani o an bana. Eee, şu an anlatırken bile içim kıpır kıpır oluyo.” (2. Fotoğraf Verisi)

Açelya da benzer şekilde kutlamaların çocuklar açısından eğlenceli anlardan oluştuğuna değinmiştir:

“Ya aslında güzel çocuk sevinio istiyo zaten belli bi yaşa geldikten sonra, işte böyle şeyler yapınca çocuğa pasta kesmek falan onu mutlu ediyö, o mutlu olunca sen de olduğun için benim için güzel bişey hem de akrabalarla bir araya geliyosun çocuk daha çok eğlenio güzel bi ortam oluyo yani. Hem bi araya geliyosun eğlenceli bi kutlama oluyo hem çocuk eğlenio güzel oluyo o zaman daha da.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Bunun yanı sıra Açelya kendisi için de çocuğunun 1. Yaş gününü kutlamasıyla ilgili yaşadığı eğlence deneyimine şu ifadelerle vurgu yapmıştır:

“Eeee, pastayı ablam eline almıştı içeri girmişti iyi ki doğdun Ayas felan diye lambaları kapatmıştık hep beraber, onsan sonra, pastayı işte beraber kestik o arada babası resmimizi falan çekti. Ondan sonra pastadan ilk önce Ayas’ın ağzına verdik. Ondan sonra işte doğum günü şarkıları felan çaldık Ayas kucamızda oynattık felan yani böyle güzel bi gündü, eğlenmiştik.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Sultan ise dış buğdayı kutlamasında meslek ritüeline dair sağladığı fotoğrafın arka planındaki eğlenceli anları dile getirmiştir:



Sultan - 2. Sırada

“...Eee bu fotoğraf benim için çok özel. Eeee, yani güldüğümüz, eğlendiğimiz, bolca kahkaha attığımız bir gündü tabi o küçük olduğu için hiç bişeyin farkında değil; ama biz birçok şeyi anlayıp görebiliyoduk.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Sümbül, çocuğunun özel zaman dilimleri için çeşitli kutlamaları planladığını ve keyif alarak gerçekleştirdiğini belirterek ve bu yolla kutlamaları yaptığına ve yaşadığı eğlence deneyimine göndermelerde bulunmuştur:

“Ya şey, ben çok keyif aldım; çünkü her şeyini yapmak istedim. Her yeni ayında ufak çaplı bişeyler yapmaya çalıştım...Ya da işte o gün bi pasta yaptım ya da işte mum üflemek, ufak bişeyler yaptım. Kırkı için yine bi şeyler yaptık, dış hediği yaptım mesela ne çekecek ne yapacak ilerde ona göre diye işin gırgın olacak şeyleri de yaptık. Bi de 1 yaşında da iki kere doğum günü kutlaması yaptık

bi kendi ailemle bi eşimin ailesiyle, bütün kuzenleri yeğenleriyle beraber çocukluk fotoğrafı olsun diye yaptık.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda Sümbül, çocuğunun dış buğdayı kutlamasındaki meslek ritüelini gerçekleştirmenin, ileride hangi mesleğe sahip olacağına yönelik ritüelin barındırdığı inanıştan dolayı eğlenceli olduğuna değinmiştir.

Duygu ise, çocuğunun dış buğdayındaki meslek ritüeline yönelik hem geçmiş hem günümüz eksenli yaklaştığı ifadeleri hem ritüelin gerçekleştirildiği andaki eğlence boyutunu hem de bugünü ilişkilendirmiştir:

“...Bir yandan da dış buğdayı etkinliğiyle konan eşyalardan seçtiği şeylerle acaba ilerde o mesleği mi yapar diye biraz eğlencevari de olsa gülmüşüz. Eğlenceli anlardı herkes için o an. Ki hemşire olunca da gülmedik değil hani makası da seçmişti ya o zamanlar...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Cennet de dış buğdayı kutlamasındaki meslek ritüelini gerçekleştirmenin eğlenceli anlardan oluştuğuna vurgu yapmıştır:

“.. Ne yaptık işte bi tepsiye makas koyuyolar, iğne iplik koyuyolar, para koyuyolar, kalem koyuyolar, ayna falan koyuyolar. Ne bilim ona göre işte çocuğun ilgi duyabileceği işte hangisini alırsa hmmm tamam ne aldı bu işte iplik aldı makara aldı ya da makas aldı terzi olacak gibi. Bence bu eğlencesine yapılan birşey tabi. Bizim kız da sanırım makas seçmişti, öyle yani.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Hande, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasının aile çevresi, kendisi ve çocuğu açısından keyifli ve eğlenceli olduğuna değinmiştir:

“...Hem keyifli hem eğlenceli hem duygusaldım böyle hani. Senden olan birşeyin doğduğu günü kutluyosun. Bi de böyle çok şey böyle misafirler falan herkes aynı ortak şeyi kutladığı için böyle bi daha fazla bi keyif veriyö. Hani acı gibi mesela. Acımı da paylaşınca azalır. Mutluluk da böyle paylaşınca çoğalıyo. Biraz da ondan mı acaba kutlama gereği duyuyoruz. Böyle ailenle, eşinle, dostunla, arkadaşlarınla o günü kutlarken o paylaşımı, o şeyi hissetmişim mesela duygu olarak. Paylaşmanın getirdiği mutluluk. Hepiniz anı şeyi paylaşıyorsunuz. Mesela ona hediyeler geliyo. Onlar da senin gibi aynı şeyi kutladığı için, Alyayı herkes kucaktan kucağa hani seviyo şey yapıyo. Hani çok güzel bi ortam olmuştu. Çok keyifliydi, çok eğlenceliydi..” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Katılımcılardan Naz ise farklı bir biçimde, çocuğu için düzenlediği etkinlikleri temsil eden süslemeleri hazırlamanın kendisi için keyif verici ve eğlenceli bir eylem olduğunu ifade etmiştir:

“... Şevvalin dışleri biraz geç çıktı. 6 aydan büyüktü, o zaman yaza denk gelmişti. Onda yine güzel bir kutlama yapmışım ki o dönemlerde, hazır materyaller süslemeler parti malzemeleri bu tarz hiçbirşey yoktu. Hele ki Antakya gibi küçük bi yerde. Onların hepsini ki ben el sanatları mezunuyum. Kendi elimle kartonlarıyla balonlarıyla süsleme şekliyle evimizi rengarenk hale getirmiştik. Kapı süslemelerine varana kadar. Şu anda kullanılan magnetleri o zaman ben kendi elimde tek tek ikram etmek üzere hazırlamışım. Eee, dış hediğimiz o zaman çok güzel bi şekilde oldu. 6 aydan sonra, eee, teyzesi Almanya’dan gelmişti. Onda da yine Şevvali ilk defa gördüğü için çok güzel bi parti verdik yine evimizde gece. O da benim çok özeldi. Onun dışında yaş günümüz oldu. İlk yaş gününde yine, kendisi anlasa da anlamasa da birçok arkadaşı vardı. Onların ailelerini de davet etmişim yine ben. Gece güzel bir partiyle yine evi pastasını, süslemelerini kendim hazırlamak şartıyla güzel bir ilk yaş doğum günü hazırlamışım kendisine...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

4.1.1.6.2. Fotoğraf Çekme / Çektirme ile İlişkili Eğlence Deneyimleri

Araştırma bulguları, ritüelle ilişkili eğlence deneyimleri içerisinde, “fotoğraf çekme / çektirmenin” de önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Katılımcılarının birkaçı için

(4 katılımcı), çocukları ile ilgili gerçekleştirdikleri özel gün etkinliklerinde, fotoğraf çekme / çekirtme ile ilişkili eğlence deneyimlerinin “çocuğun fotoğrafının çekilmesinden” ve “ailecek ve misafirlerle fotoğraf çekinmeden” kaynaklanan iki temel boyut üzerinde yoğunlaştığı dikkat çekmektedir. Alan yazında deneyimler ne kadar keyifli olursa, tüketicilerin bunları tekrarlama ve deneyimlerini başkalarıyla paylaşma olasılığının da o kadar artmasına zemin hazırladığı ifade edilmektedir (Chun vd., 2017). Bu anlamda fotoğrafların da tekrarlanan deneyimleri canlandırma yönü, eğlence deneyimlerindeki rolünü yansıtmaktadır.

Katılımcılardan Hande, çocuğunun kırkı çıktıktan sonra arkadaşıyla beraber yaşadıkları eğlenceli anları, paylaştığı fotoğraf ile aşağıdaki şekilde öykülemiştir:



Hande - 4. Sırada

“Daha ne kadar 2 aylık falandı. Pastayı gördü Alya şey yaptı. Otomatikmen ilk doğuşta bebeklerde o tatma içgüdüğü oluyo ya çocuksu olarak her şeyi ağızına götürüyo hani. O direk hemen pastayı görünce böyle fotoğraf çekinelim diye kafayı eyince eğildi yalamaya başladı. Bizim de hoşumuza gitti yalaması, dur dedim bi fotoğraf çekelim. Zatem kafayı zor tutuyo daha yeni bebek. Ondan sonra biz fotoğrafı çekerken flaş da patlayınca, bu şey yaptı, kafayı da tutamıyo ya gömdü pastanın içine (Gülüşmeler). Bu fotoğrafa hep çok gülüyorum yani. Hatta sonrasında ağlarken şey var üstünü falan değişiyoz. Ağlaması dışında yani o gün çok eğlenceliydi, o anı yakalamış olmak yani bu fotoğraf çok güzel çok güldürüyo beni, eğlenceli bi eylemdi bizim için gerçekten ya hala gülerim.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Ayrıca Hande ritüeli gerçekleştirmeden doğan eğlence deneyimlerinde fotoğraflamanın önemini “*her güzel mutlu eğlenceli anı fotoğraflama isteğimizi de barındırıyor bu fotoğraf*” ifadesi ile pekiştirmiştir.

Sultan, çocuğunun diş buğdayıyla ilgili meslek ritüelini gerçekleştirdikleri güne dair paylaştığı fotoğrafla da o güne dair eğlence deneyimi ile ilgili şu ifadeleri paylaşmıştır:



Sultan - 2. Sırada

“...Güzel bi kıyafet gelmişti dayısı ve yengesinden. Banyodan sonra onu giydirmiştik mesela. Böyle hareketleri mesela çok güzel. Fotoğraflar vidyolar çektiğimi hatırlıyorum. Çok eğlenceliydi o an onu fotoğraflamak da...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“... Güldüğümüz, eğlendiğimiz, bolca kahkaha attığımız bir gündü tabi o küçük olduğu için hiç bişeyin farkında değil ama biz biçok şeyi anlayıp görebiliyoduk.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Katılımcılardan Sümbül, çocuğunun özel zaman dilimlerini fotoğraflamaktan duyduğu keyfi dile getirirken, her yeni ayında çocuğunu fotoğrafladığına değinmiştir.

“Ben çok keyif aldım çünkü her şeyini yapmak istedim. Her yeni ayında ufak çaplı bişeyler yapmaya çalıştım. Muhakkak bir fotoğrafını çektim her yeni ayında. Yani benim için eğlenceliydi onun o hallerini görmek de fotoğraflamak da gerçekten...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aysel ise, çocuğunun kırk banyosunu gerçekleştirirken o anı ölümsüzleştirmenin ve fotoğraflamanın, adeta bir film çekimi gibi kendisini heyecanla eğlendirdiğini ifade etmiştir:

“Nasıl oldu şöyle oldu ilk önce bi gün öncesinden davetli arkadaşlara haber verdik. Yarın kırk uçurmamız saat 1 de gerçekleşecek diye. Ondan sonra arkadaşlarımın hepsinin haberi vardı. 5-6 komşu çağırmıştım, onların yanında gelen çocukları da var. Kırk uçurmaya başladık çocuğu yıkamaya, baktım kameraya çeken yok. Dedim durun, yapmayın, başlamayın, kameraya almamız lazım bu şeyi. Seyirciler hazır tribün hazırды, eğlenceli bi andı o anı yakalamak ve kameraya almak bizim için (gülüşmeler)...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Sonuç olarak ritüel ile ilişkili eğlence deneyimlerin ayrıntıları ile ilgili öne çıkan kavramlar, ChatGPT yapay zekâ aracı vasıtasıyla bir kelime bulutuna yansıtılmış olup, aşağıda Şekil 17’den izlenebilir (OpenAI, 2024).

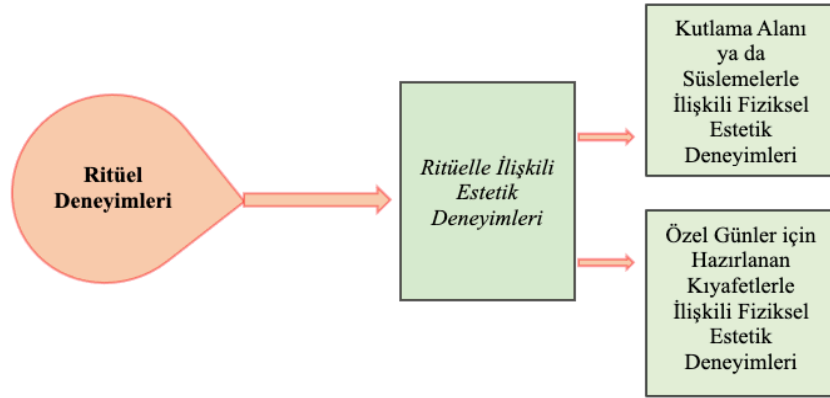


Şekil 17. Ritüelle İlişkili Eğlence Deneyimleri Kelime Bulutu

4.1.1.7. Ritüelle İlişkili Estetik Deneyimleri

Bulgular, ritüelle ilişkili deneyimlerde estetik deneyimlerinin de önemli bir yeri olduğunu ve katılımcıların yarıdan fazlasının (13 katılımcı) bu deneyim türüne çeşitli boyutlarla vurgu yaptıklarını göstermektedir. Ritüelle ilişkili estetik deneyimleri katılımcılar açısından, “kutlama alanı ya da süslemelerle ilişkili estetik deneyimleri” ve “özel günler için hazırlanan kıyafetlerle ilişkili estetik deneyimleri” olmak üzere iki alt kategoride toplanmıştır. Katılımcılar kutlama alanı ya da süslemelerle ilişkili estetik deneyimleri altında “kutlama alanının geneli ve bu alandaki süslemelere” göndermelerde bulunurken; “çocuk için hazırlanan kıyafetler ve anne için hazırlanan kıyafetler” ise özel günler için hazırlanan kıyafetlerle ilişkili estetik deneyimlerinin özünü oluşturmuştur.

Güzelliğin anlaşılmasının ve uygulanmasının zor ve anlaşılması güç bir kavram olarak görülmesinin sebebi kişiden kişiye algıların değişebilmesindendir. Dolayısıyla güzelliğin doğasını keşfederek estetik değer hakkında daha fazla araştırmanın yürütülmesi önem taşımaktadır (Holbrook, 1999). Estetik deneyim, özünde bireylerin yaşadığı görsel hazlarla ilintili olduğundan, mevcut araştırma bulgularından ritüel kutlamalarla ilgili fiziksel unsurlardan yola çıkılarak kutlama alanı ya da süslemelerle ilişkili görsel deneyimler, hazırlanan yiyeceklere ilişkin süslemeler ya da göze hoş gelen kıyafetlerin yaşattığı görsel deneyimlerin bu anlamda önem kazandığı anlaşılmaktadır. Bu anlamda nesnelerin somut özelliklerine soyut değerler ile anlam yükleyen bireylerin yaşadığı estetik deneyimlerin (Sandra, 2002), özellikle ritüeller, etkinlikler ve kutlamalar bağlamındaki deneyimlerde de kendini gösterdiği ifade edilmiştir. Bulgular ışığında ritüelle ilişkili estetik deneyimlerine dair özet Şekil 18 aşağıdaki gibidir:



Şekil 18. Ritüelle İlişkili Estetik Deneyimleri

4.1.1.7.1. Kutlama Alanı ya da Süslemelerle İlişkili Estetik Deneyimleri

Bulgular, araştırma katılımcılarının yarısından fazlasının (9 katılımcı) kutlama alanı ya da süslemelerle ilişkili estetik deneyimlerine, ifadeleriyle gönderme yaptıklarını göstermektedir. Bu anlamda “kutlama alanının geneli” ve “bu alandaki süslemeler” yoğunluklu olarak öne çıkmıştır. Deneyimin estetiğini geliştirmek için ne yapılacağı konusunda çeşitli görüşler bildirilmiştir. Bu kapsamda bir alanla ilgili estetik, ilgili alandaki bireylerin içeri girmek, oturmak ve bir anlamda ortamda takılmak istemesini sağlayan şey olarak tabir edilmektedir. Dolayısıyla estetik, ortamı daha davetkâr, ilginç veya rahat hale getirmek için bireylere neler yapabileceği konusunda düşünme fırsatı sağlamaktadır (Pine ve Gilmore, 1999).

Katılımcılardan Smbl, çocuğunun ilk yaşı günüyle ilgili olarak kutlama alanı ve ortam süslemeleri ile ilgili şu ifadelere değinmiştir:

“...Doğum gününde süslemeler falan sipariş vermiştim...Doğum günü süsleri aldım, şey aldım mesela balon aldım, uçan balon, böyle balon standları falan aldım, çocukların elle tutuştuğu pankart gibi bişey aldım mesela o hoşuna gitsin diye biraz da sevecenlik katsın çocukların hoşuna gitsin de diye öyle süsler falan aldım. İşte pasta yaptırđım özel butik bi yerden. Ailem pastalar falan yaptı, bişeyler yaptı. Kıyafeti çok araştırdım ama kız kardeşim hediye olarak aldığı için o kırılmasın diye onu kullandım...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Melahat, çocuğunun diş hediği ritelimde kutlama alanı ve süslemelerin yanı sıra ikramlıkların da görselliğine dikkat ettiğini, paylaştığı fotoğraf ile de desteklemiştir:



Melahat – 2. Sırada

“İşte, odayı süsleyecek balonlar süsler, böyle, eee, süslemeler var oda süslemeleri, genelde yeni doğum yapan kişilerin odalarını sslyolar ya onun gibi gittik daha doğrusu eşime söyledim ben o zaman ıkamıyodum. Odayı çok güzel süsledik. Ondan sonra şekerlemeler türü. Diş hediğinde hele o hedik dediğim şeyin üstüne serpmek için renkli şekerlemeler olurdu. Özel hedik şekerlemesidir o. Onları aldık. ukulatalar. Eeee, gelen kişinin yanında ocuk varsa onlara özel puding piştirdim. Küçük küçük kaplara koydum, dondurma kablarına. Yani kablara da önem verdim. Aaaaa, pudingler pişirdik sonra pudinglerin üzerine süslemeleri renkli seçtim...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Pastalı resimde de pastaya süslü püslü bi de ışıklı mumlar falan koydum. Müzikli mumlar ilk kez o zaman görmüştüm, aldırmıştım. Böyle mum, doğal değil, yapay bir mum. Mumun ışığını yaktığın zaman orda ışık yanıyo ve müzik alıyo, iyi ki doğduuuuuun ya da iyi ki vaaaaarsın diye. Ben de onu aldırmıştım. İyi ki doğdunuz diye durmadan bu müzik alıyodu.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Naz, çocuğunun doğum mevlüdünde kullanılan malzemeler ve ortam süslemeleri açısından göze hitap eden seçimler yaptığını dile getirmiştir.

“... Benim için özel bi yatak hazırlanmıştı. Eee, her yer süslenmişti. Beşiği, bebeğin beşiği çok güzel süslenmişti..özellikle, eee, yatıcağım yatak için çok güzel takımlar alınmıştı yatak takımları. Aşırı süslü...E onun dışında kayınvaldem eee, kapı süslemelerini çok güzel hazırlamıştı, eee hoş geldin şevval adıyla. Hatta aşağıya kadar binamızda merdivenlere varana kadar süslemelerini yapmıştık yine aynı şekilde...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Hande, Çisem, Defne ve Meltem çocuklarının ilk yaşı doğum gününde ortam süslemelerinde balon kullandıklarını dile getirerek kutlama alanı ve süslemelerde “balonları” ne çıkarmışlardır. Bununla ilgili olarak Hande güzel bir ambiyans olması için süslemelere önem verdiğini ifade etmiştir:

“...İşte ondan sonra ss olarak balonlar vardı hani o da çocukların oynaması için birkaç tane daha bebek vardı arkadaşların. Ss olarak öyle bikaç parça şey vardı, onları da dediğim gibi güzel bi ambiyans olsun maksadıyla yaptık yani güzel görünsün diye süsledik..” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Ayrıca Hande, günümüz kutlama konseptlerinin değişimine vurgu yaparak, süslemelerin evrildiği noktaya değinmiştir:

“...Kutlanan şeyler şimdi inanılmaz farklı bi boyuta ulaştı. Artık diyorum ya organizasyon şirketleri tutuluyo, mekânlara bir srt paralar, kiralamalar yapılyo. Süslemeler için farklı bi şirket tutuluyo, geliyo süslüyo mekânı...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Çisem ve Zehra da günümüz kutlamalarının organizasyonlarla desteklenerek yapıldığını ve bu anlamda görselliğe önem verildiğini dile getirmişlerdir. Farklı olarak Çisem, organizasyon şirketlerinin öneminin arttığını dile getirerek eski ile yeni arasındaki değişime değinmiştir:

“Eeee, yani şu şeyde yani yaklaşık bence 2 yıldır veya 3 yıldır felan yani insanlar ne bilim mesela burda yani ben aslında hiç bişey yapmıyorum, ben normal kendim ondan sonra kendi çapımda böyle evde yapıyorum, ediyorum. Mesela insanlar bunun için organizasyon ayarlıyorlar. Eeee ondan sonra çok önceden planlamalar yapıyorlar. Oranizasyon eve geliyo, evi düzenliyo, süslüyo. Veya bazıları şu anda pandemi var ama ondan öncesinde mesela duyuyorduk kafelerde falan kutluyolar, görüyoruz da konseptler süslemeler ortam süslemeleri falan. Ha benim çevremde ailemden bahsedecek olursam ailem arkadaşlarım filan çok önem veriyolar mesela burda.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında estetiğe konu unsurların doğal ya da simüle edilmiş unsurlar olabileceğine değinen Pine ve Gilmore (1999), her koşulda bireyin yaşadığı estetik deneyimin ve hazzın gerçekliğine atıf yapmıştır. Bu anlamda günümüzde de özellikle etkinliklere özel hazırlanan ve profesyonel bir pazar sunan konseptler, süslemeler, organizasyonlar bireylerin ortamın dış etkenlerle estetize edilmesinde rol oynamaktadır. Dolayısıyla alan yazındaki bu yaklaşım; katılımcılardan Hande, Çisem ve Zehra’nın günümüzde bireylere yaşatılan estetik deneyimler açısından simüle edilmiş unsurlara yönelik ifadelerini destekler niteliktedir.

Kutlama süreçlerinde, günümüz modern kutlama pratiklerinden etkilendiğini söyleyen Esmâ, çocuğunun diş buğdayı ve ilk yaş doğum günü kutlaması için farklı olarak bir mekân kiralama ve “*papatya konseptli ortam süslemeleri*” hazırlatma süreciyle ilgili yaşadıklarına şu ifadelerle değinmiştir:

“... Eeee, 3-4 dişi olduktan sonra diş buğdayı yaptık. Eeeee, onun için de güzel hazırlandık. Hani diş buğdayı için süsler aldık, özel pasta yaptırıyosun... Ondan sonra da işte, eeee, doğum gününü yaptık. Dediğim gibi özel bi bebek olduğu için her şeyini kusursuz yapmak istedik. Dedik hani bi kafede kutlayalım çünkü çevremiz de geniş olduğu için ev ortamına sığdıramıcağımızı düşündük insanları. Bi kafe tutturduk. Mekân parası verdik sadece. Onun dışında pastalarımızı yaş pastalarımızı, pastalarımızı, süslerimizi, süslemelerimizi kendimiz hallettik. Eeee, mekân tuttuk, pasta yaptırdık özel kıyafetler falan ayarladık, eee süslemeler falan yani günümüzdeki gibi kutladık. Papatya konseptini ele aldım. Mesela pastamız sarı beyaz papatyalar vardı...Süslemelerimiz de ona göre sarı, gri, beyazdı. Bu şekilde etkilenme olmuştu. Süsleme olarak balon, masa örtüsü, köpük tabak, bardak, içecek meşrubat falan aldık, çayı zaten tuttuğumuz kafe veriydi. Eeee şu simli perdeler oluyo ya folyo perde aldım. Balonları helyumla şişirttirdik ayakta dursun diye düşmesin diye... Eeeee, ondan sonra şamdan mumluklar aldık...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

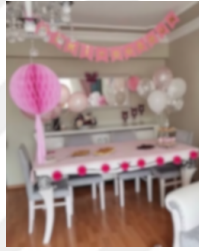
Alan yazında bireylerin sahip oldukları objelere, vakit geçirdikleri mekânlara ya da geçirdikleri zamana yönelik estetik beklentiler güdebileceği (Holbrook, 1999), günlük yaşamın sıradan bir anında bile olgulara ya da olaylara yönelik güzellik beklentisinde olabileceği için estetik deneyime önem verdikleri (Nuttavuthisit, 2014) ve bu deneyimi her an yaşamayı arzu ettikleri (Desmet ve Hekkert, 2007) açısından çeşitli çıkarımlar mevcuttur. Bu anlamda katılımcılardan Esmâ’nın da gerek ritüel etkinlikler adına gerçekleştirdiği hazırlıklarda kullandığı objelerde gerek etkinliğin düzenlendiği mekânda gerekse de kendisinin ve çocuğunun kıyafet seçiminde estetik ve görsel zevke önem vererek bu deneyimi yaşadığı görülmektedir. Aynı zamanda bu süreçte Fei ve meslektaşları (2021)’nin de

değindiği gibi kullanılan malzemelerin yaratıcı düşünceye hitap etmesi ile estetik zevk desteklenmektedir.

Defne ise, eski zamanlarda kutlamaların sadece pasta ve hediye ekseninde olduğunu; ancak günümüzde süslemelere olan eğilimin arttığına değinmiştir. Aynı zamanda çocuğunun ilk yaş doğum günü kutlaması için ortam süslemelerine önem verdiğini ve kendisi sevdiği için çeşitli ortam süslemelerinden yararlandığını ifade etmiştir:

“Mesela kendi doğum gününden düşünürsem, annem normal bi yaş pasta yapardı. Babam hediye mediyeye bişeyler alınırdı. Ama öyle süsleme müsleme olmazdı. Kendimiz öyle çekirdek aile bi pasta keserdik. O kadardı. Ama şimdikilerde, eee, evin bi odasının her yeri süslenir. Balonlarla donatılır. Çeşit çeşit süsler şey olur. Ondan sonra çocuk süslü bi şekilde giydirilir...Eee şöyle diyebilirim, O süsler müsler ben de hoşuma gittiği için yaptım. Ben o tür şeyleri seven bir insanım. Mesela doğum gününde yaptım o süsleri. O da hoşuma gitti bi yandan...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Paylaştığı fotoğrafla da ifadelerini destekleyen Defne, kutlama alanıyla ilgili seçtiği konseptten ve mekânı güzel bir biçimde tasarlamış olduğuna yönelik memnuniyetini şu cümlelerle ifade etmiştir:



Defne – 2. Sırada

“Bu fotoğrafta odayı kendi seçimimle dizayn etmeye çalıştım. Nasıl bi konsept olacağını düşünmüştüm öncesinde. Pembe ve beyaz konseptinde karar kılmıştım. Hem kız çocuğu olması sebebiyle hem de ilk doğum günü olması sebebiyle. Her yaş için farklı konseptler düşünüyorum. Mesela 1 yaş için pembe ve beyazı tercih ettim. Hem 1 yaşında daha yeni yeni yürümeye çalışmasından, hem beraber geçirdiğimiz ilk sene olduğu için ve pembe beyaz renklerini de sevdiğim için Elife de o renklerin çok yakıştığını düşündüğüm için bu konsepti seçtim. İlk yaşı masumiyetini bu renklerin temsil edeceğini düşündüm kısacası. Bu fotoğraf bu yüzden özel. Bu odayı görümcemle beraber kendisinin de büyük yardımlarıyla düzenledik. Bu fotoğrafı da o konsepti en güzel ifade eden fotoğraf olarak düşündüğüm için paylaşmak istedim.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Benzer şekilde alan yazında estetik şekilde dizayn edilmiş etkinlik ortamının kişinin orayla kuracağı etkileşimi şekillendireceği (Dieck vd., 2018); ortamdaki çeşitli sembollerin ya da unsurların mekanın estetik işlevselliğini yansıttığı (Chou vd., 2018) ve buna bağlı olarak bireyin fiziksel çevreyi estetik değerlendirmelerde bulunacağı (Rivera vd., 2015) ifade edilmiştir. Aynı zamanda bireylerin yaşadığı estetik deneyimlerin öznel algılarına göre anlam kazanacağına ve şekilleneceğine değinen Nuttavuthisit (2014), estetik deneyimde rol oynayacak malzemelerin niteliklerine ve gerçekleştiği bağlama göre şiddeti değişen deneyime atıf yapan (Mothersill, 1984; Hermeren 1988) ve yansıttığı görsellik ile bireylerin gözlerine ya da gönüllerine haz kaynağı olan estetik deneyimlerin bir anlamda bireyleri de

güzelleştirdiğine göndermelerde bulunan (Holbrook, 1999) araştırmanın bu bulgusunu destekler niteliktedir.

4.1.1.7.2. Ritüel için Hazırlanan Kıyafetlerle İlişkili Estetik Deneyimleri

Araştırma katılımcılarının yarısından fazlası açısından (9 katılımcı), ritüel için hazırlanan kıyafetlerle ilişkili estetik deneyimlerinin, “çocuk için hazırlanan kıyafetlerde” ve “anne için hazırlanan kıyafetlerde” yoğunlaştığı görülmektedir.

Katılımcılardan Melahat, çocuklarının dış hedişi ritüeli için hem çocukları hem de kendi açısından göze hoş gelen güzel kıyafetlerle, bu fiziksel estetik deneyimi türüne gönderme yapmıştır. Katılımcının paylaştığı fotoğraflar ve ifadeleri aşağıdan izlenmektedir:



Melahat – 1. Sırada



Melahat – 2. Sırada

“Dış hedişinde, işte misafirler gelmeden önce giydirdim çocukları bi güzel (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi).

O anı ölümsüzleştirdim ve paylaşmak istedim bu güzel anı. Ondan sonra da şu da mesela (yaş pastaya eğildikleri fotoğraf) yaş pastaya çok güzel baktılar. İlk yaş pastayla tanışmaları bu zaman oldu. Süsleyip püslemiştim de kendini. Ondan sonra, eeee, üstüne isimlerini falan yazmıştık.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Hande, çocuğunun ilk yaş doğum günü için çocuğuna özel olarak göze hoş gelen bir kıyafet giydirdiğini sağladığı fotoğrafla da desteklemiş, aynı zamanda çocuğunun fotoğrafına yönelik yaptığı “*papatya*” benzetmesi ile estetik beğenisini yansıtmıştır.



Hande - 2. Sırada

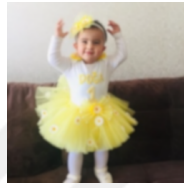
“...Ona mesela etek giydirdim, çorap giydirdim, ondan sonra böyle cicili bicili giydirdim, saçını tokasını taktım. Saçları da böyle kıvrır kıvrır sarıydı... Mesela hala Alyanın o ilk doğum gününde çektiğim koltukta, daha kimse gelmeden koltukta çektiğim bi fotoğrafı var böyle bakıyo. Hiç bişeyden habersiz. Giydirmişim böyle cicili bicili süs bebeği gibi...Bu fotoğraf bana sanki Alya, benim o kadar uğraşmama, o kadar işimin gücümün arasında şey yapmama sanki burda isyan ediyö gibi. Yani beni de giydirdin, bi sürü de insanı çağırdın, ne gerek vardı der gibi çocuk yani (Gülüyor). Burda niye bu fotoğrafı seçtim çok tatlı ya, ben onu hazırladım falan böyle giydirdim şey yaptım ya, daha böyle kimse gelmedi etmedi böyle ailecek başbaşayız. Onu da böyle giydirdim koydum kenara ya. Duygusallaştırıyo beni. Papatya gibi bi de orda durmuş öyle...” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Esma ise, çocuğunun ilk yaş doğum günü kutlamasında çocuğu ile aynı renk ve papatya konsepti üzerine özel olarak hazırlattığı anne-kız kombin kıyafeti ile ilgili şu ifadelerle yer vermiştir:

“...Kıyafet siparişi verdim hem kendime hem kızıma, özel diktirdim mesela Doğaya. Kendime sipariş verdim aynı renk yaptırdım... Ben Doğada eeee, papatya konseptini ele aldım. Mesela pastamız sarı beyaz papatyalar vardı. Kıyafeti sarı beyaz papatyalıydı.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da Holbrook (1999), objelerin sahip olduğu, diğer malzemelere göre farklılaştırıcı ve bireylerin estetik beğenisine sunulan birtakım estetik faktörleri olabileceğine değinmiştir. Katılımcılardan Esmâ da anne-kız kıyafet kombininden yola çıkarak bir kıyafetin özel bir günde diğer sıradan kıyafetlerden nasıl farklılaştığına ve bu yolla yaşadığı estetik deneyime atıf yapmıştır.

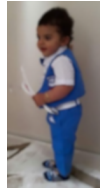
Bununla ilgili olarak fotoğraflar da sağlayan Esmâ, çocuğu için hazırlattığı kıyafetle onu görmekten duyduğu görsel hazza ve yaşadığı deneyime yönelik şu ifadelerde bulunmuştur:



Esmâ – 4. Sırada

“... Onu böyle mutlu görmek, zaten kıyafetini özel yaptırdığım için ilk giydirdiğimde de onu öylece görmek bana tüm yorgunluğumu unutturmuştu, çok beğenmişim.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Katılımcılardan Duygu, Esen ve Defne, ilk yaş doğum günü kutlamasında çocuklarına göze hoş gelen güzel kıyafetler giydirdiğine değinmiştir. Esen’in çocuğu için hazırladığı özel kıyafetle ilgili ifadelerini sağladığı fotoğrafla da desteklemiştir:



Esen – 2. Sırada

“Üstündeki, takımıyla minik bi erkek olmuştu, ilk doğum gününde oğlumu küçük bi bi erkek gibi giydirmek istemişim böyle mavi bi takım ayarlamışım ona. O yüzden oğlumun minik bi erkek gibi kıyafetiyle duruşuyla bakışıyla bu fotoğrafı benim için özel.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Duygu da çocuğunun diş hediği ritüelinden sağladığı fotoğrafta, çocuğu için seçtiği kıyafeti betimlerken, “*oyuncak bebek elbisesi ve minik kuş*” ifadeleri ile yaşadığı estetik hazzı dile getirmiştir.



Duygu 1. Sırada

“Burda Baharın dişleri yeni yeni çıkmaya başlamıştı. Diş hedığını yaptığimiz günden bu fotoğraf. Oyuncak bebek elbisesi giydirmiştim o gün. Ama gerçekten oyuncak bebeğin elbisesi ha (gülüyor). Tam bi bebek oldu bebeğim. Başlıına hırkasına pantolonuna patiklerine bakıyorum da tam bir minik kuş gibiydi o zaman...Kızımın bu minnoş pozunu çok beğenirim, tam da dişleri çıkmaya başladığı günden, süsleyip çektiğimiz bi fotoğraftı o yüzden paylaşmak istedim.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Aynı zamanda paylaştığı fotoğrafla ilgili olarak, çocuğunun ilk dişini “*bahar dalının narin tomurcuğu*” benzetmesi ile güçlendiren Duygu, yaşadığı deneyimi aşağıdaki gibi yansıtmıştır:

“Mmmm.. Neye benzetirim biliyo musun. Hani bebek elbisesi giydirmişim, öyle saf masum bi şekilde miniminnacık o saf bakışlarıyla duruyor ya. Aynı minik bir kuş gibi. Ben zaten ona kuşum der öyle severim. O yüzden bu fotoğrafı ben minik kuşa benzetiyorum. Bi tanecik minik kuşum o şimdi de. Aslında bi şeye daha benzetebilirim. Şimdi benim adım Duygu, kızımın adı da Bahar ya. Bi şarkı var bilir misin bilmem, bi bahar dalının narin tomurcuklarını sakındığı gibi korurum seni diye. İşte bu şarkı da kızımın bizim şarkımız, adımızı da taşıdığı için. O ilk dişinin çıkmasını ben bi bahar dalının tomurcuğuna da benzetiyorum. Yani fotoğrafta kızım minik bir kuş, onun çıkan ilk dişi ise bahar dalının tomurcuğu gibi bence.”

Benzer şekilde alan yazında da görsel haz kaynağı yaşıtan ürünlerin ayrıcalığını yaşıtan estetik deneyimlerin yaşanmasında (Pine ve Gilmore, 1999), herhangi bir objenin yansıttığı görsel güzellik ile kişinin memnuniyet ve zevk gibi olumlu duygular hissetmesinin önemli bir rolü olduğuna değinilmesi (Desmet ve Hekkert, 2007), bu anlamda katılımcılardan Esmâ, Esen ve Duygu’nun yaşadığı deneyimleri destekler niteliktedir.

Diğer katılımcılardan farklı olarak Sultan ve Zeynep çocuklarının kırk banyosundan sonra çocuklarına göze hoş gelen güzel kıyafetler giydirmelerinden bahsetmiştir. Zeynep ise kırk banyosundan sonra çekilen çocuğunun fotoğrafına gönderme yaparak bunu desteklemiş ve şu ifadeleri kullanmıştır:

“... Kırkı çıktıktan sonra da işte biraz da geç olmuştu o zaman işte yengesi amcasının eşi geldi banyo yaptırdı bi de böyle elek var ya süzgeç onunla çocuğun üstünden su gezdirildi önce duşu yaptırdı, sonra işte o su gezdirildi hatta anneye de öyle yaptırılıyordu eskiler öyle yapıyormuş gelenek yani. Hatta cicili bicili Elif’i giydirmiştik babanesiyle bi fotoğrafı da vardı...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Naz ise, çocuğunun doğum mevlüdündeki kıyafetinin hazırlık süreciyle ilgili şu ifadelere yer vermiştir:

“...Eee, benim de giyeceğim özel kıyafetler alınmıştı. Bebeğe yine aynı şekilde özel böyle cicili bicili işte gelinlik vari diyelim kız çocuğu olduğu için ki o dönemler burda yeni başlamıştı o tarz kıyafetler, doğum için olan kıyafetler. Onları almıştık bebeğe...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda Naz, o güne ait paylaştığı fotoğrafta, çocuğu için görsel açıdan estetik seçimler yaparak ritüele dair estetik deneyimini yansıtmıştır:



Naz – 3. Sırada

“Takım olarak özel alınan bi kıyafet değildi ama ben birleştirerek takım haline getirmeye çalışmıştım kendimce. Yani üzeri ayrıydı, altı ayrıydı patikleri farklıydı. Ben onları kombin yapıp güzel bir doğum mevlit kıyafeti olarak sunmak istemişim. Patiklerini ben kendim işlemiştim. Onların belki net değil ama üzerinde boncukları filan vardı. Bandanası çok farklı bi zaman alınmıştı hani kendimce bi kombin yapmıştım. İnşallah beğenilir diye de giydirmiştim. Herkes de özel aldığını zannetmişti hatta ama ben kombin yapmıştım.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Sonuç olarak ritüel ile ilişkili estetik deneyimlerin ayrıntıları ile ilgili öne çıkan kavramlar, ChatGPT yapay zekâ aracı vasıtasıyla bir kelime bulutuna yansıtılmış olup, aşağıda Şekil 19'dan izlenebilir (OpenAI, 2024).



Şekil 19. Ritüelle İlişkili Estetik Deneyimleri Kelime Bulutu

4.1.1.8. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler

Araştırma bulguları, ritüel deneyimlerinde manevi deneyimlerin de önemli bir yeri olduğuna işaret etmektedir. Bu anlamda katılımcıların yarısından fazlasının (13 katılımcı), gerçekleştirdikleri ritüel kutlamalara yükledikleri anlama ve deneyimine manevi duygular açısından göndermelerde bulunduğu görülmüştür. Özellikle bazı ritüel kutlamaların manevi duygularla gerçekleştirildiği düşünüldüğünde ritüelle ilişkili manevi tüketim deneyimlerinin incelenmesi önem kazanmaktadır. Bireylerin yüce ve ilahi yaratıcıya olan algısı ve bağlılığı ile yaşam içindeki etkileşimini ifade eden (Underwood ve Teresi, 2002); yaşamda evrensel bir deneyim hükmünde olan maneviyat olgusu (Patneaude, 2006), kişiler için inançlar ve değerlerle dolu (Ekşi ve Kardaş, 2017; Pandey vd., 2009) öznel bir deneyim olarak ifade edilmektedir (Hill ve Pargament, 2003; Jamesi 1961; Vaughan, 1991). Kişiye manevi iyilik ya da esenlik katan manevi deneyimlerin (Chapman; 1987, Ekşi ve Kardaş, 2017; Ellison, 1991; Emmons vd., 1998; Emmons, 1999; Narang, 2011; Patneaude, 2006; Scheck-Varner, 2009; Seaward, 1991; Van Dierendonck ve Mohan, 2006) kişiler açısından duygusal (Allen vd., 2008); ruhsal (Hill ve Pargament, 2003); psikolojik (Akın ve Akın, 2017; Hostetler, 2002; Meyerstein ve Ruskin 2007; Underwood 1999) ve fiziksel olarak (Astrow vd., 2001; Hostetler 2002; Koenig vd., 2001; Meyerstein ve Ruskin 2007; Robert, 2003; Underwood 1999; Weaver ve Koenig, 2007) iyilik hali kattığı; yaşamlarına ve kişiliklerine etik ve ahlaki değer yansımaları olduğu (Hur vd., 2020; Narang, 2011; Van Dierendonck, 2011) yönünde araştırma sonuçları mevcuttur.

Alan yazında ritüel etkinliklerin dini inançlar açısından önemli ve anlamlı birer mecra olduğu (Fei vd., 2021) düşünüldüğünde ritüelle ilişkili manevi deneyimlerin ortaya konması da önem taşımaktadır. Günlük hayattaki çeşitli eylemlerde ve etkinliklerde bireysel veya topluluk içinde çağrıştırılabilen manevi deneyimlerin, doğasında bulunan maneviyat gibi güçlü bir bağla gerçekleştirilen ritüel davranışlarda bireyler açısından önemine değinilmiştir (Bell, 1997; Hobson vd., 2017; Rook, 1985; Smith, 1889; Sherry, 1984; Turner, 1967; Tylor, 1871). Özellikle çocuk eksenli gerçekleştirilen özel gün etkinliklerinde de aile bağlamında gerçekleştirilen ritüel uygulamaların, aile üyelerinin eylemlere ortak katılımıyla ilişkileri sağlamlaştırdığı ifade edilmiştir (Rook, 1985). Katılımcılar genel anlamda, düzenledikleri ritüel etkinliklerin dini ve manevi duygular ışığında olmasının kendileri için manevi bir haz kaynağı olmasına göndermelerde bulunmuşlardır. Bu anlamda alan yazında derin bir iç huzur (Akın ve Akın, 2017; Skousgaard, 2006); manevi doyum ve mutluluk kaynağı olan (Akın ve Akın, 2017; Ellison ve Fan 2008; Skousgaard, 2006) manevi duyguların insan yaşamında önemli bir yere sahip olduğu ifade edilmiştir. Bir etkinliği gerçekleştirirken huşu duygusu duyma, manevi haz alma ve etkinliğin kutsal olduğunu düşünme (Fei vd., 2021); gibi boyutları ile manevi deneyimlerin yaşattığı duyguların araştırma bulgularıyla paraellik taşıdığı söylenebilir.

Katılımcılardan Naz, çocuğunun doğumundan sonra ailecek ve akrabalarla çocuğa hoş geldin mahiyetinde doğum mevlidi gerçekleştirdiklerini ve bu eylemin manevi olarak anlam taşıdığına göndermelerde bulunmuştur:

“Doğar doğmaz, eee, bir haftalıklı bebek. Eee, büyük bi toplantı verildi, Mevlit okutuldu. Aslında doğum mevlüdünü kırk mevlidi gibi yaptık çünkü tam kırkının çıkacağı zaman ramazana denk geldiği için doğduğunda böyle herkese açık olarak mevlüdünü ve hoşgeldin partisini yaptık... İşte mevlitün okunması herkesin dualarını toplaması, dualarla güzel manevi bir etkinlik oldu, duaların edilmesiyle huzurlu güzel bir ortam...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Çisem de Naz ile benzer şekilde çocuğunun kırk uçurma ritüelinde mevlit okuttuklarını ve o gün duyduğu manevi hazzı dile getirerek bu anlamda o günün kendisi için önemine değinmiştir:

“...1 yaşa kadarki süreçte Mevlit okuma yapmıştık kırkı çıkınca o güzeldi. Mevlit okuma insanda daha manevi duyguları uyandırıyor çünkü.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda kırk uçurma ritüelinde misafirlere dua konseptli hediyelikler verdiklerini ifade eden Çisem, o güne dair manevi duygularının beslendiğine göndermelerde bulunmuş ve hediyeliklere dair paylaştığı fotoğrafla bu deneyimini pekiştirmiştir:



Çisem - 2. Sırada

“Kızımızın kırkı çıktığında hem kırk banyosunu hem de dualı olsun diye mevlüdünü aynı gün okutmuştuk. Gelen misafirlere de anı kalsın diye dua yazılı magnet ve tesbihler hediye etmiştik...Yani hem güzel bi şekilde heyecanla hazırlık yaptığımız için hem de ailecek manevi duygularımızı canlandıran bir etkinlik olduğu için bu fotoğrafı paylaşmak istedim.” (Fotoğrada Dayalı Görüşme Verisi)

Duygu ise, çocuğunun diş bulguru ritüelini dualı bir biçimde gerçekleştirmiş olmaktan duyduğu manevi hazzı dile getirmiştir:

“...Çünkü hem bi geleneği yerine getirmişiz hem de dişleri sağlıklı çıkmaya devam etsin diye güzel dualarda, temennilerde bulunmuşuz, bu da manen bir haz kaynağı bence...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Zehra, çocuklarının kırk banyolarını 20 günlük ve 40 günlük iken gerçekleştirdiklerini ve bu anlamdaki dini ritüelden duyduğu manevi hazzı ifade etmiştir:

“... Eeee, sonra bir de bizde yirmilik ve kırkık banyosu olur. Bebek 20 günlük ve 40 günlük olunca 20kez ve 40kez ihlas suresi okunur bi tesbihe. Sonra o tesbih çocuğun banyo yapacağı suya batırılır. O suyla banyo yapınca bebeğin yirmilik kırkı ve kırkı çıkmış olur. Böylelikle daha manevi ve dualı bir biçimde daha güzel ve huzurlu oluyor tabi ailecek de güzel şekilde manevi ortak noktada buluşmuş oluyorsun...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Cennet ise, dinin inançları gereği kutlamaların dualı bir biçimde gerçekleştirilmesinin daha doğru olduğunu düşündüğünü ifade ederken, bu anlamda yaşadığı iç huzura da göndermelerde bulunmuştur:

“...Dualarla yapılan bir etkinlik var ortada yani. Bunu sonuçta müzik çalarak ya da yabancılardaki şeyler gibi dans müzikleri çalarak çocukları eğlendirerek ya da palyaço çağırarak da yapabilirsin. Ama biz onun yerine işte, eee, Kuran eşliğinde yani Kuran okunarak bu sonuçta insanın iç huzurunu da artırıyor. Biraz daha huzurlanıyosun, yani ne bilim bizim inancımız gereği bence böyle olması daha doğru gibi hissediyö insan...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda Cennet, çocuğunun diş hediği ritüelini manevi dualı bir etkinlik şeklinde gerçekleştirdiklerini ve bu anlamda bu ritüelin kendisi ve çocuğu arasındaki bağı manevi duygularla güçlendirdiğini dile getirmiştir. Böylelikle o güne dair manevi bir huzur duygusu ile dolduğuna da göndermelerde bulunmuştur:

“Diş çıktığı zaman mevlitli yapmıştık onu, teyzem kaynanam falan köyde milleti çağırıyordu. Hem kuran okunmuştu. Ortaya tepsi konup da yok makas aldı yok bunu aldı o olsun. Eeee, niye o yani ne bilim sonuçta çocuğum 9 aylık filandı... Güzel tarafı, çocuk nası diyim sonuçta, eee, dualarla yapılan bir etkinlik var ortada yani. Bunu sonuçta müzik çalarak ya da yabancılardaki şeyler gibi dans müzikleri çalarak çocukları eğlendirerek ya da palyaço çağırarak da yapabilirsin. Ama biz onun yerine işte, eee, Kuran eşliğinde yani Kuran okunarak bu sonuçta insanın iç huzurunu da artırıyor. Biraz daha huzurlanıyosun, yani ne bilim bizim inancımız gereği bence böyle olması daha doğru gibi hissediyö insan. Hem senin hem çocuğunun maneviyatı biraz daha güçleniyö, kuvvetleniyö. Hem anne ile çocuğun bağına da böyle manevi güzel temennilerle güçlendiriyö bence... O yüzden bittikten sonra büyük bir rahatlama, zaten dualarla yapmışsın, onun huzuru da var. Rahatlık ve huzur yani.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Manevi deneyimlerin; kişinin manevi bir güçle kendisiyle ya da diğer insanlarla bağlantı duygusunu hissetmesinde (Hungelmann vd., 1996; Dossey, 2003; Pandey vd., 2009) ve kişilere sosyal açıdan da esenlik katmada (Hostetler 2002; Meyerstein ve Ruskin 2007;

Narang, 2011; Underwood, 1999) rol oynadığı ifade edilmiştir. Sosyal ve kültürel deneyimle ilişkili olan bu deneyimlerin (Kalkstein vd., 2009; Sánchez vd., 2010); kişilere sosyal destek sağladığından (Akın ve Akın, 2017; Koenig vd., 2004; Underwood ve Teresi 2002; Watlington 2006) ve kişiler arası bağı kuvvetlendirme (Petchsawang ve Duchon, 2009) özelliğinden bahsedilebilir. Cennet'in bu anlamda çocuğu ile arasındaki bağı güçlenmesinde ve bu anlamda aldığı destekle yaşadığı bu deneyimin alanyazınla benzerlik taşıdığı söylenebilir.

Esen, çocuğunun doğumundan sonra kırkı çıktıktan sonra varlığına şükür ve Allaha teşekkür etme gibi duygularla kurban kestirdiklerini ifade ederken bu anlamda manevi inanışlarının bu anlamda bu deneyim türü ile yansımaları belirtmiştir:

“..Kırkını çıkardıktan sonra kurban kestirmiştim Ahmet Salih adına da, o da bi anlamda çocuğumun varlığına şükretme Allaha teşekkür etme gibiydi benim için anlamlıydı. Kurbanın kanını o zaman Ahmet Salihin alına sürmüşlerdi o zaman...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Defne ise, çocuğu doğduktan sonra dini inançları gereği gümüş tasadduk etme, akika kurbanı kesme ve göbek bağı türbe bahçesine gömme gibi etkinlikler gerçekleştirdiğini belirtmiştir:

“Doğduğunda eşim hem saçlarının bi miktarını kesti, onun adedince gümüş tasadduk etti derler ya gümüş tasadduk etti. Bir de akika kurbanını kestik aynı zamanda... Onun dışında bi de göbek bağı şey yaptık 1 yaşına girdikten sonra, göbek bağı Ankara'da Hacı Bayram Veli Hz'lerinin Türbesinin yakınına gömdük...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Melahat de çocuklarının doğum kurbanının çocuklarının varlığına teşekkür anlamı taşıdığını ifade ederek, o eylem ile çocuklarının iyiliklerine yönelik temenni ve dualarını dile getirmiştir:

“...Çocuklar doğduktan birkaç ay sonra kayıvaldem demişti ki eğer görürsem çocukları doğurduğunu onlara kurban kesicem demişti. Kayıvaldem avlusunda kurban kestik çocuklara diye. Onda da annemler bi de kayıvaldemler avlulu evde beraber olduk, çocuklar adına kurban kesildi...Mesela, eeee, düşün ki yaşamımız bol merdivenli bir binada sona erecek diyelim. Bunlar çıkış noktaları. Her bir merdivenin çıkışı. Mesela hastaneden eve gelişi, hani o çocukları sağlıklı olaraktan doğurmuşsun ve eve geliyorsun. Bu bir senin birinci basamağın. İkinci basamak, çocuklar doğdu diye mesela kurban kesme yani Allaha teşekkür ediyosun. Yani mesela elindeki bir şeyin değerli olduğunu sen nasıl hissettirirsin. Ona önem vererek hissettirmen lazım. İşte önem verdiğini de göstermen lazım. İçten sevmen yetmez. Onu dıştan da belli etmelisin bence...İkincisi ona teşekkür diye Allaha kurban kestim. Ondan sonra işte eeee, mevlit okutuyorum, çocuğum hayırlı ve uğurlu olsun, akrabalarına, eşine dostuna, devletimize, özellikle de devletimize de hayırlı bir çocuk yetişsin diye ona mevlit okuttum mesela çalgıyla da yapabiliydim bunu ama ben hayırlı olma daha çok herkese karşı diye bunlar benim için hep bi basamak yani o çocuğumu yetiştirmemdeki ona önem vermem demek...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Kişinin bağlı olduğu değerleri, idealleri ve erdemleri içeren maneviyatın, yaşama anlam katma ve bir amaç edinme açısından (Eisler ve Montuori, 2003; Ekşi ve Kardaş, 2017; Fry, 2003; Schneiders, 1989) önemli bir rolü olduğundan bahsedilebilir. Katılımcılardan Esen, Defne ve Melahat da manevi değerlerini çocuğunun büyüme süreçlerinin tamamına yansıtarak bir anlamda yaşamına anlam kattığı yönünde ipuçları vermektedir. Alan yazında da maneviyatın, kişinin hayatının anlamını inşa eden bir olgu olduğuna (Ulvoas-Moal, 2010); bu anlamda aklen, kalben ve ruhen tamamlanmak isteyen bireylerin manevi deneyimler aracılığı

ile bu arzularına ulaşabilecekleri (Kotler vd., 2010; Petchsawang ve Duchon, 2009) ifade edilmiştir.

Sultan ise, çocuğunun kırk uçurma ritüelinin kendisinde canlandığı manevi arınmışlık hissine değinerek bu anlamda yaşadığı manevi deneyimde çocuğuyla arasındaki manevi duygunun beslenmesini ön plana çıkarmıştır:

“...Gerçekten manevi manada arınıyorsunuz. O kırk gün boyunca sanki hep işte bi dinlenme sürecindesin. Çocuğunun şükürü için namaz kılamıyorsunuz tamam dua ediyosun, tesbih çekiyosun ama bişeyler eksik Kuran okuyamıyorsunuz. Ondan sonraki süreçte temizleniyosun, arınıyorsunuz, göle giriyosun, kirli giriyosun ama temiz çıkıyorsunuz gibi bişey. Ondan sonra çocuğun üstüne Kuran okuyabiliyorsunuz. Eee sesli olarak Kuran okuyosun yüzüne bakıyo. Zaten dedim ya seni görüyo artık. Ağzını okuyo. Hissediyo, yavaş yavaş gülümsemeye başlıyo filan, öyleydi. Bizde şey derler kızların tek olur oğlanların çift mi olur öyle bişey hatta şey derler oğlanlarda şey derler ya 40. Gün ya 42. Gün derler kırk uçurmasını ama kızlarda 41. Gün olur anneyle tam beraber. Bizde de 41. Gün olmuştu ikimiz de aynı gün yapmıştık. Öyle. Yani çocuğunda beraber bi arınma sürecinde giriyosun aynı gün. Bu yüzden de önemli ve özel...Dediğim gibi, temizlenme, arınma ve manevi duygularla çocuğumla ortak olarak aynı duyguda buluşarak yapmış olmak çok özeldi benim için.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aysel, çocuğunun kırk uçurma ritüelini anne ve çocuk adına iyi temenniler ve dualar ile gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Bu anlamda Aysel o özel gündeki kutlamanın dualı bir etkinlik şeklinde gerçekleştirilmesinin “*çocuğu ile ortak manevi duyguda buluştuğu ilk an*” olmasından dolayı kıymetli olduğunu ifade etmiştir:

“Kırk uçurmayı yaptık. Çevredeki arkadaşları topladık bunu bi güzel yıkadık. Yıkayınca, biz mesela dini şeylere değer veren insanlar olarak böyle hayatı güzel olsun, güzel insanlarla karşılaşsın diye dua okuduk amin dedik... Hem bebeğin hem annenin sağlıklı olarak atlatıp dualarla güzel temennilerin olduğu ilk dönem belki de bu dönem o yüzden önemli.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Bu bulgular alan yazında yer alan ve bireyler yaptıkları işte derin bir anlam ve amaç deneyimleyebilirken, maneviyatın, onların başkalarıyla olan karşılıklı bağlantılarını ya da bağlarını fark etmelerini sağlamasında rol oynaması (Marques vd., 2007) yaklaşımıyla benzerlik taşımaktadır. Aynı zamanda Sarıtaş (2011), diğ buğdayı ritüelinin anne ve çocuk için manevi duygularda ve güzel temennilerde buluşmanın bir yolu olarak görüldüğüne değinmiş ve dolayısıyla Sultan ve Aysel’in yaşadığı deneyimle bu sonuçlar benzerlik göstermektedir.

Katılımcılardan Zeynep, çocuklarının kırk uçurma ritüelini dua ile manevi anlamda desteklediklerini belirtmiş; çocuklarının doğum günü kutlamaları bağlamında ise manevi olarak taşıdığı gelenek anlamı ile hediyeleşmeden doğan manevi deneyime göndermede bulunmuştur:

“... Doğum gününü yaptık o genelde yapılyo yani bu yaşta bile yapılyo. Hediyeleşmek sünnet diyorlar, yani o açıdan da düşününce gelen hediyeler daha anlamlı oluyor inancımızı da bir anlamda yansıttığı için...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da ritüellerin, bireylerin kurdukları sosyal ilişkilerde, kültürel davranışların yansıtılmasında (Driver, 1998) ve kültürel gelenekleri de yansıtan inançların ritüeller

aracılığıyla canlandırıldığı (Rook, 1985) ifade edilmiştir. Zeynep için de doğum günü etkinliği aracılığıyla hediyeleşmenin manevi anlamı ortaya çıkmıştır.

Defne farklı olarak, çocuğunun ilk yaş günü için yaptırdığı doğum günü pastasının, dini inançlarıyla örtüşerek, temiz ve helal gıda beklentilerini karşıladığını belirtmiştir:

“Pasta yaptırdık ilk yaş günümüz için helal pasta yaptırdık tabi onu da... Pastayı şu şekilde yaptırdık. Ankarada Hacı Bayram Velinin türbesinin orda Kaf Hanımlar Konağı var. 25 sertifikalı helal gıda ürünleri yapıyorlar, satıyorlar. Yaş pasta olsun kurabiye olsun bu tür şeyler... Bunları sosyal medyadan gördüm, instagramdan sipariş verip gidip kendim eşimle beraber adım... Benim için yiyeceklerde helal olması önemliydi, helal ve temiz olması. Yani içinde hani ne olduğu belirsiz olan maddelerin olmaması. Bizim yaşam içinde her zaman birinci önceliğimiz, yediğimiz her şeyin helal ve temiz olmasıdır. O yüzden kutlamada da yiyecek konusunda bu benim için çok önemliydi. Her şeyin helal ve temiz olması...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Kotler ve meslektaşları (2010), bireylerin tercih ettikleri ürün ya da hizmetlerde işlevsel ve duygusal tatminin yanı sıra ruhsal olarak da bir doyum beklentisi içinde olacaklarına değinmiştir. Bu anlamda maneviyat, tüketici davranışında ve tüketim deneyiminde önemli bir husus olarak kabul edilmiştir (Brown, 1999; Holbrook, 1999; Elliot ve DeBerry-Spence, 2010; Kotler vd., 2010; Ulvoas-Moal, 2010; Maclaran vd., 2012). Bireylerin manevi ihtiyaçlarını nasıl karşılayacağı ve tüketim süreçlerindeki eylemlerinde maneviyatı ve manevi değeri nasıl deneyimleyecekleri (Dodds vd., 2018; Maclaran vd., 2012) de önem taşımaktadır. Maneviyat odaklı olan bir birey bu duygular aracılığıyla gerçekleştirdikleri eylemlerde ya da kullandıkları ürün/hizmetlerde bir anlam ve amaç arayarak zihin, beden ve ruh açısından tamamlanmayı arzular (Dodds vd., 2018). Husemann ve Eckhardt'a (2019) göre tüketici maneviyatı, bireylerin ürün ve hizmetleri tüketirken dahil oldukları uygulamalar ve süreçlerle ilişkilidir. Ayrıca, müşterilerin maneviyatı, tutum ve davranışlarını şekillendirmeye yardımcı olan inanç ve duyguları somutlaştırdığından (Moore ve Casper 2006), bu süreçlerdeki seçimlerin bu ekseninde şekillendiğini söylemek mümkündür. Dolayısıyla ritüeller doğası gereği manevi bağlarla ve anlamlarla gerçekleştirildiklerinden (Bell, 1997, s. 48; Hobson vd., 2017, s. 2; Turner, 1967, s. 19), Defne'nin, çocuğunun yaş günü için hazırlattığı “*helal pastanın*” da bu anlamı taşıdığı söylenebilir.

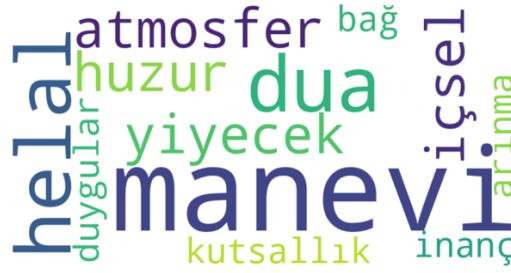
Yanı sıra, Sultan günümüzdeki popülerleşen kutlamaların israf boyutundan dolayı dini inançlarına uygun olmadığını ifade etmiştir:

“...İnançlı insanlarız. İsrafın haram olduğunu düşünüyoruz. Ben bunların hem bi yandan zaman israfı, hem bi yandan madden para israfı olduğunu düşünüyorum. Şahsi görüşümdür, katılan olur katılmayan olur. Katılmak da aslında şöyle böyle bi partiye çağırdıklarında katılmak da istemiyorum. Çünkü benim çok hoşuma giden bişey değil bu. O yüzden orada bulunmak da istemiyorum...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Nur ise, çocuğunun özel zamanlarında gerçekleştirdiği kutlamalarla çocuğunun varlığıyla şükür dolu hisler taşıdığını; ancak bu tarz kutlamaların manevi inancına ters düştüğünü dile getirerek bu anlamda duyduğu pişmanlığı da dile getirmiştir:

“Rabbimin gücüne gitmesin yaptım kutlamaları da. Rabbimin verdiği hediyelerin mutluluğunu yaşamak için onu yaptım. Onların şükürü için yaptım biraz. Ama bu doğum günü falan bizim kendi adetimiz değil ya o yüzden..Yani dediğim gibi o gün mutluluk vericiydi şükür doluydu, kutlamayı yaptıktan sonra gene şükrediyosun Allaha sana verdiği Cennet için çocuğu öyle görüyorsun. Öyle yani.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Bu anlamda Defne, Sultan ve Nur, manevi olarak benimsedikleri düstur ile yaşamlarında belli bir amacı inşa etmeye çalışmaktadırlar, denebilir. Alan yazında da kültürel ve manevi eksenli inançların ritüellerle bireyler arasında bir köprü niteliği taşıdığı (Rook, 1985), manevi esenlik duygusu ile kişinin yaşadığı deneyimle yaşamdaki amacını keşfederken (Chapman, 1987), bu amaç çerçevesinde hayatına anlam katarak yaşadığına (Moberg ve Brusek, 1978; Paloutzian ve Ellison, 1982) değinilmiştir. Dolayısıyla dini öğretileri sağlamlaştıran ritüel uygulamaların (Geertz, 1968), bireylerin yaşamında kaydedeceği manevi gelişimde sembolik özelliklerin yanı sıra geleneksel değerlerle de şekillendiğini (Smith, 1889) söylemek mümkündür. Sonuç olarak ritüel ile ilişkili manevi deneyimlerin ayrıntıları ile ilgili öne çıkan kavramlar, ChatGPT yapay zekâ aracı vasıtasıyla bir kelime bulutuna yansıtılmış olup, aşağıda Şekil 20’den izlenebilir (OpenAI, 2024).



Şekil 20. Ritüelle ilişkili Manevi Deneyimler Kelime Bulutu

4.1.1.9. Ritüelle ilişkili Kaçış Deneyimleri

Araştırma bulguları, katılımcıların yaşadığı ritüel deneyimlerinde kaçış deneyimlerinin de payı olduğunu göstermektedir. Gerçekleştirilen ritüel etkinliklerin bireylerin günlük hayatını farklılaştırdığı düşünüldüğünde, bu deneyimin yansıtılması önem taşımaktadır. Katılımcılardan yarıya yakınının (5 katılımcı), ritüelle ilişkili kaçış deneyimlerine “*günlük rutinin dışına çıkma, yalnızlık hissinden kurtulma, günlük hayatın telaşesinden uzaklaşarak rahatlama, geçmiş ve gelecek arasında yolculuğa çıkarak zaman ve mekân algısından sıyrılma, ayakları yerden kesecek hisler taşıma*” gibi odaklarda görüş bildirdikleri görülmüştür. Andan sıyrılma, gerçeklerden kaçabilme ve parçası olunan aktiviteye kendini kaptırma gibi unsurları ile kaçış deneyimlerinin (Pine ve Gilmore, 1999; Park vd., 2010) bu

gibi imkânlarla bireylere ilgi çekici bir deneyim sunduğu ifade edilebilir. Aynı zamanda kişinin çevresiyle yoğun ve sıra dışı deneyimleri paylaşabildiği etkinliklerin günlük yaşamdan uzak bir alan ve zaman algısı hissettirdiği ifade edilmiştir (Morgan, 2008).

Katılımcılardan Aysel, özel günlerde yapılan kutlamaların kendisi için anlamını, anne ve çocuk için farklı heyecanlar ile günlük rutinin dışına çıkma anlamı taşımasıyla günlük hayattan sıyrılarak yaşadığı kaçış deneyimlerine göndermelerde bulunmuştur. Aynı zamanda bu tür etkinliklerle yalnızlık duygusundan kurtulduğunu hissettiğini ifade etmiştir:

“Bizim için günlük rutinin dışına çıkmak ve bir heyecan. Çocuk için de anne için de farklı hazırlıklar, farklı heyecanlar... “Bi de mesela tek olunca etkinlik bizim için iyi bişey, niye, insanlar gelecek yalnız kalmayacaksın. Çünkü kırka kadar bebek ve anne çok dışarı çıkmaz. Anne dışarı çıkamadığında, yalnız kaldığında ne olacak peki. Şimdi çok yalnız kalan annelerde lohusalık depresyonu diye bişey var. Ve anne psikolojik, biyolojik ve bedensel olarak buna çok yatkın. O yüzden anneyi çok yalnız bırakmamak lazım. Ve böyle etkinlikler ne oluyo tadındaz yenmez oluyo. Hadi bi de dış hediği olsa da onu da yapsak, 6 aylık oldu hadi gelin oturun çayımızı içelim, hadi şu oldu gelin bu oldu gelin. Bu benim için iyi bişeydi..” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da ritüellerin ve etkinliklerin günlük hayatı daha ilginç hale getirdiği ve anı farklı kıldığı (Fei vd., 2021; Park vd., 2010) ve özel etkinliklerin kişilerin günlük sıkıntılarından, sorumluluklarından ya da can sıkıntılarından uzaklaşmalarına fırsat tanıyarak onlara rahatlama duygusu kattıkları (Haytko ve Baker, 2004; Sit vd., 2003,2005; Morgan, 2008; Rivera vd., 2015) görülmektedir.

Duygu ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasının olduğu günkü hislerini “*ne yerde ne gökte olunan, ayakları yerden kesen bir dönme dolaba*” benzeterek, bu anlamda zaman ve mekân algısının kaybolması ile yaşadığı kaçış deneyimini pekiştirmiştir:

“...Hani lunaparka gidersin de dönmedolaba binince o en yüksekte ayağın yerden kesilir ne yerde ne göktesindir bambaşka bir his olur işte sadece ordasındır yükseliyosundur ne yaşadığın ya da yaşacağın önemli değildir nerde olduğun önemli değildir öyle yani o gün de bana dönmedolap geldi. Kızım 1 yaşını doldurmuş onun varlığını kutluyoruz, o geçen zamanda ne yaşadıysak yaşayalım o gün ordaydık kutluyorduk...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Esen de çocuğunun ilk yaş günü kutlamasındaki hislerini “*başka bir diyara yolculuk yapan bir masal kahramanı*” olarak adlandırmıştır:

“Şey gibiydi ya, hani masalları dinlerken böyle insanlar o anda o anlatılan şeyi düşünür, bulutların üstündeymiş gibi düşünür, farklı bi diyara gider ya. Doğum günü öyle bişeydi sanki farklı bi diyardı farklı bi masaldı ve bitti.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Bu bulgular ise, alan yazında bir deneyimi gerçekleştirirken farklı bir zamanda ve yerde yaşadığını hissetme, farklı bir dünyada olduğunu hissetme (Triantafillidou ve Siomkos, 2014) bağlamı ile benzerlik göstermektedir.

Naz, çocuğunun doğum mevlüdünün gerçekleştiği günkü hislerine yönelik olarak yaptığı “*mutluluk ve huzur dolu uçsuz bucaksız gökyüzü*” benzetmesi ile yaşadığı ritüelle ilişkili kaçış deneyimini şu sözlerle pekiştirmiştir:

“Çok güzel bir gökyüzü diyelim mi buna da. Uçsuz, bucaksız bir mutluluk gökyüzü. O günkü hislerim. Gökyüzü her şeyi anlatır insana, her bulutu bir şekle benzetebilirsin, her baktığında farklı şeyler hayal edebilirsiniz. Ben genelde gökyüzünde geçmişimi

görürüm. Gökyüzü bana çok şeyi anlatır. Mutluluklarımı sergilerim gökyüzüne baktığım zaman, huzur duyarım mutlu olurum. Gökyüzünü görebilmek de çok güzel benim için. Her gökyüzüne baktığımda çocuklarımı ve geçmişimi görmek ama mutlu yanlarını görmek beni çok daha bi mutlu eder. Yanımda değilse bile o an yanımda hissi verir bana. O yüzdendir ki o günde de böyle sanki gökyüzüne bakıp bi yolculuğa çıkmış gibi sadece yaşadığım heyecanı ve mutluluğu biliyosun her şeyden sıyrılıyosun tarifsiz bi mutluluk kısacası diyebilirim.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Esma çocuğunun ilk yaş doğum günü kutlamasındaki hislerini “*mutluluktan ayakları yerden kesilen leyla gibi olma ve şen bir çocukluk*” benzetmesi ile “ritüel ve mutluluğu” özdeşleştirerek, yaşamış olduğu “mutluluk ve iyilik hali deneyimini” kendisi açısından pekiştirmiştir:

“Eeeeee, şimdi bi kelime kullancam da onu başka nasıl ifade edim. Leyla gibisin yani ayağın yere değmiyo böyle havalardasın. Uçuyosun, mutlusun. Leyla olmuş derler ya öyle geziyosun aslında, çok bişey hatırlayamıyosun, yorgunluğa dair hiçbir şey hatırlamıyosun. Leyla mecazen kullanılıyo ya daha başka bi şeye benzetebilir miyim, Eeee sevindirik oldum ya sevindirik gibi geziyodum. Heyecanlıydım çok mutluydum, mutluluktan ayaklarım yerden kesiliyordu çocuklar gibi şendim, şımartıldım. Evet evet çocukluk diyebilirim ya o günü çocukluğa benzetiyorum bu yüzden.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında bir deneyimi gerçekleştirirken o akış içinde olanlardan başka bir şey düşünmeme ve yaşanan deneyim ile bireyin başka biri olduğunu hayal etmesi gibi (Triantafillidou ve Siomkos, (2014) çıktılarının araştırma bulgularıyla paralellik gösterdiği ifade edilebilir. Sonuç olarak ritüel ile ilişkili kaçış deneyimlerinin ayrıntıları ile ilgili öne çıkan kavramlar, ChatGPT yapay zekâ aracı vasıtasıyla bir kelime bulutuna yansıtılmış olup, aşağıda Şekil 21’den izlenebilir (OpenAI, 2024).

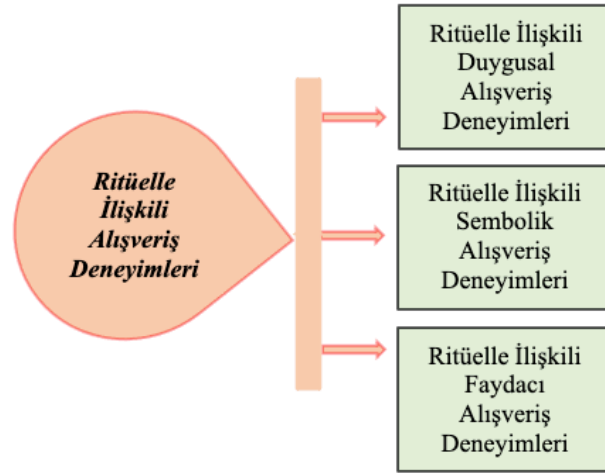


Şekil 21. Ritüelle ilişkili Kaçış Deneyimleri Kelime Bulutu

4.1.2. Ritüelle ilişkili Alışveriş Deneyimleri

Araştırma bulguları açısından, ritüelle ilişkili alışveriş deneyimleri açısından katılımcıların tamamının yaşadıkları bu deneyim türüne çeşitli boyutlarıyla vurgu yaptığını göstermektedir. Bu kapsamda ritüelle ilişkili alışveriş deneyimleri açısından; “ritüelle ilişkili duygusal alışveriş deneyimleri”, “ritüelle ilişkili sembolik deneyimler”, ve “ritüelle ilişkili faydacı deneyimler” gibi alt kategorilerin ortaya çıktığı belirlenmiştir. Tüketici deneyiminin ardında saklı değer, tüketicilerin mevcut tüketim davranışı bağlamının da ötesine geçmiştir (Helkkula

vd., 2012, s. 59). Tüketim ile ilgili faaliyetlerin arka planında o ürünü gerçekten tüketerek kazanılan deneyim yer almaktadır (Holbrook ve Hirschman, 1982, s. 137). Tüketim davranışlarının anlaşılmasında incelenen deneyim kavramı (Pine ve Gilmore, 1998), tüketime yönelik motivasyonu ya da tüketim kararlarını belirlemektedir (Asan vd., 2023; Kim vd., 2012). Bireylerin tüketim davranışlarına ilişkin memnuniyet yargıları, tüketim anındaki ve sonrasındaki deneyime dayalı olduğundan (Ngobo, 1997; Oliver, 1997; Giese ve Cote, 2000) tüketim deneyimleri satın alma öncesi ve sonrası süreçlere bağlı olmaktadır (Gallarza vd., 2011, s. 184). Bireyler için deneyimlerinden edindikleri değer, bir müşterinin geçmiş ve gelecekteki deneyimleri nasıl anlamlandırdığını etkileyeceğinden (Helkkula vd., 2012, s. 62); pazarlama ve tüketim süreçlerinde tüketici değerinin yaratılmasında deneyimin rolünün merkezi bir konuma yerleştiği ifade edilmektedir (Holbrook, 1999, s. 9). Bununla birlikte bireylere yalnızca rasyonel bir anlam yüklemek, deneyim sürecinde algılanan duygusal değerle bağlantılı içsel unsurların göz ardı edilmesine sebep olacağından (Gallarza vd., 2011; Holbrook, 1999; Schmitt, 1999), bu durum tüketimden duyulan tatmin derecelerinin ve tüketim sonrası deneyimlerinin açıklanmasında sınırlı bir alanı temsil edebilir (Bagozzi, 1997; Erevelles, 1998; Ladhari, 2007; Phillips ve Baumgartner, 2002; Smith ve Bolton, 2002). Tüketici eylemlerinin rasyonel bilişsel süreçler ile açıklanmasındaki eksiklikler, tüketim davranışlarına yüklenen duygusal ve sembolik anlamlar ile çeşitlilik kazanmıştır. Bu anlamda faydacı (Rahmawati ve RoyDo, 2014) ve duygusal deneyimlerle anılan (Arnold ve Reynolds, 2003; Babin vd., 1994; Bellenger ve Korgaonkar, 1980; Dawson vd., 1990; Hirschman ve Holbrook, 1982; Holbrook ve Hirschman, 1982; Kim, 2006; Pine ve Gilmore, 1999; Tauber, 1972; Uygun vd., 2014; Uygun vd., 2018) alışveriş deneyimleri, gerek rasyonel ve duygusal değerlendirmeler ile (Brun vd., 2017; Roy, 2018) gerekse de ruhsal, duygusal ve fiziksel unsurlar ile (Lemon ve Verhoef, 2016), deneyim sürecinin hedonik motivasyonel unsurlarla şekillenebildiği ifade göstermiştir (Bueno vd., 2019: 782). Alan yazında da bireylerin tüketim faaliyetlerinde saklı değerleri açığa çıkarabilme potansiyeline sahip olan ve yaşam içindeki özel günleri temsil eden ritüel etkinliklerin Levinson vd. (1992); satın alma süreçleri ve tüketim tercihleri vasıtasıyla tüketici deneyimlerini ifade edeceği (Schoonmaker, 2006) ifade edilmiştir. Özellikle bir annenin çocuğuna gösterdiği ilgiyi tüketim eylemlerine yansıtması ve ona göre şekillendirmesi ve çeşitli ritüel etkinliklerle bunu çeşitlendirmesi açısından (Jennings ve Brace-Govan, 2014) araştırma kapsamında bu tüketim eğilimlerinin ortaya konması önem taşımaktadır. Aşağıda sunulmuş olan Şekil 22, ritüelle ilişkili alışveriş deneyimlerine dair ayrıntıları göstermektedir:



Şekil 22. Ritüelle İlişkili Alışveriş Deneyimleri

4.1.2.1. Ritüelle ilişkili Duygusal Alışveriş Deneyimleri

Araştırma kapsamında, anne olma sürecindeki ritüel etkinliklere yönelik alışverişe yüklenen anlamın şekillenmesinde etkili olan duygusal alışveriş deneyimlerinin ortaya konması önem taşımaktadır. Katılımcıların tamamına yakını (15 katılımcı) bu deneyime göndermelerde bulunmuştur. Tüketici davranışında duyguların ve duygusal değişkenlerin, tüketimden duyulan tatmin ve memnuniyet çerçevelerine dahil edilmesinin önemli olduğuna değinilmiştir (Bigné vd., 2008: 303; Liljander ve Strandvik, 1997; Oliver vd., 1997; Wirtz ve Bateson, 1999). Deneyimsel paradigma içinde tüketicilerin kalplerine dokunarak zihinlerinin harekete geçirilmesi söz konusu olduğundan (Schmitt, 1999), duyguların tüketimin önemli bir alt tabakası olduğuna değinilmiştir (Holbrook ve Hirschman, 1982). Tüketicilerin deneyimlerinin duyular ve hisler çerçevesinde yaşandığı (Park ve Park, 2017; Sorrentino vd., 2020; Van Niekerk, 2017) ve bu yüzden tüketici kimliği ile bireylerin hislerinin ve duygularının, tüketim faaliyetlerinin ötesinde yaşadıkları deneyimleri anlama açısından da önemli olduğuna değinilmiştir (Rai ve Nayak, 2020). Tüketimde deneyimin temelini öznel ve içsel tüketici tepkileri oluşturmaktadır (Brakus vd., 2009). Bu yüzden deneyimsel tüketim, tüketici ile tüketim unsurları arasında duygusal bir köprü niteliği taşımaktadır (Uygun ve Akın, 2012). Ritüel faaliyetlerin bireylerin tüketim eylemlerinde de kendini gösterdiği ve tüketimin adeta bir ritüelistik eylem olduğu ifade edilmiştir (Sherry, 1984). Bu anlamda ritüellerin doğasında saklı unsurların ritüelle ilişkili tüketim sürecinde de kendini göstereceği ifade edilebilir. Fei ve

meslektaşları (2021), ritüelleştirilmiş ürünlerin bireylerin tüketim şevkini artıracığına ve ritüelin etkisiyle ürünlerin değerinin artacağına ve bireylerin ilgisini ve merakını cezbedeceğine değinmiştir. Aynı zamanda ritüel etkinliklerde kullanılan ticari ürünlerin bambaşka anlamlar taşıdığı (Afflerback vd., 2014) ifade edilmiştir. İrrasyonel ve motivasyonel unsurlardan oluşan deneyimsel tüketim sürecinin; eğlenceli boş zaman aktiviteleri, duysal zevkler, hayaller ve duygusal tepkiler gibi unsurlara yönelimi sevk ettiğine değinilmiştir (Holbrook ve Hirschman, 1982). Alan yazında da duygusal alışveriş deneyimlerinin bireyler açısından eğlence, fantezi, kaçış ve duysal uyarımlar olarak çeşitli çıktıları olduğu (Arnold ve Reynolds, 2003; Babin vd., 1994; Hirschman ve Holbrook, 1982; Kim, 2006; Pine ve Gilmore, 1999; Tauber, 1972; Uygun vd., 2014) ifade edilmiştir. Örneğin; bireyler özel bir gün için alışveriş yaparken tercih ettikleri ürünlere meta olmanın dışında kişiselleştirilmiş anlamlar ve değerler yüklerler. Duygusal alışveriş deneyimlerinde katılımcılar için öne çıkan kavramlar yapay zeka teknoloji aracı ChatGPT aracılığıyla bir kelime bulutuna yansıtılarak Şekil 23’te sunulmuştur.



Şekil 23. Ritüelle İlişkili Duygusal Alışveriş Deneyimleri Kelime Bulutu

Katılımcılardan Duygu çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için ihtiyaç duyduğu ürünlere yönelik alışverişlerinin, sıradan alışveriş günlerine kıyasla daha özel bir anlama sahip olduğunu şu sözlerle ifade etmiştir:

“Eeeee, yaaani, tabiki önemli. Neden çünkü ben başka zamanlarda da mesela pasta yapmıyo muyum, e yapıyorum, ya çocuğuma o zamandan önce de kıyafetler aldım. Ama o gün bambaşka duygularla bambaşka bi anlam yükleyerek o pastanın keki için unu şekeri yumurtayı alıyosun mesela...”

Naz ise, çocuğunun doğum mevlidi için düzenledikleri etkinliğin hazırlık sürecindeki alışverişlerin sıradan alışverişlerine göre daha özel bir anlam taşıdığını ve bu süreçte özenli seçimler yaptıklarını aşağıdaki cümlelerle yansıtmıştır:

“Tabiki özendik daha özeldi çocuğumun doğum mevlidi için alışveriş yapmak. Eee, en güzeli olsun istedik.”

Melihat da çocuklarının ilk yaş günü kutlamasının hazırlık sürecindeki ihtiyaç duyduğu ürünlerin alışveriş sürecinin sıradan günlerden farklılaştığına ve daha heyecanlı ve özenle satın alımlar yaptığına şu sözlerle değinmiştir:

“Eee, tabiki çok farklı. Hem anlamı çok büyük, çocuklarının en özel günü için alışveriş yapıyorsunuz hem heyecan var hem de bi de şöyle bi şey var. Şimdi mesela normal zamanda aldığın zaman bir şeyi diyeyim. Eeee, işte oyuncak olsun yiyecek olsun. Yani baktınız ve onu denemek için alıyorsunuz, onla mutlu olacak mı aldığınız zaman, o yiyeceği sevmeyebilir o oyuncak sevmeyebilir...”

Katılımcılardan Hande de çocuğunun ilk yaş günündeki alışveriş sürecinin sıradan günlere kıyasla daha özel bir anlam taşıdığını şu ifadelerle belirtmiştir:

“E tabiki bi anlamı vardı yani hani normal bi gün de tabiki evimizde yemek yapmıyoz mu yapıyoz işte, pasta kendimiz de yapıyoruz dışardan da alıyoruz; ama onun o ana özel olması, öyle de anlamı var yani. Onu onun için yapıyo olmak.”

Zehra ise, çocuklarının yaş günleri ile ilgili alışveriş ve hazırlık sürecinin, sıradan günlere kıyasla daha özel bir anlama sahip olduğunu ifade ederek, ritüelle ilişkili yaşadığı duygusal deneyimi aşağıdaki ifadelerle yansıtmıştır:

“Dediğim gibi çok özel bir satın alım yapmadık ama gene de mesela ikramlıklar için gereken malzemeleri alırken sonuçta kızlarımın özel bir günü olmasından ve sağlıklı büyüyor olmalarına gene geleneksel değerlerimizle ailecekli şahitlik edeceğimiz için tabiki daha özel bir anlamı olduğunu söyleyebilirim.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Katılımcılardan Cennet ise çocuğunun diğ hediğı için gerçekleştirdikleri alışveriş ve hazırlık sürecinin daha özenli ve özel bir anlam ile şekillendiğini ortaya koyarak, ritüelle ilişkili duygusal deneyimini yansıtmıştır:

“Evet tabiki de farklı bi anlamı var. Hani atıyorum misafir de kabul edeceksin. İnsan çocuğı için, sonuçta o toplantıyı da onun için düzenliyorsunuz, istiyosun ki her şey dört dörtlük olsun, çok güzel olsun, herhangi bi aksilik sakatlık çıkmasın. O yüzden bi tık daha özenli davranıyorsunuz öyle söyylim.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aysel de benzer şekilde çocuğunun kırk uçurma etkinliğı için gereken şeylerin temin edilmesi ve hazırlık sürecinin daha özenli ve özel bir anlam taşıdığını ifade etmiştir:

“...günlük hazırlamayla misafirlere yaptığımız hazırlık aynı olmuyo onu biraz daha önemsiyorsunuz. Bi de ilk çocuğumunkiydi mesela bunun için çok heyecanlanmışım ben. Bi de çevre eş dost gelecek diye daha bi etkinlik olsun daha bi önemsiyeyim diye düşünüyosun.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Açelya da çocuğunun ilk yaş gününde, sıradan günlerde çocuğı için aldığı hediyelerden daha özel bir anlam yükleyerek hediye seçtiğini aşağıdaki ifadelerle yansıtmıştır:

“...diğer aldığım şeylerden daha özeldi yani her zaman oyuncak alıyorum ama o doğum günü için aldığım ve bunu hani çocuk dicesek bunu hani doğum günümde hediye etti diye. Hatta şimdi bile der annem bunu bana doğum günümde aldı diye. Hani bu düşünceyle ilerde o da düşüncecek diye bi hevesle almıştık.”

Alan yazında da tüketim ritüelleri ile bireylerin ticari ürünleri metalaştırmanın ötesinde bambaşka anlamlarla özelleştirdiklerine, bu ürünlere kişisel değerler ve anlamlar yüklediklerine değinilmiştir (Afflerback, 2014). Bunun yanı sıra, özel günlerde gerçekleştirilen etkinliklerde kullanılan eşyaların ve malzemelerin günlük hayattaki anlamlarından farklı bir değer ve anlam taşıdığına (Douglas ve Isherwood, 1979) ritüeli

gerçekleştirirken kullanılan ürün ve hizmetlerin benzersizliğini hissetme ve eşsiz bir deneyim elde etme fırsatı sunduğuna (Fei vd., 2021) değinilmiştir. Dolayısıyla ritüelle

Esmâ, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için ihtiyaç duyduğu ürünleri satın alma sürecinin heyecanlı ve mutluluk verici olduğunu dile getirerek bu anlamda sıradan alışverişlerinden nasıl farklılaştığını ortaya koymuştur:

“Eeee, ilk defa doğum gününde giyeceği için mesela çıkarıp çıkarıp elbisesine baktım. Geldikten sonra giydirdim. Çok yakıştı. Eeee, yani ilk defa doğum gününde giyicek ve insanlar ilk defa üzerinde görücek diye özel bi gün için dikildiği için özel hissediyosun, heyecanlanıyorsun. Kendim için de mesela kıyafet alırken de hani ilk Doğanın doğum gününde giyicem ama sonra hani düğünlerde de giyinebilirsin gezmeye giderken de giyebilirsin diye düşünerek o şekilde seçtim. Ayakkabıyı da mesela Doğanın doğum günü için özel aldım, sonrasını hiç düşünmedim. Başkaaaa, pasta zaten dediğim gibi konsept olarak düşündüğümüz için papatya konsepti sarı beyazdı ona göre yaptırarak internette pasta modellerine baktım. Bana en uygun olanını seçtim mesela sade ve güzel olmasına çok dikkat ettim. Normal zamana göre böyle farklar vardı yani. Özel olduğu için.”

Defne ise, çocuğunun ilk yaş günü için yaptığı alışverişlerin sıradan diğer alışverişlerine kıyasla daha heyecan verici ve özel bir anlam taşıdığını ifade etmiştir:

“Doğum günü için kıyafet almak heyecanlıydı gerçekten. Özellikle 1 yaş için özel bir kıyafet aradığım için benim için daha heyecanlıydı tabi. Kıyafette her zaman Elife kıyafet alırken ayrı bir heyecan vardı ama doğum günü benim için daha özeldi çünkü ömürlük bişeydi 1 yaş olduğu için.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Esen de çocuğu için düzenlediği birinci yaş günü etkinliğinin hazırlık ve alışveriş süreçlerinin kendisi için heyecan dolu anlardan oluştuğunu ifade ederek, ritüelle ilişkili yaşadığı duygusal deneyimlerin yansımalarını sunmuştur:

“Yani çok heyecanlıydı. Çok heyecanlanmıştım alırken, yaptığım ettiğim hiçbir şey gözümde gelmiyordu her şeyin en iyisi olsun. İşte şunu alıyım şu daha çok yakışır ona. Hep öyle düşünmüştüm. Çok heyecanlı olduğumu hatırlıyorum. Yani çocuğumun ilk yaş günü olduğu için özel bi gündü o yüzden en iyisi en güzeli olsun istedim.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Meltem, “Tabiki de çocuğunun birinci yaş pastasını almak daha heyecanlı oluyo sıradan bi pasta almak yemek gibi aynı olmuyo...” ifadesi ile ritüelle ilişkili yaşadığı duygusal deneyimi ön plana çıkarmıştır.

Katılımcılardan Çisem de genel olarak çocuğu ile ilgili özel gün etkinliklerinin hazırlık süreçlerinin mutluluk ve heyecan dolu anlarla şekillendiğini ifade etmiştir:

“Özel bi gün ben mesela bu tarz şeylere hazırlarken çok heyecanlanıyorum. Ha erkekler çok heyecanlanmaz, eşimin de o kadar heyecanlandığını düşünmüyorum zaten de. O da öyle diyo. O sadece bana bırakıyo mesela. Ben bi şey hazırlarken hazırlanırken heyecanlanıyorum. Ondan sonra yani Mevlit mesela okunacağı zaman yaptığımız şeylerde de ister istemez heyecanlanıyorsun mutlu oluyosun. Bi şeyler hazırlıyorsun, bi etkinlik yapıyorsun mesela. Ora kendini iyi hissediyosun tabi biraz da stres falan da oluyo nasıl olacak güzel olacak mı filan diye ama mutluluk oluyo.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Nur ise, çocuğunun ilk yaş gününde yaptığı alışverişin mutluluk verici olduğunu yanıtmıştır:

“İnı yani dediğim gibi benim etrafımda yapan kimse de yoktu bizim adetimiz de değildi ona rağmen ben yaptım bu kutlamayı o yüzden mutluluk vericiydi sıradan zamanlara göre bi şeyler almak.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alışveriş deneyimiyle kişinin kendisini ve başkalarını mutlu edebildiği, olumlu ruh hallerine girdiği (Arnold ve Reynolds, 2003; Uygun vd., 2014) ve bireylerin tüketim deneyimleri ile yaşamlarında iyi oluş ve mutluluk tesis etme arzusunda olduğu (Uygun, 2009) ve bu yönüyle tüketimin, bireylerin gerçekleşmesini istedikleri düşlerinin ve mutluluklarının anahtarı

olduğuna (Holbrook ve Hirschman, 1982) değinilmiştir.

Katılımcılardan S mb l ise, çocuğunun ilk yaş günü etkinliğine yönelik hazırlık sürecindeki satın alımlarının günlük hayattaki satın alımlarına kıyasla daha keyifli olduğunu ifade etmiştir:

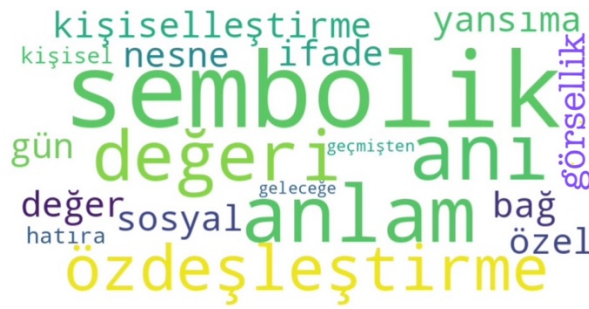
“Alışveriş süreci keyifliydi çok keyifliydi ya onun için onlara bakmak, onlar için kafa yormak, sırf onun için bir şey yapmak gezmek bakmak, heyecandı, mutluluktur. Sipariş ettiğim şeyin gelişini beklemek o heyecan. Hatta eve gelmedi ben kayserideydim kayseriye yönlendirdim ne gelmiş bakayım diye. Benim için bi heyecandı pastası nası olacak kadın gerçekten yapabilecek mi yoksa dolandırıcı mı falan çünkü İ stagramdan bulmuştum...Mesela ben alışverişi severim yalan yok yani. Bişeyleri bakmaya almayı severim ama yani kızıma alırken daha keyifle alıyorum uzun zamandır kendime bi şey almadığımı fark ettim hep kızıma aldığımı fark ettim. O hazırlıkları yaparken alışveriş yaparken hep keyif aldım yani, böyle mi olsun şöyle mi olsun güzel olsun diye...”

Alan yazında Fei ve meslektaşları (2021), bireylerin ritüel deneyimlere yönelik satın alımlar gerçekleştirirken farklı bir ruh haline girebileceğine, bu sürecin duygulara hitap edeceğine; dolayısıyla satın alma sürecinin bireyin duygusal bir yanıt vermesiyle neticeleneceğine değinmiştir. Benzer şekilde Babin ve Darden (1995) ve Turley ve Chebat, (2002) ise, yaşam içindeki etkinliklere yönelik satın alım ve tüketim süreçlerinde bireylerin eğlence beklentisine gireceğine değinerek, bu sürecin eğlenceli bir aktivite olması adına yaşayacakları deneyime göndermelerde bulunmuştur. Bu anlamda bireylerde daha yüksek düzeyde mutluluk ve memnuniyet gibi olumlu duyguları besleyen tüketim süreçleri (Carter ve Gilovich, 2010; Howell ve Hill, 2009; van Boven ve Gilovich, 2003)  r n satın alımının ötesinde bir anlam taşıyan deneyimler sunarak tüketim faaliyetlerine duygusal bir anlam katmaktadır (Chevtchouk vd., 2021, s. 1288).

4.1.2.2. Ritüelle ilişkili Sembolik Alışveriş Deneyimleri

Ritüelle ilişkili alışveriş deneyimlerinin yaşanmasında, katılımcılar açısından ritüele yüklenen sembolik anlamın ürün alışverişi sürecinde de kendini gösterdiğini söylemek mümkündür. Bu anlamda katılımcıların yarıdan fazlasının (10 katılımcı) bu deneyime işaret etmiştir. Bireylerin  r nleri istemelerinin arka planında yatan neden, ürünlerin sunacağını umdukları deneyim olduğundan, alan yazında bireylerin tatmin edici deneyimler yaşama arzusuyla  vrelendiği belirtilmektedir (Abbott, 1955). Tüketim faaliyetleri, bireylerin hayatlarına anlam yükleme ve değer katma açısından bir araç olarak görülmekte (Fırat ve Dholakia, 1998, s. 96; Fırat ve Dholakia, 2003: 93); bu bağlamda bireylerin hayatlarındaki özel gün etkinlikleri ile ilgili alışveriş sürecinin ardında sembolik birtakım anlamların olduğu ve özel anlamlarla  vrelenen bu ürünlerin günlük anlamlarının ötesinde kişiselleştirilmiş değerleri yansıttıkları (Afflerback, 2014) belirtilmiştir. Tüketirken daha geniş deneyimlerin de peşinde

koşan bireyleri (Cuadradoa vd., 2018), bu yönleri ile deneyimsel dünyanın sakinleri olarak ifade etmek yerinde olacaktır. Edinilmeden önce hayal edilen, daha sonra araştırılma ve edinme sürecinde zaman harcanan, hakkında konuşulan, hatta fotoğraflanan ürünler, tüketilmeden dahi sembolik tüketimin bir parçası haline geldiğinden, özel ve prestijli bir anlam içerebilmektedir (Featherstone, 2007; Leiss, 1978; Rochberg-Halton, 1986). Bu kapsamda ürünlerin sembolik özelliklere sahip olduğu ve tüketimin işlevsel faydalarından çok sosyal bağlamlarda sembolik anlamlarla şekillendiği (Belk, 1988; Csikszentmihalyi ve Rochberg-Halton, 1986; Davies ve Elliott, 2006; Elliot, 1997; Elliott ve Wattanasuwan, 1998; Holman, 1980; Hirschman ve Holbrook, 1982; Gainer, 1995; Leigh ve Gabel, 1992; Levy 1964-1980; Mehta ve Belk, 1991; Piacentini ve Mailler, 2004; Rochberg-Halton, 1986; Schouten, 1991; Solomon, 1983; Solomon ve Douglas, 1987; Zaltman ve Wallendorf, 1979); bireylerin benlik imajı ile ürün imajını örtüştürdüğü (Birdwell 1968; Dolich, 1969; Gardner ve Levy 1955; Grubb ve Hupp 1968; Landon, 1974) ve ürünlerin sembolik niteliklerinin genellikle ürün değerlendirme ve benimseme süreçlerinin belirleyicileri olduğu görüşü bulunmaktadır (Bagozzi 1975; Hirschman, 1981; Hirschman ve Holbrook, 1981; Levy vd., 1980). Bu kapsamda alışveriş sürecinde yaşanan deneyimler, deneyim olayının kendisinden ziyade, tüketim sürecindeki ürünlere ve metalara karşı duygusal, duyusal ve sosyal tepkileri içermektedir (Chevtchouk vd., 2021). Sembolik alışveriş deneyimlerinde katılımcılar için öne çıkan kavramlar yapay zeka teknoloji aracı ChatGPT aracılığıyla bir kelime bulutuna yansıtılarak Şekil 24'te sunulmuştur.



Şekil 24. Ritüelle İlişkili Sembolik Alışveriş Deneyimleri Kelime Bulutu

Katılımcılardan Sümbül, çocuğunun ilk yaş gününde düzenlediği etkinlik için satın aldığı hediyelik ürünleri tercih etmesinde ileride misafirlerine ve kendisine anı olarak kalmalarının etkili olduğunu ifade ederek, şu sözlerle bu duygusunu yansıtmıştır:

“...Eee misafirlere hediyelik olarak da kız kardeşim kendi hediye olarak yaptırdı, resmi olan küçük çerçeveler yaptırmış mesela kızım için de bi stand gibi bişey yaptırmış üstünde ada yapan resimlik gibi bişey anı olarak kalsın diye bize o güne ait.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Çisem ise, çocuğunun kırk mevlüdünde satın aldığı ürünlerin o günün anısını temsilen sembolik bir anlam taşıdığına gerek kendisi gerekse de misafirler ekseninden değinerek ritüelle ilişkili sembolik alışveriş deneyimlerinde anı değeri taşıyan alışveriş sürecini yansıtmıştır:

“...Gelen misafirlere vermek için üzerinde dua yazılı Ayetel Kürsi yazılı pembe kokulu tesbihler böyle kesenin içinde ve bi de gene nazar duası yazılı magnetler yaptırmıştık onları aldık. Sonra Gökçe’nin adı yazılı bebek çikolatası yaptırmıştık gelenlere ikram etmek için, bi de güzel bi şişede kolonya sunumumuz vardı öyle yani onları misafirlere hediyelik anı olsun diye vermiştik.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Esen de benzer şekilde çocuğunun ilk yaş günü için yaptığı satın alımlarda, o günün anısı için hediyelikler tercih ettiğine değinirken, bu ürünlerin sembolik olarak taşıdığı anı anlamına göndermelerde bulunmuştur:

“...Ahmet Salih’in 1 yaşına özel çektiğim fotoğrafı kendim aldığım bu magnet çerçeveye koymuş sevdiklerime dağıtmıştım doğum gününe gelen misafirlere vermişim...” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Katılımcılardan Cennet ise, çocuğunun ilk yaş gününde doğum günü hediyesi olarak aldıkları hediyeye yüklediği anlamın, ileride çocuğu için anı değeri taşıyacak olmasına bağlayarak şu ifadelerde bulunmuştur:

“...kızımıza bizden hatıra halacak ilk hediye almalıyız ve kızımızın onunla olan bu pozunu bu yüzden seçtim. İlerde bu hediye baktığında kaç yaşında olursa olsun annemle babam bu bilekliği bana 1. Yaş günümde almıştı diyecek” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Duygu da benzer şekilde çocuğunun birinci yaş günü için satın aldıkları hediyeye, “*ilk yaş yaş hatırası ve ömürlük bir anı olarak*” sembolik değer yüklediğine değinerek aşağıdaki cümlelerle değinmiştir:

“... Kızımıza tanıdığımız bi sarraf vardı, onda güzel bi kalpli altın bileklik yaptırmıştık hediyesi olarak. Yani böyle ismi yazılı bi künye de yaptırmayı düşündük aslında ama daha özel olsun diye sonra kalpli yaptırmıştık. Yani kızıma yıllar geçse de ilk yaş hatırası olsun istedim, belki o da kendi kızına takar yani anı kalması için bileklik yaptırık...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Açelya ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için çocuğuna satın aldığı hediyein ileride çocuğu için “*mutluluk dolu bir anı*” anlamını taşıması için özen gösterdiğini ifade etmiştir:

“Nası desem o zaman daha böyle onun mutlu olacağını düşünmüştüm ilerde anı olarak mesela ilerde odasına koyar, süs eşyası olarak büyüse bile genç delikanlı olsa bile odasına koyar, saklar, ilerde hani benim yaş günümde almışlar diye düşünür, düşüncesi ile daha böyle bi hevesle almıştım...Hani bu düşünceyle ilerde o da düşünecek diye bi hevesle almıştık.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazın, bireyin yaşadığı deneyimin arka planında gizli olan duygusal hislerin, ilgili deneyimle ilişkilendirilen metalarla daha da canlı olacağını göstermektedir. Schmitt (1999), bireylerin gerçek zamanlı (devam eden) ve hatırlanan deneyimlerden aldıkları keyfi en üst düzeye çıkarmanın önemli olduğuna değinmiştir. Bu anlamda hatıra değeri taşıyan hediyelik ürünlerin, deneyimin kişisel yönünü oluşturan ve bireyin hafızasında uzun soluklu nostalji değerini temsil edeceği ve deneyim hatırası olarak hediyelerin nostalji anlamını taşıdığı ifade edilmiştir (Pine ve Gilmore, 1999; Montonen ve Tanski, 2003). Aynı zamanda tüketim

deneyimlerinde oluşturulan bilgilerin tüketim davranışını yeniden motive ettiğini, hatırlanan deneyimlerin tüketim kararları üzerinde çok daha büyük bir etkiye sahip olduğu ifade edilmiştir (Asan vd., 2023; Kim vd., 2012). Dolayısıyla araştırma katılımcılarının ritüel ile ilişkili yaşadıkları sembolik alışveriş deneyimlerinde anı değeri taşıyacak ürünleri tercih etmeleri alan yazın ile benzerlik taşımaktadır. Aynı zamanda Kurt ve Özgen (2013), bir annenin çocuğuna özel günlerde hediye alarak ve bu yönlü gerçekleştirdiği tüketim faaliyetleri ile onu mutlu etmek için özen gösteren kararlar verdiğine değinmiştir. Bu da Açelya'nın ileride mutlu edecek bir anı değerine verdiği önemi destekler niteliktedir.

Katılımcılardan Meltem ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasının hazırlık sürecindeki alışverişlerinde tercih edeceği ürünlerin çocuğuyla uyumlu olmasına dikkat ettiğini ifade etmiştir:

“Tabiki de çocuğunun birinci yaş pastasını almak daha heyecanlı oluyo sıradan bi pasta almak yemek gibi aynı olmuyo şeklini düşünüyorsunuz onu çocuğuna aksettirmeye çalışmak gibi bi şey aslında onunla örtüştürüyorsunuz pastayı bile. Çocuğunun kişisel özelliklerine göre düşünüyorsunuz pastayı sevdiği bi renk mi neyi sever neyi beğenir ona daha çok benzeyeni bulmayı çalışıyorsunuz.”

Alan yazında da doğum günü kutlaması için bireylerin hazırlık yapma sürecinde özellikle pasta seçiminde özel seçimler yaptığını (Rossano, 2012) ve bireylerin doğum günü ritüelini gereği gibi yerine getirmek için özel anlamlarla çevrelendiği (Ratcliffe vd., 2019) ifade edilmiştir. Aynı zamanda Meltem'den elde edilen bu bulgu, alan yazında hediyelerin, verilen kişinin beğenisine göre kişiyle özdeşleştirilmesi ve kişisel özelliklerinden parçalar içermesi açısından da (Carrier, 2005) benzerlik taşımaktadır.

Defne, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için düzenlediği etkinliğe yönelik satın alımlarında manevi yaşam tarzlarında yer bulan temiz ve helal yiyecek hassasiyetlerini yansıtacak ürünleri tercih ettiğine değinmiştir:

“...Özellikle ambalaj ürünleri noktasında, yaş pasta olsun, kurabiye olsun ya kendimiz yapıyoruz ya da helal ürünlerle yapılan yerlerden yaptırıyoruz. Bu pastayı da aynı şekilde daha önce de söylediğim gibi helal gıda ürünleri sunan bir yer aracılığıyla kızım için yaptırmıştım (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi) Bu fotoğraf aslında benim hayatımda dikkat ettiğim helal gıdayı temsil ediyor. Daha önce de dediğim gibi ailece eşimle biz helal gıdaya çok önem veririz. Özellikle Gimdes Sertifikalı ürünleri kullanmaya dikkat ediyoruz. O sertifikalar doğrultusunda aynı kurallara uyan başka bir kurumdan bize uyacak şekilde bi pasta yaptırdığım için kendimle de gurur duyuyorum. Hem ailem için en güzelini, en temizini seçmeye çalıştığım için ve özellikle kızımın birinci yaş gününde burda bu imkânlarla erişim sağlayarak yaş pastasını en temiz şekilde yaptırdığım için kendi adıma çok mutlu olduğumu söyleyebilirim.”

Alan yazında da bireylerin yaşam tarzlarının tüketim davranışlarıyla ilişkili olduğu (Cengiz, 2014; Özgül, 2010; Uygun vd., 2018:); geçici ve değişken kimlikler yoluyla yaşam tarzlarını tüketim süreçlerine inşa ederek zengin deneyimler yaşadıkları ifade edilmiştir (Fırat ve Dholakia, 2003). Bireylerin ne tükettiği aslında onların kim olduğudur bakış açısından hareketle; yaşam içerisinde bireyler farkında olarak veya olmayarak tüketimlerinin sembolik yönü ile kendi haklarında çevreye ipuçları vermektedir (Odabaşı, 2014). Bu anlamda

katılımcılardan Defne'nin maneviyatla sıkı sıkıya ilişkilendirdiği yaşam tarzını, ritüelle ilişkili tüketim davranışlarına yansıttığı görülmektedir.

Araştırma bulguları genel olarak katılımcıların göze hoş gelen ve görsel olarak göze hitap eden ürünleri de tercih ettiğini göstermektedir. Özellikle anne olma sürecindeki ritüel deneyimlere yönelik alışveriş süreci düşünüldüğünde, bir annenin çocuğunun özel günü adına yaptığı seçimlerde estetik bir beklenti içine girerek, etkinliklerin estetik değerleri yansıtmasına önem verdiklerini söylemek mümkündür. Alan yazında da (Holbrook ve Hirschman, 1982), tüketim ve deneyim sürecinin arka planında çeşitli eğlenceli boş zaman aktiviteleriyle şekillenen estetik ve duysal zevkler ile duygusal tepkilerin olduğuna değinmiştir.

Katılımcılardan Esmâ, Çocuğunun diş buğdayı etkinliğinde ve ilk yaş doğum günü kutlamasının hazırlık sürecinde ortam süslemeleri, kullanılan malzemeler ya da yaş pasta ile anne-kız kıyafet konsepti açısından görselliğe önem vererek o yönde satın alımlar gerçekleştirdiğine değinmiştir:

"... Eeee, 3-4 diş olduktan sonra diş buğdayı yaptık. Eeeee, onun için de güzel hazırlandık. Hani diş buğdayı için süsler aldık, özel pasta yaptırıyoruz... Ondan sonra da işte, eeee, doğum gününü yaptık...pastalarımızı yaş pastalarımızı, pastalarımızı, süslerimizi, süslemelerimizi kendimiz hallettik...Kıyafet siparişi verdim hem kendime hem kızıma, özel diktirdim mesela Doğaya. Kendime sipariş verdim aynı renk yaptırdım.. "...Eeee, mekân tuttuk, pasta yaptırdık özel kıyafetler falan ayarladık, eee süslemeler falan yani günümüzdeki gibi kutladık. ""... Süsleme olarak balon, masa örtüsü, köpük tabak, bardak, içecek meşrubat falan aldık, çayı zaten tuttuğumuz kafe veriydi. Eeee şu simli perdeler oluyo ya folyo perde aldım. Balonları helyumla şişirttik ayakta dursun diye düşmesin diye... Eeeee, ondan sonra şamdan mumluklar aldık..." (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde alan yazında da bir annenin çocuğuna tasarım olarak göze hoş gelen şeyler satın aldığı (Prendergast ve Wong, 2003) görülmüştür.

Hande ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için ihtiyaç duyduğu ürünlere yönelik satın alımlarında göze hitap eden güzel ürünler tercih etmesinin hem çocuğun özel günü olmasından hem de gelen misafirlerin memnun olmasından dolayı önemli olduğunu dile getirerek, şu ifadelerle bu düşüncesini desteklemiştir:

"...Ürünün dediğim gibi hani güzel, şey olması, göze hitap etmesi de önemli mesela. Hani bi balonu gidip de cıvı cıvı renk alırsın çocuğa yapıyorsunuz doğum günü sonuçta. Onlara dikkat ettim. Bu şekilde mesela Alyaya aldığım kıyafetin böyle cıvı cıvı, açık renklerde hani bi kız çocuğuna uygun birşey olmasına dikkat ettim, o şekilde." (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda alan yazında, Desmet ve Hekkert (2007); estetik tasarımların önemli bir yeri olduğu ve bu anlamda nesnelerin, ortamların ya da etkinliklerin estetize edilerek bireylerin duygusal anlamda olumlu geri bildirimlerine kapı aralanacağına değinmiştir. Bu anlamda özel bir etkinlikte gerek bireyin kendi memnuniyeti gerekse de etkinliğe katılanların olumlu duyguları açısından Hande'nin yaşadığı deneyimle örtüşmektedir.

Çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için ihtiyaç duyulan ürünlerin satın alımlarını gerçekleştirirken “göze hitap eden hoş ve güzel seçimler” yapmaya dikkat ettiğini söyleyen Duygu böylelikle çocuğu ve misafirleri açısından da iyi bir seçim yapmaya çalıştığını dile getirmiştir. Bu deneyim ile ilgili ifadeleri aşağıdaki gibidir:

“ Eeee, öncelikle kızımıza tanıdığımız bi sarraf vardı, onda güzel bi kalpli altın bileklik yaptırmıştık hediyesi olarak. Yani böyle ismi yazılı bi künne de yaptırmayı düşündük aslında ama daha özel olsun diye sonra kalpli yaptırmıştık... Eeee, lila renkli güzel bi elbise almıştım...Çok fazla toka lastik kullanmayı sevmeydi yani taç almıştım başına bi de saçları önüne gelmesin diye. Sonra yaş pastasını yaptım kızımın, bi güzel süsledim, kremayla kapladım, yaz mevsimiydi çilek falan da vardı, çilekli bi pasta yapmıştım. Hani hazır almamıştık zaten ben kendi emeğim olsun istedim. Kızım için zevkle onun için güzel bi şeyler yapmak istedim. Hani bu da benim için anlamlı bişeydi. Eeee, sonra bi de misafirler için poğaça yapmıştım, sonra kalpli kalıpla kesip kalpli kurabiyeler de yapmıştım, üzerlerine fındık ceviz falan dövüp serpmiştim. İşte çayımız vardı, kola fanta falan vardı meşrubat olarak. Ha sonra böyle duvardan duvara asılan süsler vardı, balonlar vardı, mumlar vardı onları almıştık. Öyle yani”

Defne çocuğunun ilk yaş doğum günü kutlamasını gerçekleştirdikleri mekânın süslemeleri ve çocuğunu ilk yaş günü pastası açısından estetik zevkine uygun satın alımlar gerçekleştirdiğine değinmiştir:

“Eee şöyle diyebilirim, O süsler müsler ben de hoşuma gittiği için yaptım. Ben o tür şeyleri seven bir insanım. Mesela doğum gününde yaptım o süsleri. O da hoşuma gitti bi yandan...Ondan sonra renkli süsler olur ya. Ne aldık mesela kapıya takılan süslerden aldık. Ondan sonra bi de bu hatta çok komik bi ismi varmış kaynana dili mi diyorlarmış yılbaşında falan kullanıyorlar ya ondan aldım. Bi tane işte masaya masanın bi tarafına takılacak süs aldım. Bi tane de büyük bi fiyonk aldım...İşte ilk yaş olduğu için 1 şeklinde üzeri çiçekli böyle kızımın adı yazılı Elifnur yazılı olarak yaptırmıştık, çok güzeldi gerçekten. (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Kızımın da ilk yaşı olduğu için pastasının 1 şeklinde olmasını istemişim, özel olarak böyle yaptırdım. O yüzden bu fotoğrafı seçtim. Zaten doğum gününü en güzel yansıtan şeylerden biri de obje olarak yaş pastadır. O yüzden böyle güzel bir pasta hazırlattım kızıma. ...Dediğim gibi kızımın ilk yaş gününü temsilen ve konseptte de uyacak şekilde pembeli beyazlı 1 şeklinde yaptırmıştım çok da güzel olduğunu düşünüyorum görsel olarak da...” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Alan yazında da benzer şekilde Holbrook (1999), bireylerin satın aldıkları ürünlerde güzellik ve görsellik beklentisinde olduğunu ve objelerin güzelliklerinin kendilerine bu anlamda zenginlik katacağına değinmiştir. Mothersill (1984) ve Hermeren (1988), ise, bireylerin satın alımlar yaparken görsel olarak güzel ürünlerin tercih edilmesinin ve ürünlerin özelliklerinin, yaşayacakları estetik deneyimde rol oynadığına değinmiştir. Defne de bu anlamda pastanın şeklen ve görsel renkleri ile kendisini estetik olarak tatmin ettiğini ifade etmiştir.

Sümbül, çocuğunun ilk yaş günüyle ilgili olarak kutlama alanı ve ortam süslemeleri açısından göze hitap eden malzemeler, süslemeler ve çocuğuyla özdeşleştirdiği “deniz kıslı yaş pasta” seçimine yönelik şu ifadelere değinmiştir:

“...Doğum gününde süslemeler falan sipariş vermişim...Doğum günü süsleri aldım, şey aldım mesela balon aldım, uçan balon, böyle balon standları falan aldım, çocukların elle tutuştuğu pankart gibi bişey aldım mesela o hoşuna gitsin diye biraz da sevecenlik katsın çocukların hoşuna gitsin de diye öyle süsler falan aldım. İşte pasta yaptırdım özel butik bi yerden. Ailem pastalar falan yaptı, bişeyler yaptı. Kıyafeti çok araştırdım ama kız kardeşim hediye olarak aldığı için o kırılmasın diye onu kullandım.. Benim kızım denizi çok seviyodu, kızımın ismi Ada, deniz kıslı pasta falan yaptırmıştım güzel bi pastaydı bence mesela onun istediği gibi olsun diye gerçi çok mu anladı hayır çok mu umursadım hayır o da ayrı mesele (gülüyor...)” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Esen ise, çocuğunun ilk yaş doğum gününün hazırlık sürecindeki satın alımlarında gerek kullanılan malzemelerde gerekse de çocuğu için seçtiği göze hoş gelen özel kıyafet açısından dikkat ettiği noktalara değinmiştir.

“...Pastada şeker hamuru mesela kullandığım için, normalde şeker hamurları faydalı bişey değil hani sağlık açısından zaten biraz sıkıntılı bişey ama görsellik olsun diye mecburen şeker hamuru kullanmışım; ama onu alırken de en iyisini, sağlığa en az zarar verecek olanı tercih ettim. Parasının bi önemi yoktu, sağlık hepsinden önemli diye düşünmüştüm. Eee, magneti de, eee Mickey Mouse hep hoşuma gidiyordu o yüzden öyle magneti kendim kullanmak istedim. Yani istediğim gibi bi ürünü bulmaya ve kaliteli olmasına dikkat ettim genel olarak satın alırken.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

“Üstündeki, takımıyla minik bi erkek olmuştı, ilk doğum gününde oğlumu küçük bi bi erkek gibi giydirmek istemiştım böyle mavi bi takım ayarlamışım ona. O yüzden oğlumun minik bi erkek gibi kıyafetiyle duruşuyla bakışıyla bu fotoğrafı benim için özel.” (Fotoğrafa Dayalı Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Holbrook (1999), bireylerin kullandıkları ürünlerin işlevinden ziyade görselliğiyle de ilgilendiğine değinirken; bu anlamda maddi olmayan ihtiyaçların karşılanması estetik deneyimle gerçekleşecektir. Dolayısıyla katılımcılardan Esen ve Sümbül’ün işlevsellikten ziyade görselliğe önem verdiği ve bu kapsamdaki doğum günü pastalarının da benzer nitelikte bir deneyime işaret etti ifade edilebilir.

4.1.2.3. Ritüelle ilişkili Faydacı Alışveriş Deneyimleri

Becker ve Jaakkola, (2020); deneyimi, tüketim yolculuğunda bireylerin tüketim sürecindeki unsurlara verdiği tepki olarak tanımlamış ve bu durumun yaşanan deneyimlerin yoğunluğuna bağlı olarak sıradandan olağanüstüye doğru bir ivme ile ifade edilebileceğine değinmiştir. Bu kapsamda deneyim yalnızca duygusal ve duyusal tepkilerin yanı sıra, uyaranlara verilen bilişsel ve fiziksel tepkileri de içermektedir (Chevtchouk vd., 2021). Etkinliklerle ilgili alışveriş sürecinde her ne kadar duygusal ve sembolik anlamlar öne çıksa da araştırma bulguları, katılımcıların seçimlerinde aldıkları kararlarda ürün kalitesi ve fiyatı gibi temel faydacı unsurların da önemli olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda katılımcıların yaşadıkları şehirde sunulan imkanların, mağazalara ve ürünlere yönelik çeşitliliğin; ritüelle ilişkili alışveriş kararlarını ve yaşanan deneyimleri şekillendirdiği tespit edilmiştir. Bu kapsamda ritüel etkinlikler için yapılan alışverişlerde ihtiyaç duyulan ürünlerin, fiziksel mağazalar ve sanal mağazalar aracılığıyla gerçekleştirildiği görülmektedir. Alışveriş sürecinde tercih edilen fiziksel mağazalar; alışveriş merkezleri, giyim mağazaları, süpermarketler, pastaneler ve hediyelik eşya gibi diğer bazı mağazalar iken; sanal mağazalar olarak ise, sosyal medya üzerinden faaliyet gösteren firmalar ve e-ticaret alışveriş siteleri öne çıkmıştır. Katılımcılar fiziksel ya da sanal mağazalar aracılığıyla satın alımlarını gerçekleştirmiş; çeşitlilik, kalite, güven ve maliyet gibi unsurlar alışverişle ilgili kararların arka planını şekillendirmiştir. Bu anlamda katılımcıların tamamına yakını (15 katılımcı) ritüelle ilişkili faydacı alışveriş deneyim türüne çeşitli türlerde göndermelerde bulunmuşlardır.

Ritüelle ilişkili faydacı alışveriş deneyimlerinde, ürün ya da mağaza açısından yaşanan şehirdeki çeşitlilikler ya da sunulan imkanların da öne çıktığı görülmektedir. Alan yazında da Fei ve meslektaşları (2021), bazı ritüel etkinliklerin satın alma süreçlerinde ihtiyaç duyulan ürünlerin ya da hizmetlerin kolay erişilemeyecek nitelikte olduğuna değinmiştir. Faydacı alışveriş deneyimlerinde katılımcılar için öne çıkan kavramlar yapay zeka teknoloji aracı ChatGPT aracılığıyla bir kelime bulutuna yansıtılarak Şekil 25’te sunulmuştur.



Şekil 25. Ritüelle İlişkili Faydacı Alışveriş Deneyimleri Kelime Bulutu

Sümbül, çocuğunun ilk yaş günü için yaptığı alışverişlerde fiziksel mağazalardan ziyade sanal mağazaları tercih etmesinde, ürün çeşitliliğinin çok olmasının etkili bir unsur olduğunu belirtmiştir:

“İnternette aldım çünkü açıkçası ben normal yerlerden almak için baktım fiyat farkı çok fazlaydı ve çeşit yoktu. Aldığının yarı fiyatına belki internette aldım. Daha ucuzdu, daha da güzel ve daha çeşitliydi.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Zehra, çocuklarının ilk yaş günü kutlamalarını gerçekleştirirken ilçede ikamet ettiğini ve o anlamda mevcut ilçe imkânlarının kısıtlı olduğuna değinmiştir.

“Açıkçası bulunduğumuz yerdeki yani ilçedeki imkânlarla göre hareket ettik o yüzden çok alternatifimiz yoktu...O zaman ilçede olduğumuz için alternatifimiz yoktu...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Naz da yaşanan şehirden kaynaklı olarak şehirdeki mağaza ve imkân çeşitliliğinin sınırlı olduğuna değinmiştir.

“...Yaşadığımız şehrin verdiği eksiklikler...Burda imkânsızlıklardan dolayı her şeyi kendimiz hazırladığımız için, elimizden geldiği için ayrıyeten, e çarşımızda pazarımızda bulunan mağazalardan kumaşlardan tedarik ettiğimiz birçok ürünle kendi tasarladığımız süslemeleri kullandık...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Çisem, özel günlere ilişkin kutlamalarla ilgili günümüzde ürün ve hizmetlere dair imkânların ve çeşitliliğinin arttığına şu ifadelerle göndermede bulunmuştur:

“..Mesela bi organizasyoncuya sormuştum hem balon süsleme hem pastalar ne kadar olur. Yani kadın bana bi milyar gibi bi fiyat vermişti. Sanki diyorum yani hadi pastayı çıkar, o yaş pasta haricinde mesela balon süslü pastalar filan bu bi artı bişey olmuş. Nası diyim bi piyasa olmuş diyim, pazar oluşturmuş yani. Silifke’de birçok yer hatta şeyden yapanlar var mesela dükkanı yok ama telefonda hallediyo işte balonlarını hazırlıyo veya ikramlıklarını yapıyo hediyeceklerini hazırlıyo, böyle yani. Yani şimdi baya bi şey olmuş mesela hediyecek filan hazırlıyolar özel, misafirlerle vermek için. Mesela onların tanesi de yan nerdeyse 10 lira filan.Düşünsene bi yani 25 tane yaptırdığını gerçekten çok büyük bi bütçe ayrılıyo. Yani ben bazen instagramda görüyorum insanlar tek kişi çalışıyolar hadi ben mesela 2 kişi çalışıyoruz ki ben öyle bişey yapmadım. Tek kişi çalışıyo mesela. Onda bile mesela bi sürü bi organizasyon yapmış. Diyorum ki insanlar napıyo böyle onu mesela hatta kıyafetlerde de var. Anne baba çocuk ona göre mesela bi konseptte kıyafet alıyolar. Hatta çocukların doğumunda kıyafetleri kiralanıyo, bisürü para. Dediğim gibi bu şeyler baya bi pazar olmuş durumda.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Bununla birlikte Çisem, yaşadığı şehirdeki fiziksel mağazalardan ve çeşitli dükkanlardan, çocuğu ile ilgili özel gün etkinliklerinin alışveriş sürecinde ihtiyaç duyduğu ürünleri temin ettiğini ve yaşadığı şehrin bu anlamda beklentilerini karşıladığını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

“...Ben magnetleri dükkandan aldım. İıııı, şeyi de tesbihleri de şey teyzem Gökçe için hazırlamış yani. Onda da şey olmuş keseyi başka bi yerden almış tesbihi başka yerden ayarlamış. Ama normal dükkanlardan alınmış yani. Çikolata ve kolonya şişesini de burda Mersin’de bi dükkanda yaptırmıştık, aslında o şişenin içine lavanta koymuşlardı ama biz kolonya koyduk o şekilde kullandık. Yani şey burda her şey olduğu için genelde fiyatlar da mesela çok pahalı yerler de uygun fiyatlı yerler de var ona göre bizi tatmin ediyolar...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Cennet, çocuğunun diğ buğdayı ritüeli için ihtiyaç duyulan ürünlerin genel itibariyle yiyecek malzemeleri olduğuna değinerek, o zaman köyde ikamet edildiğinden ötürü oradaki belirli dükkanlardan bu ihtiyaçların karşılandığına değinmiştir.

Esen, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için ihtiyaç duyduğu ürünleri nerelerden temin ettiğiyle ilgili olarak yaptığı açıklamalarda pasta malzemeleri satan toptancının, ihtiyacı olan ürünlere ulaşmada yeterli olduğunu belirtmiştir:

“İkramlık hazırlamak için aldığım şeyleri kullandım zaten. Gelen akraba çocuklarımız gelmişti hani onlara da bi eğlence olsun diye balonlar almıştım. Onları eğlendirme amaçlı kullanmıştık... 1 yaş günü resim çerçevesi de almıştım. Hani böyle büyük çerçeveler var, kına gecesinde şurda burda falan kullanılıyo. Artık 1 yaşında diye. Bir tarafı mavi çerçeveydi Mickey Mouse, bi tarafı pembe çerçeveydi Minnie Mouse. Hem Ahmet Salih de kullanmıştım hem Elif’te. İşte misafirler çerçevenin içine girip fotoğraf o günün anısına fotoğraf çekinmişti...Eeee, Sivasta pasta malzemeleri satan yani tüm Sivastaki pastacılar da satan toptan bi yerd. Direkt oradan almıştım yani. İhtiyacım olan her şey orda vardı zaten o yüzden orayı tercih ettim...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aysel, kırk banyosu ritüeli için ihtiyaç duyduğu ürünleri aktar ve market gibi dükkanlardan temin ettiğini belirtmiştir:

“Mersinlilerin bir şeyi var, kaynar diyolar, kaynar almıştık baharatlı bir şerbet içecek... Kaynar şerbetinin malzemelerini almıştık işte onları da aktardan aldık, diğer ikramlıkların malzemelerini de marketlerden işte yani elimizin altında var olduğu için o şekilde almıştık.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Zehra, günümüzdeki alternatiflerin çeşitliliklerinden şu çarpıcı çıkarımlarla bahsetmiştir:

“...Şu anda mesela teknolojinin çok ileri olduğu bi dönemdeyiz. Çok ileri bi çağdayız alışverişin, teknolojinin her şeyin zirvede olduğu bi dönemdeyiz tabi kendi dönemimize göre...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Duygu ise, geçmiş zamanlardaki alternatiflerin kısıtlı olduğuna günümüzle ilgili yaptığı çıkarımla gönderme yapmıştır:

“...Ama mesela şimdi öyle değil. Çok fazla alternatif var, insan neyi seçeceğini şaşıryo resmen. Annelerimiz babalarımız anlatır mesela, giderlermiş bi dükkana oradan alırlarmış bi ayakkabı çıkarlarmış. Eeee alternatif az çünkü ama şimdi görüyorum bırakın büyükleri, eeee küçük çocuklar kendi beğenilerine göre alışveriş yapmak istiyolar, birçok yeri gezip beğeniyo, hatta internetten sosyal medyadan faydalaniyo insanlar artık...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Aynı zamanda Duygu açısından, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için ihtiyaç duyulan ürünlerin temin edildiği alanlarda “kuyumcu, tuhafiyeciler, market” gibi dükkanlar öne çıkmaktadır:

“Eşimle beraber almıştık alıncak şeyleri. Yani o zamanlar gidip dükkanlardan tercih ettik. Bilekliği kuyumcudan, kıyafeti ve tacı tuhafiyeciden, eee, market alışverişi yani. Başka çok imkân yoktu zaten. Ha şimdi de gerekince gidip bizzat alıyolar ama internetten falan da çok fazla alım yapıyoruz şimdiki ama o zamanlar dükkanlar vardı.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Naz, Melahat ve Nur çocuklarının özel gün etkinliklerini gerçekleştirdikleri dönemde imkânların çok sınırlı olduğuna ve seçme şansının olmadığına gönderme yaparak zamanın imkânlarına göre alışveriş yaptıklarına işaret etmişlerdir.

Bu anlamda Naz çocuğunun doğum mevlüdüyle ilgili yaptıkları hazırlıklar açısından o zamanın imkânlarının kısıtlı olduğundan ve günümüz ürün, hizmet ve imkânlarının çeşitlendiğine şu sözleriyle göndermeler yapmıştır:

“...Dediğim gibi zamanın eksiklikleriyle ilgili. Eee, hep anneler veya işte teyzesi halası kim yardımcı olacaksa onlar hep ellerinden geleni yapmışlardır. Hazır olan hiçbirşey yoktu o dönemlerde. Her şey kendi elinizle yapılması gereken işlerdir. Herkesin de emeğini gördüm hani sağolsunlar. Onun dışında hazır alım getirim öyle bişeyle malesef karşılaşamadık hiç...Şimdi materyal çok. Hizmet çok. Sınırsız para var, imkân var...”(Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadıkları faydacı alışveriş deneyimlerinde, ürün kalitesine yönelik algı ve beklenti, ihtiyaç duyulan ürünlerin alışveriş sürecinde alınan kararlarda öne çıkmaktadır. Alan yazında da ürün ve hizmet edinim süreçlerinde bireylerin kalitelilik ve dayanıklılık esasına dayalı seçimlere önem verdiği (Ambrose, 2010; Ballantine ve Creery, 2010; Rodgers, 1992) ortaya konmuştur.

Çocuğunun ilk yaş günü kutlamasının hazırlık süreci için satın alımlar yaparken ürün kalitesine önem verdiğini belirten Esen, bu anlamda kalite ve sağlık odaklı alışveriş yaptığını belirtmiştir:

“Eeee, ya ürünün kalitesine dikkat ettim. Pastada şeker hamuru mesela kullandığım için, normalde şeker hamurları faydalı bişey değil hani sağlık açısından zaten biraz sıkıntılı bişey ama görsellik olsun diye mecburen şeker hamuru kullanmışım; ama onu alırken de en iyisini, sağlığa en az zarar verecek olanı tercih ettim. Parasının bi önemi yoktu, sağlık hepsinden önemli diye düşünmüştüm. Eee, magneti de, eee Mickey Mouse hep hoşuma gidiyodu o yüzden öyle magneti kendim kullanmak istedim. Yani istediğim gibi bi ürünü bulmaya ve kaliteli olmasına dikkat ettim genel olarak satın alırken.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Hande, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için ihtiyaç duyduğu ürünleri normal dükkanlardan aldığını ifade ederek o zamanın şartlarında fiziksel mağazalar ve yüz yüze alışverişin yaygın olduğuna ve satın alımlarında kaliteli ürünler tercih ettiğine şu ifadelerle değinmiştir:

“Eee, ben hepsini normal şeyden aldım yaa, eee, normal dükkanlardan aldım çünkü dediğim gibi o zaman sosyal medya o kadar şey değildi. Bi de Kıbrıs’a ulaşım açısı çok problem kargo olayı. O yüzden hepsini orda kendimiz dükkanlardan aldık.Zaten benim bi arkadaşım vardı kendisi grafik tasarımcı. Hani o tarz olan yerleri bildiği için gittik ordan onla birlikte alışverişimizi yaptık...Yaani şöyle tabiki ürün kalitesine dikkat ettim çünkü kendim tüketicim, çocuğum var, gelen misafirler. Kaliteye dikkat ettim...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Zehra çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için hazırladığı ikramlıklar ve süslemeler için gereken malzemeleri belirli dükkanlardan karşıladığını belirtmiştir. Benzer şekilde Açelya ve Meltem de çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için ihtiyaç duyduğu ürünleri belirli dükkanlardan ve pastaneden temin ettiğini belirtmiştir. Bu anlamda kalite ve güven odaklı dükkanları tercih ettiğini belirten Açelya, ritüelle ilişkili yaşadığı faydacı alışveriş deneyimine şu ifadelerle göndermelerde bulunmaktadır:

“Pastası normal, eee pastaneden aldık zaten güzel elit bi pastaneden almıştık. Mmmm işte, oyuncakları da toy shoptan falan almıştık. O yüzden internetten falan almamıza çok da gerek kalmadı normal dükkanlar işimizi görmüştü. Mesela pastane en güvenilir en temiziydi ondan orayı tercih ettik güvendiğim yer olduğu için... Hem güzel bi şey almak istedik hem kaliteli güvenilir olsun istedik bi de çok pahalı da olmadan uygun fiyata da dikkat etmeye çalıştık ama en çok kalite ve güven. Bi de yorumlar var canım o pastane hakkındaki yorumlar da benim tabiki öncelik verdiğim bişey...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Katılımcılardan Naz çocuğunun doğum mevlidi için düzenledikleri etkinliğin hazırlık sürecindeki alışverişleri belirli dükkanlar, mağazalar ve kumaşçılar olarak fiziksel mağazalar aracılığıyla, sağlamlık ve kalite eksenine odaklanarak gerçekleştirdiğine dikkat çekmiştir:

“...Her şeyi kendimiz hazırladığımız için, elimizden geldiği için ayrıyeten, e çarşımda pazarımda bulunan mağazalardan kumaşçılardan tedarik ettiğimiz birçok ürünle kendi tasarladığımız süslemeleri kullandık... Ne para ne marka ne model, asla. Tenine değiştiğini bildiğim her ürünün mutlaka sağlıklı olmasına öncelik veririm. Her zaman benim için bu şekilde. Kendi alışverişimde de çocuklarımın alışverişinde de bebekliklerinden bu güne kadar. Tenine deyen bir kıyafetin ya da materyalin kesinlikle zararlı hiçbir şey içermemesine özen gösteririm. Benim için çok önemli... Eee, en güzeli olsun istedik... En güzeli olsun en iyisi olsun ve gerçekten bebeğe uygun ve uyumlu olsun. Ondan sonraki zaman aşımında da, eee, ki bugüne kadar her zaman aynı şeyi düşünmüştüm. Önce sağlık. Hala ne kadar büyüye de, diğer bebeğim ne kadar büyüye de, veya ona da bebeklik alışverişi yaptığımız zamanlarda benim için önce önemli olan sağlık. Ne para ne marka ne model, asla. Tenine değiştiğini bildiğim her ürünün mutlaka sağlıklı olmasına öncelik veririm. Her zaman benim için bu şekilde. Kendi alışverişimde de çocuklarımın alışverişinde de bebekliklerinden bugüne kadar. Tenine deyen bir kıyafetin ya da materyalin kesinlikle zararlı hiçbir şey içermemesine özen gösteririm. Benim için çok önemli.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Esmâ, çocuğunun ilk yaş günü için yaptığı alışverişlerde; reklamcı, belirli dükkanlar, butik pastane” gibi fiziksel mağazaları tercih ettiğini ifade etmiş ve bu süreçte seçimlerini kaliteli ve iyi ürün beklentisi şekillendirmiştir:

“Eeeee, resim yaptırdık reklamcıdan... Süsleri işte süslemelerin tamamını Konyadan aldım. Pastayı Aksarayda butik pasta yapan bi yere yaptırdım. Doğanın büyük resmini de zaten reklamcıdan dükkândan yaptırmıştık... Kaliteye dikkat ettim, uygun ve kaliteli olmasına dikkat ettim. O yüzden Konyayı tercih ettim. Yani iyisini almak istedim ama uygun fiyatlı olmasına da özen gösterdim.” √

Bulgular bu katılımcılar açısından (Esen, Hande, Meltem, Açıya, Naz, Esmâ), ihtiyaç duydukları ürünleri internete ya da sosyal medyaya ihtiyaç duymadan gerçekleştirdiğini göstermektedir.

Defne ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için ihtiyaç duyduğu malzemeleri temin ediş sürecinde fiziksel mağazalar ve sosyal medyadan yararlanmış; alışveriş merkezi, çocuk mağazası ve helal pastane gibi mecraları öne çıkarmıştır. Aynı zamanda alışverişte dikkat ettiği unsurlarda kalitelilik ve temizlik (helal ürün) açısından hassasiyetlerinin olduğunu belirtmiştir:

“ Eeee, kıyafet aldık uygun fiyata elbise aldık. Eee böyle tüllü müllü güzel bi elbise aldık altına body ile. Ondan sonra balon aldık işte. Balonu sabitleyeceğimiz şeyler. Ondan sonra renkli süsler olur ya. Ne aldık mesela kapıya takılan süslerden aldık. Ondan sonra bi de bu hatta çok komik bi ismi varmış kaynana dili mi diyorlarmış yılbaşında falan kullanıyorlar ya ondan aldım. Bi tane işte masaya masanın bi tarafına takılacak süs aldım. Bi tane de büyük bi fiyonk aldım. Pasta yaptırdık ilk yaş günümüz için helal pasta yaptırdık tabi onu da... Pastayı şu şekilde yaptırdık. Ankarada Hacı Bayram Velinin türbesinin orda Kaf Hanımlar Konağı var. 25 sertifikalı helal gıda ürünleri yapıyorlar, satıyorlar. Yaş pasta olsun kurabiye olsun bu tür şeyler. Ramazanda börekler, içli köftedir çiğ köftedir bunlardan yapıyorlardı. Bunları sosyal medyadan gördüm, instagramdan sipariş verip gidip kendim eşimle beraber aldım. Elbisesini de yine Ankaradan aldık. internetten araştırıyoduk ama uygun fiyatlı bi çocuk mağazası bulduk. Eşimle ikimiz ordan aldık onu da... Süsleri de ben burda bi tane AVM var, kendim ordan aldım görüncümle görüntülü konuşarak biraz da ordan fikir edinerek...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Ritüelle ilişkili gerçekleştirilen alışveriş sürecinde ürün ya da firmaya yönelik güven duygularının da önemli olduğu görülmektedir. Bu anlamda gerek ürün ya da firmanın

bilinirliği gerekse de satın alım öncesi yapılan araştırmalar, katılımcıların güven duyacağı kararlar almasında öne çıkmaktadır.

Sümböl, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması için ihtiyacı olan ürünleri satın alma sürecinde internet ve sosyal medya üzerinden firmaları ve ürünlerini araştırmaya özen gösterdiğini ifade etmiştir:

“Öncelik olarak şeye baktım farklı şeyler bulmaya çalıştım açıkçası atıyorum bi balon alırken normal bi balon almadım içinde simler olan şeffaf balonlardan almak istedim mesela aklımda ufak tefek bi konsept oluşturup ona göre almaya çalıştım. Bi de yorumlarını okudum, patlak mı gelir yırtık mı geliyo göründüğü gibi parlak değil mi yorumlarına göre baktım. Sonra birkaç sitede de fiyat karşılaştırması yaptım. Öncelik görsellik oldu açıkçası sonra yavaş yavaş fiyata da baktım yani. Biraz ürününü niteliği çeşidi, sonra biraz kalite güvenilirlik ve en son da fiyat yani.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Benzer şekilde Açıyla da çocuğunun ilk yaş günü kutlamasının hazırlık sürecindeki satın alımlarda internet ve sosyal medya üzerindeki firmalara yönelik yapılan yorumları takip ettiğini bildirmiştir:

“...Bi de yorumlar var canım o pastane hakkındaki yorumlar da benim tabiki öncelik verdiğim bişey, internet üzerinde yapılan yorumlardı. Sosyal medya ve internetten o aldığımız yerlerle ilgili yorumlara bakmıştık yani evet.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da tüketicilerin alışveriş sürecinde güvenli ürünleri ve firmaları tercih ettikleri (Oates vd., 2008) ifade edilmiştir.

Gereken ürünlerin temin edilme sürecinde kalite ve güven odaklı faydacı unsurlar öne çıksa da maliyet etmeninin de alışveriş kararlarında itici bir güç olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle tercih edilecek ürün ya da mağaza çeşidinin belirlenmesinde bir kıstas olan maliyet, bazı katılımcılar için önem taşımaktadır.

Sümböl, çocuğunun ilk yaş günü için yaptığı alışverişlerde internet ortamını tercih etmesinin bir nedeninin de uygun fiyat olduğunu belirtmiştir:

“İnternette aldım çünkü açıkçası ben normal yerlerden almak için baktım fiyat farkı çok fazlaydı ve çeşit yoktu. Aldığımın yarı fiyatına belki internette aldım. Daha ucuzdu, daha da güzel ve daha çeşitliydi.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Çisem, çocuğunun kırk mevlüdüyle ilgili satın alım sürecinde “para tasarrufu ya da ucuzluk deneyimleri” açısından uygun fiyatlı alışveriş yapmaya dikkat ettiğine değinmiştir:

“Ya o mesela magnet yaptırıcım, Mevlit olacak, onu için en güzeli üzeri dua yazılı bişey olsun istedim. Ona dikkat ettim. Ondan sonra fiyat olarak da tabi şimdi 30 tane yaptıracağımız için biraz daha orta fiyatlı olmasına dikkat ettim...Yani şey burda her şey olduğu için genelde fiyatlar da mesela çok pahalı yerler de uygun fiyatlı yerler de var ona göre bizi tatmin ediyö.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Defne ise, çocuğunun ilk yaş günü için aldığı kıyafette uygun fiyatlılığın önemli olduğuna dikkat çekerek, satın alım yaparken ona göre bir dükkân seçtiklerine aşağıdaki gibi işaret etmektedir:

“...Elbisesini de yine Ankara’dan aldık. internette araştırıyoduk ama uygun fiyatlı bi çocuk mağazası bulduk. Eşimle ikimiz ordan aldık onu da...Yani uygun fiyatlı olarak hem güzel bi doğum günü elbisesi almak istedim. Hem de bir iki kere giyeceğı için çok da

pahalı bi kıyafet almak istemedim. Yani bütçemize de uyacak uygun fiyatlı bişey almak istedim...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Zehra, bir çocuğun aile içinde yetiştirilmesi açısından kanaatkâr olmanın önemine vurgu yaparak, özel günlere ayrılan harcamaların asgari boyutta olması gerektiğine şu çarpıcı ifadelerle değinmiştir:

“... Bu tarz özel günlerde pek fazla harcama yapmıyorum. Hediye de sadece geçen yıl aldım kızıma... Organizasyon, eee, özel kıyafetler, harcamalar bence israfa giriyor. Elhamdulillah ekonomik durumumuz iyi; fakat ben bu onularda lükse giren harcamaları doğru bulmuyorum. Ayrıca her anne baba için evladı çok özel ve önemlidir fakat bu çocuğu yeryüzündeki tek çocuk gibi göklere çıkarmak, padişah torunu gibi önünde el pençe divan durup ağzından çıkan her şeyi emir mahiyetinde görüp anında yapmak çocuğun egosunu ziyadesiyle yükseltir. Yarın bir gün bu çocuk okulda bir arkadaşı veya bir öğretmeni tarafından rencide edilse ya da bir haksızlığa uğrasa, ee çocukta ciddi psikolojik travmalara neden olur. Çocuk yoku da yokluğu da, varı da varlığı da ailede öğrenir. Varlıkla imtihan yoklukla imtihandan daha zordur. Bu yüzden biz çocuklarımıza her zaman her istediğini almayız. Evlatlarımızı çok severiz, eee onlar için en iyisi, en doğrusu neyse onu yapmaya çalışırız. Gerekli olan hiçbir şeyden mahrum bırakmayız. Oyuncaktır, kıyafettir her şeyin en güzelini tercih etmeye çalışırız. Ama israfa lükse karşıyız.” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da bireylerin alışveriş ve satın alma süreçlerinde çeşitli türden kısıtlamaları benimseyerek daha kontrolcü bir yaklaşım ile kaliteli ama dengeli bir tüketim yaklaşımı sergiledikleri (Ambrose, 2010; Ballantine ve Creery, 2010; Oates vd., 2008; Rodgers, 1992) ifade edilmiştir.

Naz ise, diğer katılımcılardan farklı olarak, alışveriş sürecindeki maliyet açısından ters bir bakış açısı sunarak, yüksek fiyatlı da olsa arzu ettikleri şekilde ürünleri temin ettiklerini belirterek şunları ifade etmiştir:

“... Ama, onun dışında çok güzel bebek çikolatası hazırlatmıştık. Yine o dönem yeni bi akımdı burda. Üzerinde bebek olan bi çikolata figürü vardı. Onu hazırlatmıştık. O benim için çok özeldi çünkü çok yeniydi. Hatta maddi olarak da külfetliydi ama yine de göz ardı edilip mutlaka olmalı şeklinde yapıldı...” (Yarı Yapılandırılmış Görüşme Verisi)

Alan yazında da benzer şekilde hediyelere ilişkin yapılan harcamaların temel belirleyicisinin ilişkilerin yakınlığı olduğundan, bu doğrultuda daha yakın bağları güçlendirmek isteyen ya da bu yakın bağı kabul eden kişiler için bedeli daha yüksek olan armağanların tercih edildiği için (Saad, 2011) bireylerin bir ritüel etkinliği gerçekleştirmek için para harcamaktan kaçınmayabileceğine (Fei vd., 2021) değinilmiştir. Bu anlamda Van Boven (2005: 132), bireylerin yaşam deneyimlerine yatırım yapmanın, maddi varlıklara yatırım yapmaktan daha fazla mutlu ettiğine değinmiştir.

Aysel, Esmâ ve Açıyla çocuğunun doğum günü alışverişini yaparken ilgili dükkanların, kalitenin yanı sıra uygun fiyat kriterinin de sağlamasına dikkat ettiğini de belirtmişlerdir.

Sonuç olarak ritüel ile ilişkili alışveriş deneyimleri ile ilgili yaşanan deneyimlerin ayrıntıları ile ilgili öne çıkan kavramlar ChatGPT yapay zekâ aracı vasıtasıyla bir kelime bulutuna yansıtılmıştır. Ritüel ile ilişkili alışveriş deneyimlerinin yaşanmasında öne çıkan kavramlar ile ilgili kelime bulutu aşağıda Şekil 26'dan izlenebilir (OpenAI, 2024).



Şekil 26. Ritüelle İlişkili Alışveriş Deneyimleri Kelime Bulutu

4.1.3. Temalar Arası Örüntülerin İncelenmesi

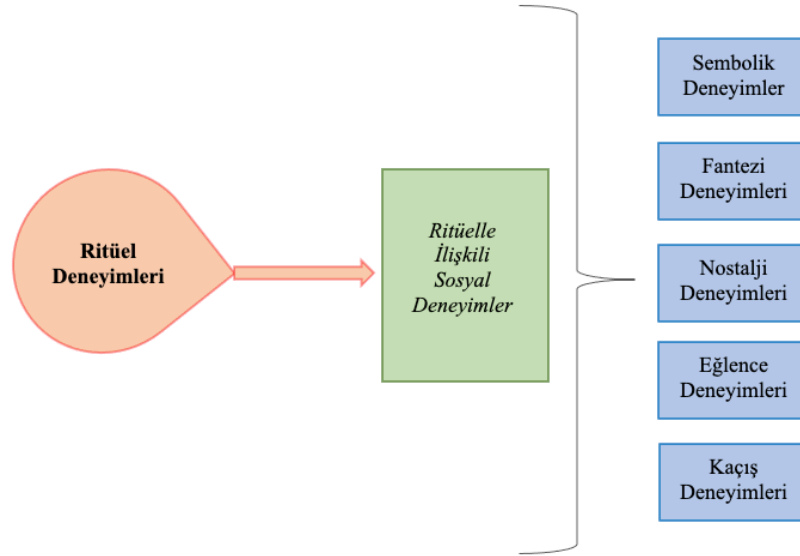
Bir olgu ve insan temelinden elde edilen nitel veriler; insanların çeşitli durumlar ve olaylar eksenindeki etkileşimlerine, bu etkileşimlere bağlı olarak geliştirilen deneyimlerle ilintili tutum, davranış, inanç ve düşünce gibi etmenleri dikkate alarak gözlemlenebilir davranışların betimlenmesinden (Patton, 1990) oluşmaktadır. Dolayısıyla nitel verilerin elde edilmesi dış dünyada meydana gelen herhangi bir olgunun bireylerin bakış açısından derinlemesine incelenerek anlaşılmasına çalışılması için çeşitli tekniklerden ve yaklaşımlardan oluşan keşfedici bir süreçtir (Denzin ve Lincoln, 1998, s. 3; Uygun, 2009, s. 85; Van Manen, 1979: 520). Bu kapsamda nitel araştırma süreci, varsayımlarla ve bireylerin veya grupların sosyal veya beşeri bir soruna atfettikleri anlamı ele alan araştırma problemlerinin incelenmesine katkı sağlayan yorumlayıcı/teorik çerçevelerin kullanıldığı bir süreçtir. Bu problemi incelemek için araştırmacılar, incelenen fenomene, bireylere ve yerlere duyarlı doğal bir ortamda veri toplama aracılığıyla tümevarımlı örüntüler veya temalar oluşturarak nitel yaklaşımı kullanmaktadırlar (Creswell, 2007, s. 44).

Araştırma kapsamında da ortaya çıkan temalar arası örüntülerin irdelenerek incelenmesi, katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadıkları deneyimlerin birbirleri üzerindeki yansımaları görebilmek açısından kilit bir role sahiptir. Sadece ritüelle ilişkili hazcı deneyimler kapsamında değil aynı zamanda tüketim davranışlarının izlenebileceği alışveriş deneyimlerinin ve yaşam tarzlarıyla şekillenen deneyimlerin birbirleri üzerindeki izdüşümlerini incelemek açısından deneyimler arasındaki örüntülerin ortaya konması önem taşımaktadır.

Araştırma bulgularından izleneceği üzere, katılımcıların özel gün etkinliklerini gerçekleştirirken farklı motivasyon kaynakları bulunmaktadır. İlk bakışta neredeyse tüm katılımcılar açısından çocukları için düzenledikleri özel gün etkinliklerinin ana odağı çocukları iken; ifadeleri incelendiğinde yaşadıkları deneyimlere atfettikleri önemin arka planında yaşanan deneyimler incelemeye değer unsurlar olarak görülmektedir. Araştırma kapsamında katılımcılar için genel anlamda özel gün etkinliklerine yükledikleri sosyal ve sembolik anlamların öne çıktığını söylemek mümkündür. Bununla birlikte, ritüel etkinliklerin gerçekleştirilmesinde katılımcıların yaşadıkları diğer deneyimlerin de ritüelle ilişkili yaşanan sosyal, sembolik, manevi ve sade tüketim deneyimlerine bağlı olarak şekillenebildiğini söylemek mümkündür. Araştırma kapsamında katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadıkları deneyimler arasında öne çıkardıkları deneyimlerin, diğer deneyimleri ne ölçüde yaşadığına yönelik bir bakış açısı sağlanması için deneyimler arası ilişkilerin incelenmiştir. Bu bölümde bu ilişkilere bağlı olarak bakış açısı sağlanması için temalar arası örüntülerin ortaya konması amaçlanmıştır.

4.1.3.1. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler ile Diğer Deneyimler Arasındaki Örüntüler

Bireylerin yaşam içinde kurduğu sosyal etkileşimler, sosyal ilişki kurdukları kişi ya da gruplarla yaşadıkları sosyal deneyimler, gerçekleştirilen eylemlere yönelik yaşanan diğer deneyimlerin arka planında da rol oynamaktadır. Bu bağlamda katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadıkları sosyal ilişki ya da sosyal etkileşim ile şekillenen sosyal deneyimlerin, diğer deneyimleri şekillendireceğini söylemek mümkündür. Dolayısıyla ritüelle ilişkili yaşadıkları deneyimler arasında sosyal deneyimlere görece daha fazla önem veren katılımcıların, diğer deneyimleri ne ölçüde yaşadığına yönelik bir bakış açısı sağlanması için deneyimler arası ilişkilerin incelenmesi önem taşımaktadır. Şekil 27, ritüelle ilişkili sosyal deneyimlerin ilişkili olduğu deneyim türlerinin bir diyagramını sunmaktadır.



Şekil 27. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimlerin Örüntülü Olduğu Deneyimler

Gerçekleştirilen ritüel etkinliklerle ilişkili sosyal deneyimlerin, ritüelle ilişkili sembolik deneyimlerde rol oynadığı ifade edilebilir. Katılımcılar için özellikle sosyal ilişki ya da sosyal etkileşimlerle şekillenen sosyal deneyimlerin, yaşanan deneyimin sembolik olarak temsil edeceği unsurların anlamını belirlemede öne çıktığı görülmektedir.

Katılımcılardan Naz, çocuğuyla ilgili özel gün kutlamalarının “*ona verdiğim değer in bi belgesi*” sözü ile çocuğuna verdiği değeri temsil ettiğini belirtmiş, aynı zamanda o günlerde aile çevresi ve yakın çevresiyle bir arada olmanın, kendisine duyulan sevgiyi temsil ettiğini ifade etmiştir. Dolayısıyla Naz’ın ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyimler sembolik deneyimlerle örtüştüğü, ifade edilebilir.

Aysel ise, çocuğunun kırk uçurma ritüelinin, “*hem bebeğin hem annenin sağlıklı olarak atlatıp dualarla güzel temennilerin olduğu ilk dönem*” sözü ile aralarındaki ilişkiyi temsil ettiği için önemli olduğunu ifade etmiştir. Bu yönüyle Aysel’in ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimde, çocukla kurulan ilişkiden ötürü sosyal deneyimin rolü dikkat çekmektedir.

Benzer şekilde Defne kendisi için en önemli kutlamanın, ilk yaş doğum günü olduğunun altını “*Çocuğuma 1 yaşına kadar bakabilmek, eşimle beraber hem babası hem annesi olarak bakıp büyütebilmek*” ifadesi ile çizerken, yerli kültürde çocuğun ilk yaş gününde aile çevresinin bir arada olmasının aileye verilen değeri temsil ettiğini ifade etmiştir. Bu anlamda Defne, kutlamaya yüklediği sembolik anlamı, sosyal ilişki boyutuyla yansıtmıştır.

Katılımcılardan Zeynep de çocuğunun kırk uçurma etkinliğinden paylaştığı fotoğrafa ilişkin yaptığı “*Hem bir geleneğimiz yerine getirilmiş hem de babannesiyile aynı karede yer almış*” yorumunda, ritüelin aralarındaki sosyal ilişkinin ve kültürel değerlerin sembolü olduğunu ifade etmiştir. Bu kapsamda Zeynep’in ritüele yüklediği sembolik değerde, yaşadığı sosyal deneyimin rolü olduğu görülmektedir.

Ritüelle ilişkili sosyal deneyimler ile sembolik deneyimler arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 11 aşağıdan izlenebilmektedir (OpenAI, 2024). Bu diyagram, sosyal deneyimlerin sembolik deneyimlerle nasıl örtüştüğünü ve sosyal etkileşimli etkinliklerin sembolik yansımalarını göstermektedir.

Tablo 11. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler ve Sembolik Deneyimler Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Sosyal Deneyim	Sembolik Deneyim	İfade Örnekleri
Naz	Özel Gün Kutlamaları	Aile ve yakın çevreyle bir arada olma	Çocuğuna verdiği değerın temsil edilmesi	“aile ve yakın çevre ile bir arada olmanın sevgiyi temsil etmesi”
Aysel	Kırk Uçurma Ritüeli	Bebeğın ve annenin sağlıklı olması	Çocukla kurulan ilişkinin temsili	“hem bebeğın hem annenin sağlıklı olarak atlatıp dualarla güzel temennilerin olduğu ilk dönem”
Defne	İlk Yaş Doğum Günü	Aile çevresiyle bir arada olma	Aileye verilen değerin temsili	“Çocuğuma 1 yaşına kadar bakabilmek, eşimle beraber hem babası hem annesi olarak bakıp büyütebilmek”
Zeynep	Kırk Uçurma Ritüeli	Aile büyükleriyle birlikte olma	Sosyal ilişkinin ve kültürel değerin temsili	“Hem bir geleneğimiz yerine getirilmiş hem de babannesiyile aynı karede yer almış”

Ritüelle ilişkili yaşanan sosyal deneyimlerin, bireylerin yaşayacağı fantezi deneyimleri ile ilişkili olduğu söylenebilir. Bu kapsamda katılımcılar açısından kurulan sosyal ilişkilerin ve etkileşim düzeyinin, ilgili ritüel etkinliklerin yaşattığı duygularda önemli bir role sahip olduğu görülmektedir.

Bu kapsamda Hande, çocuğunun ilk yaş gününde gerçekleştirdiği kutlamadaki mutluluk hissinin, çocuğu için sevdikleriyle birlikte özel bir etkinlik yapmaktan doğduğuna “*Mutluluk da böyle paylaşınca çoğalıyo. Biraz da ondan mı acaba kutlama gereği duyuyoruz. Böyle ailenle, eşinle, dostunla, arkadaşlarınla o günü kutlarken o paylaşımı, o şeyi hissetmiştim mesela duygu olarak. Paylaşmanın getirdiği mutluluk.*” ifadeleriyle değinmiştir. Dolayısıyla Hande’nin ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyimin, fantezi deneyimini beslediği izlenmektedir.

Benzer şekilde Defne ve Meltem için de çocuğunun ilk yaş gününde aile çevresiyle beraber olmak mutluluk vericidir. Bu kapsamda Defne için etkinlik gününün sosyal ilişkiler açısından mutluluk ve güzel duygular aşıladığı *“çok da mutlu oldum güzel bi doğum günü kutladık, bir arada kutladık özellikle. Bir arada kutladığımız için, halalarıyla bir arada kutladığımız için çok mutlu oldum”* ifadesinden izlenmektedir.

Naz da *“dört dörtlük bir gündü benim için”* diye nitelendirdiği çocuğunun doğum mevlidi etkinliğinde kurulan sosyal etkileşimi *“Gelenlerin gidenlerin sayısını şu an bilmiyorum. O kadar güzeldi ki ve her gelen mutlu şekilde ayrıldı. Eee, bu da beni çok mutlu etti tabiki.”* İfadeleriyle belirterek mutluluğunu yansıtmıştır. Dolayısıyla Naz’ın ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyim ile fantezi deneyimi arasındaki ilişki görülmektedir.

Katılımcılardan Aysel, kırk uçurma ritüelinin heyecan ve mutluluk dolu anlardan oluştuğuna yönelik ifadelerde bulunarak, bu süreçte arkadaş çevresiyle arasında gelişen sosyal etkileşime, *“Mutluluk ve heyecan vardı o süreçte. Hamilelik son ayında yaptım arkadaşlar da yardımcı oldu ama o hazırlığı yapmak çok heyecanlıydı.”* ifadeleriyle değinmiştir. Dolayısıyla Aysel, yaşadığı sosyal deneyim ile fantezi deneyim arasındaki ilişkinin altını çizmiştir.

Zehra, çocuklarının doğum günlerinde yaşadığı mutluluk halini, hem çocuğuyla kurduğu sosyal ilişki açısından hem de yakın çevresiyle aralarındaki sosyal etkileşim açısından pekiştirmiştir. Aynı zamanda çocuğunun ilerideki yaşantısı ile ilgili kurduğu hayal açısından da yaşadığı fantezi deneyimini *“Büyüyüp genç kız olacağı hayali. Büyüdükçe aramızdaki bu sevgi bağlılık devam edecek mi, özgür mu olacak, nasıl bir hayat onu bekliyor?”* ifadeleriyle ortaya koyan Zehra, çocuğuyla arasındaki sosyal ilişki ve etkileşime yönelik çıkarımlarla, ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyimlerin fantezi deneyimleri ile ilişkisini destekler niteliktedir.

Cennet de çocuğunun dış buğdayı etkinliğinde her şeyin iyi olması için gösterdiği çabada aile çevresi ve yakın çevresi ile arasındaki ilişkiye verdiği önem nisbetinde onların memnuniyetini öncellediğini ifade etmiştir. Bu kapsamda Cennet, ritüel etkinliğe bağlı kurduğu sosyal ilişki ile duygu durumu arasındaki ilişkiyi *“O yüzden bi tık daha özenli davranıyosun öyle söyleyim...Kalabalık olduğu için öncelikle, nasıl diyeyim kendi yediğinden içtiğinden çok gelenin memnun kalması önemli...”* ifadesiyle ortaya koymuştur.

Ritüelle ilişkili sosyal deneyimler ile fantezi deneyimler arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili oluşturulan

Tablo 12 aşağıdan izlenebilmektedir (OpenAI, 2024). Bu diyagram, sosyal deneyimlerin fantezi deneyimlerini nasıl beslediğini ve ritüel etkinliklerinin duygusal yansımalarını göstermektedir.

Tablo 12. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler ve Fantezi Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Sosyal Deneyim	Fantezi Deneyimi	İfade Örnekleri
Hande	İlk Yaş Doğum Günü	Aile ve sevdikleriyle birlikte olma	Paylaşmanın getirdiği mutluluk	“ailemle, eşimle, dostumla, arkadaşlarımla o günü kutlarken o paylaşımı, o şeyi hissetmişim mesela duygu olarak. Paylaşmanın getirdiği mutluluk.”
Defne	İlk Yaş Doğum Günü	Aile çevresiyle bir arada olma	Mutluluk ve güzel duygular	“bir arada kutladığımız için çok da mutlu oldum”
Meltem	İlk Yaş Doğum Günü	Aile çevresiyle bir arada olma	Mutluluk ve güzel duygular	“hep birlikteydik o gün, kalabalık ve mutlu”
Naz	Doğum Mevlidi	Gelenlerle sosyal etkileşim	Mutluluk	“Gelenlerin gidenlerin sayısını şu an bilmiyorum. O kadar güzeldi ki dört dörtlük bir gündü benim için”
Aysel	Kırk Uçurma Ritüeli	Arkadaş çevresiyle sosyal etkileşim	Heyecan ve mutluluk	“Mutluluk ve heyecan vardı o süreçte. Arkadaşlar da yardımcı oldu ama o hazırlığı yapmak çok heyecanlıydı.”
Zehra	Doğum Günü	Aile ve yakın çevreyle sosyal etkileşim	Çocuğuyla geleceğe dair hayaller	Büyüyüp genç kız olacağı hayali. Büyüdükçe aramızdaki bu sevgi bağlılık devam edecek mi, özgür mu olacak, nasıl bir hayat onu bekliyor?”
Cennet	Diş Buğdayı	Aile çevresiyle sosyal etkileşim	Kalabalık ve misafir memnuniyeti	“Kendi yediğinden içtiğinden çok gelenin memnun kalması önemli...”

Ritüelle ilişkili sosyal deneyimlerin, yaşanan nostalji deneyimlerinde rol oynadığı ifade edilebilir. Katılımcıların sosyal ilişki ve etkileşim kurduğu kişi ya da gruplarla hatırlanmaya değer deneyimler yaşamaları, bu deneyimlere yükledikleri nostalji anlamın çerçevesini belirlemede öne çıkmaktadır. Özellikle gerçekleştirilen özel gün kutlamalarında, katılımcıların aile çevresiyle ve yakın çevresiyle bir araya gelme fırsatı bulmaları, ileride hatırlamaya değer anıların yaşatacağı nostalji deneyimini beslemiştir.

Katılımcılardan Hande, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasını gerçekleştirmiş olmanın, o gün fotoğraf çekinmenin; aile çevresi, sosyal çevresi ve çocuğu açısından anı değeri taşıdığına “*O an onu kutluyo olmak, işte onu o an fotoğraflandırmak, ileride tekrar dönüp dönüp o anılara bakmak.*” ifadeleriyle değinmiştir. Bu anlamda Hande’nin ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyimin nostalji deneyimi ile ilişkisi görülmektedir.

Esen ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasında, kendisi, çocuğu ve misafirler için sunduğu anı değeri taşıyan hediyelikleri “*ilk yaş hatırası olsun diye misafirlere hoş bir anı olarak kalsın diye, Ahmet Salih’in 1 yaşına özel çektiirdiğim fotoğrafı kendim aldığım bu magnet*

çerçeveye koymuş sevdiklerime dağıtmıştım” ifadeleriyle yansıtarak, sosyal etkileşimleri nostalji değeri taşıyacak unsurlarla ilişkilendirmiştir.

Zehra, anı değeri taşıyan kutlamalarla ilgili yaşadığı nostalji deneyimini aile ve arkadaşlarla beraber olma açısından da desteklemiştir. Paylaştığı fotoğraf yoluyla da geçmişte aile ve arkadaşlar arasında gerçekleştirilen bir etkinliğin nostalji değerini *“Geçmişe dair anılarımı hatırlamış oluyorum. İkinci kızımın ilk yaş gününü arkadaşlarımızın da iştiraki ile kutlamıştık”* şeklinde yansıtarak, ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyimin nostalji deneyimine yansımalarını sunmuştur.

Katılımcılardan Naz da çocuğunun doğum mevlüdünde, annesi ile kurduğu sosyal ilişkiye yüklediği anlamı, *“annemle Şevvalin bütünlüğü her zaman çok farklıydı hala da öyle. O bi anı olarak kalsın istedim.”* ifadeleriyle ortaya koymuştur. Bu bağlamda anı değeri taşıyan fotoğraflama eylemiyle Naz’ın ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyimin, nostalji deneyimini şekillendirdiği, *“Bu fotoğrafa bakan herkes o günlere tekrar dönebiliyo.”* ifadesinden de izlenmektedir.

Ritüelle ilişkili sosyal deneyimler ile nostalji deneyimleri arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 13, aşağıdan izlenebilmektedir (OpenAI, 2024). Bu diyagram, sosyal deneyimlerin nostalji deneyimlerini nasıl beslediğini ve ritüel etkinliklerin anı yansımalarını göstermektedir.

Tablo 13. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler ve Nostalji Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Sosyal Deneyim	Nostaljik Deneyim	İfade Örnekleri
Hande	İlk Yaş Doğum Günü	Aile ve sosyal çevreyle bir arada olma	Anı değeri taşıyan fotoğraflar	“onu o an fotoğraflandırmak, ilerde tekrar dönüp dönüp o anılara bakmak.”
Esen	İlk Yaş Doğum Günü	Misafirlerle sosyal etkileşim	Anı değeri taşıyan hediyelikler	“ilk yaş hatırası olsun diye misafirlere hoş bir anı olarak kalsın diye”
Zehra	İlk Yaş Doğum Günü	Aile ve arkadaşlarla bir arada olma	Geçmişe dair anılar	“Geçmişe dair anılarımı hatırlamış oluyorum.”
Naz	Doğum Mevlidi	Annesi ile sosyal ilişki	Anı değeri taşıyan fotoğraflar	“Bu fotoğrafa bakan herkes o günlere tekrar dönebiliyo.”

Ritüelle ilişkili eğlence deneyimlerinde de yaşanan sosyal deneyimlerin önemli bir yere sahip olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. Bu kapsamda kurulan sosyal ilişki ve sosyal etkileşim düzeyi, katılımcılar açısından, paylaşılan anların daha eğlenceli algılanmasında önemli bir role sahiptir.

Hande, çocuğunun ilk yaş gününde ailesi ve sevdikleriyle bir arada olmanın, kutlama yapmanın eğlence boyutuna “*Böyle misafirler falan herkes aynı ortak şeyi kutladığı için böyle bi daha fazla bi keyif veriyö...Çok keyifliydi, çok eğlenceliydi*” ifadeleriyle değinerek, yaşadığı sosyal deneyimin eğlence deneyimi ile ilişkisini yansıtmıştır.

Aysel de, çocuğunun kırk banyosu etkinliğindeki arkadaş çevresiyle yaşadıkları eğlenceli anları “*eğlenceli bi andı o anı yakalamak ve kameraya almak bizim için*” ifadesiyle dile getirirken, bir anlamda ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyimlerin eğlence deneyimini canlandırdığını ortaya koymuştur.

Katılımcılardan Naz ise, çocuğu ile ilgili düzenlediği özel gün etkinliklerinde, aile ve yakın çevresiyle bir arada olmanın eğlenceli anlardan oluştuğuna ve keyif verdiğine değinirken, ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyimin eğlence deneyimine yansımalarını ifade etmiştir:

Esen de çocuğu için düzenlediği doğum günü kutlamasının hazırlık sürecinin ve kutlama gününün eğlenceli anlardan oluştuğunu, çocuğuyla kurduğu etkileşim ve ilişki açısından “*Ee, doğum günü kutlaması; çünkü hem güzeldi yani o hazırlık süreci çok eğlenceli ve güzeldi. Oğlumla da eğlenceli paylaşımlarımız oldu pastayı yaparken o da dahil oldu.*” İfadeleriyle pekiştirerek sunmuştur.

Ritüelle ilişkili sosyal deneyimler ile eğlence deneyimleri arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 14 aşağıdan izlenebilmektedir (OpenAI, 2024). Bu diyagram, sosyal deneyimlerin eğlence deneyimlerini nasıl beslediğini ve ritüel etkinliklerinin eğlence yansımalarını göstermektedir.

Tablo 14. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler ve Eğlence Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Sosyal Deneyim	Eğlence Deneyimi	İfade Örnekleri
Hande	İlk Yaş Doğum Günü	Aile ve sevdikleriyle bir arada olma	Kutlamaların eğlence boyutu	“misafirler falan herkes aynı ortak şeyi kutladığı için böyle bi daha fazla bi keyif veriyö...Çok keyifliydi, çok eğlenceliydi”
Aysel	Kırk Banyosu	Arkadaş çevresiyle bir arada olma	Eğlenceli anlar	“eğlenceli bi andı o anı yakalamak ve kameraya almak bizim için
Naz	Özel Gün Etkinlikleri	Aile ve yakın çevreyle bir arada olma	Keyifli anlar	“Güzel eğlenceli bi gece olmuştu bizler için”
Esen	Doğum Günü	Çocuğuyla etkileşim	Eğlenceli hazırlık süreci	“Oğlumla da eğlenceli paylaşımlarımız oldu pastayı yaparken o da dahil oldu”

Ritüele bağlı sosyal ilişki ve etkileşim düzeyinin, ritüel etkinliğin gerçekleştirildiği anda kişinin akış içinde yaşayacağı deneyimi etkileyeceği ifade edilebilir. Bu anlamda araştırma

katılımcılarından biri açısından ritüelle ilişkili sosyal deneyimlerin, ritüelle ilişkili kaçış deneyimlerinde rol oynadığı görülmektedir.

Bu kapsamda Aysel, çocuğuyla ilgili gerçekleştirdiği özel gün etkinliklerinin kendisi için ifade ettiği anlamı, “Bizim için günlük rutinin dışına çıkmak ve bir heyecan. Çocuk için de anne için de farklı hazırlıklar, farklı heyecanlar” ifadeleriyle yansıtmıştır. Bu yönüyle Aysel’in ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal ilişki ya da sosyal etkileşimle şekillenen sosyal deneyimin, ritüelle ilişkili kaçış deneyimine zemin hazırladığı görülmektedir.

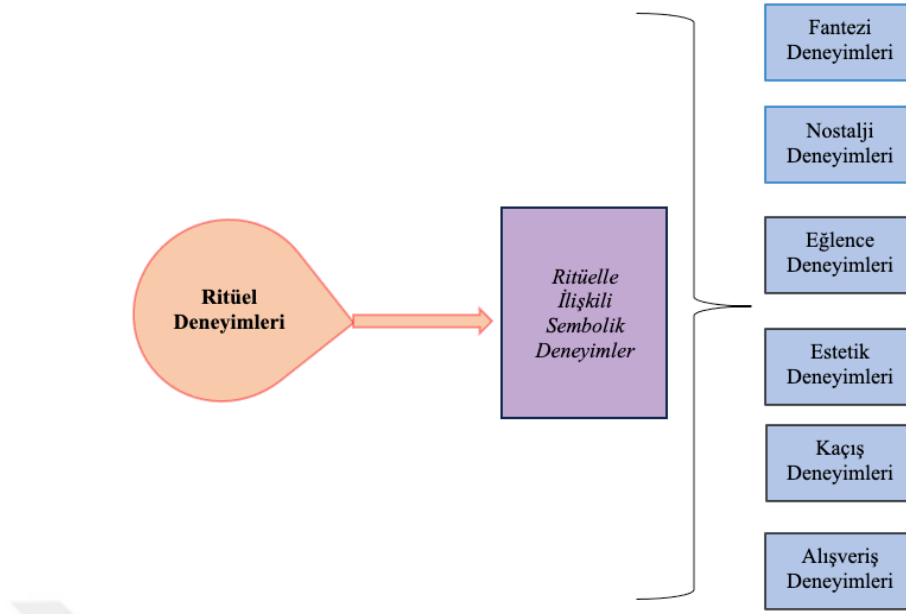
Ritüelle ilişkili sosyal deneyimler ile akış deneyimler arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 15 aşağıdan izlenebilmektedir (OpenAI, 2024). Bu diyagram, sosyal deneyimlerin kaçış deneyimlerini nasıl beslediğini ve ritüel etkinliklerin kişinin yaşadığı andan sıyrılma duygusuna yansımalarını göstermektedir.

Tablo 15. Ritüelle İlişkili Sosyal Deneyimler ve Kaçış Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Sosyal Deneyim	Kaçış Deneyimi	İfade Örnekleri
Aysel	Özel Gün Etkinlikleri	Günlük rutinden çıkma	Heyecan ve farklı hazırlıklar	“Bizim için günlük rutinin dışına çıkmak ve bir heyecan. Çocuk için de anne için de farklı hazırlıklar, farklı heyecanlar”

4.1.3.2. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ile Diğer Deneyimler Arasındaki Örüntüler

Ritüelle ilişkili gerçekleştirilen eylemlerde, ilgili ritüelin katılımcılar için temsil ettiği değer ve sembolik anlamın, gerçekleştirilen etkinliğe yönelik yaşanacak diğer deneyimlerde önemli bir etmen olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda katılımcıların, ritüelle ilişkili yaşadıkları sembolik deneyimlerin, ritüelle ilişkili diğer eylemleri ve yaşanacak deneyimleri de bu perspektifte şekillendireceği ifade edilebilir. Dolayısıyla ritüelle ilişkili yaşadıkları deneyimler arasında sembolik deneyimlere görece daha fazla önem veren katılımcıların, diğer deneyimleri ne ölçüde yaşadığına yönelik bir bakış açısı sağlanması için deneyimler arası ilişkilerin incelenmesi önem taşımaktadır. Aşağıda Şekil 28, ritüelle ilişkili sosyal deneyimlerin ilişkili olduğu deneyim türlerinin bir diyagramını sunmaktadır.



Şekil 28. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimlerin Örüntülü Olduğu Deneyimler

Ritüelin temsil ettiği sembolik unsurların ve yüklenen anlamın kişinin yaşayacağı duyguların yoğunluğunda önemli bir öncül olacağını söylemek mümkündür. Bu kapsamda katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadıkları sembolik deneyimlerin, ritüelle ilişkili fantezi deneyimleri ile ilişkili olduğu görülmektedir.

Katılımcılardan Duygu özel gün etkinliklerinin, anne ve çocuk açısından yaşanan mutluluk verici hisler yaşattığına “*dönme dolaba binmek*” benzetmesi ile yansıtmıştır. Dolayısıyla Duygu’nun çocuğu ve kutlamalara yüklediği sembolik anlamı, fantezi deneyimini şekillendiren hislerine yansıtmıştır.

Esen, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması ile ilgili süreçlerin kendisi ve çocuğu için mutluluk dolu anlardan ibaret olduğunu ifade ederek, çocuğu ile ilgili her ayrıntıya yüklediği sembolik anlamın mutluluk odağını şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Aynı zamanda Esen’in, “*mavilerle beyazlarla bezenen kıyafetiyle oğlumun bu pozu, benim için deniz ve gökyüzü gibi içimi açan, mutlu eden bi kare*” ifadesi ile ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimi fantezi deneyimi ile pekiştirmiştir.

Sultan ise, çocuğunun kırk uçurma etkinliğine hazırlık sürecinin ve gerçekleştirmenin mutluluk verici olduğuna değinirken, o güne ve çocuğuna yüklediği sembolik anlamı duygularına yansıtmıştır. Dolayısıyla sembolik olarak önem atfettiği bir kutlamanın Sultan’ı

mutluluk dolu hislere taşınması, yaşadığı sembolik deneyim ile fantezi deneyimin birbiriyle olan ilişkisini ortaya koymaktadır.

Esmâ açısından ise, çocuğunun ilk yaş gününden paylaştığı fotoğrafa yönelik yaptığı “*saadet*” benzetmesi, ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimin, o günkü hislerini oluşturan fantezi deneyimi ile ilişkili olduğuna göstermektedir.

Katılımcılardan Cennet, özel günlerdeki kutlamalarda hediyeleşmenin bireylerin birbirine verdiği değeri temsil ettiğini “*Hediyeleşmenin anlamını ve önemini her daim hatırlamak güzel. Bize göre, kıymetli günlerde kalıcı armağanlar birbirimize verdiğimiz değeri kat kat artırır.*” ifadeleriyle yansıtarak, hediyelerin mutluluk verici olmasından ötürü yaşadığı fantezi deneyimini sunmuştur.

Benzer şekilde Naz da özel gün etkinliklerini “*Hem kendimi mutlu etmek adına hem de onu değerli kılmak adına*” gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Aynı zamanda gerek çocuğunu gerekse de misafirleri mutlu ederek kendi mutluluğunu artırdığına yönelik ifadeleri, ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimin fantezi deneyimini beslediğini ortaya çıkarmaktadır.

Melahat için de çocukları için gerçekleştirdiği özel gün etkinliklerinin sembolik değeri, ilgili etkinliği gerçekleştirirkenki mutluluk ve heyecan hissini güçlendirmektedir. Bu anlamda ilgili etkinlikleri gerçekleştirdiği gün heyecanlı ve mutluluklu olduğunu ifade eden Melahat için “*çocukların doğum günü kutlayacağım zaman bile bir gece önce hala yatamıyorum ben mutluluktan*” ifadesi, ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimin fantezi deneyimine yansımalarıdır.

Defne’nin, çocuğunun ilk yaş gününde hazırlattığı pastaya yönelik paylaştığı fotoğrafla ilgili “*verdiğim çaba ve emeği görüyorum*” ifadesi, pastanın temsil ettiği anlamın ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyime ve bundan doğan hislerine kapı araladığı görülmektedir.

Açelya ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasındaki hislerini “*bi rüyanın gerçeğe dönüşmesi*” şeklinde ifade ederek ritüelle ilişkili sembolik deneyime yüklediği anlamın yaşadığı fantezi deneyimini beslediğini yansıtmıştır.

Benzer şekilde katılımcılardan Nur ve Sümbül de çocuklarının ilk yaş günü kutlamasının mutluluk ve keyif dolu anlardan oluştuğunu ifade ederek, ritüelle ilişkili yaşadıkları sembolik deneyimi fantezi deneyimine yansıtmışlardır.

Ritüelle ilişkili sembolik deneyimler ile fantezi deneyimleri arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 16 aşağıda sunulmaktadır (OpenAI, 2024). Bu diyagram, sembolik deneyimlerin fantezi deneyimleriyle nasıl örtüştüğünü ve ritüel etkinliklere yüklenen anlamın duygusal yansımalarını göstermektedir.

Tablo 16. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ve Fantezi Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Sembolik Deneyim	Fantezi Deneyimi	İfade Örnekleri
Duygu	Özel gün etkinlikleri	Dönme dolaba binmek	Mutluluk dolu anlar	"dönmedolaba binmek"
Esen	Çocuğunun ilk yaş günü	Çocuğunun fotoğrafının mutluluğunu temsil etmesi	Mutluluk dolu anlar	"mavilerle beyazlarla bezenen kıyafetiyle oğlumun bu pozu, benim için deniz ve gökyüzü gibi"
Sultan	Çocuğunun kırk uçurma etkinliği	Ritüelin mutluluk hissini temsil etmesi	Mutluluk dolu anlar	"mutluluk dolu hisler"
Esmâ	Çocuğunun ilk yaş günü	Ritüel fotoğrafının mutluluğu temsil etmesi	Saadet	"saadet" benzetmesi
Cennet	Diş hediği	Hediyeleşmenin verilen değeri temsil etmesi	Mutluluk verici	"armağanların verilen değeri kat kat artırması"
Naz	Özel gün etkinlikleri	Ritüelin anne ve çocuğun mutluluğunu temsil etmesi	Mutluluk artırma	"Hem kendimi mutlu etmek adına, hem de onu değerli kılmak adına"
Melahat	Özel gün etkinlikleri	Ritüele yüklenen özel anlam	Mutluluk ve heyecan	"çocukların doğum günü kutlayacağım zaman bile bir gece önce hala yatamıyorum"
Defne	Çocuğunun ilk yaş günü	Doğum günü pastasının temsil ettiği özel anlam	Çaba ve emek	"verdiğim çaba ve emeği görüyorum"
Açelya	Çocuğunun ilk yaş günü	Ritüelin güzel hisleri temsil etmesi	Rüyanın gerçeğe dönüşmesi	"bi rüyanın gerçeğe dönüşmesi"
Nur	Çocuğunun ilk yaş günü	Ritüelin mutluluk hissini temsil etmesi	Mutluluk ve keyif	"mutluluk ve keyif dolu anlar"
Sümbül	Çocuğunun ilk yaş günü	Ritüelin mutluluk hissini temsil etmesi	Mutluluk ve keyif	"mutluluk ve keyif dolu anlar"

Özel gün etkinliklerine yüklenen özel anlamın, ilgili ritüel etkinliğin geçmiş ile bugün arasında yükleneceği anı misyonunun değerinde de rol oynayacağı ifade edilebilir. Bu anlamda katılımcılar için ritüelle ilişkili sembolik deneyimlerin gerek zihinsel gerekse de o güne ait fotoğraflarla yaşanan nostalji deneyimi ile ilişkili olduğu görülmektedir.

Katılımcılardan Melahat'ın, özel gün etkinlikleri ile ilgili anıların, geçmişte yaşanan bir değeri temsil ederek hafızalarda canlı tuttuğunu *"Anı yanı bunlar, bu ana dönebilmek, geriye geri dönüp de neler yaptığını görebilmek, o değeri tekrar hissedebilmek"* ifadeleriyle belirtmesi, ritüelle ilişkili yaşadığı nostalji deneyimi ile sembolik deneyim ilişkisini ortaya koymaktadır.

Sultan, çocuğunun ilk yaş gününde *"o anı ölümsüzleştirmek için uğraşıyorum"* ifadesi ile fotoğrafladığı bir andan bahsederek, çocuğunun kendisi için ifade ettiği değeri ve o güne

yüklediği sembolik anlamı bir anı ile örtüştürmeye çalışmış, bu yolla ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimi nostalji deneyimine yansıtmıştır.

Duygu da çocuğunun dış buğdayı etkinliğinden paylaştığı bir fotoğraf yoluyla *“yıllar da geçse baktığımda bende aynı duyguları canlandıracak o güzel pozunu yakalamışım.”* ifadesiyle ritüele yüklediği sembolik anlamın anı değeri taşıyacak fotoğraflama eylemiyle nostaljik duygulara evirmiştir.

Katılımcılardan Sümbül ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasında anı biriktirmenin ileride çocuğuna verdiği kıymeti yansıtacağını ifade etmiştir. Aynı zamanda *“o fotoğraflar da çocuğun hafızasını taze tutacak”* şeklinde ifade ettiği o güne ait fotoğraflar, Sümbül’ün ritüele yüklediği sembolik anlamın nostaljik deneyime yansımaları olarak görülmektedir.

Benzer şekilde Açelya da çocuğuna ve yaş gününe yüklediği sembolik anlamı anı değeri taşıyacak bir hediye ile yansıtmıştır. Bu anlamda *“diğer aldığım şeylerden daha özeldi yani her zaman oyuncak alıyorum ama o doğum günü için aldığım özel bir anı”* şeklinde ifade etmesi, Açelya’nın ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik anlamı nostalji deneyimi ile ilişkilendirdiğini göstermektedir.

Nur ise, çocuğunun dış buğdayı ritüelinden paylaştığı fotoğrafa yönelik yaptığı *“kartpostal”* benzetmesi ile geçmişin bugünde canlandığını ifade çocuğuna ve etkinlik gününe yüklediği sembolik anlamı pekiştirmektedir. Ritüelle ilişkili sembolik deneyimler ile nostalji deneyimleri arasındaki örüntüler, ChatGPT aracılığıyla özetlenmiş olup Tablo 17’de sunulmaktadır (OpenAI, 2024). Bu diyagram, sembolik deneyimlerin nostalji deneyimlerle nasıl örtüştüğünü ve ritüel etkinliklere yüklenen anlamın anı değerini göstermektedir.

Tablo 17. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ve Nostalji Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Sembolik Deneyim	Nostalji Deneyimi	İfade Örnekleri
Melahat	Özel gün anıları	Ritüelin değerleri canlı tutması	Anı değeri	"Anı yanı bunlar, bu ana dönebilmek"
Sultan	Çocuğunun ilk yaş günü	Çocuğa verilen değer in fotoğraflama ile yansıtılması	Anı ölümsüzleştirme	"o anı ölümsüzleştirmek için uğraşıyorum"
Duygu	Çocuğunun dış buğdayı	çocuğun fotoğrafının geçmiş güzel duyguları temsil etmesi	Nostaljik duygular	"yıllar da geçse baktığımda bende aynı duyguları canlandıracak"
Sümbül	Çocuğunun ilk yaş günü	ritüelin çocuğa verilen değeri temsil etmesi	Anı biriktirme	"o fotoğraflar da çocuğun hafızasını taze tutacak"
Açelya	Çocuğunun ilk yaş günü	doğum günü hediyesinin özel anlam taşıması	Anı değeri	"o doğum günü için aldığım özel bir anı"
Nur	Çocuğunun dış buğdayı	Geçmiş temsil eden bir fotoğraf karesi	Geçmişe götüren fotoğraf	"kartpostal" benzetmesi

Çocukla ilgili özel gün etkinliklerine yüklenen sembolik anlamı eğlence deneyiminde de görmek mümkündür. Özellikle sembolik olarak önem atfedilen bir ritüel etkinliğin gerçekleştirilmesinin, katılımcılar için eğlenceli unsurları barındırması, ritüelle ilişkili sembolik deneyimin ritüelle ilişkili eğlenceli deneyimlerle ilişkisini ortaya koymaktadır.

Katılımcılardan Esmâ, “dünyanın en vazgeçilmez şeyi” diye ifade ettiği çocuğu için gerçekleştirdiği özel gün etkinliklerinin, eğlenceli ve keyifli anlardan oluştuğunu belirterek çocuğu üzerinden ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimin eğlence boyutunu ortaya koymuştur.

Sultan, çocuğunun dış buğdayıyla ilgili meslek ritüelinin, “güldüğümüz, eğlendiğimiz, bolca kahkaha attığımız bir gündü” ifadesiyle kendisi, çocuğu ve misafirler için eğlenceli anlardan oluştuğuna değinirken; ritüele yüklediği sembolik anlamın eğlence perspektifinden yansımalarını göstermiştir.

Benzer şekilde Açelya açısından çocuğunun ilk yaş günü kutlamasının, Sümbül için ise dış buğdayı ritüeli ve ilk yaş günü kutlamasının verdiği eğlence ve keyif halleri, ritüelle ilişkili yaşadıkları sembolik deneyimlerin eğlence deneyimleri ile ilişkisini sunmaktadır.

Ritüelle ilişkili sembolik deneyimler ile eğlence deneyimleri arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 18 aşağıda sunulmaktadır (OpenAI, 2024). Bu diyagram, sembolik deneyimlerin eğlence deneyimleriyle nasıl örtüştüğünü ve ritüel etkinliklere yüklenen anlamın eğlence yansımalarını göstermektedir.

Tablo 18. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ve Eğlence Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Sembolik Deneyim	Eğlence Deneyimi	İfade Örnekleri
Esmâ	Özel gün etkinlikleri	çocuğun vazgeçilmez bir değeri temsil etmesi	Eğlence ve keyif	"dünyanın en vazgeçilmez şeyi"
Sultan	Çocuğunun dış buğdayı	çocuğa ve ritüele yüklenen özel anlamın yansımaları	Eğlence ve kahkaha	"güldüğümüz, eğlendiğimiz, bolca kahkaha attığımız bir gündü"
Açelya	Çocuğunun ilk yaş günü	çocuğa ve ritüele yüklenen özel anlamın yansımaları	Eğlence ve keyif	"eğlence ve keyif halleri"
Sümbül	Çocuğunun dış buğdayı	çocuğa ve ritüele yüklenen özel anlamın yansımaları	Eğlence ve keyif	"eğlence ve keyif halleri"

Ritüele yüklenen sembolik anlamın ve sembolik deneyimlere verilen önem düzeyinin, ilgili kutlama ile ilgili detayları estetize etme düzeyinde rol oynadığı ifade edilebilir. Bu yüzden katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadıkları sembolik deneyimler, ritüelle ilişkili estetik deneyimlerde belirleyici olmaktadır. Özellikle ritüel etkinliklerde ön plana çıkan fiziksel

mekânlardaki süslemeler ve özel günü temsil eden kıyafetler, katılımcıların yaşadıkları sembolik deneyimlerin estetik deneyimlere yansıdığı alanlardandır.

Katılımcılardan Esmâ'nın, çocuğu ile ilgili özel gün etkinlikleri için *“özel bi bebek olduğu için her şeyini kusursuz yapmak istedik”* ifadesi, çocuğuna ve özel gün kutlamalarına yüklediğı sembolik anlamın, kutlama alanı ya da süslemelerle ilişkili ve kıyafetlerle ilişkili fiziksel estetik deneyimlerine yansımalarıdır. Bu kapsamda Esmâ için ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimin, estetik deneyimde kendini yansıttığı alanların; dış buğdayı ve doğum günü etkinliklerine özel yaş pasta, mekân süslemeleri ve *“Kıyafet siparişı verdim hem kendime hem kızıma, özel diktirdim mesela Doğaya. Kendime sipariş verdim aynı renk yaptırdım”* şeklinde belirttiğı anne-çocuk konseptli kıyafetler olduğunu söylemek mümkündür.

Melahat'ın da çocuğunun dış hediğı ritüeline ait etkinliğin gerçekleştirilmesinde gerek ortam süslemeleri ve kullanılan malzemeler açısından gerekse de yaş pasta ve çocukların kıyafetleri açısından göze hitap eden estetik seçimler yapması, bu deneyimin arka planında kutlamalara yüklediğı sembolik anlamla ilişkisini yansıtmaktadır.

Benzer şekilde Esen de çocuğuna duyduğu sevgiyi ve ilk yaş gününe yüklediğı sembolik anlamı, o gün için çocuğuna seçtiğı *“ilk doğum gününde oğlumu küçük bi bi erkek gibi giydirmek istemiştım böyle mavi bi takım ayarlamıştım ona”* ifadesi nitelediğı kıyafet ile yansıtmıştır.

Sultan, çocuğunun kırk banyosundan sonra çocuğuna göze hoş gelen güzel kıyafetler giydirdiğinde değinirken, Duygu ise, çocuğunun dış buğdayı ritüelinden paylaştığı fotoğrafla ilgili *“tam bir oyuncak bebek gibi, kartpostal gibi”* benzetmesini yaparak, çocuğı için seçtiğı kıyafetle ilgili yaşadığı estetik deneyimi yansıtmıştır. Dolayısıyla özel günler için hazırlanan kıyafetlerle ilişkili katılımcıların yaşadığı fiziksel estetik deneyimlerinde sembolik deneyimlerin ilişkisel bir rol oynadığını söylemek mümkündür.

Ritüelle ilişkili sembolik deneyimler ile estetik deneyimler arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 19 aşağıda sunulmaktadır (OpenAI, 2024). Bu diyagram, sembolik deneyimlerin estetik deneyimlerle nasıl örtüştüğünü ve ritüel etkinliklere yüklenen anlamın estetik yansımalarını göstermektedir.

Tablo 19. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ve Estetik Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Sembolik Deneyim	Estetik Deneyimi	İfade Örnekleri
Ema	Özel gün etkinlikleri	Çocuğun özel bir anlam taşıması	Anne çocuk estetik kıyafetler	"özel bi bebek olduğu için her şeyini kusursuz yapmak istedik"
Melahat	Diş buğdayı	Çocuğun özel bir anlam taşıması	Estetik seçimler	"göze hitap eden estetik seçimler"
Esen	Çocuğunun ilk yaş günü	Çocuğa duyulan sevginin özel bir anlam taşıması	Estetik kıyafetler	"ilk doğum gününde oğlumu küçük bir erkek gibi giydirmek istemişim"
Sultan	Kırk banyosu	Ritüelin özel bir anlam taşıması	Göze hoş gelen kıyafetler	"güzel kıyafetler giydirmek"
Duygu	Diş buğdayı	Çocuğa duyulan sevginin özel bir anlam taşıması	Göze hoş gelen kıyafetler	"tam bir oyuncak bebek gibi, kartpostal gibi"

Ritüelle ilişkili yaşanan sembolik deneyimler, ritüelin akışı içinde yaşanan hisleri belirleyebilir. Özellikle, ritüeli gerçekleştirirken yaşanan duygu yoğunluğunun akış içinde katılımcılara kaybolma hissi yaşatabileceği ifade edilebilir. Dolayısıyla ritüelle ilişkili katılımcıların yaşadığı sembolik deneyimlerin, ritüelle ilişkili kaçış deneyimlerinde yansımaları görülmektedir.

Bu bağlamda katılımcılardan Duygu, çocuğunun varlığını temsil ilk yaş günü kutlamasının olduğu günkü hislerini “*dönme dolaba*” benzeterek, bu anlamda zaman ve mekân algısının kaybolması ile yaşadığı kaçış deneyimini “*ne yerde ne göktesindir*” ifadesi ile pekiştirmiştir. Duygu’nun ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimin kaçış deneyimine yansımalarını “*Hani lunaparka gidersin de dönme dolaba binince o en yüksekte ayağın yerden kesilir ne yerde ne göktesindir bambaşka bir his olur işte sadece ordasıdır yükseliyosundur ne yaşadığın ya da yaşacağın önemli değildir nerde olduğun önemli değildir öyle yani o gün de bana dönme dolap geldi...*” ifadesinden izlemek mümkündür.

Ema da çocuğunun ilk yaş günü kutlamasındaki hislerini, “*Leyla gibi*” ve “*mutluluktan ayaklarım yerden kesililiyordu*” ifadeleriyle yansıtırken, bu hislerini “*çocukluk*” kavramı ile temsil etmiştir. Dolayısıyla Ema’nın çocuğuna ve ritüele yüklediği sembolik anlamlar; yaşadığı mutluluk ile var olan ortamdan soyutlanabilecek kadar bir kaçış deneyiminin içinde olmasına zemin hazırlamıştır.

Benzer şekilde katılımcılardan Esen de çocuğunun ilk yaş günü kutlamasında adeta başka bir diyara yolculuk yaptığını “*hani masalları dinlerken böyle insanlar o anda o anlatılan şeyi düşünür, bulutların üstündeymiş gibi düşünür, farklı bi diyara gider ya. Doğum günü öyle bişeydi sanki farklı bi diyardı farklı bi masaldı*” şeklinde ifade ederken, kutlamaya yüklediği sembolik anlamı kaçış deneyimi ile de aşağıdaki gibi yansıtmıştır:

Naz ise, çocuğunun doğum mevlüdündeki hislerini “*uçsuz bucaksız gökyüzü kavramı*” ile temsil ederek yaşadığı kaçış deneyimini “*O yüzdendir ki o günde de böyle sanki gökyüzüne bakıp bi yolculuğa çıkmış gibi sadece yaşadığın heyecanı ve mutluluğu biliyorsun her şeyden sıyrılıyorsun tarifsiz bi mutluluk kısacası diyebilirim*” ifadesi ile göstermektedir.

Ritüelle ilişkili sembolik deneyimler ile kaçış deneyimleri arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 20 aşağıda sunulmaktadır (OpenAI, 2024). Bu diyagram, sembolik deneyimlerin kaçış deneyimlerini nasıl beslediğini ve ritüel etkinliklerin kişinin yaşadığı andan sıyrılma duygusuna yansımalarını göstermektedir.

Tablo 20. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ve Kaçış Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Sembolik Deneyim	Kaçış Deneyimi	İfade Örnekleri
Duygu	Çocuğunun ilk yaş günü	ritüelin çocuğun varlığını temsil etmesi	Dönme dolap hissi	"ne yerde ne göktesindir"
Esmâ	Çocuğunun ilk yaş günü	ritüelin ve çocuğun özel bir anlam temsil etmesi	Leyla gibi	"mutluluktan ayaklarım yerden kesiliyordu"
Esen	Çocuğunun ilk yaş günü	ritüelin farklı bir anlamı temsil etmesi	Farklı bir diyara yolculuk	"bulutların üstündeymiş gibi farklı farklı bir diyara gitmek"
Naz	Doğum mevlidi	ritüelin tarifsiz mutluluğu temsil etmesi	Uçsuz bucaksız gökyüzü	"gökyüzüne bakıp bi yolculuğa çıkmış gibi"

Ritüele yüklenen sembolik anlamın, ritüel etkinliklere yönelik tüketim sürecinde ve alışveriş alışveriş deneyimlerinde itici bir güç olacağı ifade edilebilir. Bu kapsamda katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadıkları sembolik deneyimlerin, o ritüel ile ilgili alışverişe yüklenen anlam ile ilişkili deneyimlerde etkili olduğu görülmektedir.

Katılımcılardan Duygu, çocuğunun ilk yaş günü kutlaması ile ilgili alışveriş sürecini “*bambaşka duygularla bambaşka bi anlam yükleyerek*” ifadesiyle gerçekleştirdiğini ve bu yüzden sıradan diğer alışverişlerine kıyasla özel bir anlama sahip olduğunu belirtmiştir. Bu kapsamda Duygu’nun, ritüel ile ilgili alışveriş sürecine yüklediği özel anlamın ve satın alım sürecinde özenli tercihler yapmasının, ritüel ile ilişkili yaşadığı sembolik deneyimle sıkı sıkıya bağlantılı olabileceği görülmektedir.

Esmâ da, çocuğu için gerçekleştirdiği özel gün kutlamaları ile ilgili alışverişlere yüklediği özel anlamı “*normal zamana göre farklar vardı yani özel olduğu için*” ifadesiyle yansıtarak, bu süreçte kaliteli ve uygun fiyatlılık temelinde özenli satın alımlar yaptığına değinmiştir. Aynı zamanda Esmâ’nın kendisi ve çocuğu için hazırlattığı kıyafetler ile ilgili de “*özel bi gün*

için dikildiği için özel hissediyosun, heyecanlanıyorsun” şeklindeki yorumu, ritüelle ilişkili yaşadığı alışveriş deneyimlerinin sembolik deneyimlerle ilişkisini ortaya koymaktadır.

Benzer şekilde Melahat da çocuklarının ilk yaş günü kutlamasının alışveriş sürecinde *“çocuklarının en özel günü için alışveriş yapıyorsun”* diyerek, özel bir yaklaşım ile özenli satın alımlar gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Dolayısıyla Melahat’ın çocuklarına ve ritüele yüklediği sembolik anlamla şekillenen sembolik deneyiminin, ritüelle ilişkili alışveriş deneyimlerinde yansımalarını görmek mümkündür.

Katılımcılardan Hande de çocuğunun dünyaya gelişini temsil eden doğum gününe ve ilk yaş günü kutlamasına değer atfetmiş ve bu kapsamda ilgili kutlamayla ilgili yaptığı alışverişlerde özen göstererek göze hitap eden ve kaliteli ürünler tercih ettiğine değinmiştir.

Naz için de çocuğunun doğum mevlidi ile ilgili yaptığı alışverişlerde, çocuğuna duyduğu sevgiyi ve değeri görmek mümkündür. Bu kapsamda ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimleri, alışveriş deneyimlerine de yansıtan Naz, alışveriş sürecinde *“en güzeli olsun en iyisi olsun”* düşüncesiyle satın alım kararları verdiğine değinmiştir. Aynı zamanda seçtiği ürünlerde kaliteliliği ön plana çıkaran Naz bu anlamda maliyeti bir kısıt olarak görmediğini de ifade etmiştir:

Açelya ise, çocuğunun ilk yaş günü ile ilgili alışveriş sürecinde kalite ve güven odaklı, görece uygun fiyatlı satın alımlar yaptığını, fiziksel ve online mağazaların güvenilirliği açısından araştırma süreciyle alışverişlerini şekillendirdiğini ifade etmiştir. Dolayısıyla alışveriş sürecine yaklaşımını *“uygun fiyata da dikkat etmeye çalıştık ama en çok kalite ve güven”* şeklinde ifade eden Açelya’nın ritüele yüklediği sembolik anlamı, ritüel etkinliğe yönelik alışverişe yüklenen anlam ile ilgili deneyimlerde de gözlemlemek mümkündür.

Meltem de çocuğunun ilk yaş günü için gerçekleştirdiği alışveriş sürecinde, doğum günü pastasıyla ilgili *“Şeklini düşünüyorsun onu çocuğuna aksettirmeye çalışmak gibi bi şey aslında onunla örtüştürüyorsun pastayı bile. Çocuğunun kişisel özelliklerine göre düşünüyorsun pastayı sevdiği bi renk mi neyi sever neyi beğenir ona daha çok benzeyeni bulmayı çalışıyorsun.”* ifadeleri çocuğu ile doğum günü pastasının sembolik olarak etkileşiminin alışveriş sürecine yansımalarını göstermektedir. Aynı zamanda Meltem, çocuğuyla ilgili özel güne yüklediği özel anlamı ise, *“çocuğunun birinci yaş pastasını almak daha heyecanlı oluyo sıradan bi pasta almak yemek gibi aynı olmuyo”* ifadesi ile paylaşırken, ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimi tüketim eylemlerine yansıtmıştır.

Katılımcılardan Sümbül, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasına hazırlık sürecinin taşıdığı anlamı *“keyifliydi çok keyifliydi ya onun için onlara bakmak, onlar için kafa yormak, sırf onun için bir şey yapmak gezmek bakmak, heyecandı, mutluluktur”* cümlesiyle yansıtmıştır. Bu kapsamda ilgili ürünlerin alışverişi öncesinde fiziksel ve online mağazalarda araştırmalar yaparak hem göze hitap eden hem kaliteli hem de uygun fiyatlı ürünleri tercih eden Sümbül, anı değeri taşıyacak ürünlere de önem vermiştir. Dolayısıyla Sümbül için çocuğunun özel gün kutlamalarındaki *“biraz ürününü niteliği çeşidi, sonra biraz kalite, güvenilirlik ve en son da fiyat”* düsturu ile gerçekleştirdiği alışveriş sürecinin, diğer gün alışverişlerine nazaran daha özenli gerçekleşmesi, ritüelle ilişkili yaşadığı deneyimin sembolik anlamının tüketim eylemlerine yansımalarıdır.

Esen ise, çocuğunun ilk yaş gününe hazırlık sürecindeki alışverişlerin sıradan günlerden farklı ve özel bir anlama sahip olduğunu *“çocuğumun ilk yaş günü olduğu için özel bi gündü o yüzden en iyisi en güzeli olsun istedim”* şeklinde ifade etmiştir. Alışveriş sürecindeki satın alımlarda ise, *“parasının bi önemi yoktu, sağlık hepsinden önemli”* ifadesiyle kaliteli ve göze hitap eden ürünleri tercih ettiğini belirten Esen’in bu yolla ritüelle ilişkili yaşadığı alışveriş deneyimini, çocuğuna ve ritüele yüklediği özel anlam perspektifiyle görmek mümkündür.

Ritüelle ilişkili sembolik deneyimler ile alışveriş deneyimleri arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 21 aşağıda sunulmaktadır (OpenAI, 2024). Bu diyagram, sembolik deneyimlerin alışveriş deneyimlerini nasıl beslediğini ve ritüel etkinliklere yüklenen anlamın tüketim ve alışveriş sürecine yansımalarını göstermektedir.

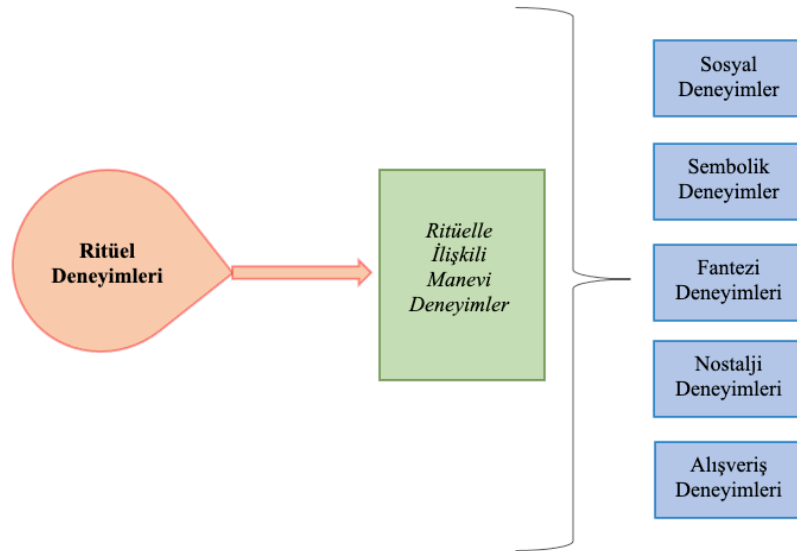
Tablo 21. Ritüelle İlişkili Sembolik Deneyimler ve Alışveriş Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Sembolik Deneyim	Alışveriş Deneyimi	İfade Örnekleri
Duygu	Çocuğunun ilk yaş günü	Çocuğun ve ritüelin özel bir anlam taşıması	Özel anlam yükleme	"bambaşka duygularla bambaşka bi anlam yükleyerek"
Esmâ	Özel gün kutlamaları	Çocuğun ve ritüelin özel bir anlam taşıması	Özel hissetme	"normal zamana göre farklar vardı"
Melahat	İlk yaş günü	Çocuğun ve ritüelin özel bir anlam taşıması	Özenli satın alımlar	"çocuklarının en özel günü için alışveriş yapıyorsunuz"
Hande	İlk yaş günü	Ritüelin çocuğun dünyaya gelişini temsil etmesi	Göze hitap eden ve kaliteli ürünler	"özen göstererek"
Naz	Doğum mevlidi	Ritüelin çocuğa olan sevgiyi temsil etmesi	Kalite ve güven	"en güzeli olsun en iyisi olsun"
Açelya	İlk yaş günü	Çocuğun ve ritüelin özel bir anlam taşıması	Kalite ve güven odaklı	"uygun fiyata da dikkat etmeye çalıştık"

Meltem	İlk yaş günü	Çocuğun ve ritüelin özel bir anlam taşıması	Özelleştirilmiş ürünler	"birinci yaş pastasını almak daha heyecanlı oluyo, şeklini çocuğuna aksettirmeye çalışmak gibi."
Sümbül	İlk yaş günü	Çocuğun ve ritüelin özel bir anlam taşıması	Anı değeri taşıyan, kalite ve güven odaklı ürünler	"keyifliydi, heyecandı, mutluluktan"
Esen	İlk yaş günü	Ritüelin özel bir anlam taşıması	Göze hitap eden, kaliteli ve sağlıklı ürünler	"parasının bir önemi yoktu, sağlık hepsinden önemli"

4.1.3.3. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ile Diğer Deneyimler Arasındaki Örüntüler

Bireylerin yaşam içinde manevi değerleri benimsemeleri ve maneviyatın yaşam tarzlarını temsil etmesi, günlük yaşam içinde yaşayacakları diğer deneyimlerin çerçevesini çizmede önemli bir role sahip olabilir. Bu bağlamda katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadıkları manevi deneyimlerin, diğer deneyimleri şekillendireceği açıktır. Araştırma kapsamında ritüelle ilişkili manevi deneyimlere önem veren katılımcıların, ritüelle ilişkili diğer eylemleri ve yaşanacak deneyimleri de bu perspektifte şekillendirdiği görülmektedir. Bu yüzden bu katılımcıların, diğer deneyimleri ne ölçüde yaşadığına yönelik bir bakış açısı sağlanması amaçlanmıştır. Sırasıyla öncelikle manevi deneyimi yüksek olan katılımcılara ifade örnekleriyle yer verilmiş ve ardından diğer deneyimlerle olan ilişkileri ortaya konmuştur. Aşağıda Şekil 29, ritüelle ilişkili manevi deneyimlerin ilişkili olduğu deneyim türlerinin bir diyagramını sunmaktadır.



Şekil 29. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ve Diğer Deneyimler Arasındaki İlişki

Özellikle manevi eksenli ritüelleri kutlama pratiklerinde, manevi deneyimlerin, ritüelin atmosferini ve kişiler arası dinamikleri daha anlamlı kılacağı ifade edilebilir. Bu kapsamda

katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadıkları manevi deneyimlerin, ritüelle ilişkili sosyal deneyimlerde rol oynadığı görülmektedir.

Katılımcılardan Aysel, “hem bebeğin hem annenin sağlıklı olarak atlatıp dualarla güzel temennilerin olduğu ilk dönem” olarak ifade ettiği kırk uçurma ritüelinin, dualar ve iyi dileklerle, çocuğu ile manevi bir ilişki kurmalarına zemin hazırladığını ifade ederek, ritüelin çocuğu ile arasındaki etkileşimi manevi açıdan beslediğini yansıtmıştır.

Zehra da çocuğunun kırk uçurma ritüelinin barındırdığı manevi atmosferi, “ailecek de güzel şekilde manevi ortak noktada buluşmuş oluyorsun” ifadesiyle betimleyerek, bu yolla aile ilişkilerinin beslendiğini ifade ederken ritüelle ilişkili yaşadığı manevi deneyimlerin sosyal deneyimlerle ilişkisini ortaya koymuştur.

Katılımcılardan Çisem ise, çocuğunun mevlitli kırk uçurma etkinliğine manevi ritüeller ve değerlerle gerçekleştirmiş olmanın kendisi için anlamını “ailecek manevi duygularımızı canlandıran bir etkinlik” ifadesiyle yansıtmıştır. Dolayısıyla Çisem için ritüelle ilişkili yaşadığı manevi deneyimlerin, ritüelle ilişkili sosyal deneyimlerdeki yansımalarını görmek mümkündür.

Cennet ise, çocuğunun diğ buğdayı ritüeline yönelik “anne ile çocuğun bağına da böyle manevi güzel temennilerle güçlendiriyö” ifadesi, ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyimlerle manevi deneyimler arasındaki ilişkiyi ortaya koymuştur.

Sultan, çocuğunun kırk uçurma ritüelinin anne ile çocuk arasında manevi bir duygu geliştirdiğine “temizlenme, arınma ve manevi duygularla çocuğumla ortak olarak aynı duyguda buluşarak yapmış olmak” ifadesi ile değinmiştir. Bu anlamda Sultan’ın ritüelle ilişkili yaşadığı manevi deneyimlerin çocuğu ile kurduğu sosyal etkileşimi beslediğini söylemek mümkündür.

Ritüelle ilişkili manevi deneyimler ile sosyal deneyimler arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 22 aşağıda sunulmaktadır (OpenAI, 2024). Bu diyagram, manevi deneyimlerin sosyal deneyimlerini nasıl beslediğini ve ritüel etkinliklere yüklenen manevi anlamın sosyal etkileşimlere yansımalarını göstermektedir.

Tablo 22. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ve Sosyal Deneyimler Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Manevi	Sosyal	Örnek İfadeler

		Deneyimler	Deneyimler	
Aysel	Kırk Uçurma	Dualar, İyi Dilekler	Manevi İlişki	“Hem bebeğin hem annenin sağlıklı olarak atlatıp dualarla güzel temennilerin olduğu ilk dönem”
Zehra	Kırk Uçurma	Manevi Ortak Nokta	Aile İlişkileri	“Ailecek de güzel şekilde manevi ortak noktada buluşmuş oluyorsun”
Çisem	Kırk Uçurma	Manevi Duygular	Manevi Atmosfer	“Ailecek manevi duygularımızı canlandıran bir etkinlik”
Cennet	Diş Buğdayı	Manevi Temenniler	Anne-Çocuk Bağı	“Anne ile çocuğun bağına da böyle manevi güzel temennilerle güçlendiriyö”
Sultan	Kırk Uçurma	Manevi Duygular	Anne-Çocuk Etkileşimi	“Temizlenme, arınma ve manevi duygularla çocuğumla ortak olarak aynı duyguda buluşarak yapmış olmak”

Manevi unsurlarla şekillenen ritüel etkinliklerde, kişinin iç dünyasındaki manevi duyguların özel gün kutlamalarına yüklenen anlamı derinleştireceği ifade edilebilir. Dolayısıyla katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadığı manevi deneyimlerin, ritüelle ilişkili sembolik deneyimler perspektifinden yansımaları dikkat çekmektedir.

Katılımcılardan Defne, “yaşam içinde her zaman birinci önceliğimiz, yediğimiz her şeyin helal ve temiz olmasıdır. O yüzden kutlamada da yiyecek konusunda bu benim için çok önemlidir.” düsturu ile çocuğunun ilk yaş günü pastasında, manevi yaşam tarzını çocuğuna yüklediği değere yansıtmıştır. Yaş pastanın fotoğrafına yönelik yaptığı “Bu fotoğraf aslında benim hayatımda dikkat ettiğim helal gıdayı temsil ediyor” ifadesi de Defne’nin ritüelle ilişkili yaşadığı manevi deneyimlerin sembolik deneyimler ile ilişkisini göstermektedir.

Cennet, özel gün etkinliklerinin manevi eksenli gerçekleştirilmesinin yaşamındaki inançları temsil ettiğini “Dualarla yapılan bir etkinlik var ortada yani. Bizim inancımız gereği bence böyle olması daha doğru gibi hissediyö insan” ifadesi ile yansıtarak, ritüelle ilişkili manevi deneyimlerin yaşam tarzı temsili ile sembolik tarafını ortaya çıkarmıştır:

Çisem de çocuğu için gerçekleştirdiği “manevi bir atmosfer” kavramı ile ifade ettiği mevlitli kırk uçurma ritüelinin, yaşam tarzlarını temsil ettiğini ifade etmiştir. Dolayısıyla Çisem için ritüelle ilişkili yaşadığı manevi deneyimin, ritüelle ilişkili sembolik deneyim ile örtüştüğü görülmektedir.

Melahat açısından da çocuklarının özel günlerinde gerçekleştirdiği manevi temalı etkinlikleri “bunlar benim için hep bi basamak yani o çocuğumu yetiştirmemdeki ona önem vermem demek” ifadesiyle yansıtmış ve böylelikle çocuklarına duyduğu sevgiyi ritüelle ilişkili manevi deneyimlerin ile sunmuştur.

Duygu ise, çocuğunun diş bulguru ritüelini dualı bir biçimde gerçekleştirmiş olmayı “manevi haz kaynağı” olarak ifade ederken, ritüele yüklediği anlamı maneviyatla temsil etmiştir.

Katılımcılardan Sultan, popülerleşen kutlamaların dini israf boyutuna değinmiş, bu kapsamda benimsediği manevi düstura *“İnançlı insanlarız. İsrafın haram olduğunu düşünüyoruz. Ben bunların hem bi yandan zaman israfı, hem bi yandan madden para israfı olduğunu düşünüyorum”* ifadeleriyle göndermelerde bulunarak kutlamalara yüklediği sembolik anlamı manevi yaşam tarzı perspektifinden yansıtmıştır:

Katılımcılardan Nur ise, popüler eksenli özel gün etkinliklerinin manevi inancı ile ters düşüğünü *“Rabbimin gücüne gitmesin yaptım kutlamaları da. Ama bu doğum günü falan bizim kendi adetimiz değil ya o yüzden.”* ifadesi ile dile getirmiştir. Bu anlamda Nur’un özel gün etkinliklerini gerçekleştirmesinin arka planında, ritüelle ilişkili yaşadığı manevi deneyimlerin ve çocuğuna yüklediği sembolik anlamın olduğunu, *“Rabbimin verdiği hediyelerin mutluluğunu yaşamak için onu yaptım. Onların şükürü için yaptım biraz”* ifadesi ile görmek mümkündür.

Ritüelle ilişkili manevi deneyimler ile sembolik deneyimler arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 23 aşağıda sunulmaktadır (OpenAI, 2024). Bu diyagram, manevi deneyimlerin sembolik deneyimlerini nasıl beslediğini ve ritüel etkinliklere yüklenen manevi anlamın sembolik yansımalarını göstermektedir.

Tablo 23. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ve Sembolik Deneyimler Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Manevi Deneyimler	Sembolik Deneyimler	Örnek İfadeler
Defne	Yaş Günü Pastası	Helal ve Temiz Yiyecekler	Sembolik Temsil	“Bu fotoğraf aslında benim hayatımda dikkat ettiğim helal gıdayı temsil ediyor”
Cennet	Özel Gün Etkinliği	Dualar	İnanç Temsili	“Dualarla yapılan bir etkinlik var ortada yani. Bizim inancımız gereği bence böyle olması daha doğru gibi hissediyorum insan”
Çisem	Kırk Uçurma	Manevi Atmosfer	Yaşam Tarzı Temsili	“Manevi bir atmosfer” kavramı ile ifade ettiği mevlitli kırk uçurma ritüeli, yaşam tarzlarını temsil ediyor”
Melahat	Özel Gün Etkinliği	Manevi Temalar	Çocuk Yetiştirme	“Bunlar benim için hep bi basamak yani o çocuğumu yetiştirmemdeki ona önem vermem demek”
Duygu	Diş Bulguru	Manevi Haz	Manevi Anlam	“Manevi haz kaynağı” olarak ifade etme
Sultan	Kırk Uçurma	İsraf ve İnanç	Manevi Yaşam Tarzı	“İnançlı insanlarız. İsrafın haram olduğunu düşünüyoruz. Ben bunların hem bi yandan zaman israfı, hem bi yandan madden para israfı olduğunu düşünüyorum”
Nur	Özel Gün Etkinliği	Manevi İnanç	Sembolik Anlam	“Rabbimin verdiği hediyelerin mutluluğunu yaşamak için onu yaptım. Onların şükürü için yaptım biraz”

Ritüelle ilişkili manevi deneyimlerin, ritüelle ilişkili fantezi deneyimlerinde rol oynayacağı ifade edilebilir. Özellikle katılımcıların ritüelle ilişkili yaşadığı manevi deneyimlerin, içsel

olarak güzel duygular uyandırması, ritüelle ilişkili fantezi deneyimlerinin yaşanmasına zemin hazırlamaktadır.

Çocuğunun kırk mevlüdünde yaşadığı mutluluk dolu anları “*pembe bir kalp*” benzetmesi ile “*kalp çarpıntıları ve heyecan*” hisleri ile tarif eden Çisem’in ritüelle ilişkili yaşadığı manevi deneyimin, fantezi deneyimine yansımaları görülmektedir.

Defne için ise, ritüelle ilişkili yaşadığı manevi deneyimlerin fantezi deneyimlerinde gözlemlenmesi yüksek düzeydedir. Katılımcının “*Hem ailem için en güzelini, en temizini seçmeye çalıştığım için ve özellikle kızımın birinci yaş gününde burda bu imkânlarla erişim sağlayarak yaş pastasını en temiz şekilde yaptırdığım için kendi adıma çok mutlu olduğumu söyleyebilirim.*” ifadesi, Defne’nin ritüelle yüklediği manevi anlamın hislerine yansımalarını temsil etmektedir.

Ritüelle ilişkili manevi deneyimler ile fantezi deneyimler arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 24 aşağıda sunulmaktadır (OpenAI, 2024). Bu diyagram, manevi deneyimlerin sembolik deneyimlerini nasıl beslediğini ve ritüel etkinliklere yüklenen manevi anlamın duygusal yansımalarını göstermektedir.

Tablo 24. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ve Fantezi Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Manevi Deneyimler	Fantezi Deneyimleri	Örnek İfadeler
Çisem	Kırk Mevlidi	Kalp Çarpıntıları, Heyecan	Fantezi Duygular	“Pembe bir kalp benzetmesi ile kalp çarpıntıları ve heyecan hisleri ile tarif edilen mutluluk”
Defne	Yaş Günü Pastası	Manevi Temiz Seçim	Fantezi Mutluluk	“Kendi adıma çok mutlu olduğumu söyleyebilirim.”

Ritüelle ilişkili manevi deneyimlerin, nostalji deneyimi ile birlikte ileride hatırlanmaya değer anı biriktirme sürecinde rol oynadığı ifade edilebilir. Katılımcılardan Çisem açısından, manevi eksenli gerçekleştirdiği ritüelin, nostalji deneyiminde kendini göstermesi bu duruma örnek teşkil etmektedir.

Bu kapsamda Çisem, mevlitli kırk çıkarma ritüelini, manevi unsurlarla aile çevresiyle paylaşmanın hatıra değeri taşımasının önemine değinirken, ritüelle ilişkili yaşadığı manevi deneyimin yansımalarını yaşadığı nostalji deneyimi ile “*Hani zaten bence o günü şimdi bugüne taşımış olmak için böyle şeyler önemli, anıyı hem paylaşmak hem saklamak açısından zihnimizde*” ifadesiyle taçlandırmıştır.

Ritüelle ilişkili manevi deneyimler ile nostalji deneyimler arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 25 aşağıda sunulmaktadır (OpenAI, 2024). Bu diyagram, manevi deneyimlerin sembolik deneyimlerini nasıl beslediğini ve ritüel etkinliklere yüklenen manevi anlamın anı yansımalarını göstermektedir.

Tablo 25. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ve Nostalji Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Manevi Deneyimler	Nostali Deneyimleri	Örnek İfadeler
Çisem	Kırk Uçurma	Manevi Anı	Nostalji	“O günü şimdi bugüne taşımış olmak için böyle şeyler önemli, anıyı hem paylaşmak hem saklamak açısından zihnimizde”

Ritüelle ilişkili manevi deneyimlerin, ritüelle etkinliklere yönelik alışverişe yüklenen anlam ve tüketim deneyimleri ile ilişkisi ortaya konabilir.

Kutlamalarda kullanılacak gıda malzemelerinin temiz ve helal sertifikalı olması için özen gösteren Defne, bu anlamda manevi anlamdaki bakış açısını tüketim eylemlerine yansıtmıştır. Gereken ürün ve malzemeleri satın alım sürecinde de manevi yaşam tarzlarına uygun firmalar tercih eden Defne; temiz, kaliteli ve görece uygun fiyatlı ürünler tercih ettiklerini ifade etmiştir.

Çisem ise, çocuğunun kırk mevlüdüyle ilgili satın alım sürecinde uygun fiyatlı alışveriş yapmaya dikkat ettiğine değinmiştir.

Ritüelle ilişkili manevi deneyimler ile nostalji deneyimler arasındaki örüntüler, araştırma bulgularından faydalanılarak ChatGPT aracılığıyla özetlenmiştir. Bununla ilgili Tablo 26 aşağıda sunulmaktadır (OpenAI, 2024). Bu diyagram, manevi deneyimlerin sembolik deneyimlerini nasıl beslediğini ve ritüel etkinliklere yüklenen manevi anlamın tüketim ve alışveriş sürecine yansımalarını göstermektedir.

Tablo 26. Ritüelle İlişkili Manevi Deneyimler ve Alışveriş Deneyimleri Arasındaki İlişki

Katılımcı	Ritüel	Manevi Deneyimler	Alışveriş Deneyimleri	Örnek İfadeler
Defne	Kutlama Malzemeleri	Temiz ve Helal Yiyecekler	Tüketim Seçimleri	“Temiz, kaliteli ve görece uygun fiyatlı ürünler tercih ettiklerini ifade etmiştir”
Çisem	Kırk Mevlidi	Uygun Fiyatlı Alışveriş	Tüketim Bilinci	“Uygun fiyatlı alışveriş yapmaya dikkat ettiğine değinmiştir”

4.1.3.4. Ritüelle İlişkili Deneyimler ile Ritüele Olan Bağlılık Arasındaki Örüntüler

Ritüelle ilişkili yaşanan deneyimlerin arka planında, katılımcıların ritüele olan bağlılık duygularının yansımalarını görmek mümkündür. Bu kapsamda katılımcıların, çocukları için gerçekleştirdikleri özel gün etkinliklerinde yaşadıkları deneyimlere atfettikleri önem nisbetinde, ilgili ritüel etkinliğe olan bağlılık duygularının da şekillenebileceği ifade edilebilir. Bu bölümde, yaşadıkları deneyimlerden görece ön plana çıkardıkları ritüel deneyimlere ve katılımcıların ritüele olan bağlılık düzeyiyle ilgili yorumlara yer verilmiştir.

Katılımcılardan Melahat, çocuklarının özel günlerinde gerçekleştirdiği kutlamaların arka planında yatan anlamın, onlara verdiği kıymet ve sevgi ile şekillendiğini ifade etmiştir. Bu anlamda “*çocuklara bişey yaptıkça kendim için de hediye olmuş oluyo*” sözü ile de ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimi öne çıkarmıştır. Aynı zamanda Melahat, yaşam içinde kişilerin özel zamanlarının küçük sürprizlerle ve kutlamalarla taçlandırılması gerektiğine değinmiş, özel gün etkinliklerinin sevgiyi yansıttığını ifade ederek ritüellere olan bağlılığını yansıtmıştır.

Hande ise, çocuğu ile ilgili özel zaman dilimlerinde gerçekleştirdikleri kutlamaların, sevdikleriyle bir araya gelme ve etkileşim kurma fırsatı sunduğunu belirterek, ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyimi “*Sevdiklerinle birlikte en sevdiğin şeyin varlığını kutluyosun, doğduğu günü kutluyosun...Böyle ailenle, eşinle, dostunla, arkadaşlarınla o günü kutlarken o paylaşımı, o şeyi hissetmişim mesela duygu olarak...*” ifadeleriyle öne çıkarmıştır. Dolayısıyla Hande’nin, özel günlerin, kişi için ileride anı değeri taşıyacak kutlamalar anlamını ifade ettiğini ve sevdikleri ile paylaşılan bu günlerin bu nazarla da önem taşıdığını yansıtmaması ritüellere olan bağlılığının bir göstergesidir.

Benzer şekilde Çisem de özel gün etkinliklerini severek gerçekleştirdiğini ve bunların anı olarak insanın yaşamında önemli dinamikler olduğunu ifade ederek kutlamalara yönelik bağlılığını yansıtmıştır.

Benzer şekilde Zehra da özel günlerin aile çevresiyle ve arkadaş çevresiyle kutlanmasının aradaki ilişkisel bağları beslediğine “*Aile içerisindeki bağı kuvvetlendiriyor...Bu kutlamalar ailenin hepsini bir araya topladığı için tabi ki çok kıymetli*” ifadesiyle değinerek ritüele yüklediği anlamı sosyal ilişkili ve sosyal etkileşim yaşatmasından ötürü öne çıkarmıştır. Aynı zamanda Zehra özel günleri sade ve minimal bir biçimde anı olarak kalması için gerçekleştirdiklerini; bununla birlikte bağlılık duygusu yüksek bir yaklaşım benimsemeyerek çocuklarını da bu nazarla yetiştirdiklerini ifade etmiştir.

Katılımcılardan Aysel, etkinliklerin özellikle arkadaş çevresiyle olan etkileşimde rol oynayarak sosyalleşme fırsatı sunduğu yönlü “*Sosyalleşme imkânın oluyo bir araya geliyosun arkadaşlarınla güzel oluyo yani*” şeklindeki ifadesi, ritüelle ilişkili deneyimlerde sosyal ilişki ya da sosyal etkileşim deneyimlerini öne çıkarmaktadır. Aynı zamanda Aysel’in özel günlerdeki kutlamaların günlük rutinden kaçış fırsatı sunarak mutluluk ve heyecan vermesinden dolayı önemli olduğunu ifade etmesi, bu kapsamda ritüele olan bağlılığını yansıtmıştır.

Açelya için de çocuğunun ilk yaş günü kutlaması, ailecek bir arada olmayı, çocuğunun sağlıklı ilk yaşını tamamlamasını ve yaşam tarzlarını temsil etmesinden dolayı, ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimin öne çıktığı ifade edilebilir. Dolayısıyla Açelya, kutlamaların özellikle çocuklar için mutluluk verici birer anı olduğunu, ailecek bu tür etkinliklerin eğlendirici ve mutluluk verici anları barındırdığını ifade ederken, özel gün kutlamalarına yönelik orta düzeyde bağlılığını dile getirmiştir.

Sultan, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasının çocuğuna duyduğu sevgiyi yansıttığını; kırk uçurma etkinliğinin ise, anne ve çocuk açısından sağlıklı geçen zamanı ve aralarındaki etkileşimi temsil ettiğine “*Birlikte yaptığın, beraber ortak bi çalışma, ilki. Bu benim için o yüzden kıymetli.*” ifadesiyle değinerek ritüellerin sembolik olarak özel bir anlam taşıdığını belirtmiştir. Bununla birlikte Sultan, yaşam içindeki özel günlere sıkı sıkıya bir sadakat ve bağlılık duygusuyla yaklaşmadığını; ancak çocukları eksiklik duygusu yaşamamasın ve mutlu olsun diye bu tarz kutlamaları gerçekleştirdiğini dile getirmiştir.

Benzer şekilde Naz ise, özel gün kutlamalarının hem çocuğa hem anneye duyulan sevgiyi yansıtmaya açısından bir fırsat sunduğunu belirtmiştir. Özellikle o güne özel hazırladığı hediyeliklerin kendi sevgisini yansıtmaya aracı olduğunu, yakın çevresiyle hediyeleşmesinin ise karşılıklı sevgiyi temsil ettiğini ifade etmiştir. Bu açıdan Naz, anne-çocuk-misafir eksenli etkileşimli bir sevgi temsiliyle ritüele yüklediği sembolik anlamı ön plana çıkarmıştır.

Naz aynı zamanda, çocuğunun doğum mevlidi için gerçekleştirdikleri kutlamayı aile, akraba ve arkadaş çevresiyle bir arada olmaktan dolayı duyduğu memnuniyeti “*Bütün sevdiklerimiz bir araya gelmişti çok mutlu olmuştum. Sevdiklerimle birlikte olmak onlarla birşey paylaşmak hala çok hoşuma gider O özel anı herkesle paylaşmak istemiştım.*” şeklinde dile getirirken bu yolla yaşadığı sosyal ilişki ve sosyal etkileşim deneyimine gönderme yapmaktadır. Bununla birlikte Naz, özel gün etkinliklerinin kişinin sevdiğine verdiği değerin bir ifadesi olduğunu, bu

yüzden bu kutlamaların çevresindeki kişiler açısından da çocuklarına verdiği değeri temsil ettiğine değinmiştir. Çocuklarının mutluluğunu temenni ederek özel gün etkinliklerine önem verdiğini belirten Naz, aynı zamanda bu tarz kutlamaların kendi mutluluğunu da tesis ettiğine değinerek kutlamalara olan bağlılığını bu yönüyle de ortaya koymuştur.

Katılımcılardan Sümbül, ilk yaşı için bireyleşmeyi ve büyümeyi temsil ettiği için doğum gününe özel bir anlam yüklediklerini belirtmiştir. Bu kapsamda Sümbül, çocuğunun ilk yaş günündeki fotoğrafına yönelik yaptığı “*tek boynuzlu unicorn at*” benzetmesiyle çocuğuna ve ilk yaş gününe yüklediği eşsiz ve özel anlamı, sembolik olarak yansıtmıştır. Dolayısıyla Sümbül de özel günlerin çocuklar için ileriki zamanlarda çocukluğu ile ilgili mutlu birer anı temsil etmesine değinmiş, çocuğuna verdiği değerle mutluluk dolu hisler yaşaması için özel gün kutlamalarına olan bağlılığını yansıtmıştır.

Katılımcılardan Duygu, kutlamalara ilişkin yaptığı “*çocuğunuzun mutlu günü bi kitap olsaydı, o kutlamalar o kitaptaki cümlelerin altını çizen bi kalem olurdu*” benzetmesi ile, çocuğunun özel günleri ile ilişkili kutlamalara yüklediği sembolik anlamı ve yaşadığı deneyimin sembolik yönünü güçlü bir biçimde ortaya koymuştur. Aynı zamanda çocuğunun ilk yaş gününün çocuğuna kavuştuğu günü temsil etmesinden dolayı önemli olduğunu ifade ederek, ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimi öne çıkarmıştır. Bu kapsamda Duygu, çocuğuyla ilgili özel günlerin kendisi için özel bir anlam ifade ettiğini ve o günleri her yaşta özel bir şekilde kutlamaya önem verdiğini belirterek, ritüele yönelik bağlılığını ortaya koymuştur.

Esmâ, çocuğuna verdiği kıymeti, özenli ve eksiksiz hazırlanılan kutlamalarla yansıttığını, “ona verdiğimiz kıymeti yansıtabileceğimiz anlardı hepsi.” ifadesi ile belirterek bu anlamda özel gün etkinliklerine yüklediği sembolik anlamı öne çıkarmıştır. Aynı zamanda Esmâ, çocuk sahibi olmanın ve çocuğunun kendisi için ifade ettiği özel anlamların gereği olarak ritüel etkinlikler gerçekleştirmeye gönüllü olduğunu belirterek, bu kapsamda özel gün etkinlikleriyle ilgili bağlılığını ortaya koymaktadır.

Esen ise, çocuğunun ilk yaş günü kutlamasına hazırlık sürecinde çocuğu ile zaman geçirme ve etkileşim kurma deneyiminden ötürü, kendisi için en özel kutlamanın doğum günü olduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla ritüelle ilişkili sosyal ilişki ya da sosyal etkileşim deneyimlerinin bu katılımcı için öne çıktığı söylenebilir. Aynı zamanda Esen’in “anne emeğini taşıdığını ve değerlerimizi taşıyor” diyerek ifade ettiği doğum günü kutlamasına yüklediği sembolik anlam da öne çıkmıştır. Bununla birlikte Esen de çocuğu ile ilgili özel gün etkinliklerine önem

verdiğini; ancak özellikle ilk yaş kutlamasına verdiği önemi biraz abartılı bulduğunu dile getirerek, ilerleyen zamanlarda daha sade de olsa bu kutlamaları gerçekleştireceğini ifade etmiş ve bu yolla ritüele olan bağlılığını ortalama yönlü de olsa yansıtmıştır.

Defne, çocuğuyla ilişkili kutlamaların hazırlık sürecinde, temizliğe ve helallığe önem verdiğini belirtmiştir. Bu yüzden etkinliklerin manevi yaşam tarzlarına uygun olmasına dikkat ettiğine ifade ederek, bu yönüyle ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimi öne çıkarmıştır. Aynı zamanda Defne, çocuğunun ilk yaş gününde ailesi ve akrabalarıyla bir arada olmanın ve bu tarz kutlamaların aile içi sosyal ilişkileri beslediğine değinirken bir anlamda ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyime atfettiği önemi *“kızımın yaş gününü özellikle ailemle kutlayabildiğim için muthuyum”* ifadesiyle ortaya koymuştur.

Bununla birlikte Defne, katılımcılardan farklı şekilde, kültürel ve manevi açılardan bu tarz kutlamaların özellikle yabancı kültür eksinli olanlarına pek de sıcak bakmadığı yönünde görüş bildirerek, ailecek anı değeri taşıması için gerçekleştirmeye önem gösterdiğini ifade etmiştir. Bu açıdan özel gün etkinliklerin yabancı kültürden esinlenen formlarına orta halli bir bağlılık örneği gösterirken, manevi eksenli etkinliklere yaşam tarzı ile de uyum gösterdiği için daha ziyade bağlılık yansıtmıştır.

Cennet, çocuğu için gerçekleştirdiği dış buğdayı ritüelinin, kültürel ve manevi bir geleneği temsil ettiğini; aynı zamanda ailede onaylanma ve kabul görme açısından öneme sahip olduğunu, *“Sen o geleneği kabul ettiğin için akıllı bi gelin oluyosun, kabul etmişsin onların tavsiyelerini, sen akıllı başında bi gelinsin.”* ifadesiyle belirterek ritüelle ilişkili yaşadığı sembolik deneyimi ortaya koymuştur. Aynı zamanda Cennet, özel gün etkinliklerine bir anlam yüklenmediğini, kendi doğum günlerini kutlamadıklarını ancak çocuklarının isteğine ayak uydurmak için bu tarz kutlamaları onlar için gerçekleştirdiklerini ifade etmiştir. Bu bağlamda özel gün etkinliklerine yalnızca ileride anı olarak kalacak anlar olarak baktığını belirten Cennet, kutlamalara yönelik düşük düzeyde bir bağlılık yansıtmıştır.

Meltem de ilk yaş günün çocuk için bireyleşmeyi temsil ettiğine göndermelerde bulunmuş; ritüelle ilişkili yaşadığı sosyal deneyimi çocuğunun ilk yaş günü kutlamasında ait paylaştığı fotoğrafın *“ailenin bir arada olma özelliğinden dolayı özel olduğu düşüncesiyle yansıtmış, aile çevresi ve arkadaş çevresiyle bir arada olmanın, aralarındaki aile iletişimini ve sosyal etkileşimi ifade ettiğini belirtmiştir.*

Aynı zamanda Meltem, Cennet ile benzer şekilde ama daha kuvvetli bir biçimde özel gün etkinliklerini gereksiz bulduğunu yansıtarak ritüele olan bağlılığı en düşük düzeyde yaşayan katılımcı olarak kendini göstermektedir. Özellikle popüler eksenli kutlamaların zaman ve para açısından gereksiz masraf olduğunu; ancak ailelerin isteği ile gerçekleştirdiğini ve daha sonra tekrar yapmak istemediğini belirtmiştir.

Zeynep, doğum günü gibi özel günlerin aileyi bir araya getirme ve gerek çocukla gerekse de aile üyeleri arasında kurulan sosyal ilişkiler açısından bir fırsat sunduğunu ifade etmiş, çocuğu ile ilgili kutlamaları sosyal deneyimler yaşama açısından öne çıkarmıştır. Zeynep de bu tarz kutlamaların yalnızca aile bağlarını kuvvetlendirmesinden dolayı önemli olduğunu dile getirerek ritüele olan bağlılığını bu yönüyle ön plana çıkarmıştır.

Katılımcılardan Nur da özel gün etkinliklerinin kendisi için çocuğunun sağlıklı dünyaya gelişini temsil etmesinden ötürü bir anlam taşıdığını ifade etmiştir. Aynı zamanda bu tarz günlerin Allaha şükretme anlamıyla kutlamalara dönüştüğünü belirterek, ritüele yönelik orta düzeyde bir bağlılık göstermiştir. Aşağıda ChatGPT yardımıyla (OpenAI, 2024), oluşturulan Tablo 27, ritüele olan bağlılık düzeyinin katılımcılar açısından sırasıyla yüksek, orta ve düzeyler ile özetlendiği bir hali, daha net bir çıkarım yapmaya olanak tanımaktadır.

Tablo 27. Katılımcıların Ritüele Olan Bağlılık Düzeyi

Katılımcı	Ritüele Olan Bağlılık	Yorumlar
Duygu	Yüksek	Çocuğun mutlu günü bi kitap olsaydı, o kutlamalar o kitaptaki cümlelerin altını çizen bi kalem olurdu
Ema	Yüksek	Çocuğa verdiği kıymeti, özenli ve eksiksiz kutlamalarla yansıttığını ifade etmesi.
Melahat	Yüksek	Çocuklara yönelik kutlamaların arka planındaki anlamın kıymet ve sevgi ile şekillendiği.
Hande	Yüksek	Özel zaman dilimlerinde sevdikleriyle etkileşim kurma fırsatı sunması.
Naz	Orta	Kutlamaların sevgi temsili olduğunu, çocuklarının mutluluğunu temenni ettiğini belirtmesi.
Açelya	Orta	Çocuğunun ilk yaş gününün sembolik bir deneyim olarak önemini ifade etmesi.
Sümbül	Orta	İlk yaşı çocuk için bireyleşmeyi temsil ettiğini, çocukluğu ile ilgili mutlu anılar sunduğunu ifade etmesi.
Çisem	Orta	Özel günlerin anı olarak önemli dinamikler olduğunu belirtmesi.
Nur	Orta	Özel günlerin çocuğunun sağlıklı dünyaya gelişini temsil ettiğini ifade etmesi.
Esen	Orta	Çocuğu ile zaman geçirme ve etkileşim kurma deneyimlerinin önemini belirtmesi.
Zehra	Orta	Aile ve arkadaş çevresiyle ilişkisel bağları beslediğine değinmesi.
Aysel	Orta	Arkadaş çevresiyle sosyalleşme fırsatı sunduğu ve günlük rutinden kaçış sunduğunu ifade etmesi.
Zeynep	Orta	Kutlamaların aileyi bir araya getirme ve sosyal ilişkiler açısından önemli olduğunu ifade etmesi.
Defne	Orta	Kutlamaların manevi yaşam tarzlarına uygun olmasına dikkat ettiğini ifade etmesi.
Cennet	Düşük	Kutlamaları yalnızca ileride anı olarak kalacak anlar olarak gördüğünü belirtmesi.

Sultan	Düşük	Özel günlere sıkı bağlılık göstermemekle birlikte, çocukları eksiklik yaşamaması diye kutlamalar gerçekleştirmesi.
Meltem	Çok Düşük	Özel gün etkinliklerini gereksiz bulduğunu ve daha sonra tekrar yapmak istemediğini belirtmesi.

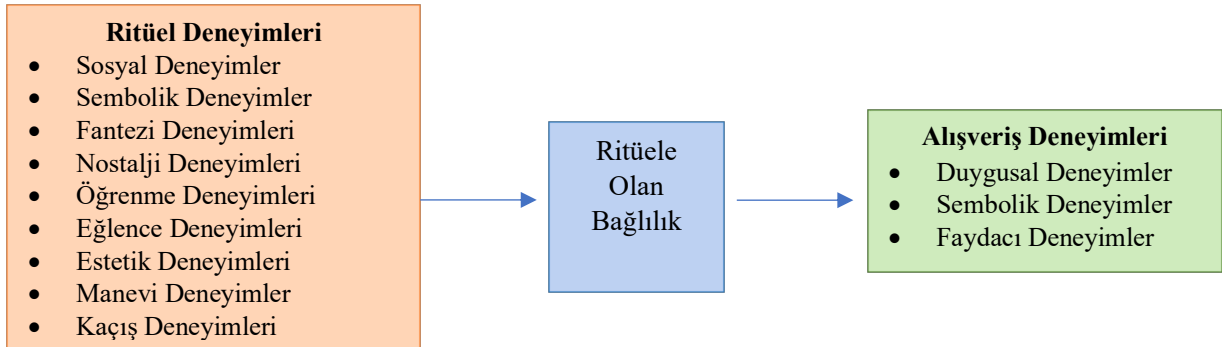
Sonuç olarak ritüel deneyimler, ritüelle ilişkili alışveriş deneyimleri ve ritüele olan bağlılık arasındaki örüntülerde öne çıkan kavramlar ChatGPT yapay zekâ aracı vasıtasıyla bir kelime bulutuna yansıtılmış olup, Şekil 31’den izlenebilir (OpenAI, 2024).



Şekil 30. Temalara Arası Örüntüler Kelime Bulutu

4.1.4. Ortaya Çıkan Kurama Dayalı Araştırma Soruları ve Hipotezleri

Nitel veriden elde edilen bulgular; çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde annelerin ritüel deneyimleri, alışveriş deneyimleri ve ritüele olan bağlılık olmak üzere üç temel kategoride çeşitli duygusal ve faydacı deneyimler yaşadıklarını ortaya koymuştur. Bulgular ve alan yazındaki çalışmalar ışığında; annelerin ritüel deneyimlerinin, alışveriş deneyimleri ve ritüele olan bağlılıkları arasında birtakım örüntüler olduğu tespit edilmiştir. Ortaya çıkan ritüel deneyim kuramı Şekil 31’de sunulmuştur.



Şekil 31. Ritüel Deneyim Kuramına Yönelik Önerilen Kavramsal Model

Bir annenin, çocuğu için düzenlediği özel gün etkinliklerinde gerçekleştirdiği ritüelleri, bir deneyim olarak öznellediği düşünüldüğünde, bu sürecin ritüel deneyimleri ve ritüel

alışveriş deneyimleri açısından iki ucu temsil ettiği görülmektedir. Deneyim kavramı üzerine yapılan çeşitli çalışmalar; tüketim deneyimi (Schmitt, 1999); hizmet deneyimi (Pullman ve Gros, 2004); marka deneyimi (Brakus vd., 2009), ürün deneyimi (Goode vd., 2010), müşteri deneyimi (Lemon ve Verhoef, 2016), etkinlik deneyimi (Park ve Park, 2017; Rai ve Nayak, 2020; Sorrentino vd., 2020; Van Niekerk, 2017) gibi bağlamlarda yaşanan bireysel deneyimlerin, doğası gereği genellikle duygusal olarak kavramsallaştırıldığını ortaya koymuştur. Bu yüzden bireylerin duygularının arka planını keşfetmek için öncelikle deneyimlerin incelenmesi gerekli görülmüştür (Rai ve Nayak, 2020, s. 370; Sorrentino vd., 2020, s. 591). Pine ve Gilmore (1998), deneyimin, tüketici davranışını açıklamada yaygın olarak kullanılan bir değişken olduğunu ortaya koyarken, Brakus vd., (2009) ise, deneyimi bireylerin tepkisel yansımaları olarak kavramsallaştırmıştır. Deneyimin duygusal yönü, bireylerin davranışlarını anlayarak deneyime yönelik bağlılık duygularını anlamak ve artırmak için önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir. Bu anlamda yaşanan deneyimlerin, bağlılık davranışlarına yol açan unutulmaz duygular barındırdığı ve deneyimin ne derece yoğun yaşandığı ise, deneyime olan bağlılığı etkilediği ifade edilmiştir (Chevtchouk vd., 2021, s. 1293). Bununla birlikte kişisel deneyimler birey için öznel derecede güvenilir kabul edildiğinden, daha sonrasında hatırlanan bu deneyimlerin tüketim kararları üzerinde de çeşitli etkilere sebep olduğu belirtilmiştir. Özellikle tüketim sürecinin eylemsel yansıması olarak alışveriş süreci ele alınmaktadır. Alışveriş deneyimleri, alan yazında hem faydacı hem de duygusal yönleriyle ele alınmıştır. Faydacı deneyimler, ürünlerin beklenen ihtiyaçları karşılaması ve rasyonel, ürün odaklı motivasyonlarla açıklanırken (Rahmawati ve RoyDo, 2014), duygusal deneyimler ise eğlence, fantezi, kaçış ve duygusal uyarımlar gibi çıktılarıyla geniş bir yelpazede tanımlanmıştır (Arnold ve Reynolds, 2003; Babin vd., 1994; Bellenger ve Korgaonkar, 1980; Dawson vd., 1990; Hirschman ve Holbrook, 1982; Holbrook ve Hirschman, 1982; Kim, 2006; Pine ve Gilmore, 1999; Tauber, 1972; Uygun vd., 2014; Uygun vd., 2018). Bu anlamda deneyimlerle oluşturulan bilgiler, tüketim davranışını yeniden motive edebilme özelliğini taşıyarak, tüketim deneyimlerine ilişkin süreçlerde bir girdi niteliği taşımaktadır (Asan vd., 2023, s. 2; Kim vd., 2012).

Deneyim ile ilgili tüm bu süreçlerin benzer şekilde, ritüel ile ilişkili deneyimlerde de yaşanacağını ifade etmek mümkündür. Doğası gereği sosyal olan ritüeller (Vohs vd., 2013, s. 1720), sosyal olgulardan beslenmekte (Legare ve Souza, 2012, s. 1) ve ritüelin gerçekleştiği ortamda etkileşimli insan ilişkilerini beraberinde getirmekte, böylelikle de duygusal sosyal

anlamlar inşa etmektedir (Ibrahim, 1988, s. 25; Tetreault ve Kleine, 1990, s. 33). Ritüeller bireylerin ilgili bağlama yönelik motivasyon davranışlarını besleyerek (Brooks vd., 2016, s. 73) duygusal deneyimler (Hobson vd., 2017, s. 3) yaşamalarına sebep olur. Bu yüzden sosyal ve duygusal anlamları sembolize etme fırsatı sunan ritüel deneyimler (Beattie, 1966, s. 62; Legare ve Souza, 2012, s. 1), bireylerin ruh hallerinde duygusal anlamda da etkilere sahiptir (Boyer ve Liénard, 2006, s. 595; Brooks vd., 2016, s. 73; Hobson vd., 2017, s. 6; Norton ve Gino, 2014, s. 266; Ratcliffe vd., 2019, s. 90). Bununla birlikte tüketim davranışlarına yansıyan ritüel deneyimler, tüketimden duyulan hoşnutluk duygusunu da beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla ritüel tüketimi ile ilgili süreçlerin deneyimin bileşenleri ile benzerlik taşıdığı ifade edilebilir (Ratcliffe vd., 2019, s. 90; Vohs vd., 2013, s. 1720). Ritüeller bağlamında yaşanan deneyimler açısından ise etkinlik deneyimlerine değinmek yerinde olacaktır. Deneyim ekonomisi, etkinlik deneyimlerini açıklamak için de sıklıkla başvurulan bir teorik çerçeve haline gelmiştir (Asan vd., 2023, s. 2; Dieck vd., 2018). Katılımcılarına zevk, eğlence ve ortak fırsat sunan sınırlı süreli, tek seferlik veya ara sıra gerçekleşen olaylar olarak tanımlanan etkinliklerin (Jago ve Shaw, 1998), deneyimsel zenginliklerle dolu olduğuna (Tafesse, 2016), dolayısıyla etkinlikler ile katılımcılar arasında gerçekleşen doğrudan ya da dolaylı etkileşimlerin etkinliğin deneyimsel tarafını temsil ettiğine değinilmiştir (Rai ve Nayak, 2020, s. 370). Etkinlik deneyimleri; yoğun, sıra dışı deneyimlerin yaratılabileceği ve paylaşılabileceği günlük yaşamdan uzak bir alan ve zaman olarak tanımlanmıştır (Morgan, 2008, s. 81). Etkinliklerin doğal ortamında katılımcılar arasında doğrudan bir etkileşim gerçekleştiğinden, bu da o ortamı son derece deneyimsel bir platform haline getirmektedir (Rai ve Nayak, 2020, s. 370). Bu deneyimlerle gelişen etkileşimler aynı zamanda bireylerin zihinlerine ve iç dünyalarına da bir yansıma olarak kendini göstermektedir (Asan vd., 2023, s. 2). Rai ve Nayak (2020), bireylerin; etkinliğin gerçekleştirildiği bağlama dayalı olan metalarla duygusal, duyusal ve kişiselleştirilmiş eylemler ile bağ kurmasını sağladığına değinmiştir. Etkinlikler aracılığıyla yaşanan deneyimler, çoğunlukla duyular ve hislerden etkilenmekte (Park ve Park, 2017; Sorrentino vd., 2020; Van Niekerk, 2017) ve bireyler, etkinlikte gerçekleştirilecek eylemlere yükledikleri öznel anlamlara öncelik vermektedirler (Rai ve Nayak, 2020, s. 376). Aynı zamanda etkinliklerde kişilerin yaşayacağı deneyimlerin bağlılık duygularını canlandığı (Armbrecht ve Andersson, 2020; Asan vd., 2023) ve yaşanan deneyimlerle birlikte ortaya çıkan memnuniyetin etkinliğin tekrar düzenlenmesine yönelik ya da alışveriş sürecine yönelik deneyimleri şekillendirdiği (Çevik ve Şimşek, 2020) ortaya konmuştur. Etkinliklerde yaşanan

deneyimlerin arka planındaki duyguların bağıllığı, etkinliğe olan bağıllığın ise bireylerin etkinliğe dair ilerideki davranışlarını şekillendireceği ifade edilmiştir. Bu kapsamda etkinlik ile ilgili satın alımlarda, olumlu yorumlarda ve başkalarına yönelik tavsiyelerde bağıllığın aracılık rolü ifade edilmiştir (Çevik ve Şimşek, 2020, s. 401). Ritüeller; etkinlik türlerinin yelpazesi ve çeşitliliği boyunca etkinlik katılımcıları için deneyim ve anlam açısından önemli bir faktör olarak ifade edildiğinden (Bustard vd., 2019, s. 122); çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerindeki ritüel deneyimlerinin daha iyi anlaşılabilmesi, bu arka planın oraya konmasının önemini yansıtmaktadır. Araştırma kapsamında da çocuk eksenli özel gün etkinliklerindeki yaşanan ritüel deneyimlerin, temsil ettiği öznel anlamlarla zengin duygular yaşattığı görülmektedir. Bu süreçte annelerin yaşadıkları ritüel deneyimlerin ve ritüel bağıllıklarının ise alışveriş deneyimleri ile ilgili süreçlere yansıdığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda ritüelin tekrar gerçekleştirilmesi ya da çevreye tavsiye edilmesi açısından ifade edilen ritüele olan bağıllık; ritüel deneyimleri ile alışveriş deneyimleri arasındaki ilişkide, aracı bir etmen olmaktadır. Bu bağlamda kutlamaların düzenlenmesindeki motivasyonlarda, alışveriş sürecindeki duygusal ve faydacı deneyimlerde ve ileride de benzer etkinlikleri gerçekleştirme ya da kişinin etrafına bu tür etkinlikleri tavsiye etmesi açısından bağıllık aracı bir unsur olarak tespit edilmiştir.

Araştırmanın nitel aşamasının ardından, çocuk eksenli özel gün etkinlikleri bağlamında annelerin nitel araştırmada ortaya konan kurama göre belirlenmiş deneyimlerinin (*Araştırma Sorusu 1*) ölçülebilmesi için ölçek geliştirme çalışmaları (*Araştırma Sorusu 2*) yürütülmüş ve veri ile uyumlu ölçüm modelleri geliştirilmiştir. Sonrasında, bu ölçekler üzerinden toplanan veri ile ortaya konan bu kurama dayalı (Şekil 33) geliştirilen ölçme modelleri temelinde şekillenen yapısal model test edilmiştir. Ayrıntılarına nicel araştırma bulgularında yer verilmiş olan ritüel deneyimleri ölçüm modeli 6 boyuttan (*sosyal, sembolik, duygusal, estetik, kaçış ve manevi ritüel deneyimi*) (nitel bulgularda 3 ayrı kategoride ele alınan ritüel deneyimleri duygusal ritüel deneyimi olarak tek boyutta yer almıştır), ritüel alışveriş deneyimleri ölçüm modeli 3 boyuttan (*duygusal ritüel alışveriş deneyimi, sembolik ritüel alışveriş deneyimi ve faydacı ritüel alışveriş deneyimi*) ve ritüele olan bağıllık ölçüm modeli ise tek boyuttan oluşmuştur. Bu anlamda aşağıda sırasıyla yer verilen araştırma sorularına yanıt alabilmek için bu soruların altında konumlandırılan hipotezler test edilmiştir.

Araştırma Sorusu 3: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları ritüel deneyimleri ile ritüele olan bağıllıkları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır?

- H1_a: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları sosyal ritüel deneyimi ile ritüele olan bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H1_b: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları sembolik ritüel deneyimi ile ritüele olan bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H1_c: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları duygusal ritüel deneyimi ile ritüele olan bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H1_d: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları estetik ritüel deneyimi ile ritüele olan bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H1_e: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları kaçış ritüel deneyimi ile ritüele olan bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H1_f: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları manevi ritüel deneyimi ile ritüele olan bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırma Sorusu 4: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları alışveriş deneyimleri ile ritüele olan bağlılıkları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır?

- H2_a: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinlikleri için annelerin yaşadıkları duygusal alışveriş deneyimleri ile ritüele olan bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H2_b: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinlikleri için annelerin yaşadıkları sembolik alışveriş deneyimleri ile ritüele olan bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H2_c: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinlikleri için annelerin yaşadıkları faydacı alışveriş deneyimleri ile ritüele olan bağlılıkları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırma Sorusu 5: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları ritüel deneyimlerin alt boyutları ile alışveriş deneyimlerinin alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır? Bu ilişkilere ritüele olan bağlılık aracılık etmekte midir?

Araştırma sorusu 5'i ele alabilmek için aşağıda sırasıyla yer verilen alt araştırma sorularına ve bunlara dayalı test edilen hipotezlere yer verilmiştir:

Araştırma Sorusu 5_i: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları sosyal ritüel deneyimi ile alışveriş deneyimlerinin alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır? Bu ilişkilere ritüele olan bağlılık aracılık etmekte midir?

- H3_{1a}: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları sosyal ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H3_{1b}: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları sosyal ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H3_{1c}: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları sosyal ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H3_{1d}: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları sosyal ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.
- H3_{1e}: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları sosyal ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.
- H3_{1f}: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları sosyal ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

Araştırma Sorusu 5_{ii}: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları sembolik ritüel deneyimi ile alışveriş deneyimlerinin alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır? Bu ilişkilere ritüele olan bağlılık aracılık etmekte midir?

- H3_{2a}: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları sembolik ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H3_{2b}: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları sembolik ritüel deneyimi ile

sembolik alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H32c: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları sembolik ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H32d: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları sembolik ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

H32e: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları sembolik ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

H32f: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları sembolik ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

Araştırma Sorusu 5_{iii}: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları duygusal ritüel deneyimi ile alışveriş deneyimlerinin alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır? Bu ilişkilere ritüele olan bağlılık aracılık etmekte midir?

H33a: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları duygusal ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H33b: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları duygusal ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H33c: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları duygusal ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H33d: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları duygusal ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

H33e: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları duygusal ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

H33f: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları duygusal ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

Araştırma Sorusu 5_{iv}: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları estetik ritüel deneyimi ile alışveriş deneyimlerinin alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır? Bu ilişkilere ritüele olan bağlılık aracılık etmekte midir?

H34a: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları estetik ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H34b: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları estetik ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H34c: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları estetik ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H34d: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları estetik ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

H34e: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları estetik ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

H34f: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları estetik ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

Araştırma Sorusu 5_v: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları kaçış ritüel deneyimi ile alışveriş deneyimlerinin alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır? Bu ilişkilere ritüele olan bağlılık aracılık etmekte midir?

H35a: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları kaçış ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H35b: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları kaçış ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H35c: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları kaçış ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H35d: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları kaçış ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

- H3_{5e}: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları kaçış ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.
- H3_{5f}: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları kaçış ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

Araştırma Sorusu 5_{vi}: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları manevi ritüel deneyimi ile alışveriş deneyimlerinin alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler var mıdır? Bu ilişkilere ritüele olan bağlılık aracılık etmekte midir?

- H3_{6a}: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları manevi ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H3_{6b}: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları manevi ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H3_{6c}: Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde, annelerin yaşadıkları manevi ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
- H3_{6d}: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları manevi ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.
- H3_{6e}: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları manevi ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.
- H3_{6f}: Annelerin çocuklar için düzenlenen özel gün ritüeline olan bağlılıkları, bu etkinlikte yaşadıkları manevi ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

4.2. Nicel Araştırma Bulguları

Bu kısımda, araştırmanın ölçek geliştirme ara aşaması ve ikinci aşaması olan nicel araştırmadan elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bu bağlamda ilk olarak nitel araştırmada ortaya konan kurama göre, annelerin çocukları için düzenledikleri özel gün etkinlikleri bağlamında yaşadıkları deneyimlerin hangi boyutlardan oluştuğunu ortaya koymak için yürütülen Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ve Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) sonuçları sunulmuştur. Daha sonrasında, ritüel deneyimleri, ritüel alışveriş deneyimleri ve ritüele olan bağlılık arasında anlamlı ilişkiler olup olmadığına dair elde edilen yapısal eşitlik modellemesi sonuçlarına yer verilmiştir.

4.2.1. Özel Gün Etkinlik Deneyimlerinin Boyutsal Yapısına Yönelik Ölçek Geliştirme Bulguları

Bu araştırmada ele alınan özel gün etkinlik deneyimleri yapısı, “ritüel deneyimleri, ritüel alışveriş deneyimleri ve ritüele olan bağlılık” olmak üzere üç bağlamı (kavramı) temsil etmektedir. Buna dayalı olarak araştırmanın bu kısmında nitel araştırma ile çocuk eksenli özel gün etkinliklerine ilişkin oluşturulan ritüel deneyim kuramının test edilmesi ve genellenebilirliğinin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amacı karşılamak üzere öncesinde her bir alt ölçeğe ilişkin ayrı ayrı ölçek geliştirme çalışmaları yürütülmüş olup,

sırasıyla “Ritüel Deneyimleri Ölçeği”, “Ritüel Alışveriş Deneyimi Ölçeği”, “Ritüele Olan Bağlılık Ölçeği” ele alınmış ve değerlendirilmiştir. Her bir ölçek için nicel araştırmanın ilk aşaması olan pilot veri toplama verisi, Jamovi istatistik paket yazılım programının 2.2.5. sürümü kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz süreci betimsel istatistikleri, maddeler arası korelasyonları, madde-toplam korelasyonları, alt-üst % 27 grup karşılaştırmalarını ve tek değişkenli doğrusal regresyon analizlerini esas alan madde analizleri gerçekleştirilerek yürütülmüştür. Geliştirilen ölçeği istenen özelliklere sahip maddelerden oluşup oluşmadığının incelenmesi önem taşımaktadır (Erkuş, 2014, s. 138). Bu yüzden ölçek maddelerine karar verme sürecinde madde analizleri yapılmaktadır (Özbaşı, 2022, s. 53). Bu süreçte maddelerin katılımcılar açısından kafa karıştırıcı olup olmadığı, yapının farklı düzeydeki katılımcılar açısından farklılık gösterip göstermediği, ayno yapıyı ölçmek üzere bir araya getirilen maddelerin ilişkili olup olmadığı belirlenmektedir (Bandalos, 2018, s. 120). Ölçekte yer alacak ya da ölçekten çıkarılacak maddeler ve düzeltme yapılacak maddeler hususunda verilecek kararlarda madde analizleri yol gösterici olmaktadır. Madde analizi süreciyle eş zamanlı olarak her bir alt ölçek açısından yapı özelliklerini değerlendirmek için Lorenzo-Seva ve Ferrando (2021) tarafından geliştirilen FACTOR yazılımının 12.04.01 versiyonu kullanılmış ve tekrarlı biçimde AFA çalışmaları yürütülmüştür. Madde analizleri ve AFA çalışmaları bir arada dikkate alınarak bazı maddelerle ilgili gerekçeleri ile birlikte değerlendirmeler yapılarak düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Revize işlemlerinin ardından ölçme aracının (anket) son hali ile 2. Saha veri toplama aşaması yürütülmüştür. Bu süreç sonucundaki veriler ile AFA ve DFA (Doğrulayıcı Faktör Analizi) süreci tüm ölçekler için işletilmiştir.

4.2.1.1. Ritüel Deneyimlerine İlişkin Madde Analizleri ve Yapı Geçerliliği Sonuçları

Ritüel deneyimlerinin yapısını ortaya koymak için yürütülen AFA çalışmaları öncesinde, ölçeğin frekans dağılımları ve betimsel istatistikleri incelenmiştir. Ölçek maddelerine verilen yanıtların tüm seçeneklere yayılması durumunda maddenin ayırt ediciliğine ulaşılmaktadır (Bandalos, 2018, s. 131). Bu kapsamda ritüel deneyimlerine ilişkin frekans değerleri Tablo 28’den izlenebilmektedir.

Tablo 28. Ritüel Deneyimleri Maddelerine İlişkin Frekans Değerleri ve Yüzdelik Dağılımlar

Madde	1*		2*		3*		4*		5	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
rd1	12	2.2	27	4.9	80	14.5	227	41.1	206	37.3
rd2	11	2.0	33	6.0	87	15.8	234	42.4	187	33.9
rd3	11	2.0	30	5.4	76	13.8	269	48.7	166	30.1
rd4	10	1.8	47	8.5	81	14.7	258	46.7	156	28.3
rd5	8	1.4	44	8.0	105	19.0	228	41.3	167	30.3
rd6	15	2.7	86	15.6	103	18.7	209	37.9	139	25.2
rd7	16	2.9	83	15.0	82	14.9	226	40.9	145	26.3
rd8	8	1.4	39	7.1	87	15.8	267	48.4	151	27.4
rd9	11	2.0	51	9.2	91	16.5	256	46.4	143	25.9
rd10	25	4.5	132	23.9	86	15.6	189	34.2	120	21.7
rd11	30	5.4	48	8.7	117	21.2	190	34.4	167	30.3
rd12	38	6.9	44	8.0	118	21.4	199	36.1	153	27.7
rd13	21	3.8	58	10.5	125	22.6	219	39.7	129	23.4
rd14	24	4.3	53	9.6	117	21.2	217	39.3	141	25.5
rd15	16	2.9	41	7.4	107	19.4	222	40.2	166	30.1
rd16	16	2.9	52	9.4	138	25.0	218	39.5	128	23.2
rd17	11	2.0	71	12.9	144	26.1	187	33.9	139	25.2
rd18	10	1.8	44	8.0	127	23.0	240	43.5	131	23.7
rd19	16	2.9	58	10.5	93	16.8	242	43.8	143	25.9
rd20	43	7.8	176	31.9	119	21.6	132	23.9	82	14.9
rd21	55	10.0	260	47.1	96	17.4	79	14.3	62	11.2
rd22	55	10.0	192	34.8	98	17.8	138	25.0	69	12.5
rd23	50	9.1	224	40.6	121	21.9	96	17.4	61	11.1
rd24	24	4.3	66	12.0	101	18.3	229	41.5	132	23.9
rd25	5	.9	7	1.3	16	2.9	261	47.3	263	47.6
rd26	2	.4	8	1.4	23	4.2	260	47.1	259	46.9
rd27	6	1.1	12	2.2	22	4.0	255	46.2	257	46.6
rd28	4	.7	28	5.1	68	12.3	227	41.1	225	40.8
rd29	5	.9	28	5.1	48	8.7	242	43.8	229	41.5
rd30	3	.5	6	1.1	24	4.3	309	56.0	210	38.0
rd31	4	.7	23	4.2	25	4.5	297	53.8	203	36.8
rd32	4	.7	39	7.1	69	12.5	239	43.3	201	36.4
rd33	2	.4	3	.5	11	2.0	231	41.8	305	55.3
rd34	4	.7	4	.7	17	3.1	224	40.6	303	54.9
rd35	9	1.6	39	7.1	94	17.0	211	38.2	199	36.1
rd36	6	1.1	52	9.4	103	18.7	212	48.4	179	32.4
rd37	12	2.2	40	7.2	27	4.9	229	41.5	244	44.2
rd38	3	.5	4	.7	13	2.4	231	41.8	301	54.5
rd39	3	.5	4	.7	9	1.6	220	39.9	316	57.2
rd40	4	.7	5	.9	16	2.9	288	52.2	239	43.3
rd41	2	.4	4	.7	16	2.9	282	51.1	248	44.9
rd42	5	.9	10	1.8	67	12.1	267	48.4	203	36.8
rd43	5	.9	51	9.2	100	18.1	223	40.4	173	31.3
rd44	3	.5	11	2.0	69	12.5	282	51.1	187	33.9
rd45	5	.9	53	9.6	100	18.1	220	39.9	174	31.5
rd46	4	.7	24	4.3	34	6.2	304	55.1	186	33.7
rd47	4	.7	10	1.8	38	6.9	306	55.4	194	35.1
rd48	13	2.4	66	12.0	82	14.9	226	40.9	165	29.9
rd49	9	1.6	58	10.5	63	11.4	257	46.6	165	29.9
rd50	6	1.1	15	2.7	56	10.1	300	54.3	175	31.7
rd51	11	2.0	124	22.5	92	16.7	174	31.5	151	27.4
rd52	12	2.2	47	8.5	101	18.3	219	39.7	173	31.3
rd53	18	3.3	133	24.1	124	22.5	162	29.3	115	20.8
rd54	10	1.8	23	4.2	95	17.2	240	43.5	184	33.3
rd55	8	1.4	25	4.5	102	18.5	234	42.4	183	33.2
rd56	14	2.5	65	11.8	145	26.3	190	34.4	138	25.0
rd57	8	1.4	34	6.2	114	20.7	224	40.6	172	31.2
rd58	6	1.1	31	5.6	121	21.9	234	42.4	160	29.0
rd59	7	1.3	53	9.6	133	24.1	216	39.1	143	25.9
rd60	16	2.9	140	25.4	144	26.1	175	31.7	77	13.9
rd61	29	5.3	178	32.2	60	10.9	171	31.0	114	20.7
rd62	32	5.8	197	35.7	72	13.0	165	29.9	86	15.6
rd63	28	5.1	188	34.1	69	12.5	163	29.5	104	18.8
rd64	11	2.0	136	24.6	82	14.9	197	35.7	126	22.8
rd65	25	4.5	149	27.0	98	17.8	183	33.2	97	17.6
rd66	9	1.6	65	11.8	37	6.7	228	41.3	213	38.6
rd67	19	3.4	182	33.0	95	17.2	151	27.4	105	19.0

*(1)Kesinlikle Katılmıyorum; (2)Katılmıyorum; (3)Kısmen Katılmıyorum; (4)Katılıyorum; (5)Kesinlikle Katılıyorum
f: Frekans; %: Yüzde

Tablo 28 incelendiğinde, ritüel deneyimleri maddelerinin ağırlıklı olarak büyük çoğunluğunun “(4) Katılıyorum” seçeneğinde toplandığı görülmektedir. Özellikle bir annenin çocuğu için düzenlediği özel gün etkinliklerinde yaşadığı deneyimlerin görece olumlu olması, ölçek maddelerine verilen yanıtların da bu yönlü olmasının arka planında yer alıyor, denebilir.

Frekans dağılımlarının ardından maddelerin, ölçeğin %27’lik alt ve üst gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Bir ölçekte yer alması istenen maddelerden, üst ve alt grubu birbirinden ayırması beklenen bir varsayımdır. Ölçülmek istenen özelliğe yönelik en fazla orandaki tutumu yansıtanlar üst grupta, en az orandakiler ise alt grupta yer alır. Bir ölçek maddesinin bu iki grubu ayırt edememesi, ölçülen özelliğe sahip olanlar ile olmayanları ayırt edemediğinin bir göstergesidir (Özbaşı, 2022, s. 61). Bu yüzden öncelikle ölçek maddelerine verilen yanıtların toplam puanları hesaplanarak ardından toplam puana göre en yüksek puan alan ilk %27’lik grup üst grup, en düşük puan alan sondaki %27’lik grup ise alt grup olarak tanımlanmıştır. Her bir maddenin bu gruplar arasında anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığı, ilişkisiz örneklem *t*-testi analizi ile tespit edilmiştir. İlişkisiz örneklem *t*-testinde normallik ve grup içi varyans homojenliği varsayımları kontrol edilmiş olup bu varsayımları karşılamayan bazı maddeler için Mann Whitney *U* testi sonuçları da incelenmiştir. Bu alt ve üst grupların maddeler ile ilgili etki boyutlarını inceleyebilmek adına bağımsız örneklem *t*-testlerine yönelik etki büyüklükleri (Cohen *d*) istatistikleri hesaplanmıştır. Cohen *d*, ortalamaların birbirlerinden kaç standart sapma uzaklaştığını yorumlama imkânı sunan standardize edilmiş etki büyüklüğü indeksidir. İşaretine bakılmaksızın .2, .5 ve .8 “*d*” değerleri ölçüt alınarak küçük, orta ve büyük (geniş) etki boyutunu temsil etmektedir (Büyüköztürk, 2017, s. 44). Bu analize ilişkin sonuçlar Tablo 29’da sunulmuştur.

Tablo 29. Ritüel Deneyimleri Maddelerinin Alt-Üst % 27 Gruplarına Yönelik İlişkisiz Örneklem *t* Testi ve Mann-Whitney *U* Testi Sonuçları

N=552	Grup	Ortalama	Std. Sapma	t Değeri	p Değeri	%95 Güven Aralığı		df	Etki boyutu	
						En Alt	En Üst			
rd1	Alt %27	3.31	1.023	Student's t	15.30	< .001	1.633	-1.261	298	-1.767
	Üst %27	4.75	.543	Mann-Whitney U	2556	< .001	2.000	-1.000		.773
rd2	Alt %27	3.27	.960	Student's t	14.88	< .001	1.608	-1.232	298	-1.718
	Üst %27	4.69	.667	Mann-Whitney U	2631	< .001	2.000	-1.000		.766
rd3	Alt %27	3.16	.942	Student's t	17.88	< .001	1.717	-1.376	298	-2.065
	Üst %27	4.71	.485	Mann-Whitney U	1787	< .001	2.000	-1.000		.841

rd4	Alt %27	3.03	.923	Student's t	-	< .001	-	-1.438	298	-2.093
	Üst %27	4.65	.581	Mann-Whitney U	18.12	< .001	1.789	-1.000		.833
rd5	Alt %27	3.05	.947	Student's t	-	< .001	-	-1.395	298	-1.936
	Üst %27	4.63	.660	Mann-Whitney U	16.77	< .001	1.765	-1.000		.806
rd6	Alt %27	2.75	1.011	Student's t	-	< .001	-	-1.515	298	-1.910
	Üst %27	4.47	.774	Mann-Whitney U	16.54	< .001	1.925	-2.000		.783
rd7	Alt %27	2.66	.904	Student's t	-	< .001	-	-1.749	298	-2.385
	Üst %27	4.59	.706	Mann-Whitney U	20.65	< .001	2.118	-2.000		.879
rd8	Alt %27	3.07	.872	Student's t	-	< .001	-	-1.391	298	-2.100
	Üst %27	4.63	.586	Mann-Whitney U	18.19	< .001	1.729	-1.000		.844
rd9	Alt %27	2.94	.876	Student's t	-	< .001	-	-1.479	298	-2.087
	Üst %27	4.60	.705	Mann-Whitney U	18.08	< .001	1.841	-2.000		.852
rd10	Alt %27	2.48	.925	Student's t	-	< .001	-	-1.692	298	-2.014
	Üst %27	4.39	.968	Mann-Whitney U	17.44	< .001	2.122	-2.000		.806
rd11	Alt %27	2.87	1.157	Student's t	-	< .001	-	-1.609	298	-1.957
	Üst %27	4.69	0.625	Mann-Whitney U	16.95	< .001	2.031	-2.000		.814
rd12	Alt %27	2.73	1.180	Student's t	-	< .001	-	-1.705	298	-2.027
	Üst %27	4.65	0.634	Mann-Whitney U	17.56	< .001	2.135	-2.000		.835
rd13	Alt %27	2.75	1.024	Student's t	-	< .001	-	-1.708	298	-2.249
	Üst %27	4.65	0.615	Mann-Whitney U	19.48	< .001	2.092	-2.000		.867
rd14	Alt %27	2.79	1.045	Student's t	-	< .001	-	-1.703	298	-2.262
	Üst %27	4.69	.557	Mann-Whitney U	19.59	< .001	2.084	-2.000		.872
rd15	Alt %27	3.09	1.077	Student's t	-	< .001	-	-1.410	298	-1.861
	Üst %27	4.70	.576	Mann-Whitney U	16.11	< .001	1.803	-1.000		.790
rd16	Alt %27	3.03	.999	Student's t	-	< .001	-	-1.184	298	-1.511
	Üst %27	4.43	.838	Mann-Whitney U	13.08	< .001	1.603	-1.000		.704
rd17	Alt %27	3.01	.983	Student's t	-	< .001	-	-1.037	298	-1.254
	Üst %27	4.28	1.037	Mann-Whitney U	10.86	< .001	1.496	-1.000		.616
rd18	Alt %27	3.11	1.018	Student's t	-	< .001	-	-1.258	298	-1.687
	Üst %27	4.56	.670	Mann-Whitney U	14.61	< .001	1.649	-1.000		.742
rd19	Alt %27	2.89	1.040	Student's t	-	< .001	-	-1.587	298	-2.099
	Üst %27	4.67	.598	Mann-Whitney U	18.17	< .001	1.973	-1.000		.848
rd20	Alt %27	2.16	.803	Student's t	-	< .001	-	-1.617	298	-1.878
	Üst %27	4.00	1.129	Mann-Whitney U	16.26	< .001	2.063	-2.000		.770
rd21	Alt %27	1.94	.647	Student's t	-	< .001	-	-1.310	298	-1.450
	Üst %27	3.49	1.370	Mann-Whitney U	12.56	< .001	1.797	-1.000		.628

rd22	Alt %27	2.11	.860	Student's t	-	< .001	-	-1.499	298	-1.639
	Üst %27	3.85	1.230	Mann-Whitney U	14.20	< .001	1.981	-2.000		.708
rd23	Alt %27	2.05	.722	Student's t	-	< .001	-	-1.416	298	-1.622
	Üst %27	3.70	1.241	Mann-Whitney U	14.05	< .001	1.877	-2.000		.697
rd24	Alt %27	2.82	1.056	Student's t	-	< .001	-	-1.568	298	-1.966
	Üst %27	4.59	.715	Mann-Whitney U	17.03	< .001	1.978	-2.000		.826
rd25	Alt %27	3.91	.877	Student's t	-	< .001	-	-830	298	-1.485
	Üst %27	4.89	.318	Mann-Whitney U	12.86	< .001	1.130	-1.000		.713
rd26	Alt %27	3.89	.790	Student's t	-	< .001	-	-870	298	-1.677
	Üst %27	4.89	.310	Mann-Whitney U	14.52	< .001	1.143	-1.000		.748
rd27	Alt %27	3.73	.933	Student's t	-	< .001	-	-1.023	298	-1.706
	Üst %27	4.91	.292	Mann-Whitney U	14.78	< .001	1.337	-1.000		.796
rd28	Alt %27	3.41	.963	Student's t	-	< .001	-	-1.265	298	-1.930
	Üst %27	4.84	.419	Mann-Whitney U	16.71	< .001	1.602	-1.000		.812
rd29	Alt %27	3.45	.973	Student's t	-	< .001	-	-1.225	298	-1.886
	Üst %27	4.85	.380	Mann-Whitney U	16.33	< .001	1.561	-1.000		.822
rd30	Alt %27	3.91	.741	Student's t	-	< .001	-	-718	298	-1.377
	Üst %27	4.77	.480	Mann-Whitney U	11.93	< .001	1.002	-1.000		.669
rd31	Alt %27	3.74	.908	Student's t	-	< .001	-	-868	298	-1.423
	Üst %27	4.77	.480	Mann-Whitney U	12.32	< .001	1.198	-1.000		.698
rd32	Alt %27	3.33	.960	Student's t	-	< .001	-	-1.244	298	-1.831
	Üst %27	4.75	.530	Mann-Whitney U	15.86	< .001	1.596	-1.000		.795
rd33	Alt %27	4.13	.720	Student's t	-	< .001	-	-669	298	-1.447
	Üst %27	4.93	.286	Mann-Whitney U	12.53	< .001	-918	-1.000		.662
rd34	Alt %27	4.02	.839	Student's t	-	< .001	-	-780	298	-1.491
	Üst %27	4.94	.238	Mann-Whitney U	12.92	< .001	1.060	-1.000		.696
rd35	Alt %27	3.49	.981	Student's t	-	< .001	-	-833	298	-1.143
	Üst %27	4.53	.833	Mann-Whitney U	-9.90	< .001	1.247	-1.000		.600
rd36	Alt %27	3.34	.940	Student's t	-	< .001	-	-1.007	298	-1.371
	Üst %27	4.55	.816	Mann-Whitney U	11.87	< .001	1.407	-1.000		.671
rd37	Alt %27	3.46	1.156	Student's t	-	< .001	-	-1.241	298	-1.693
	Üst %27	4.89	.310	Mann-Whitney U	14.66	< .001	1.626	-1.000		.781
rd38	Alt %27	4.07	.787	Student's t	-	< .001	-	-733	298	-1.477
	Üst %27	4.94	.265	Mann-Whitney U	12.79	< .001	1.000	-1.000		.688
rd39	Alt %27	4.11	.782	Student's t	-	< .001	-	-724	298	-1.504
	Üst %27	4.97	.180	Mann-Whitney U	13.03	< .001	-982	-1.000		.690

rd40	Alt %27	3.89	.764	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.690
	Üst %27	4.88	.326	Mann-Whitney U	14.64	< .001	1.127	-1.000		.772
rd41	Alt %27	3.95	.673	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.806
	Üst %27	4.90	.323	Mann-Whitney U	15.64	< .001	1.073	-1.000		.780
rd42	Alt %27	3.65	.913	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.564
	Üst %27	4.77	.451	Mann-Whitney U	13.55	< .001	1.290	-1.000		.707
rd43	Alt %27	3.08	.973	Student's t	-	< .001	-	-	298	-2.048
	Üst %27	4.70	.553	Mann-Whitney U	17.73	< .001	1.800	-1.000		.816
rd44	Alt %27	3.60	.843	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.748
	Üst %27	4.77	.436	Mann-Whitney U	15.14	< .001	1.326	-1.000		.756
rd45	Alt %27	3.11	1.000	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.914
	Üst %27	4.68	.583	Mann-Whitney U	16.57	< .001	1.753	-1.000		.787
rd46	Alt %27	3.71	.885	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.483
	Üst %27	4.75	.448	Mann-Whitney U	12.84	< .001	1.199	-1.000		.702
rd47	Alt %27	3.77	.831	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.504
	Üst %27	4.77	.440	Mann-Whitney U	13.03	< .001	1.151	-1.000		.704
rd48	Alt %27	3.06	1.057	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.818
	Üst %27	4.63	.618	Mann-Whitney U	15.74	< .001	1.770	-1.000		.773
rd49	Alt %27	3.17	1.028	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.869
	Üst %27	4.71	.538	Mann-Whitney U	16.19	< .001	1.720	-1.000		.800
rd50	Alt %27	3.61	.866	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.627
	Üst %27	4.74	.470	Mann-Whitney U	14.09	< .001	1.292	-1.000		.736
rd51	Alt %27	2.71	.973	Student's t	-	< .001	-	-	298	-2.035
	Üst %27	4.52	.800	Mann-Whitney U	17.63	< .001	2.016	-2.000		.798
rd52	Alt %27	3.17	1.006	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.457
	Üst %27	4.53	.864	Mann-Whitney U	12.62	< .001	1.580	-1.000		.708
rd53	Alt %27	2.61	.881	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.392
	Üst %27	4.06	1.177	Mann-Whitney U	12.05	< .001	1.683	-1.000		.628
rd54	Alt %27	3.29	.944	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.950
	Üst %27	4.75	.491	Mann-Whitney U	16.89	< .001	1.638	-1.000		.808
rd55	Alt %27	3.27	.976	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.917
	Üst %27	4.75	.491	Mann-Whitney U	16.60	< .001	1.655	-1.000		.793
rd56	Alt %27	2.77	.878	Student's t	-	< .001	-	-	298	-2.179
	Üst %27	4.56	.764	Mann-Whitney U	18.87	< .001	1.980	-2.000		.841
rd57	Alt %27	3.18	1.010	Student's t	-	< .001	-	-	298	-1.917
	Üst %27	4.72	.520	Mann-Whitney U	16.60	< .001	1.723	-1.000		.781

rd58	Alt %27	3.23	.906	Student's t	-	<.001	-	-1.287	298	-1.919
	Üst %27	4.69	.581	Mann-Whitney U	16.62	<.001	1.633	-1.000		.796
rd59	Alt %27	2.88	.889	Student's t	-	<.001	-	-1.595	298	-2.338
	Üst %27	4.65	.592	Mann-Whitney U	20.25	<.001	1.938	-2.000		.862
rd60	Alt %27	3.09	.996	Student's t	-3.27	<.001	0.651	-1.162	298	-.378
	Üst %27	3.49	1.151	Mann-Whitney U	9010	<.001	1.000	6.01e-5		.199
rd61	Alt %27	2.75	1.117	Student's t	-7.39	<.001	1.317	-.763	298	-.853
	Üst %27	3.79	1.312	Mann-Whitney U	6337	<.001	1.000	-1.000		.437
rd62	Alt %27	2.48	.967	Student's t	-9.38	<.001	1.484	-.969	298	-1.083
	Üst %27	3.71	1.277	Mann-Whitney U	5459	<.001	2.000	-1.000		.515
rd63	Alt %27	2.63	1.019	Student's t	-8.52	<.001	1.411	-.882	298	-.984
	Üst %27	3.78	1.295	Mann-Whitney U	5839	<.001	2.000	-1.000		.481
rd64	Alt %27	3.04	1.016	Student's t	-6.73	<.001	1.146	-.627	298	-.777
	Üst %27	3.93	1.254	Mann-Whitney U	6536	<.001	1.000	-1.000		.419
rd65	Alt %27	2.80	1.081	Student's t	-7.95	<.001	1.297	-.783	298	-.918
	Üst %27	3.84	1.182	Mann-Whitney U	5957	<.001	1.000	-1.000		.470
rd66	Alt %27	3.63	1.077	Student's t	-5.62	<.001	0.927	-.446	298	-.649
	Üst %27	4.32	1.038	Mann-Whitney U	6787	<.001	1.000	-1.000		.397
rd67	Alt %27	2.78	.989	Student's t	-7.04	<.001	1.186	-.668	298	-.813
	Üst %27	3.71	1.272	Mann-Whitney U	6639	<.001	1.000	-1.000		.410

a Levene testi anlamlıdır ($p < .05$), bu da eşit varyans varsayımının ihlal edildiğini göstermektedir

b Cohen's d, c Rank biserial correlation etki büyüklüğü indeksini temsil etmektedir.

N: Gözlem Sayısı; SS: Standart Sapma; sd: Serbestlik Derecesi

Tablo 29'dan izlenebileceği üzere, ritüel deneyimlerine yönelik ölçme aracında yer alan tüm maddeler alt ve üst %27'lik grup için .001 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ($p < .001$) biçimde farklılaşmaktadır. Başka bir ifadeyle, maddelerin tümü, ölçülen özelliğe sahip bireyler ile sahip olmayan bireyleri anlamlı bir biçimde birbirinden ayırt etmektedir. Alt ve üst grup yordayıcı değişkeninin etki boyutunu inceleyebilmek için hesaplanan d değerleri incelendiğinde maddelerin büyük çoğunluğunda bu ayırıcılığın yüksek (geniş) etki düzeyinde ($d > .08$) olduğu dikkat çekmektedir.

Madde analizleri ile işlenmesi gereken bir diğer aşama, bir maddeye verilen yanıtlar ile ölçeğin tümüne verilen yanıtlar arasında doğrusal ve pozitif yönlü bir ilişkinin tespit edilmesi için basit doğrusal regresyon analizinin yapılmasıdır. Bu aşamada ritüel deneyim ölçeğinin toplam puanı alınmış ve ölçekte yer alan maddeler ile ayrı ayrı basit doğrusal regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu analizde, madde puanları yordayıcı değişkenleri, toplam

ölçek puanı ise yordanan değişkeni temsil etmektedir (Erkuş, 2014, s. 147; Özbaşı, 2022, s. 63). Ritüel deneyimlerine ilişkin regresyon analizi sonuçları Tablo 30’da sunulmaktadır.

Tablo 30. Ritüel Deneyimleri Maddelerinin Açıklayıcılığına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Yordayıcı Değişkenler	R	R ²	F	df	Beta Katsayısı	Std. Beta Katsayısı	% 95 Güven Aralığı		t Değeri	p Değeri
							En Düşük	En Yüksek		
rd1	.601	.361	311	1,550	23.5	.601	.534	.668	17.6	< .001
rd2	.573	.329	269	1,550	22.3	.573	.505	.642	16.4	< .001
rd3	.677	.458	465	1,550	27.6	.677	.615	.738	21.6	< .001
rd4	.650	.422	402	1,550	25.2	.650	.586	.714	20.1	< .001
rd5	.651	.423	404	1,550	25.1	.651	.587	.714	20.1	< .001
rd6	.630	.397	363	1,550	21.4	.630	.565	.695	19.0	< .001
rd7	.682	.465	478	1,550	23.2	.682	.621	.743	21.9	< .001
rd8	.688	.474	495	1,550	28.0	.688	.628	.749	22.3	< .001
rd9	.680	.463	474	1,550	26.0	.680	.619	.742	21.8	< .001
rd10	.641	.410	383	1,550	19.9	.641	.576	.705	19.6	< .001
rd11	.645	.416	392	1,550	21.1	.645	.581	.709	19.8	< .001
rd12	.658	.433	421	1,550	21.2	.658	.595	.721	20.5	< .001
rd13	.708	.502	554	1,550	24.9	.708	.649	.768	23.5	< .001
rd14	.693	.480	508	1,550	23.9	.693	.632	.753	22.5	< .001
rd15	.663	.440	432	1,550	24.3	.663	.601	.726	20.8	< .001
rd16	.617	.381	338	1,550	22.6	.617	.551	.683	18.4	< .001
rd17	.510	.260	194	1,550	19.1	.510	.438	.582	13.9	< .001
rd18	.652	.425	406	1,550	25.5	.652	.588	.715	20.2	< .001
rd19	.695	.483	514	1,550	25.1	.695	.635	.755	22.7	< .001
rd20	.613	.376	331	1,550	18.9	.613	.547	.679	18.2	< .001
rd21	.541	.293	228	1,550	17.2	.541	.471	.612	15.1	< .001
rd22	.588	.346	291	1,550	17.9	.588	.521	.656	17.1	< .001
rd23	.584	.341	285	1,550	18.7	.584	.516	.652	16.9	< .001
rd24	.651	.424	406	1,550	22.2	.651	.588	.715	20.1	< .001
rd25	.602	.362	312	1,550	32.3	.602	.535	.669	17.7	< .001
rd26	.620	.384	343	1,550	34.4	.620	.554	.685	18.5	< .001
rd27	.640	.409	381	1,550	31.6	.640	.575	.704	19.5	< .001
rd28	.667	.445	442	1,550	28.3	.667	.605	.730	21.0	< .001
rd29	.658	.433	420	1,550	28.4	.658	.595	.721	20.5	< .001
rd30	.568	.323	262	1,550	32.4	.568	.499	.637	16.2	< .001
rd31	.555	.308	245	1,550	26.7	.555	.485	.625	15.6	< .001
rd32	.642	.412	385	1,550	26.2	.642	.578	.706	19.6	< .001
rd33	.516	.267	200	1,550	31.8	.516	.445	.588	14.1	< .001
rd34	.579	.335	277	1,550	32.5	.579	.511	.647	16.7	< .001
rd35	.443	.196	134	1,550	16.8	.443	.368	.518	11.6	< .001
rd36	.480	.231	165	1,550	18.1	.480	.407	.554	12.8	< .001
rd37	.572	.327	267	1,550	21.9	.572	.503	.641	16.4	< .001
rd38	.535	.286	220	1,550	31.3	.535	.464	.605	14.8	< .001
rd39	.534	.285	219	1,550	31.8	.534	.463	.605	14.8	< .001
rd40	.621	.386	345	1,550	35.2	.621	.555	.687	18.6	< .001
rd41	.630	.397	362	1,550	37.9	.630	.565	.695	19.0	< .001
rd42	.694	.353	300	1,550	28.3	.594	.526	.661	17.3	< .001
rd43	.666	.444	439	1,550	25.6	.666	.604	.729	21.0	< .001
rd44	.681	.464	476	1,550	33.7	.681	.620	.742	21.8	< .001
rd45	.646	.417	394	1,550	24.6	.646	.582	.710	19.9	< .001
rd46	.570	.324	264	1,550	27.2	.570	.501	.638	16.3	< .001
rd47	.590	.348	293	1,550	30.8	.590	.522	.657	17.1	< .001
rd48	.591	.350	296	1,550	20.9	.591	.524	.659	17.2	< .001
rd49	.619	.383	341	1,550	23.3	.619	.553	.685	18.5	< .001
rd50	.600	.360	309	1,550	28.6	.600	.533	.667	17.6	< .001
rd51	.594	.353	301	1,550	19.0	.594	.527	.662	17.3	< .001
rd52	.556	.309	246	1,550	20.5	.556	.487	.626	17.9	< .001
rd53	.520	.271	204	1,550	16.8	.520	.449	.592	14.3	< .001
rd54	.639	.409	380	1,550	26.1	.639	.575	.704	19.5	< .001

rd55	.658	.433	420	1,550	26.9	.658	.595	.721	20.5	< .001
rd56	.675	.455	460	1,550	23.9	.675	.613	.737	21.4	< .001
rd57	.672	.451	452	1,550	26.5	.672	.610	.734	21.3	< .001
rd58	.653	.426	408	1,550	26.8	.653	.589	.716	20.2	< .001
rd59	.732	.536	634	1,550	27.9	.732	.675	.789	25.2	< .001
rd60	.151	.0227	12.8	1,550	5.20	.151	.0679	.234	3.58	< .001
rd61	.335	.112	69.4	1,550	9.92	.335	.256	.414	8.33	< .001
rd62	.411	.169	112	1,550	12.5	.411	.335	.488	10.6	< .001
rd63	.386	.149	96.6	1,550	11.6	.386	.309	.464	9.83	< .001
rd64	.346	.119	74.6	1,550	11.2	.346	.267	.424	8.64	< .001
rd65	.363	.132	83.7	1,550	11.5	.363	.285	.441	9.15	< .001
rd66	.298	.0887	53.6	1,550	10.7	.298	.218	.378	7.32	< .001
rd67	.337	.114	70.7	1,550	10.5	.337	.259	.416	8.41	< .001

R: Korelasyon katsayısı; R²: Belirleyicilik katsayısı

Tablo 30'a bakıldığında, ritüel deneyimleri ölçeğinde yer alan maddelerin tümünün toplam ölçek puanının açıklayıcılığına .001 düzeyinde katkı sağladığı anlaşılmaktadır. En yüksek katkıyı sağlayan maddeler *t* değerlerine bakıldığında rd3, rd7, rd8, rd9, rd13, rd14, rd19, rd28, rd43, rd44, rd56, rd57 iken; en düşük katkı sağlayan maddelerin rd60, rd61, rd66 olduğu görülmektedir. Bu maddelerin ölçeğe aracını oluşturan maddeler arasında yer alabileceği; ancak en düşük açıklayıcılığa sahip maddeler için ayrıca düzeltme işlemi dikkate alınabilir.

Gerçekleştirilen madde analizlerinin ardından ritüel deneyimleri ölçeği için AFA süreci işletilmiştir. Öncelikle Paralel Analizi (PA) ve En Küçük Ortalamalı Kısmi Korelasyon Analizinin (MAP) önerdiği faktör sayısı kontrol edilmiş ve bu analizlerin, 6 faktörün korunmasını önerdikleri tespit edilmiştir. En uygun yapının belirlenmesi için faktör çıkarma yöntemlerinden Ağırlıklandırılmamış En Küçük Kareler (ULS) Yöntemi kullanılarak, Ritüel Deneyimleri ölçeğinin 6'lı 7'li ve 8'li faktör yapısını öneren analiz sonuçları incelenmiş olup, ölçek açıklayıcılığına ilişkin en optimal sonucun 6'lı faktör yapısıyla sağlandığı tespit edilerek bu kapsamdaki madde analizinin 6'lı faktör yapısına göre raporlanmasına karar verilmiştir. Diğer sonuçlara, tezin bulut bağlantısında yer verilmiştir. AFA sonucunda Promax Döndürme Yöntemi kullanılarak elde edilen faktör yükleri, ortak varyans değerleri, her boyuta ait öz değerler ve açıkladıkları varyans ile toplam varyans değerleri, Tablo 31'den izlenebilir.

Tablo 31. Ritüel Deneyimlerine İlişkin AFA Sonuçları

Maddeler (N=669)	Faktör Yükleri						Ortak Varyans
	1.Faktör	2.Faktör	3. Faktör	4. Faktör	5. Faktör	6. Faktör	
rd1	.138	.019	-.238	.334	-.026	.545	.545
rd2	.110	-.028	-.179	.269	-.055	.594	.523
rd3	.043	-.010	-.068	.255	-.040	.675	.663
rd4	.065	-.020	.029	.012	-.115	.845	.707
rd5	.056	-.030	.011	.016	.032	.725	.623
rd6	.019	.017	-.087	.067	.103	.680	.559
rd7	-.059	.042	.013	-.093	.081	.896	.759
rd8	-.064	.008	-.055	.180	.023	.780	.724
rd9	-.062	-.017	.006	.017	.002	.901	.780
rd10	-.090	-.106	.036	.165	.174	.562	.576

rd11	.084	.005	-.145	.832	.018	.034	.687
rd12	.065	-.005	-.104	.867	-.018	.035	.734
rd13	.004	.020	.025	.842	-.025	.046	.767
rd14	.024	.015	-.029	.833	.005	.043	.738
rd15	.153	.052	-.034	.688	.043	-.016	.580
rd16	.113	-.030	.032	.678	-.073	.051	.547
rd17	.110	.310	-.072	.520	-.098	.036	.398
rd18	.129	.007	.023	.729	.000	-.048	.593
rd19	.055	-.003	.056	.845	.003	-.069	.734
rd20	-.196	-.034	.230	.666	.032	.028	.588
rd21	-.169	-.048	.251	.490	-.012	.106	.418
rd22	-.291	-.029	.234	.614	.064	.096	.576
rd23	-.237	-.043	.236	.531	.066	.122	.506
rd24	-.013	-.036	.068	.778	.013	-.006	.652
rd25	.918	.005	-.065	.133	-.090	-.049	.762
rd26	.903	.001	-.059	.107	-.031	-.047	.771
rd27	.845	.012	-.050	.167	-.029	-.045	.731
rd28	.459	-.030	-.034	.270	.272	-.054	.557
rd29	.489	-.040	.029	.299	.083	.000	.531
rd30	.557	.023	.153	-.171	-.042	.263	.532
rd31	.455	.022	.229	-.337	-.028	.411	.569
rd32	.395	.028	.264	-.005	-.160	.319	.506
rd33	.825	-.000	.046	-.099	-.044	.002	.631
rd34	.805	.004	.012	-.014	-.046	.048	.653
rd35	.342	-.088	.172	.078	.006	.008	.245
rd36	.330	-.107	.150	.130	.093	-.037	.283
rd37	.435	.008	.128	-.130	.092	.225	.450
rd38	.868	.020	.025	-.080	-.022	-.042	.682
rd39	.802	.011	-.019	-.001	-.014	-.023	.601
rd40	.813	.018	.034	-.025	.078	-.036	.722
rd41	.828	.022	.045	-.025	.051	-.023	.741
rd42	.213	-.046	.081	-.177	.624	.079	.614
rd43	.037	.073	.122	-.069	.640	.107	.624
rd44	.206	-.038	.090	-.052	.578	.105	.658
rd45	-.028	.115	.117	-.065	.657	.105	.601
rd46	.007	-.006	-.168	.087	.955	-.113	.711
rd47	.072	-.005	-.210	.040	.933	-.037	.722
rd48	-.118	.045	-.030	.054	.837	.003	.629
rd49	-.092	.023	.059	.035	.784	.006	.639
rd50	.040	-.033	-.014	-.037	.805	.018	.655
rd51	-.175	.007	.155	.025	.713	.033	.593
rd52	.099	.070	.593	-.074	-.023	.076	.437
rd53	-.142	.157	.569	.124	-.076	.076	.399
rd54	.042	.024	.829	-.018	.005	-.049	.679
rd55	.066	-.018	.892	-.012	-.068	-.024	.742
rd56	.008	-.076	.816	.188	-.006	-.109	.721
rd57	.127	-.025	.590	.147	.086	-.072	.580
rd58	.222	-.008	.562	-.003	.210	-.129	.609
rd59	.116	-.011	.657	.203	.098	-.121	.704
rd60	.036	.727	-.072	-.140	.031	-.019	.519
rd61	-.051	.929	-.005	.026	-.009	.017	.857
rd62	-.131	.895	.107	.082	.014	.017	.856
rd63	-.111	.924	.066	.122	-.030	-.001	.893
rd64	.132	.830	.077	-.021	-.080	-.055	.743
rd65	-.035	.885	-.004	.056	.013	.005	.791
rd66	.192	.620	-.127	-.027	.132	-.074	.427
rd67	.042	.837	.004	-.109	.068	.027	.714
Öz Değer:	24.159	6.078	5.578	3.641	2.548	2.090	
Açıklanan Varyans:	%36	%9	%8	%5	%4	%3	
Toplam Açıklanan Varyans : %66							
Faktörler Arası Korelasyon Matrisi							
F1	F1	F2	F3	F4	F5		
F2	-						
F3	.147	-					
	.502	.221	-				

F4	.376	.120	.502	-	
F5	.334	.083	.642	.466	.
F6	.524	.082	.548	.597	.554

Tablo 31’den izlenebileceği üzere, ritüel deneyimlerinin toplam altı boyuttan oluştuğu ve bu altı boyutun toplam varyansın %66’sını açıkladığı görülmektedir. Ritüel deneyimleri ölçeğinde yer alan toplam 67 maddenin anlamlı bir biçimde 6 faktöre yerleştiği anlaşılmaktadır. Bu maddelerden rd25-rd41 arasındaki maddeler birinci faktör altında; rd60-rd67 arasındaki maddeler ikinci faktör altında yer alırken; rd52-59 arasındaki maddeler ise üçüncü faktöre yerleşmiştir. Dördüncü faktör altında toplanan maddeler rd11-rd24 arasındaki maddelerle, beşinci faktör rd42-rd51 arasındaki maddelerle, altıncı faktör ise, rd1-rd10 arasındaki maddelerle temsil edilmiştir.

Birinci faktör altında toplanan maddeler incelendiğinde, nitel bulgulara fantezi, nostalji ve eğlence deneyimi temalarında raporlanan bu deneyimlere ilişkin maddelerin bu faktör altında toplandığı ve bu maddelerin ritüel ile ilişkili deneyimlerin duygusal tarafını temsil ettiği anlaşılmaktadır. Alan yazında da deneyimlerin duygusal ve düşsel unsurlarla çevrili olduğuna değinilmiştir. Bu anlamda geçmişe ilişkin düşlerin nostalji deneyimine, çok duyulu geliştirilen mevcut duyguların fantezi deneyimine işaret ettiğine (Ahola, 2005), eğlence deneyiminin ise duyular aracılığıyla özümsemişliğine değinilmiştir (Pine ve Gilmore, 1999). Bu nedenle birinci faktör, **Duygusal Ritüel Deneyimi** olarak adlandırılmıştır. İkinci faktör altında toplanan maddeler, ritüelin gerçekleştirilmesinde manevi bakış açısını yansıtan deneyimler ile ilişkili olduğundan, **Manevi Ritüel Deneyimi** olarak nitelendirilmiştir. Üçüncü faktör altında toplanan maddeler ise kişilerin andan sıyrılarak akış içinde yaşadıkları duyguları temsil etmekte, dolayısıyla bu faktör **Kaçış Ritüel Deneyimi** olarak adlandırılmıştır. Dördüncü faktörü temsil eden maddelerin, ritüele yüklenen sembolik anlam ile ilişkili olduğu görülmektedir. Bu yüzden bu faktör **Sembolik Ritüel Deneyimi** şeklinde adlandırılmıştır. Beşinci faktöre yerleşen maddelerin, ritüelin gerçekleştirilmesindeki estetik yaklaşımları içerdiği için **Estetik Ritüel Deneyimi** olarak, altıncı faktörü temsil eden maddelerin ise, ritüelle ilişkili sosyal etkileşimleri yansıttığı için **Sosyal Ritüel Deneyimi** olarak adlandırılmıştır.

AFA sürecinin bir parçası olarak ilgili ölçeği oluşturan maddelerin birbirleriyle ne düzeyde ilişkili olduğunu belirlemek için, maddeler arası korelasyon katsayıları incelenmiştir. Normal dağılım gösteren maddeler için Pearson Korelasyon Katsayısı, normal dağılım göstermeyen maddeler için Sperman Korelasyon Katsayısı kullanılmıştır. Ölçekteki bir madde diğer

maddelerle korelasyon göstermediğinde genellikle sorunlu kabul edilir ve bu durum ilgili maddenin farklı bir yapıyı ölçtüğüne, varyansının olmadığına veya dağılımının diğer maddelerden çok farklı olması ile açıklanmaktadır (Bandalos, 2018, s. 135-136). Diğer maddelerle daha düşük korelasyon katsayısına veya negatif korelasyon katsayısına sahip maddelerin ölçekten çıkarılması için karar aşamasında öncelikle madde ile ölçek toplam puanı arasındaki korelasyonun incelenmesi yol gösterici olmaktadır (Özbaşı, 2022, s. 55). Ritüel deneyim ölçeğinde yer alan maddelere ait maddeler arası korelasyon sonuçları her bir alt boyut için ayrı ayrı sunulmuştur. Bu sonuçlar Tablo 32, Tablo 33, Tablo 34, Tablo 35, Tablo 36 ve Tablo 37 aracılığıyla aşağıdan sırasıyla izlenebilir.

Tablo 32. Sosyal Ritüel Deneyimi Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları

	rd1	rd2	rd3	rd4	rd5	rd6	rd7	rd8	rd9	rd10
rd1	-									
	-									
rd2	.878 ^{a*}	-								
	.880 ^{b*}									
rd3	.655*	.655*	-							
	.660*	.677*	-							
rd4	.571 *	.583*	.807*	-						
	.581*	.602*	.859*	-						
rd5	.493*	.508*	.652*	.732*	-					
	.504*	.535*	.677*	.761*	-					
rd6	.600 *	.629*	.514*	.506*	.530*	-				
	.607*	.656*	.554*	.541*	.556*	-				
rd7	.525*	.495*	.620*	.669*	.663*	.744*	-			
	.554*	.536*	.654*	.706*	.678*	.741*	-			
rd8	.593*	.579*	.744*	.682*	.656*	.602*	.758*	-		
	.583*	.577*	.748*	.728*	.663*	.639*	.813*	-		
rd9	.544*	.523*	.648*	.730*	.682*	.629*	.800*	.828*	-	
	.553*	.549*	.686*	.758*	.694*	.657*	.840*	.873*	-	
rd10	.460*	.492*	.527*	.546*	.582*	.636*	.670*	.583*	.662*	-
	.480*	.518*	.559*	.581*	.611*	.652*	.687*	.610*	.675*	-

* p < .001, a Pearson's r değerini, b Spearman rho değerini temsil etmektedir

Tablo 32 incelendiğinde, ritüel deneyimlerinin sosyal ritüel deneyimi faktörüne ait maddelerin .30'un altında ya da .90'ın üzerinde bir korelasyon değeri ile ilişkili olmadıkları görülmektedir. Maddeler arası korelasyonlarda bu varsayımın sağlanmış olması dolayısıyla, ölçek maddelerinin birbirleriyle olan korelasyonları, ölçek maddelerinin birbirleriyle uyum

içinde olduğunu göstermektedir.

Tablo 33. Sembolik Ritüel Deneyimi Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları

	rd11	rd12	rd13	rd14	rd15	rd16	rd17	rd18	rd19	rd20	rd21	rd22	rd23	rd24
rd11	-													
	-													
rd12	.878 ^{a*}	—												
	.885 ^{b*}	—												
rd13	.793*	.843*	—											
	.804*	.848*	—											
rd14	.783*	.829*	.891*	—										
	.794*	.829*	.881*	—										
rd15	.770*	.746*	.760*	.756*	—									
	.782*	.774*	.763*	.773*	—									
rd16	.570*	.585*	.608*	.596*	.587*	—								
	.569*	.579*	.596*	.587*	.569*	—								
rd17	.399*	.411*	.455*	.427*	.399*	.561*	—							
	.393*	.400*	.436*	.402*	.394*	.566*	—							
rd18	.594*	.605*	.634*	.633*	.586*	.766*	.591*	—						
	.587*	.607*	.623*	.620*	.579*	.794*	.578*	—						
rd19	.664*	.696*	.704*	.717*	.619*	.652*	.481*	.714*	—					
	.658*	.683*	.697*	.715*	.639*	.660*	.485*	.707*	—					
rd20	.516*	.542*	.604*	.581*	.469*	.470*	.363*	.491*	.611*	—				
	.511*	.541*	.604*	.574*	.472*	.472*	.362*	.476*	.608*	—				
rd21	.406*	.425*	.487*	.477*	.375*	.400*	.247*	.412*	.486*	.750*	—			
	.386*	.403*	.463*	.450*	.350*	.368*	.240*	.376*	.462*	.724*	—			
rd22	.459*	.486*	.551*	.515*	.409*	.463*	.309*	.482*	.574*	.821*	.723*	—		
	.442*	.469*	.539*	.493*	.393*	.454*	.306*	.465*	.569*	.814*	.709*	—		
rd23	.618*	.642*	.659*	.646*	.539*	.619*	.445*	.614*	.781*	.590*	.458*	.591*	—	
	.620*	.631*	.662*	.651*	.555*	.619*	.437*	.610*	.788*	.582*	.415*	.577*	—	
rd24	.444*	.463*	.524*	.494*	.395*	.408*	.263*	.443*	.520*	.758*	.828*	.870*	.541*	—
	.424*	.444*	.503*	.471*	.374*	.386*	.248*	.409*	.506*	.739*	.814*	.862*	.516*	—

* p < .001, a Pearson's r değerini, b Spearman rho değerini temsil etmektedir

Tablo 33'ten izlenebildiği gibi, ritüel deneyimlerinin sembolik ritüel deneyimi faktörüne ait maddelerin .30'un altında ya da .90'ın üzerinde bir korelasyon değeri ile ilişkili olmadıkları, ölçek maddelerinin birbirleriyle olan korelasyonlarının ölçek maddelerinin birbirleriyle uyum içinde olduğu görülmektedir.

Tablo 34. Duygusal Ritüel Deneyimi Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları

	rd25	rd26	rd27	rd28	rd29	rd30	rd31	rd32	rd33	rd34	rd35	rd36	rd37	rd38	rd39	rd40	rd41
rd25	—																
	—																
rd26	.915 ^{a*}	—															
	.941 ^{b*}	—															
rd27	.862*	.895*	—														
	.902*	.940*	—														
rd28	.599*	.646*	.680*	—													
	.664*	.701*	.723*	—													
rd29	.588*	.632*	.641*	.692*	—												
	.646*	.699*	.703*	.761*	—												
rd30	.583*	.595*	.557*	.446*	.392*	—											
	.620*	.639*	.639*	.524*	.472*	—											
rd31	.532*	.567*	.523*	.404*	.358*	.822*	—										
	.614*	.643*	.641*	.527*	.480*	.912*	—										
rd32	.431*	.455*	.473*	.468*	.466*	.534*	.676*	—									
	.500*	.526*	.547*	.551*	.560*	.594*	.673*	—									
rd33	.637*	.618*	.578*	.407*	.471*	.507*	.491*	.412*	—								
	.671*	.656*	.644*	.468*	.528*	.564*	.571*	.501*	—								
rd34	.675*	.653*	.629*	.509*	.514*	.557*	.522*	.460*	.758*	—							
	.645*	.638*	.645*	.549*	.569*	.546*	.548*	.513*	.869*	—							
rd35	.362*	.341*	.348*	.299*	.312*	.331*	.292*	.288*	.339*	.409*	—						
	.431*	.425*	.435*	.388*	.357*	.373*	.364*	.335*	.427*	.481*	—						
rd36	.372*	.379*	.379*	.367*	.350*	.316*	.294*	.312*	.325*	.394*	.856*	—					
	.423*	.425*	.441*	.438*	.404*	.368*	.371*	.373*	.393*	.437*	.882*	—					
rd37	.471*	.486*	.507*	.411*	.434*	.411*	.475*	.447*	.544*	.545*	.356*	.391*	—				
	.584*	.600*	.620*	.544*	.556*	.527*	.553*	.506*	.684*	.678*	.469*	.491*	—				
rd38	.631*	.643*	.627*	.454*	.481*	.505*	.482*	.394*	.769*	.729*	.348*	.355*	.578*	—			
	.633*	.633*	.643*	.509*	.545*	.571*	.563*	.483*	.818*	.803*	.440*	.411*	.721*	—			
rd39	.599*	.611*	.602*	.456*	.487*	.449*	.416*	.362*	.718*	.703*	.343*	.355*	.546*	.854*	—		
	.601*	.608*	.621*	.497*	.545*	.542*	.519*	.445*	.756*	.751*	.421*	.404*	.655*	.839*	—		
rd40	.714*	.748*	.698*	.548*	.552*	.616*	.554*	.432*	.645*	.628*	.380*	.393*	.492*	.690*	.624*	—	
	.763*	.775*	.776*	.620*	.627*	.628*	.604*	.508*	.655*	.637*	.455*	.441*	.624*	.675*	.643*	—	
rd41	.749*	.755*	.721*	.572*	.577*	.626*	.558*	.457*	.646*	.660*	.367*	.373*	.521*	.661*	.620*	.898*	—
	.778*	.793*	.798*	.648*	.638*	.655*	.630*	.521*	.651*	.638*	.435*	.430*	.636*	.668*	.635*	.928*	—

* p < .001, a Pearson's r değerini, b Spearman rho değerini temsil etmektedir

Tablo 34’te sunulmuş olan duygusal ritüel deneyimi faktörüne ait korelasyon tablosu incelendiğinde ölçek maddelerini tamamına yakınının birbirleriyle olan korelasyonlarının uyum içinde olduğu görülmektedir. Ancak rd25, rd26 ve rd27 maddeleri arası korelasyonların .90 seyrinde, rd35 ve rd36 maddelerinin ise, birbirleriyle olan korelasyonlarının .30 seyrinde olduğu görülmektedir. İlerleyen süreçlerde maddeler ile ilgili revizeler göz önünde bulundurulabilir.

Tablo 35. Estetik Ritüel Deneyimi Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları

	rd42	rd43	rd44	rd45	rd46	rd47	rd48	rd49	rd50	rd51
rd42	—									
	—									
rd43	.692 ^{a*}	—								
	.725 ^{b*}	—								
rd44	.807*	.707*	—							
	.842*	.742*	—							
rd45	.612*	.875*	.697*	—						
	.674*	.892*	.749*	—						
rd46	.565*	.535*	.602*	.539*	—					
	.687*	.621*	.708*	.616*	—					
rd47	.620*	.538*	.633*	.519*	.838*	—				
	.700*	.607*	.711*	.593*	.884*	—				
rd48	.493*	.642*	.499*	.648*	.655*	.655*	—			
	.579*	.699*	.570*	.702*	.700*	.688*	—			
rd49	.523*	.503*	.549*	.521*	.707*	.660*	.619*	—		
	.620*	.580*	.641*	.585*	.765*	.736*	.678*	—		
rd50	.610*	.550*	.610*	.511*	.679*	.760*	.571*	.739*	—	
	.687*	.615*	.680*	.583*	.739*	.783*	.623*	.811*	—	
rd51	.471*	.610*	.477*	.602*	.560*	.528*	.752*	.704*	.607*	—
	.537*	.650*	.525*	.637*	.595*	.558*	.773*	.728*	.636*	—

* p < .001, a Pearson’s r değerini, b Spearman rho değerini temsil etmektedir

Tablo 35’te sunulmuş olan estetik ritüel deneyimi faktörü korelasyon tablosu, estetik ritüel deneyimi boyutu altında toplanan maddelerinin birbirleriyle uyum içinde olduğunu göstermektedir.

Tablo 36. Kaçış Ritüel Deneyimi Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları

	rd52	rd53	rd54	rd55	rd56	rd57	rd58	rd59
rd52	—							
	—							
rd53	.609 ^{a*}	—						
	.613 ^{b*}	—						
rd54	.589*	.532*	—					
	.625*	.538*	—					
rd55	.571*	.485*	.854*	—				
	.589*	.482*	.866*	—				
rd56	.440*	.480*	.675*	.750*	—			
	.468*	.472*	.695*	.744*	—			
rd57	.400*	.367*	.590*	.665*	.722*	—		
	.445*	.367*	.637*	.689*	.730*	—		
rd58	.538*	.355*	.569*	.628*	.664*	.634*	—	
	.599*	.378*	.655*	.692*	.712*	.668*	—	
rd59	.466*	.444*	.619*	.674*	.785*	.747*	.729*	—
	.504*	.438 ^{**}	.657*	.694*	.803*	.751*	.767*	—

* p < .001, a Pearson's r değerini, b Spearman rho değerini temsil etmektedir

Tablo 36'da sunulmuş olan kaçış ritüel deneyimi boyutundaki ölçek maddelerinin birbirleriyle olan korelasyonlarından, maddelerinin birbirleriyle uyum içinde olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 37. Manevi Ritüel Deneyimleri Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları

	rd60	rd61	rd62	rd63	rd64	rd65	rd66	rd67
rd60	—							
	—							
rd61	.629 ^{a*}	—						
	.624 ^{b*}	—						
rd62	.583*	.872*	—					
	.579*	.873*	—					
rd63	.601*	.905*	.923*	—				
	.593*	.906*	.924*	—				
rd64	.588*	.779*	.766*	.790*	—			
	.587*	.795*	.773*	.804*	—			
rd65	.671*	.814*	.797*	.812*	.740*	—		
	.666*	.816*	.797*	.814*	.755*	—		
rd66	.456*	.549*	.513*	.526*	.600*	.575*	—	
	.411*	.549*	.491*	.520*	.612*	.558*	—	
rd67	.633*	.761*	.767*	.766*	.695*	.752*	.545*	—

.628*	.764*	.767*	.766*	.706*	.754*	.528*	—

* p < .001, a Pearson's r değerini, b Spearman rho değerini temsil etmektedir

Tablo 37 incelendiğinde, manevi ritüel deneyimi boyutuna ilişkin ölçek maddelerinin birbirleriyle olan korelasyonları, ölçek maddelerinin birbirleriyle uyum içinde olduğunu yansıtmaktadır.

Maddelerin ayırt ediciliğinin tespit edilmesinde, maddeler arası korelasyonlara dayalı ölçüm metodu olan ölçeğin iç tutarlılığının hesaplanması faydalı olmaktadır. Maddeler arası tutarlılığın değerlendirilmesi için iç tutarlılık indeksi alfa katsayısı incelenebilir. Alfa katsayısı değerlerinin yüksek olması, daha yüksek maddeler arası tutarlılığı ifade etmektedir. Ölçekteki diğer maddelerle güçlü bir ilişkiye sahip olan madde, ölçekten çıkarıldığında alfa katsayısı düşmelidir. Tersî durumunda ise, bir madde çıkarıldığında alfa katsayısında olan artış, o maddenin maddeler arası tutarlılığa zarar verdiğini yansıtmaktadır. Diğer maddelerle aynı şeyi ölçmeyen bir madde, kötü ifade edilmiş bir madde, diğer maddelerden çok farklı dağılım özelliklerine sahip olan ya da varyansı olmayan madde gibi durumlar ölçek güvenilirliğinin düştüğü anlamına gelebilir (Bandalos, 2018, s. 137-138). Bu bilgiler ışığında Tablo 38'de ritüel deneyimleri maddeleri-toplam puan korelasyonlarına; Tablo 39, Tablo 40, Tablo 41, Tablo 42, Tablo 43 ve Tablo 44'da ise güvenilirlik analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 38. Ritüel Deneyimleri Maddeleri-Toplam Puan Korelasyonları

Madde	Sosyal Ritüel Deneyimi	Sembolik Ritüel Deneyimi	Duygusal Ritüel Deneyimi	Estetik Ritüel Deneyimi	Kaçış Ritüel Deneyimi	Manevi Ritüel Deneyimi
rd1	.769^a (.737)^b	.546 (.548)	.440 (.464)	.360 (.397)	.349 (.373)	.076 (.102)
rd2	.773 (.753)	.510 (.531)	.425 (.474)	.344 (.402)	.346 (.386)	.031 (.050)
rd3	.829 (.821)	.603 (.599)	.487 (.534)	.443 (.469)	.454 (.466)	.068 (.049)
rd4	.831 (.839)	.510 (.532)	.522 (.556)	.430 (.468)	.445 (.468)	.058 (.061)
rd5	.795 (.791)	.507 (.492)	.518 (.544)	.486 (.494)	.453 (.471)	.050 (.053)
rd6	.794 (.788)	.492 (.511)	.479 (.512)	.463 (.478)	.406 (.418)	.082 (.089)
rd7	.859 (.880)	.498 (.501)	.510 (.572)	.518 (.539)	.468 (.496)	.111 (.098)
rd8	.858 (.849)	.603 (.574)	.474 (.525)	.469 (.488)	.458 (.468)	.080 (.071)
rd9	.865 (.873)	.555 (.556)	.509 (.570)	.487 (.502)	.450 (.490)	.056 (.064)
rd10	.779 (.799)	.571 (.577)	.455 (.505)	.519 (.544)	.442 (.474)	-.015 (-.012)
rd11	.560 (.565)	.814 (.801)	.389 (.426)	.376 (.410)	.410 (.408)	.092 (.105)
rd12	.575 (.584)	.837 (.828)	.388 (.424)	.373 (.408)	.432 (.436)	.090 (.103)
rd13	.592 (.589)	.870 (.858)	.415 (.443)	.415 (.444)	.500 (.496)	.132 (.138)
rd14	.587 (.599)	.854 (.836)	.412 (.462)	.409 (.453)	.471 (.478)	.120 (.131)
rd15	.510 (.499)	.765 (.753)	.444 (.465)	.419 (.453)	.463 (.449)	.153 (.162)
rd16	.521 (.514)	.751 (.733)	.429 (.428)	.355 (.378)	.420 (.415)	.069 (.084)
rd17	.356 (.344)	.574 (.544)	.306 (.309)	.218 (.235)	.299 (.296)	.359 (.371)
rd18	.509 (.499)	.775 (.744)	.438 (.444)	.402 (.419)	.457 (.452)	.112 (.113)
rd19	.555 (.554)	.842 (.844)	.434 (.477)	.419 (.564)	.507 (.515)	.119 (.118)
rd20	.489 (.497)	.798 (.805)	.309 (.318)	.389 (.386)	.453 (.446)	.089 (.093)
rd21	.437 (.434)	.699 (.699)	.304 (.293)	.333 (.298)	.385 (.357)	.066 (.083)
rd22	.495 (.497)	.770 (.766)	.262 (.269)	.289 (.371)	.426 (.415)	.086 (.090)
rd23	.482 (.475)	.743 (.718)	.305 (.293)	.399 (.362)	.410 (.391)	.072 (.080)
rd24	.549 (.555)	.801 (.789)	.387 (.439)	.402 (.448)	.478 (.492)	.078 (.081)
rd25	.431 (.446)	.367 (.363)	.832 (.805)	.397 (.447)	.417 (.410)	.137 (.143)
rd26	.440 (.463)	.369 (.361)	.850 (.822)	.437 (.477)	.437 (.432)	.135 (.149)
rd27	.459 (.480)	.410 (.389)	.838 (.839)	.441 (.485)	.452 (.463)	.147 (.170)
rd28	.496 (.513)	.501 (.486)	.716 (.758)	.570 (.556)	.497 (.499)	.095 (.091)
rd29	.520 (.530)	.508 (.488)	.714 (.762)	.486 (.526)	.497 (.500)	.095 (.102)
rd30	.458 (.469)	.296 (.296)	.720 (.734)	.428 (.452)	.446 (.429)	.141 (.138)

rd31	.474 (.504)	.247 (.286)	.705 (.751)	.454 (.487)	.445 (.449)	.133 (.134)
rd32	.530 (.532)	.450 (.427)	.651 (.718)	.428 (.476)	.564 (.538)	.170 (.165)
rd33	.360 (.404)	.235 (.245)	.758 (.773)	.385 (.420)	.401 (.408)	.122 (.126)
rd34	.431 (.426)	.313 (.299)	.803 (.788)	.410 (.451)	.417 (.422)	.134 (.130)
rd35	.323 (.343)	.293 (.291)	.584 (.652)	.323 (.364)	.352 (.382)	.032 (.039)
rd36	.343 (.369)	.335 (.335)	.605 (.661)	.388 (.417)	.382 (.403)	.015 (.027)
rd37	.475 (.527)	.309 (.346)	.692 (.788)	.472 (.530)	.443 (.476)	.120 (.104)
rd38	.360 (.406)	.242 (.287)	.785 (.787)	.396 (.443)	.408 (.424)	.148 (.162)
rd39	.383 (.417)	.279 (.287)	.751 (.753)	.386 (.432)	.389 (.415)	.131 (.151)
rd40	.432 (.471)	.326 (.334)	.821 (.811)	.499 (.523)	.485 (.474)	.154 (.154)
rd41	.441 (.469)	.333 (.341)	.833 (.811)	.491 (.516)	.493 (.485)	.163 (.163)
rd42	.449 (.473)	.315 (.337)	.566 (.592)	.772 (.779)	.521 (.520)	.056 (.067)
rd43	.489 (.507)	.410 (.434)	.529 (.551)	.829 (.837)	.569 (.569)	.165 (.149)
rd44	.531 (.528)	.428 (.441)	.622 (.631)	.796 (.784)	.577 (.566)	.078 (.082)
rd45	.469 (.484)	.396 (.414)	.478 (.511)	.816 (.827)	.549 (.563)	.199 (.171)
rd46	.396 (.439)	.385 (.395)	.444 (.546)	.811 (.811)	.450 (.487)	.057 (.060)
rd47	.442 (.460)	.380 (.386)	.482 (.567)	.814 (.790)	.458 (.478)	.057 (.052)
rd48	.436 (.463)	.400 (.414)	.398 (.478)	.824 (.848)	.490 (.524)	.106 (.101)
rd49	.448 (.508)	.414 (.449)	.455 (.554)	.810 (.848)	.532 (.567)	.112 (.107)
rd50	.447 (.504)	.368 (.407)	.503 (.587)	.808 (.799)	.516 (.541)	.052 (.057)
rd51	.427 (.470)	.417 (.436)	.396 (.468)	.806 (.835)	.531 (.564)	.091 (.087)
rd52	.363 (.389)	.342 (.351)	.448 (.504)	.441 (.489)	.725 (.733)	.207 (.232)
rd53	.346 (.340)	.406 (.367)	.288 (.311)	.343 (.364)	.685 (.689)	.273 (.282)
rd54	.405 (.454)	.415 (.422)	.488 (.540)	.538 (.611)	.842 (.852)	.215 (.220)
rd55	.442 (.496)	.436 (.449)	.512 (.552)	.528 (.585)	.871 (.865)	.191 (.184)
rd56	.457 (.485)	.531 (.522)	.489 (.515)	.544 (.566)	.860 (.861)	.131 (.127)
rd57	.468 (.497)	.486 (.477)	.540 (.538)	.547 (.570)	.793 (.782)	.163 (.154)
rd58	.407 (.436)	.406 (.415)	.571 (.598)	.607 (.607)	.790 (.813)	.169 (.176)
rd59	.484 (.501)	.556 (.544)	.572 (.557)	.605 (.621)	.848 (.845)	.188 (.175)
rd60	-.066 (-.078)	-.052 (-.058)	.039 (.042)	.005 (.012)	.056 (.051)	.748 (.748)
rd61	.061 (.070)	.137 (.137)	.110 (.112)	.087 (.111)	.191 (.184)	.927 (.921)
rd62	.122 (.110)	.227 (.205)	.133 (.131)	.159 (.154)	.292 (.266)	.914 (.909)
rd63	.099 (.095)	.219 (.200)	.113 (.119)	.112 (.121)	.256 (.235)	.929 (.926)
rd64	.056 (.070)	.116 (.140)	.188 (.193)	.087 (.120)	.256 (.250)	.870 (.873)
rd65	.088 (.075)	.172 (.159)	.134 (.134)	.116 (.124)	.224 (.222)	.901 (.896)
rd66	.062 (.099)	.079 (.129)	.210 (.257)	.152 (.198)	.165 (.218)	.685 (.668)
rd67	.061 (.055)	.091 (.081)	.177 (.159)	.142 (.144)	.208 (.202)	.866 (.863)

a Pearson's r değerini, b Spearman's rho değerini temsil etmektedir.

Tablo 38'den de izlenebileceği üzere, her bir madde alt boyut toplam puanıyla .30'un üzerinde bir korelasyona sahiptir. Buna göre sosyal ritüel deneyimi içinde yer alan maddelerin, bu boyutun toplam puanıyla .737 - .880 arasında; sembolik ritüel deneyimi altında yer alan maddelerin bu boyutun toplam puanıyla .544 - .870 arasında; duygusal ritüel deneyimi ile ilgili maddelerin ise bu boyutun toplam puanıyla .584 - .850 arasında; estetik ritüel deneyimi ile ilgili maddelerin ise bu boyutun toplam puanıyla .772 - .848 arasında; kaçış ritüel deneyimi ile ilgili maddelerin ise bu boyutun toplam puanıyla .685 - .871 arasında; manevi ritüel deneyimi ile ilgili maddelerin ise bu boyutun toplam puanıyla .668 - .929 arasında korelasyon değerleri aldığı görülmektedir. Bu durum, alt boyut içinde yer alan maddelerin homojen olduğunun ve ilgili oldukları alt boyutlarla aynı yapıyı ölçtüğünü ifade etmektedir. Öte yandan, maddelerin, ait oldukları boyutlardan daha düşük bir şekilde diğer alt boyutlarla da .30'un üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ($p < .001$) korelasyon değerine sahip olduğu dikkat çekmektedir.

Tablo 39. Sosyal Ritüel Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimsel İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları

	Ort.-madde	SS _{madde}	Ort.-ölçek	SS _{ölçek}	α	ω	Madde-Geri Kalan Korelasyon	Madde Çıkarıldığında	
								α	ω
rd1	4.07	.952					.714	.938	.941
rd2	4.00	.957					.719	.938	.941
rd3	3.99	.915					.789	.935	.937
rd4	3.91	.963					.789	.935	.937
rd5	3.91	.867					.745	.937	.939
rd6	3.67	1.096	3.85	.817	.942	.944	.735	.937	.940
rd7	3.73	1.096					.817	.933	.936
rd8	3.93	.917					.823	.933	.935
rd9	3.85	.976					.830	.933	.935
rd10	3.45	1.198					.699	.940	.942

α : Cronbach's katsayısını; ω : McDonald's katsayısını ifade etmektedir.

Ort.: Ortalama; SS: Standart Sapma

Tablo 39 incelendiğinde sosyal ritüel deneyimi boyutunda yer alan maddelerin madde-toplam puan korelasyon katsayılarının .50'nin üzerinde olduğu ve ölçekten çıkarılmaları durumunda Cronbach's α ve McDonald's ω iç tutarlılık katsayılarının düştüğü görülmektedir. Dolayısıyla bu maddelerin, iç tutarlılığa anlamlı katkı sağladığı söylenebilir. Bununla birlikte ölçeğin bu alt boyutuna ilişkin elde edilen Cronbach's α ve McDonald's ω katsayılarının $> .70$ olması, iç tutarlılık güvenilirliği için kabul edilebilir değerlere işaret etmektedir.

Tablo 40. Sembolik Ritüel Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimsel İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları

	Ort.-madde	SS _{madde}	Ort.-ölçek	SS _{ölçek}	α	ω	Madde-Geri Kalan Korelasyon	Madde Çıkarıldığında	
								α	ω
rd11	3.75	1.137					.777	.944	.946
rd12	3.70	1.158					.805	.944	.945
rd13	3.68	1.060					.846	.943	.944
rd14	3.72	1.080					.827	.943	.945
rd15	3.87	1.019					.726	.946	.947
rd16	3.71	1.018					.710	.946	.948
rd17	3.67	1.050					.510	.951	.952
rd18	3.79	.953	3.49	.854	.949	.951	.740	.946	.947
rd19	3.79	1.033					.813	.944	.945
rd20	3.06	1.209					.756	.945	.947
rd21	2.70	1.172					.643	.948	.950
rd22	2.95	1.223					.723	.946	.948
rd23	2.81	1.162					.694	.947	.949
rd24	3.69	1.093					.764	.945	.947

α : Cronbach's katsayısını; ω : McDonald's katsayısını ifade etmektedir.

Ort.: Ortalama; SS: Standart Sapma

Tablo 40'da yer alan maddelerin madde-toplam puan korelasyon katsayıları .50'nin üzerindedir ve ölçekten maddelerin çıkarılması halinde Cronbach's α ve McDonald's ω güvenilirlik katsayıları düşmektedir. Bu maddelerin iç tutarlılığa anlamlı katkı sağlamasının yanı sıra, Cronbach's α ve McDonald's ω katsayılarının $> .70$ olması da iç tutarlılık güvenilirliği için kabul edilebilir değerleri yansıtmaktadır.

Tablo 41. Duygusal Ritüel Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimsel İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları

	Ort.-madde	SS _{madde}	Ort.-ölçek	SS _{ölçek}	α	ω	Madde-Geri Kalan Korelasyon	Madde Çıkarıldığında	
								α	ω
rd25	4.39	.695					.807	.937	.947
rd26	4.39	.672					.829	.937	.946
rd27	4.35	.754					.812	.936	.947
rd28	4.16	.880					.666	.940	.950
rd29	4.20	.865					.664	.940	.950
rd30	4.30	.654					.684	.939	.949
rd31	4.22	.774					.660	.940	.950
rd32	4.08	.913					.590	.942	.951
rd33	4.51	.605	4.29	.559	.943	.952	.729	.939	.948
rd34	4.48	.665					.776	.938	.947
rd35	4.00	.981					.509	.944	.953
rd36	3.92	.990					.533	.944	.952
rd37	4.18	.972					.632	.941	.950
rd38	4.49	.638					.757	.938	.948
rd39	4.53	.626					.720	.939	.948
rd40	4.36	.657					.797	.937	.947
rd41	4.39	.620					.811	.937	.947

α : Cronbach's katsayısını; ω : McDonald's katsayısını ifade etmektedir.
Ort.: Ortalama; SS: Standart Sapma

Tablo 41'den, duygusal ritüel deneyimi alt boyutunda yer alan maddelerin madde-toplam puan korelasyon katsayılarının .50'nin üzerinde olduğu, ölçekten maddelerin çıkarılması durumunda Cronbach's α ve McDonald's ω güvenilirlik katsayılarının düştüğü ve bu katsayıların $> .70$ olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu maddelerin, iç tutarlılığa anlamlı katkı sağladığı ve iç tutarlılık güvenilirliği için kabul edilebilir değerlere işaret etmektedir.

Tablo 42. Estetik Ritüel Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimsel İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları

	Ort.-madde	SS _{madde}	Ort.-ölçek	SS _{ölçek}	α	ω	Madde-Geri Kalan Korelasyon	Madde Çıkarıldığında	
								α	ω
rd42	4.18	.782					.723	.932	.937
rd43	3.92	.970					.779	.929	.935
rd44	4.16	.754					.752	.931	.936
rd45	3.91	.978					.762	.930	.936
rd46	4.17	.782					.769	.930	.935
rd47	4.22	.713	4.01	.726	.937	.942	.777	.930	.934
rd48	3.84	1.056					.768	.930	.936
rd49	3.93	.988					.755	.930	.936
rd50	4.13	.781					.765	.930	.935
rd51	3.60	1.166					.737	.933	.937

α : Cronbach's katsayısını; ω : McDonald's katsayısını ifade etmektedir.
Ort.: Ortalama; SS: Standart Sapma

Tablo 42'de yer alan maddelerin .50'nin üzerinde madde-toplam puan korelasyon katsayılarına sahip olması ve ölçekten maddelerin çıkarılması halinde Cronbach's α ve McDonald's ω güvenilirlik katsayılarının düştüğü izlenebilmektedir. Bu sonuçlar, estetik deneyim alt boyutundaki maddelerin, iç tutarlılığa anlamlı katkı sağladığına işaret etmektedir. Ayrıca elde edilen Cronbach's α ve McDonald's ω katsayılarının $> .70$ olması ise iç tutarlılık güvenilirliği için kabul edilebilir değerleri temsil etmektedir.

Tablo 43. Kaçış Ritüel Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimsel İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları

	Ort.-madde	SS _{madde}	Ort.-ölçek	SS _{ölçek}	α	ω	Madde-Geri Kalan Korelasyon	Madde Çıkarıldığında	
								α	ω
rd52	3.89	1.012					.634	.914	.922
rd53	3.40	1.156					.567	.923	.926
rd54	4.02	.914					.790	.902	.909
rd55	4.01	.911	3.83	.786	.917	.923	.828	.899	.905
rd56	3.68	1.053					.805	.900	.907
rd57	3.94	.945					.725	.907	.913
rd58	3.93	.910					.725	.907	.914
rd59	3.79	.977					.795	.901	.908

α : Cronbach's katsayısını; ω : McDonald's katsayısını ifade etmektedir.

Ort.: Ortalama; SS: Standart Sapma

Tablo 43 incelendiğinde, kaçış ritüel deneyimi alt boyutunda yer alan maddelerin madde-toplam puan korelasyon katsayılarının .50'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Ölçekten maddelerin çıkarılması durumunda Cronbach's α ve McDonald's ω güvenilirlik katsayılarının düştüğü ve dolayısıyla bu maddelerin, iç tutarlılığa anlamlı katkı sağladığı izlenebilmektedir. Ölçeğin bu alt boyutuna ilişkin elde edilen Cronbach's α ve McDonald's ω katsayılarının .70'in üzerinde değerlere sahip olması da iç tutarlılık güvenilirliği için kabul edilebilir değerleri yansıtmaktadır.

Tablo 44. Manevi Ritüel Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimsel İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları

	Ort.-madde	SS _{madde}	Ort.-ölçek	SS _{ölçek}	α	ω	Madde-Geri Kalan Korelasyon	Madde Çıkarıldığında	
								α	ω
rd60	3.28	1.08					.679	.950	.951
rd61	3.30	1.26					.899	.936	.937
rd62	3.14	1.22					.883	.937	.938
rd63	3.23	1.24	3.39	1.01	.949	.950	.903	.936	.937
rd64	3.53	1.15					.828	.941	.942
rd65	3.32	1.18					.867	.939	.940
rd66	4.03	1.04					.607	.954	.955
rd67	3.26	1.20					.821	.942	.943

α : Cronbach's katsayısını; ω : McDonald's katsayısını ifade etmektedir.

Ort.: Ortalama; SS: Standart Sapma

Tablo 44'te yer alan maddelerin madde-toplam puan korelasyon katsayılarının da .50'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Ölçekten maddelerin çıkarılması durumunda Cronbach's α ve McDonald's ω güvenilirlik katsayıları düştüğü için bu maddelerin, iç tutarlılığa anlamlı katkı sağladığı söylenebilir. Manevi deneyim alt boyutunun iç tutarlılık güvenilirliği için kabul edilebilir olduğu da Cronbach's α ve McDonald's ω katsayılarının $> .70$ olması ile açıklanmaktadır.

Madde analizleri ve AFA sonuçlarının ardından ritüel deneyimleri ölçeğinde manevi deneyimler faktörüne “*Bu etkinliği dini inancıma uygun biçimde gerçekleştirdim.*” Maddesi eklenmiştir. Dolayısıyla yeni madde eklenmesi ile birlikte 68 maddeden oluşan ritüel

deneyimleri ölçeği ikinci saha testi aşamasında kullanılmıştır.

4.2.1.2. Ritüel Alışveriş Deneyimlerine İlişkin Madde Analizleri ve Yapı Geçerliliği Sonuçları

Ritüel alışveriş deneyimlerinin yapısı ile ilgili AFA sonuçlarından önce, maddelere verilen yanıtların ayırt edicilikleri frekans dağılımları ve betimsel istatistikler aracılığıyla incelenmiş olup, alışveriş deneyimlerinin frekans değerleri Tablo 45’te sunulmuştur.

Tablo 45. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Maddelerine İlişkin Frekans Değerleri ve Yüzdelik Dağılımları

Madde	1*		2*		3*		4*		5	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
ad1	7	1.3	12	2.2	72	13.0	257	46.6	204	37.0
ad2	5	.9	12	2.2	88	15.9	252	45.7	195	35.3
ad3	5	.9	12	2.2	83	15.0	258	46.7	194	35.1
ad4	5	.9	14	2.5	83	15.0	256	46.4	194	35.1
ad5	3	.5	16	2.9	77	13.9	259	46.9	197	35.7
ad6	2	.4	14	2.5	70	12.7	253	45.8	213	38.6
ad7	5	.9	11	2.0	91	16.5	253	45.8	192	34.8
ad8	10	1.8	41	7.4	115	20.8	221	40.0	165	29.9
ad9	11	2.0	45	8.2	104	18.8	216	39.1	176	31.9
ad10	14	2.5	36	6.5	103	18.7	225	40.8	174	31.5
ad11	6	1.1	25	4.5	71	12.9	261	47.3	189	34.2
ad12	11	2.0	24	4.3	121	21.9	235	42.6	161	29.2
ad13	8	1.4	24	4.3	80	14.5	271	49.1	169	30.6
ad14	17	3.1	54	9.8	148	26.8	185	33.5	148	26.8
ad15	17	3.1	76	13.8	210	38.0	139	25.2	110	19.9

*(1)Kesinlikle Katılmıyorum; (2)Katılmıyorum; (3)Kısmen Katılmıyorum; (4)Katılıyorum; (5)Kesinlikle Katılıyorum
f: Frekans; %: Yüzde

Tablo 45 incelendiğinde ritüel alışveriş deneyimleri maddelerinin ağırlıklı olarak hemen hemen hepsinin “(4) Katılıyorum” seçeneğinde toplandığı görülmektedir. Daha önce de değinildiği üzere, bir anne için çocuğu ile ilgili tüm süreçlerin çoğunlukla olumlu deneyimlere işaret etmesinin ritüelle ilgili alışveriş süreçlerinde de yaşanması bu sonucun bir anlamda açıklayıcısı olmaktadır.

Frekans dağılımlarının ardından, ritüel alışveriş deneyimleri ölçeğinin % 27’lik alt ve üst gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığının incelenmesi için öncelikle ilişkisiz örneklem t-testi analizinde normallik ve grup içi varyans homojenliği varsayımları değerlendirilmiştir. Bu varsayımların sağlanması halinde Student’s *t* istatistiği, normalliğin ihlali halinde ise Mann Whitney U testi sonuçları dikkate alınmıştır. Alt ve üst grupların maddeler ile ilgili etki boyutlarının incelenmesi için Bağımsız Örneklem *t*-testlerine yönelik etki büyüklükleri (Cohen *d*) istatistikleri de hesaplanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 46’da gösterilmektedir.

Tablo 46. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Maddelerinin Alt-Üst % 27 Gruplarına Yönelik İlişkisiz Örneklem t Testi ve Mann-Whitney U Testi Sonuçları

N=568	Grup	Ort.	Std. Sapma	t Değeri	p Değeri	%95 Güven Aralığı		df	Etki boyutu	
						En Alt	En Üst			
ad 1	Alt %27	3.32	.892	Student's t	-9.07 _a	< .001	-.844	-.543	298	-1.047
	Üst %27	4.01	.283	Mann-Whitney U	5629	< .001	-1.000	-1.000		.500
ad 2	Alt %27	3.22	.785	Student's t	-12.17 _a	< .001	-.953	-.687	298	-1.405
	Üst %27	4.04	.256	Mann-Whitney U	4056	< .001	-1.000	-1.000		.639
ad 3	Alt %27	3.23	.778	Student's t	-12.37 _a	< .001	-.958	-.695	298	-1.428
	Üst %27	4.05	.253	Mann-Whitney U	4035	< .001	-1.000	-1.000		.641
ad 4	Alt %27	3.24	.808	Student's t	-11.06 _a	< .001	-.911	-.636	298	-1.277
	Üst %27	4.01	.283	Mann-Whitney U	4624	< .001	-1.000	-1.000		.589
ad 5	Alt %27	3.36	.822	Student's t	-9.56 _a	< .001	-.828	-.545	298	-1.104
	Üst %27	4.05	.314	Mann-Whitney U	5508	< .001	-1.000	-1.000		.510
ad 6	Alt %27	3.41	.821	Student's t	-9.22 _a	< .001	-.801	-.519	298	-1.064
	Üst %27	4.07	.309	Mann-Whitney U	5680	< .001	-1.000	-1.000		.495
ad 7	Alt %27	3.26	.806	Student's t	-10.51 _a	< .001	-.879	-.601	298	-1.213
	Üst %27	4.00	.307	Mann-Whitney U	4759	< .001	-1.000	-1.000		.577
ad 8	Alt %27	2.92	.886	Student's t	-9.11 _a	< .001	-.940	-.606	298	-1.052
	Üst %27	3.69	.543	Mann-Whitney U	5513	< .001	-1.000	-1.000		.510
ad 9	Alt %27	2.79	.848	Student's t	-13.04 _a	< .001	-1.205	-.889	298	-1.506
	Üst %27	3.83	.497	Mann-Whitney U	3579	< .001	-1.000	-1.000		.682
ad 10	Alt %27	2.89	.931	Student's t	-10.96 _a	< .001	-1.093	-.760	298	-1.265
	Üst %27	3.81	.454	Mann-Whitney U	4598	< .001	-1.000	-1.000		.591
ad 11	Alt %27	3.23	.913	Student's t	-9.71 _a	< .001	-.954	-.633	298	-1.121
	Üst %27	4.02	.409	Mann-Whitney U	5390	< .001	-1.000	-1.000		.521
ad 12	Alt %27	2.95	.862	Student's t	-11.36 _a	< .001	-1.048	-.739	298	-1.312
	Üst %27	3.85	.429	Mann-Whitney U	4262	< .001	-1.000	-1.000		.621
ad 13	Alt %27	3.21	.902	Student's t	-9.18 _a	< .001	-.891	-.576	298	-1.060
	Üst %27	3.95	.381	Mann-Whitney U	5593	< .001	-1.000	-1.000		.503
ad 14	Alt %27	2.68	.805	Student's t	-10.20	< .001	-1.066	-.721	298	-1.178
	Üst %27	3.57	.708	Mann-Whitney U	4555	< .001	-1.000	-1.000		.595
ad 15	Alt %27	2.53	.775	Student's t	*8.11 _a	< .001	-.820	-.500	298	-.936
	Üst %27	3.19	.628	Mann-Whitney U	6112	< .001	-4.10e-5	-		.457

a Levene testi anlamlıdır (p < .05), bu da eşit varyans varsayımının ihlal edildiğini göstermektedir

b Cohen's d, c Rank biserial correlation etki büyüklüğü indeksini temsil etmektedir.

Tablo 46'dan izlenebileceği üzere, ritüel alışveriş deneyimlerine yönelik ölçme aracında yer alan tüm maddeler alt ve üst %27'lik grup için .001 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ($p < .001$) biçimde farklılaşmaktadır. Bu sonuç, maddelerin tümünün ölçülen özelliğe sahip bireyler ile sahip olmayan bireyleri anlamlı biçimde birbirinden ayırt ettiğini göstermektedir. Alt ve üst grup yordayıcı değişkeninin etki boyutunu inceleyebilmek için hesaplanan d değerleri incelendiğinde maddelerin büyük çoğunluğunda bu ayırıcılığın yüksek (geniş) etki düzeyinde ($d > .08$) olduğu da dikkat çekmektedir.

Bir diğer aşama, bir maddeye verilen yanıtlar ile bu ölçeğin tümüne verilen yanıtlar arasında doğrusal ve pozitif yönlü bir ilişkinin olup olmadığının incelenmesidir. Bunun için ölçeğin toplam puanı alınmış ve ölçekte yer alan 15 maddenin her biri ile ayrı ayrı olmak üzere basit doğrusal regresyon analizi yürütülmüştür. Madde puanları yordanan değişken, toplam ölçek puanı ise, yordanan değişken olarak tanımlanan regresyon analizi sonuçları Tablo 47'den izlenebilmektedir.

Tablo 47. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Maddelerinin Açıklayıcılığına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Yordayıcı Değişkenler	R	R ²	F	df	Beta Katsayısı	Std. Beta Katsayısı	% 95 Güven Aralığı		t Değeri	p Değeri
							En Düşük	En Yüksek		
ad1	.864	.746	1614	1,550	11.7	.864	.821	.906	40.17	< .001
ad2	.892	.796	2143	1,550	12.16	.892	.854	.930	46.30	< .001
ad3	.898	.807	2295	1,550	12.36	.898	-.861	.935	47.91	< .001
ad4	.877	.769	1835	1,550	11.9	.877	.837	.917	42.83	< .001
ad5	.831	.690	1227	1,550	11.6	.831	.784	.878	35.03	< .001
ad6	.858	.736	1530	1,550	12.24	.858	.815	.901	39.12	< .001
ad7	.868	.754	1688	1,550	11.9	.868	.827	.910	41.09	< .001
ad8	.808	.652	1031	1,550	9.20	.808	.758	.857	32.1	< .001
ad9	.842	.709	1342	1,550	9.35	.842	.797	.887	36.6	< .001
ad10	.818	.670	1115	1,550	9.18	.818	.770	.867	33.4	< .001
ad11	.812	.660	1067	1,550	10.5	.812	.763	.861	32.7	< .001
ad12	.837	.701	1287	1,550	10.1	.837	.837	.791	35.9	< .001
ad13	.811	.658	1058	1,550	10.4	.811	.811	.762	32.5	< .001
ad14	.779	.607	848	1,550	8.18	.779	.726	.831	29.1	< .001
ad15	.719	.516	587	1,550	7.60	.719	.660	.777	24.2	< .001

R: Korelasyon katsayısı; R²: Belirleyicilik katsayısı

Tablo 47'den izlenebileceği gibi, ritüel alışveriş deneyimleri ile ilgili maddelerin toplam ölçeğin açıkladığı varyansa .001 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Standartlaştırılmış Regresyon Katsayısı=12.36, $t=47.9$, $p < .001$ değerleri ile ad3 maddesinin; Beta Regresyon Katsayısı=12.16, $t=42.8$, $p < .001$ değerleri ile ad2 maddesinin; Beta Regresyon Katsayısı=11.9, $t=40.3$, $p < .001$ değerleri ile ad4 maddesinin, toplam alışveriş deneyimleri puanına en yüksek katkıyı yaptıkları anlaşılmaktadır. Öte yandan, Standartlaştırılmış Regresyon Katsayısı=7.60, $t=24.2$, $p < .001$ değerleri ile ad15

maddesinin, toplam puanın varyansına en az katkısı sağlayan madde olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlar ölçekte yer alan tüm maddelerin ölçme aracında yer alabileceğini; bununla birlikte en düşük katkısı sağlayan ad15 maddesinin ise, ölçekte yer alıp almayacağı ya da ölçekte yer alacaksa nasıl bir düzeltme yapılacağı değerlendirilebilir.

Ritüel alışveriş deneyimleri madde analizlerinin yürütülmesinin ardından, ölçeğin yapı geçerliliğinin değerlendirilmesi için AFA gerçekleştirilmiştir. Buna göre ilk olarak PA ve MAP önerdiği faktör sayısına bakılmıştır. En uygun yapıya ulaşabilmek adına ULS yöntemi kullanılarak sırasıyla 2 ve 3 faktörlü çözümler de incelenmiştir ve 3 faktörlü yapının daha uygun olduğuna karar verilmiş ve bu yapıya ilişkin sonuçlar raporlanmıştır. Diğer sonuçlara, tezin bulut bağlantısında yer verilmiştir. Tablo 48’de, AFA sonucunda promax döndürme yöntemi kullanıldıktan sonra ortaya çıkan faktör yükleri, ortak varyans değerleri, her boyutun özdeğeri ve açıkladığı varyans ile toplam varyans değerleri verilmiştir.

Tablo 48. Ritüel Alışveriş Deneyimlerine İlişkin AFA Sonuçları

Maddeler (N=552)	Faktör Yükleri			Ortak Varyans	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Toplam Açıklanan Varyans	
	1. Faktör	2. Faktör	3. Faktör					
ad1	.105	.047	.765	.768	1. Faktör: 8.907	1. Faktör: %69	%83	
ad2	.076	-.028	.900	.868	2. Faktör: 1.147	2. Faktör: %9		
ad5	-.034	-.015	.927	.800	3. Faktör: .763	3. Faktör: %6		
ad6	-.081	.040	.959	.876				
ad7	-.030	.026	.929	.863				
ad8	.022	.796	.055	.729				
ad9	.036	.799	.082	.792				
ad10	-.033	.953	-.030	.821				
ad11	.057	.713	.113	.714				
ad12	.484	.271	.178	.724				
ad13	.531	.177	.199	.690				
ad14	1.092	-.076	-.086	.964				
ad15	.737	.027	.034	.609				
Faktörler Arası (F1-F2) Korelasyon Katsayısı: .749								
Faktörler Arası (F1-F3) Korelasyon Katsayısı: .672								
Faktörler Arası (F2-F3) Korelasyon Katsayısı: .755								

Tablo 48’den izlenebileceği üzere, ritüel alışveriş deneyimlerinin toplam üç boyuttan oluştuğu ve bu üç boyutun toplam varyansın %83’ünü açıkladığı görülmektedir. Ritüel alışveriş deneyimi ölçeğinde yer alan toplam 13 maddenin anlamlı bir biçimde 3 faktöre yerleştiği anlaşılmaktadır. Bu maddelerden ad12, ad13, ad14 ve ad15 birinci faktör altında; ad8, ad9, ad10 ve ad11 maddeleri ikinci faktör altında yer alırken; ad1, ad2, ad5, ad6 ve ad7 maddeleri ise üçüncü faktörü temsil etmiştir.

Birinci faktör altında toplanan maddeler incelendiğinde, bu maddelerin ritüelle ilişkili alışveriş sürecine yüklenen anlamın ve alınan kararların akılcı ve faydacı taraflarını temsil ettiği anlaşılmaktadır. Bu nedenle birinci faktör, **Faydacı Alışveriş Deneyimi** olarak adlandırılmıştır. İkinci faktör altında toplanan maddeler, ritüelle ilişkili alışveriş sürecine

yüklenen anlamın sembolik tarafları ile ilişkili olduğundan, **Sembolik Alışveriş Deneyimi** olarak nitelendirilmiştir. Üçüncü faktör altında toplanan maddeler ise, alışveriş sürecinin katılımcılarda uyandırdığı duygusal anlamları temsil ettiği için, **Duygusal Alışveriş Deneyimi** olarak ifade edilmiştir. Alışveriş deneyimlerinin alan yazında da faydacı (Rahmawati ve RoyDo, 2014) ve duygusal deneyimlerle ilişkilendirildiği (Arnold ve Reynolds, 2003; Babin vd., 1994; Bellenger ve Korgaonkar, 1980; Dawson vd., 1990; Hirschman ve Holbrook, 1982; Holbrook ve Hirschman, 1982; Kim, 2006; Pine ve Gilmore, 1999; Tauber, 1972; Uygun vd., 2014; Uygun vd., 2018) ifade edilmiştir. Dolayısıyla araştırma kapsamında da alışveriş deneyimlerine dair ortaya çıkan faydacı, duygusal ve sembolik faktörler hem faydacı deneyimleri hem de duygusal deneyimleri alan yazın açısından da destekler niteliktedir. Bununla birlikte ritüel alışveriş deneyimlerinin çocuklar için düzenlenen özel gün etkinlikler bağlamında yaşandığı düşünüldüğünde, bu durum bir annenin çocuğuna ve onunla ilgili şeylere yüklediği sembolik anlamın da yaşadığı deneyime yansımaları açıklamaktadır.

Elde edilen AFA sonuçlarının bir parçası olarak maddelerin birbirleriyle olan ilişkilerinin incelenmesi için maddeler arası korelasyon analizi yapılmıştır. Normal dağılım gösteren maddeler için Pearson korelasyon katsayısı, normal dağılım göstermeyen maddeler için Spearman korelasyon katsayıları değerlendirilmiştir. Bu analiz ile diğer maddeler ile korelasyon göstermeyen, negatif yük veren ya da çok düşük korelasyona sahip maddelerin olup olmadığı incelenmiştir. Ritüel alışveriş deneyimleri ölçeğinde yer alan maddelere ait maddeler arası korelasyon sonuçları Tablo 49’da sunulmaktadır.

Tablo 49. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Maddeler Arası Korelasyon Sonuçları

	ad1	ad2	ad3	ad4	ad5	ad6	ad7	ad8	ad9	ad10	ad11	ad12	ad13	ad14	ad15
ad1	-														
		-													
ad2	.851 ^{a*}	-													
		.866 ^{b*}													
ad3	.852*	.959*	-												
	.863*	.957*	-												
ad4	.830*	.938*	.945*	-											
	.854*	.935*	.946*	-											
ad5	.761*	.833*	.859*	.828*	-										
	.790*	.842*	.869*	.841*	-										
ad6	.813*	.847*	.865*	.828*	.852*	-									

	.832*	.854*	.871*	.837*	.864*	-											
ad7	.802*	.863*	.901*	.867*	.829*	.876*	-										
	.818*	.878*	.902*	.882*	.835*	.881*	-										
ad8	.626*	.608*	.636*	.615*	.597*	.624*	.639*	-									
	.666*	.656*	.679*	.671*	.630*	.665*	.669*	-									
ad9	.675*	.663*	.670*	.650*	.615*	.649*	.672*	.778*	-								
	.728*	.721*	.727*	.717*	.675*	.711*	.734*	.791*	-								
ad10	.617*	.645*	.634*	.634*	.586*	.631*	.613*	.787*	.791	-							
	.670*	.698*	.690*	.692*	.644*	.695*	.681*	.815*	.807	-							
ad11	.640*	.654*	.644*	.634*	.599*	.642*	.624*	.682*	.746	.776	-						
	.679*	.712*	.708*	.701*	.660*	.710*	.697*	.706*	.750	.793	-						
ad12	.679*	.676*	.673*	.636*	.605*	.630*	.659*	.655*	.705	.650	.714	-					
	.673*	.689*	.688*	.660*	.620*	.658*	.674*	.657*	.733	.692	.735	-					
ad13	.648*	.636*	.637*	.611*	.601*	.638*	.642*	.636*	.651	.614	.677	.739	-				
	.678*	.673*	.683*	.663*	.623*	.682*	.688*	.675*	.715	.673	.723	.771	-				
ad14	.585*	.592*	.575*	.566*	.499*	.525*	.536*	.594*	.620	.613	.585	.741	.760*	-			
	.591*	.615*	.599*	.594*	.531*	.558*	.574*	.624*	.659	.653	.626	.775	.785*	-			
ad15	.540*	.543*	.545*	.542*	.496*	.475*	.498*	.534*	.564	.547	.511	.637	.603*	.772*	-		
	.521*	.532*	.535*	.536*	.501*	.466*	.499*	.539*	.564	.553	.516	.652	.615*	.765*	-		

Tablo 49'un incelenmesi sonucunda, ad2 maddesinin ad3 ve ad4 maddeleri ile; ad3 maddesinin ad4 ve ad7 maddeleri ile .90'ın üzerinde bir korelasyon değerine sahip olduğu görülebilir. Dolayısıyla bu maddelerin gözden geçirilerek gerekli düzeltmelerin yapılması değerlendirilebilir.

Tablo 50. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Maddeleri-Toplam Puan Korelasyonları

Madde	Duygusal Alışveriş Deneyimi	Sembolik Alışveriş Deneyimi	Faydacı Alışveriş Deneyimi
ad1	.902** (.913*)^b	.706* (.725*)	.688* (.648*)
ad2	.960* (.943*)	.709* (.733*)	.688* (.660*)
ad3	.973* (.953*)	.713* (.741*)	.682* (.661*)
ad4	.951* (.938*)	.699* (.729*)	.662* (.647*)
ad5	.909* (.906*)	.661* (.686*)	.617* (.596*)
ad6	.926* (.912*)	.702* (.729*)	.635* (.615*)
ad7	.936* (.932*)	.703* (.733*)	.654* (.638*)
ad8	.663* (.686*)	.899* (.911*)	.680* (.675*)
ad9	.701* (.750*)	.918* (.909*)	.714* (.718*)
ad10	.665* (.706*)	.927* (.926*)	.683* (.690*)
ad11	.677* (.728*)	.876* (.856*)	.696* (.686*)
ad12	.695* (.697*)	.750* (.751*)	.874* (.869*)
ad13	.673* (.692*)	.710* (.746*)	.866* (.846*)
ad14	.592* (.605*)	.666* (.694*)	.931* (.936*)
ad15	.555* (.545*)	.596* (.584*)	.863* (.874*)

* Korelasyon katsayısının $p < .001$ düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

a Pearson's r değerini, b Spearman's rho değerini temsil etmektedir.

Tablo 50'de sunulduğu üzere, her bir madde alt boyut toplam puanıyla .30'un üzerinde bir korelasyona sahiptir. Buna göre duygusal alışveriş deneyimi içinde yer alan maddelerin, bu boyutun toplam puanıyla .902 - .973 arasında; sembolik alışveriş deneyimi altında yer alan maddelerin bu boyutun toplam puanıyla .899 - .927 arasında; faydacı alışveriş deneyimi ile ilgili maddelerin ise bu boyutun toplam puanıyla .846 - .931 arasında korelasyon değerleri aldığı görülmektedir. Bu durum, alt boyut içinde yer alan maddelerin homojen olduğunun ve ilgili oldukları alt boyutlarla aynı yapıyı ölçtüğünü ifade etmektedir. Öte yandan, maddelerin, ait oldukları boyutlardan daha düşük bir şekilde diğer alt boyutlarla da .30'un üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ($p < .001$) korelasyon değerine sahip olduğu dikkat çekmektedir.

Tablo 51. Duygusal Alışveriş Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimleyici İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları

	Ort. _{madde}	SS _{madde}	Ort. _{ölçek}	SS _{ölçek}	α	ω	Madde-Geri Kalan Korelasyon	Madde Çıkarıldığında	
								α	ω
ad1	4.16	.823	4.14	.758	.977	.977	.976	.976	.976
ad2	4.12	.817					.971	.971	.971
ad3	4.13	.809					.969	.969	.970
ad4	4.12	.819					.972	.972	.972
ad5	4.14	.801					.975	.975	.976
ad6	4.20	.780					.974	.974	.974
ad7	4.12	.813					.973	.973	.973

α : Cronbach's katsayısını; ω : McDonald's katsayısını ifade etmektedir.

Ort.: Ortalama; SS: Standart Sapma

Tablo 51'den inceleneceği üzere, maddelerin madde-toplam puan korelasyon katsayıları .50'nin üzerindedir ve ölçekten maddelerin çıkarılması durumunda Cronbach's α ve McDonald's ω güvenilirlik katsayıları düşmektedir. Dolayısıyla bu maddelerin, iç tutarlılığa

anlamli katkı sağladığı sylenabilir. Ölçeğin bu alt boyutuna ilişkin elde edilen Cronbach's α ve McDonald's ω katsayılarının $> .70$ olması, iç tutarlılık güvenilirliği için kabul edilebilir değerlere işaret etmektedir.

Tablo 52. Sembolik Alışveriş Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimleyici İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları

	Ort.madde	SS _{madde}	Ort.lek	SS _{lek}	α	ω	Madde-Geri Kalan Korelasyon	Madde çıkarıldığında	
								α	ω
ad8	3.89	.978					.816	.908	.910
ad9	3.91	1.003					.846	.898	.901
ad10	3.92	.993	3.95	.869	.926	.927	.864	.892	.894
ad11	4.09	.862					.794	.916	.916

α : Cronbach's katsayısını; ω : McDonald's katsayısını ifade etmektedir.
Ort.: Ortalama; SS: Standart Sapma

Tablo 52, lek alt boyutunda yer alan maddelerin madde-toplam puan korelasyon katsayılarının .50'nin üzerinde olduğunu ve ölçekten maddelerin çıkarılması durumunda Cronbach's α ve McDonald's ω güvenilirlik katsayılarının düştüğünü göstermektedir. Bu yüzden bu maddeler, iç tutarlılığa anlamli katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda Cronbach's α ve McDonald's ω katsayılarının $> .70$ olduğu görülmekte ve bu durum iç tutarlılık güvenilirliği için kabul edilebilir değerleri yansıtmaktadır.

Tablo 53. Faydacı Alışveriş Deneyimi Alt Boyutuna İlişkin Betimleyici İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları

	Ort.madde	SS _{madde}	Ort.lek	SS _{lek}	α	ω	Madde-Geri Kalan Korelasyon	Madde çıkarıldığında	
								α	ω
ad12	3.93	.927					.781	.879	.887
ad13	4.03	.869					.776	.883	.887
ad14	3.71	1.060	3.78	.865	.905	.908	.863	.848	.856
ad15	3.45	1.053					.742	.895	.898

α : Cronbach's katsayısını; ω : McDonald's katsayısını ifade etmektedir.
Ort.: Ortalama; SS: Standart Sapma

Tablo 53'te de maddelerin madde-toplam puan korelasyon katsayılarının .50'nin üzerinde olduğu, ölçekten maddelerin çıkarıldığında Cronbach's α ve McDonald's ω güvenilirlik katsayılarının düştüğü ve dolayısıyla bu maddelerin, iç tutarlılığa anlamli katkı sağladığı görülmektedir. Ölçeğin bu alt boyutuna ilişkin elde edilen Cronbach's α ve McDonald's ω katsayılarının $> .70$ olması ise, iç tutarlılık güvenilirliği için kabul edilebilir değerlere işaret etmektedir.

Madde analizleri ve AFA sonuçlarının ardından ritüel alışveriş deneyimleri ölçeğinde yer alan maddeler ile ilgili birtakım düzeltme kararları alınmıştır. Daha önce maddeler arası korelasyon sonuçları ışığında düzeltme kararı göz önünde bulundurulan ilgili maddeler için

süreç işletilmiştir. Buna göre ad2, ad3 ve ad4 maddelerinin birbirleriyle .90'ın üzerinde korelasyon değerlerine sahip olmasından dolayı öncelikle bu maddeler ele alınmıştır. ad2 maddesindeki (*Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha keyifliydi*) “keyif” kelimesi, ad3 maddesindeki (*Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha mutluluk vericiydi.*) “mutluluk” kelimesi ve ad4 maddesindeki (*Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha eğlenceliydi.*) “eğlence” kelimelerinin kavram karşılıklarının incelenmesine karar verilmiştir. Bu anlamda keyif, mutluluk ve eğlence kavramlarının sözlüklerdeki ve alan yazındaki karşılıkları değerlendirilerek, en kapsayıcı kavramın “keyif” kavramı olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla ad3 ve ad4 maddesi anketten çıkarılmıştır. Aynı zamanda ad5 maddesi (*Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, çocuğumu mutlu ettiği için diğer alışverişlerime göre beni daha iyi hissettirdi.*) revize edilerek “*Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer alışverişlerime göre beni daha iyi hissettirdi.*” Şeklinde sadeleştirilmiştir.

Uzman görüşleri ile gerçekleştirilen düzeltme işlemlerinin ardından ölçeğe son şekli verilmiştir. Buna göre ilk haliyle toplam 15 maddeden oluşan alışveriş deneyimleri ölçeği, bu düzeltmeden sonra 13 maddeyi kapsamıştır. İkinci saha testi uygulaması, anketin son hali ile gerçekleştirilmiştir.

4.2.1.3. Ritüele Olan Bağlılığa İlişkin Madde Analizleri ve Yapı Geçerliliği Sonuçları

Ritüele olan bağlılık ölçeğinin yapısı için de diğer ölçeklerde uygulanan süreçler işletilmiş ve AFA çalışmalarından önce, maddelere verilen yanıtların ayırt edicilikleri, frekans dağılımları ve betimsel istatistikler yoluyla incelenmiştir. Ritüele olan bağlılığa ilişkin frekans değerleri Tablo 54’te sunulmuştur.

Tablo 54. Ritüele Olan Bağlılık Maddelerine İlişkin Frekans Değerleri ve Yüzdelik Dağılımlar

Madde	1*		2*		3*		4*		5	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
bağ1	22	4.0	84	15.2	155	28.1	197	35.7	94	17.0
bağ2	18	3.3	65	11.8	163	29.5	189	34.2	117	21.2
bağ3	21	3.8	100	18.1	177	32.1	139	25.2	115	20.8
bağ4	3	.5	30	5.4	120	21.7	278	50.4	121	21.9
bağ5	3	.5	24	4.3	136	24.6	273	49.5	116	21.0
bağ6	4	.7	39	7.1	169	30.6	243	44.0	97	17.6

*(1)Kesinlikle Katılmıyorum; (2)Katılmıyorum; (3)Kısmen Katılmıyorum; (4)Katılıyorum; (5)Kesinlikle Katılıyorum
f: Frekans; %: Yüzde

Tablo 54 incelendiğinde ritüele olan bağlılık maddelerinin ağırlıklı olarak büyük

çoğunluğunun “(4) Katılıyorum” seçeneğinde toplandığı görülmektedir. Diğer ölçeklerde olduğu gibi bir annenin çocuğu için düzenlediği özel gün etkinlikleri ile ilgili yaşadığı ritüel ve alışveriş deneyimlerine yönelik olumlu değerlendirmelerinin ritüele olan bağlılığa yansımaları da bu açıdan açıklanabilir.

Frekans dağılımlarının ardından maddelerin, ölçeğin %27’lik alt ve üst gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığı, normallik ve grup içi varyans homojenliği varsayımları göz önünde bulundurularak, etki büyüklükleri istatistikleri ile birlikte değerlendirilmiştir. Bu analize ilişkin sonuçlar Tablo 55’ten izlenebilir.

Tablo 55. Ritüele Olan Bağlılık Maddelerinin Alt-Üst % 27 Gruplarına Yönelik İlişkisiz Örneklem t Testi ve Mann-Whitney U Testi Sonuçları

N=552	Grup	Ort.	Std. Sapma	t Değeri	p Değeri	%95 Güven Aralığı		df	Etki boyutu	
						En Alt	En Üst			
bağ1	Alt %27	2.40	.724	Student's t	-9.41	< .001	-.992	-.648	298	-1.09 .536
	Üst %27	3.22	.785	Mann-Whitney U	5220	< .001	-1.000	-1.000		
bağ2	Alt %27	2.43	.727	Student's t	-11.45 ^a	< .001	-1.055	-.745	298	-1.32 .601
	Üst %27	3.33	.631	Mann-Whitney U	4493	< .001	-1.000	-1.000		
bağ3	Alt %27	2.25	.665	Student's t	-9.91 ^a	< .001	-.895	-.598	298	-1.14 .532
	Üst %27	2.99	.640	Mann-Whitney U	5269	< .001	-1.000	-1.000		
bağ4	Alt %27	3.00	.676	Student's t	-12.01	< .001	-.993	-.714	298	-1.39 .646
	Üst %27	3.85	.548	Mann-Whitney U	3984	< .001	-1.000	-1.000		
bağ5	Alt %27	3.01	.685	Student's t	-11.14	< .001	-.933	-.653	298	-1.29 .599
	Üst %27	3.81	.540	Mann-Whitney U	4511	< .001	-1.000	-1.000		
bağ6	Alt %27	2.89	.752	Student's t	-9.23	< .001	-.873	-.567	298	-1.07 .508
	Üst %27	3.61	.588	Mann-Whitney U	5530	< .001	-1.000	-1.000		

a Levene testi anlamlıdır (p < .05), bu da eşit varyans varsayımının ihlal edildiğini göstermektedir

b Cohen's d, c Rank biserial correlation etki büyüklüğü indeksini temsil etmektedir.

N: Gözlem Sayısı; SS: Standart Sapma; sd: Serbestlik Derecesi

Tablo 55’te görüleceği üzere, ritüele olan bağlılık ölçme aracında yer alan tüm maddeler, alt ve üst %27’lik grup için .001 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ($p < .001$) biçimde farklılaşmaktadır. Dolayısıyla maddelerin tümünün ölçülen özelliğe sahip bireyler ile sahip olmayan bireyleri anlamlı biçimde birbirinden ayırt ettiği tespit edilmiştir. Alt ve üst grup yordayıcı değişkenin etki boyutu hesaplanan d değerleri aracılığıyla incelenmiş olup, maddelerin bu ayıricılığın yüksek (geniş) etki düzeyinde ($d > .08$) olduğu dikkat çekmektedir.

Bir sonraki aşama ritüele yönelik bağlılık ölçeğinde yer alan bir maddeye verilen yanıtlar ile bu ölçeğin tümüne verilen yanıtlar arasında doğrusal ve pozitif yönlü bir ilişkinin olup olmadığının incelenmesidir. Bunun için ölçeğin toplam puanı alınmış ve ölçekte yer alan 6 maddenin her biri ile ayrı ayrı olmak üzere basit doğrusal regresyon analizi yürütülmüştür. Bu analizde madde puanları yordayıcı değişken, toplam ölçek puanı ise, yordanan değişken

olarak tanımlanmaktadır. Tablo 56'dan Regresyon analizi sonuçları izlenebilir.

Tablo 56. Ritüele Olan Bağlılık Maddelerinin Açıklayıcılığına İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Yordayıcı Değişkenler	R	R ²	F	df	Beta Katsayısı	Std. Beta Katsayısı	%95 Güven Aralığı		t Değeri	p Değeri
							En Düşük	En Yüksek		
bağ1	.814	.662	1079	1,550	3.67	.814	.765	.863	32.8	< .001
bağ2	.885	.784	1996	1,550	4.05	.886	.847	.924	44.7	< .001
bağ3	.893	.797	2155	1,550	3.83	.893	.855	.930	46.4	< .001
bağ4	.812	.660	1066	1,550	4.70	.812	.763	.861	32.65	< .001
bağ5	.832	.692	1237	1,550	4.91	.832	.786	.878	35.17	< .001
bağ6	.760	.578	754	1,550	4.23	.760	.706	.815	27.5	< .001

R: Korelasyon katsayısı; R²: Belirleyicilik katsayısı

Tablo 56 incelendiğinde, ritüele olan bağlılık ölçeğinde yer alan maddelerin tümünün, toplam ölçek puanının açıklayıcılığına katkı sağladığı görülmektedir. En yüksek katkıyı sağlayan madde, Standartlaştırılmış Beta Regresyon Katsayısı=3.83, $t=46.4$, $p < .001$ değerleri ile bağ3 maddesi iken, bu ölçeğe en düşük katkı veren maddenin de Standartlaştırılmış Beta Regresyon Katsayısı=4.23, $t=27.5$, $p < .001$ değerleri ile bağ6 maddesi olduğu izlenmektedir.

Bu aşamanın ardından, ritüele olan bağlılığa ilişkin AFA gerçekleştirilmiştir. Daha sonrasında ilk olarak PA ve MAP analizleri incelenmiştir. En uygun yapıya ulaşabilmek adına sırasıyla 1 ve 2 faktörlü çözümler de ULS yöntemi kullanılarak değerlendirilmiştir. Her iki yapının da uygun olduğu görülerek, ikisine ilişkin sonuçlar da raporlanmış olup, görece daha uygun olduğu görülen 2 faktörlü yapının ayrıntılarına yer verilmiştir. Tablo 57'de, tek faktörlü yapının yanısıra, AFA sonucunda 2 faktörlü yapı için promax döndürme yöntemi kullanıldıktan sonra ortaya çıkan faktör yükleri, ortak varyans değerleri, her boyutun özdeğeri ve açıkladığı varyans ile toplam varyans değerleri verilmiştir.

Tablo 57. Ritüele Olan Bağlılık Maddelerine İlişkin AFA Sonuçları

Maddeler (N=552)	Faktör Yükleri		Ortak Varyans	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Toplam Açıklanan Varyans
	1. Faktör	2. Faktör				
bağ1	.076	.719	.597	1. Faktör: 4.181	1. Faktör: %70	%84
bağ2	-.031	.974	.908	2. Faktör: .848	2. Faktör: %14	
bağ3	.043	.896	.857			
bağ4	.624	.235	.643			
bağ5	1.021	-.052	.974			
bağ6	.777	.032	.639			
bağ1		.740	.548	4.181	%70	%70
bağ2		.850	.723			
bağ3		.860	.740			
bağ4		.790	.624			
bağ5		.822	.676			
bağ6		.720	.518			

Faktörler Arası (F1-F2) Korelasyon Katsayısı: .674

Tablo 57, ritüele olan bağlılık ölçeği için gerçekleştirilen AFA sonuçlarından, 2 boyutlu yapıdan oluşan modelin toplam varyansın % 84'ünü, tek boyutlu modelin ise, %70'ini açıkladığını göstermektedir. Bir diğer ifade ile toplam 6 madde anlamlı bir biçimde 2 faktör ve tek faktör altında toplanmaktadır. Maddelerin faktör yüklerine göre dağılımları incelendiğinde; 2 faktörlü yapı için bağ4, bağ5 ve bağ6 maddelerinin birinci faktör altında toplandığı görülmektedir. Bu maddeler ritüeli sürdürmeye yönelik devam bağlılık duygusu ile ilgili ifadeler olduğundan, **Devam Bağlılığı** olarak adlandırılmıştır. İkinci faktör altında toplanan bağ1, bağ2 ve bağ3 maddeleri ise ritüele yönelik halihazırdaki bağlılık duygusu ile ilgili ifadeler olduğundan, **Duygusal Bağlılığı** olarak adlandırılmıştır. Alan yazında da Dick ve Basu (1994: 109) sadakatin ve bağlılığın duygusal bir başlatıcı ve davranışsal bir devam edici boyutlarının olduğuna yönelik sadakat modellerinden bahsetmiştir. Dolayısıyla faktör analizi ile ortaya çıkan duygusal ve davranışsal boyutlar alan yazınla da uyum göstermektedir.

AFA sonuçlarının bir parçası olarak ritüele olan bağlılık ölçeğinde yer alan maddelerin birbirleriyle ne düzeyde ilişkili olduğu, maddeler arası korelasyon analizi ile incelenmiş olup bu sonuçlar Tablo 58'den izlenebilmektedir.

Tablo 58. Ritüele Olan Bağlılık Maddeleri Arası Korelasyon Sonuçları

	bağ1	bağ2	bağ3	bağ4	bağ5	bağ6
bağ1	—					
	—					
bağ2	.736 ^{a*}	—				
	.752 ^{b*}	—				
bağ3	.718*	.882*	—			
	.727*	.879*	—			
bağ4	.539*	.612*	.616*	—		
	.587*	.648*	.642*	—		
bağ5	.534*	.596*	.602*	.765*	—	
	.556*	.620*	.619*	.785*	—	
bağ6	.447*	.508*	.552*	.628*	.787*	—
	.455*	.523*	.557*	.640*	.785*	—

* p < .001, a Pearson's r değerini, b Spearman rho değerini temsil etmektedir

Tablo 58'de sunulmuş olan korelasyon tablosu incelendiğinde ölçek maddelerinin birbirleriyle olan korelasyonlarının ölçek maddelerinin birbirleriyle uyum içinde olduğu görülmektedir.

Maddeler arası korelasyonları ile birlikte bu maddelerin ölçek maddelerinin toplam puanıyla

olan ilişkileri incelenmiş ve madde güvenilirlik katsayıları hesaplanarak maddeler arası tutarlılık da değerlendirilmiştir. Ritüele olan bağlılık maddeleri-toplam puan korelasyonları Tablo 59’da sunulurken; alt boyutlara ilişkin güvenilirlik analizi sonuçlarına Tablo 60’da yer verilmiştir.

Tablo 59. Ritüele Olan Bağlılık Maddeleri-Toplam Puan Korelasyonları

Madde	Duygusal Bağlılık	Devam Bağlılığı
bağ1	.884** (.890*)^b	.599* (.583*)
bağ2	.945* (.939*)	.632* (.649*)
bağ3	.941* (.939*)	.652* (.660*)
bağ4	.638* (.660*)	.880* (.883*)
bağ5	.625* (.631*)	.939* (.925*)
bağ6	.545* (.543*)	.894* (.886*)

* Korelasyon katsayısının $p < .001$ düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir.

a Pearson’s r değerini, b Spearman’s rho değerini temsil etmektedir.

Tablo 59’dan her bir maddenin alt boyut toplam puanıyla .30’un üzerinde bir korelasyona sahip olduğu ve istatistiksel olarak anlamlı ($p < .001$) korelasyon değerlerine sahip oldukları görülmektedir. Duygusal bağlılık alt boyutu açısından bu değerler .884 - .945; davranışsal bağlılık açısından ise .880 - .939 değerleri arasında değişmektedir. Bu sonuçlar, bu korelasyon değerlerinin yüksek düzeyde bir ilişkiye işaret ettiğini göstermektedir.

Tablo 60. Duygusal ve Davranışsal Alt Boyutlarına İlişkin Betimleyici İstatistikler, Madde-Toplam Puan Korelasyonları ve Güvenilirlik Sonuçları

	Ort.madde	SS _{madde}	Ort.ölçek	SS _{ölçek}	α	ω	Madde-Geri Kalan Korelasyon	Madde Çıkarıldığında	
								α	ω
bağ1	3.47	1.065					.714	.900	.905
bağ2	3.58	1.049					.820	.882	.892
bağ3	3.41	1.119	3.65	.800	.909	.913	.826	.882	.890
bağ4	3.88	.830					.739	.896	.899
bağ5	3.86	.813					.767	.893	.896
bağ6	3.71	.863					.667	.904	.908

α : Cronbach’s katsayısını; ω : McDonald’s katsayısını ifade etmektedir.

Ort.: Ortalama; SS: Standart Sapma

Tablo 60, ritüele olan bağlılık ölçeğinin alt boyutlarının güvenilirlik katsayılarını bir arada sunmaktadır. Maddelere ilişkin madde-toplam puan korelasyon katsayılarının .50’nin üzerinde olması ve ölçekten maddelerin çıkarılması halinde güvenilirlik katsayılarının düşmesi, bu maddelerin iç tutarlılığa katkı sağladığını göstermektedir. Ayrıca, ölçeğin bu alt boyutuna ilişkin elde edilen Cronbach’s α ve McDonald’s ω katsayılarının $> .70$ olduğu görülmektedir. Bu durum, iç tutarlılık güvenilirliği için kabul edilebilir değerlere işaret etmektedir.

Madde analizleri ve AFA sonuçları birlikte değerlendirildiğinde Ritüele Olan Bağlılık ölçeğindeki maddelerin tümü korunarak ikinci saha testine geçilmiştir.

4.2.1.4. Ritüel Deneyimleri Yapısına İlişkin Yapı Geçerliliği ve Doğrulama Sonuçları

Daha önce de ifade edildiği üzere, AFA ve madde analizlerinden elde edilen sonuçlardan sonra ritüel deneyimleri ölçeğine yeni bir madde eklenmiştir. Dolayısıyla, ritüel deneyimleri yapısının yapı geçerliliğini ve doğruluğunu (uyumunu) incelemekten önce toplanan ikinci saha verisi ile tekrar AFA çalışmaları ile yapı keşfetme çalışmaları yürütülmüştür. Ritüel deneyimleri ölçeği için elde edilen KMO= .92 ve $p < .001$; değerleri, verinin AFA için uygun olduğunu göstermiştir. 2. Saha verisi için gerçekleştirilen AFA için 6 faktörlü yapının uygun olduğuna karar verilmiş ve buna ilişkin sonuçlar raporlanmıştır. AFA sonucu, özdeğeri 1'den büyük bu 6 faktörün toplam varyansın % 64'ünü açıkladığını göstermiştir. Bunun sonucunda ortaya çıkan faktörler; Sosyal Ritüel Deneyimi (rd1, rd2, rd3, rd4, rd5, rd6, rd7, rd8, rd9, rd10); Sembolik Ritüel Deneyimi (rd11, rd12, rd13, rd14, rd15, rd16, rd17, rd18, rd19, rd20, rd21, rd22, rd23, rd24); Duygusal Ritüel Deneyimi (rd25, rd26, rd27, rd28, rd29, rd30, rd31, rd32, rd33, rd34, rd35, rd36, rd37, rd38, rd39, rd40, rd41); Estetik Ritüel Deneyimi (rd42, rd43, rd44, rd45, rd46, rd47, rd48, rd49, rd50, rd51); Kaçış Ritüel Deneyimi (rd52, rd53, rd54, rd55, rd56, rd57, rd58, rd59); Manevi Ritüel Deneyimi (rd60, rd61, rd62, rd63, rd64, rd65, rd66, rd67, rd68) biçimindedir. Dolayısıyla bir sonraki doğrulayıcı aşamada bu yapı göz önünde bulundurularak DFA yapılmıştır. Tablo 61'de, Ağırlıklandırılmamış En Küçük Kareler (AEKK-ULS) yönteminin kullanıldığı AFA sonucunda promax döndürme yöntemi sonrası ortaya çıkan faktör yükleri, ortak varyans değerleri, her boyutun özdeğeri ve açıkladığı varyans ile toplam varyans değerleri ve faktörler arası korelasyonlar verilmiştir

Tablo 61. Ritüel Deneyimlerine İlişkin İkincil AFA Sonuçları

Maddeler (N=669)	Faktör Yükleri						Ortak Varyans
	1. Faktör	2. Faktör	3. Faktör	4. Faktör	5. Faktör	6. Faktör	
rd1	-.186	-.018	-.024	.105	.586	.248	.511
rd2	-.141	-.010	-.071	.069	.610	.249	.515
rd3	-.022	-.009	-.068	.019	.737	.180	.672
rd4	.051	-.045	-.114	.048	.850	-.013	.695
rd5	-.026	-.010	.064	.018	.768	-.003	.634
rd6	-.060	.013	.084	.010	.717	.027	.571
rd7	.037	.025	.065	-.042	.878	-.082	.756
rd8	-.015	-.002	.011	-.089	.783	.158	.714
rd9	.006	-.035	.006	-.062	.901	.006	.775
rd10	.006	-.057	.162	-.079	.578	.136	.534
rd11	-.124	-.028	.000	.097	.019	.835	.686
rd12	-.100	-.013	-.019	.080	.008	.868	.723
rd13	.010	.007	-.003	.005	.041	.828	.739
rd14	-.022	.005	.023	.040	-.001	.833	.717
rd15	.009	.027	.038	.135	.020	.644	.548
rd16	-.056	-.005	-.036	.118	.096	.651	.517
rd17	-.100	.239	-.143	.098	.098	.530	.370
rd18	-.033	.035	.005	.087	.026	.722	.580
rd19	.070	-.021	.020	.011	-.047	.806	.680
rd20	.199	-.012	.008	-.201	.047	.647	.537
rd21	.210	-.011	-.016	-.174	.113	.446	.344
rd22	.206	-.030	.033	-.252	.116	.554	.482

rd23	.212	-.007	.042	-.218	.118	.491	.426
rd24	.067	-.042	.039	.005	-.060	.774	.621
rd25	-.032	-.007	-.032	.873	-.035	.092	.740
rd26	-.061	-.028	-.027	.846	-.008	.120	.716
rd27	-.014	-.022	-.029	.836	-.049	.121	.701
rd28	.012	-.040	.213	.484	-.047	.271	.542
rd29	.021	-.057	.107	.491	-.001	.217	.447
rd30	.073	.025	-.026	.562	.231	-.117	.469
rd31	.097	.019	-.001	.495	.379	-.289	.493
rd32	.251	.049	-.088	.332	.307	-.035	.435
rd33	.016	.029	-.036	.726	-.026	-.027	.491
rd34	.014	-.018	-.049	.709	-.022	.023	.476
rd37	.124	.015	.037	.447	.218	-.153	.383
rd38	.041	.050	-.026	.770	-.064	-.062	.547
rd39	-.001	.015	.006	.755	-.107	.010	.513
rd40	.040	.006	.039	.702	.015	-.031	.544
rd41	.043	.013	.073	.704	-.013	-.032	.555
rd42	.008	-.036	.700	.151	.098	-.166	.607
rd43	.044	.087	.709	.028	.117	-.088	.630
rd44	.032	-.035	.673	.109	.129	-.088	.620
rd45	.080	.083	.682	-.025	.132	-.074	.605
rd46	-.101	-.009	.919	-.014	-.136	.095	.692
rd47	-.125	-.031	.871	.071	-.112	.052	.642
rd48	-.005	.037	.778	-.075	-.024	.071	.585
rd49	.018	.024	.797	-.092	-.009	.064	.632
rd50	-.030	-.025	.843	.003	-.002	-.014	.672
rd51	.072	.014	.720	-.140	.047	.048	.572
rd52	.547	.070	.009	.105	.069	-.086	.393
rd53	.553	.128	-.059	-.071	.049	.074	.354
rd54	.851	.014	-.063	.015	-.014	-.015	.659
rd55	.936	-.038	-.097	.021	-.032	-.021	.739
rd56	.812	-.061	.016	-.019	-.055	.130	.708
rd57	.686	-.033	.059	.090	-.059	.087	.601
rd58	.638	-.023	.168	.146	-.087	-.045	.576
rd59	.707	.004	.072	.087	-.070	.141	.695
rd60	-.028	.929	-.025	.010	.007	-.014	.851
rd61	-.063	.747	.037	.023	-.051	-.108	.551
rd62	-.055	.959	.014	-.028	.017	.027	.904
rd63	.054	.903	.020	-.104	.031	.091	.858
rd64	.015	.933	-.004	-.075	.007	.091	.888
rd65	.053	.840	-.074	.105	-.038	.003	.740
rd66	.002	.887	.011	-.019	-.023	.051	.792
rd67	.010	.635	.049	.171	-.101	-.039	.447
rd68	.036	.827	.056	-.009	.025	-.080	.699
Öz Değer:	20.958	6.913	5.436	4.004	2.683	2.279	
Açıklanan Varyans:	% 32	% 10	% 8	% 6	% 4	% 3	
Toplam Açıklanan Varyans : % 64							
Faktörler Arası Korelasyon Matrisi							
	F1	F2	F3	F4	F5		
F1	-						
F2	.203	-					
F3	.591	.071	-				
F4	.456	.106	.455	-			
F5	.517	.083	.529	.480	-		
F6	.466	.090	.408	.337	.600	-	

Ritüel Deneyimleri ölçeğine ilişkin faktör yapısının AFA ile incelenmesinin ardından; ölçek yapısını doğrulamak, bir diğer ifadeyle yapı geçerliliği açısından 6 faktörlü ölçüm maddelerinin uygunluğunun ve ölçüm modelinin yapısının değerlendirilmesi için birinci düzey çok faktörlü DFA gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda öncelikle AFA sonuçlarına dayalı altı faktörlü ölçüm modeli oluşturularak bu modelin veri setiyle uyumu YEM kullanılarak birinci düzey DFA ile test edilmiştir. Yöntem kısmında değinildiği üzere; örneklem büyüklüğünün yanı sıra, gerek verilerin sıralı yapısı gerekse çok değişkenli normallikten

sapmalar nedeniyle DWLS parametre tahmin yönteminin dirençli (robust) standart hataları ve ölçeklendirilmiş (scaled) test istatistiklerini hesaplama yöntemleriyle kombinasyonuna dayanan dirençli (robust) standart hatalara sahip WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) parametre tahmin yöntemi kullanılarak DFA analizleri yürütülmüştür. Test edilen ölçek; “Sosyal Ritüel Deneyimi”, “Sembolik Ritüel Deneyimi”, “Duygusal Ritüel Deneyimi”, “Estetik Ritüel Deneyimi”, “Kaçış Ritüel Deneyimi” ve “Manevi Ritüel Deneyimi” olmak üzere altı boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte yer alan madde özelliklerine Tablo 62’de, ölçüm modeline ilişkin birinci düzey çok faktörlü DFA analizi sonuçlarına ise Tablo 63’te⁵ yer verilmiştir.

Tablo 62. Ritüel Deneyimleri Ölçeği Madde Özellikleri

Faktör	Madde	Ortalama	SS	Çarpıklık	Basıklık	r _{mt}
Sosyal Ritüel Deneyimi	rd1	4.09	.900	-1.118	1.361	.711
	rd2	4.02	.922	-.910	.615	.798
	rd3	4.00	.881	-1.054	1.395	.792
	rd4	3.92	.952	-.962	.732	.779
	rd5	3.88	.965	-.780	.173	.762
	rd6	3.66	1.09	-.601	-.491	.744
	rd7	3.73	1.06	-.690	-.373	.822
	rd8	3.92	.928	-.867	.558	.813
	rd9	3.83	.981	-.757	.076	.829
	rd10	3.46	1.23	-.437	-.994	.688
Sembolik Ritüel Deneyimi	rd11	3.82	1.13	-.890	.106	.758
	rd12	3.79	1.14	-.874	.072	.785
	rd13	3.68	1.07	-.690	-.125	.821
	rd14	3.74	1.07	-.701	-.118	.806
	rd15	3.93	1.03	-.933	.419	.690
	rd16	3.73	1.01	-.684	.087	.681
	rd17	3.67	1.07	-.647	-.160	.504
	rd18	3.79	.947	-.702	.331	.727
	rd19	3.84	1.00	-.934	.521	.778
	rd20	3.04	1.24	.074	-1.108	.730
	rd21	2.59	1.22	.608	-.646	.591

⁵ Yürütülen tüm DFA analizleri sonucunda elde edilen model ve katsayılarla ilişkin yol diyagramlarına https://drive.google.com/drive/folders/1v7tMHPac1VfwU4izufaBbRdG9hPIYLMJ?usp=drive_link linkinden ulaşılabilir.

	rd22	2.95	1.26	.162	-1.139	.674
	rd23	2.76	1.21	.386	-.888	.650
	rd24	3.78	1.08	-.888	.164	.739
Duygusal Ritüel Deneyimi	rd25	4.43	.614	-.835	.833	.792
	rd26	4.38	.646	-1.045	2.439	.778
	rd27	4.42	.627	-.832	.701	.782
	rd28	4.15	.855	-.964	.709	.638
	rd29	4.27	.776	-1.110	1.322	.607
	rd30	4.29	.631	-.916	2.843	.646
	rd31	4.21	.747	-1.215	2.507	.616
	rd32	4.13	.928	-1.252	1.600	.559
	rd33	4.53	.563	-.863	.743	.652
	rd34	4.47	.599	-.781	.151	.648
	rd35	4.92	1.01	-.931	.479	.662
	rd36	3.88	1.09	-.910	.348	.636
	rd37	4.23	.951	-1.474	1.818	.575
	rd38	4.52	.560	-.695	-.202	.674
	rd39	4.53	.590	-1.237	2.679	.652
	rd40	4.35	.603	-.690	1.580	.683
	rd41	4.38	.576	-.447	.279	.687
Estetik Ritüel Deneyimi	rd42	4.21	.743	-1.022	1.812	.718
	rd43	3.95	.986	-.855	.232	.778
	rd44	4.17	.726	-.894	1.667	.738
	rd45	3.89	1.00	-.836	.279	.762
	rd46	4.20	.766	-1.288	2.921	.764
	rd47	4.29	.719	-1.382	3.903	.734
	rd48	3.87	1.06	-.827	-.054	.751
	rd49	3.91	.992	-1.020	.693	.751
	rd50	4.13	.786	-1.260	2.95	.775
	rd51	3.53	1.22	-.440	-.924	.735
Kaçış Ritüel Deneyimi	rd52	3.87	.976	-.838	.292	.606
	rd53	3.30	1.24	-.288	-.919	.553
	rd54	4.06	.899	-1.097	1.476	.767
	rd55	4.04	.904	-1.018	1.180	.810
	rd56	3.68	1.04	-.546	-.319	.789
	rd57	3.94	.956	-.902	.652	.724
	rd58	3.88	.914	-.719	.386	.709
	rd59	3.77	.974	-.578	-.133	.786
Manevi Ritüel	rd60	3.35	1.16	-.322	-1.101	.901

Deneyimi	rd61	3.29	1.10	-.130	-.927	.710
	rd62	3.28	1.27	-.142	-1.292	.927
	rd63	3.13	1.24	.043	-1.274	.891
	rd64	3.23	1.26	-.077	-1.296	.914
	rd65	3.52	1.17	-.370	-1.026	.837
	rd66	3.34	1.16	-.195	-1.065	.873
	rd67	4.03	1.05	-1.098	.444	.637
	rd68	3.09	1.18	.069	-1.150	.817

Mardia'nın Çok Değişkenli Normallik Testi Sonuçları

Çarpıklık	Katsayılar	z	χ^2	sd	p
Basıklık	1524.4		144310	54740	< .001*
	6497.9	212.25			< .001*

Not: SS: Standart Sapma; r_{mt} : Madde-Toplam (Item-Total) Korelasyon; χ^2 : Ki-Kare; sd: Serbestlik Derecesi; p: Anlamlılık düzeyi
*.001 düzeyinde anlamlı olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 63. Ritüel Deneyimleri Ölçüm Modeline İlişkin Birini Düzey Çok Faktörlü DFA ve Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Faktör	Madde	Estimate	SH	β	z	p	R ²	α	ω	CR
Sosyal Ritüel Deneyimi	rd1	1.000	.000	.709			.503			
	rd2	.993	.028	.688	34.45	< .001	.473			
	rd3	1.130	.069	.819	16.31	< .001	.670			
	rd4	1.175	.084	.788	13.90	< .001	.621			
	rd5	1.207	.080	.798	14.90	< .001	.637	.941	.941	.941
	rd6	1.314	.071	.766	18.28	< .001	.587			
	rd7	1.442	.099	.844	14.53	< .001	.712			
	rd8	1.213	.078	.834	15.48	< .001	.696			
	rd9	1.287	.085	.837	15.02	< .001	.701			
	rd10	1.476	.106	.765	13.80	< .001	.585			
Sembolik Ritüel Deneyimi	rd11	1.000	.000	.770			.593			
	rd12	1.030	.026	.787	39.55	< .001	.619			
	rd13	1.045	.044	.847	23.54	< .001	.718			
	rd14	1.017	.044	.829	22.68	< .001	.687			
	rd15	.924	.044	.779	20.85	< .001	.607			
	rd16	.840	.051	.725	16.41	< .001	.526	.940	.941	.940
	rd17	.643	.066	.525	9.71	< .001	.276			
	rd18	.834	.047	.766	17.72	< .001	.588			
	rd19	.927	.049	.808	18.74	< .001	.653			
	rd20	.990	.065	.696	15.22	< .001	.485			
	rd21	.800	.071	.573	11.14	< .001	.328			
	rd22	.941	.069	.653	13.56	< .001	.427			

	rd23	.885	.067	.638	13.02	<.001	.407			
	rd24	.955	.055	.768	17.35	<.001	.590			
Duygusal Ritüel Deneyimi	rd25	1.000	.000	.759			.576			
	rd26	1.050	.029	.758	36.00	<.001	.575			
	rd27	1.021	.034	.759	29.18	<.001	.577			
	rd28	1.484	.097	.809	15.27	<.001	.655			
	rd29	1.207	.091	.725	13.20	<.001	.526			
	rd30	.900	.073	.666	12.20	<.001	.443			
	rd31	1.009	.084	.629	12.01	<.001	.396			
	rd32	1.408	.115	.708	12.21	<.001	.501			
	rd33	.717	.058	.594	12.31	<.001	.353	.929	.941	.932
	rd34	.784	.060	.610	12.96	<.001	.372			
	rd35	.978	.113	.452	8.64	<.001	.204			
	rd36	1.062	.118	.473	8.94	<.001	.224			
	rd37	1.287	.103	.631	12.44	<.001	.398			
	rd38	.718	.054	.598	13.18	<.001	.358			
	rd39	.734	.067	.581	10.93	<.001	.337			
	rd40	.887	.062	.686	14.29	<.001	.471			
	rd41	.861	.059	.797	14.58	<.001	.486			
Estetik Ritüel Deneyimi	rd42	1.000	.000	.753			.568			
	rd43	1.458	.076	.828	18.95	<.001	.685			
	rd44	1.064	.038	.820	27.77	<.001	.673			
	rd45	1.458	.085	.815	17.14	<.001	.664			
	rd46	.983	.078	.718	12.46	<.001	.516			
	rd47	.903	.075	.703	11.89	<.001	.495	.933	.932	.934
	rd48	1.406	.116	.739	12.11	<.001	.547			
	rd49	1.349	.100	.762	13.43	<.001	.581			
	rd50	1.076	.074	.766	14.50	<.001	.587			
	rd51	1.616	.126	.742	12.81	<.001	.550			
Kaçış Ritüel Deneyimi	rd52	1.000	.000	.631			.398			
	rd53	1.136	.088	.566	12.90	<.001	.320			
	rd54	1.079	.076	.740	14.03	<.001	.547			
	rd55	1.104	.084	.753	13.13	<.001	.567			
	rd56	1.405	.117	.832	11.95	<.001	.693	.909	.908	.913
	rd57	1.265	.114	.815	11.07	<.001	.665			
	rd58	1.138	.095	.767	11.91	<.001	.588			
	rd59	1.420	.111	.899	12.75	<.001	.804			
Manevi Ritüel	rd60	1.000	.000	.898			.807	.960	.963	.960

Deneyimi	rd61	.688	.045	.652	15.05	<.001	.425
	rd62	1.141	.026	.940	42.34	<.001	.883
	rd63	1.128	.032	.948	34.33	<.001	.900
	rd64	1.147	.031	.950	36.79	<.001	.903
	rd65	.970	.036	.863	26.22	<.001	.744
	rd66	.988	.029	.889	33.00	<.001	.790
	rd67	.672	.037	.670	17.85	<.001	.449
	rd68	.947	.033	.837	28.33	<.001	.701

$\chi^2(2064) = 3966.9$; $p < .001$; $\chi^2/sd = 1.92$; $CFI_{robust} = .968$; $TLI_{robust} = .966$; $RMSEA_{robust} = .051$; %95CI-L = .050; %95CI-U = .052; $SRMR_{robust} = .066$

Not: Estimate: Standartlaştırılmamış Beta Katsayısı; SH: Standart Hata; β : Standartlaştırılmış Beta Katsayısı (Faktör Yüğü); p: Anlamlılık düzeyi; R^2 : Communality; α : Cronbach's Alpha Güvenirlik Katsayısı; ω : McDonald's Omega Güvenirlik Katsayısı; CR: Birleşik Güvenirlik Katsayısı (Composite Reliability)

CFI: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index); TLI: Tucker-Lewis İndeksi; RMSEA: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation); SRMR: Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü (Standardized-Root Mean Square Residual); sd: Serbestlik derecesi; %95CI-L: Güven aralığı alt sınırı; %95CI-U: Güven aralığı üst sınırı

Parametreler, robust WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yaklaşımı kullanılarak tahmin edilmiştir.

İlk olarak Tablo 62 incelendiğinde, her bir maddenin kendi faktörü ile madde-toplam korelasyon katsayılarının rd17 ($r_{mt} = .504$), rd21 ($r_{mt} = .591$), rd32 ($r_{mt} = .559$), rd37 ($r_{mt} = .575$) ve rd53 ($r_{mt} = .553$) dışında .60'ın üzerine çıktığı (en düşük .606 ile en yüksek .914) arasında değişen) ve tamamının oldukça tatminkar olduğu dikkat çekmektedir. Benzer şekilde Tablo 63'de sunulmuş olan birinci düzey DFA sonuçları da her bir maddenin kendi faktörü üzerindeki yüklerin (Standardize β katsayılarının) rd17 ($\beta = .525$), ($\beta = .526$), rd21 ($\beta = .573$), rd33 ($\beta = .594$), rd35 ($\beta = .452$), rd36 ($\beta = .473$), rd38 ($\beta = .598$), rd39 ($\beta = .581$), ve rd53 ($\beta = .566$) dışında .60'ın üzerinde olduğunu (en düşük .610 ile en yüksek .950 aralığında değişen), hesaplanan tüm katsayıların istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ($p < .001$), birkaç maddenin dışında (rd17=.276, rd21=.328, rd31=.396; rd33=.355, rd34=.372, rd35=.204; rd36=.224; rd37=.398, rd38=.358, rd39=.337, rd52=.398 ve rd53=.320) ortak varyans (communality) değerlerinin (R^2) de .40'ın üzerinde olduğunu (en düşük .407 ile en yüksek .903 arasında değişen) ($R^2 > .50$ mükemmel, $R^2 > .40$ çok iyi, $R^2 > .30$ iyi, $R^2 > .20$ orta ve $R^2 > .10$ zayıf) (Kline, 2023, s. 239) ve dolayısıyla görece güçlü (Garson, 2012) kabul edilebileceklerini göstermektedir. Bu, aynı temel yapıları (faktörleri-kavramları) ölçmeyi amaçlayan maddelerde önemli paylaşılan varyansa işaret etmekte ve bu yapıların (faktörlerin-kavramların) oluşturulmasındaki önemlerini ortaya koymaktadır. Ritüel deneyimleri ölçeğinin rd35 ve rd36 maddeleri, sahip oldukları düşük communality R^2 değerleri ve standardize β katsayılarından dolayı ölçekten silindikten sonra, ritüel deneyimleri ölçeğinin son hali 66 maddeden oluşan 6 faktörlü bir yapı ile temsil edilmiştir.

Yöntem kısmında ele alındığı üzere, χ^2 istatistiği örneklem büyüklüğüne duyarlı olduğu için model uyumunun değerlendirilmesinde, örneklem büyüklüğü ve model karmaşıklığından diğerlerine göre daha az etkilenen CFI, TLI, RMSEA, SRMR indekslerinden ve serbestlik derecesi üzerinden hesaplanan ki-kare oranından (χ^2 / sd) yararlanılmıştır. Tablo 63'te de görüldüğü üzere, bu ölçüm modeli için birinci düzey DFA sonucunda elde edilen $\chi^2 (2064) = 3966.9, p < .001; \chi^2 / sd = 1.96; CFI_{robust} = .968; TLI_{robust} = .966; RMSEA_{robust} = .051$ (%95CI-L = .050, %95CI-U = .052); $SRMR_{robust} = .066$ uyum iyiliği değerleri, alan yazında genel bir fikir birliğine varılmaya başlanan uyum iyiliği indeksleri ve kabul edilebilir sınırları ($\chi^2 / sd \leq 3$ Çok İyi ve $3 < \chi^2 / sd < 5$ İyi, $CFI \geq .95$, $TLI \geq .95$, $RMSEA \leq .06$ ve $SRMR \leq .08$) dikkate alındığında, 66 maddelik altı faktörlü yapı üzerine inşa edilen ritüel deneyimleri ölçüm modelinin (yapısının) veri ile oldukça iyi uyum gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu genel (global) uyum indekslerinin yanı sıra yerel (local) uyumu değerlendirmeye olanak sağlayan artıklara (residual) ilişkin maddeler arası korelasyon değerlerinin (mutlak korelasyon artıklarının-kalıntılarının) neredeyse bütününe yakınının (çok az sayıda ihmal edilebilecek birkaç tanesinin dışında çok büyük bir kısmının) .10'un altında olduğunun belirlenmesi de ölçüm modelinin veri ile tatminkar bir uyuma sahip olduğu fikrini desteklemektedir. Ayrıca, ölçüm modeli için tüm maddelere ilişkin parametre tahminlerine yönelik standart hata değerlerinin (Tablo 63) bazı maddeler dışında (rd10, rd32, rd37, rd48, rd49, rd51, rd56, rd57, rd59) neredeyse tamamının .10'un altında olduğu (en düşük .002 ile en yüksek .97 arasında değişen) da sonuçlardan izlenebilmektedir.

Ölçek maddelerinin ölçülen yapıyı tutarlı bir biçimde yansıtip yansıtmadığının doğrulanması amacıyla güvenilirlik testleri gerçekleştirilmiştir. Tablo 63'ten anlaşıldığı üzere, tüm faktörlerin (alt boyutların-yapıların) .909 ile .960 arasında değişen Cronbach's Alpha (α), .908 ile .963 arasında değişen McDonald's Omega (ω) ve .913 ile .960 arasında değişen Bileşik Güvenirlik (CR) değerlerinin tümünün $> .70$ eşik değerin çok üzerinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, bu değerlerin oldukça kabul edilebilir düzeyde olduğunu; altı boyut açısından ölçüm maddeleri arasında yüksek iç tutarlılığa ve ilgili faktörlerin yapı güvenilirliğine sahip olduklarını yansıtmaktadır.

Ayrıca ilgili ölçüm modelinin birleşim ve ayrışım geçerliliklerine ilişkin ek kanıtlar da incelenmiş olup, bu sonuçlar Tablo 64'te sunulmuştur. Yöntem bölümünde de ayrıntılarına değinildiği üzere, birleşim geçerliği için standartlaştırılmış faktör yükleri (β katsayıları) ve CR (Birleşik Güvenirlik) ve Ortalama Açıklanan Varyans (AVE) değerleri kontrol edilmiştir. Bu

kapsamda, standartlaştırılmış faktör yüklerinin .50'nin üzerinde (en düşük .526 ile en yüksek .950 aralığında değişen) ve anlamlı olduğu ($p < .001$), her bir faktörün (alt boyutun) AVE değerlerinin (.52 ile .75 arasında değişen) $\geq .50$ olarak kabul edilen (Fornell ve Larcker, 1981, s. 46) eşik değeri karşıladığı ve CR değerlerinin de .70'in çok üzerinde olduğu anlaşılmaktadır. AVE'nin .50'nin altında, buna karşın CR'nin .60'dan yüksek olması durumunda, yapının birleşik geçerlik ölçütünü sağladığının kabul edilebileceği Fornell ve Larcker (1981) ifade edilmiştir. Ayrıca, Tablo 64 incelendiğinde, tüm CR değerlerinin .70'in çok üzerinde olduğu ve tüm AVE değerlerinden yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Bu sonuçlar da ilgili ölçüm modelinin birleşim geçerliliğinin başka bir yönüyle doğrulandığını, ölçüm modelindeki her bir gözlenen değişkenin ilgili gizil değişkenle (faktörle) güçlü bir ilişkisi olduğunu yansıtarak birleşim geçerliliğine dair güçlü kanıtlar sunmaktadır.

Tablo 64. Ritüel Deneyimleri Ölçüm Modeli Birleşim ve Ayrışım Geçerliliği Sonuçları

Faktör	CR	AVE	MSV	ASV	$\sqrt{AVE}$	Ritüel Deneyimleri Faktörler Arası Korelasyon Matrisi					
						F1	F2	F3	F4	F5	F6
F1	.914	.557	.349	.266	.746	-					
F2	.960	.752	.041	.014	.867	.203	-				
F3	.934	.589	.349	.201	.767	.591	.071	-			
F4	.932	.492	.230	.154	.767	.456	.106	.455	-		
F5	.941	.620	.360	.229	.787	.517	.083	.529	.480	-	
F6	.940	.526	.360	.333	.725	.466	.090	.408	.337	.600	-

Ritüel Deneyimleri Faktörler Arası Kovaryans Matrisi							
Faktör	F1	F2	F3	F4	F5	F6	
F1	-						
F2	.693	-					
F3	.554	.433	-				
F4	.564	.455	.531	-			
F5	.528	.539	.575	.628	-		
F6	.068	.114	.127	.096	.214	-	

Ritüel Deneyimleri Heterotrait-Monotrait (HTMT) Oranları							
Faktör	F1	F2	F3	F4	F5	F6	
F1	-						
F2	.688	-					
F3	.547	.425	-				
F4	.545	.442	.518	-			
F5	.519	.529	.560	.611	-		
F6	.080	.133	.135	.101	.218	-	

Not: CR: Birleşik Güvenirlilik Katsayısı (Composite Reliability); AVE: Ortalama Açıklanan Varyans (Average Variance Extracted); MSV: Maksimum Paylaşılan Varyansın Karesi (Maximum Squared Variance); ASV: Paylaşılan Varyansın Karesinin Ortalaması (Average Shared Square Variance); $\sqrt{AVE}$: Karekök AVE
F1: Kaçış Ritüel Deneyimi; F2: Manevi Ritüel Deneyimi; F3: Estetik Ritüel Deneyimi
F4: Duygusal Ritüel Deneyimi; F5: Sosyal Ritüel Deneyimi; F6: Sembolik Ritüel Deneyimi

Yöntem bölümünde de tartışıldığı gibi, ayrışım geçerliliğinde AVE, MSV ve ASV değerleri, korelasyonlara yönelik HTMT oranı değerleri ve gizil faktörler arasındaki kovaryans değerleri önemli ipuçları sunmaktadır. Tablo 64 incelendiğinde, bu ölçütler çerçevesinde ayrışım geçerliliğinin sağlanması için $MSV < AVE$; $ASV < AVE$; $\sqrt{AVE} >$ faktörler arası korelasyon matrisindeki çevre değerler; HTMT oranı değerleri $< .85$; gizil faktörler arasındaki kovaryans

değerleri $< .90$ koşullarının tümünün sağlandığı ve ilgili ölçüm modelinin tatmin edici bir ayrışım geçerliliğine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bu sonuçlar, modeldeki tüm faktörlerin (yapıların) her birinin farklı boyutları (kavramları) ölçtüğüne, bunlardan birinin diğerinin sunmadığı spesifik bir içerik sunduğuna işaret eden ayrışım geçerliliğini doğrulamaktadır.

Sonuç olarak, ritüel deneyimleri ölçüm modelinin, verilere iyim uyum sağlayarak, tatminkâr birleşim ve ayrışım geçerliliğine sahip olması, modelin altta yatan yapıları sağlam bir şekilde temsil ettiğine işaret etmekte ve bu durum, istatistiksel olarak doğrulanmaktadır.

Dimitrov (2010, s. 124), model uyumunun test edilmesinin geçerliğin yapısal yönüyle ilgili olduğunu, geçerliğin genellenebilirlik yönüne işaret etmediğini tartışmaktadır. Araştırmacılar genellikle ölçekler ve ölçüm yapıları üzerinden bazı gruplar arasındaki farklılıkları incelemeyi amaçladıklarından, karşılaştırma öncesi yapının ele alınan gruplar açısından aynı anlama sahip olup olmadığının ele alınması gerekmektedir. Dolayısıyla, odaklanılan merkezi olgu ve yapılar dikkate alındığında, önem taşıma potansiyeline sahip her biri iki kategori ile temsil edilen yaş ($18-35 - \geq 36$), gelir (≤ 24.999 TL $- \geq 25.000$ TL), çocuk sayısı (Tek $- \geq 2$), büyüdüğü yer (Büyükşehir $- Diğer$) grup değişkenleri açısından 66 madde ve 6 faktörden oluşan Ritüel Deneyimleri yapısının araştırma evreninde benzer şekilde ölçülüp ölçülmediğinin doğrulanabilmesi amacıyla birinci düzey çok faktörlü DFA modeli temel alınarak ölçeğin ölçüm değişmezliği de test edilmiştir. Buna göre, ilgili değişkenler çerçevesinde her biri iki grup (kategori) olarak ele alınan ve tüm parametrelerin robust WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yaklaşımı kullanılarak tahmin edildiği ardışık çoklu grup DFA analizleri yapılmıştır.

Yöntem bölümünde ayrıntılarına yer verilmiş olan ölçüm değişmezliğinin değerlendirilebilmesi amacıyla genellikle bir dizi iç içe geçmiş modelin (yapısal değişmezlik modeli-Model 0, zayıf değişmezlik modeli-Model 1, güçlü değişmezlik modeli-Model 2 ve katı değişmezlik modeli-Model 3) tahminini ve karşılaştırmasını içeren dört aşamalı ardışık bir analiz süreci (serbest yaklaşım) takip edilmiştir. Her bir grup değişkeni için Model 0 olarak anılan başlangıç modeli, değişmezlik varsayımı olmaksızın (tüm parametrelerin herhangi bir kısıtlama olmadan tahmin edildiği) grup alt kategorilerinde bir arada tahmin edilen temel modeli temsil etmektedir. Buna karşın her bir grup değişkeni için Model 1, tüm faktör yüklerinin grup değişkeninin iki alt kategorisinde de eşit olacak şekilde kısıtlanmasıyla Model 0'dan; Model 2, tüm faktör yüklerinin ve madde sabitlerinin grup değişkeninin iki alt

kategorisinde de eşit olacak şekilde kısıtlanmasıyla Model 1'den; Model 3 ise, tüm faktör yüklerinin, madde sabitlerinin ve hata varyanslarının grup değişkeninin iki alt kategorisinde de eşit olacak şekilde kısıtlanmasıyla Model 2'den elde edilmiştir.

Yapısal (configural) değişmezlik modeli (Model 0) diğer düzey değişmezlik analizleri için temel model kabul edildiğinden, öncelikle 66 madde ve 6 faktörden oluşan Ritüel Deneyimleri için önerilen ölçüm modeli her bir grup değişkeninin alt kategorileri düzeyinde ayrı ayrı analiz edilmiştir. Her bir grup değişkeninin alt kategorileri için temel DFA modelinden elde edilen standartlaştırılmış faktör yükleri Tablo 65'te, uyum iyiliği değerleri ise Tablo 66'da, ölçüm değişmezliği testi sonuçları ise Tablo 67'de sunulmuştur.

Tablo 65. Gruplara Göre Ritüel Deneyimleri Ölçüm Modeli DFA Standardize Faktör Yükleri

Faktör	Madde	Yaş		Gelir		Çocuk Sayısı		Büyüdüğü Yer	
		18-35- β	≥ 36 - β	≤ 24.999 TL- β	≥ 25.000 TL- β	Tek- β	≥ 2 - β	Büyükşehir- β	Diğer- β
Sosyal Ritüel Deneyimi	rd1	.774*	.639*	.683*	.730*	.789*	.641*	.730*	.699*
	rd2	.736*	.639*	.659*	.703*	.752*	.635*	.714*	.674*
	rd3	.780*	.852*	.807*	.821*	.816*	.820*	.818*	.812*
	rd4	.761*	.818*	.744*	.822*	.778*	.785*	.781*	.789*
	rd5	.752*	.823*	.773*	.812*	.760*	.813*	.818*	.784*
	rd6	.799*	.730*	.781*	.729*	.784*	.733*	.735*	.781*
	rd7	.840*	.837*	.836*	.839*	.844*	.836*	.848*	.840*
	rd8	.843*	.826*	.840*	.821*	.852*	.815*	.788*	.862*
	rd9	.842*	.834*	.850*	.816*	.843*	.827*	.804*	.859*
	rd10	.779*	.720*	.754*	.754*	.756*	.744*	.816*	.733*
Sembolik Ritüel Deneyimi	rd11	.764*	.768*	.716*	.814*	.758*	.763*	.749*	.784*
	rd12	.811*	.760*	.750*	.813*	.823*	.737*	.767*	.799*
	rd13	.850*	.834*	.829*	.865*	.836*	.843*	.847*	.847*
	rd14	.823*	.824*	.811*	.849*	.798*	.847*	.814*	.838*
	rd15	.764*	.781*	.716*	.854*	.780*	.766*	.780*	.776*
	rd16	.748*	.678*	.699*	.737*	.743*	.682*	.751*	.704*
	rd17	.438*	.645*	.629*	.429*	.488*	.559*	.414*	.605*
	rd18	.782*	.726*	.749*	.774*	.767*	.735*	.757*	.767*
	rd19	.810*	.780*	.839*	.758*	.798*	.817*	.803*	.809*
	rd20	.727*	.681*	.735*	.659*	.708*	.696*	.696*	.698*
	rd21	.538*	.655*	.589*	.573*	.522*	.668*	.534*	.593*
	rd22	.690*	.607*	.671*	.621*	.675*	.636*	.671*	.641*
	rd23	.646*	.647*	.681*	.609*	.639*	.667*	.629*	.644*
	rd24	.759*	.773*	.767*	.748*	.799*	.733*	.818*	.741*
Duygusal Ritüel Deneyimi	rd25	.762*	.791*	.699*	.847*	.766*	.773*	.793*	.753*
	rd26	.768*	.777*	.689*	.858*	.788*	.758*	.834*	.725*
	rd27	.752*	.805*	.704*	.837*	.742*	.797*	.779*	.769*
	rd28	.826*	.795*	.817*	.813*	.788*	.830*	.795*	.833*
	rd29	.746*	.695*	.731*	.732*	.698*	.737*	.743*	.724*
	rd30	.690*	.671*	.659*	.695*	.653*	.697*	.590*	.719*
	rd31	.670*	.633*	.634*	.655*	.613*	.663*	.579*	.671*
	rd32	.736*	.699*	.743*	.687*	.681*	.723*	.732*	.708*
	rd33	.556*	.656*	.564*	.631*	.615*	.615*	.632*	.577*
	rd34	.616*	.633*	.591*	.630*	.620*	.623*	.655*	.578*
	rd37	.597*	.635*	.594*	.665*	.657*	.594*	.623*	.620*
	rd38	.563*	.659*	.546*	.656*	.648*	.590*	.651*	.569*
	rd39	.552*	.622*	.504*	.662*	.601*	.585*	.565*	.591*
	rd40	.689*	.718*	.628*	.752*	.730*	.676*	.680*	.710*
	rd41	.675*	.751*	.666*	.746*	.737*	.687*	.679*	.729*
Estetik Ritüel Deneyimi	rd42	.756*	.711*	.687*	.807*	.748*	.718*	.713*	.776*
	rd43	.797*	.842*	.840*	.821*	.799*	.849*	.807*	.837*
	rd44	.815*	.781*	.793*	.824*	.795*	.804*	.812*	.824*
	rd45	.776*	.822*	.805*	.820*	.753*	.853*	.798*	.827*

	rd46	.755*	.658*	.682*	.764*	.748*	.675*	.676*	.743*
	rd47	.738*	.660*	.646*	.757*	.712*	.671*	.689*	.705*
	rd48	.801*	.648*	.731*	.741*	.739*	.724*	.756*	.729*
	rd49	.803*	.686*	.772*	.760*	.755*	.746*	.779*	.757*
	rd50	.778*	.718*	.720*	.813*	.763*	.743*	.779*	.744*
	rd51	.764*	.691*	.685*	.793*	.735*	.731*	.787*	.709*
Ritüel Kaçış Deneyimi	rd52	.606*	.666*	.665*	.623*	.563*	.680*	.616*	.643*
	rd53	.505*	.641*	.663*	.493*	.494*	.647*	.636*	.527*
	rd54	.737*	.705*	.715*	.760*	.785*	.669*	.806*	.683*
	rd55	.754*	.729*	.712*	.787*	.773*	.704*	.818*	.703*
	rd56	.872*	.764*	.773*	.872*	.873*	.768*	.873*	.800*
	rd57	.815*	.784*	.721*	.892*	.896*	.706*	.852*	.779*
	rd58	.803*	.705*	.714*	.811*	.793*	.719*	.728*	.788*
	rd59	.959*	.829*	.888*	.895*	.932*	.859*	.889*	.904*
Manevi Ritüel Deneyimi	rd60	.928*	.867*	.845*	.930*	.896*	.909*	.898*	.901*
	rd61	.693*	.620*	.557*	.711*	.694*	.596*	.538*	.721*
	rd62	.951*	.917*	.923*	.940*	.936*	.950*	.954*	.930*
	rd63	.959*	.929*	.967*	.934*	.965*	.924*	.985*	.925*
	rd64	.960*	.924*	.946*	.949*	.969*	.932*	.970*	.933*
	rd65	.875*	.865*	.862*	.872*	.844*	.887*	.827*	.884*
	rd66	.889*	.866*	.898*	.880*	.876*	.897*	.895*	.888*
	rd67	.665*	.655*	.657*	.687*	.686*	.648*	.645*	.686*
	rd68	.829*	.860*	.828*	.840*	.844*	.823*	.812*	.849*

* $p < .001$

Not: β : Standartlaştırılmış Beta Katsayısı (Faktör Yüğü); p: Anlamlılık düzeyi

Parametreler, robust WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yaklaşımı kullanılarak tahmin edilmiştir.

Tablo 65'ten de anlaşılacağı gibi, her bir grup değişkeninin alt kategorileri için elde edilen Ritüel Deneyimleri temel DFA sonuçları, kabul edilebilir düzeyde olmakla birlikte ($p < .001$) birkaç tanesinin dışında (rd17 için 4 değer “.414 ile .488 arasında”; rd53 için 2 değer “.493 ve .494”) her bir maddenin kendi faktörü üzerindeki yüklerinin (Standardize β katsayılarının) neredeyse tamamına yakınının .50'nin üzerinde olduğunu ortaya koymuştur. Bu katsayıların yaş grup değişkeninin “18-35 yaş arası” alt kategorisi için .505 ile .960, “36 ve üzeri yaş” alt kategorisi için .607 ile .924; gelir grup değişkeninin “ ≤ 24.999 TL” alt kategorisi için .504 ile .967, “ ≥ 25.000 TL” alt kategorisi için .573 ile .949; çocuk sayısı grup değişkeninin “tek çocuk” alt kategorisi için .522 ile .969, “birden fazla çocuk” alt kategorisi için .559 ile .950; büyüdüğü yer grup değişkeninin “büyükşehir” alt kategorisi için .534 ile .985, küçük ya da orta büyüklükte il, ilçe, belde ya da köyden oluşan “diğer” alt kategorisi için .534 ile .933 arasında değiştiği ve tüm katsayıların istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p < .001$) görülmektedir. Bu, aynı temel yapıları ölçmeyi amaçlayan maddelerde önemli paylaşılan varyansa işaret ederken, her bir grup değişkeninin alt kategorileri için de bu yapının oluşturulmasındaki önemi ortaya koymaktadır.

Tablo 66. Gruplara Göre Ritüel Deneyimleri DFA Temel (Baseline) Model Uyum İyiliği Değerleri

	Grup	χ^2	sd	CFI _{robust}	TLI _{robust}	SRMR _{robust}	RMSEA _{robust}	%95CI-L	%95CI-U
Yaş	18-35	3169.9 ^a	2064	.959	.957	.072	.058	.057	.059
	≥ 36	2243.1 ^b	2064	.971	.969	.072	.052	.050	.054
Gelir	≤ 24.999 TL	2520.1 ^c	2064	.965	.963	.073	.052	.050	.054
	≥ 25.000 TL	2420.6 ^d	2064	.971	.970	.069	.052	.050	.054
Çocuk Sayısı	Tek	2842.3 ^e	2064	.961	.960	.073	.056	.054	.057
	≥ 2	2308.3 ^f	2064	.970	.969	.071	.051	.049	.052
Büyüdüğü Yer	Büyükşehir	2338.1 ^g	2064	.967	.966	.075	.055	.054	.057
	Diğer	2619.3 ^h	2064	.970	.969	.068	.050	.049	.051

Not: χ^2 : Ki-Kare; sd: Serbestlik derecesi; CFI: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index); TLI: Tucker-Lewis İndeksi; SRMR: Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü (Standardized-Root Mean Square Residual); RMSEA: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation); %95CI-L: Güven aralığı alt sınırı; %95CI-U: Güven aralığı üst sınırı

^a $p < .001$ ($n=325$), $\chi^2 / sd = 1.53$; ^b $p = .003$ ($n=243$), $\chi^2 / sd = 1.09$; ^c $p < .001$ ($n=278$), $\chi^2 / sd = 1.22$; ^d $p < .001$ ($n=290$), $\chi^2 / sd = 1.17$;

^e $p < .001$ ($n=300$), $\chi^2 / sd = 1.38$; ^f $p < .001$ ($n=268$), $\chi^2 / sd = 1.12$; ^g $p < .001$ ($n=228$), $\chi^2 / sd = 1.13$; ^h $p < .001$ ($n=340$), $\chi^2 / sd = 1.27$

Parametreler, robust WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yaklaşımı kullanılarak tahmin edilmiştir.

Tablo 66'dan de anlaşıldığı üzere, alanyazındaki kabul edilebilir sınırlar ($\chi^2 / sd \leq 3$ Çok İyi ve $3 < \chi^2 / sd < 5$ İyi, $CFI \geq .95$, $TLI \geq .95$, $RMSEA \leq .06$ ve $SRMR \leq .08$) dikkate alındığında, tüm grup değişkenlerinin her bir alt kategorisine yönelik elde edilen uyum iyiliği değerleri, bu grup değişkenlerine ilişkin Ritüel Deneyimleri temel DFA modelinin veri ile oldukça iyi uyum gösterdiğine ve yapısal (configural) değişmezliğe sahip olduğuna işaret etmektedir. Yerel (local) uyumu değerlendirmeye olanak sağlayan artıklara (residual) ilişkin maddeler arası korelasyon değerlerinin (mutlak korelasyon artıklarının-kalıntılarının) büyük çoğunluğunun .10'un altında olması da her bir grup değişkeni açısından ölçüm modelinin veri ile tatminkar bir uyuma ve dolayısıyla yapısal değişmezliğe sahip olduğu fikrini desteklemektedir.

Her bir grup değişkeni için yapısal değişmezlik sağlandıktan sonra, bu model, zayıf değişmezlik modeli (Model 1) için bir karşılaştırma temeli oluşturmuştur. Dolayısıyla, model değişmezlik testlerine daha önce açıklanan iç içe modellerle ardışık süreç takip edilerek devam edilmiştir. Tüm grup değişkenlerine yönelik her bir değişmezlik düzeyi için ele alınan model karşılaştırmalarına ve bunlara ilişkin uyum iyiliği değerlerine Tablo 67'de yer verilmiştir.

Tablo 67. Gruplara Göre Ritüel Deneyimleri Aşamalı Ölçüm Değişmezliği Testi Sonuçları

	Grup	Model	χ^2	sd	$\Delta\chi^2$	CFI	ΔCFI	RMSEA	$\Delta RMSEA$	SRMR	$\Delta SRMR$
Yaş		0	5413.0	4128		.964		.055		.073	
		1	5906.2	4188	493.2	.963	.001	.056	-.001	.076	-.003
		2	5952.4	4248	46.2	.962	.001	.056	.000	.077	-.001
		3	6047.9	4314	95.5	.962	.000	.056	.000	.078	-.001
Gelir		0	4940.7	4128		.968		.052		.071	
		1	5387.5	4188	446.8	.967	.001	.053	-.001	.074	-.003
		2	5429.4	4248	41.9	.967	.000	.052	.001	.074	.000
		3	5530.3	4314	100.9	.966	.001	.052	.000	.076	-.002
Çocuk Sayısı		0	5150.6	4128		.966		.054		.072	
		1	5610.7	4188	460.1	.964	.002	.054	.000	.076	-.004
		2	5650.8	4248	40.1	.964	.000	.054	.000	.076	.000

	3	5732.7	4314	81.9	.964	.000	.053	.001	.077	-.001
Büyüdüğü	0	4957.4	4128		.969		.052		.071	
Yer	1	5388.9	4188	431.5	.968	.001	.052	.000	.074	-.003
	2	5418.1	4248	29.2	.968	.000	.052	.000	.074	.000
	3	5473.6	4314	55.5	.968	.000	.052	.000	.075	-.001

Not: Tüm Grup değişkenleri 2 kategorilidir: Yaş (18-35 — ≥ 36), Gelir (≤ 24.999 TL — ≥ 25.000 TL), Çocuk Sayısı (Tek — ≥ 2), Büyüdüğü Yer (Büyükşehir — Diğer)

Model 0: Yapısal (configural) değişmezlik (herhangi bir parametre kısıtlamasının olmadığı model tahmini)

Model 1: Zayıf (weak / metric) değişmezlik (faktör yüklerinin eşit olarak kısıtlandığı, diğer parametrelerin kısıtlanmadığı model tahmini)

Model 2: Güçlü (strong / scalar) değişmezlik (faktör yüklerinin ve madde sabitlerinin birbirine eşitlenerek kısıtlandığı, diğer parametrelerin kısıtlanmadığı model tahmini)

Model 3: Katı (strict) değişmezlik (faktör yüklerinin, madde sabitlerinin ve hata varyanslarının birbirine eşit olacak şekilde kısıtlandığı model tahmini)

Model Karşılaştırmaları: Model 1-Model 0, Model 2-Model 1 ve Model 3-Model 2

χ^2 : Ki-Kare; sd: Serbestlik derecesi; Δ : Bir model ve önceki model arasındaki delta (fark); CFI: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index); RMSEA: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation); SRMR: Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü (Standardized-Root Mean Square Residual)

Parametreler, robust WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yaklaşımı kullanılarak tahmin edilmiştir.

Yöntem bölümünde de ayrıntılarına yer verildiği üzere, ilgili değişmezlik türünün doğrulanabilmesi için her bir model karşılaştırması açısından bir önceki model ile mevcut modele ilişkin χ^2 farklılık testinin anlamlı olmaması ($p < .05$) gerekmektedir. Ancak bu test örneklem büyüklüğüne çok duyarlı olduğundan, bu sorunu ortadan kaldırabilmek için alanyazında önerilen CFI, RMSEA ve SRMR uyum indeksleri bu testle birlikte kullanılmıştır. χ^2 farklılık testine benzer şekilde birbiri ardına test edilen ve karşılaştırılan iki modelden elde edilen alternatif uyum indeksleri arasındaki fark, benimsenen eşik değeri aşmıyorsa, daha kısıtlı bir modelin daha az kısıtlı bir modelden daha kötü olmadığı, başka bir deyişle ilgili değişmezlik türünün kabulüne destek sağladığı değerlendirilmesi yapılabilmektedir. Bu açıdan Tablo 69 incelendiğinde, elde edilen sonuçların grup gözlem değerlerinin görece hem küçük ($n < 300$) hem de eşit olmadığı da dikkate alınarak önerilen $\Delta CFI \leq -.005$; $\Delta RMSEA \leq .010$; $\Delta SRMR \leq .020$ eşik değerlerini her bir grup değişeni için gerek zayıf değişmezlik, gerekse güçlü ve katı değişmezlik açısından oldukça tatmin edici düzeyde karşıladığı görülmektedir. Bu sonuçlar, Ritüel Deneyim ölçeğine ilişkin modelin ele alınan tüm gruplarda ölçüm değişmezliği düzeylerini karşıladığını, böylece ilgili ölçüm modelinin yaş, gelir, çocuk sayısı ve büyüdüğü yer grup değişkenleri açısından yapısal, zayıf, güçlü ve katı değişmezlik özelliklerine sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu da ilgili ölçeğin ve ölçüm modelinin geçerliğinin araştırma örneklemine genellenebilir yönüne işaret ederken, bu kişisel özelliklere sahip bireyler için gruplar arasındaki farklılıkların incelenmesinde kullanılabilir olduğunu göstermesi açısından oldukça önemlidir.

4.2.1.5. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Yapısına İlişkin Doğrulama Sonuçları

Daha önce de ifade edildiği üzere, AFA ve madde analizlerinden elde edilen sonuçlardan sonra ritüel alışveriş deneyimleri ölçeğinden çıkarılan maddeler sebebiyle, ölçek yapısının geçerliliğini ve doğruluğunu (uyumunu) incelemekten önce toplanan ikinci saha verisi ile tekrar AFA çalışmaları ile yapı keşfetme çalışmaları yürütülmüştür. Ritüel Alışveriş Deneyimleri ölçeği için elde edilen $KMO = .923$ ve $p < .001$; değerleri, verinin AFA için uygun olduğunu göstermiştir. 2. Saha verisi için gerçekleştirilen AFA için 3 faktörlü yapının uygun olduğuna karar verilmiş ve buna ilişkin sonuçlar raporlanmıştır. AFA sonucu, özdeğeri 1'den büyük bu 3 faktörün toplam varyansın % 84'ünü açıkladığını göstermiştir. Bunun sonucunda ortaya çıkan faktörler; Duygusal Alışveriş Deneyimi (ad1, ad2, ad5, ad6, ad7); Sembolik Alışveriş Deneyimi (ad8, ad9, ad10, ad11) ve Faydacı Alışveriş Deneyimi (ad12, ad13, ad14, ad15) biçimindedir. Dolayısıyla bir sonraki doğrulayıcı aşamada bu yapı göz önünde bulundurularak DFA yapılmıştır. Tablo 68'de, Ağırlıklandırılmamış En Küçük Kareler (AEKK-ULS) yönteminin kullanıldığı AFA sonucunda promax döndürme yöntemi sonrası ortaya çıkan faktör yükleri, ortak varyans değerleri, her boyutun özdeğeri ve açıkladığı varyans ile toplam varyans değerleri ve faktörler arası korelasyonlar verilmiştir

Tablo 68. Ritüel Alışveriş Deneyimlerine İlişkin İkincil AFA Sonuçları

Maddeler (N=552)	Faktör Yükleri			Ortak Varyans	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Toplam Açıklanan Varyans
	1. Faktör	2. Faktör	3. Faktör				
ad1	-.025	.061	.885	.824	1. Faktör: 8.863	1. Faktör: % 68	% 84
ad2	-.020	.043	.910	.855	2. Faktör: 1.208	2. Faktör: % 9	
ad5	.011	-.045	.916	.801	3. Faktör: .799	3. Faktör: % 6	
ad6	.030	-.042	.932	.859			
ad7	.057	-.050	.897	.824			
ad8	.859	-.000	.024	.769			
ad9	.799	.029	.088	.790			
ad10	.948	-.024	-.038	.815			
ad11	.686	.079	.131	.722			
ad12	.222	.521	.206	.747			
ad13	.143	.512	.252	.681			
ad14	-.062	1.063	-.076	.941			
ad15	.019	.801	-.026	.637			
Faktörler Arası (F1-F2) Korelasyon Katsayısı: .740							
Faktörler Arası (F1-F3) Korelasyon Katsayısı: .746							
Faktörler Arası (F2-F3) Korelasyon Katsayısı: .667							
1.Faktör: Duygusal Alışveriş Deneyimi, 2. Faktör: Sembolik Alışveriş Deneyimi, 3. Faktör: Faydacı Alışveriş Deneyimi							

Ritüel Alışveriş Deneyimleri ölçeği ile ilgili yürütülen AFA sürecinin ardından, ölçek yapısını doğrulamak ve yapı geçerliliği açısından 3 faktörlü ölçüm maddelerinin uygunluğunu incelemek için birinci düzey çok faktörlü DFA yapılarak ölçüm modeli değerlendirilmiştir. Bunun için üç faktörlü ölçüm modeli oluşturularak, bu modelin veri setiyle uyumu YEM aracılığıyla birinci düzey DFA ile test edilmiştir. Bu süreçte yöntem kısmında değinildiği

üzere, örneklem büyüklüğünün yanı sıra, verilerin sıralı yapısı ve çok değişkenli normallikten sapmalar sebebiyle DWLS parametre tahmin yönteminin dirençli (robust) standart hataları ve ölçeklendirilmiş (scaled) test istatistiklerini hesaplama yöntemleriyle kombinasyonuna dayanan dirençli (robust) standart hatalara sahip WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) parametre tahmin yöntemi aracılığıyla analizler gerçekleştirilmiştir. Test edilen ölçek, 13 maddeden ve “Duygusal Alışveriş Deneyimi”, “Sembolik Alışveriş Deneyimi” ve “Faydacı Alışveriş Deneyimi” olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte yer alan madde özelliklerine Tablo 69’da, ölçüm modeline ilişkin birinci düzey çok faktörlü DFA analizi sonuçlarına ise Tablo 70’te yer verilmiştir.

Tablo 69. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Ölçeği Madde Özellikleri

Faktör	Madde	Ortalama	SS	Çarpıklık	Basıklık	r _{mt}
Duygusal Alışveriş Deneyimi	ad1	4.21	.798	-1.11	1.87	.883
	ad2	4.13	.800	-.958	1.52	.904
	ad5	4.17	.784	-.939	1.32	.874
	ad6	4.24	.778	-1.03	1.49	.903
	ad7	4.11	.825	-.937	1.33	.885
Sembolik Alışveriş Deneyimi	ad8	3.91	.977	-.818	.323	.835
	ad9	3.95	.979	-.882	.423	.852
	ad10	3.95	.987	-.938	.567	.858
	ad11	4.11	.865	-1.13	1.57	.802
Faydacı Alışveriş Deneyimi	ad12	3.96	.904	-.865	.801	.794
	ad13	4.06	.861	-.998	1.30	.763
	ad14	3.72	1.05	-.588	-.204	.865
	ad15	3.46	1.14	-.376	-.509	.751

Mardia’nın Çok Değişkenli Normallik Testi Sonuçları

	Katsayılar	z	χ^2	sd	p
Çarpıklık	1430.8		135445	50116	< .001*
Basıklık	6172.5	211.88			< .001*

Not: SS: Standart Sapma; r_{mt}: Madde-Toplam (Item-Total) Korelasyon; χ^2 : Ki-Kare; sd: Serbestlik Derecesi; p: Anlamlılık düzeyi

*.001 düzeyinde anlamlı olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 70. Ritüel Alışveriş Deneyimi Ölçüm Modeline İlişkin Birinci Düzey Çok Faktörlü DFA ve Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Faktör	Madde	Estimate	SH	β	z	p	R^2	α	ω	CR
Duygusal Alışveriş Deneyimi	ad1	1.000	.000	.916			.840			
	ad2	1.019	.034	.931	29.85	< .001	.868			
	ad5	0.945	.036	.882	25.87	< .001	.778	.961	.960	.960
	ad6	0.978	.025	.919	38.64	< .001	.845			
	ad7	1.022	.037	.906	27.04	< .001	.821			
Sembolik Alışveriş Deneyimi	ad8	1.000	.000	.865			.749			
	ad9	1.044	.029	.901	35.45	< .001	.813	.929	.930	.930
	ad10	1.010	.003	.865	30.05	< .001	.748			
	ad11	.898	.037	.878	23.94	< .001	.770			
Faydacı Alışveriş Deneyimi	ad12	1.000	.000	.926			.858			
	ad13	.907	.031	.883	28.74	< .001	.779	.903	.902	.911
	ad14	1.055	.039	.840	26.98	< .001	.705			
	ad15	1.004	.005	.738	18.86	< .001	.544			

$\chi^2(62) = 27.10$; $p < .001$; $\chi^2/sd = .44$; $CFI_{robust} = .997$; $TLI_{robust} = .997$; $RMSEA_{robust} = .023$; %95CI-L = .020; %95CI-U = .026; SRMR_{robust} = .029

Not: Estimate: Standartlaştırılmamış Beta Katsayısı; SH: Standart Hata; β : Standartlaştırılmış Beta Katsayısı (Faktör Yüğü); p: Anlamlılık düzeyi; R^2 : Communality; α : Cronbach's Alpha Güvenirlilik Katsayısı; ω : McDonald's Omega Güvenirlilik Katsayısı; CR: Birleşik Güvenirlilik Katsayısı (Composite Reliability)

CFI: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index); TLI: Tucker-Lewis İndeksi; RMSEA: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation); SRMR: Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü (Standardized-Root Mean Square Residual); sd: Serbestlik derecesi; %95CI-L: Güven aralığı alt sınırı; %95CI-U: Güven aralığı üst sınırı

Parametreler, robust WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yaklaşımı kullanılarak tahmin edilmiştir.

İlk olarak Tablo 69 incelendiğinde, her bir maddenin kendi faktörü ile madde-toplam korelasyon katsayılarının (r_{mt}) tamamının .60'ın üzerine çıktığı (en düşük .751 ile en yüksek .904) arasında değişen) ve tamamının oldukça tatminkar olduğu dikkat çekmektedir. Benzer şekilde Tablo 70'de sunulmuş olan birinci düzey DFA sonuçları da her bir maddenin kendi faktörü üzerindeki yüklerin (Standardize β katsayılarının) tamamının .60'ın üzerinde olduğunu (en düşük .738 ile en yüksek .931 aralığında değişen), hesaplanan tüm katsayıların istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ($p < .001$), ortak varyans (communality) değerlerinin tamamının (R^2) de .40'ın üzerinde olduğu (en düşük .544 ile en yüksek .868 arasında değişen) ($R^2 > .50$ mükemmel, $R^2 > .40$ çok iyi, $R^2 > .30$ iyi, $R^2 > .20$ orta ve $R^2 > .10$ zayıf) (Kline, 2023, s. 239) ve dolayısıyla güçlü (Garson, 2012) kabul edilebileceklerini göstermektedir. Bu, aynı temel yapıları (faktörleri-kavramları) ölçmeyi amaçlayan maddelerde önemli paylaşılan

varyansa işaret etmekte ve bu yapıların (faktörlerin-kavramların) oluşturulmasındaki önemlerini ortaya koymaktadır.

Yöntem kısmında da tartışıldığı üzere, χ^2 istatistiği örneklem büyüklüğüne duyarlı olduğu için model uyumunun değerlendirilmesinde örneklem büyüklüğü ve model karmaşıklığından daha az etkilenen CFI, TLI, RMSEA, SRMR indekslerinden ve serbestlik derecesi üzerinden hesaplanan ki-kare oranından (χ^2 / sd) faydalanılmıştır. Tablo 70’te de görüldüğü üzere, bu ölçüm modeli için birinci düzey DFA sonucunda elde edilen $\chi^2 (62) = 27.10, p < .001; \chi^2 / sd = .44; CFI_{robust} = .997; TLI_{robust} = .997; RMSEA_{robust} = .023$ (%95CI-L = .020, %95CI-U = .026); $SRMR_{robust} = .029$ uyum iyiliği değerleri, alanyazındaki otoriteler arasında giderek genel bir fikir birliğine varılmaya başlanan uyum iyiliği indeksleri ve kabul edilebilir sınırları ($\chi^2 / sd \leq 3$ Çok İyi ve $3 < \chi^2 / sd < 5$ İyi, $CFI \geq .95$, $TLI \geq .95$, $RMSEA \leq .06$ ve $SRMR \leq .08$) göz önünde bulundurulduğunda, 13 maddelik üç faktörlü yapı üzerine inşa edilen ritüel alışveriş deneyimleri ölçüm modelinin (yapısının) veri ile oldukça iyi uyum gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu genel (global) uyum indekslerinin yanısıra yerel (local) uyumu değerlendirmeye olanak sağlayan artıklara (residual) ilişkin maddeler arası korelasyon değerlerinin (mutlak korelasyon artıklarının-kalıntılarının) neredeyse bütününe yakınının (çok az sayıda ihmal edilebilecek birkaç tanesinin dışında çok büyük bir kısmının) .10’un altında olduğunun belirlenmesi de ölçüm modelinin veri ile tatminkar bir uyuma sahip olduğu fikrini desteklemektedir. Ayrıca, ölçüm modeli için tüm maddelere ilişkin parametre tahminlerine yönelik standart hata değerlerinin tamamının .10’un altında olduğu (en düşük .025 ile en yüksek .039 arasında değişen) da sonuçlara yansımıştır.

Ölçek maddelerinin ölçülen yapıyı tutarlı bir şekilde yansıtıp yansıtmadığını doğrulayabilmek için güvenilirlik testleri gerçekleştirilmiştir. Tablo 70’den, tüm faktörlerin (alt boyutların-yapıların) .903 ile .961 arasında değişen Cronbach’s Alpha (α), .902 ile .960 arasında değişen McDonald’s Omega (ω) ve .911 ile .960 arasında değişen Bileşik Güvenirlik (CR) değerlerinin tümünün $> .70$ eşik değerin çok üzerinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, bu değerler kabul edilebilir düzeyde olmakla birlikte, üç boyut açısından ölçüm maddeleri arasındaki yüksek iç tutarlılığı ve ilgili faktörlerin yapı güvenilirliğine sahip oldukları temsil etmektedir.

Ayrıca, ilgili ölçüm modelinin birleşim ve ayrışım geçerliliklerine ilişkin diğer ek kanıtlar da incelenmiştir. Buna ilişkin sonuçlar, Tablo 71’de sunulmuştur. Yöntem bölümünde de ayrıntılarına yer verildiği üzere, birleşim geçerliği için standartlaştırılmış faktör yükleri (β

katsayıları) ve *CR* (Birleşik Güvenirlik) değerlerinin yanı sıra, Ortalama Açıklanan Varyans (AVE) değerlerinin de kontroü sağlanmıştır. Buna göre standartlaştırılmış faktör yüklerinin .60'ın üzerinde (en düşük .738 ile en yüksek .931 aralığında değişen), ve anlamlı olduğu ($p < .001$), her bir faktörün (alt boyutun) AVE değerlerinin (.69 ile .83 arasında değişen) $\geq .50$ olarak kabul edilen (Fornell ve Larcker, 1981, s. 46) eşik değeri karşıladığı ve *CR* değerlerinin de .70'in çok üzerinde olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, Tablo 73'ten izlendiği gibi, tüm *CR* değerlerinin .70'in çok üzerinde olması ve tüm AVE değerlerinden yüksek olması, ilgili ölçüm modelinin birleşim geçerliliğinin başka bir yönüyle doğrulandığını göstermektedir. Tüm bu sonuçlar, ölçüm modelindeki her bir gözlenen değişkenin ilgili gizil değişkenle (faktörle) güçlü bir ilişkisi olduğunu göstermekte ve birleşim geçerliğine dair güçlü kanıtlar sunmaktadır.

Tablo 71. Ritüel Alışveriş Deneyimleri Ölçüm Modeli Birleşim ve Ayrışım Geçerliği Sonuçları

						Ritüel Alışveriş Deneyimi Faktörler Arası Korelasyon Matrisi		
Faktör	CR	AVE	MSV	ASV	$\sqrt{AVE}$	F1	F2	F3
F1	.912	.698	.570	.510	.835	-		
F2	.931	.770	.570	.565	.877	.749	-	
F3	.961	.831	.561	.506	.911	.672	.755	-

Ritüel Alışveriş Deneyimi Faktörler Arası Kovaryans Matrisi			
Faktör	F1	F2	F3
F1	-		
F2	.777	-	
F3	.740	.822	-

Ritüel Alışveriş Deneyimi Heterotrait-Monotrait (HTMT) Oranları			
Faktör	F1	F2	F3
F1	-		
F2	.777	-	
F3	.746	.826	-

Not: CR: Birleşik Güvenirlik Katsayısı (Composite Reliability); AVE: Ortalama Açıklanan Varyans (Average Variance Extracted); MSV: Maksimum Paylaşılan Varyansın Karesi (Maximum Squared Variance); ASV: Paylaşılan Varyansın Karesinin Ortalaması (Average Shared Square Variance); $\sqrt{AVE}$: Karekök AVE

F1: Sembolik Alışveriş Deneyimleri; F2: Faydacı Alışveriş Deneyimleri; F3: Duygusal Alışveriş Deneyimleri

Yöntem bölümünde de tartışıldığı gibi, ayrışım geçerliliğinde AVE, MSV ve ASV değerleri, korelasyonlara yönelik HTMT oranı değerleri ve gizil faktörler arasındaki kovaryans değerleri önemli ipuçlarını temsil etmektedir. Tablo 64 incelendiğinde, bu ölçütler çerçevesinde ayrışım geçerliliğinin sağlanması için $MSV < AVE$; $ASV < AVE$; $\sqrt{AVE} >$ faktörler arası korelasyon matrisindeki çevre değerler; HTMT oranı değerleri $< .85$; gizil faktörler arasındaki kovaryans değerleri $< .90$ koşullarının tümünün sağlandığı ve ilgili ölçüm modelinin tatmin edici bir ayrışım geçerliliğine sahip olduğu görülmektedir. Bir diğer ifade ile bu sonuçlar, modeldeki tüm faktörlerin (yapıların) her birinin farklı boyutları (kavramları) ölçtüğüne, bunlardan

birinin diğerrinin sunmadığı spesifik bir içerik sunduğuna işaret eden ayrışım geçerliğini doğrulamaktadır.

Sonuç olarak, ritüel alışveriş deneyimleri ölçüm modelinin gerek verilere iyim uyum sağlaması gerekse tatminkâr birleşim ve ayrışım geçerliğine sahip olması, modelin altta yatan yapıları sağlam bir şekilde temsil ettiğini yansıtmakta ve bu durum, istatistiksel olarak doğrulanmaktadır.

Odaklanılan merkezi olgu ve yapılar dikkate alındığında, önem taşıma potansiyeline sahip her biri iki kategori ile temsil edilen yaş (18-35 — $\geq$ 36), gelir ($\leq$ 24.999 TL — $\geq$ 25.000 TL), çocuk sayısı (Tek — $\geq$ 2), büyüdüğü yer (Büyükşehir — Diğer) grup değişkenleri açısından 13 madde ve 3 faktörden oluşan Ritüel Alışveriş Deneyimleri yapısının araştırma evreninde benzer şekilde ölçülüp ölçülmediğinin doğrulanabilmesi amacıyla birinci düzey çok faktörlü DFA modeli temel alınarak ölçeğin ölçüm değişmezliği de test edilmiştir. Buna göre, ilgili değişkenler çerçevesinde her biri iki grup (kategori) olarak ele alınan ve tüm parametrelerin robust WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yaklaşımı kullanılarak tahmin edildiği ardışık çoklu grup DFA analizleri yapılmıştır.

Yöntem bölümünde ayrıntılarına yer verilmiş olan ölçüm değişmezliğinin değerlendirilebilmesi amacıyla genellikle bir dizi iç içe geçmiş modelin (yapısal değişmezlik modeli-Model 0, zayıf değişmezlik modeli-Model 1, güçlü değişmezlik modeli-Model 2 ve katı değişmezlik modeli-Model 3) tahminini ve karşılaştırmasını içeren dört aşamalı ardışık bir analiz süreci (serbest yaklaşım) takip edilmiştir. Her bir grup değişeni için Model 0 olarak anılan başlangıç modeli, değişmezlik varsayımı olmaksızın (tüm parametrelerin herhangi bir kısıtlama olmadan tahmin edildiği) grup alt kategorilerinde bir arada tahmin edilen temel modeli temsil etmektedir. Buna karşın her bir grup değişkeni için Model 1, tüm faktör yüklerinin grup değişkeninin iki alt kategorisinde de eşit olacak şekilde kısıtlanmasıyla Model 0'dan; Model 2, tüm faktör yüklerinin ve madde sabitlerinin grup değişkeninin iki alt kategorisinde de eşit olacak şekilde kısıtlanmasıyla Model 1'den; Model 3 ise, tüm faktör yüklerinin, madde sabitlerinin ve hata varyanslarının grup değişkeninin iki alt kategorisinde de eşit olacak şekilde kısıtlanmasıyla Model 2'den elde edilmiştir.

Yapısal (configural) değişmezlik modeli (Model 0) diğer düzey değişmezlik analizleri için temel model kabul edildiğinden, öncelikle 13 madde ve 3 faktörden oluşan Ritüel Alışveriş Deneyimleri için önerilen ölçüm modeli her bir grup değişkeninin alt kategorileri düzeyinde ayrı ayrı analiz edilmiştir. Her bir grup değişkeninin alt kategorileri için temel DFA

modelinden elde edilen standartlaştırılmış faktör yükleri Tablo 72’de, uyum iyiliği değerleri ise Tablo 73’te, ölçüm değişmezliği testi sonuçları ise Tablo 74’da sunulmuştur.

Tablo 72. Gruplara Göre Ritüel Alışveriş Deneyimleri Ölçüm Modeli DFA Standardize Faktör Yükleri

Faktör	Madde	Yaş		Gelir		Çocuk Sayısı		Büyüdüğü Yer	
		18-35- β	≥ 36 - β	≤ 24.999 TL- β	≥ 25.000 TL- β	Tek- β	≥ 2 - β	Büyükşehir- β	Diğer- β
Duygusal Alışveriş Deneyimi	ad1	.910*	.918*	.933*	.892*	.907*	.918*	.884*	.936*
	ad2	.923*	.937*	.919*	.937*	.910*	.946*	.920*	.939*
	ad3	.907*	.845*	.868*	.893*	.875*	.884*	.858*	.898*
	ad4	.908*	.926*	.917*	.928*	.913*	.919*	.884*	.942*
	ad5	.903*	.902*	.864*	.951*	.915*	.891*	.905*	.904*
Sembolik Alışveriş Deneyimi	ad6	.878*	.838*	.841*	.883*	.863*	.852*	.874*	.856*
	ad7	.935*	.852*	.887*	.910*	.908*	.882*	.890*	.912*
	ad8	.854*	.870*	.821*	.914*	.828*	.887*	.846*	.879*
	ad9	.897*	.850*	.856*	.902*	.887*	.863*	.894*	.865*
Faydacı Alışveriş Deneyimi	ad10	.944*	.894*	.911*	.949*	.948*	.889*	.885*	.955*
	ad11	.869*	.891*	.904*	.847*	.869*	.893*	.866*	.894*
	ad12	.850*	.826*	.805*	.864*	.843*	.838*	.863*	.823*
	ad13	.722*	.755*	.719*	.745*	.717*	.762*	.766*	.715*

* $p < .001$

Not: β : Standartlaştırılmış Beta Katsayısı (Faktör Yüğü); p: Anlamlılık düzeyi

Parametreler, robust WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yaklaşımı kullanılarak tahmin edilmiştir.

Tablo 72’den de anlaşılabileceği gibi, her bir grup değişkeninin alt kategorileri için elde edilen Ritüel Alışveriş Deneyimleri temel DFA sonuçları, her bir maddenin kendi faktörü üzerindeki yüklerinin (Standardize β katsayılarının) .70’in üzerinde olduğunu ortaya koymuştur. Bu katsayıların yaş grup değişkeninin “18-35 yaş arası” alt kategorisi için .722 ile .944, “36 ve üzeri yaş” alt kategorisi için .755 ile .937; gelir grup değişkeninin “ ≤ 24.999 TL” alt kategorisi için .719 ile .933, “ ≥ 25.000 TL” alt kategorisi için .745 ile .951; çocuk sayısı grup değişkeninin “tek çocuk” alt kategorisi için .717 ile .948, “birden fazla çocuk” alt kategorisi için .762 ile .946; büyüdüğü yer grup değişkeninin “büyükşehir” alt kategorisi için .766 ile .920, küçük ya da orta büyüklükte il, ilçe, belde ya da köyden oluşan “diğer” alt kategorisi için .715 ile .955 arasında değiştiği ve tüm katsayıların istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p < .001$) görülmektedir. Bu, aynı temel yapıları ölçmeyi amaçlayan maddelerde önemli paylaşılan varyansa işaret ederken, her bir grup değişkeninin alt kategorileri için de bu yapının oluşturulmasındaki önemini ortaya koymaktadır.

Tablo 73. Gruplara Göre Ritüel Alışveriş Deneyimleri DFA Temel (Baseline) Model Uyum İyiliği Değerleri

	Grup	χ^2	sd	CFI _{robust}	TLI _{robust}	SRMR _{robust}	RMSEA _{robust}	%95CI-L	%95CI-U
Yaş	18-35	21.357 ^a	62	.997	.996	.036	.025	.021	.030
	≥ 36	12.109 ^b	62	.999	.998	.030	.018	.001	.024
Gelir	≤ 24.999 TL	25.867 ^c	62	.996	.995	.038	.032	.027	.037
	≥ 25.000 TL	10.987 ^d	62	.999	.999	.028	.013	.001	.019
Çocuk Sayısı	Tek	20.100 ^e	62	.997	.996	.037	.025	.020	.030
	≥ 2	12.279 ^f	62	.999	.999	.028	.018	.001	.023
Büyüdüğü Yer	Büyükşehir	12.527 ^g	62	.999	.998	.034	.017	.001	.024
	Diğer	19.812 ^h	62	.998	.997	.032	.025	.021	.029

Not: χ^2 : Ki-Kare; sd: Serbestlik derecesi; CFI: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index); TLI: Tucker-Lewis İndeksi; SRMR: Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü (Standardized-Root Mean Square Residual); RMSEA: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation); %95CI-L: Güven aralığı alt sınırı; %95CI-U: Güven aralığı üst sınırı

^a $p = 1.000$ ($n=325$), $\chi^2 / sd = 0.34$; ^b $p = 1.000$ ($n=243$), $\chi^2 / sd = 0.20$; ^c $p = 1.000$ ($n=278$), $\chi^2 / sd = 0.42$; ^d $p = 1.000$ ($n=290$), $\chi^2 / sd = 0.18$;

^e $p = 1.000$ ($n=300$), $\chi^2 / sd = 0.32$; ^f $p = 1.000$ ($n=268$), $\chi^2 / sd = 0.20$; ^g $p = 1.000$ ($n=228$), $\chi^2 / sd = 0.20$; ^h $p = 1.000$ ($n=340$), $\chi^2 / sd = 0.32$
Parametreler, robust WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yaklaşımı kullanılarak tahmin edilmiştir.

Tablo 73'ten de anlaşıldığı üzere, alan yazındaki kabul edilebilir sınırlar ($\chi^2 / sd \leq 3$ Çok İyi ve $3 < \chi^2 / sd < 5$ İyi, $CFI \geq .95$, $TLI \geq .95$, $RMSEA \leq .06$ ve $SRMR \leq .08$) dikkate alındığında, tüm grup değişkenlerinin her bir alt kategorisine yönelik elde edilen uyum iyiliği değerleri, bu grup değişkenlerine ilişkin Ritüel Alışveriş Deneyimleri temel DFA modelinin veri ile oldukça iyi uyum gösterdiğine ve yapısal (configural) değişmezliğe sahip olduğuna işaret etmektedir. Yerel (local) uyumu değerlendirmeye olanak sağlayan artıklara (residual) ilişkin maddeler arası korelasyon değerlerinin (mutlak korelasyon artıklarının-kalıntılarının) büyük çoğunluğunun .10'un altında olması da her bir grup değişkeni açısından ölçüm modelinin veri ile tatminkar bir uyuma ve dolayısıyla yapısal değişmezliğe sahip olduğu fikrini desteklemektedir.

Her bir grup değişkeni için yapısal değişmezlik sağlandıktan sonra, bu model, zayıf değişmezlik modeli (Model 1) için bir karşılaştırma temeli oluşturmuştur. Dolayısıyla, model değişmezlik testlerine daha önce açıklanan iç içe modellerle ardışık süreç takip edilerek devam edilmiştir. Tüm grup değişkenlerine yönelik her bir değişmezlik düzeyi için ele alınan model karşılaştırmalarına ve bunlara ilişkin uyum iyiliği değerlerine Tablo 76'da yer verilmiştir.

Tablo 74. Gruplara Göre Ritüel Alışveriş Deneyimleri Aşamalı Ölçüm Değişmezliği Testi Sonuçları

Grup	Model	χ^2	sd	$\Delta\chi^2$	CFI	ΔCFI	RMSEA	$\Delta RMSEA$	SRMR	$\Delta SRMR$
Yaş	0	33.47	124		.998		.023		.033	
	1	49.55	134	16.08	.997	.001	.026	-.003	.041	-.008
	2	51.35	144	1.80	.997	.000	.025	.001	.041	.000
	3	62.19	157	10.84	.996	.001	.027	-.002	.047	-.006
Gelir	0	36.85	124		.998		.024		.033	
	1	50.19	134	13.34	.997	.001	.026	-.002	.040	-.007
	2	54.91	144	4.72	.997	.000	.026	.000	.041	-.001
	3	64.11	157	9.20	.996	.001	.028	-.002	.046	-.005
Çocuk Sayısı	0	32.38	124		.998		.022		.033	
	1	38.37	134	5.99	.998	.000	.020	.002	.036	-.003
	2	40.94	144	2.57	.998	.000	.019	.001	.037	-.001
	3	46.60	157	5.66	.998	.000	.019	.000	.040	-.003
Büyüdüğü Yer	0	32.34	124		.998		.022		.032	
	1	40.53	134	8.19	.998	.000	.021	.001	.037	-.005
	2	42.23	144	1.70	.998	.000	.020	.001	.037	.000
	3	45.44	157	3.21	.998	.000	.018	.002	.040	-.003

Not: Tüm Grup değişkenleri 2 kategorilidir: Yaş (18-35 – $\geq$ 36), Gelir ($\leq$ 24.999 TL – $\geq$ 25.000 TL), Çocuk Sayısı (Tek – $\geq$ 2), Büyüdüğü Yer (Büyükşehir – Diğer)

Model 0: Yapısal (configural) değişmezlik (herhangi bir parametre kısıtlamasının olmadığı model tahmini)

Model 1: Zayıf (weak / metric) değişmezlik (faktör yüklerinin eşit olarak kısıtlandığı, diğer parametrelerin kısıtlanmadığı model tahmini)

Model 2: Güçlü (strong / scalar) değişmezlik (faktör yüklerinin ve madde sabitlerinin birbirine eşitlenerek kısıtlandığı, diğer parametrelerin kısıtlanmadığı model tahmini)

Model 3: Katı (strict) değişmezlik (faktör yüklerinin, madde sabitlerinin ve hata varyanslarının birbirine eşit olacak şekilde kısıtlandığı model tahmini)

Model Karşılaştırmaları: Model 1-Model 0, Model 2-Model 1 ve Model 3-Model 2

χ^2 : Ki-Kare; sd: Serbestlik derecesi; Δ : Bir model ve önceki model arasındaki delta (fark); CFI: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index); RMSEA: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation); SRMR: Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü (Standardized-Root Mean Square Residual)

Parametreler, robust WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yaklaşımı kullanılarak tahmin edilmiştir.

Yöntem bölümünde de ayrıntılarına yer verildiği üzere, ilgili değişmezlik türünün doğrulanabilmesi için her bir model karşılaştırması açısından bir önceki model ile mevcut modele ilişkin χ^2 farklılık testinin anlamlı olmaması ($p < .05$) gerekmektedir. Ancak bu test örneklem büyüklüğüne çok duyarlı olduğundan, bu sorunu ortadan kaldırabilmek için alanyazında önerilen CFI, RMSEA ve SRMR uyum indeksleri bu testle birlikte kullanılmıştır. χ^2 farklılık testine benzer şekilde birbiri ardına test edilen ve karşılaştırılan iki modelden elde edilen alternatif uyum indeksleri arasındaki fark, benimsenen eşik değeri aşmıyorsa, daha kısıtlı bir modelin daha az kısıtlı bir modelden daha kötü olmadığı, başka bir deyişle ilgili değişmezlik türünün kabulüne destek sağladığı değerlendirilmesi yapılabilmektedir. Bu açıdan Tablo 74 incelendiğinde, elde edilen sonuçların grup gözlem değerlerinin görece hem küçük ($n < 300$) hem de eşit olmadığı da dikkate alınarak önerilen $\Delta CFI \leq -.005$; $\Delta RMSEA \leq .010$; $\Delta SRMR \leq .020$ eşik değerlerini her bir grup değişeni için gerek zayıf değişmezlik, gerekse güçlü ve katı değişmezlik açısından oldukça tatmin edici düzeyde karşıladığı görülmektedir. Bu sonuçlar, Ritüel Alışveriş Deneyimi ölçeğine ilişkin modelin ele alınan tüm gruplarda ölçüm değişmezliği düzeylerini karşıladığını, böylece ilgili ölçüm modelinin yaş, gelir, çocuk sayısı ve büyüdüğü yer grup değişkenleri açısından yapısal, zayıf, güçlü ve katı değişmezlik

özelliklerine sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu da ilgili ölçeğin ve ölçüm modelinin geçerliğinin araştırma örneğine genellenebilirliğine işaret ederken, bu kişisel özelliklere sahip bireyler için gruplar arasındaki farklılıkların incelenmesinde kullanılabilir olduğunu göstermesi açısından oldukça önemlidir.

4.2.1.6. Ritüele Olan Bağlılık Yapısına İlişkin Doğrulama Sonuçları

Ritüele olan bağlılık ölçeğinin faktör yapısı AFA ile incelendikten sonra; ölçeğin yapısını doğrulamak, bir diğer ifade ile yapı geçerliği açısından 2 faktörlü ölçüm modelinin uygunluğunu ve ölçüm modelinin yapısını değerlendirmek için birinci düzey çok faktörlü DFA süreci işletilmiştir. Bunun için öncelikle AFA sonuçlarına dayalı iki faktörlü ölçüm modeli oluşturulmuş ve bu modelin veri setiyle uyumu YEM kullanılarak birinci düzey DFA ile test edilmiştir. DFA analiz sürecinde örneklem büyüklüğünün yanı sıra, verilerin sıralı yapısı ve çok değişkenli normallikten sapmalar sebebiyle DWLS parametre tahmin yönteminin dirençli (robust) standart hataları ve ölçeklendirilmiş (scaled) test istatistiklerini hesaplama yöntemleriyle kombinasyonuna dayanan dirençli (robust) standart hatalara sahip WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) parametre tahmin yöntemi kullanılmıştır. Test edilen ölçek, 6 maddeden ve “duygusal bağlılık” ve “devam bağlılığı” olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte yer alan madde özelliklerine Tablo 75’de, ölçüm modeline ilişkin birinci düzey çok faktörlü DFA analizi sonuçlarına ise Tablo 77’de yer verilmiştir.

Tablo 75. Ritüele Olan Bağlılık Ölçeği Madde Özellikleri

Faktör	Madde	Ortalama	SS	Çarpıklık	Basıklık	r _{mt}
Duygusal Bağlılık	bağ1	3.52	1.07	-.361	-.583	.736
	bağ2	3.68	1.03	-.587	-.147	.854
	bağ3	3.45	1.16	-.305	-.779	.820
Devam Bağlılığı	bağ4	3.91	.814	-.724	.822	.791
	bağ5	3.93	.783	-.657	.824	.864
	bağ6	3.70	.881	-.410	-.123	.797
Mardia’nın Çok Değişkenli Normallik Testi Sonuçları						
	Katsayılar	z	χ^2	sd	p	
Çarpıklık	9.8350		931.05	56	< .001*	
Basıklık	71.9550	29.134			< .001*	
Not: SS: Standart Sapma; r _{mt} : Madde-Toplam (Item-Total) Korelasyon; χ^2 : Ki-Kare; sd: Serbestlik Derecesi; p: Anlamlılık düzeyi						
*.001 düzeyinde anlamlı olduğuna işaret etmektedir.						

Tablo 76. Ritüele Olan Bağlılık Ölçüm Modeline İlişkin Birinci Düzey Çok Faktörlü DFA ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

Faktör	Madde	Estimate	SH	β	z	p	R ²	α	ω	CR
Duygusal Bağlılık	bağ1	1.000	.000	.788			.621			
	bağ2	1.117	.049	.913	22.61	< .001	.835	.899	.902	.902
	bağ3	1.239	.056	.899	22.10	< .001	.809			
Devam Bağlılığı	bağ4	1.000	.000	.915			.838			
	bağ5	.924	.036	.880	25.01	< .001	.775	.907	.907	.909
	bağ6	.986	.045	.834	21.44	< .001	.695			

$\chi^2(8) = 3.97, p < .001; \chi^2 / sd = .49; CFI_{robust} = .998; TLI_{robust} = .997; RMSEA_{robust} = .026$ (%95CI-L = .019, %95CI-U = .034); $SRMR_{robust} = .021$

Not: Estimate: Standartlaştırılmamış Beta Katsayısı; SH: Standart Hata; β : Standartlaştırılmış Beta Katsayısı (Faktör Yüğü); p: Anlamlılık düzeyi; R²: Communality; α : Cronbach's Alpha Güvenirlik Katsayısı; ω : McDonald's Omega Güvenirlik Katsayısı; CR: Birleşik Güvenirlik Katsayısı (Composite Reliability)

CFI: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index); TLI: Tucker-Lewis İndeksi; RMSEA: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation); SRMR: Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü (Standardized-Root Mean Square Residual); sd: Serbestlik derecesi; %95CI-L: Güven aralığı alt sınırı; %95CI-U: Güven aralığı üst sınırı

Parametreler, robust WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yaklaşımı kullanılarak tahmin edilmiştir.

İlk olarak Tablo 75 incelendiğinde, her bir maddenin kendi faktörü ile madde-toplam korelasyon katsayılarının (r_{mt}) tamamının .60'ın üzerine çıktığı (en düşük .736 ile en yüksek .864) arasında değişen) ve tamamının oldukça tatminkar olduğu dikkat çekmektedir. Benzer şekilde Tablo 76'da sunulmuş olan birinci düzey DFA sonuçları da her bir maddenin kendi faktörü üzerindeki yüklerin (Standardize β katsayılarının) tamamının .60'ın üzerinde olduğunu (en düşük .788 ile en yüksek .915 aralığında değişen), hesaplanan tüm katsayıların istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ($p < .001$), ortak varyans (communality) değerlerinin tamamının (R^2) de .40'ın üzerinde olduğu (en düşük .621 ile en yüksek .809 arasında değişen) ($R^2 > .50$ mükemmel, $R^2 > .40$ çok iyi, $R^2 > .30$ iyi, $R^2 > .20$ orta ve $R^2 > .10$ zayıf) (Kline, 2023, s. 239) ve dolayısıyla güçlü (Garson, 2012) kabul edilebileceklerini göstermektedir. Bu, aynı temel yapıları (faktörleri-kavramları) ölçmeyi amaçlayan maddelerde önemli paylaşılan varyansa işaret etmekte ve bu yapıların (faktörlerin-kavramların) oluşturulmasındaki önemlerini ortaya koymaktadır.

χ^2 istatistiği örneklem büyüklüğüne duyarlı olduğundan, model uyumunun değerlendirilmesi için örneklem büyüklüğü ve model karmaşıklığından diğerlerine göre daha az etkilenen CFI, TLI, RMSEA, SRMR indekslerinden ve serbestlik derecesi üzerinden hesaplanan ki-kare oranından (χ^2 / sd) faydalanılmıştır. Tablo 76'da görüldüğü üzere, bu ölçüm modeli için birinci düzey DFA sonucunda elde edilen $\chi^2(8) = 3.97, p < .001; \chi^2 / sd = .49; CFI_{robust} =$

.998; $TLI_{robust} = .997$; $RMSEA_{robust} = .026$ (%95CI-L = .019, %95CI-U = .034); $SRMR_{robust} = .021$ uyum iyiliği değerleri, uyum iyiliği indeksleri ve kabul edilebilir sınırları ($\chi^2 / sd \leq 3$ Çok İyi ve $3 < \chi^2 / sd < 5$ İyi, $CFI \geq .95$, $TLI \geq .95$, $RMSEA \leq .06$ ve $SRMR \leq .08$) dikkate alındığında, 6 maddelik iki faktörlü yapı üzerine inşa edilen ritüele olan bağlılık ölçüm modelinin (yapısının) veri ile oldukça iyi uyum gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu genel (global) uyum indekslerinin yanısıra yerel (local) uyumu değerlendirmeye olanak sağlayan artıklara (residual) ilişkin maddeler arası korelasyon değerlerinin (mutlak korelasyon artıklarının-kalıntılarının) neredeyse bütününe yakınının (çok az sayıda ihmal edilebilecek birkaç tanesinin dışında çok büyük bir kısmının) .10'un altında olduğunun belirlenmesi de ölçüm modelinin veri ile tatminkâr bir uyuma sahip olduğu fikrini desteklemektedir. Ayrıca, ölçüm modeli için tüm maddelere ilişkin parametre tahminlerine yönelik standart hata değerlerinin tamamının .10'un altında olduğu da (en düşük .036 ile en yüksek .056 arasında değişen) sonuçlara yansımıştır.

Ölçek maddelerinin ölçülen yapıyı tutarlı bir şekilde yansıtip yansıtmadığını doğrulayabilmek için güvenilirlik testleri yapılmıştır. Tablo 76'da da görüldüğü gibi, tüm faktörlerin (alt boyutların-yapıların) .899 ile .907 arasında değişen Cronbach's Alpha (α), .902 ile .907 arasında değişen McDonald's Omega (ω) ve .902 ile .909 arasında değişen Bileşik Güvenirlik (CR) değerlerinin tümünün $> .70$ eşik değerin çok üzerinde olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, bu değerlerin tümü kabul edilebilir düzeyde olup, dört boyut açısından da ölçüm maddeleri arasındaki yüksek iç tutarlılığa ve ilgili faktörlerin yapı güvenilirliğine sahip olduklarına işaret etmektedir.

İlgili ölçüm modelinin birleşim ve ayrışım geçerliliklerine ilişkin diğer ek kanıtlar da incelenmiştir. Buna ilişkin sonuçlar, Tablo 77'de sunulmuştur. Birleşim geçerliği için standartlaştırılmış faktör yükleri (β katsayıları) ve CR (Birleşik Güvenirlik) değerlerinin yanısıra, Ortalama Açıklanan Varyans (AVE) değerleri kontrol edilmiştir. Buna göre, standartlaştırılmış faktör yüklerinin .60'ın üzerinde olduğunu (en düşük .834 ile en yüksek .915 aralığında değişen), ve anlamlı olduğu ($p < .001$) (Tablo 76), her bir faktörün (alt boyutun) AVE değerlerinin (.757 ve .765) $\geq .50$ olarak kabul edilen (Fornell ve Larcker, 1981, s. 46) eşik değeri karşıladığı ve CR değerlerinin de .70'in çok üzerinde olduğu (Tablo 76) anlaşılmaktadır. Tablo 77 incelendiğinde, tüm CR değerlerinin tüm AVE değerlerinden yüksek olduğu dikkat çekmekte, bu da ilgili ölçüm modelinin birleşim geçerliliğinin başka bir yönüyle doğrulandığına işaret etmektedir. Tüm bu sonuçlar, ölçüm modelindeki her bir

gözlenen değişkenin ilgili gizil değişkenle (faktörle) güçlü bir ilişkisi olduğunu göstermekte ve birleşim geçerliğine dair güçlü kanıtlar sunmaktadır.

Tablo 77. Ritüele Olan Bağlılık Ölçüm Modeli Birleşim ve Ayrışım Geçerliliği Sonuçları

Faktör	CR	AVE	MSV	ASV	$\sqrt{AVE}$	Ritüele Olan Bağlılık Faktörler Arası Korelasyon Matrisi	
						F1	F2
F1	.909	.765	.543	.543	.875	-	
F2	.902	.757	.454	.454	.870	.674	-

Ritüele Olan Bağlılık Faktörler Arası Kovaryans Matrisi	
Faktör	F1
F1	-
F2	.737

Ritüele Olan Bağlılık Heterotrait-Monotrait (HTMT) Oranları	
Faktör	F1
F1	-
F2	.674

Not: CR: Birleşik Güvenirlik Katsayısı (Composite Reliability); AVE: Ortalama Açıklanan Varyans (Average Variance Extracted); MSV: Maksimum Paylaşılan Varyansın Karesi (Maximum Squared Variance); ASV: Paylaşılan Varyansın Karesinin Ortalaması (Average Shared Square Variance); $\sqrt{AVE}$: Karekök AVE
F1: Devam Bağlılığı; F2: Duygusal Bağlılık

AVE, MSV ve ASV değerleri, korelasyonlara yönelik HTMT oranı değerleri ve gizil faktörler arasındaki kovaryans değerleri önemli ipuçları sunmaktadır. Tablo 77 incelendiğinde, bu ölçütler çerçevesinde ayrışım geçerliliğinin sağlanması için $MSV < AVE$; $ASV < AVE$; $\sqrt{AVE} >$ faktörler arası korelasyon matrisindeki çevre değerler; HTMT oranı değerleri $< .85$; gizil faktörler arasındaki kovaryans değerleri $< .90$ koşullarının tümünün sağlandığı ve ilgili ölçüm modelinin tatmin edici bir ayrışım geçerliliğine sahip olduğu görülmektedir. Bir diğer deyişle bu sonuçlar, modeldeki tüm faktörlerin (yapıların) her birinin farklı boyutları (kavramları) ölçtüğüne, bunlardan birinin diğerinin sunmadığı spesifik bir içerik sunduğuna işaret eden ayrışım geçerliğini doğrulamaktadır.

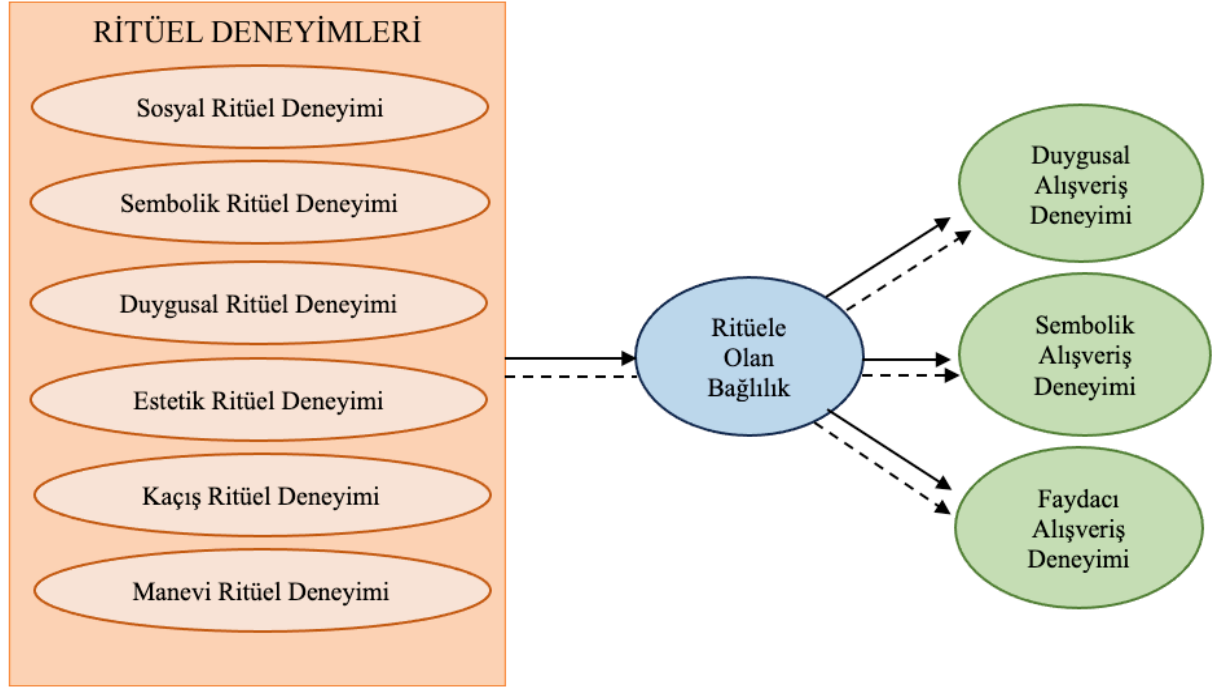
Sonuç olarak, ritüele olan bağlılık ölçüm modelinin gerek verilere iyim uyum sağlaması gerekse tatminkâr birleşim ve ayrışım geçerliğine sahip olması, modelin altta yatan yapıları sağlam bir şekilde temsil ettiğini göstermekte ve bu durum, istatistiksel olarak doğrulanmaktadır.

4.2.2. Yapısal Eşitlik Modellemesi Bulguları: Ritüel Deneyimleri ile Ritüele Olan Bağlılık ve Ritüel Alışveriş Deneyimleri Arasındaki İlişkiler

Çalışmanın bu bölümünde, nitel araştırma sonucu ortaya konan kuram ve ilgili alan yazın dikkate alınarak özel gün etkinlikleri bağlamında “ritüel deneyimleri”, “ritüel alışveriş deneyimleri” ve “ritüele olan bağlılık” arasındaki ilişkileri esas alan yapısal model test edilmiştir. Bu anlamda; ritüel deneyimlerinin alt boyutları ile aracı değişken olan ritüele olan bağlılığın ve ritüel alışveriş deneyiminin alt boyutlarının bir arada yer aldığı birinci düzey yapısal eşitlik model (YEM) analizi yürütülmüştür. Bu analizde ritüele olan bağlılık yapısı, ikinci düzey ölçüm yapısı ile temsil edilmiştir. Bu ölçüm modeline ilişkin DFA sonuçları da veri ile uyumlu sonuçlar vermiştir. Bu model testi ile çalışmanın nitel kısmında ortaya konan kuramı tüm yönleriyle test etmek ve ritüel deneyimleri ile ritüel alışveriş deneyimleri arasındaki ilişkileri ve bu ilişkilerde ritüele olan bağlılığın aracılık etkisini incelemek amaçlanmıştır. Yöntem kısmında da belirtildiği üzere, örneklem büyüklüğünün yanı sıra, gerek verilerin sıralı yapısı gerekse çok değişkenli normallikten sapmalar nedeniyle DWLS parametre tahmin yönteminin dirençli (robust) standart hataları ve ölçeklendirilmiş (scaled) test istatistiklerini hesaplama yöntemleriyle kombinasyonuna dayanan dirençli (robust) standart hatalara sahip WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) parametre tahmin yöntemi kullanılarak YEM analizi gerçekleştirilmiştir. Yapısal modele ilişkin ölçüm modellerine yönelik testlere ve değerlendirmelere daha önceki kısımda ölçek geliştirme bulgularında yer verildiği için burada yapısal model testine yönelik hipotez testi sonuçlarına yer verilmiştir. Annelerin çocukları için düzenlenen özel gün etkinliklerinde yaşadıkları ritüel deneyimleri, ritüel alışveriş deneyimleri ve ritüele olan bağlılıkları arasındaki doğrudan ilişkileri ve ritüel deneyimleri ile ritüel alışveriş deneyimleri arasındaki ilişkilerde ritüele olan bağlılığın aracılık etkisi olup olmadığını incelemek için kurulan birinci düzey yapısal model test edilmiştir. Buna dayalı olarak, Şekil 33’te sunulmuş olan bu yapısal model ile araştırma sorusu 3, araştırma sorusu 4, araştırma sorusu 5’e yanıt sağlayabilmek için bunlarla ilişkili daha önce ifade edilmiş olan H1, H2 ve H3 grubu hipotezler ele alınmıştır.

Tablo 78’de görüldüğü üzere, YEM analizi sonucunda bu yapısal model için elde edilen χ^2 (3438) = 5032, $p = < .001$; $\chi^2 / sd = 1.46$; $CFI_{robust} = .979$; $TLI_{robust} = .978$; $RMSEA_{robust} = .044$ (%95CI-L = .043, %95CI-U = .045); $SRMR_{robust} = .057$ uyum iyiliği değerleri, yöntem bölümünde de yer verildiği üzere alanyazında otoriteler arasında giderek genel bir fikir birliğine varılmaya başlanan uyum iyiliği indeksleri ve kabul edilebilir sınırları ($\chi^2 / sd \leq 3$

Çok İyi ve $3 < \chi^2 / sd < 5$ İyi, $CFI \geq .95$, $TLI \geq .95$, $RMSEA \leq .06$ ve $SRMR \leq .08$) dikkate alındığında, yapısal modelin veri ile oldukça iyi uyum gösterdiğini ortaya koymaktadır.



Not: Düz çizgiler (—→) doğrudan ilişkileri, kesikli çizgiler (---→) aracılık ilişkilerini (dolaylı ilişkileri) göstermektedir

Şekil 32. Ritüel Deneyimlerine İlişkin Önerilen Kavramsal Model

Yapılar arasındaki hem doğrudan hem de dolaylı (aracı) ilişkiler, katsayı değerleri (standartlaştırılmış β değeri) kullanılarak test edilmiştir. Tablo 78'den anlaşılaacağı üzere, yapısal modelde önerilen doğrudan ilişkilere yönelik 27 hipotezden beşi .05, ikisi .01 ve dokuzu da .001 anlamlılık düzeylerinde ampirik olarak desteklenmiştir. Desteklenen tüm doğrudan ilişkilerin tamamının pozitif yönlü olduğu göze çarpmaktadır. Buna karşın, on bir hipotez ampirik olarak desteklenmemiş ve reddedilmiştir.

Ritüele ilişkin duygusal alışveriş deneyimi ve yordayıcıları arasında, manevi ritüel deneyimi ile ilişki ($ManRD \Rightarrow DuyAD$) hariç ($p > .05$) ($H3_{6a}$: RED) dışında, diğer tüm doğrudan ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve ilgili hipotezlerin desteklendiği belirlenmiştir. Bu ilişkiler açısından estetik ritüel deneyiminin en yüksek doğrudan etkiye sahip olduğu ($\beta EsRD \Rightarrow DuyAD = .378, z = 5.963, p < .001$) tespit edilmiştir. Bunu sırasıyla; duygusal ritüel deneyimi ($\beta DuyRD \Rightarrow DuyAD = .256, z = 4.234, p < .001$), ritüele olan bağlılık ($\beta Bağlılık \Rightarrow DuyAD = .167, z = 2.539, p < .05$), sembolik ritüel deneyimi ($\beta SemRD \Rightarrow DuyAD = .135, z = 2.440, p < .05$), sosyal ritüel deneyimi ($\beta SosRD \Rightarrow DuyAD = .126, z = 2.210, p < .05$),

.05) ve ritüel kaçış deneyimi (β KaçRD→DuyAD = .117, $z = 2.028$, $p < .05$) izlemiştir. Bu anlamda ritüele ilişkin duygusal alışveriş deneyimi açısından en düşük doğrudan etkiye sahip olan ritüel deneyiminin kaçış deneyimi olduğu anlaşılmaktadır.

Ritüele ilişkin sembolik alışveriş deneyimi ve yordayıcıları açısından ritüele olan bağlılığın en yüksek doğrudan etkiye sahip olduğu (β Bağlılık→SemAD = .322, $z = 4.313$, $p < .001$), bunu sırasıyla estetik ritüel deneyiminin (β EsRD→DuyAD = .217, $z = 3.595$, $p < .001$) ve sosyal ritüel deneyiminin (β SosRD→DuyAD = .164, $z = 2.782$, $p < .01$) izlediği ve bu ilişkileri temsil eden hipotezlerin ampirik olarak desteklendiği belirlenmiştir. Buna karşın, ritüele ilişkin sembolik alışveriş deneyimi ile sembolik ritüel deneyimi ($p > .05$), duygusal ritüel deneyimi ($p > .05$), ritüel kaçış deneyimi ($p > .05$) ve manevi ritüel deneyimi ($p > .05$) arasında anlamlı ilişkiler olmadığı tespit edilmiş ve bu ilişkileri temsil eden hipotezler reddedilmiştir.

Ritüele ilişkin faydacı alışveriş deneyimi ve yordayıcıları açısından ise, sosyal ritüel deneyiminin en yüksek doğrudan etkiye sahip olduğu (β SosRD→FayAD = .304, $z = 4.374$, $p < .001$), bunu sırasıyla estetik ritüel deneyiminin (β EsRD→FayAD = .267, $z = 4.551$, $p < .001$) ve ritüele olan bağlılığın (β Bağlılık→FayAD = .258, $z = 3.339$, $p < .001$) izlediği ve bu ilişkileri temsil eden hipotezlerin ampirik olarak desteklendiği belirlenmiştir. Buna karşın, sembolik alışveriş deneyimi ile benzer şekilde ritüele ilişkin faydacı alışveriş deneyimi ile sembolik ritüel deneyimi ($p > .05$), duygusal ritüel deneyimi ($p > .05$), ritüel kaçış deneyimi ($p > .05$) ve manevi ritüel deneyimi ($p > .05$) arasında da anlamlı ilişkiler olmadığı tespit edilmiş ve bu ilişkileri temsil eden hipotezler de reddedilmiştir.

Ritüele olan bağlılık ve ritüel deneyimlerinden oluşan yordayıcıları arasında, sosyal ritüel deneyimi ile ilişki (SosRD⇒Bağlılık: $p > .05$; H1_a: RED) ve manevi ritüel deneyimi ile ilişki (ManRD⇒Bağlılık: $p > .05$; H1_f: RED) dışında diğer tüm doğrudan ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve ilgili hipotezlerin ampirik olarak desteklendiği tespit edilmiştir. Bu ilişkiler açısından sembolik ritüel deneyiminin en yüksek doğrudan etkiye sahip olduğu (β SemRD→Bağlılık = .324, $z = 5.310$, $p < .001$) göze çarpmaktadır. Bunu sırasıyla, ritüel kaçış deneyimi (β KaçRD→Bağlılık = .231, $z = 3.447$, $p < .001$) ve estetik ritüel deneyimi (β EsRD→Bağlılık = .181, $z = 2.669$, $p < .01$) izlerken, en düşük anlamlı katkıyı ise duygusal ritüel deneyiminin (β DuyRD→Bağlılık = .118, $z = 1.964$, $p < .05$) yaptığı belirlenmiştir.

Tablo 78. Ritüel Deneyimi Yapısal Modeline İlişkin Doğrudan Etki Parametre Tahminleri (Sonuçları)

Yol İlişkisi (Hipotezler)	Estimate	SH	95% CI		β	β 95% CI		z	p	Sonuç
			Düşük	Yüksek		Düşük	Yüksek			
H3_{1a}: SosRD⇒DuyAD	.143	.065	.016	.271	.126	.126	.013	2.210	.027*	Kabul
H3_{2a}: SemRD⇒DuyAD	.112	.046	.202	.022	.135	.135	.244	2.440	.015*	Kabul
H3_{3a}: DuyRD⇒DuyAD	.399	.094	.214	.583	.256	.256	.143	4.234	<.001***	Kabul
H3_{4a}: EsRD⇒DuyAD	.488	.081	.327	.648	.378	.378	.266	5.963	<.001***	Kabul
H3_{5a}: KaçRD⇒DuyAD	.135	.066	.004	.267	.117	.117	.006	2.028	.042*	Kabul
H3_{6a}: ManRD⇒DuyAD	-.029	.022	-.073	.014	-.042	-.042	-.105	-1.327	.184	Red
H2_a: Bağlılık⇒DuyAD	.152	.059	.034	.269	.167	.167	.041	2.539	.011*	Kabul
H3_{1b}: SosRD⇒SemAD	.223	.080	.065	.380	.164	.164	.050	2.782	.005**	Kabul
H3_{2b}: SemRD⇒SemAD	.043	.060	-.075	.162	.043	.043	-.075	.717	.473	Red
H3_{3b}: DuyRD⇒SemAD	.112	.109	-.101	.327	.060	.060	-.054	1.028	.304	Red
H3_{4b}: EsRD⇒SemAD	.334	.093	.152	.517	.217	.217	.098	3.595	<.001***	Kabul
H3_{5b}: KaçRD⇒SemAD	.126	.086	-.042	.296	.091	.091	-.029	1.467	.142	Red
H3_{6b}: ManRD⇒SemAD	-.007	.025	-.057	.042	-.008	-.008	-.069	-.279	.780	Red
H2_b: Bağlılık⇒SemAD	.349	.081	.190	.508	.322	.322	.189	4.313	<.001***	Kabul
H3_{1c}: SosRD⇒FayAD	.394	.090	.217	.571	.304	.304	.178	4.374	<.001***	Kabul
H3_{2c}: SemRD⇒FayAD	.005	.052	-.098	.109	.005	.005	-.104	.106	.915	Red
H3_{3c}: DuyRD⇒FayAD	.057	.105	-.147	.263	.032	.032	-.083	.551	.582	Red
H3_{4c}: EsRD⇒FayAD	.390	.085	.222	.558	.267	.267	.155	4.551	<.001***	Kabul
H3_{5c}: KaçRD⇒FayAD	.047	.083	-.114	.210	.036	.036	-.086	.576	.564	Red
H3_{6c}: ManRD⇒FayAD	-.035	.025	-.086	.015	-.045	-.045	-.109	-1.368	.171	Red
H2_c: Bağlılık⇒FayAD	.266	.079	.110	.423	.258	.258	.116	3.339	<.001***	Kabul
H1_a: SosRD⇒Bağlılık	.095	.086	-.070	.261	.075	.075	-.055	1.125	.260	Red
H1_b: SemRD⇒Bağlılık	.296	.055	.187	.405	.324	.324	.212	5.310	<.001***	Kabul
H1_c: DuyRD⇒Bağlılık	.203	.103	4.747e-4	.405	.118	.118	-9.6e-4	1.964	.049*	Kabul
H1_d: EsRD⇒Bağlılık	.257	.096	.068	.447	.181	.181	.052	2.669	.008**	Kabul
H1_e: KaçRD⇒Bağlılık	.295	.085	.127	.462	.231	.231	.106	3.447	<.001***	Kabul
H1_f: ManRD⇒Bağlılık	-.056	.028	-.112	5.709e-4	-.073	-.073	-.147	-1.940	.052	Red

χ^2 (3438) = 5032, p = <.001; χ^2 / sd = 1.46; CFI_{robust} = .979; TLI_{robust} = 0.978; RMSEA_{robust} = .044 (%95CI-L = .043, %95CI-U = .045); SRMR_{robust} = .057

* .05 düzeyinde anlamlı; ** .01 düzeyinde anlamlı; *** .001 düzeyinde anlamlı

Not: Estimate: Standartlaştırılmamış Beta Katsayısı; SH: Standart Hata; β : Standartlaştırılmış Beta Katsayısı (Faktör Yüğü); p: Anlamlılık düzeyi

CFI: Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index); TLI: Tucker-Lewis İndeksi; RMSEA: Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation); SRMR: Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü (Standardized-Root Mean Square Residual); sd: Serbestlik derecesi; %95CI-L: Güven aralığı alt sınırı; %95CI-U: Güven aralığı üst sınırı

Parametreler, robust WLSM (Satorra-Bentler mean adjusted) yaklaşımı kullanılarak tahmin edilmiştir. SosRD: Sosyal Ritüel Deneyimi, SemRD: Sembolik Ritüel Deneyimi, DuyRD: Duygusal Ritüel Deneyimi, EsRD: Estetik Ritüel Deneyimi, KaçRD: Kaçış Ritüel Deneyimi, ManRD: Manevi Ritüel Deneyimi, DuyAD: Duygusal Alışveriş Deneyimi, SemAD: Sembolik Alışveriş Deneyimi, FayAD: Faydacı Alışveriş Deneyimi, Bağlılık: Ritüele Olan Bağlılık

Dolaylı etkiler (aracılık etkileri), en az bir aracı yapının dahil olduğu bir dizi ilişkiyi içermekte ve aracılık etkisi, iki ya da daha fazla doğrudan etkiden oluşan bir ilişki dizisini temsil

etmektedir (Hair vd., 2016). Bu kapsamda ritüel deneyimlerinin alt boyutları ile ritüele ilişkin duygusal, sembolik ve faydacı alışveriş deneyimleri arasındaki doğrudan ilişkilerden sonra, ritüele olan bağlılık değişkeninin aracılık ettiği incelenmiş ve buna ilişkin hipotezler test edilmiştir. Tablo 79’da da görüldüğü üzere, yapısal modelde önerilen aracılık ilişkilerine yönelik 18 hipotezden altısı .05, ikisi .01 ve biri de .001 anlamlılık düzeylerinde ampirik olarak desteklenmiştir. Buna karşın, dokuz aracılık hipotezi ampirik olarak desteklenmemiş ve reddedilmiştir.

Sosyal ritüel deneyimi, duygusal ritüel deneyimi ve manevi ritüel deneyimi ile ritüele ilişkin duygusal, sembolik ve faydacı alışveriş deneyimleri arasındaki ilişkilerde ritüele olan bağlılığın anlamlı bir aracılık etkisine sahip olmadığı (tüm bu aracılık ilişkilerine yönelik p değerleri $> .05$) tespit edilmiş ve buna yönelik hipotezler reddedilmiştir. Buna karşın, ritüele olan bağlılık değişkeninin en yüksek aracılık etkisinin, sembolik ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasında olduğu (β SemRD $\rightarrow$ Ritüel Bağlılığı $\rightarrow$ SemAD = .105, $z = 3.748$, $p < .001$) ortaya çıkmıştır. Bunu, sembolik ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi ilişkisi (β SemRD $\rightarrow$ Ritüel Bağlılığı $\rightarrow$ FayAD = .084, $z = 3.123$, $p < .01$) ve ritüel kaçış deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi ilişkisi (β SemRD $\rightarrow$ Ritüel Bağlılığı $\rightarrow$ SemAD = .075, $z = 2.823$, $p < .01$) izlemiştir. Ritüele olan bağlılık değişkeninin en düşük anlamlı aracılık etkisinin ise, estetik ritüel deneyimi ile duygusal alışveriş deneyimi arasında olduğu (β EsRD $\rightarrow$ Ritüel Bağlılığı $\rightarrow$ DuyAD = .030, $z = 2.057$, $p < .05$) göze çarpmaktadır. Özetle ifade etmek gerekirse; ritüele olan bağlılık değişkeninin, sembolik ritüel deneyimi, estetik ritüel deneyimi ve ritüel kaçış deneyimi ile ritüele ilişkin duygusal, sembolik ve faydacı alışveriş deneyimleri arasındaki ilişkilerde anlamlı bir aracılık etkisine sahip olduğu sonuçlara yansımıştır.

Manevi ritüel deneyimi dışında, ritüel deneyimleri ile ritüele ilişkin duygusal, sembolik ve faydacı alışveriş deneyimleri arasındaki doğrudan ilişkiler dikkate alındığında; istatistiksel olarak anlamsız olan özellikle sembolik ritüel deneyimi (SemRD $\rightarrow$ Ritüel Bağlılığı $\rightarrow$ DuyAD: $p < .05$; SemRD $\rightarrow$ Ritüel Bağlılığı $\rightarrow$ SemAD: $p < .001$; SemRD $\rightarrow$ Ritüel Bağlılığı $\rightarrow$ FayAD: $p < .01$) ve kaçış deneyimi (KaçRD $\rightarrow$ Ritüel Bağlılığı $\rightarrow$ DuyAD: $p < .05$; KaçRD $\rightarrow$ Ritüel Bağlılığı $\rightarrow$ SemAD: $p < .01$; KaçRD $\rightarrow$ Ritüel Bağlılığı $\rightarrow$ FayAD: $p < .05$) ilişkilerinin, ritüele olan bağlılık değişkeninin aracı işlevi ile anlamlı olması (hatta sembolik ritüel deneyiminin bu açıdan en yüksek aracılık etkisine sahip ilişkiyi temsil etmesi), bu değişkenin ilgili modelde öngörüldüğü gibi, önemli bir aracılık görevi üstlendiğine, başka

bir deyişle, bu açıdan önemli bir aracı değişken olduğuna işaret etmesi bakımından dikkate değerdir.

Tablo 79. Ritüel Deneyimi Yapısal Modeline İlişkin Dolaylı (Aracılık) Etki Parametre Tahminleri (Sonuçları)

Dolaylı Etkiler (Hipotezler)	Estimate	SH	95% CI		β	β 95% CI		z	p	Sonuç
			Düşük	Yüksek		Düşük	Yüksek			
H3_{1a}: SosRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ DuyAD	.014	.015	-.015	.044	.013	-.001	.037	.978	.328	Red
H3_{1c}: SosRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ SemAD	.033	.031	-.028	.095	.024	-.002	.069	1.060	.289	Red
H3_{1r}: SosRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ FayAD	.025	.024	-.022	.073	.020	-.016	.055	1.057	.291	Red
H3_{2a}: SemRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ DuyAD	.045	.018	.010	.080	.054	.012	.095	2.540	.011*	Kabul
H3_{2c}: SemRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ SemAD	.104	.028	.049	.158	.105	.051	.157	3.748	< .001***	Kabul
H3_{2r}: SemRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ FayAD	.079	.025	.029	.129	.084	.032	.135	3.123	.002**	Kabul
H3_{3a}: DuyRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ DuyAD	.031	.022	-.012	.074	.020	-.007	.047	1.421	.155	Red
H3_{3c}: DuyRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ SemAD	.071	.042	-.011	.153	.038	-.006	.083	1.689	.091	Red
H3_{3r}: DuyRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ FayAD	.054	.034	-.012	.120	.031	-.006	.068	1.607	.108	Red
H3_{4a}: EsRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ DuyAD	.039	.019	.002	.077	.030	.001	.058	2.057	.040*	Kabul
H3_{4c}: EsRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ SemAD	.090	.037	.018	.163	.059	.012	.104	2.444	.015*	Kabul
H3_{4r}: EsRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ FayAD	.069	.030	.010	.127	.047	.008	.086	2.312	.021*	Kabul
H3_{5a}: KaçRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ DuyAD	.045	.021	.003	.086	.039	.003	.074	2.122	.034*	Kabul
H3_{5c}: KaçRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ SemAD	.103	.037	.032	.175	.075	.024	.124	2.823	.005**	Kabul
H3_{5r}: KaçRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ FayAD	.079	.033	.014	.143	.060	.011	.108	2.385	.017*	Kabul
H3_{6a}: ManRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ DuyAD	-.009	.006	-.020	.002	-.012	-.028	.003	-1.528	.127	Red
H3_{6c}: ManRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ SemAD	-.020	.011	-.041	.002	-.024	-.049	.001	-1.807	.071	Red
H3_{6r}: ManRD $\Rightarrow$ Bağıllık $\Rightarrow$ FayAD	-.015	.009	-.032	.002	-.019	-.041	.002	-1.686	.092	Red

* .05 düzeyinde anlamlı; ** .01 düzeyinde anlamlı; *** .001 düzeyinde anlamlı

Not: Estimate: Standartlaştırılmamış Beta Katsayısı; SH: Standart Hata; β : Standartlaştırılmış Beta Katsayısı (Faktör Yüğü); p: Anlamlılık düzeyi

SosRD: Sosyal Ritüel Deneyimleri, SemRD: Sembolik Ritüel Deneyimleri, DuyRD: Duygusal Ritüel Deneyimleri, EsRD: Estetik Ritüel Deneyimleri, KaçRD: Kaçış Ritüel Deneyimleri, ManRD: Manevi Ritüel Deneyimleri, DuyAD: Duygusal Alışveriş Deneyimleri, SemAD: Sembolik Alışveriş Deneyimleri, FayAD: Faydacı Alışveriş Deneyimleri, Bağıllık: Ritüele Olan Bağıllık

Ritüel deneyimlerinin alt boyutlarının ritüele ilişkin alışveriş deneyimlerinin alt boyutları üzerindeki toplam etkileri Tablo 80’de sunulmuştur. Buna göre elde edilen sonuçlar; sosyal ritüel deneyiminin, duygusal ($p < .05$), sembolik ($p < .01$) ve faydacı ($p < .001$) alışveriş deneyimlerinin; sembolik ritüel deneyiminin, sembolik alışveriş deneyiminin ($p < .05$); duygusal ritüel deneyiminin, duygusal alışveriş deneyiminin ($p < .001$); estetik ritüel deneyiminin, duygusal ($p < .001$), sembolik ($p < .001$) ve faydacı ($p < .001$) alışveriş deneyimlerinin; ritüel kaçış deneyiminin, duygusal ($p < .01$) ve sembolik ($p < .01$) alışveriş

deneyiminin anlamlı yordayıcı değişkenleri olduğunu ortaya koymuştur. Buna karşın manevi ritüel deneyiminin alışveriş deneyimlerinin hiçbir boyutuna anlamlı katkı sağlamadığı göze çarpmaktadır. Toplam etki bakımından ritüele ilişkin duygusal alışveriş deneyiminin en önemli yordayıcı değişkeninin estetik ritüel deneyimi olduğu (β EsRD $\rightarrow$ DuyAD = .408, $z = 6.301$, $p < .001$), bunu duygusal ritüel deneyiminin izlediği (β DuyRD $\rightarrow$ DuyAD = .276, $z = 4.365$, $p < .001$); sembolik alışveriş deneyiminin en önemli yordayıcı değişkeninin benzer şekilde estetik ritüel deneyimi olduğu (β EsRD $\rightarrow$ SemAD = .276, $z = 4.394$, $p < .001$), bunu sosyal ritüel deneyiminin izlediği (β SosRD $\rightarrow$ SemAD = .189, $z = 3.122$, $p < .01$); faydacı alışveriş deneyiminin en önemli yordayıcı değişkeninin ise sosyal ritüel deneyimi olduğu (β SosRD $\rightarrow$ FayAD = .325, $z = 4.558$, $p < .001$), bunu estetik ritüel deneyiminin izlediği (β EsRD $\rightarrow$ FayAD = .314, $z = 5.230$, $p < .001$) sonuçlara yansımıştır.

Tablo 80. Ritüel Deneyimi Yapısal Modeline İlişkin Toplam Etki Parametre Tahminleri (Sonuçları)

Yol İlişkisi	Estimate	SH	95% CI		β	β 95% CI		z	p
			Düşük	Yüksek		Düşük	Yüksek		
SosRD $\rightarrow$ DuyAD	.158	.066	.030	.287	.139	.026	.251	2.414	0.016*
SosRD $\rightarrow$ SemAD	.256	.082	.095	.417	.189	.073	.303	3.122	0.002**
SosRD $\rightarrow$ FayAD	.420	.092	.239	.600	.325	.196	.453	4.558	<.001***
SemRD $\rightarrow$ DuyAD	-.067	.042	-.151	.016	-.081	-.181	.019	-1.587	0.113
SemRD $\rightarrow$ SemAD	.147	.060	.029	.265	.149	.032	.264	2.448	0.014*
SemRD $\rightarrow$ FayAD	.085	.054	-.021	.191	.090	-.023	.203	1.566	.117
DuyRD $\rightarrow$ DuyAD	.430	.099	.237	.623	.276	.157	.395	4.365	<.001***
DuyRD $\rightarrow$ SemAD	.184	.113	-.038	.405	.099	-.020	.218	1.622	0.105
DuyRD $\rightarrow$ FayAD	.112	0.109	-.102	.326	.064	-.056	.183	1.026	0.305
EsRD $\rightarrow$ DuyAD	.528	.084	.363	.692	.408	.296	.520	6.301	<.001***
EsRD $\rightarrow$ SemAD	.425	.097	.235	.615	.276	.154	.397	4.394	<.001***
EsRD $\rightarrow$ FayAD	.460	.088	.287	.632	.314	.202	.425	5.230	<.001***
KaçRD $\rightarrow$ DuyAD	.181	.062	.058	.303	.156	.054	.257	2.895	0.004**
KaçRD $\rightarrow$ SemAD	.230	.087	.060	.400	.167	.048	.284	2.653	0.008**
KaçRD $\rightarrow$ FayAD	.127	.078	-.025	.279	.096	-.017	.209	1.634	0.102
ManRD $\rightarrow$ DuyAD	-.038	.023	-.083	.007	-.055	-.118	.008	-1.672	0.095
ManRD $\rightarrow$ SemAD	-.027	.027	-.079	.025	-.032	-.094	.030	-1.008	0.313
ManRD $\rightarrow$ FayAD	-.050	.027	-.102	.002	-.064	-.130	.001	-1.902	0.057

* .05 düzeyinde anlamlı; ** .01 düzeyinde anlamlı; *** .001 düzeyinde anlamlı

Not: Estimate: Standartlaştırılmamış Beta Katsayısı; SH: Standart Hata; β : Standartlaştırılmış Beta Katsayısı (Faktör Yüğü); p: Anlamlılık düzeyi

SosRD: Sosyal Ritüel Deneyimi, SemRD: Sembolik Ritüel Deneyimi, DuyRD: Duygusal Ritüel Deneyimi, EsRD: Estetik Ritüel Deneyimi, KaçRD: Kaçış Ritüel Deneyimi, ManRD: Manevi Ritüel Deneyimi, DuyAD: Duygusal Alışveriş Deneyimi, SemAD: Sembolik Alışveriş Deneyimi, FayAD: Faydacı Alışveriş Deneyimi, Bağlılık: Ritüele Olan Bağlılık

Ritüel deneyimlerinin alt boyutları ile ritüele olan bağlılık ve alışveriş deneyimleri arasındaki

ilişkilere yönelik önerilen yapısal modelin tahmin (yordama) yeteneğini ya da doğruluğunu değerlendirmek için R^2 belirleyicilik katsayısı da kontrol edilmiştir. R^2 değeri 0 ile 1 arasında değer almakta ve değer in yüksekliği model in tahmininin (yordayıcılığının) daha doğru olduğunu göstermektedir. Sosyal bilim çalışmalarında, içsel (endojen) gizil değişkenler için R^2 değerlerinin sırasıyla 0.67, 0.33 ve 0.19 olması önemli (güçlü), orta ve zayıf tahmin kabiliyeti (yordayıcı kabiliyet) olarak değerlendirilebilmektedir (Nguyen-Phuoc vd., 2022). Tablo 81’de verilen tüm R^2 değerleri, önerilen model in orta üstü ya da görece yüksek sayılabilecek yordama doğruluğunu (Henseler vd., 2015) teyit etmektedir, denilebilir.

Tablo 81. Önerilen Ritüel Deneyimleri Alt Boyutlarının Yapısal Modeline İlişkin Yordama Yeteneği

İçsel (Endojen) Yapı	R^2	Yordama Yeteneği
Duygusal Alışveriş Deneyimi	.597	Orta üstü
Sembolik Alışveriş Deneyimi	.547	Orta üstü
Faydacı Alışveriş Deneyimi	.565	Orta üstü
Ritüele Olan Bağlılık	.554	Orta üstü

Nicel araştırma bulguları doğrultusunda, manevi ritüel deneyimleri dışında, genel anlamda annelerin çocukları için düzenledikleri özel gün etkinliklerinde yaşadıkları ritüel deneyimleri, ritüele olan bağlılıkları ve ritüel alışveriş deneyimleri arasında anlamlı ilişkilerin olduğu, ritüel deneyimleri ve ritüel alışveriş deneyimleri arasındaki ilişkilerde ritüele olan bağlılık değişkeninin aracılık işlevi gördüğü anlaşılmaktadır. Bu bulgular, literatürde yer alan deneyim kavramı ve bağlılık ilişkisine dair çalışmalarla uyumludur. Alan yazında da bireylerin günlük yaşamındaki değerlerini temsil eden ritüellerin (Woling ve Bennett, 1984), özel gün etkinlikleri bağlamında yaşanan deneyimler açısından da önemli bir unsur olduğuna (Bustard vd., 2019) değinilmiştir. Dolayısıyla yaşam içinde çeşitli zaman dilimlerinde gerçekleştirdikleri birtakım etkinliklerle, zengin deneyimler yaşayan bireyler için (Abbott, 1955) ritüel deneyimlerinin, benzersiz özgün anlamlar ve öznel deneyimlerle karmaşık bir yapıya sahip olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte tüketimin de benzersiz ve kişiye özgü deneyimler üreten bir doğaya sahip olması (Featherstone, 2007; Fırat ve Dholakia, 2003; Uygun, 2009; Uygun ve Akın, 2012); ritüellerin, duygusal ihtiyaçları karşılarken sosyal bağları güçlendiren ve tüketim süreçlerine yansıyan anlam yüklü bir süreç olarak önemini artırmıştır. Bu yüzden alan yazında tüketim faaliyetleri ile yaşanan etkileşimlerin, öznel duygularla (Bigné vd., 2008) deneyimlerin çerçevesini çizdiği (Woodward ve Holbrook, 2013) önemli görülmüştür.

Bu bağlamda deneyim üzerine çalışmalar yapan araştırmacılar (Brakus vd., 2009; Goode vd., 2010; Lemon ve Verhoef, 2016; Pine ve Gilmore, 1998; Pullman ve Gros, 2004; Rai ve

Nayak, 2020; Schmitt, 1999; Sorrentino vd., 2020) deneyimlerin duygusal bir değeri olduğunu ortaya koymuştur. Bu anlamda bireylerin duygularını ve davranışlarını anlamak için deneyimlerinin incelenmesi önem taşımaktadır. Deneyimler aynı zamanda bireylerin tüketici kimliğiyle aldıkları kararların arka planının yansıtılmasında önemli girdiler olduğundan (Brakus vd., 2009; Pine ve Gilmore, 1998), pazarlama alan yazınında önemli bir değişken olarak ele alınmaktadır.

Etkinlik deneyimleri bağlamında ele alınabilecek ritüel deneyimlerinin de benzer bir süreci barındırdığı ifade edilebilir. Deneyimsel zenginliklerle dolu olan çeşitli türden etkinliklerin ele alındığı etkinlik deneyimi bağlamındaki alan yazın, bu ortamlarda yaşanan etkileşimlerin ve duygusal deneyimlerin etkinliğe olan bağlılığa (Armbrecht ve Andersson, 2020; Asan vd., 2023; Chevtchouk vd., 2021; Dieck vd., 2018; Morgan, 2008; Park ve Park, 2017; Sorrentino vd., 2020; Rai ve Nayak, 2020; Tafesse, 2016; Van Niekerk, 2017), etkinliğe olan bağlılığın ise ileride benzer türden etkinlik gerçekleştirme motivasyonuna yansıdığını (Armbrecht ve Andersson, 2020; Asan vd., 2023; Çevik ve Şimşek, 2020) göstermektedir.

Bu anlamda araştırma kapsamında, sosyal ve duygusal anlamları sembolize eden ritüel deneyimlerin (Beattie, 1966; Boyer ve Liénard, 2006; Brooks vd., 2016; Hobson vd., 2017; Ibrahim, 1988; Legare ve Sozua, 2012; Norton ve Gino, 2014; Ratcliffe vd., 2019; Tetreault ve Kleine, 1990; Vohs vd., 2013) çocuk eksenli özel gün etkinlikleri bağlamında özellikle anneler açısından derin anlamlara sahip olduğu ifade edilebilir. Ayrıca, etkinlik deneyimlerinin, kişisel birer ritüel gibi ele alınarak, duygusal ve duygusal anlamlar taşıyan bir alan yaratması, bu tür etkinliklerdeki bağlılık düzeyini artırmaktadır. Ritüele olan bağlılık düzeyi ise, etkinlikler sırasında yaşanan deneyimlerin duygusal boyutunu daha da yoğunlaştırarak, bu deneyimlerin ilerideki tüketim davranışlarını şekillendirmektedir (Asan vd., 2023; Kim vd., 2012).

Alan yazında Morgan (2008), etkinliklerin bireylere günlük yaşamdan uzak, deneyimsel zenginliklerle dolu bir ortam sunduğunu ve bu deneyimlerin etkinlik bağlılığını artırdığını; Tafesse (2016), etkinlik deneyimlerinin duygusal ve duygusal bağlamda bireyler için zengin ve yoğun bir etkileşim yaratarak, katılımcıların bu tür deneyimlere daha güçlü bağlılık geliştirdiğini; Rai ve Nayak (2020), etkinliklerin kişisel ve duygusal bağlar kurma açısından önemli bir rol oynadığını; Chevtchouk ve meslektaşları (2021), bu duygusal deneyimlerin bireylerin bağlılık davranışlarını şekillendiren unutulmaz izler bıraktığını ifade etmişlerdir. Kim ve meslektaşları (2012), Armbrecht ve Andersson (2020) ve Asan ve meslektaşları

(2023) ise yaptıkları çalışmalarda, etkinliklerde yaşanan deneyimlerin, katılımcıların etkinliğe yönelik bağlılıklarını canlandırdığını ve bu bağlılığın gelecekteki tüketim davranışlarına yansıdığını ortaya koymuşlardır. Bu anlamda Lee ve meslektaşlar (2008), özel günler gibi ritüel tabanlı etkinliklerde de duygusal deneyimlerin tüketici bağlılığını arttırdığı gözlemlenmiştir. Aynı zamanda bu tür deneyimlerde bireylerin, etkinlik boyunca duygusal bir topluluk hissi yaşadıklarında, etkinliğe daha derin bir bağlılık ile tekrar benzer etkinliklerin parçası olma motivasyonu geliştireceğine değinilmiştir. Drengner ve meslektaşları (2010) ise, özel gün etkinliklerinde, sembolik ve duygusal deneyimlerin ön plana çıktığını, tüketici kimliğiyle bireylerin bu etkinliklerde anlamlı anılar biriktirerek, bu anılar üzerinden markalarla ya da hizmet sağlayıcılarla güçlü bağlar kurduğuna ve etkinliğe ilişkin olumlu sözlü geri bildirimler ile kişinin çevresine etkinlik tavsiyelerinin olacağına değinmişlerdir. Benzer şekilde Girish ve Lee (2019), etkinlik deneyimlerinin duygusal olarak bağlayıcı olduğu durumlarda, katılımcıların gelecekteki tüketim davranışlarını da etkilediğini vurgulamıştır. Sonuç olarak annelerin ritüel deneyimlerini ritüele bağlılıklarına yansıtmakta, ritüel bağlılıkları ise çocukları için hali hazırda gerçekleştirdikleri ya da ileride gerçekleştirecekleri özel gün etkinlikleri için alışveriş kararlarını da etkilemektedir. Bu süreç, alışverişin hem faydacı hem de duygusal boyutlarını içine alarak, bu ritüelin parçası olan alışveriş deneyimlerini zenginleştirmektedir. Bu süreçte yapılan alışverişlerin ritüelin bir parçası haline gelmesi, annelerin ritüele olan bağlılıklarını perçinlemekte ve bu bağlılık da aynı zamanda ilerideki tüketim davranışlarına yansımaktadır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Annelerin çocukları için düzenledikleri özel gün etkinlikleri bağlamında yaşadıkları ritüel deneyimlerinin karmaşık yapısı, genel itibarıyla hem duygusal birtakım deneyimlerle şekillenmekte hem de alışveriş deneyimlerini şekillendirmektedir. Dolayısıyla bütüncül olarak ritüel ve alışveriş deneyimlerinin yapısını anlamada nitel ve nicel yöntemleri bir arada kullanarak zengin bir bilgi edinmeyi sağlayan bu araştırma; nitel aşama ile kuram geliştirme, nicel ara aşama ile bu kurama dayalı ölçek geliştirme ve bu kuramı test etmeye yönelik nihai nicel araştırma aşaması olmak üzere üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın her bir aşaması, ele alınan ritüel ve alışveriş deneyimleri olgusuna yönelik zengin bir anlayış edinmeyi sağlamıştır.

5.1. Sonuç

Bu çalışmada, Türk kültüründe kadınların çocukları için düzenledikleri özel gün etkinliklerine (ritüellerine) ve bu etkinliklere yönelik alışverişlere yükledikleri öznel anlamları ya da deneyimlerini tüketici deneyimi bakış açısı ile keşfederek, buna ilişkin bir kuram oluşturmak; odaklanılan kuramın merkezi olgusunu oluşturan ritüel deneyimleri ve kuramlaştırılan sonuç kavramlarını (olgularını) ölçmeye hizmet edecek geçerli ve güvenilir ölçekler geliştirmek; ve geliştirilen ölçeklerden yararlanarak toplanan veri ile oluşturulan kuramı test etmek amaçlanmıştır. Bu amacı karşılayabilmek için keşfedici sıralı karma yöntem araştırma deseninden yararlanılarak, nitel aşama ile başlayan araştırma sonucunda bağlama özgü bir kuram oluşturulmuş, nicel ara aşama ile bu kurama dayalı olarak ritüel deneyimleri, ritüele olan bağlılık ve ritüel alışveriş deneyimleri ölçekleri (ölçme araçları) geliştirilmiş ve nihai nicel aşama ile geliştirilen bu ölçekler yoluyla toplanan veri ile nitel aşamada oluşturulan kurama dayalı yapısal model test edilmiş, böylece kuramın genellenebilirliği de incelenmiştir.

Yürütülen bu araştırmada ilk nitel aşamada, annelerin çocukları için düzenledikleri özel gün etkinliklerine bağlı ritüel ve alışveriş deneyimleri resmedilmeye çalışılırken, yaşadıkları ne tür deneyimlerin gerçekten onlar için önem kazandığına dair bir bakış açısı sunulmaya çalışılmıştır. Nitel aşamadan elde edilen sonuçlar; ritüel etkinliklerinin bireysel, sosyal ve kültürel anlamda çok katmanlı deneyimler sunduğunu ve alışveriş pratikleriyle entegre bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Bu kapsamda annelerin yaşadığı ritüel deneyimler çeşitli temalar etrafında şekillenmiştir. Sosyal, sembolik, fantezi, nostalji, öğrenme, eğlence, estetik, manevi ve kaçış deneyimleri annelerin hem bireysel hem de sosyal yaşamlarını derinden etkileyen boyutları ortaya koymaktadır. *Sosyal deneyimler yaşatması açısından ritüeller*, annelerin çocukları ve aileleriyle etkileşim kurarak sosyal bağlarını güçlendirdikleri deneyimler sunmaktadır. Anne ve çocuk arasındaki bağın güçlenmesi, aile ve arkadaşlarla geçirilen zamanın sosyal etkileşimleri artırması, ritüellerin sosyal dayanışmayı teşvik ettiğini göstermiştir. *Sembolik deneyimler yaşatması açısından ritüeller*; katılımcıların annelik kimliğini güçlendirme, geleneksel değerleri sürdürme ve sevdiklerine değer verme pratikleriyle öne çıkmıştır. *Kaçış deneyimi yaşatması açısından ritüeller*; anneler açısından çocuğa verilen değeri yansıtmanın bir yolu olarak görülmüştür. Ritüeller, aynı zamanda gündelik hayatın stresinden kaçış fırsatı da sunmakta ve annelere rutin yaşamdan koparak anın içine dalma fırsatı sunarak tarifsiz duygular yaşatmaktadır. *Fantezi ve eğlence deneyimleri yaşatması açısından ise ritüeller*, annelere günlük yaşam içinde keyifli etkinlikler yaratma fırsatı sunmaktadır. Çocuklarla birlikte yapılan hazırlıklar, etkinliklerin aile ve arkadaş çevresiyle keyifli anlardan oluşması eğlence boyutunu artırmaktadır. *Ritüellerin nostalji deneyimi yaşatması açısından ise*; sonuçlar annelerin, ritüeller yoluyla kendi çocukluklarına ve geçmiş deneyimlerine geri dönme fırsatı bulduklarını göstermektedir. Çocuk, aile ve arkadaş çevresiyle birlikte hatırlanmaya değer anlar yaşatan etkinlikler, ritüellerin nostalji anlamını daha da derinleştirmektedir. Bununla birlikte annelerin çocukları için düzenledikleri özel gün etkinlikleri, onların bu süreçte estetik zevklerini yansıttığı *estetik deneyimleri açısından* ve organizasyon gerçekleştirme becerileri kazandıkları *öğrenme deneyimleri* süreçleriyle de kendini göstermektedir.

Ritüelle ilişkili alışveriş deneyimleri açısından değerlendirme yapmak gerekirse; alışveriş süreci; ritüelin duygusal, sembolik ve faydacı yönlerini destekleyerek yaşanan deneyimleri zenginleştirmektedir. Annelerin, çocuklarının özel günlerinde hediye ve organizasyonlarla sevgilerini ifade etmeleri, alışveriş sürecinin duygusal anlamını temsil ederken; hediyelerin ve

organizasyonların, sosyal ilişkileri güçlendiren sembolik araçlar olarak kullanılması sembolik anlamı yansıtmaktadır. Bununla birlikte ritüelle ilgili alışveriş sürecinde hazcı yaklaşımların yanı sıra, özenli seçimler yapan anneler, satın alımlarında kalite, güven ve ekonomik açıdan da faydacı yaklaşımlar sergilemeye gayret etmektedirler.

Nitel veriden elde edilen bulgular, ortaya çıkan deneyim kategorilerinin birbirleriyle örüntülü olduğunu göstermiştir. Çalışmada elde edilen sonuçlar, ritüel ve alışveriş deneyimleri arasında güçlü bağların olduğunu ve bu bağların örüntüsel bir yapı içinde geliştiğini göstermektedir. Her bir deneyim türü, diğerleriyle etkileşim halinde derinleşirken, ritüel bağlılığının tüm bu süreçlerin merkezinde yer aldığı anlaşılmaktadır. Bu anlamda genel olarak sosyal ritüel deneyiminin diğer deneyimlerin yaşanma biçimine kişiler arası kurulan etkileşimler bağlamında yansıdığı; sembolik ritüel deneyiminin ise diğer deneyimlerin yoğunluğunu canlandırarak anlam katan bir olgu olduğu; tüm bu deneyimlerin ne ölçüde yoğun yaşandığının ise, ritüele olan bağlılık düzeyini artırdığı ve ritüel alışveriş deneyimlerine yansıdığı görülmektedir. Ritüellerin doğal olarak sunduğu sosyal etkileşim; annelerin çocukları ve sosyal çevreleriyle kutlama yaparken, hediyeler ve organizasyonlarla duygularını ifade etme çabalarına yansımıştır. Aynı zamanda ritüellerde hediyeleşmenin, anne-çocuk bağı ve sosyal çevreyle ilişkileri güçlendirdiği gözlemlenmiştir. Çocuk eksenli özel gün etkinliklerinde annelerin ritüel bağlılığı, annelerin etkinlikleri anlamlı ve sürdürülebilir kılmak için gösterdikleri çabanın bir göstergesi olmuştur. Ritüel bağlılığının yaşanan diğer deneyimlerdeki sosyal bağları güçlendirdiği ve annelerin bu tür etkinliklere daha fazla önem verdiği görülmüştür. Katılımcılar, ritüel etkinliklere yüksek bağlılık gösterdikçe, bu bağlılık diğer sosyal ve sembolik unsurlar taşıyan duygusal deneyimleri daha tatmin edici ve anlamlı kılmıştır. Anneler, ritüellere olan bağlılıklarını sosyal etkileşimleri artırmak, kültürel normları sürdürmek ve çocuğa yönelik sevgiyi ifade etmek için kullanmışlardır. Dolayısıyla bir annenin çocuğu için düzenlediği bir etkinliğe olan bağlılığının, hem çocuğu ile arasındaki bağı güçlendirerek annelik rollerini pekiştirmeye yardımcı olduğu hem de geleneksel ve toplumsal normlara uyarak sosyal aidiyeti artırma amacını tesis ettiği ifade edilebilir. Araştırmanın önemli sonuçlarından biri, ritüel deneyimleri ile ritüel alışveriş deneyimleri arasında güçlü bir ilişki örüntüsü olduğunu göstermesidir. Ritüellerde duygusal ve sembolik anlamların öne çıkması, alışveriş pratiklerini şekillendirmiştir. Anneler, etkinliklerinde sadece sıradan alışverişler yapmamakta, aynı zamanda anlam yüklü nesneleri de tercih etmektedirler. Bu da alışveriş deneyimlerini

derinleştirmektedir. Ritüel bağlılığı ise, ritüel ve alışveriş deneyimlerinin derinliğini artıran bir temel unsur olarak öne çıkmıştır. Dolayısıyla ritüel bağlılığı, diğer tüm deneyimlerin özünde onların anlamını zenginleştiren bir alan sunmuştur. *Nitel veri ile keşfedilen tüm bu deneyimler ve bu deneyimlerin birbirleri arasındaki örüntüler, ritüel deneyim kuramının ortaya konmasını sağlamıştır.*

Bu araştırmanın bir diğer amacı; ortaya konan ritüel deneyimi kuramındaki her bir kavramı (yapıyı) ölçmeye hizmet edecek geçerli ve güvenilir ölçekler geliştirmektir. Çalışmanın son olarak üçüncü amacı ise, ilk aşamada oluşturulan kuramı, ikinci aşamada geliştirilen geçerlik ve güvenilirlikleri sınanmış ölçeklerden yararlanarak toplanan veri ile test etmektir.

Ortaya konan kuram sonucu geliştirilen ölçek ile işletilen nicel aşama sonucunda; annelerin çocukları için düzenledikleri özel gün etkinlikleri bağlamında yaşadıkları Ritüel Deneyimleri; “Sosyal Ritüel Deneyimi”, “Sembolik Ritüel Deneyimi”, “Duygusal Ritüel Deneyimi”, “Estetik Ritüel Deneyimi”, “Kaçış Ritüel Deneyimi” ve “Manevi Ritüel Deneyimi” biçiminde altı boyut etrafında toplanmıştır. Bu deneyimler genel itibariyle deneyimin duygusal yönlerini ve ritüele yüklenen anlamın yansımalarını sunmaktadır. Ritüel Alışveriş Deneyimleri ise, “Duygusal Alışveriş Deneyimi”, “Sembolik Alışveriş Deneyimi” ve “Faydacı Alışveriş Deneyimi” boyutlarında toplanmıştır. Bu anlamda özel güne ilişkin gerçekleştirilen ritüel etkinliklerin tüketim davranışlarına yansımaları, alışveriş sürecine yüklenen anlamlar ile ortaya konmuştur. Alışveriş deneyimlerinin doğasında yer alan duygusal, sembolik ve faydacı taraflar ritüele yüklenen anlamın tüketim dinamiklerini şekillendirmesi olarak ifade edilebilir. Ritüele olan bağlılık ise, “duygusal bağlılık” ve “devam bağlılığı” olarak iki boyutta yaşanmıştır. Bu anlamda ritüele yüklenen anlamın, gerçekleştirilen özel gün etkinliğine yönelik annelerin ne ölçüde bağlılık gösterdiğinin arka planını oluşturduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte devam bağlılığında ise, ileriki zamanlarda gerçekleştirilecek ritüel etkinliklerine yönelik eğilim ortaya konmaktadır.

Gerek AFA gerekse DFA bulguları göz önünde bulundurulduğunda, Ritüel Deneyimleri ölçeği ve buna bağlı ölçüm modeli, geçerli ve güvenilir kabul edilebilir. AFA’dan elde edilen psikometrik ölçüm sonuçları ilgili ölçeğin açıkladığı varyansın tatminkâr şekilde %66’sını açıkladığını ortaya koymuştur. Bu anlamda ritüel deneyimlerine yönelik duygusal deneyim boyutu açıkladığı %36 varyans ile en yüksek katkıyı yapmakta, bunu sırasıyla %9 ile manevi deneyim, %8 ile kaçış deneyimi, %5 ile sembolik deneyim, %4 ile estetik deneyim ve %3 ile sosyal deneyim izlemektedir. Ölçeğin ve buna bağlı ölçüm modelinin altı faktörlü birinci

düzey DFA ile kabul edilebilir uyum indeksleri ürettiği, kabul edilebilir birleşim ve ayrışım geçerliğine ve kabul edilebilir güvenirlik katsayılarına sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, Ritüel Deneyimleri ölçeğine ilişkin modelin yaş, gelir, çocuk sayısı ve büyüyen yer grup değişkenleri açısından yapısal, zayıf, güçlü ve katı değişmezlik özelliklerine (ölçüm değişmezliği) sahip olduğu ve bu kişisel özelliklere sahip bireyler için gruplar arasındaki farklılıkların incelenmesinde kullanılabilir olduğu da tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu ölçeğin, ilgili altı boyutun kapsamını içeren Ritüel Deneyimlerinin değerlendirilmesine olanak sağladığı söylenebilir. Buna göre nihai olarak toplam 66 maddeden oluşan ölçekte; Sosyal Ritüel Deneyimi 10 madde (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10), Sembolik Ritüel Deneyimi 14 madde (11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24), Duygusal Ritüel Deneyimi 15 madde (25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 37, 38, 39, 40, 41), Estetik Ritüel Deneyimi 10 madde (42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51), Kaçış Ritüel Deneyimi 8 madde (52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59) ve Manevi Ritüel Deneyimi 8 madde (60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68) ile temsil edilmektedir. 5'li likert tipinde (1.Kesinlikle Katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3.Kısmen Katılıyorum, 4.Katılıyorum, 5.Kesinlikle Katılıyorum) geliştirilen ölçekte, Sosyal Ritüel Deneyimi için alınabilecek en düşük puan 10, en yüksek puan 50; Sembolik Ritüel Deneyimi için alınabilecek en düşük puan 14, en yüksek puan 70; Duygusal Ritüel Deneyimi için alınabilecek en düşük puan 15, en yüksek puan 75; Estetik Ritüel Deneyimi için alınabilecek en düşük puan 10, en yüksek puan 50; Kaçış Ritüel Deneyimi için alınabilecek en düşük puan 8, en yüksek puan 40; ve Manevi Ritüel Deneyimi için alınabilecek en düşük puan 8, en yüksek puan 40'tır. Ölçeğe ilişkin faktörler arası korelasyon katsayılarının büyük çoğunluğunun .30'un üzerinde olduğuna (en düşük .433 ile en yüksek .693 arasında değişen) işaret eden sonuçlar, ölçeğe ilişkin toplam puan hesaplanarak da toplam Ritüel Deneyimleri üzerinden de analizler yürütülebileceğine işaret etmektedir. Bu açıdan Ritüel Deneyimleri için alınabilecek en düşük puan 66, en yüksek puan ise 330 olacaktır. Gerek altı boyutlu gerekse toplam puan açısından ölçekten alınan puanın artması, ritüellere yönelik olumlu deneyimleri ifade etmektedir.

Gerek AFA gerekse DFA bulguları göz önünde bulundurulduğunda, Ritüel Alışveriş Deneyimleri ölçeği ve buna bağlı ölçüm modeli, geçerli ve güvenilir kabul edilebilir. AFA'dan elde edilen psikometrik ölçüm sonuçları ilgili ölçeğin açıkladığı varyansın tatminkâr şekilde %83'ünü açıkladığını ortaya koymuştur. Bu anlamda ritüel alışveriş deneyimlerine yönelik faydacı deneyim boyutu açıkladığı %69 varyans ile en yüksek katkıyı

yapmakta, bunu sırasıyla %9 ile sembolik deneyim ve %6 ile duygusal deneyim izlemektedir. Ölçeğin ve buna bağlı ölçüm modelinin üç faktörlü birinci düzey DFA ile kabul edilebilir uyum indeksleri ürettiği, kabul edilebilir birleşim ve ayrışım geçerliğine ve kabul edilebilir güvenirlik katsayılarına sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, Ritüel Alışveriş Deneyimleri ölçeğine ilişkin modelin yaş, gelir, çocuk sayısı ve büyüyen yer grup değişkenleri açısından yapısal yapısal, zayıf, güçlü ve katı değişmezlik özelliklerine (ölçüm değişmezliği) sahip olduğu ve bu kişisel özelliklere sahip bireyler için gruplar arasındaki farklılıkların incelenmesinde kullanılabilir olduğu da tespit edilmiştir. Dolayısıyla bu ölçeğin, ilgili üç boyutun kapsamını içeren Ritüel Alışveriş Deneyimlerinin değerlendirilmesine olanak sağladığı söylenebilir. Buna göre nihai olarak toplam 13 maddeden oluşan ölçekte; Duygusal Alışveriş Deneyimi 5 madde (1, 2, 5, 6, 7), Sembolik Alışveriş Deneyimi 4 madde (8, 9, 10, 11) ve Faydacı Alışveriş Deneyimi 4 madde (12, 13, 14, 15) ile temsil edilmektedir. 5'li likert tipinde (1.Kesinlikle Katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3.Kısmen Katılıyorum, 4.Katılıyorum, 5.Kesinlikle Katılıyorum) geliştirilen ölçekte, Duygusal Alışveriş Deneyimi için alınabilecek en düşük puan 5, en yüksek puan 25; Sembolik Alışveriş Deneyimi için alınabilecek en düşük puan 4, en yüksek puan 20 ve Faydacı Alışveriş Deneyimi için alınabilecek en düşük puan 4, en yüksek puan 20'dir. Ölçeğe ilişkin faktörler arası korelasyon katsayılarının tamamının .30'un üzerinde olduğuna (en düşük .740 ile en yüksek .822 arasında değişen) işaret eden sonuçlar, ölçeğe ilişkin toplam puan hesaplanarak da toplam Ritüel Alışveriş Deneyimleri üzerinden de analizler yürütülebileceğine işaret etmektedir. Bu açıdan Ritüel Alışveriş Deneyimi için alınabilecek en düşük puan 13 en yüksek puan ise 65 olacaktır. Gerek üç boyutlu gerekse toplam puan açısından ölçekten alınan puanın artması, ritüel alışverişine yönelik olumlu deneyimleri ifade etmektedir.

Gerek AFA gerekse DFA bulguları göz önünde bulundurulduğunda, Ritüele Olan Bağlılık ölçeği ve buna bağlı ölçüm modeli, geçerli ve güvenilir kabul edilebilir. AFA'dan elde edilen psikometrik ölçüm sonuçları ilgili ölçeğin açıkladığı varyansın tatminkâr şekilde %84'ünü açıkladığını ortaya koymuştur. Bu anlamda ritüele olan bağlılığa yönelik duygusal bağlılık boyutu açıkladığı %70 varyans ile en yüksek katkıyı yapmakta, bunu %14 ile devam bağlılığı izlemektedir. Ölçeğin ve buna bağlı ölçüm modelinin iki faktörlü ve tek faktörlü birinci düzey DFA ile kabul edilebilir uyum indeksleri ürettiği, iki faktörlü yapı için kabul edilebilir birleşim ve ayrışım geçerliğine ve kabul edilebilir güvenirlik katsayılarına sahip olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla bu ölçeğin, hem tek faktörlü hem de iki faktörlü modelin Ritüele

Olan Bağlılığın değerlendirilmesine olanak sağladığı söylenebilir. Buna göre nihai olarak toplam 6 maddeden oluşan ölçekte; Duygusal Bağlılık 3 madde (1, 2, 3), ve Devam Bağlılığı 3 madde (4, 5, 6) ile temsil edilmektedir. 5'li likert tipinde (1.Kesinlikle Katılmıyorum, 2.Katılmıyorum, 3.Kısmen Katılıyorum, 4.Katılıyorum, 5.Kesinlikle Katılıyorum) geliştirilen ölçekte, Duygusal Bağlılık için alınabilecek en düşük puan 3 en yüksek puan 15 ve Devam Bağlılığı için alınabilecek en düşük puan 3, en yüksek puan 15'tir. Ölçeğe ilişkin faktörler arası korelasyon katsayısının .30'un üzerinde olması (.737), ölçeğe ilişkin toplam puan hesaplanarak da toplam Ritüele Olan Bağlılık üzerinden de analizler yürütülebileceğine işaret etmektedir. Bu açıdan Ritüele Olan Bağlılık için alınabilecek en düşük puan 6, en yüksek puan ise 30 olacaktır. Gerek iki boyutlu gerekse toplam puan açısından ölçekten alınan puanın artması, ritüele olan bağlılığın olumlu yönde geliştiğini ifade etmektedir.

Ölçekler ile ilgili verilen bu bilgiler ışığında; kavramsal olarak nitel aşamada ortaya konulan ritüel deneyim kuramı, geliştirilen ölçekler aracılığıyla toplanan veri ile test edilmiş ve doğrulanmıştır. Bu anlamda nicel aşamada elde edilen ölçüm modellerinin ve test edilen yapısal modelin nitel aşamada ortaya konulan kuram ile büyük ölçüde örtüştüğü ifade edilebilir.

Bu araştırmada, özel gün etkinlikleri bağlamında ritüel deneyimlerinin, ritüel alışveriş deneyimi ve ritüele olan bağlılık arasındaki ilişkiler Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) kullanılarak test edilmiştir. Elde edilen bulgular, ritüel deneyimlerinin farklı alt boyutları ile alışveriş deneyimleri ve bağlılık arasındaki doğrudan ve dolaylı ilişkileri ortaya koymuştur. Buna göre elde edilen sonuçlar; ritüele ilişkin duygusal alışveriş deneyimi ve yordayıcıları arasında, manevi ritüel deneyimi ile ilişki dışında diğer tüm doğrudan ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğuna ve bu ilişkiler açısından estetik ritüel deneyiminin en yüksek doğrudan etkiye sahipken, ritüel kaçış deneyiminin en düşük doğrudan etkiye sahip olduğuna işaret etmektedir. Bununla beraber sembolik alışveriş deneyimi açısından ritüele olan bağlılığın en yüksek doğrudan etkiye sahip olduğu, en düşük doğrudan anlamlı etkinin ise sosyal ritüel deneyiminde ortaya çıktığı dikkat çekmektedir. Faydacı alışveriş deneyimi açısından ise, sosyal ritüel deneyiminin en yüksek doğrudan etkiye sahip olduğu sonuçlara yansımıştır. Ritüele olan bağlılık açısından ise, sosyal ritüel deneyimi ve manevi ritüel deneyimi dışında diğer tüm doğrudan ilişkilerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu açıdan sembolik ritüel deneyiminin en yüksek doğrudan etkiye sahip olduğu göze çarpmaktadır.

Nicel aşamada yürütülen yapısal model testi sonuçları ayrıca; sosyal ritüel deneyimi, duygusal ritüel deneyimi ve manevi ritüel deneyimi ile ritüele ilişkin duygusal, sembolik ve faydacı alışveriş deneyimleri arasındaki ilişkilerde ritüele olan bağlılığın anlamlı bir aracılık etkisine sahip olmadığını ortaya koymuştur. Buna karşın, ritüele olan bağlılık değişkeninin, sembolik ritüel deneyimi, estetik ritüel deneyimi ve ritüel kaçış deneyimi ile ritüele ilişkin duygusal, sembolik ve faydacı alışveriş deneyimleri arasındaki ilişkilerde anlamlı bir aracılık etkisine sahip olduğu sonuçlara yansımıştır. Ritüele olan bağlılık değişkeninin en yüksek aracılık etkisinin, sembolik ritüel deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi arasında olduğu tespit edilmiş, bunu, sembolik ritüel deneyimi ile faydacı alışveriş deneyimi ilişkisi ve ritüel kaçış deneyimi ile sembolik alışveriş deneyimi ilişkisi izlemiştir. Manevi ritüel deneyimi dışında, ritüel deneyimleri ile ritüele ilişkin duygusal, sembolik ve faydacı alışveriş deneyimleri arasındaki doğrudan ilişkiler dikkate alındığında; istatistiksel olarak anlamsız olan özellikle sembolik ritüel deneyimi ve kaçış deneyimi ilişkilerinin, ritüele olan bağlılık değişkeninin aracı işlevi ile anlamlı olması, bu değişkenin ilgili modelde öngörüldüğü gibi, önemli bir aracılık görevi üstlendiğine, başka bir deyişle, bu açıdan önemli bir aracı değişken olduğuna işaret etmesi bakımından dikkate değerdir.

Ritüel deneyimlerinin alt boyutlarının ritüele ilişkin alışveriş deneyimlerinin alt boyutları üzerindeki toplam etkilerine ilişkin sonuçlar; sosyal ritüel deneyiminin, duygusal, sembolik ve faydacı alışveriş deneyimlerinin; sembolik ritüel deneyiminin, sembolik alışveriş deneyiminin; duygusal ritüel deneyiminin, duygusal alışveriş deneyiminin; estetik ritüel deneyiminin, duygusal, sembolik ve faydacı alışveriş deneyimlerinin; ritüel kaçış deneyiminin, duygusal ve sembolik alışveriş deneyiminin anlamlı yordayıcı değişkenleri olduğunu ortaya koymuştur. Buna karşın manevi ritüel deneyiminin alışveriş deneyimlerinin hiçbir boyutuna anlamlı katkı sağlamadığı göze çarpmaktadır. Toplam etki bakımından ritüele ilişkin duygusal ve sembolik alışveriş deneyiminin benzer şekilde en önemli yordayıcı değişkeninin estetik ritüel deneyimi; faydacı alışveriş deneyiminin en önemli yordayıcı değişkeninin ise sosyal ritüel deneyimi olduğu sonuçlara yansımıştır.

Bu sonuçlar ışığında, ritüel deneyimlerinin alışveriş davranışlarına olan etkisinin yalnızca yüzeysel bir etkileşim olmadığını, derin ve anlam yüklü bağlarla şekillendiğini söylemek mümkündür. Sonuçlar, ritüellerin tüketici davranışlarını yönlendiren güçlü bir motivasyon kaynağı olduğunu ve bu deneyimlerin, alışveriş sürecinde duygusal, sembolik ve faydacı boyutlarda farklı şekillerde ortaya çıktığını göstermektedir. Özellikle, ritüele olan bağlılık,

tüketicilerin alışveriş deneyimlerinde merkezi bir rol oynamaktadır. Bağlılığın hem duygusal hem de sembolik alışveriş deneyimleri üzerindeki doğrudan ve dolaylı etkileri, ritüellere duygusal veya sembolik anlamlar yükleyen bireylerin, bu ritüellere bağlılık geliştirdikçe alışveriş tercihlerini bu doğrultuda şekillendirdiklerini ortaya koymaktadır. Bağlılık, ritüel deneyimlerinin derinleşmesine ve alışveriş tercihlerini güçlü bir biçimde etkilemesine aracılık ederek, ritüel bağlamında tüketici davranışlarını daha kalıcı ve anlamlı hale getirmektedir. Bu sonuçlar, hem teorik hem de pratik açıdan önemli katkılar sunmakta, ritüel bağlamındaki alışveriş deneyimlerinin daha derinlemesine anlaşılmasını sağlamaktadır.

5.2. Öneriler

Çocuklar için düzenlenen özel gün etkinliklerinde annelerin yaşadıkları ritüel ve alışveriş deneyimlerine yönelik kuram oluşturma ve geliştirilen ölçek ile toplanan veri üzerinden kuramı test eden bu çalışmadan elde edilen sonuçlara dayalı olarak birtakım çıkarımlar yapılmış olup, bu başlıkta buna ilişkin öneriler sunulmuştur. Bu kapsamda elde edilen sonuçların gelecekte yürütülecek çalışmalara, teorik alan yazına ve pazarlama uygulamalarına yönelik çıkarımlarla önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Bu katkılara ve önerilere aşağıdaki alt başlıklarda sırasıyla değinilmiştir.

5.2.1. Teorik Alan Yazına Yönelik Çıkarımlar

Bu çalışmada, annelerin çocuk eksenli özel gün etkinliklerindeki ritüel deneyimlerine yönelik oluşturulan kuramın test edilmesinde kullanılacak, kuramın tüm boyutlarını kapsayan geçerli, güvenilir ve kullanışlı yeni ölçekler geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda ayrıntılarıyla ele alınan ve ortaya konan ritüel deneyim kuramına bağlı geliştirilen ölçeklerin alan yazında neredeyse bir ilk ve başlangıç niteliği taşıdığı ifade edilebilir. Özellikle Türk kültürü açısından böyle bir araştırmanın yapılmış olması, kültürel farklılıkları yansıtan ritüellere yönelik deneyimlerin ölçülmesi açısından önemli bir ipucu olabilir. Dolayısıyla benzer nitelikteki ölçeklerin geliştirilmesi sürecinde bir adım olarak nitelendirilebilecek bu ölçeklerin, araştırmacılar için rehber niteliği taşıdığı ve ele alınacak çeşitli değişkenler ile ilişkileri ortaya koymada güvenilir ölçme araçları olarak hizmet edeceği düşünülmektedir. Özellikle Türk kültürü bağlamında, bu araştırma vasıtasıyla ortaya konan ölçeklerin, benzer araştırmalara kıyasla özgün ve farklı değerler sunarak uygulayıcılara kolaylık sağlayacağı ifade edilebilir.

Ritüellerin uygulandığı kültürler bazında çeşitlendiği düşünüldüğünde, bu araştırmada geliştirilen ölçeklerin, yalnızca Türk kültürü açısından değil, aynı zamanda yabancı kültürde yürütülecek çalışmalar açısından da önemli olduğu da dikkate değer diğer bir noktadır. Bu araştırma aynı zamanda gerek annelik sürecinin gerekse de ritüel ve alışveriş bağlamlarında yaşanan deneyimlerin karmaşık ve bir o kadar da özgün deneyimlerle şekillenen yapısına odaklanması, alan yazına konuyla ilgili bütüncül bir bakış açısı sunmaktadır. Bu bakımdan alan yazında görece daha çok ritüelleri nitel ya da nicel aşamalar ile sınırlı bağlamlara odaklanıldığı düşünüldüğünde, bu çalışma sonucunda annelik sürecindeki ritüel ve alışveriş deneyimlerinin ayrıntılarına dikkat çekilmesi önemli çıkarımlar sağlamaktadır. Tüm bunların teorik alanyazına katkı sağlayacak sonuçlar olduğu söylenebilir.

5.2.2. Uygulamaya Yönelik Çıkarımlar

Tüketimin ruhunun, bireylerin özünü ortaya çıkaran deneyimlerle dolu olduğu ifade edilebilir. Bu anlamda çocukları için özel gün etkinlikleri düzenleyen annelerin, bu süreçte yaşadıkları deneyimlerin anlaşılması, etkinliklerin düzenlenmesi biçimine ve tüketim sürecine olan yansımaları açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlar, özel gün etkinlikleri için organizasyon hizmeti sunan işletmelere bireylerin arzu ettikleri deneyime uygun tasarımlar ile daha üretken ve rekabet avantajı ile hizmet sunmalarına bir kaynak niteliği taşıyabilir. Aynı zamanda pazarlama uzmanlarına, ritüellerle ilgili tüketim unsurlarını tasarlama, üretme ve pazarlama süreçlerindeki kararlarda yol gösterici olacaktır. Bu çalışmanın, anne kimlikleri ile kadınlar açısından da arzu ettikleri deneyimler açısından yol gösterici ve hatırlatıcı olabileceği ifade edilebilir. Ritüel ve alışveriş deneyimleri ile ilgili ayrıntıları içinde barındıran araştırma sonuçları, annelerin halihazırda gerçekleştirdikleri etkinlikleri gözden geçirme ya da ileride gerçekleştirecekleri etkinliklerin çerçevesini belirlemede onlara rehberlik sağlayabilir.

Pazarlama uygulamaları açısından değerlendirildiğinde; firmaların çocuklara yönelik özel gün etkinliklerinde ailelerin yaşadığı duygusal ve sosyal deneyimlere odaklanmaları, markaların müşterilerine özel gün kutlamaları için kişiselleştirilmiş tasarımlar sunmaları, müşterilerin duygusal bağlılığını artırmada önemli olabilir. Bu kapsamda özellikle ritüellerin sosyal bağları güçlendirdiğinden harekete firmalar, sosyal etkileşimi destekleyen etkinlik hizmetleri sunarak bu bağları güçlendirebilir. Topluluk etkinlikleri organize ederek veya anne-çocuk atölyeleri sunarak, markalar sosyal etkileşimi teşvik edebilir. Bu etkinliklere

sponsor olmak veya bu tür etkinliklerde iş birliği yapmak, markaların sosyal algısını güçlendirecektir. Bununla birlikte alışverişin sembolik yönü güçlü bir deneyim olarak öne çıktığı için markalar, ürünlerin sembolik değerini öne çıkararak, annelerin çocukları için anlam yüklü tercihler yapmalarını teşvik edebilir. Yalnızca tüketici ve pazarlama kanalları arasında kurulan fiziksel etkileşim noktaları açısından değil, günümüz trendi olan online ve sosyal medya aracılığıyla duvarları ortadan kaldıran dijital pazarlama çabaları açısından da önemli öneriler sunulabilir. Bu yüzden annelerin ritüel etkinlikleri planlarken öncelikli olarak çevrim içi araştırma yaptıkları ve ilgili hallerde online ya da yüz yüze kanallar aracılığıyla alışveriş tercih ettikleri göz önüne alınarak, firmalar dijital ve fiziksel mağaza deneyimlerini entegre etmelidir. Burada öncelikli olarak firmaların, müşterilerin çevrim içi platformlarda alışveriş planlaması yapabileceği ve kişiselleştirilmiş öneriler alabileceği dijital çözümler sunmaları; aynı zamanda, mağazalarda etkinlik öncesi danışmanlık hizmetleri sağlayarak deneyimsel bir alışveriş süreci sağlamaları önem taşımaktadır.

5.2.3. Gelecek Araştırmalara Yönelik Çıkarımlar

Alan yazın açısından değerlendirildiğinde; başlangıç niteliğinde olan bu çalışma, belli bir dönem ve Türkiye’de yaşayan sınırlı sayıdaki anneler ile sınırlıdır. Dolayısıyla, ileride yürütülecek çalışmaların, farklı şehir kombinasyonları ile şekillenen örneklemeler üzerinde gerçekleştirilmesi karşılaştırma olanağı açısından yararlı sonuçlar ortaya koyabilir. Aynı zamanda bu çalışmada, çocuk eksenli özel gün etkinliklerindeki ritüel deneyimlerine bütüncül bir bakış açısıyla yaklaşarak, annelerin bu süreçte yaşadıkları deneyimlerin tüketim perspektifi ile değerlendirilmesi, geliştirilen ölçekler aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Bu anlamda anneler bağlamında gerçekleştirilen bu çalışmada tek bir ritüele odaklanılması, araştırma sonuçlarının bütün ritüellere genellenebilirliği açısından bir kısıt oluşturmaktadır. Dolayısıyla ileriki çalışmalarda farklı bağlamlarda yaşanan ritüellere odaklanılması özgün araştırma sonuçları sağlanmasına zemin hazırlayabilir.

Araştırmanın nicel aşamasında kolayda ve kartopu örnekleme yönteminin kullanılması, özellikle ölçek geliştirme açısından doğru bir süreci temsil etmekle birlikte; yapısal eşitlik modellemesi ile elde edilen sonuçların Türkiye evrenine genellenebilirliği açısından bu örneklemin bir kısıtlama oluşturacağı ve sonuçların buna göre değerlendirilmesi gerektiği ifade edilebilir. Bunun için ileriki çalışmalarda yansız örnekleme üzerinden benzer araştırmaların daha genellenebilir ve yararlı sonuçlar ortaya koyabilecektir. Bununla birlikte

nicel araştırma süreci, katılımcıların doğru beyanda bulundukları varsayımıyla, katılımcıların öz aktarımına dayalı bir veri toplama sürecinden oluşmuştur. Dolayısıyla bulguların genellenebilirliği açısından bu durum dikkate alınmalıdır.

Aynı zamanda bu çalışma, ritüel ve alışveriş deneyimlerinin ritüele olan bağlılık değişkeni ile ele alınması ile sınırlı olmakla birlikte, ilerideki çalışmalarda farklı değişkenlerin işe koşulması, faydalı araştırma çıktıları elde edilmesine zemin hazırlayabilir. Özellikle kişisel özelliklerin düzenleyici etkilerini ele alan yeni çalışmaların yürütülmesi, alan uzmanlarının pazarlama çabalarını daha sofistike düzenlemeleri açısından yol gösterici olabilir. İleriki çalışmalarda, geliştirilen ritüel deneyim ölçeklerinin, farklı araştırma tasarımları ile harmanlanması, başka örneklemelerde test edilmesi ve farklı değişkenlerle olan ilişkilerinin ortaya konması da faydalı ve özgün sonuçlar doğurabilir. Aynı zamanda bu çalışma, tüketici deneyimlerinin ritüel bağlılığı ve sosyal etkileşimlerle şekillendiğini ortaya koymaktadır; ilerleyen araştırmalarda ritüel bağlılığının farklı demografik gruplar üzerindeki etkileri incelenebilir. Bununla birlikte, sembolik tüketimin, tüketici kimliği ve sosyal ilişkiler üzerindeki etkilerinin daha fazla vurgulanacağı çalışmalar; özellikle, bireylerin sosyal statülerini pekiştiren alışveriş pratiklerinin kültürel bağlamda nasıl geliştiğinin ortaya konması açısından önem taşıyabilir.

KAYNAKÇA

- Abbott, L. (1955). *Quality and competition*. Columbia University Press.
- Addis, M. & Holbrook, M.B. (2001). On the conceptual link between mass customisation and experiential consumption: an explosion of subjectivity. *Journal of Consumer Behaviour*, 1(1), 50-66.
- Afflerback, S., Carter, S. K., Anthony, A. K. & Grauerholz, L. (2013). Infant-feeding consumerism in the age of intensive mothering and risk society. *Journal of Consumer Culture*, 13(3) 387–405.
- Afflerback, S., Anthony, A. K., Carter, S. K. & Grauerholz, L. (2014). Consumption rituals in the transition to motherhood. *Gend. Issues*, 31, 1–20.
- Ahola, E. K. (2005). How is the concept of experience defined in consumer culture theory? discussing different frames of analysis. *Kuluttajatuhtimus Nyt*. 1, 91-98.
- Ahuvia, A. C. (2005). Beyond the extended self: Loved objects and consumers' identity narratives. *Journal of Consumer Research*, 32 (1), 171-84.
- Akgül, O. (2004). Tümdengelim ve tümevarım yaklaşımları ve uygulamaları. *Seyahat ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 137-142,
- Akgül, D. & Varinli, İ. (2017). Hedonik (hazcı) tüketimin özel günlerdeki alışveriş kültürü üzerindeki etkisi ve ülkelerarası karşılaştırmalı bir araştırma. *U.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 1-36.
- Akyol, A. & Arslan, M. (2020). The motherhood experiences of women employees: An interpretive field study in turkey. *Ege Akademik Bakış*, 20(4), 265-281.
- Akın, A. & Akın, Ü. (2017). Does Self-Compassion Predict Spiritual Experiences of Turkish University Students? *J Relig Health*, 56:109–117.
- Aktan, E. & Kayış, H. H. (2018). Sosyal medya ve değişim: Bloglar aracılığıyla anneliğin evrimi üzerine netnografik bir analiz. *Online Academic Journal of Information Technology*, 9(32), 39-54.
- Akrich, M., & Pasveer, B. (2004). Embodiment and disembodiment in childbirth narratives. *Body and Society*, 10(2–3), 63–84.
- Ali, H. & Birley, S. (1999). Integrating deductive and inductive approaches in a study of new ventures and customer perceived risk. *Qualitative Market Research*, 2(2), 103.
- Allen, R. S., Phillips, L. L., Roff, L. L., Cavanaugh, R. & Day, L. (2008). Religiousness/spirituality and mental health among older male inmates. *Gerontology*, 48, 692–697.
- Altaş, B. (2018). Kutlama ve armağanlarla kuşatılan annelik: Diş buğdayı, baby shower ve annelik eksenindeki diğer ritüeller. *Mediterranean Journal of Humanities*, 8(2), 1-31.

- Amati, F. & Pestana, F. (2015). Consumption rituals: A strategic marketing framework. *Economic Studies*, 2, 229-246.
- Ambard, M. A (2004). Photo-Assisted Exploration of Sense of Place in Hinton and Jasper Alberta, Edmonton: University of Alberta, Rural Sociology.
- Ambrose, M. (2010). *Voluntary simplicity as an urban lifestyle: Resisting a consumer economy*. [PhD Thesis, The University of Calgary]
- Andreini, D., Pedeliento, G., Zarantonello, L. & Solerio, C. (2018). A renaissance of Brand experience: advancing the concept through a multiperspective analysis. *Journal of Business Research*, 91, 123-133.
- Andriotis, K., Foroudi, P. & Marvi, R., (2020). Heritage Destination Love, Qualitative Market Research. *An International Journal*.
- Arendell, T. (2000). Conceiving and investigating motherhood: The decade's scholarship. *Journal of Marriage and Family*, 62(4), 1192–1207.
- Argyle, M. & B. Beit-Hallahmi. (1975). *The social psychology of religion*. Routledge and Kegan Paul.
- Armbrecht, J., & Andersson, T. D. (2020). The event experience, hedonic and eudaimonic satisfaction and subjective well-being among sport event participants. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 12(3), 457–477.
- Arnould, E. J. & Price, L. L. (1993). River magic: Extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 24-45.
- Arnould, E. J. (2007). Consuming experience. Retrospects and prospects. In: A. Carú&B.Cova(eds), *Consuming Experience* (pp. 185-194), Routledge.
- Arnould, E. J., Price, L. L. & Otnes, C. (1999). Making magic consumption: A study of white water river rafting. *Journal of Contemporary Ethnography*, 28(1), 33-68.
- Arnould, E. J., Price, L. & Zinkhan, G. (2002). *Consumers*. McGraw-Hill.
- Arnould, M. J. & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79, 77-95.
- Arnould, E. J. & Thompson C. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868–882.
- Asan, K., Darvishmotevali, M., Altınay, L. & Yolal, M. (2023). The effect of event experience on subjective well-being through perceived event benefit in neo-tribes. *Tourism Management Perspectives*, 48, 101146.
- Askegaard, S. & Linnet, J. T. (2011). Towards an epistemology of consumer culture theory: phenomenology and the context of context. *Marketing Theory*, 11(4), 381-404.
- Astrow, A. B, Puchalski, C. M. & Sulmasy, D. P. (2001). Religion, spirituality and health care: social, ethical, and practical considerations. *The American Journal of Medicine*, 110,283–7.

- Atran, S. & Henrich, J. (2010). The evolution of religion: How cognitive by-products, adaptive learning heuristics, ritual displays, and group competition generate deep commitments to prosocial religions. *Biological Theory*, 5, 18–30.
- Babbie, E., R. (2007). *The practice of social research* (11th Ed.). Thomson Wadsworth.
- Babin, B. J. & Darden, W. R. (1995). Consumer self-regulation in a retail environment. *Journal of Retailing*, 71(1), 47-70.
- Babin, B. J., Darden, W. R. & Griffin, M. (1994). Work and /or fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping values. *Journal of Consumer Research*, 20, 644-656.
- Badot, O., Carrier, C., Cova, B., Desjeux, D. & Filser, M. (2009). The contribution of ethnology to research in consumer and shopper behavior: Toward ethnomarketing. *Recherche et Applications en Marketing*, 24(1), 93-111.
- Baghdarnia, M., Soreh, R. F. & Gorji, R. (2014). The comparison of two methods of maximum likelihood (ML) and diagonally weighted least squares (DWLS) in testing construct validity of achievement goals. *Journal of Educational and Management Studies*, 4(1), 22-38.
- Bagozzi, R. P. (1975). Marketingas Exchange. *Journal of Marketing*, 39 (October), 32-39.
- Bagozzi, R. P. (1997). Goal-directed behaviors in marketing: The role of emotion, volition, and motivation. *Psychology and Marketing*, 4(3), 309-13.
- Bailey, L. (1999). Refracted selves? A study of changes in self-identity in the transition to motherhood. *Sociology*, 33(2), 335–352.
- Baker, T.L. (1994). *Doing social research* (2nd ed.). McGraw-Hill Inc.
- Ballantine, P. W. & Creery, S. (2010). The consumption and disposition. *Journal of Consumer Behaviour*, 9, 45-56.
- Bandalos, D. (2018). *Measurement theory and applications for the social sciences*. The Guilford Press.
- Banister E. N & Hogg M. K. (2006). Experiencing motherhood: The importance of possible selves to new mothers. *Advances in Consumer Research*, 33, 343-344.
- Bareiss A., Woodbury, A. & Durfee A. (2009). Children's birthday parties. Welfare and constructions of motherhood in The United States. *Journal of the Association for Research on Mothering*, 11(2), 85–97.
- Barthes, R. (1997). *Toward a psychosociology of contemporary food consumption*. Routledge.
- Bascur, C. & Rusu, C. (2020). Customer Experience in Retail: A Systematic Literature Review. *Applied Sciences*, 10, (21), 7644.
- Baumeister, R. F. & Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497–529.
- Bayrı, M. H. (1939). *Halk adet inanmaları*. Burhanettin Basımevi.
- Beattie, J. (1966). Ritual and social change. *Man New Series*, 1(1), 60-74.
- Becker, C. (1992). *Living and relating: An introduction to phenomenology*. Sage.

- Becker, L. & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 630-648.
- Belk, R. W. (1979). Gift giving behavior. In J. Sheth (Ed.), *Research in marketing* (Vol. 2, pp. 95-126). JAI Press.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15, 139-168.
- Belk, R. W. (1990). Halloween: An evolving american consumption ritual. *Advances in Consumer Research*, 17, 508-517.
- Belk, R. W., Bahn, K. & Mayer, R. N. (1982). Developmental recognition of consumption symbolism. *Journal of Consumer Research*, 9, 4-17.
- Belk, R. W., Ger G. & Askegaard, S. (2003). The fire of desire: A multisited inquiry into consumer passion. *Journal of Consumer Research*, 30 (3), 326-51.
- Belk, R. W. & Kozinets, R.V. (2005). Videography in marketing and consumer research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8(2), 128-141.
- Belk, R. W., Wallendorf, M. & Sherry, J. F. (1989). The sacred and the profane in consumer behaviour: Thoeidicy on the odyssey. *Journal of Consumer Research*, 16, 1-38.
- Bell, C. (1992). *Ritual theory, ritual practice*. Oxford University Press
- Bell, C. (1997). *Ritual: Perspectives and dimensions*. Oxford University Press.
- Bellenger, D. N & Korgaonkar, P. K. (1980). Profiling the recreational shopper. *Journal of Retailing*, 56, 77-91.
- Berryman, T. (2005). *Jumping the rail: Exploring the lives of lesbian and bisexual women students on university campuses*. Loyola University Chicago.
- Betancourt, H., Flynn, P. M., Riggs, M. & Garberoglio, C. (2001). A cultural research approach to instrument development: The case for breast and cervical cancer screening among Latino and Anglo women. *Health Education Research*, 25(6), 991-1007.
- Bhattacharjee, A. & Mogilner, C. (2014). Happiness from ordinary and extraordinary experiences. *Journal of Consumer Research*, 41 (1), 1-17.
- Bigné, J. E., Andreu, L. & Matilla, A. (2008). The impact of experiential consumption cognitions and emotions on behavioral intentions. *Journal of Services Marketing*, 22(4), 303-315.
- Bird, F. (1980). The contemporary ritual milieu. In R. B. Browne (Ed.), *Rituals and ceremonies in popular culture* (pp. 19-35). Bowling Green University Popular Press.
- Birdwell, A. I. E. (1968). A study of the influence of image congruence on consumer choice. *Journal of Business*, 41 (January), 76-88.
- Bitner, M. J., Faranda, W., Hubbert, A. & Zeithaml, V. A. (1997). Customer contributions and roles in service delivery. *International Journal of Service Industry Management*, 8(3), 193-205.
- Blake, J. (2014). Identity on the march: Participating in contentious rituals in Northern Ireland. *APSA 2014 Annual Meeting Paper* (Vol. 42).

- Blumer, H. (1980). Mead and blumer: The convergent methodological perspectives of social behaviorism and symbolic interactionism. *American Sociological Review*, 45(3), 409-419.
- Blodgett-Mcdeavitt, C. S. (1997). Meaning of Participating in Technology Training: A Phenomenology.
- Bogdan, R. C. & Biklen, S. K. (1998). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*. Allyn and Bacon.
- Bosco, F. M., Bucciarelli, M. & Bara, B. G. (2004). The fundamental context categories in understanding communicative intentions. *Journal of Pragmatics*. 36, 467–488.
- Bossard, J. H. S. & Boll, E. S. (1950). *Ritual in family living*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- Bowen, G. A. (2005). Preparing a qualitative research-based dissertation: Lessons learned. *The Qualitative Report*, 10(2), 208-222.
- Boyer, P. & Liénard, P. (2006). Why ritualized behavior? Precaution systems and action parsing in developmental, pathological and cultural rituals. *Behavioal and Brian Sciences*, 29(6), 595-650.
- Bozyiğit, S. & Madran, C. (2018). Çocukların çevre bilinçli tüketici olarak sosyalleşmesinde annelerin çocuk yetiştirme tutumlarının rolü. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 173-196.
- Bradford, T. W. & Sherry, J. F. (2013). Orchestrating rituals through retailers: An examination of gift registry. *Journal of Retailing*, 89(2), 158–175.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H. & Zarantonello, L. (2009). Brand experience:What is it? How is it measured? Does it affect loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52-68.
- Brantlinger, E., Jimenez, R., Klingner, J., Pugach, M., & Richardson, V. (2005). Qualitative studies in special education. *Exceptional children*, 71(2), 195-207.
- Brewis, J. & Warren, S. (2011). Have yourself a merry little christmas? Organizing christmas in women's magazines past and present. *Organization*, 18(6), 747–762.
- Brooks, A. W., Schroeder, J., Risen, J. L., Gino, F., Galinsky, A. D., Norton, M. I. & Schweitzer, M. E. (2016). Don't stop believing: Rituals improve performance by decreasing anxiety. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 137, 71–85.
- Brown, D., Foroudi, P. & Hafeez, K., 2019. Marketing management capability: the construct, and its dimensions: An examination of managers and entrepreneurs' perception in the retail setting, *Qualitative Market Research: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/qmr-10-2017-0131>
- Brown, S. (1999). Devaluing value: The apophatic ethic and the spirit of postmodern consumption. In M. B. Holbrook (Ed.), *Consumer value: A framework for analysis and research* (pp. 159-182). Routledge.
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory factor analysis for applied research* (2nd ed.). The Guilford Press.

- Brun, I., Rajaobelina, L., Ricard, L., & Berthiaume, B. (2017). Impact of customer experience on loyalty: A multichannel examination. *The Service Industries Journal*, 37, 317-340.
- Bryant, A. & Charmaz, K. (2007). Grounded theory research: Methods and practices. In A. Bryant and K. Charmaz (Eds.), *The sage handbook of grounded theory* (pp. 1- 28). Sage.
- Bryman, A., 2006. Integrating quantitative and qualitative research: How is it done? *Qualitative Research*, 6(1), 97–113.
- Bueno, E. V., Weber, T. B. B., Bomfim, E. L. & Kato, H. T. (2019). Measuring customer experience in service: Asystematic review. *The Service Industries Journal*, 39(11-12), 779-798.
- Burrell G. & Morgan G. (1979). *Sociological Paradigms and Organisational Analysis*. New York 1979.
- Bushman, B. B. & Holt-Lunstad, J. (2009). Understanding social relationship maintenance among friends: why we don't end those frustrating friendships. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 28(6), 749-778.
- Bustard, J. R. T., Bolan, P., Devine, A. & Hutchinson, K. (2019). The emerging smart event experience: an interpretative phenomenological analysis. *Tourism Review*, 74(1), 116-128.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Pegem.
- Töret B., A. (2017) Geleneksel doğuma hazırlık uygulamalarının günümüz kent toplumuna evrimine bir örnek: Bebek kutlama partisi. *Folklor/Edebiyat*, 90, 129-150.
- Töret, B. A. (2018). Geleneksel cinsiyet tayini uygulamalarının günümüz kent toplumuna evrimine bir örnek: Cinsiyet partileri. *Folklor/Edebiyat*, 24(94), 103-118.
- Byström, C. (2015). The Ritual Construction of Fetal Personhood A Voyage through the Gendering of the Unborn in Peruvian Baby Showers. Department of Ethnology, History of Religions and Gender studies (ERG), Gender Studies III Spring term 2015.
- Campbell, C. (1997). Romanticism, introspection and consumption: A response to professor Holbrook. *Consumption, Markets and Culture*, 1(2): 165–173.
- Campbell. D. T. & Fiske, D. (1959). Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psychological Bulletin*, 56, 81-105.
- Campbell, J. (1972). *A myths to live by*. Viking.
- Caplow, T. (1982). Christmas gifts and kin networks. *American Sociological Review*, 47(3), 383-392.
- Carrigan M. & Szmigin I. (2004). Time, uncertainty and the expectancy experience: An interpretive exploration of consumption and impending motherhood. *Journal of Marketing Management*, 20(7), 771-798.
- Carrier, J. G. (2005). *Gifts and commodities: Exchange and western capitalism since 1700*. Routledge.
- Carrigan M. & Szmigin I. (2006). Mothers of invention: Maternal empowerment and convenience consumption. *European Journal of Marketing*, 40(9), 1122-1142.

- Carter, T. J. & Gilovich, T. (2010). The relative relativity of material and experiential purchases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(1), 46-159.
- Carù, A. & Cova, B. (2003). Revisiting consumption experience: A more humble but complete view of the concept. *Marketing Theory*, 3(2): 267-286.
- Carù, A. & Cova, B. (2007a). Consuming experience. Routledge.
- Castañõ, R., Perez, M. A. & Quintanilla, C. (2010). Cross-border shopping: Family narratives. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 13(1), 45-57.
- Cengiz, H. (2014). *Gönüllü sade yaşam davranışının ölüm tüketimi davranışına yönelik tutumlar üzerine etkisi: Türk ve Amerikan kültürleri arasında bir karşılaştırma* [Doktora tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Chaney, D. Lunardo, R. & Rémi Mencarelli, R. (2018). Consumption experience: past, present and future. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 21(4), 402-420.
- Chang, S. (2018). Experience economy in hospitality and tourism: Gain and loss values for service and experience. *Tourism Management*, 64, 55-63.
- Chapman, L. S. (1987). Developing a useful perspective on spiritual health: Love, joy, peace, and fulfillment. *American Journal of Health Promotion*, 1, 12-17.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Sage.
- Cheung, G. W., & Rensvold, R. B. (2002). Evaluating goodness-of-fit indexes for testing measurement invariance. *Structural Equation Modeling. A Multidisciplinary Journal*, 9, 233-255.
- Chevtchouk, Y., Veloutsou, C. & Paton, R. A. (2021). The experience – economy revisited: an interdisciplinary perspective and research agenda. *Journal of Product and Brand Management*, 30(8), 1288-1324.
- Chin, W. & Newsted, P. (1999). Structural equation modeling analysis with small samples using partial least square, in *Statistical Strategies for Small Sample Research*.
- Chou, C. Y., Huang, S. C., & Mair, J. (2018). A transformative service view on the effects of festivalscapes on local residents' subjective well-being. *Event Management*, 22(3), 405-422.
- Christy, R. & Wood, M. (1999). Researching Possibilities in Marketing. *Qualitative Market Research*, 2, 3: 189.
- Chronis, A. & Hampton, R. (2002). Theory building for experiential consumption: The use of the phenomenological tradition to analyze international tourism. *American Marketing Association, Conference Proceedings*, 13: 318-319, 2002.
- Chun, H. H., Diehl, K. & MacInnis, D. (2017). Savoring an upcoming experience affects ongoing and remembered consumption enjoyment. *Journal of Marketing*, 81(3), 96-110.
- Clarke, A. J. (2007). Consuming children and making mothers: Birthday parties, gifts and the pursuit of sameness. *Horizontes Antropológicos*, 13(28), 263-287.
- Clarke, P. (2007). A measure for christmas spirit. *Journal of Consumer Marketing*, 24(1), 8-17.

- Clarke, I., Kell, I. Schmid, R. & Vignali, C. (1998). Thinking the thoughts they do: symbolism and meaning in the consumer experience of the British pub. *Qualitative Market Research*, 1, 3: 132.
- Clarkson, J. J., Janiszewski, C. & Cinelli, M. D.(2013). The desire for consumption knowledge. *Journal of Consumer Research*, 39 (6), 1313–29.
- Collett, J. L. (2005). What kind of mother am I? Impression management and the social construction of motherhood. *Symbolic Interaction*, 28(3), 327–347.
- Collier, J., Jr. & Collier, M. (1986). Visual anthropology: Photography as a research method. Mexico: Albuguergue, University of New Press.
- Collins, R. (2004). *Interaction ritual chains*. Princeton University Press.
- Cook, D. T. (2008). The missing child in consumption theory. *Journal of Consumer Culture*, 8(2), 219–243.
- Cook, T. D. & Reichardt, C. S. (1979). *Qualitative and quantitative methods in evaluation research*. Sage.
- Cowan, K. ve Spielmann, N. (2017). The influence of rituals on luxury product consumption: implications for brands. *Journal of Brand Management*, 24, 391–404.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design*. Sage.
- Creswell, J. W. (1999). Mixed method research: Introduction and application. In G. J. Cizek (Ed.), *Handbook of educational policy* (pp. 455-472). San Diego: Academic Press.
- Creswell, J. W. (2005). *Educational research*. Meril Prentice Hall.
- Creswell. J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Sage.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Sage.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed.). Pearson.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Sage
- Creswell, J., & Creswell, J. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd. ed.). Sage.
- Creswell, J. & Miller, D. L. (2000). Determining validity in qualitative inquiry. *Theory into Practice*, 39(3), 124-131.
- Creswell, J. W. & Piano Clark, V. L. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage.
- Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. (2011). *Designing and conducting mixed methods research* (2nd ed.). Sage.
- Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd ed.). Sage.

- Creswell, J. W., Fetters, M. D. & Ivankova, N. V. (2004). Designing a mixed methods study in primary care. *Annals of Family Medicine*, 2(1), 7-12.
- Creswell, J. W., Plano Clark, V. L., Guttman, M. & Hanson, W. (2003). Advanced mixed methods research designs. In: A. Tashakkori & C. Teddlie (Eds.), *Handbook on mixed methods in the behavioral and social sciences*, pp. 209-240. Sage.
- Creswell, J. W. & Tashakkori, A. (2008). How do research manuscripts contribute to the literature on mixed methods? *Journal of Mixed Methods Research*, 2(2), 115-120.
- Crotty M. (1996). *Phenomenology and nursing research*. Victoria.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper and Row.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). Go with the flow. *Wired Magazine*.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). Finding flow. *Psychology Today*, 30(4): 46-51.
- Csikszentmihalyi, M. (2000). The costs and benefits of consuming. *Journal of Consumer Research*, 27(2), 267-272.
- Csikszentmihalyi, M. & Rochberg-Halton, E. (1981). *The meaning of things: Domestic symbols and the self*. Cambridge University Press.
- Cuadradoa, M., Šerićb, M. & Gallarzac, M. G. (2018). Evaluating dance consumption through the experiential value approach. *Market-Tržište*, 30(2), 147-164.
- Çakır, S. Y., Eğinli, A. T. & Özdem, Ö. O. (2006). Hediye verme davranışı ve alışveriş merkezlerinde deneyim yaratma stratejileri: Sevgililer günü örneği. *İletişim Araştırmaları*, 4(1), 97-120.
- Çevik, H. & Şimşek, K. Y. (2020). The effect of event experience quality on the satisfaction and behavioral intentions of motocross World Championship spectators. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 21(2), 389-408.
- Darian J. C. (1998). Parent-child decision making in children's clothing stores. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 26(11), 421-28.
- Davies, A. & Elliot, R. (2006). The evolution of the empowered consumer. *European Journal of Marketing*, 40(9), 1106-1121.
- Davis, F. (1979). *A yearning for yesterday: A sociology of nostalgia*. MacMillan.
- Dawson, S., Bloch, P. & Ridgway, N. (1990). Shopping motives, emotional states, and retail outcomes. *Journal of Retailing*, 66(4), 408-27.
- De Vaus, D. (2002). *Surveys in social research*. Routledge.
- DeVellis, R. F. (2003). *Scale development: Theory and application* (2nd ed.). Sage.
- DeVellis, R. F. (2017). *Scale development: Theory and applications*. Sage.
- Dedeoğlu, A. Ö. (2005). Nitel ve Nicel Araştırmalarda Araştırma Kalitesini Değerlendirme Ölçütleri. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 4(13), 59-71.
- Dedeoğlu, A. Ö. (2010). Discourses of motherhood and consumption practices of Turkish mothers. *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 1-15.

- Demez G. (2011). Armağanın değişen sosyo-kültürel anlamları: Tüketim toplumu bağlamında bir hediyeleşme örneği olarak çiçek gönderme. *MJH*, 1/2, 87-103.
- Dennis, C., Brakus, J., Gupta, S. & Alamanos, E. (2014). The effect of digital signage on shoppers' behavior: The role of the evoked experience. *Journal of Business Research*, 67(11), 2250-2257.
- Dennis, C. L., Fung, K, Grigoriadis, S., Robinson, G.E. & Ross, L. (2007). Traditional postpartum practices and rituals: a qualitative systematic review. *Women's Health*, 3(4), 487-502.
- Denscombe, M. (2007). *The good research guide: For small-scale social research*. Open University Press.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act*, (2d ed.). McGraw-Hill.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (1998). *The landscape of qualitative research: Theories and issue*. Sage.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2004). *Handbook of qualitative research*. Sage.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2005). *The sage handbook of qualitative research* (3rd ed.). Sage.
- Desmet, P. & Hekkert, P. (2007). Framework of product experience. *International Journal of Design*, 1(1), 57-66.
- Dieck, M. C., Jung, T. H., & Rauschnabel, P. A. (2018). Determining visitor engagement through augmented reality at science festivals: An experience economy perspective. *Computers in Human Behavior*, 82(May), 44-53.
- Dick, A. S. & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113.
- Dietler, M. (2001). Theorizing the feast: Rituals of consumption, commensal politics, and power in African contexts. In *Feasts: Archaeological and Ethnographic Perspectives on Food, Politics, and Power*, edited by Michael Dietler and Brian Hayden, pp. 65-114. Washington, DC: Smithsonian.
- Dimitrov, D. M. (2010). Testing for factorial invariance in the context of construct validation. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 43(2), 121-149.
- DiStefano, C. & Morgan, G. B. (2014). A comparison of diagonal weighted least squares robust estimation techniques for ordinal data. Structural equation modeling. *A Multidisciplinary Journal*, 21, 425-438.
- Dittmar, H. (1992). *The social psychology of material possessions: To have is to be*. Harvester Wheatsheaf and St Martin's Press.
- Dodds, S., Bulmer, S. L. & Murphy, A. (2018). Exploring consumers' experiences of spiritual value in healthcare services. *Social Responsibility Journal*, 14(2), 287-301
- Dolich, I. J. (1969), Congruence relationships between self-images and product brands. *Journal of Marketing Research*, 6 (February), 80-85.

- Dossey, L. (2003). Samuelli conference on definitions and standards in healing research: working definitions and terms. *Alternative Therapies in Health and Medicine*, 9(3), A10-A12.
- Douglas, M. (1974). *Natural symbols: Explorations in cosmology*. Pantheon.
- Douglas, M. & Isherwood, B. (1996). *The world of goods, Towards an anthropology of consumption*. Routledge.
- Douglas, J. D. (1976). *Investigative social research: Individual and team field research*. Sage.
- Drengner, J., Jahn, S., & Gaus, H. (2010): Events and Loyalty Formation - The Role of Satisfaction, Felt Community, Emotional Experience, and Frequency of Use, in: Zanger, C. (Ed.): *Stand und Perspektiven der Eventforschung*. Springer Gabler, 151- 166.
- Driver T. F. (1996). *Transformation: The magic of ritual*. Prentice Hal.
- Driver, T. F. (1998). *Liberating rites: Understanding the transformative power of ritual*. Westview Press.
- Dube', L. & LeBel, J. L. (1999). Accounting for pleasure: On the unitary and multi-dimensional nature of hedonic experiences. *Advances for Consumer Research*, Ed.: E. J. Arnould ve L.M. Scott, 60-161.
- Dube, L., & Lebel, J. (2003). The categorical structure of pleasure. *Cognition and Emotion*, 17, 263– 297.
- Dugar, K. K.(2017). *Consumers' perceptions of voluntary and involuntary deconsumption: an exploratory sequential scale development study*. Electronic Theses and Dissertations. 1304.
- Dulaney, S. & Fiske, A. P. (1994). Cultural rituals and obsessive-compulsive disorder: Is there a common psychological mechanism? *Ethos*, 22, 243-283.
- Dunn, E. W. & Norton, M. M. (2013). *Happy money: The science of smarter spending*. Simon & Schuster.
- Durkheim, E. (1912). *The elementary forms of religious life*. Free Press.
- Ebrahim, R., Ghoneim, A., Irani, Z. ve Fan, Y. (2016). A brand preference and repurchase intention model: the role of consumer experience. *Journal of Marketing Management*, 32(13), 1230–1259.
- Edgell, S., Hetherington, K. & Warde, A. (1997). *Consumption matters: The production and experience of consumption*. Blackwell.
- Edin, K. & Lein, L. (1997). *Making ends meet: How single mothers survive welfare and low-wage work*. Russell Sage Foundation.
- Ekşi, H. & Kardaş, S. (2017). Spiritual well-being: Scale development and validation. *Spiritual Psychology and Counseling*, 2, 73–88.
- Eisler, R. & Montuori, A. (2003), The human side of spirituality, in Giacalone, R.A. and Jurkiewicz, C.L. (Eds), *Handbook of workplace spirituality and organizational performance*, M. E. Sharpe.

- Elario, M. (1997). Luke, C. (Ed). (1996). *Feminisms and pedagogies of everyday life*. Albany, NY: State University of New York Press. 327 pages., *Women's Studies in Communication*, 20(1), 88-90.
- Elliot, E.A. & DeBerry-Spence, B. (2010). Transmodern metaphors and consumer spirituality, in Campbell, M.C., Inman, J. and Pieters, R. (Eds), *Advances in Consumer Research*, Vol. 37.
- Elliott, R. (1997). Existential consumption and irrational desire. *European Journal of Marketing*, 34(4), 285-96.
- Elliott, R. & Wattanasuwan, K. (1998). Brands as resources for the symbolic construction of identity. *International Journal of Advertising*, 17(2): 131-44.
- Ellison, C. G. (1991). Religious involvement and subjective well-being. *Journal of Health and Social Behaviour*, 32, 80-99.
- Ellison, C. G. & Fan, D. (2008). Daily spiritual experiences and psychological well-being among US adults. *Social Indicator Research*, 88, 247–271.
- Emmons, R. A. (1999). *The psychology of ultimate concerns: Motivation and spirituality in personality*. Guilford Press.
- Emmons, R. A., Cheung, C. & Thehrani, K. (1998). Assessing spirituality through personal goals: Implications for research on religion and well-being. *Social Indicators Research*, 45, 391-422.
- Epp A. M. & Price L. L. (2008). Family identity: A framework of identity interplay in consumption practice. *Journal of Consumer Research*, 35(1), 50- 70.
- Erevelles, S. (1998). The role of affect in marketing. *Journal of Business Research*, 42(3), 199-215.
- Erfina, E., Widyawati, W., McKenna, L., Reisenhofer, S. & Ismail, D. (2019). Adolescent mothers' experiences of the transition to motherhood: An integrative review. *International Journal of Nursing Sciences* 6, 221-228.
- Ergül, G. & Yıldız, S. (2021). Sosyal medyada sosyal annelik: Instagram Anneliği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 661-627.
- Erikson, E. H. (1977). *Toys and reasons. Stages in the ritualization of experience*. Norton.
- Erikson, E. H. (1982). *The Life Cycle Completed*. Norton.
- Erk, Z. (1976). Anadolu'da Kırklama. *I. Uluslararası Türk Folklor Kongresi Bildirileri IV*, 101-109.
- Erkuş, A. (2014). *Psikolojide ölçme ve ölçek geliştirme-I: Temel kavramlar ve işlemler*. Pegem Akademi.
- Erkuş, A. (2022). Ölçek geliştirmeye hazırlık. M. Acar Güvendir, & Y. Özer Özkan, *Tüm yönleriyle ölçek geliştirme süreci- içinde* (s. 1-25). Pegem Akademi.
- Evans, J., & Mathur, A. (2005). The value of online surveys. *Internet research*, 15(2), 195-219.

- Fabrigar, L., Wegener, D., MacCallum, R., & Strahan, E. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological methods*, 4(3), 272-299.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism*, (2nd Ed.). Sage.
- Fei, X., Huang, Y. & Huang, Q. (2021). Research on scale development of consumption rituals. *Journal of Contemporary Marketing Science*, 4(1), 132-160.
- Felson, M. (1976). The differentiation of material life styles: 1925 to 1966. *Social Indicators Research*, 3(3), 397-421.
- Festinger, L., Schachter, S., & Back, K. (1950). *Social pressures in informal groups: A study of a housing community*. Stanford University Press.
- Fetters, M. D. & Freshwater, D. (2015). Publishing a methodological mixed methods research article. *Journal of Mixed Methods Research*, 9(3), 203-213.
- Fetters, M. D. & Molina-Azorin, J. F. (2019a). A checklist of mixed methods elements in a submission for advancing the methodology of mixed methods research. *Journal of Mixed Methods Research*, 13(4), 414-423.
- Fetters, M. D. & Molina-Azorin, J. F. (2019b). New requirements to include the methodological contribution in articles published in the Journal of Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 13(2) 138–142.
- Fiese, B. H. (1992). Dimensions of family rituals across two generations: Relation to adolescent identity. *Family Process*, 31, 151-162
- Fiese, B. H. (2006). *Family routines and rituals*. Yale University Press.
- Fiese, B. H. (2007). Routines and rituals: Opportunities for participation in family health. *OTJR: Occupation, Participation and Health*, 27(Supplement), 415.
- Fiese, B. H. & Kline, C. A. (1993). Development of the family ritual questionnaire: Initial reliability and validation studies. *Journal of Family Psychology*, 6(3), 290-299.
- Fiese, B. H., Foley, K. P. & Spagnola, M. (2006). Routine and ritual elements in family mealtimes: Contexts for child well-being and family identity. *New Directions for Child and Adolescent Development*, 111, 67.
- Fiese, B. H., Hooker, K. A., Kotary, L. & Schwagler, J. (1993). Family rituals in the early stages of parenthood. *Journal of Marriage and Family*, 55(3), 633-642.
- Fiese, B. H., Tomcho, T. J., Douglas, M., Josephs, K., Poltrock, S. & Baker, T. (2002). A review of 50 years of research on naturally occurring family routines and rituals: Cause for celebration? *Journal of Family Psychology*, 16(4), 381-390.
- Firat, A. F. (2001). The Meanings and messages of Las Vegas: The present of our future. *Management* 4(3): 101–20.
- Firat, A. F. & Dholakia, N. (1998). *Consuming people: From political economy to theaters of consumption*. Routledge.
- Firat, A. F. & Dholakia, N. (2003). *Consuming people: From political economy to theaters of consumption*. Routledge-Taylor and Francis Group.

- Firth, R. (1973). *Symbols public and private*. Allen and Unwin.
- Fischer, E. & Arnold, S. J. (1990). More than a labor of love: gender roles and christmas gift shopping, *Journal of Consumer Research*, 17(3), 333-345.
- Fischer E. & Gainer B, (1993), Baby showers: A rite of passage in transition. *Advances in Consumer Research*, 20: 320-324.
- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Anthropology of Food*, 27, 275–292.
- Firestone, W. A. (1987). Meaning in Method: The Rhetoric of Quantitative and Qualitative Research. *Educational Researcher*, 16(7), 16–21.
- Forcey, L. R. (2001). Feminist perspectives on mothering and peace. *Journal of the Association for Research on Mothering*, 3(2), 155-174.
- Forero, C. G., Maydeu-Olivares, A. & Gallardo-Pujol, D. (2009). Factor analysis with ordinal indicators: A Monte Carlo study comparing DWLS and ULS estimation. *Structural Equation Modeling*, 16, 625-641.
- Forgas, J. P. (1976). The perception of social episodes: categorical and dimensional representations in two different social milieus. *Journal of Personality and Social Psychology*. 32, 199–199.
- Foroudi, P., Palazzo, M. & Stone, M. (2021). Mixed-Methods Research, Why and how to use it- *The Routledge Companion To Marketing Research*- içinde (73-106). Routledge.
- Fraenkel, J.R. & N.E. Wallen (2000). *How to Design and Evaluate Research in Education*. (4th Ed.) McGraw-Hill.
- Freeman, L. & Bell, S. (2013). Women's magazines as facilitators of Christmas rituals. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(3), 336-354.
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating Structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Frow, P. & Payne, A. (2007). Towards the ‘perfect’ customer experience. *Journal of Brand Management*, 15(2), 89-101.
- Fry, L.W. (2003). Towards the theory of spiritual leadership. *Leadership Quarterly*, 14, 693-727.
- Furby, L. (1978). Possessions: Toward a theory of their meaning and function throughout the life cycle. In P. B. Baltes (Ed.), *Lifespan development and behavior* (pp. 297-336). Academic Press.
- Gaggioli, A. (2005). Optimal experience in ambient intelligence. In G. Riva, F. Vatalara, F. Davide, & M. Alcaniz (Eds.), *Ambient Intelligence* (pp. I05). I05 Press.
- Gainer, B. (1995). Ritual and relationships interpersonal influences on shared consumption. *Journal of Business Research*, 32, 253-260.
- Gallardo-Garcia, J., Pagan-Castano, E., Sanchez-Garcia, J. & Guijarro-Garcia, M. (2022). Bibliometric analysis of the customer experience literature. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 1-23.

- Gallarza, M. G., Gil-Saura, I. & Holbrook, M. B. (2011). The value of value: Further excursions on the meaning and role of customer value. *Journal of Consumer Behavior*, 10(4), 179-191.
- Gallucci, M. & Jentschke, S. (2021). SEMlj: jamovi SEM Analysis. [jamovi module]. <https://semlj.github.io/>.
- Gamson, J. (2000). Sexualities, queer theory, and qualitative research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (pp. 347-365). Sage.
- Gardner, B. B. & Levy, S. J. (1955). The product and the brand. *Harvard Business Review*, 33 (March-April), 33-39.
- Gelder, G. & Robinson, P. (2009). A critical comparative study of visitor motivations for attending music festivals: a case study of Glastonbury and V Festival. *Event Management*, 13(3), 181-196.
- Gelinas, C., Fillion, L. & Puntillo, K. A. (2009). Item selection and content validity of the Critical-Care Pain Observation tool for non-verbal adults. *Journal of Advanced Nursing*, 65(1), 203-216.
- Gentile, C., Spiller, N. & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, 25, 395-410.
- Geertz, C. (1968). Religion: Anthropological study. In D. Sills (Ed.), *International Encyclopedia of the Social Sciences* (Vol. 13). Geertz, C. (1973). *Thick description: Toward an interpretive theory of culture*. Basic Books.
- Ger, G. (2009). Tüketici araştırmalarında nitel yöntemler kullanmanın incelikleri ve zorlukları. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 1-20.
- Giese J. L. & Cote J. A. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of Marketing Science Review* (Online) 00(01), 1-34.
- Glaser, B. G. (2007). *Doing formal theory*. In A. Bryant & K. Charmaz (Eds.), *The sage handbook of grounded theory* (pp. 97-113). Sage.
- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine de Gruyter.
- Glover, J. (1988). *The philosophy and psychology of personal identity*. The Penguin Press.
- Goode, M., Dahl, D. & Moreau, P. (2010). The effect of experiential analogies on consumer perceptions and attitudes. *Journal of Marketing Research*, 47(2), 274-286.
- Goulding, C. (2001). Romancing the past: Heritage visiting and the nostalgic consumer. *Psychology and Marketing*, 18(6), 565-592.
- Gönüllü, A. R. (2000). Türkler’de diş çıkarma töreni. Yesevi (77), Kuşak Ofsets.
- Gran, M. E., Niegel, S. G., Niegel, K. G. & Eskild, A. (2010). Postnatal care: A cross-cultural and historical perspective. *Arch Womens Ment Health*, 13, 459-466.
- Graybiel, A. M. (2008). Habits, Rituals, and the Evaluative Brain. *The Annual Review of Neuroscience*, 31, 359-387.

- Greene, J. C. (2007). *Mixed methods in social inquiry*. Jossey-Bass.
- Greene, J. C. & Caracelli, V. J. (Eds.). (1997). *Advances in mixed method evaluation: The challenges and benefits of integrating diverse paradigms: New directions for evaluation*. Jossey-Bass.
- Greene, J. C., Caracelli, V. J. & Graham, W. F. (1989). Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 11 (3), 255-274.
- Grubb, E. L. & Hupp, G. (1968). Perception of self-generalized stereotypes and brand Selection. *Journal of Marketing Research*, 5 (February), 58-63.
- Gürbüz, S. (2019). AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi. Seçkin Yayıncılık
- Gürbüz, S. (2021). AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi. Seçkin Yayıncılık.
- Hair, J., Black, W., Babin, B. & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective*. (7th ed.). Prentice-Hall.
- Hall, B. & Howard, K. (2008). A synergistic approach: Conducting mixed methods research with typological and systemic design considerations. *Journal of Mixed Methods Research*, 2(3), 248–269.
- Harrison, J. E. (1912). *Themis: A study of the social origins of greek religion*. Cambridge University Press.
- Hartley, J. (2003). *Communication, cultural and media studies, the key concepts*. Routledge, UK.
- Hays, S. (1995). Mothering: Ideology, experience, and agency. *Contemporary Sociology*, 24(3), 369–370.
- Hays, S. (1996). *The cultural contradictions of motherhood*. Yale University Press.
- Haytko, D. L. & Baker, J. (2004). It's all at the mall: Exploring adolescent girls' experiences. *Journal of Retailing*, 80, 67-83.
- Helkkula, A., Kelleher, C. & Pihlström, M. (2012). Characterizing value as an experience: Implications for service researchers and managers. *Journal of Service Research*, 15(1), 59-75.
- Hellyer, S. J. (2005). *Diverse Perceptions of A Midwest University*, Indiana School of Education University.
- Henseler, J., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Henwood, K. L., & Pidgeon, N. F. (1993). Qualitative research and psychological theorising. In M. Hammersley (Ed.), *Social research: Philosophy, politics & practice* (pp. 14-33). Sage.
- Hermeren, G. (1988). *The nature of aesthetic qualities*. Lund University Press.

- Hill, P. C. & Pargament, K. I. (2003). Advances in the conceptualization and measurement of religion and spirituality: Implications for physical and mental health research. *American Psychologist*, 58(1), 64–74.
- Hirschman, E. C. (1981). Comprehending symbolic consumption: Three theoretical issues. In E. Hirschman & M. B. Holbrook (Eds.), *Symbolic consumer behavior* (pp. 4-6). Association for Consumer Research.
- Hirschman, E. C. (1986). Humanistic inquiry in marketing research: Philosophy, method, and criteria. *Journal of Marketing Research*, 23(3), 237-249.
- Hirschman, E. C. & Holbrook, M. B. (1981). Symbolic consumer behavior. *Association for Consumer Research, Ann Arbor, MI*, 250-272.
- Hirschman, E. C. & Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: Emerging concepts, methods and propositions. *Journal of Marketing*, 46, 3, 92-101.
- Hirschman, E. C. & Holbrook, M. B. (1992). *Postmodern consumer research: The study of consumption as text*. Sage.
- Hitchcock, J. H., Sarkar, S., Nastasi, B. K., Burkholder, G., Varjas, K. & Jayasena, A. (2006). Validating culture and gender-specific constructs: A mixed-method approach to advance assessment procedures in cross-cultural settings. *Journal of Applied School Psychology*, 22(2), 13-33.
- Hobson, N. M., Schroeder, J., Risen, J. L., Xygalatas, D. & Inzlicht, M. (2017). The psychology of rituals: An integrative review and process-based framework. *Personality and Social Psychology Review*, 1–25.
- Hochschild, A. R. (2011) Emotional life on the market frontier. *Annual Review Sociology*, 37, 21–33.
- Hoepfl, M. C. (1997). Choosing qualitative research: A primer for technology education researchers. *Journal of Technology Education*, 9(1), 47-63.
- Holbrook, M. B. (1993). Nostalgia and consumption preferences: Some emerging patterns of consumer tastes. *Journal of Consumer Research*, 20(2), 245-256.
- Holbrook, M. B. (1997). Romanticism, introspection, and the roots of experiential consumption. *Consumption, Markets and Culture*, 1(2), 97-163.
- Holbrook, M. B. (1999). *Consumer value: A framework for analysis and research*. Routledge.
- Holbrook, M. B. (2006d). Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: An illustrative photographic essay. *Journal of Business Research*, 59(6), 714–725.
- Holbrook, M. B. & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140.
- Holbrook, M. B. & Schindler, R. M. (2003). Nostalgic bonding: exploring the role of nostalgia in the consumption experience. *Journal of Consumer Behaviour*, 3(2), 107–127.
- Holman, R. (1980). Product use as communication: A fresh appraisal of a venerable topic. In B. M. Enis & K. J. Roering (Eds.), *Review of marketing* (pp. 250-272). American Marketing Association.

- Holt, D. B. (1992). Examining the descriptive value of “ritual” in consumer behavior: A view from the field. *Advances in Consumer Research*, 19, 213-218.
- Homans, G. C. (1941). Anxiety and ritual: The theories of Malinowski and Radcliffe-Brown. *American Anthropologist*, 43, 164-172.
- Hooper, D., Coughlan, J. & Mullen, M. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60.
- Hoppler, S. S., Segerer, R. & Nikitin, J. (2022). The six components of social interactions: Actor, partner, relation, activities, context, and evaluation. *Frontiers in Psychology*, 12, 1-13.
- Hostetler, J. (2002). Humor, spirituality, and well-being. *Perspectives on Science and Christian Faith*, 54(2), 108–113.
- Howard, E. (2007). New shopping centres: is leisure the answer? *International Journal of Retail and Distribution Management*, 35(8), 661-672.
- Howell, R. T. & Hill, G. (2009). The mediators of experiential purchases: determining the impact of psychological needs satisfaction and social comparison. *The Journal of Positive Psychology*, 4(6), 511-522.
- Howell Smith, M. C. (2011). *Factors that facilitate or inhibit interest of domestic students in the engineering PhD: A mixed methods study* (Public Access Theses and Dissertations from the College of Education and Human Sciences, 121).
- Hudson, L. A., & Murray, J. B. (1988). Methodological limitation of hedonic consumption paradigm and a possible alternative: A subjectivist approach.
- Hu, L.T. & Bentler, P.M. (1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Hungelmann, J., Kenkel-Rossi, E., Klaasen, L., & Stollenwerk, R. (1996). Focus on spiritual well-being: Harmonious interconnectedness of mind-body-spirit - Use of the JAREL spiritual well-being scale – Assessment of spiritual well-being is essential to the health of individuals. *Geriatric Nursing*, 17(6), 262-266.
- Hur, W. M., Moon, T. W. & Kim, H. (2020). When does customer CSR perception lead to customer extra-role behaviors? The roles of customer spirituality and emotional brand attachment. *Journal of Brand Management*, 27, 421–437.
- Husemann, K. C. & Eckhardt, G. M. (2019). Consumer spirituality. *Journal of Marketing Management* 35(5), 391–406.
- Hwang, J., & Lee, J. H. (2019). A strategy for enhancing senior tourists’ well-being perception: Focusing on the experience economy. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(3), 314–329.
- Hwang, J., & Lyu, S. O. (2015). The antecedents and consequences of well-being perception: An application of the experience economy to golf tournament tourists. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(4), 248–257.
- Ibrahim, H. (1988). The nature of ritual. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 59(9), 25-28.

- Irons, W. (1996). Morality, religion, and human nature. In W. Mark Richardson & Wesley Wildman (Eds.), *Religion and science: History, method, dialogue* (pp. 375–399). Routledge.
- Ivankova, N. V. (2004). *Students' persistence in the University of Nebraska – Lincoln distributed doctoral program in Educational Leadership in Higher Education: A mixed methods study* [Unpublished doctoral dissertation]. University of Nebraska
- Jackson, R. C., Masters, R. S. W. (2006). Ritualised behavior in sports. *Behavioral and Brain Sciences*, 29(6), 621- 622.
- Jago, L.K. & Shaw, R.N. (1998). Special events: a conceptual and definitional framework. *Festival Management and Event Tourism*, 5(1), 21-32.
- James, W. (1961). *The varieties of religious experience*. New York: Collier.
- Jennings, L. & Brace-Govan, J. (2014). Maternal visibility at the commodity frontier: Weaving love into birthday party consumption. *Journal of Consumer Culture*, 14(1), 88-112.
- Jick, T. D. (1979, December). Mixing qualitative and quantitative methods: Triangulation in action. *Administrative Science Quarterly*. 24, 602-611.
- Johnson, R. B. & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational Researcher*, 33(7), 14–26.
- Kadioğlu Z. K. (2014). *Tüketim iletişimi: Süreçler, algılar ve tüketici*. İstanbul.
- Kale, S. H. (2004). Spirituality, religion, and globalization. *Journal of Macromarketing*, 24, 92-107.
- Kalkstein, S. & Tower, R. B. (2009). The daily spiritual experiences scale and well-being: Demographic comparisons and scale validation with older Jewish adults and a diverse internet sample. *Journal of Religion and Health*, 48(4), 402–417.
- Kazançoğlu, İ. & Aytekin, P. (2014). Sevgililer günü ritüellerinin alışveriş deneyimi ve hazcı alışveriş değerine etkisi: alışveriş merkezlerinde bir uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10 (22), 67-93.
- Kapitany, R. & Nielsen, M. (2015). Adopting the ritual stance: The role of opacity and context in ritual and everyday actions. *Cognition*, 145, 13-29.
- Katz-Gerro, T. (2004). Cultural consumption research: Review of methodology, theory, and consequences. *International Review of Sociology*, 14(1), 11–29.
- Kearney, M. H. (2007). From the sublime to the meticulous: The continuing evolution of grounded formal theory. In A. Bryant and K. Charmaz (Eds.), *The sage handbook of grounded theory* (pp. 127-150). Sage.
- Kehret-Ward, T., Johnson, M. W. & Louie, T. A. (1985). Effects of ritual syntax on product categorization and evaluation. *In Advances in Consumer Research*, 12, 319-324.
- Kerlinger, F., 1973. *Foundation of Behavioural Research*. (2nd ed.). Winston Inc.
- Kılıç, A. (2022). Ölçek geliştirme sürecinde açımlayıcı faktör analizi. M. Acar Güvendir, & Y. Özer Özkan (Eds.), *Tüm yönleriyle ölçek geliştirme süreci-* içinde (s. 69-125). Pegem Akademi.

- Kılıçer, T., Boyraz, E. & Tüzemen, A. (2016). Kadın, erkek, ya da? hediye satın alma davranışında cinsiyet kimliği rolünün etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 16(1), 121-133.
- Kim, H. (2004). Serious Leisure, Participation and Experience in Tourism: Texas, Authenticity and Ritual in A Renaissance Festival. *Studies of A. & M. University*.
- Kim, H. S. (2006). Using hedonic and utilitarian shopping motivations to profile inner city consumers. *Journal of Shopping Center Research*, 13(1), 57-79.
- Kim, E., Y. & Kim, Y-K. (2005). The effects of ethnicity and gender on Teens' Mall shopping, motivations. *Clothing And Textiles Research Journal*, 23(2), 65-77.
- Kim, J.-H., Ritchie, J., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(12), 12-25.
- Kline, R. B. (2023). Principles and practice of structural equation modeling. (5th ed.). The Guilford Press.
- Klinger, E. (1990). *Daydreaming : using waking fantasy and imagery for self-knowledge and creativity*. Jeremy P. Tarcher.
- Knafl, K., Deatrick, J., Gallo, A., Holcombe, G., Bakitas, M., Dixon, J., & Grey, M. (2007). The analysis of cognitive interviews for instrument development. *Research in Nursing & Health*, 30, 224-234.
- Kniazeva, M., & Venkatesh, A. (2007). Food for thought: A study of food consumption in postmodern US culture. *Journal of Consumer Behaviour*, 6(6), 419-435
- Koenig, H. G., George, L. K., Titus, P. & Meador, K. G. (2004). Religion, spirituality, and acute care hospitalization and long-term care by older patients. *Archives of Internal Medicine*, 164, 1579-1585.
- Koenig, H. K., McCullough, M. E. & Larson, D. B. (2001). *Handbook of religion and health*. Oxford University Press.
- Konvalinka I, Xygalatas D, Bulbulia J, Schjødt U, Jegindø E-M., Wallot, S., Orden, G. V. & Roepstorff, A. (2011). Synchronized arousal between performers and related spectators in a fire-walking ritual. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 108(20), 8514-8519.
- Kotabe, M., 1990. Corporate product policy and innovative behaviour of European and Japanese multinationals: An empirical investigation. *Journal of Marketing*, 54(April), 19-33.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: From products to customers to the human spirit*. Wiley.
- Kozinets, R. V. (2002). Can consumers escape the market? Emancipatory illuminations from burning man. *Journal of Consumer Research*, 29(1), 20-38.
- Köse, O. E. (2017). Doğum sonrası bazı kültürel uygulamalar ve arkeoloji. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 171-185.
- Krauss, S. E. (2005). Research paradigms and meaning making: A primer. *The Qualitative Report*, 10 (4), 758-770.

- Kurt, S. D. & Özgen, Ö. (2013). The Meanings, rituals and consumption patterns of holy feast and new year in Turkey urban vs rural. *Journal of Islamic Marketing*, 4(1), 64-79.
- Kutner, J. S., Steiner, J. F., Corbett, K. K., Jahnigen, D. W. & Barton, P. L. (1999). Information needs in terminal illness. *Social Science Medicine*, 48, 1341-1352.
- Küpers, W. (2000). Embodied emotional and symbolic 'Pro-Sumption': Phenomeno- logical perspectives for an Interpretative Consumer Research', in S.C. Beckmann and R.H. Elliott (eds) *Interpretive Consumer Research*, (pp 293–317). Copenhagen Business School Press.
- Kwortnik, R. J. & Ross, W. T., Jr. (2007). The role of positive emotions in experiential decisions. *International Journal of Research in Marketing*, 24(4), 324-335
- LaCoste Nelson, F. A. L. (2006). *In the other room: Entering the culture of motherhood* [PhD dissertation]. ProQuest Information and Learning, Ann Arbor, MI.
- Ladhari, R. (2007). The effect of consumption emotions on satisfaction and word-of-mouth communications. *Psychology and Marketing*, 24(12), 1085-108.
- Landon, E. L. Jr. (1974). Self-concept, ideal self-concept, and consumer purchase intentions. *Journal of Consumer Research*, 1 (September), 44-51.
- Lantz, G. & Loeb, S. (1998). An Examination of the community identity and purchase preferences using the social identity approach. *Advances in Consumer Research* 25, 486-491.
- Lee J, Katras M. J. & Bauer J. W. (2009) Children's birthday celebrations from the lived experiences of low-income rural mothers. *Journal of Family Issues*, 30(4), 532–553.
- Lee, Y.K., Lee, C.K., Lee, S. K., & Babin, B. J. (2008). Festivalscapes and Patrons' Emotions, Satisfaction, and Loyalty. *Journal of Business Research*, 61(1), 56-64.
- Legare, C. H. v& Souza, A. L. (2012). Evaluating ritual efficacy: Evidence from the supernatural. *Cognition*, 124(1), 1–15.
- Leigh, J. H. & Gabel, T. G. (1982). Symbolic interactionism: Its effects on consumer behaviour and implications for marketing strategy. *Journal of Consumer Marketing* 9 Winter: 27-38.
- Leiss, W. (1978). *The Limits to Satisfaction*. Marion Boyars.
- Lemke, F., Clark, M. & Wilson, H. (2011). Customer experience quality: An exploration in business and consumer contexts using repertory grid technique. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 846–869.
- Lemon, K. N. & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96.
- Leonard, H. A. (2005). *Imaginative Consumption: The construction, meaning and experience of consumer fantasy*. The University of Utah.
- Leung, C. S., Zhang, Z. M. & Lce, T.S. (2000). Brand-image marketing: Satient benefits sought by fashion consumers for needs fulfillments. *The Textile Institue*, 91(2), 107-113.

- Levinson, S., Mack, S., Reinhardt, D., Suarez, H. & Yeh, G. (1992) Halloween as a consumption experience. In: John F Sherry, Jr and Brian Sternthal (eds) *Advances in Consumer Research*. Provo, UT: Association for Consumer Research, 19, 219–228.
- Levy, S. J. (1964). Symbolism and lifestyle. In S. A. Greyser (Ed.), *Toward scientific marketing*. American Marketing Association.
- Levy, S. J. (1978). *Marketplace behavior-its meaning for management*. Amacom.
- Levy, S. J. (1980). *The symbolic analysis of companies, brands, and customers*. Twelfth Annual Albert Wesley Frey Lecture, University of Pittsburgh, PA.
- Levy, S. J., Czepiel, J. A., & Rook, D. W. (1980). Social division and aesthetic specialization: The middle class and musical events. In E. C. Hirschman & M. B. Holbrook (Eds.), *Symbolic consumer behavior* (pp. 38-44). Association for Consumer Research.
- Lewis, D. & Bridger, D. (2000). *The soul of the new consumer*. Nicholas Brealey.
- Li, C-H (2016). Confirmatory factor analysis with ordinal data: Comparing robust maximum likelihood and diagonally weighted least squares. *Behavior Research Methods*, 48, 936-949.
- Liamputtong, P., Yimyam, S., Parisunyakul, S., Baosoung, C. & Sansiriphun, N. (2005). Traditional beliefs about pregnancy and child birth among women from Chiang Mai, Northern Thailand. *Midwifery*, 21,139–153.
- Liénard, P. & Boyer, P. (2006). Whence collective rituals? A cultural selection model of ritualized behavior. *American Anthropologist, New Series*, 108(4), 814-827.
- Liljander, V. & Strandvik, T. (1997). Emotions in service satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*, 8(2), 148-169.
- Lubke, G. H. & Muthén, B. O. (2004). Applying multigroup confirmatory factor models for continuous outcomes to likert scale data complicates meaningful group comparisons. *Structural Equation Modeling*, 11(4), 514-534.
- Luke, C. (Ed). (1996). *Feminisms and pedagogies of everyday life*. State University of New York Press.
- Lupton, D. (1994). Food, memory and meaning: The symbolic and social nature of food events. *The Sociological Review*, 42, 664–685.
- Maclaran, P. & Brown, S. (2005). The center cannot hold: consuming the utopian marketplace. *Journal of Consumer Research*, 32(3), 311-323.
- Maclaran, P., Belk, R. W., Gould, S., Izberk-Bilgin, E., Kedzior, R., Kozinets, R., Schau, H.J., Scott, L., Sherry, J. F. & Arnould, E. (2012). Conversations on the Sacred and Spirituality in Consumer Behavior, in *NA - Advances in Consumer Research*, Volume 40, eds. Zeynep Gürhan-Canli, Cele Otnes, and Rui (Juliet) Zhu, Duluth, MN: Association for Consumer Research, Pages: 1094-1095.
- Madran, C. & Kabakçı, Ş. (2002). Tüketici davranışını etkileyen bir faktör olarak yaşam tarzı: Çukurova üniversitesinde okuyan kız öğrencilerin yaşam tarzı tiplerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 17(1), 81-94.
- Malhotra, N. (1999). *Marketing research: An applied orientation*. (3rd ed). Prentice Hall.

- Malhotra, N. & Birks, D. (2000). *Marketing research: An applied approach*. Prentice-Hall.
- Malhotra N., Nunan, D. & Birks, D. (2017). *Marketing research: An applied approach*. (5 ed.). Pearson.
- Mansvelt, J., Breheny, M. & Christine, S. (2017). Still being ‘mother’? Consumption and identity practices for women in later life. *Journal of Consumer Culture*, 17(2) 340–358.
- Manthiou, A., Lee, S., Tang, L., & Chiang, L. (2014). The experience economy approach to festival marketing: Vivid memory and attendee loyalty. *Journal of Services Marketing*, 28(1), 22–35.
- Marques, J. F. & McCall, C. (2005). The application of interrater reliability as a solidification instrument in a phenomenological study. *The Qualitative Report*, 10(3), 439-462.
- Marques, J., S. Dhiman & R. King. (2007). *Spirituality in the workplace: What it is, why it matters, how to make it work for you*. Personhood Press.
- Marshall, D. (2005). Food as ritual, routine or convention? *Consumption, Markets and Culture*, 8, 65–85.
- Martens, L., Southerton, D. & Scott, S. (2004). Bringing children (and parents) into the sociology of consumption: Towards a theoretical and empirical agenda. *Journal of Consumer Culture*, 4(2), 155-82.
- Martinez-Lopez, F. J., Gazquez-Abad, J. C. & Sousa, C. M.P. (2013). Structural equation modelling in marketing and business research: Critical issues and practical recommendations. *European Journal of Marketing*, 47(1), 115-152.
- Mauss M. (2002). *The gift: The form and reason for exchange in archaic societies*. London.
- Mauss M. (2005). *Sosyoloji ve antropoloji*. Ankara.
- Maxwell, J. (2013). *Qualitative Research Design: An Interactive Approach* (3rd ed.). Sage.
- Mayring, P., Huber, G. L., Gurtler, L., & Kiegelmann, M. (2007). *Mixed methodology in psychological research*. Sense Publishers.
- McCauley, R. & Lawson, T. J. (2002). *Bringing ritual to mind*. University Press.
- McCracken, G. (1986). Culture and consumption: A theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods. *Journal of Consumer Research*, 13, 71-84.
- McDaniel, C & Gates, R. (2006). *Marketing Research Essentials*. (15th ed.). John Wiley.
- McDonald, H. & Karg, A. J. (2013). Managing co-creation in professional sports: The antecedents and consequences of ritualized spectator behavior. *Sport Management Review*, 1-18.
- McKechnie, S. & Tynan, C. (2006). Social meanings in christmas consumption: An exploratory study of uk celebrants’ consumption rituals. *Journal of Consumer Behaviour*, 5, 130–144.
- Mead, G. H. (1956). *On social psychology*, ed. Anselm Strauss. University of Chicago Press.

- Mehta, R. & Belk, R. W. (1991), Artifacts, identity, and transition: Favourite possessions of indians and indian immigrants to the United States. *Journal of Consumer Research*, 17 (March), 398-411.
- Merriam, S. (2009). *Qualitative Research, A Guide to Design and Implementation*. Jossey-Bass.
- Mertens, D. M. (2011). Publishing mixed methods research. *Journal of Mixed Methods Research*, 5(1), 3-6.
- Meyerstein, I. & Ruskin, G. (2007). Spiritual tools for enhancing the pastoral visit to hospitalized patients. *Journal of Religion and Health*, 46(1), 109–122.
- Mick, D. G. (1986). Consumer research and semiotics: exploring the morphology of signs, symbols, and significance. *Journal of Consumer Research*, 13(2), 196-213.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. Sage.
- Miller, D. (1997). How infants grow mothers in North London. *Theory, Culture and Society*, 14, 67-87.
- Miller, D. (1998). *A theory of shopping*. Cornell University Press.
- Miller, T. (2007). Is this what motherhood is all about? Weaving Experiences and Discourse through Transition to First-Time Motherhood. *Gender and Society*, 21(3), 337-358.
- Mindrila, D. (2010). Maximum Likelihood (ML) and Diagonally Weighted Least Squares (DWLS) estimation procedures: A comparison of estimation bias with ordinal and multivariate non-normal data. *International Journal of Digital Society*, 1(1), 60-66.
- Mingers, J., 2001. Combining IS research methods: Towards a pluralist methodology. *Information Systems Research*, 12(3), 240–259.
- Minowa, Y., Khomenko, O. & Belk, R. W. (2011). Social change and gendered gift-giving rituals: a historical analysis of valentine's day in Japan. *Journal of Macromarketing*, 31(1), 44-56.
- Mishra, A., Jha, S. & Nargundkar, R. (2020). The role of instructor experiential values in shaping students' course experiences, attitudes and behavioral intentions. *Journal of Product and Brand Management*.
- Mistry, R. S., Lowe, E. D., Benner, A. D. & Chien, N. (2008). Expanding the family economic stress model: Insights from a mixed-methods approach. *Journal of Marriage and Family*, 70, 196-209.
- Moberg, D. O. & Brusek, P. M. (1978). Spiritual well-being: A neglected subject in quality of life research. *Social Indicators Research*, 5, 303–323.
- Mol, H. (1976). *Identity and the sacred*. Free Press.
- Molu B. (2011). 0-12 aylık Bebeği Olan Annelerin Çocuk Bakımında Başvurdıkları Geleneksel Uygulamalar [Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi].
- Montonen H. & Tanski, M. B. (2003). *The factory experience: Experience marketing to the end consumer*, Göteborg: Göteborg University, Elanders Novum.

- Moore, E., Wilkie, W. L. & Lutz, R. J. (2002). Passing the torch: Intergenerational influences as a source of brand equity. *Journal of Marketing*, 66(2), 17-37.
- Moore, T. W. & W. J. Casper, W. J. (2006). An examination of proxy measures of workplace spirituality: A profile model of multidimensional constructs. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 12(4), 109–118.
- Moore-Shay, E. S. & Lutz, R. J. (1988). Intergenerational influences in the formation of consumer attitudes and beliefs about the marketplace: Mothers and daughters. *Advances in Consumer Research*, 15, 461-467.
- Moos, R. H. (1973). Conceptualizations of human environments. *American Psychologist*, 28, 652–665.
- Morgan, M. (2008). What makes a good festival? Understanding the event experience. *Event Management*, 12(2), 81–93.
- Morkoç, K. (2019). İzmir’de yaşayan Makedonya Türklerinin doğum gelenekleri. Uluslararası Mitoloji Sempozyumu, Bildiri Kitabı, 2-5Mayıs2019/Ardahan-TÜRKİYE.
- Morgan, D. L. (1998). Practical strategies for combining qualitative and quantitative methods: Applications to health research. *Qualitative Health Research*, 8(3), 362–376.
- Morris, R. T. (1941). *The theory of consumer’s demand*. Yale University Press.
- Morrissey, G. & Higgs, J. (2006). Phenomenological research and adolescent female sexuality: discoveries and applications. *The Qualitative Report*, 11(1), 161-181.
- Morse, J. M. (1991). Approaches to qualitative-quantitative methodological triangulation. *Nursing Research*, 40(2), 120-123.
- Morse, J. M. & Niehaus, L. (2009). *Mixed methods design: Principles and procedures*. Left Coast Press.
- Moschis, G. P. (1985). The role of family communication in consumer socialization of children and adolescents. *Journal of Consumer Research*, 11, 898-913.
- Moshagen, M. & Musch, J. (2014). Sample size requirements of the robust weighted least squares estimator. *Methodology*, 10(2), 60-70.
- Mothersill, M. (1984). *Beauty restored*, Clarendon Press. (1995) “Beauty,” in D.Cooper (ed.) *A Companion to Aesthetics*, Blackwell: 44–50.
- Motswapong, E. P., Kebaneilwe, M. D., Madigele, T. J., Dube, M. W., Setume, S. D. & Moroka-Modie, T. (2017). A little baby is on the way: Botho/Ubuntu and Community-Building in Gaborone Baby Showers. *Gender Studies*, 16(1), 50-70.
- Mouakhar-Klouz, D., A. d’Astous, A. & D. Darpy, D. (2016). I’m worth it or I need it? self-gift giving and consumers’ self-regulatory mindset. *Journal of Consumer Marketing*, 33(6), 447–457.
- Moufahim, M. & Lichrou, M. (2019). Pilgrimage, consumption and rituals: Spiritual authenticity in a Shia Muslim pilgrimage. *Tourism Management*, 70, 322–332.

- Myers, M. G., MacPherson, L., Jones, L. R. & Aarons, G. A. (2007). Measuring adolescent smoking cessation strategies: Instrument development and initial validation. *Nicotine and Tobacco Research*, 9(11), 1131-1138.
- Narang, R. (2011). *Measuring Consumer Spirituality Through a Valid Scale*. India.
- Nascimento-Schulze, C. M. (1981). Towards situational classification. *European Journal of Social Psychology*, 11, 149–159.
- Nassar-McMillam, S. C., Wyer, M., Oliver-Hoyo, M. & Ryder-Burge, A. (2010). Using focus groups in preliminary instrument development: Expected and unexpected lessons learned. *The Qualitative Report*, 15(6), 1621-1634.
- Neale, L. (2009) *The fan ritual scale and sports attendance*. In: 2009 Sport Marketing Association Conference (SMA VII), 28-30 October 2009, Cleveland, Ohio.
- Neale, L. (2010). Loyalty and the ritualistic consumption of entertainment. *Journal of Media and Cultural Studies*, 24(6). 905–919.
- Neale, L., Mizerski, R. & Lee, A. (2008). Measuring consumer rituals: A marketing application. In: Proceedings Winter American Marketing Association Educators Conference: *Marketing the Organization and its Products and Services*, 15-19 February 2008, Austin, Texas.
- Nordvall, A., Pettersson, R., Svensson, B. & Brown, S. (2014). Designing events for social interaction. *Event Management*, 18(2): 127-140.
- Neuman, W. L. (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Allyn and Bacon.
- Newman. I. & Benz, R. C. (1998). *Qualitative-quantitative research methodology: Exploring the interactive continuum*. Southern Illinois University.
- Ngobo P. V. (1997). Qualité perçue et satisfaction des consommateurs: Un état des recherches. *Revue Française de Marketing*, 163, 67– 79.
- Nguyen-Phuoc, D. Q, Nguyen, T., Su, D. N., Le, P. T. & Oviedo-Trespalacios, O. (2022). How do social cues from other passengers affect word-of-mouth and intention to continue using bus services? A second-order SEM approach. *Transportation Research Part A*, 158, 302-320.
- Nicolao, L., Irwin, J. R. & Goodman, J. K. (2009). Happiness for sale: Do experiential purchases make consumers happier than material purchases? *Journal of Consumer Research*, 36 (2), 188–98.
- Nielbo, K. L. & Sørensen, J. (2015). Attentional resource allocation and cultural modulation in a computational model of ritualized behavior. *Religion, Brain and Behavior*, 5981, 1-18.
- Norenzayan, A. & Shariff, A. F. (2008). The origin and evolution of religious prosociality. *Science*, 322, 58–62.
- Norton, M. I. & Gino, F. (2014). Rituals alleviate grieving for loved ones, lovers, and lotteries. *Journal of Experimental Psychology: General*, 143(1), 266-272.
- Nuttavuthisit, K. (2014). How consumers as aesthetic subjects co-create the aesthetic experience of the retail environment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 432–437.

- Oates, C., McDonald, S., Alevizou, P., Hwang, K., Young, W. & McMorland, L. (2008). Marketing sustainability: Use of information sources and degrees of voluntary simplicity. *Journal of Marketing Communications*, 14(5), 351–365.
- Odabaşı, Y. (2006). *Tüketim kültürü: Yetinen toplumdan tüketen topluma*. (2. Baskı). Sistem Yayıncılık.
- Odabaşı, Y. (2014). *Postmodern pazarlama tüketim ve tüketici*. MediaCat Yayıncılık.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119–132.
- Okutan, N. & Kahraman, A. B. (2019). Kayserili annelerin doğum pratikleri üzerine bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(65), 657-666.
- Orrock, J. L. (2006). Useful distraction: Ritualized behavior as an opportunity for recalibration. *Behavioral and Brain Sciences*, 29(6), 625-626.
- Oliver R. L. 1997. Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. McGraw Hill.
- Oliver, R.L., Rust, R.T. & Varki, S. (1997). Customer delight: foundations, findings, and managerial insight. *Journal of Retailing*, 73(3), 311-36.
- Onwuegbuzie, A. J., Bustamante, R. M. & Nelson, J. A. (2010). Mixed research as a tool for developing quantitative instruments. *Journal of Mixed Methods Research*, 4(1), 56-78.
- Onwuegbuzie, A. J. & Johnson, R. B. (2006). The validity issue in mixed research. *Research in the Schools*, 13(1), 48-63.
- OpenAI. (2024). ChatGPT (Sürüm 4.0) [Yazılım]. <https://openai.com/> adresinden alındı.
- Otnes, C., İlhan, B. E. & Kulkarni, A. (2012). The language of marketplace rituals: Implications for customer experience management. *Journal of Retailing*, 88(3), 367-383.
- Otnes C. C. & McGrath M. A. (1994). Ritual socialisation and the children's birthday party: The early emergence of gender differences. *Journal of Ritual Studies*, 8(1), 73–93.
- Otnes C. C., Nelson M. & McGrath M. A. (1995). The children's birthday party: A study of mothers as socialization agents. *Advances in Consumer Research*, 22, 622-627.
- Otnes, C. & Pleck E. H. (2003). *Cinderella dreams: The allure of the lavish wedding*. University of California Press.
- Otnes, C. C. & Scott, L. M. (1996). Something old, something new: Exploring the interaction between ritual and advertising. *Journal of Advertising*, 25(1), 33–50.
- Ouellette, J. A. & Wood, W. (1998). Habit and intention in everyday life: The multiple processes by which past behavior predicts future behavior. *Psychological Bulletin*, 124(1), 54-74.
- Örnek, V. (1977). Türk Halk Bilimi. *Ankara, İş Bankası Kültür Yayınları*, 180, 131-146.
- Özbaşı, D. (2022). Ölçek geliştirme sürecinde ön inceleme: Maddeleri gözden geçirme ve düzeltme. M. Acar Güvendir, & Y. Özer Özkan içinde, *Tüm yönleriyle ölçek geliştirme süreci* (s. 27-36). Pegem Akademi.
- Özdemir N. (2008). Türk hediyeleşme geleneği ve medya. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 1/4, 467-480.

- Özeltürkay, E. Y. & Bozyiğit, S. (2017). Postmodern tüketim ekseninde çocuk doğum günü kutlamaları: keşifsel bir araştırma. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 9(17), 155-166.
- Özgül, E. (2010). Tüketicilerin değer yapıları, gönüllü sade yaşam tarzı ve sürdürülebilir tüketim üzerindeki etkileri. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(2), 117-150.
- Özkan, G. B. (2016). Türkiye’de tüketim kültürü çerçevesinde yeniden şekillenen evlilik ritüelleri üzerine bir inceleme. *Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 5(10), 13-35.
- Öztürk, A. & Temizkan, V. (2018). Tüketicilerin anneler gününde hediye satın alma davranışlarının sebepli davranış teorisi bağlamında incelenmesi. *Ekev Akademi Dergisi*, 22(76), 37-56.
- Padgett, D. & Allen, D. (1997). Communicating experience: A narrative approach to creating service brand image. *Journal of Advertising*, 26(4), 49-62.
- Pagani, M. & Mirabello, A. (2011). The influence of personal and social-interactive engagement in social TV web sites. *International Journal of Electronic Commerce*, 16(2), 41-68.
- Paloutzian, R. F. & Ellison, C. (1982). Spiritual well-being scale. *Measures of religiosity*, 382–385.
- Pandey, A., Gupta, R. K. & Arora, A. P. (2009). Spiritual climate of business organizations and its impact on customers experience. *Journal of Business Ethics*, 88, 313-332.
- Park, C. (1997). Consumption in the Korean wedding ritual: Wedding ritual values, consumer needs, and expenditures. *Journal of Family & Economic Issues*, 18(2).
- Park, M., Oh, H. & Park, J. (2010). Measuring the experience economy of film festival participants. *International Journal of Tourism Sciences*, 10(2), 35–54.
- Park, S. B. & Park, K. (2017). Thematic trends in event management research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(3), 848-861.
- Patneau, A. B. (2006). *Spiritual wellness among undergraduate college students* [Unpublished doctoral dissertation]. Colorado State University
- Patton, M. Q. (1980). *Qualitative evaluation and research methods*. Newbury.
- Patton, M. Q. (1990). *Qualitative evaluation and research methods* (2nd ed.). Sage.
- Patton, M. Q. (1999). Enhancing the quality and credibility of qualitative analysis. *Health Services Research*, 34(5), 1189-1208.
- Peat, J., Mellis, C., Williams, K. & Xuan, W. (2002). *Health science research: A handbook of quantitative methods*. Sage.
- Peñaloza, L. (1998). Just doing it: A visual ethnographic study of spectacular consumption behavior at Nike Town. *Consumption, Markets and Culture*, 2(4), 337-400.
- Peter, J. (1979). Reliability: A review of psychometric basics and recent marketing practices. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 6–17.

- Peter, J., (1981). Construct validity: A review of basic issues and marketing practices. *Journal of Marketing Research*, 18(2), 133-45.
- Petchsawang, P. & Duchon, D. (2009). Measuring workplace spirituality in an Asian context. *Human Resource Development International*, 12, 459-468.
- Petermans, A., Janssens, W. & Van Cleempoel, K. (2013). A holistic framework for conceptualizing customer experiences in retail environments. *International Journal of Design*, 7(2), 1-18.
- Pham, M. T. (1998). Representativeness, relevance, and the use of feelings in decision making. *Journal of Consumer Research*, 25 (2), 144-59.
- Phillips, D. M. & Baumgartner, H. (2002). The role of consumption emotions in the satisfaction response. *Journal of Consumer Psychology*, 12(3), 243-52.
- Phoenix, A., Woollett, A. & Lloyd, E. (1991). *Motherhood: Meanings, practices, and ideologies*. Sage.
- Piacentini, M. & Mailler, G. (2004). Symbolic consumption in teenagers clothing choices. *Journal of Consumer Behaviour*, 3(3): 251-262.
- Pimviriyakul, V. (2001). *Light in thai places: A cultural interpretation of thai buddhist architecture*. The Office of Graduate Studies of A & M University.
- Pine, J. & Gilmore, J. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 1, 97-105.
- Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre and every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Pink, S. (2004). *Doing visual ethnography*. Sage.
- Plano Clark, V. L. (2010). The adoption and practice of mixed methods: U.S. trends in federally funded health-related research. *Qualitative Inquiry*, 16(6), 428-440.
- Plano Clark, V. L. & Ivankova, N. V. (2016). *Mixed methods research: A guide to the field*. Sage.
- Pollio, H. R., Henley, T. B. & Thompson, C. J. (1997). *The phenomenology of everyday life*. Cambridge University Press.
- Prendergast, G. & Wong, C. (2003). Parental influence on the purchase of luxury brands of infant apparel: An exploratory study in Hong-Kong. *Journal of Consumer Marketing*, 20(2), 157-69.
- Price, R. H. & Blashfield, R. K. (1975). Explorations in the taxonomy of behavior settings - analysis of dimensions and classification of settings. *American Journal of Community Psychology*, 3, 335-351.
- Pullman, M. E. & Gross, M. A. (2004). Ability of experience design elements to elicit emotions and loyalty behaviors. *Decision Sciences*, 35(3), 551-578.
- Quintão, R. T., Brito, E. P. Z. & Belk, R. W. (2017). The taste transformation ritual in the specialty coffee market. *Revista de Administracao de Empresas*, 57, 483-494.

- Rahmawati, R. & RoyDo, B. (2014). Shopping motivation on purchase intention: Can loyalty program and corporate image enhance such relationship? *Asia-Pacific Management and Business Application*, 2(3), 154-169.
- Rai, S. & Nayak, J. K. (2020). Conceptualization and development of event experience scale: lessons from India. *Tourism Review*, 75(2), 369-381.
- Rappaport, R. A. (1971). Ritual, sanctity and cybernetics. *American Anthropologist New Series*, 73(1), 59-76.
- Rappaport, R. A. (1999). *Ritual and religion in the making of humanity*. Cambridge University Press.
- Ratcliffea, E., Baxtera, W. L. & Martin, N. (2019). Consumption rituals relating to food and drink: A review and research agenda. *Appetite*, 134, 86-93.
- Rhemtulla, M. (2012). When can categorical variables be treated as continuous? A comparison of robust continuous and categorical SEM estimation methods under suboptimal conditions. *Psychological Methods*, 17(3), 354-373.
- Rivera, M., Semrad, K., & Croes, R. (2015). The five E's in festival experience in the context of gen Y: Evidence from a small island destination. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, 19(2), 95-106.
- Robert, T. (2003). *The relationship between spiritual well-being and job satisfaction among adult workers* [Unpublished doctoral dissertation]. Mississippi State University.
- Rodgers, J. S. (1992). Getting by with less: And loving it. *Winston-Salem Journal*, 6, 25-26.
- Roederer, C. (2012). A contribution to conceptualizing the consumption experience: Emergence of the dimensions of an experience through life narratives. *Recherche et Applications en Marketing*, 27(3), 81-96.
- Rochberg-Halton, E. (1986). *Meaning and modernity*. Chicago University Press.
- Rook, D. W. (1984). Ritual behavior and consumer symbolism. In *Advances In Consumer Research*, Vol. 11, ed. Thomas F. Kinnear, Provo, UT: Association for Consumer Research, 279-284.
- Rook, D. W. (1985). The ritual dimension of consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 12, 251-264.
- Rook, D. W. & Levy, S. J. (1983). Psychosocial themes in consumer grooming rituals. In *Advances in Consumer Research*, Vol. 10, eds. Richard P. Bagozzi and Alice M. Tybout, Ann Arbor, MI: Association for Consumer Research, 329-333.
- Rose, G. (2003). *Visual methodologies*. Sage.
- Rosenbaum, M. S. (2005). The symbolic servicescape: Your kind is welcomed here. *Journal of Consumer Behaviour*, 4, 4: 257-267.
- Rossano, M. J. (2012). The essential role of ritual in the transmission and reinforcement of social norms. *Psychological Bulletin*, 138(3), 529-549.
- Rosseel, Y. (2012). lavaan: An R package for structural equation modeling. *Journal of Statistical Software*, 48(2), 1-36.

- Rout, U. R., Cooper, C. L. & Kerslake, H. (1997). Women and non-working mothers: A comparative study. *Women in Management Review*, 12(7), 264-76.
- Rowan, N. & Wulff, D. (2007). Using qualitative methods to inform scale development. *The Qualitative Report*, 12(3), 450-466.
- Ruffle, B. & Sosis, R. (2007). Does it pay to pray? Costly ritual and cooperation. *The B. E. Journal of Economic Analysis and Policy*, 7(1), 1–35.
- Ruyter, K. & Scholl, N. (1998). Positioning Qualitative Market Research: Reflections From Theory and Practice. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 1, 1: 7-14.
- Saad G. (2011). *Tüketim içgüdüsü: Neden ferrari, fast-food ve porno seviyoruz?*. İstanbul.
- Sakarya C. I. (2006). *Türk kültüründe hediyeleşme geleneği ve hediyeler*. [Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi].
- Sampson-Cordle, A. V. (2001). *Exploring the relationship between a small rural school in northeast Georgia and its community: An image-based study using participant-produced photographs*. Athens.
- Sánchez, E. G. M., Arocena, F. A. L. & Ceballos, J. C. M. (2010). Daily spiritual experience in basques and Mexicans: A quantitative study. *Journal of Transpersonal Research*, 2, 10–25.
- Sandelowski, M. (1996). Using qualitative methods in intervention studies. *Research in nursing and health*, 19(4), 359-364.
- Sandelowski, M. (2000). Combining qualitative and quantitative sampling, data collection, and analysis techniques in mixed-method studies. *Research in Nursing & Health*, 23, 246–255.
- Sandikci, O. & Omeraki, S. (2007). Globalization and rituals: Does ramadan turn into christmas?, in na - *Advances in Consumer Research*, Volume 34, eds. Gavan Fitzsimons and Vicki Morwitz, Duluth, MN: *Association for Consumer Research*, 610-615.
- Sandra, L. T. S. (2002). *A study of consumer's self and purchasing behaviour in fashion brand image marketing*. The Hong Kong Polytechnic University.
- Santayana, G. (1955). *The sense of beauty*. Dover Publications.
- Sarıtaş, S. (2011). The importance of wheat in teething celebration in Turkish culture, *International Journal of Sociology and Anthropology*. 3(4), 120-126.
- Saunders, M. & Lewis, P. ve Thornhill, A. (2007). *Research Methods for Business Students*. Prentice Hall.
- Savalei, V. (2014). Understanding robust corrections in structural equation modeling. *Structural Equation Modeling A Multidisciplinary Journal*, 21, 149-160.
- Scheck-Varner, J. E. (2009). *Effects of spiritual well-being, religious coping, and hardiness on parenting behaviors in low socioeconomic status families* [Unpublished doctoral dissertation]. The University of Sothern Mississippi.
- Schneiders, S. M. (1989). Spirituality in the academy. *Theological Studies*, 50(4), 676-697.

- Schlereth, T. J. (1982). Material Culture Studies in America, 1876-1976, in *Material Culture Studies in America*, ed. Thomas J. Schlereth, Nashville, TN: *The American Association for State and Local History*, 1- 75.
- Schor, J. (1998). *The overspent American*. HarperCollins.
- Schouten, J. W. (1991). Selves in transition: Symbolic consumption in personal rites of passage and identity reconstruction. *Journal of Consumer Research*, 412-424.
- Seale, C. (1999). Quality in qualitative research, *Qualitative Inquiry*, 5(4), 465-478.
- Seamon, D. (2000). *Phenomenology, Place, Environment and Architecture*, A Review of The Literature.
- Secombe, K. (2007). *So you think I drive a Cadillac? Welfare recipients' perspectives on the system and its reform* (2nd ed.). Allyn and Bacon.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1), 53-67.
- Schmitt, B. (1999b). *Experiential Marketing: How to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brands*. Free Pres.
- Schmitt, B., Brakus, J. & Zarantonello, L. (2015). From experiential psychology to consumer experience. *Journal of Consumer Psychology*, 25, 166–171.
- Schoonmaker, S. (2006). Piece of Cake: Children's Birthday Celebrations and Alternatives to Consumer Culture, *Sociological Focus*, 39(3), 217-234.
- Schwartz, B. (1967). The social psychology of the gift. *The American Journal of Sociology*, 73(1), 1-11.
- Seaward, B. L. (1991). Spiritual wellbeing: A health education model. *Journal of Health Education*, 22(3), 166–169.
- Sego, T. (2010). Mothers' experiences related to the disposal of children's clothing and gear: keeping mister clatters but tossing broken barbie. *Journal of Consumer Behaviour*, 9, 57-68.
- Selçuk, A. (2004). Tahtacıların doğum ile ilgili inanç ve uygulamalarına fenomenolojik bir yaklaşım. *ÜBAR-XVI*, 163-180.
- Seidman, I. (1998). *Interviewing as qualitative research*. Teachers College Press.
- Shamgar-Handelman, L. & Handelman, D. (1991) Celebrations of bureaucracy: Birthday parties in Israeli kindergartens. *Ethnology*, 30(4), 293–312.
- Shankar, A. & Goulding, C. (2001). Interpretive consumer research: Two more contributions to theory and practice. *Qualitative Market Research*, 4, 1: 7.
- Shaw, C. & Ivens, J. (2002). *Building great customer experiences*. Palgrave MacMillen.
- Sheth, J., Sethia N. K. & Srinivas, S. (2011). Mindful consumption: A consumer-centric approach to sustainability. *Journal Academy of Marketing Science*, 39, 21–39.
- Sherry, J. F. Jr. (1983). Gift giving in anthropological perspective. *Journal of Consumer Research*, 10(2), 157-168.

- Shi, D, Lee, T. & Maydeu-Olivares, A. (2019). Understanding the model size effect on SEM fit indices. *Educational and Psychological Measurement*, 79(2), 310-334.
- Shiv, B. & Huber J. (2000). The impact of anticipating satisfaction on consumer choice. *Journal of Consumer Research*, 27 (2), 202-216.
- Shusterman, R. (1997). The end of aesthetic experience. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 55(Winter), 29–41.
- Sırgancı, G. (2022). Ölçek geliştirme sürecinde ölçme değişmezliği. *Tüm Yönleriyle Ölçek Geliştirme Süreci*, (Ed.: Acar Güvendir, M & Özer Özkan, Y.), Pegem Akademi, ss.155-185.
- Sieber, S. D. (1973). The integration of fieldwork and survey methods. *American Journal of Sociology*, 78, 1335–1359.
- Siskind, J. (1992). The invention of thanksgiving: A ritual of American nationality. *Critique of Anthropology*, 12(2), 167-191.
- Sit, J., Johnson-Morgan, M. & Summers, J. (2005). Understanding customer responses to special event entertainment (SEE) in shopping centres. *A Conceptual Model*, 1-12.
- Sit, J., Merrilees, B. & Grace, D. (2003). A conceptual framework for entertainment consumption at shopping centres: An extension to functional congruity of satisfaction”, ANZMAC Conference Proceedings Adelaide 1-3 December, 528-537.
- Skadberg, Y., Skadberg, A. N. & Kimmel, J. R. (2005). Flow experience and its impact on the effectiveness of a tourism website. *Information Technology & Tourism*, 7, 147-156.
- Skousgaard, H. (2006). A taxonomy of spiritual motivations for consumption, in Pechmann, C. and Price, L. (Eds), *Advances in Consumer Research*, Vol. 33.
- Smith, J. A. (1999). Identity development during the transition to motherhood: An interpretative phenomenological analysis. *Journal of Reproductive and Infant Psychology*, 17(3), 281-299.
- Smith, W. R. (1889). *The religion of the semites*. Meridian.
- Smith, A. K. & Bolton, R. N. (2002). The effect of customer’s emotional responses to service failures on their recovery effort evaluations and satisfaction judgments. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(1), 5-23.
- Smith, A. C. T. & Stewart, B. (2011). Organizational rituals: Features, functions and mechanisms. *International Journal of Management Review*, 13, 113-133.
- Solomon, M. R. (1983). The role of products as social stimuli: A symbolic interactionism perspective. *Journal of Consumer Behavior*, 10, 319-329.
- Solomon, M.R. (1996) *Consumer behavior*, (3rd Ed.). Prentice-Hall International (UK) Limited.
- Solomon, M. C. & Anand, P. (1985). Ritual costumes and status transitions: The female suit as totemic emblem. In *Advances In Consumer Research*, Vol. 12, eds. Elizabeth C. Hirschman and Morris B. Holbrook, Provo, UT: Association for Consumer Research, 315-318.

- Solomon, M. R. & Douglas, S. P. (1987). Diversity in product symbolism: The case of female executive clothing. *Psychology and Marketing*, 4(3): 189-213.
- Sorensen, J., Liénard, P. & Feeny, C. (2006). Agent and instrument in judgements of ritual efficacy. *Journal of Cognition and Culture*, 6(3), 463–482.
- Sorrentino, A., Fu, A., Romano, R., Quintano, M. & Risitano, M. (2020). Measuring event experience and its behavioral consequences in the context of a sports mega-event. *Journal of Hospitality and Tourism Insights* 3(5), 589-605.
- Sosis, R. & Ruffle, B. (2003). Religious ritual and cooperation: Testing for relationship on Israeli religious and secular Kibbutzim. *Current Anthropology*, 44(5), 713–722.
- Spagnola, M. & Fiese, B. H. (2007). Family routines and rituals a context for development in the lives of young children. *Infants and Young Children*, 20(4), 284-299.
- Spiggle, S. (1994). Analysis and interpretation of qualitative data in consumer research, *Journal of Consumer Research*, 21(3), 491–503.
- Steckler, A., McLeroy, K. R., Goodman, R. M., Bird, S. T., & McCormick, L. (1992). Toward integrating qualitative and quantitative methods: An introduction. *Health Education Quarterly*, 19(1), 1-8.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). Sage
- Szmigin, I. & Foxall, G. (2000). Interpretive Consumer Research: How For Have We Come? *Qualitative Market Research*, 3, 4: 187.
- Şen, Ş. & Boyraz, E. (2017). Annelik rolü ve çocuk için tüketime yansımaları: Kadınların ebeveynlik tutumları ve hedonik tüketim eğilimi üzerine bir araştırma. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 347-370.
- Şahin, E. & Yünaçtı, M. (2018). Küresel tüketim ritüeli "kara cuma"ya (black friday) tüketici tepkileri ve çelişkili satın alma davranışı. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 71, 387-404.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2012). *Using multivariate statistics*. Pearson.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. 6th ed., New International Edition, Pearson Education, Harlow.
- Tacoğlu, T. P. (2011). Türkiye’de gerçekleştirilen geleneksel evlilik çeşitlerinin nedenleri ve evlilik üzerinde törenin etkisi. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (4):115.
- Tafesse, W. (2016). Conceptualization of brand experience in an event marketing context. *Journal of Promotion Management*, 22(2), 34-48.
- Tambiah, S. J. (1979). *A performative approach to ritual*. The British Academy.
- Tamir, D. I., & Hughes, B. L. (2018). Social rewards: from basic social building blocks to complex social behavior. *Perspectives on Psychological Science*, 13, 700–717.
- Tarka, P. (2017). The comparison of estimation methods on the parameter estimates and fit indices in SEM model under 7-point Likert scale. *Archives of Data Science* (Online First), KIT Scientific Publishing, 2(1), 1-16.

- Tart, C. (1983). *Transpersonal psychoklies*. Psychological Processes Inc.
- Tashakkori, A. & Teddlie, C. (1998). *Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches*. Sage.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2003). *Handbook of mixed methods in social and behavioral research*. Sage.
- Tashiro, J. (2002). Exploring health promoting lifestyle behaviors of Japanese college women: Perceptions, practices and issues. *Health Care for Women International*, 20, 59-70.
- Tauber, E. M. (1972). Why do people shop? *Journal of Marketing*, 36, 46–49.
- Teddlie, C. & Tashakkori, A. (2009). *Foundations of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Sage.
- Teddlie, C. & Yu, F. (2007). Mixed methods sampling: A typology with examples. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(1), 77-100.
- Tepeköylü, (2017). İstanbul Ermenilerinde doğum sonrası ritüelleri. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(3),1413-1425
- Tetreault, M. A. & Kleine, R. E. (1990). Ritual, ritualized behavior and habit: Refinements and extensions of the consumption ritual construct. *Advances in Consumer Research*, 17, 31-38.
- The VOICE Group. (2010). Buying into motherhood? Problematic consumption and ambivalence in transitional phases. *Consumption Markets and Culture*, 13(4), 373–397.
- Thomas, J. B. & Peters, C. (2011). An exploratory investigation of black friday consumption rituals. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 39(7), 522-537.
- Thomsen T. U. & Sorensen E. B. (2006). The first fourwheeled status symbol: Pram consumption as a vehicle for the construction of motherhood identity. *Journal of Marketing Management* 22(9), 907-927.
- Thompson, C. J. (1996). Caring consumers: Gendered consumption meanings and the juggling lifestyle. *Journal of Consumer Research*, 22, 388-407.
- Thompson, C. J., Locander, W. B. & Pollio, H. R. (1989). Putting Consumer Experience Back into Consumer Research: The Philosophy and Method of Existential-Phenomenology. *Journal of Consumer Research*, 16, 133-146.
- Toles-Patkin, T. (2021). Gender reveal parties and the construction of the prenatal gendered environment. *Explorations in Media Ecology*, 20(2), 175-193
- Toraman, S. (2021). *How recent doctorates learned about mixed methods research through sources: a mixed methods social network analysis study* [PhD dissertation, University of Cincinnati].
- Toraman, S., Cox, K., Plano Clark, V. L. & Dariotis, J. K. (2020). Graduate students' current practices for writing a mixed methods research study abstract: An examination of doctoral dissertation and master's thesis abstracts in the ProQuest Dissertations and Theses Global™ database. *International Journal of Multiple Research Approaches*, 12(1), 110-128.

- Toraman, S., Howell Smith, M., Guetterman, T., Johnson, B. R., & Plano Clark, V. L. (2021, April). *How to convey the methodology of mixed methods research in conference proposals: Advice from mixed methods scholars* [Invited Session]. Annual 2021 American Educational Research Association Conference [Virtual], Orlando, FL, United States.
- Torlak, Ö., Özmen, M., Tiltay, M. A., İşlek, M. S. & Ay, U. (2018). Ritual as assemblage: feast of sacrifice experiences of Turkish consumers. *Journal of Islamic Marketing*,
- Tuan, Y. F. (1990). Realism and fantasy in art, history, and geography. *Annals of the Association of American Geographers*, 80(3), 435–446.
- Tumbat, G. & Belk, R.W. (2011). Marketplace tensions in extraordinary experiences. *Journal of Consumer Research* 38(1), 42-61.
- Tunç A. (2002). Bir Maniniz Yoksa Annemler Size Gelecek / 70’li Yıllarda Hayatımız. İstanbul .
- Turley, L.W. & Chebat, J. C. (2002). Linking retail strategy, atmospheric design and shopping behaviour. *Journal of Marketing Management*, 18, 125-144.
- Turner, V. W. (1967). Betwixt and between: The liminal period in rites de passage. *The Symbolic Analysis of Ritual*, 234-243.
- Turner, V. W. (1969). *The ritual process: Structure and anti-structure*. Routledge & Kegan Paul.
- Turner, R. (2006). Ritual: Meaningful or meaningless? *Behavioral and Brain Sciences*, 29(6), 633.
- Treice, D., Wolburg, J. M. & Otnes, C. C. (1999). Understanding the “social gifts” of drinking rituals: An alternative framework for PSA developers. *Journal of Advertising* 28(2), 17–31.
- Triantafillidou, A. & Siomkos, G. (2014). Consumption experience outcomes: Satisfaction, nostalgia intensity, word-of-mouth communication and behavioural intentions. *Journal of Consumer Marketing*, 31(6), 526–540.
- Tunç, A. (2002). *Bir maniniz yoksa annemler size gelecek/70’li yıllarda hayatımız*. Yapı Kredi Yayınları.
- Tyler, L. (1978). *Individuality: Human possibilities and personal choice in the psychological development of men and women*. Jossey-Bass Publishers.
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion, art and custom*. John Murray.
- Ulvoas-Moal, G. (2010). Exploring the influence of spirituality: A new perspective on senior consumers’ behaviour”, in Campbell, M.C., Inman, J. and Pieters, R. (Eds), *Advances in Consumer Research*, Vol. 37.
- Underwood, L. G. (1999). A working model of health: Spirituality and religiousness as resources: Applications to persons with disability. *Journal of Religion, Disability and Health*, 3(3), 51–71.

- Underwood, L. G. ve Teresi, J. A. (2002). The daily spiritual experience scale: Development, theoretical description, reliability, exploratory factor analysis, and preliminary construct validity using health-related data. *Annals of Behavioral Medicine*, 24(1), 22–33.
- Uygun, M. (2009), *Alışveriş merkezlerindeki tüketici deneyimlerinin 'fotoğraflara dayalı öyküler' yoluyla incelenmesi* [Basılmamış Doktora Tezi] Anadolu Üniversitesi.
- Uygun, M. (2011). Tüketici araştırmalarında nitel bir araştırma yöntemi olarak fotoğrafa dayalı öykülerin kullanımı. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 29-64.
- Uygun, M. & Akın, E. (2012). Markaların işlevsel, sembolik ve deneyimsel yararlarına ilişkin tüketici değerlendirmelerinin incelenmesi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Uygun, M., Akın, P. D. & Güner, E. (2018), Gönüllü sade yaşam tarzı, alışveriş motivasyonu ve marka deneyimi arasındaki ilişkiler, *Turkish Journal of Marketing*, 3(3): 199-222.
- Uygun, M., Mete, S. & Güner, E. (2014). Tüketicilerin alışveriş motivasyonları ile ağızdan ağıza iletişim davranışları arasındaki ilişkiler. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 35-56.
- Uzuner, Y. (1999). Niteliksel araştırma yaklaşımı. A. Bir içinde, *sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (s. 173-193). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No. 1081.
- Üstüner, T., Ger, G., & Holt, D. (2000). Consuming ritual: Reframing the Turkish henna-night ceremony. *Advances in Consumer Research*, 27, 209-214
- Valentine, V. & Gordon, W. (2000). The 21st century vonsumer: A new model of thinking. *International Journal of Market Research*, 42(2), 1–16.
- Van Boven, L. (2005). Experientialism, materialism, and the pursuit of happiness. *Review of General Psychology*, 9(2), 132–142.
- Van Boven, L. & Gilovich, T. (2003). To do or to have? That is the question. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(6), 1193-1202.
- Van Dierendonck, D. (2011). Spirituality as an essential determinant for the good life, its importance relative to self-determinant psychological needs. *Journal of Happiness Studies*, 1-16.
- Van Dierendonck, D. & Mohan, K. (2006). Some thoughts on spirituality & eudemonic wellbeing. *Mental Health, Religion and Culture*, 9, 227-238.
- Van Gennep, A. (1960). *The rites of passage*. Routledge and Kegan Paul.
- Van Manen, J. (1979). Reclaiming qualitative methods for organisational research: A preface. *Administrative Science Quarterly*, 24: December, 520-526.
- Van Manen, M. (2002a). Phenomenological inquiry. Retrieved September 4, 2004, from <http://www.phenomenologyonline.com/inquiry/1.html>
- Van Manen, M. (2002b). Sources of meaning. Retrieved September 4, 2004, from <http://www.phenomenologyonline.com/inquiry/49.html>
- Van Niekerk, M. (2017). Contemporary issues in events, festivals and destination management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(3), 842-847.

- Vargün, B. (2018). Doğum ve doğum sonrasında anne ve bebeğin korunmasına ilişkin geleneksel uygulamalar. *Journal of Human Sciences*, 15(2), 870-880.
- Vaughan, F. (1991). Spiritual issues in psychotherapy. *Journal of Transpersonal Psychology*, 23, 105-19.
- Veblen T. (2005). *Aylak sınıfın teorisi*. İstanbul.
- Verhoef, P., Lemon, K., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M. & Schlesinger, L. (2009). Customer experience creation: determinants, dynamics and management strategies. *Journal of Retailing*, 85(1), 31-41.
- Verhulst, B. & Neale, M.C. (2021). Best practices for binary and ordinal data analyses. *Behav Genet*, 51(3), 204–214
- Vitullo, A. & Zezza, R. (2014). *Maam. La maternità è un master che rende più forti uomini e donne*. BUR Biblioteca Univ. Rizzoli.
- Vohs, K. D., Wang, Y., Gino, F. & Norton, M. I. (2013). Rituals enhance consumption. *Psychological Science*, 24(9), 1714–1721.
- Weaver, A. J. & Koenig, H. G. (2007). Religion, spirituality, and their relevance to medicine: an update. *American Family Physician*, 73(8):1336–7.
- Wallendorf, M. & Arnould, E. J. (1991). We gather together: Consumption rituals of thanksgiving day. *Journal of Consumer Research*, 18(1), 13–31.
- Wallendorf, M., & Belk, R. (1989). Assessing trustworthiness in naturalistic consumer research. E. Hirschman içinde, *Interpretive Consumer Research* (s. 69-84). Provo, UT : Association for Consumer Research, Provo.
- Wang, S., Gomez-Insausti, R., Biasiotto, M., Barbiero, P. & Mcnall, B. (2000). A comparative analysis of entertainment cross-shopping in a power node and a regional mall. *Journal of Shopping Center Research*, 7(1), 59-84.
- Waqas, M., Hamzah, Z. L. B. & Mohd Salah, N. A. (2021). Customer experience: A systematic literature review and consumer culture theory-based conceptualisation. *Management Review Quarterly*, 71, 135–176.
- Ward, S. (1974). Consumer socialization. *Journal of Consumer Research*, 1,1-14.
- Warner, W. L. (1959). *The living and the dead: A study of the symbolic life of Americans*, new haven. Yale University Press.
- Watkins, M. (2021). A step-by-step guide to exploratory factor analysis with SPSS. Routledge.
- Watlington, C. (2006). The roles of religion and spirituality among African American survivors of domestic violence. *Journal of Clinical Psychology*, 62, 837–857.
- Waxman, L. K. (2004). *More than coffee: An examination of people, place, and community with implications for design*. Florida: The Florida State University.
- Weil, S. (1986). The language and ritual of socialisation: Birthday parties in a kindergarten context. *Man*, 21(2), 329–341.

- Weinberger, M. F. & M. Wallendorf, M. (2012). Intracommunity gifting at the intersection of contemporary moral and market economies. *Journal of Consumer Research*, 39(1), 229–247.
- Welman, J. C. & Kruger, S. J. (2001). *Research methodology for the business and administrative sciences*. South Africa: Oxford University Press.
- Wen, N. J., Hermann, P. A. & Legare, C. H. (2016). Ritual increases children's affiliation with in-group members. *Evolution and Human Behavior*, 37, 54–60.
- Weitzman, P. F. & Levkoff, S. E. (2000). Combining qualitative and quantitative methods in health design research with minority elders: Lessons learned from a study of dementia caregiving. *Field Methods*, 12(3), 195-208.
- West, C. L. (2011). Teaching Middle School Jazz: An Exploratory Sequential Mixed Methods Study [PhD dissertation, The University of Michigan].
- Weston, C., Gandell, T., Beauchamp, J., McAlpine, L., Wiseman, C., & Beauchamp, C., (2001). Analysing interview data: The development and evolution of a coding system, *Qualitative Sociology*, 24(3), 381-400.
- Wilhelm, W. B. & Mottner, S. (2005). Teens and shopping mall preferences: A conjoint analysis approach to understanding the generational shift toward an experiential economy. *Journal of Shopping Centre Research*, 12, 23-52.
- Willgerodt, M. A. (2003). Using focus groups to develop culturally relevant instruments. *Western Journal of Nursing Research*, 25(7), 798-814.
- Wilk, R. R. (1997). A Critique of desire: Distaste and dislike in consumer behavior. *Consumption, Markets and Culture*, 1(2), 175-196.
- Williams, R. (1976). *Keywords*. Fontana.
- Wirtz, J. & Bateson, J. E. G. (1999). Consumer satisfaction with services: integrating the environment perspective in services marketing into the traditional disconfirmation paradigm. *Journal of Business Research*, 44(1), 55-66.
- Woodruff, R. B. & Gardial, S. F. (1996). *Know your customer: new approaches to understanding customer value and satisfaction*. Blackwell.
- Woodruff Smith, D. (2007), Husserl. Routledge.
- Woodward, M. N. & Holbrook, M. B. (2013). Dialogue on some concepts, definitions and issues pertaining to ‘consumption experiences. *Marketing Theory*, 13(3), 323-344.
- Woling, S.J. & Bennett, L.A. (1984). Family rituals. *Family Process*, 23, 401-420.
- Worthington, R. L. & Whittaker, T. A. (2006). Scale development: A content analysis and recommendations for best practices. *The Counseling Psychologist*, 34(6), 806-838.
- Yeşil, Y. (2013). Türk Dünyası’nda Doğum Sırasında Gerçekleştirilen Ritüeller. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 2(6), 155-162.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınevi.

- Zahmacıoğlu, O., Atalay, H. & Akbaş, N. B. (2015). Motherhood as a “profession”: Post-career motherhood experiences of women from the upper-middle class in Turkey. *Dusunen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 28(3), 255-264.
- Zaichkowsky, L., 1985. Measuring the involvement construct, *Journal of Consumer Research*, 12, 341-352.
- Zaltman, G. & Wallendorf, M. (1979), *Consumer behavior: Basic findings and management Implications*. JohnWiley.
- Zinnbauer, B. J., Pargament, K. I., Cole, B., Rye, M. S., Butter, E. M., Belavich, T. G., ... Kadar, T. L. (1997). Religion and spirituality: Unfuzzifying the fuzzy. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 36(4), 549–564.
- Zhou, Y. (2019). A mixed methods model of scale development and validation analysis. Measurement. *Interdisciplinary Research and Perspectives*, 17(1), 38-47.



EKLER

EK 1: Yarı Yapılandırılmış Görüşme Formu

.....tarihinde, ...günü, saat’da, ...yerde katılımcılardan ile anne olma bağlamındaki tüketim ritüelleri ve buna bağlı olarak geliştirdikleri tüketim deneyimlerini belirlemek amacıyla bir görüşme yapmak üzere toplanmış bulunmaktayız. Öncelikle bu çalışmaya katıldığınız ve veri toplamamıza yardımcı olduğunuz için teşekkür ederim. Biliyorsunuz ki görüşmeye başlamadan önce bu araştırmaya gönüllü olarak katıldığınıza dair sizden yazılı bir onay formu almıştık. Lütfen şimdi de bu görüşmeye gönüllü olarak katıldığınızı bir de sözlü olarak ifade edebilir misiniz? Yardımlarınız için şimdiden teşekkür ederim.

1. Bebeğiniz 1 yaşına girene kadar hangi kutlamaları yaptınız?
2. Bu tür kutlamaların yaşamınızdaki önemini ve sizin için ne tür bir anlam ifade ettiğini anlatabilir misiniz?
3. İçinde yaşadığınız çevrede bu tür kutlamaların nasıl bir anlamı olduğunu anlatabilir misiniz?
 - (i) Bir kıyaslama yapmanızı istesem; bulunduğunuz çevrede eskiden neler yapılırdı, şimdi neler yapılıyor? Nasıl bir değişim söz konusu anlatabilir misiniz?
 - (ii)Siz, bu kutlamalarda eski geleneklerden mi yoksa bugünkü yapılanlardan mı daha çok etkilendiniz?
 - (iii)Bu kutlamaları, nelerden ya da kimlerden etkilenererek yaptınız (Aileden, akraba, komşular, arkadaş çevresi, gelenek ve görenekler, sosyal medya vb.)
4. Sizin için en önemli kutlama hangisiydi, neden?
5. Bu kutlamayı gerçekleştirmek için yapılan şeyler ve hazırlık sürecine dair sorular:
 - (i)Bu kutlama için neler satın aldınız ve bunları nasıl, hangi amaçla kullandınız? (süslemeler, yiyecek malzemeleri, misafirlere hediyeler vb.)
 - (ii)Satın aldığınız şeyleri nerelerden aldınız? (sosyal medya, belirli dükkanlar, internet gibi) Bu yerleri tercih etmenizde nelerin etkili olduğunu paylaşabilir misiniz?
 - (iii)Satın alımlarınızı yaparken en çok nelere dikkat ettiniz? (Ürün, marka, fiyat, kalite gibi)
 - (iv)Günlük yaşamda da yapmış olduğunuz alışverişlerinizde aldıklarınızı düşünürseniz, bu etkinlik için satın aldığınız şeylerin sizin için nasıl bir öneme sahip olduğunu ifade edebilir misiniz?
6. Bu kutlamaya hazırlık yapmanın sizde ne tür duygular uyandırdığını ve neler hissettiğinizi anlatabilir misiniz?
7. Bu kutlamanın olduğu günü, o gün neler yaşadığınızı, nasıl bir gün geçirdiğinizi anlatabilir misiniz?
 - (i)Kutlama günündeki hislerinizi ve kutlama bittikten sonraki hislerinizi anlatabilir misiniz?
8. Bu kutlamayı (o gün yaşadıklarınızı ve hissettiklerinizi) bir nesne, bir renk, bir şekil, bir masal kahramanı, bir tarihsel kimlik ya da bir canlıya benzetmenizi istesem neye benzetirdiniz? Bu benzetmeyi nasıl yaptınız? Açıklayabilir misiniz?
9. Bu kutlamada olmasını istediğiniz ya da eksikliğini duyduğunuz herhangi bir şey oldu mu? Anlatabilir misiniz?

EK 2: Fotoğrafa Dayalı Görüşme Soruları Listesi

Katılımcılardan X ile anneliğe yüklediği anlamları ve anne olma sürecindeki tüketim ritüelleri ile buna bağlı olarak gelişen tüketim deneyimlerini belirlemek amacıyla bir görüşme yapmak üzere tarihinde, ... günü, saat 'da, ... yerde toplanmış bulunmaktayız. Öncelikle bu çalışmaya katıldığınız ve veri toplamamıza yardımcı olduğunuz için teşekkür ederim. Biliyorsunuz ki görüşmeye başlamadan önce bu araştırmaya gönüllü olarak katıldığınıza dair sizden yazılı bir onay formu almıştık. Lütfen şimdi de bu görüşmeye gönüllü olarak katıldığınızı bir de sözlü olarak ifade edebilir misiniz?

Değerli X (Katılımcı), sizden daha önceki görüşmemizde çocuğunuz ile ilgili unutmadığınız herhangi bir ya da daha fazla kutlamayı ya da etkinliği en iyi temsil eden ortalama 5'er adet fotoğraf ya da resim getirmenizi istemiştik.

1. Görüşmeye başlamadan önce, bu fotoğrafları 1, 2, 3, 4, 5 olmak üzere öncelik sırasına koyabilir misiniz?
2. Bu kutlamaya ait bu fotoğrafı seçme nedenleriniz ve bu fotoğrafı sizin için özel kılan nelerdir?
 - a. Bu fotoğraf sizin için ne anlam ifade ediyor? (Bu fotoğrafa bakınca neler hissediyorsunuz?)
 - b. Bu fotoğraf sizin yaşam tarzınızı, değerlerinizi ve toplumsal değerleri hangi bakımdan temsil ediyor?
3. Bu fotoğrafı; bir nesne, bir renk, bir şekil, bir hayvan, bir masal kahramanı, bir tarihsel kimlik ya da bir canlıya benzetmenizi istesem, neye benzetirdiniz? Neden?
4. Bu fotoğrafa ya da resme ilişkin başka belirtmek ya da eklemek istediğiniz şeyler varsa, lütfen söyleyebilir misiniz?

Yardımlarınız İçin Çok Teşekkürler.

EK 3. Katılımcı Bilgilendirilme Onay Formu

Değerli Katılımcı;

Bu formun amacı; “anne olma sürecinde tüketim ritüelleri ve deneyimlerini” belirlemek amacıyla yürütülen bir doktora tez çalışması kapsamında Sizden sağlanması planlanan fotoğraf ve fotoğrafa dayalı görüşme ve yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin kullanılabilmesine ilişkin izin almaktır.

Bu araştırmada, Sizden ilk olarak yarı yapılandırılmış biçimde hazırlanan soruları yanıtlamanız, daha sonraki aşama için bebeğinizin 1 yaşına kadarki sürecinde yaptığınız kutlamaların Sizin için ne anlama geldiğini en iyi temsil eden ve daha önceden çekilmiş olan ortalama 5'er adet fotoğraf belirlemeniz ve bu fotoğraflara yönelik sözlü anlatımlarınız istenecektir. Araştırma kapsamında ulaşılabilecek sonuçların, gerek konuyla ilgili alan yazına gerekse yaşadığınız sorunların çözümünde kent ile ilgili karar alıcılara önemli ipuçları doğurabileceği umulmaktadır.

Araştırma verilerimizin güvenilirliğini sağlamak ve görüşmeler sırasında doğabilecek olası kesintilerin önüne geçebilmek için ses kaydı yapılacaktır. Sizden sağlanan tüm veriler (görüşme metinleri ve fotoğraflar) sadece bilimsel veri olarak kullanılacak ve gerçek kimliğiniz kesinlikle saklı tutulacaktır. Araştırma süresince ve sonrasında sizin rahatlığınız ve hassasiyetleriniz noktasında duyarlı olacağımızı önemle belirtmek isteriz. İsteddiğiniz takdirde, sizden sağlanan tüm verinin bir kopyası size verilebilecektir.

Bu araştırmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayanmakta olup araştırma süresince istediğiniz an ayrılma hakkınız söz konusu olabilmektedir. Eğer sizden sağlanan veri kapsamında istemediğiniz bir şey ifade ettiğinizi hissederseniz, isteğiniz doğrultusunda bu ifade ve ifadeler hemen silinecektir.

Bu formu imzalamanız, yukarıdaki açıklamaları ve araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul ettiğinizi gösterecektir.

İlginize, duyarlılığınıza ve katkılarınıza şimdiden çok teşekkür ederiz. Sormak istediğiniz herhangi bir sorunuz ya da dile getirmek istediğiniz herhangi bir endişeniz olursa, benimle istediğiniz zaman bağlantı kurabilirsiniz.

Sevgi ve Saygılarımla.

Pınar Duygu AKIN

Aşağıda imzası bulunan ben “.....”, yukarıdaki açıklamaları okuyup-anladığımı ve bu araştırmaya gönüllü olarak katıldığımı bildirmiş bulunmaktayım.

Tarih:

İmza

Ek 4. Nitel Görüşme Veri Takvimleri

Katılımcı	Veri Toplama Tarihi	Veri Toplama Saati	Veri Toplama Yeri	Veri Toplama Süresi	Veri Toplama Tekniği	Veri Kayıt Türü	Veri içeriği
Melahat	19.11.2020	11:25	Online Görüşme	130 dk. 30 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Hande	27.11.2020	13:27	Katılımcının Evi	61 dk. 12 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Duygu	08.12.2020	16:22	Katılımcının Evi	32 dk. 22 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Esmâ	10.12.2020	14:33	Katılımcının Evi	51 dk. 35 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Sultan	12.12.2020	19:51	Online Görüşme	63 dk. 43 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Zehra	21.12.2020	19:00	Online Görüşme	25 dk. 19 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Esen	02.01.2021	15:00	Online Görüşme	42 dk. 12 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Naz	22.01.2021	15:00	Online Görüşme	59 dk. 54 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Nur	19.02.2021	13:42	Online Görüşme	17 dk. 20 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Sümbül	12.03.2021	14:01	Katılımcının Ofisi	38 dk. 48 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Defne	29.03.2021	21:55	Online Görüşme	39 dk. 44 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Cennet	20.04.2021	12:53	Online Görüşme	37ndk. 21 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Çisem	02.05.2021	21:33	Online Görüşme	30 dk. 8 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Açelya	09.05.2021	22:13	Online Görüşme	32 dk. 9 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Meltem	11.05.2021	23:33	Katılımcının Evi	21 dk. 3 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Aysel	23.05.2021	21:44	Online Görüşme	43 dk. 20 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi
Zeynep	24.05.2021	22:54	Katılımcının Evi	32 dk. 58 sn.	Yarı yapılandırılmış ve fotoğrafa dayalı görüşme	Ses kaydı	Ritüel deneyimi / temsili fotoğrafların öykülenmesi

EK 5. Ölçek Geliştirme Süreci Sonucunda Elde Edilen Anket



Değerli Katılımcı;

Bu form, “annelerin çocuğu için düzenlediği özel gün etkinliklerine yönelik deneyimlerinin incelenmesi” amacıyla yürütülen bir doktora tez çalışmasının veri toplama aracıdır. Araştırmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayalı olup, çalışmanın herhangi bir aşamasında ayrılma hakkınız saklıdır. Bu anketi doldurmanız, çalışmaya gönüllü olarak katıldığınızı gösterecektir. Doldurulan anketler, araştırmacı dışında başka hiç kimse tarafından kesinlikle görülmeyecektir. Araştırmada kişilere değil, genele odaklanılacağından, veri toplama aracında gerçek kimliğinizi açığa çıkaracak sorulara yer verilmeyerek gerçek kimliğinizin saklı tutulması kesinlikle güvence altına alınmıştır. Ayrıca, bilimsel ilkelerin gerektirdiği süre tamamlanır tamamlanmaz anketler imha edilecektir. Araştırmanın sonuçlarının sağlıklı olması vereceğiniz samimi yanıtlara bağlıdır. Vakit ayırarak, vereceğiniz samimi bilgiler çalışmamıza önemli katkılar sağlayacaktır.

Lütfen herhangi birini atlamadan tüm soruları gerçek düşüncenizi yansıtacak şekilde yanıtlamaya özen gösteriniz.

Yardımlarınız için şimdiden çok teşekkürler. İhtiyaç duyduğunuz her an, bizimle iletişime geçebilirsiniz.

Doç. Dr. Mutlu UYGUN

Pınar Duygu AKIN

Aksaray Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / İşletme ABD Doktora Programı

I. Lütfen, aşağıdaki tabloda yer alan bilgileri eksiksiz olarak doldurunuz.

Çocuğunuz için, 1 yaşına kadar hangi etkinlikleri (kutlamaları) düzenlediniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
() Doğum Mevlüdü	() Kırk Uçurma
() Diş Hediği (Bulguru / Buğdayı)	() Doğum Günü
() Diğer (Lütfen yazarak belirtiniz)	
Sizin için en özel ve en önemli olan etkinlik (kutlama) hangisiydi? (Lütfen, yazarak belirtiniz).	
.....	
(Lütfen bundan sonraki TÜM SORULARI, BU ETKİNLİĞİ (KUTLAMAYI) düşünerek yanıtlayınız)	
Bu etkinliği nasıl düzenlediniz?	
() Geleneksel	() Modern
() Hem Geleneksel hem Modern (ikisine göre de)	
Bu etkinliği gerçekleştirirken kimlerden etkilendiniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
() Aile çevresi	() Yakın çevre
() İnternetteki yorumlar	() Sosyal medya
() Televizyon programları	() Online film uygulamaları
Bu etkinlik için ürün ya da hizmet satın alım sürecinde karar verirken hangi bilgi kaynaklarından yararlandınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
() Aile çevresi	() Yakın çevre
() İnternetteki yorumlar	() Sosyal medya
() Televizyon programları	() Online film uygulamaları
Bu etkinlik için satın aldığınız şeyleri nerelerden aldınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
() Belirli çarşı esnafı	() Belli markalı mağazalar
() Sosyal medya	() Mobil uygulamalar
() Web siteleri ya da sanal mağazalar	

II. Lütfen, yukarıda belirtmiş olduğunuz “sizin için en özel ve en önemli olan etkinliği” dikkate alarak, aşağıda sunulmuş olan ifadeler açısından görüşünüzü en iyi yansıtan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Lütfen, işaretlemeyi aşağıdaki seçeneklere göre yapınız.

(1) Kesinlikle Katılmıyorum; (2) Katılmıyorum; (3) Kısmen Katılıyorum; (4) Katılıyorum; (5) Kesinlikle Katılıyorum

1	Bu etkinlik, çocuğumla aramdaki duygusal bağı kuvvetlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Bu etkinlik, çocuğumla aramdaki sosyal ilişkiyi geliştirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Bu etkinlik, ailemle olan sosyal ilişkilerimi güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Bu etkinlik, yakın çevremle olan sosyal ilişkilerimi kuvvetlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

5	Bu etkinlik, bana sosyalleşme imkânı sunmuştur	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Bu etkinlik için hazırladığım hediyelikler, çocuğumla aramızdaki sosyal bağı güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Bu etkinlik için hazırladığım hediyelikler, misafirlerle aramızdaki sosyal bağı güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Bu etkinlikteki hediyeleşme, aile çevremle aramızdaki sosyal bağı güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Bu etkinlikteki hediyeleşme, yakın çevremle aramızdaki sosyal bağı kuvvetlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Bu etkinlikle ilgili sosyal medya paylaşımlarım, tanıdıklarımla sosyal ilişkilerimi güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Bu etkinlik, çocuğuma verdiğim değeri yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Bu etkinlik, çocuğuma duyduğum sevgiyi temsil etmektedir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Bu etkinlikteki hediyeleşmeler, bana ve aileme verilen değeri yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Bu etkinlikteki hediyeleşmeler, çocuğuma duyulan sevginin bir göstergesidir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Bu etkinlik için harcadığım çaba (el emeğimle hazırladığım hediyeler, ikramlıklar ve süslemeler), çocuğuma verdiğim değeri yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Bu etkinlik, yaşam tarzımı yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	Bu etkinlik, kültürel değerlerimi yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	Bu etkinlik, bireysel değerlerimi yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	Bu etkinlik, annelik rolümü ifade etmemi sağlamaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	Bu etkinlik, aile çevremde saygınlık (itibar) kazanmama katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	Bu etkinlik, toplum içinde saygınlık (itibar) kazanmama katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	Bu etkinlik, aile çevremde kabul görmeme katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Bu etkinlik, yakın çevremde kabul görmeme katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24	Bu etkinlik, annelik rolümü pekiştirmeme katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25	Bu etkinlik, bana mutluluk vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26	Bu etkinlik, bana heyecan vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27	Bu etkinlik, kendimi iyi hissetmemi sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28	Bu etkinlikle hayal ettiğim bir şeyi gerçekleştirdiğimi düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
29	Bu etkinlik, çocuğumun geleceği ile ilgili bana güzel hayaller kurdurmuştur	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
30	Bu etkinlikte aile çevremle bir arada olmak, bana mutluluk vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
31	Bu etkinlikte yakın çevremle bir arada olmak, bana mutluluk vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
32	Bu etkinlik bana değerli olduğumu hissettirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
33	Bu etkinlik, benim için anı değeri taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
34	Bu etkinlik, değerli anılar biriktirmemi sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
35	Bu etkinlik, geçmişteki benzer anılarımı tazelemiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
36	Bu etkinlik, çocuğumla geçmişteki benzer paylaşımlarımızı anımsatmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
37	Bu etkinlik için hazırlanan hediyelikler, benim için anı değeri taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
38	Bu etkinlikte çekilen fotoğraflar ve video kayıtları, benim için anı değeri taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
39	Bu etkinlikte çekindiğim fotoğraflara baktığımda, o günü tekrar anımsıyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
40	Bu etkinlik, benim için eğlenceliydi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
41	Bu etkinlikte keyifli vakit geçirdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
42	Bu etkinlik için tercih ettiğim tüm ortam süslemelerinin göze hoş geldiğini düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
43	Bu etkinlik için tercih ettiğim tüm ortam süslemelerinin otantiklik (özgünlük) hissi uyandırdığını düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
44	Bu etkinlik için göze hoş gelen ürün ve malzemeler tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
45	Bu etkinlik için otantiklik (özgünlük) hissi veren ürün ve malzemeler tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

46	Bu etkinlikte çocuğum için o özel günü temsil eden bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
47	Bu etkinlikte çocuğum için göze hoş gelen bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
48	Bu etkinlikte çocuğum için otantik (özgün) bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
49	Bu etkinlikte kendim için o özel günü temsil eden bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
50	Bu etkinlikte kendim için göze hoş gelen bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
51	Bu etkinlikte kendim için otantik (özgün) bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
52	Bu etkinlik, bana yalnız olmadığımı hissettirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
53	Bu etkinlik, bana yalnızlık duygusundan kurtulduğum hissi vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
54	Bu etkinlikte, günlük rutinin dışına çıkarak rahatlatma duygusu yaşadım	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
55	Bu etkinlikte, günlük yaşamın telaşesinden ve sıkıntılarından uzaklaşarak rahatlatma duygusu yaşadım	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
56	Bu etkinlik, bana bulunduğum ortamdan uzaklaşarak bambaşka diyardaymışım hissi yaşatmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
57	Bu etkinlik, bana geçmiş ve gelecek arasında mutlu bir yolculuğa çıkmışım hissi yaşatmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
58	Bu etkinlikte, zamanın nasıl geçtiğini fark etmedim bile	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
59	Bu etkinlikte, tüm olumsuzluklardan sıyrılarak mutluluktan ayaklarımın yerden kesildiğini hissettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
60	Bu etkinlikte, dini inancım nedeniyle israfa kaçmamaya özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
61	Bu etkinliği dini inancıma uygun bir biçimde gerçekleştirmek, bana manevi haz yaşatmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
62	Bu etkinliği dini inancıma uygun şekilde yapmak, içinde bulunduğum sosyal çevremle aramızdaki manevi bağı güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
63	Bu etkinliği dini inancıma uygun olarak düzenlemek, çocuğumla aramdaki manevi bağı kuvvetlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
64	Bu etkinlik, manevi anlamda bana huzur vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
65	Bu etkinlik için kullandığım ürünlerin ya da malzemelerin, dini inancıma uygun olmasına özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
66	Bu etkinlik bende, çocuğumun varlığı için Allah'a şükretmem gerektiği duygusu uyandırmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
67	Dini inancım gereği hediyeleşmenin sünnet olmasından dolayı, bu etkinlikteki hediyeleşme bana manevi haz yaşatmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

III. Lütfen, yukarıda belirtmiş olduğunuz “**sizin için en özel ve en önemli olan etkinliği**” dikkate alarak, aşağıda sunulmuş olan ifadeler açısından görüşünüzü en iyi yansıtan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Lütfen, **işaretlemeyi aşağıdaki seçeneklere göre** yapınız.

(1) Kesinlikle Katılmıyorum; (2) Katılmıyorum; (3) Kısmen Katılıyorum; (4) Katılıyorum; (5) Kesinlikle Katılıyorum

1	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha özeldi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha keyifliydi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha mutluluk vericiydi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha eğlenceliydi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, çocuğumu mutlu ettiği için diğer alışverişlerime göre beni daha iyi hissettirdi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha özenle gerçekleştirdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha heyecan vericiydi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Bu etkinlik için satın aldığım ürünlerin / markaların yaşam tarzımı yansıtmalarına özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Bu etkinlik için satın aldığım ürünler / markalar, benim için günlük hayattaki anlamlarından farklı bir değer taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Bu etkinlik için satın aldığım ürünlerin / markaların, etkinliğin anlamını yansıtmalarına özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Bu etkinlikte kendim, çocuğum ve misafirler için satın aldığım ürünler / markalar, anı değeri	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

	taşımaktadır					
12	Bu etkinlik için satın aldığım ürünlerin / markaların, daha kaliteli olmasına özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Bu etkinlik için yaptığım alışverişlerde güvenilir markalar / firmalar tercih etmeye özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Bu etkinlik için yaptığım alışverişlerde bu alanda tanınmış markalar / firmalar tercih etmeye özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Bu etkinlik için satın aldığım ürünler / markalar, yüksek fiyatlı da olsa ödediğim paraya değmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

IV. Lütfen, yukarıda belirtmiş olduğunuz “**sizin için en özel ve en önemli olan etkinliği**” dikkate alarak, aşağıda sunulmuş olan ifadeler açısından görüşünüzü en iyi yansıtan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Lütfen, **işaretlemeyi aşağıdaki seçeneklere göre** yapınız.

(1) Kesinlikle Katılmıyorum; (2) Katılmıyorum; (3) Kısmen Katılıyorum; (4) Katılıyorum; (5) Kesinlikle Katılıyorum

1	Bu etkinliğe kendimi bağlı hissediyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Bu etkinliği gerçekleştirmeseydim, kendimi mutsuz hissederdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Bu etkinliği gerçekleştirmeseydim, kendimi eksik hissederdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Benzer etkinlikleri gelecekte de gerçekleştirmeyi düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	İleride çocuklarımla da bu etkinliği sürdürmesini isterim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Yakın çevreme ya da tanıdıklarıma bu etkinliği gerçekleştirmelerini tavsiye ederim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

V. Lütfen, aşağıdaki tabloda yer alan kişisel bilgilerinizi eksiksiz olarak doldurunuz.

Yaşınız? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	
Eğitim durumunuz? () Okuryazar değil () İlköğretim () Lise () Üniversite () Lisansüstü	
Mesleğiniz? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	
Geliriniz? () Geliri yok () Asgari Ücret (11.402 TL) () 11.403-14.999 TL () 15.000-19.999 TL () 20.000-24.999 TL () 25.000-29.999 TL () 30.000 TL ve üzeri	
Çocuk sayısı? (Lütfen, yazarak belirtiniz).	
Bu etkinliği bütün çocuklarınız için de yaptınız mı ? () Sadece ilk çocuğum için yaptım () Birkaç çocuğum için yaptım () Bütün çocuklarım için yaptım	
Kaç yıldır evlisiniz? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	
Memleketiniz (İl) ? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	
Büyüdüğünüz bölge? () Marmara () Ege () İç Anadolu () Akdeniz () Karadeniz () Güneydoğu Anadolu () Doğu Anadolu	
Büyüdüğünüz yer? () Köy ya da Belde () İlçe Merkezi () Orta Büyüklükte İl Merkezi () Büyükşehir veya Büyükşehirli bağlı İlçe Merkezi	
Yaşadığınız Şehir? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	

Anketimiz sona erdi. Vakit ayırdığınız için sonsuz **TEŞEKKÜRLER**.

EK 6 . Geniş Ölçekli Saha Testi Verisinin Analizinden Sonra Elde Edilen Anket



Değerli Katılımcı;

Bu form, “annelerin çocuğu için düzenlediği özel gün etkinliklerine yönelik deneyimlerinin incelenmesi” amacıyla yürütülen bir doktora tez çalışmasının veri toplama aracıdır. Araştırmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayalı olup, çalışmanın herhangi bir aşamasında ayrılma hakkınız saklıdır. Bu anketi doldurmanız, çalışmaya gönüllü olarak katıldığınızı gösterecektir. Doldurulan anketler, araştırmacı dışında başka hiç kimse tarafından kesinlikle görülmeyecektir. Araştırmada kişilere değil, genele odaklanılacağından, veri toplama aracında gerçek kimliğinizi açığa çıkaracak sorulara yer verilmeyerek gerçek kimliğinizin saklı tutulması kesinlikle güvence altına alınmıştır. Ayrıca, bilimsel ilkelerin gerektirdiği süre tamamlanır tamamlanmaz anketler imha edilecektir. Araştırmanın sonuçlarının sağlıklı olması vereceğiniz samimi yanıtlara bağlıdır. Vakit ayırarak, vereceğiniz samimi bilgiler çalışmamıza önemli katkılar sağlayacaktır.

Lütfen herhangi birini atlamadan tüm soruları gerçek düşüncenizi yansıtacak şekilde yanıtlamaya özen gösteriniz.

Yardımlarınız için şimdiden çok teşekkürler. İhtiyaç duyduğunuz her an, bizimle iletişime geçebilirsiniz.

Doç. Dr. Mutlu UYGUN

Pınar Duygu AKIN

Aksaray Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / İşletme ABD Doktora Programı

I. Lütfen, aşağıdaki tabloda yer alan bilgileri eksiksiz olarak doldurunuz.

Çocuğunuz için, 1 yaşına kadar hangi etkinlikleri (kutlamaları) düzenlediniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
() Doğum Mevlüdü	() Kırk Uçurma
() Diş Hediği (Bulguru / Buğdayı)	() Doğum Günü
() Diğer (Lütfen yazarak belirtiniz)	
Sizin için en özel ve en önemli olan etkinlik (kutlama) hangisiydi? (Lütfen, yazarak belirtiniz).	
.....	
(Lütfen bundan sonraki TÜM SORULARI, BU ETKİNLİĞİ (KUTLAMAYI) düşünerek yanıtlayınız)	
Bu etkinliği nasıl düzenlediniz?	
() Geleneksel	() Modern
() Hem Geleneksel hem Modern (ikisine göre de)	
Bu etkinliği gerçekleştirirken kimlerden etkilendiniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
() Aile çevresi	() Yakın çevre
() İnternetteki yorumlar	() Sosyal medya
() Televizyon programları	() Online film uygulamaları
Bu etkinlik için ürün ya da hizmet satın alım sürecinde karar verirken hangi bilgi kaynaklarından yararlandınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
() Aile çevresi	() Yakın çevre
() İnternetteki yorumlar	() Sosyal medya
() Televizyon programları	() Online film uygulamaları
Bu etkinlik için satın aldığınız şeyleri nerelerden aldınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
() Belirli çarşı esnafı	() Belli markalı mağazalar
() Sosyal medya	() Mobil uygulamalar
() Web siteleri ya da sanal mağazalar	

II. Lütfen, yukarıda belirtmiş olduğunuz “sizin için en özel ve en önemli olan etkinliği” dikkate alarak, aşağıda sunulmuş olan ifadeler açısından görüşünüzü en iyi yansıtan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Lütfen, işaretlemeyi aşağıdaki seçeneklere göre yapınız.

(1) Kesinlikle Katılmıyorum; (2) Katılmıyorum; (3) Kısmen Katılıyorum; (4) Katılıyorum; (5) Kesinlikle Katılıyorum

1	Bu etkinlik, çocuğumla aramdaki duygusal bağı kuvvetlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Bu etkinlik, çocuğumla aramdaki sosyal ilişkiyi geliştirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Bu etkinlik, ailemle olan sosyal ilişkilerimi güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Bu etkinlik, yakın çevremle olan sosyal ilişkilerimi kuvvetlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

5	Bu etkinlik, bana sosyalleşme imkânı sunmuştur	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Bu etkinlik için hazırladığım hediyelikler, çocuğumla aramızdaki sosyal bağı güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Bu etkinlik için hazırladığım hediyelikler, misafirlerle aramızdaki sosyal bağı güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Bu etkinlikteki hediyeleşme, aile çevremle aramızdaki sosyal bağı güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Bu etkinlikteki hediyeleşme, yakın çevremle aramızdaki sosyal bağı kuvvetlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Bu etkinlikle ilgili sosyal medya paylaşımlarım, tanıdıklarımla sosyal ilişkilerimi güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Bu etkinlik, çocuğuma verdiğim değeri yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Bu etkinlik, çocuğuma duyduğum sevgiyi temsil etmektedir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Bu etkinlikteki hediyeleşmeler, bana ve aileme verilen değeri yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Bu etkinlikteki hediyeleşmeler, çocuğuma duyulan sevginin bir göstergesidir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Bu etkinlik için harcadığım çaba (el emeğimle hazırladığım hediyeler, ikramlıklar ve süslemeler), çocuğuma verdiğim değeri yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Bu etkinlik, yaşam tarzımı yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	Bu etkinlik, kültürel değerlerimi yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	Bu etkinlik, bireysel değerlerimi yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	Bu etkinlik, annelik rolümü ifade etmemi sağlamaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	Bu etkinlik, aile çevremde saygınlık (itibar) kazanmama katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	Bu etkinlik, toplum içinde saygınlık (itibar) kazanmama katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	Bu etkinlik, aile çevremde kabul görmeme katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Bu etkinlik, yakın çevremde kabul görmeme katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24	Bu etkinlik, annelik rolümü pekiştirmeme katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25	Bu etkinlik, bana mutluluk vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26	Bu etkinlik, bana heyecan vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27	Bu etkinlik, kendimi iyi hissetmemi sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28	Bu etkinlikle hayal ettiğim bir şeyi gerçekleştirdiğimi düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
29	Bu etkinlik, çocuğumun geleceği ile ilgili bana güzel hayaller kurdurmuştur	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
30	Bu etkinlikte aile çevremle bir arada olmak, bana mutluluk vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
31	Bu etkinlikte yakın çevremle bir arada olmak, bana mutluluk vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
32	Bu etkinlik bana değerli olduğumu hissettirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
33	Bu etkinlik, benim için anı değeri taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
34	Bu etkinlik, değerli anılar biriktirmemi sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
35	Bu etkinlik, geçmişteki benzer anılarımı tazelemiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
36	Bu etkinlik, çocuğumla geçmişteki benzer paylaşımlarımızı anımsatmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
37	Bu etkinlik için hazırlanan hediyelikler, benim için anı değeri taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
38	Bu etkinlikte çekilen fotoğraflar ve video kayıtları, benim için anı değeri taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
39	Bu etkinlikte çekindiğim fotoğraflara baktığımda, o günü tekrar anımsıyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
40	Bu etkinlik, benim için eğlenceliydi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
41	Bu etkinlikte keyifli vakit geçirdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
42	Bu etkinlik için tercih ettiğim tüm ortam süslemelerinin göze hoş geldiğini düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
43	Bu etkinlik için tercih ettiğim tüm ortam süslemelerinin otantiklik (özgünlük) hissi uyandırdığını düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
44	Bu etkinlik için göze hoş gelen ürün ve malzemeler tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
45	Bu etkinlik için otantiklik (özgünlük) hissi veren ürün ve malzemeler tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

46	Bu etkinlikte çocuğum için o özel günü temsil eden bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
47	Bu etkinlikte çocuğum için göze hoş gelen bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
48	Bu etkinlikte çocuğum için otantik (özgün) bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
49	Bu etkinlikte kendim için o özel günü temsil eden bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
50	Bu etkinlikte kendim için göze hoş gelen bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
51	Bu etkinlikte kendim için otantik (özgün) bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
52	Bu etkinlik, bana yalnız olmadığımı hissettirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
53	Bu etkinlik, bana yalnızlık duygusundan kurtulduğum hissi vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
54	Bu etkinlikte, günlük rutinin dışına çıkarak rahatlama duygusu yaşadım	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
55	Bu etkinlikte, günlük yaşamın telaşesinden ve sıkıntılarından uzaklaşarak rahatlama duygusu yaşadım	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
56	Bu etkinlik, bana bulunduğum ortamdan uzaklaşarak bambaşka diyardaymışım hissi yaşatmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
57	Bu etkinlik, bana geçmiş ve gelecek arasında mutlu bir yolculuğa çıkmışım hissi yaşatmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
58	Bu etkinlikte, zamanın nasıl geçtiğini fark etmedim bile	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
59	Bu etkinlikte, tüm olumsuzluklardan sıyrılarak mutluluktan ayaklarımın yerden kesildiğini hissettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
60	Bu etkinliği dini inancıma uygun biçimde gerçekleştirdim					
61	Bu etkinlikte, dini inancım nedeniyle israfa kaçmamaya özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
62	Bu etkinliği dini inancıma uygun bir biçimde gerçekleştirmek, bana manevi haz yaşatmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
63	Bu etkinliği dini inancıma uygun şekilde yapmak, içinde bulunduğum sosyal çevremle aramızdaki manevi bağı güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
64	Bu etkinliği dini inancıma uygun olarak düzenlemek, çocuğumla aramdaki manevi bağı kuvvetlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
65	Bu etkinlik, manevi anlamda bana huzur vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
66	Bu etkinlik için kullandığım ürünlerin ya da malzemelerin, dini inancıma uygun olmasına özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
67	Bu etkinlik bende, çocuğumun varlığı için Allah’a şükretmem gerektiği duygusu uyandırmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
68	Dini inancım gereği hediyeleşmenin sünnet olmasından dolayı, bu etkinlikteki hediyeleşme bana manevi haz yaşatmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

III. Lütfen, yukarıda belirtmiş olduğunuz “**sizin için en özel ve en önemli olan etkinliği**” dikkate alarak, aşağıda sunulmuş olan ifadeler açısından görüşünüzü en iyi yansıtan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Lütfen, işaretlemeyi aşağıdaki seçeneklere göre yapınız.

(1) Kesinlikle Katılmıyorum; (2) Katılmıyorum; (3) Kısmen Katılıyorum; (4) Katılıyorum; (5) Kesinlikle Katılıyorum

1	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha özeldi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha keyifliydi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer alışverişlerime göre beni daha iyi hissettirdi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha özenle gerçekleştirdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha heyecan vericiydi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Bu etkinlik için satın aldığım ürünlerin / markaların yaşam tarzımı yansıtmalarına özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Bu etkinlik için satın aldığım ürünler / markalar, benim için günlük hayattaki anlamlarından farklı bir değer taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Bu etkinlik için satın aldığım ürünlerin / markaların, etkinliğin anlamını yansıtmalarına özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Bu etkinlikte kendim, çocuğum ve misafirler için satın aldığım ürünler / markalar, anı değerli taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Bu etkinlik için satın aldığım ürünlerin / markaların, daha kaliteli olmasına özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

11	Bu etkinlik için yaptığım alışverişlerde güvenilir markalar / firmalar tercih etmeye özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Bu etkinlik için yaptığım alışverişlerde bu alanda tanınmış markalar / firmalar tercih etmeye özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Bu etkinlik için satın aldığım ürünler / markalar, yüksek fiyatlı da olsa ödediğim paraya değmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

IV. Lütfen, yukarıda belirtmiş olduğunuz **“sizin için en özel ve en önemli olan etkinliği”** dikkate alarak, aşağıda sunulmuş olan ifadeler açısından görüşünüzü en iyi yansıtan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Lütfen, işaretlemeyi aşağıdaki seçeneklere göre yapınız.

(1) Kesinlikle Katılmıyorum; (2) Katılmıyorum; (3) Kısmen Katılıyorum; (4) Katılıyorum; (5) Kesinlikle Katılıyorum

1	Bu etkinliğe kendimi bağlı hissediyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Bu etkinliği gerçekleştirseydim, kendimi mutsuz hissederdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Bu etkinliği gerçekleştirseydim, kendimi eksik hissederdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Benzer etkinlikleri gelecekte de gerçekleştirmeyi düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	İleride çocuklarımda bu etkinliği sürdürmesini isterim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Yakın çevreme ya da tanıdıklarına bu etkinliği gerçekleştirmelerini tavsiye ederim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

V. Lütfen, aşağıdaki tabloda yer alan kişisel bilgilerinizi eksiksiz olarak doldurunuz.

Yaşınız? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	
Eğitim durumunuz? () Okuryazar değil () İlköğretim () Lise () Üniversite () Lisansüstü	
Mesleğiniz? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	
Geliriniz? () Geliri yok () Asgari Ücret (11.402 TL) () 11.403-14.999 TL () 15.000-19.999 TL () 20.000-24.999 TL () 25.000-29.999 TL () 30.000 TL ve üzeri	
Çocuk sayısı? (Lütfen, yazarak belirtiniz).	
Bu etkinliği bütün çocuklarınız için de yaptınız mı ? () Sadece ilk çocuğum için yaptım () Birkaç çocuğum için yaptım () Bütün çocuklarım için yaptım	
Kaç yıldır evlisiniz? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	
Memleketiniz (İl) ? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	
Büyüdüğünüz bölge? () Marmara () Ege () İç Anadolu () Akdeniz () Karadeniz () Güneydoğu Anadolu () Doğu Anadolu	
Büyüdüğünüz yer? () Köy ya da Belde () İlçe Merkezi () Orta Büyüklükte İl Merkezi () Büyükşehir veya Büyükşehirle bağlı İlçe Merkezi	
Yaşadığınız Şehir? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	

Anketimiz sona erdi. Vakit ayırdığınız için sonsuz TEŞEKKÜRLER.

EK 7. İkinci Saha Testi Verisinin Analizinden Sonra Elde Edilen Nihai Anket



Değerli Katılımcı;

Bu form, “annelerin çocuğu için düzenlediği özel gün etkinliklerine yönelik deneyimlerinin incelenmesi” amacıyla yürütülen bir doktora tez çalışmasının veri toplama aracıdır. Araştırmaya katılım tamamen gönüllülük esasına dayalı olup, çalışmanın herhangi bir aşamasında ayrılma hakkınız saklıdır. Bu anketi doldurmanız, çalışmaya gönüllü olarak katıldığınızı gösterecektir. Doldurulan anketler, araştırmacı dışında başka hiç kimse tarafından kesinlikle görülmeyecektir. Araştırmada kişilere değil, genele odaklanılacağından, veri toplama aracında gerçek kimliğinizi açığa çıkaracak sorulara yer verilmeyerek gerçek kimliğinizin saklı tutulması kesinlikle güvence altına alınmıştır. Ayrıca, bilimsel ilkelerin gerektirdiği süre tamamlanır tamamlanmaz anketler imha edilecektir. Araştırmanın sonuçlarının sağlıklı olması vereceğiniz samimi yanıtlara bağlıdır. Vakit ayırarak, vereceğiniz samimi bilgiler çalışmamıza önemli katkılar sağlayacaktır.

Lütfen herhangi birini atlamadan tüm soruları gerçek düşüncenizi yansıtacak şekilde yanıtlamaya özen gösteriniz.

Yardımlarınız için şimdiden çok teşekkürler. İhtiyaç duyduğunuz her an, bizimle iletişime geçebilirsiniz.

Doç. Dr. Mutlu UYGUN

Pınar Duygu AKIN

Aksaray Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü / İşletme ABD Doktora Programı

I. Lütfen, aşağıdaki tabloda yer alan bilgileri eksiksiz olarak doldurunuz.

Çocuğunuz için, 1 yaşına kadar hangi etkinlikleri (kutlamaları) düzenlediniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
() Doğum Mevlüdü	() Kırk Uçurma
() Diş Hediği (Bulguru / Buğdayı)	() Doğum Günü
() Diğer (Lütfen yazarak belirtiniz)	
Sizin için en özel ve en önemli olan etkinlik (kutlama) hangisiydi? (Lütfen, yazarak belirtiniz).	
.....	
(Lütfen bundan sonraki TÜM SORULARI, BU ETKİNLİĞİ (KUTLAMAYI) düşünerek yanıtlayınız)	
Bu etkinliği nasıl düzenlediniz?	
() Geleneksel	() Modern
() Hem Geleneksel hem Modern (ikisine göre de)	
Bu etkinliği gerçekleştirirken kimlerden etkilendiniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
() Aile çevresi	() Yakın çevre
() İnternetteki yorumlar	() Sosyal medya
() Televizyon programları	() Online film uygulamaları
Bu etkinlik için ürün ya da hizmet satın alım sürecinde karar verirken hangi bilgi kaynaklarından yararlandınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
() Aile çevresi	() Yakın çevre
() İnternetteki yorumlar	() Sosyal medya
() Televizyon programları	() Online film uygulamaları
Bu etkinlik için satın aldığınız şeyleri nerelerden aldınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	
() Belirli çarşı esnafı	() Belli markalı mağazalar
() Sosyal medya	() Mobil uygulamalar
() Web siteleri ya da sanal mağazalar	

II. Lütfen, yukarıda belirtmiş olduğunuz “sizin için en özel ve en önemli olan etkinliği” dikkate alarak, aşağıda sunulmuş olan ifadeler açısından görüşünüzü en iyi yansıtan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Lütfen, işaretlemeyi aşağıdaki seçeneklere göre yapınız.

(1) Kesinlikle Katılmıyorum; (2) Katılmıyorum; (3) Kısmen Katılıyorum; (4) Katılıyorum; (5) Kesinlikle

Katılıyorum

1	Bu etkinlik, çocuğumla aramdaki duygusal bağı kuvvetlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Bu etkinlik, çocuğumla aramdaki sosyal ilişkiyi geliştirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Bu etkinlik, ailemle olan sosyal ilişkilerimi güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Bu etkinlik, yakın çevremle olan sosyal ilişkilerimi kuvvetlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

5	Bu etkinlik, bana sosyalleşme imkânı sunmuştur	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Bu etkinlik için hazırladığım hediyelikler, çocuğumla aramızdaki sosyal bağı güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Bu etkinlik için hazırladığım hediyelikler, misafirlerle aramızdaki sosyal bağı güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Bu etkinlikteki hediyeleşme, aile çevremle aramızdaki sosyal bağı güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Bu etkinlikteki hediyeleşme, yakın çevremle aramızdaki sosyal bağı kuvvetlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Bu etkinlikle ilgili sosyal medya paylaşımlarım, tanıdıklarımla sosyal ilişkilerimi güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Bu etkinlik, çocuğuma verdiğim değeri yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Bu etkinlik, çocuğuma duyduğum sevgiyi temsil etmektedir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Bu etkinlikteki hediyeleşmeler, bana ve aileme verilen değeri yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Bu etkinlikteki hediyeleşmeler, çocuğuma duyulan sevginin bir göstergesidir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Bu etkinlik için harcadığım çaba (el emeğimle hazırladığım hediyeler, ikramlıklar ve süslemeler), çocuğuma verdiğim değeri yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Bu etkinlik, yaşam tarzımı yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	Bu etkinlik, kültürel değerlerimi yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	Bu etkinlik, bireysel değerlerimi yansıtmaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	Bu etkinlik, annelik rolümü ifade etmemi sağlamaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	Bu etkinlik, aile çevremde saygınlık (itibar) kazanmama katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	Bu etkinlik, toplum içinde saygınlık (itibar) kazanmama katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	Bu etkinlik, aile çevremde kabul görmeme katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Bu etkinlik, yakın çevremde kabul görmeme katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24	Bu etkinlik, annelik rolümü pekiştirmeme katkı sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25	Bu etkinlik, bana mutluluk vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26	Bu etkinlik, bana heyecan vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27	Bu etkinlik, kendimi iyi hissetmemi sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28	Bu etkinlikle hayal ettiğim bir şeyi gerçekleştirdiğimi düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
29	Bu etkinlik, çocuğumun geleceği ile ilgili bana güzel hayaller kurdurmuştur	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
30	Bu etkinlikte aile çevremle bir arada olmak, bana mutluluk vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
31	Bu etkinlikte yakın çevremle bir arada olmak, bana mutluluk vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
32	Bu etkinlik bana değerli olduğumu hissettirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
33	Bu etkinlik, benim için anı değeri taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
34	Bu etkinlik, değerli anılar biriktirmemi sağlamıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
35	Bu etkinlik için hazırlanan hediyelikler, benim için anı değeri taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
36	Bu etkinlikte çekilen fotoğraflar ve video kayıtları, benim için anı değeri taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
37	Bu etkinlikte çekindiğim fotoğraflara baktığımda, o günü tekrar anımsıyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
38	Bu etkinlik, benim için eğlenceliydi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
39	Bu etkinlikte keyifli vakit geçirdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
40	Bu etkinlik için tercih ettiğim tüm ortam süslemelerinin göze hoş geldiğini düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
41	Bu etkinlik için tercih ettiğim tüm ortam süslemelerinin otantiklik (özgünlük) hissi uyandırdığını düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
42	Bu etkinlik için göze hoş gelen ürün ve malzemeler tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
43	Bu etkinlik için otantiklik (özgünlük) hissi veren ürün ve malzemeler tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
44	Bu etkinlikte çocuğum için o özel günü temsil eden bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
45	Bu etkinlikte çocuğum için göze hoş gelen bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

46	Bu etkinlikte çocuğum için otantik (özgün) bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
47	Bu etkinlikte kendim için o özel günü temsil eden bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
48	Bu etkinlikte kendim için göze hoş gelen bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
49	Bu etkinlikte kendim için otantik (özgün) bir kıyafet tercih ettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
50	Bu etkinlik, bana yalnız olmadığımı hissettirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
51	Bu etkinlik, bana yalnızlık duygusundan kurtulduğum hissi vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
52	Bu etkinlikte, günlük rutinin dışına çıkarak rahatlama duygusu yaşadım	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
53	Bu etkinlikte, günlük yaşamın telaşesinden ve sıkıntılardan uzaklaşarak rahatlama duygusu yaşadım	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
54	Bu etkinlik, bana bulunduğum ortamdan uzaklaşarak bambaşka diyarıdaymışım hissi yaşatmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
55	Bu etkinlik, bana geçmiş ve gelecek arasında mutlu bir yolculuğa çıkmışım hissi yaşatmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
56	Bu etkinlikte, zamanın nasıl geçtiğini fark etmedim bile	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
57	Bu etkinlikte, tüm olumsuzluklardan sıyrılarak mutluluktan ayaklarımın yerden kesildiğini hissettim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
58	Bu etkinliği dini inancıma uygun biçimde gerçekleştirdim					
59	Bu etkinlikte, dini inancım nedeniyle israfa kaçmamaya özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
60	Bu etkinliği dini inancıma uygun bir biçimde gerçekleştirmek, bana manevi haz yaşatmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
61	Bu etkinliği dini inancıma uygun şekilde yapmak, içinde bulunduğum sosyal çevremle aramızdaki manevi bağı güçlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
62	Bu etkinliği dini inancıma uygun olarak düzenlemek, çocuğumla aramdaki manevi bağı kuvvetlendirmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
63	Bu etkinlik, manevi anlamda bana huzur vermiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
64	Bu etkinlik için kullandığım ürünlerin ya da malzemelerin, dini inancıma uygun olmasına özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
65	Bu etkinlik bende, çocuğumun varlığı için Allah'a şükretmem gerektiği duygusu uyandırmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
66	Dini inancım gereği hediyeleşmenin sünnet olmasından dolayı, bu etkinlikteki hediyeleşme bana manevi haz yaşatmıştır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

III. Lütfen, yukarıda belirtmiş olduğunuz “sizin için en özel ve en önemli olan etkinliği” dikkate alarak, aşağıda sunulmuş olan ifadeler açısından görüşünüzü en iyi yansıtan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Lütfen, işaretlemeyi aşağıdaki seçeneklere göre yapınız.

(1) Kesinlikle Katılmıyorum; (2) Katılmıyorum; (3) Kısmen Katılıyorum; (4) Katılıyorum; (5) Kesinlikle Katılıyorum

1	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha özeldi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha keyifliydi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer alışverişlerime göre beni daha iyi hissettirdi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha özenle gerçekleştirdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Bu etkinlik için yaptığım alışveriş, diğer günlük alışverişlerime göre daha heyecan vericiydi	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Bu etkinlik için satın aldığım ürünlerin / markaların yaşam tarzımı yansıtmalarına özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Bu etkinlik için satın aldığım ürünler / markalar, benim için günlük hayattaki anlamlarından farklı bir değer taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Bu etkinlik için satın aldığım ürünlerin / markaların, etkinliğin anlamını yansıtmalarına özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Bu etkinlikte kendim, çocuğum ve misafirler için satın aldığım ürünler / markalar, anı değeri taşımaktadır	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Bu etkinlik için satın aldığım ürünlerin / markaların, daha kaliteli olmasına özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Bu etkinlik için yaptığım alışverişlerde güvenilir markalar / firmalar tercih etmeye özen gösterdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Bu etkinlik için yaptığım alışverişlerde bu alanda tanınmış markalar / firmalar tercih etmeye özen	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

	gösterdim					
13	Bu etkinlik için satın aldığım ürünler / markalar, yüksek fiyatlı da olsa ödediğim paraya değmiştir	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

IV. Lütfen, yukarıda belirtmiş olduğunuz “**sizin için en özel ve en önemli olan etkinliği**” dikkate alarak, aşağıda sunulmuş olan ifadeler açısından görüşünüzü en iyi yansıtan seçeneği işaretleyerek belirtiniz. Lütfen, **işaretlemeyi aşağıdaki seçeneklere göre** yapınız.

(1) Kesinlikle Katılmıyorum; (2) Katılmıyorum; (3) Kısmen Katılıyorum; (4) Katılıyorum; (5) Kesinlikle Katılıyorum

1	Bu etkinliğe kendimi bağlı hissediyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Bu etkinliği gerçekleştirmeseydim, kendimi mutsuz hissederdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Bu etkinliği gerçekleştirmeseydim, kendimi eksik hissederdim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Benzer etkinlikleri gelecekte de gerçekleştirmeyi düşünüyorum	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	İleride çocuklarımla da bu etkinliği sürdürmesini isterim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Yakın çevreme ya da tanıdıklarıma bu etkinliği gerçekleştirmelerini tavsiye ederim	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

V. Lütfen, aşağıdaki tabloda yer alan kişisel bilgilerinizi eksiksiz olarak doldurunuz.

Yaşınız? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	
Eğitim durumunuz? () Okuryazar değil () İlköğretim () Lise () Üniversite () Lisansüstü	
Mesleğiniz? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	
Geliriniz? () Geliri yok () Asgari Ücret (11.402 TL) () 11.403-14.999 TL () 15.000-19.999 TL () 20.000-24.999 TL () 25.000-29.999 TL () 30.000 TL ve üzeri	
Çocuk sayısı? (Lütfen, yazarak belirtiniz).	
Bu etkinliği bütün çocuklarınız için de yaptınız mı ? () Sadece ilk çocuğum için yaptım () Birkaç çocuğum için yaptım () Bütün çocuklarım için yaptım	
Kaç yıldır evlisiniz? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	
Memleketiniz (İl) ? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	
Büyüdüğünüz bölge? () Marmara () Ege () İç Anadolu () Akdeniz () Karadeniz () Güneydoğu Anadolu () Doğu Anadolu	
Büyüdüğünüz yer? () Köy ya da Belde () İlçe Merkezi () Orta Büyüklükte İl Merkezi () Büyükşehir veya Büyükşehirli İlçe Merkezi	
Yaşadığınız Şehir? (Lütfen, yazarak belirtiniz)	

Anketimiz sona erdi. Vakit ayırdığınız için sonsuz TEŞEKKÜRLER.

EK 8: Araştırmanın Etik Kurul İzni



T.C.
AKSARAY ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
İnsan Araştırmaları Etik Kurulu

Konu : Başvurunuz Hk.

Sayın: Mutlu UYGUN

“Anne Olma Bağlamında Tüketim Ritüelleri ve Kadınların Tüketim Deneyimleri”

başlıklı 2021/04-26 protokol numaralı başvuru 26.04.2021 tarihli toplantıda kurulumuz tarafından incelenmiş, Üniversitemiz İnsan Araştırmaları Etik Kurulu Yönergesi’nde belirtilen etik ilkelere **uygun olduğuna** toplantıya katılan üyelerin oy birliği ile karar verilmiştir.

Bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Necmettin AYGÜN
Aksaray Üniversitesi İnsan Araştırmaları
Etik Kurul Başkanı

Ek: İnsan Araştırmaları Etik Kurul Kararı

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: E39E198D-7B4A-4997-9AFD-C181703FBF07

Belge Doğrulama Adresi: <https://e-belge.aksaray.edu.tr>

Adres: tarih Bölümü

Telefon No: 2882194 Faks No: 2882125

e-Posta: naygun@aksaray.edu.tr İnternet Adresi: <https://www.aksaray.edu.tr/>

KEP Adresi:

Ayrıntılı bilgi için: Necmettin AYGÜN

Profesör

Telefon No: 2882194



AKSARAY ÜNİVERSİTESİ TEZ DEĞERLENDİRME FORMU		
Öğrencinin Adı Soyadı:		EVET
Kapak		
1	Tez Başlığı tutanaktaki başlıkla aynı mı?	
2	Kapaktaki ay ve yıl savunmaya girilen tarihle tutarlı mı?	
3	Kapak format kılavuzdaki kapak formatına uygun mu?	
4	Kapakta yazılan tüm yazılar doğru olarak verilmiş mi?	
İçindekiler		
5	Sayfa numaraları tam verilmiş mi?	
6	Şekil, Çizelge vb. listeleri verilmiş mi? Sıralaması doğru mu?	
7	Özet, Abstract, Giriş, Sonuçlar vb. bölümler var mı?	
8	Yazım hataları kontrolü yapıldı mı?	
Giriş		
9	Hazırlanan tezin önemini anlatıyor mu?	
10	İkinci ve Üçüncü dereceden başlık içermemeli kuralına uyuldu mu?	
Özet/Abstract		
11	Kılavuza uygun mu?	
12	Ay ve yıl savunmaya girilen tarihle tutarlı mı?	
13	Özet; tek sayfa, tek aralık, tek paragraf kuralına uygun olarak yazıldı mı?	
14	Bilim kodu, sayfa adedi, anahtar kelimeler ve tez danışmanı yazıldı mı?	
Kaynakça		
15	Kaynakların tamamına metin içinde atıf yapıldı mı?	
16	Kaynak formatı kılavuzdaki kaynak formatına uygun olarak hazırlanmış mı?	
17	Atıf formatı kılavuzdaki atıf formatına uygun mu?	
Atıf Yöntemi APA 7 ☐ CMS ☐ İSNAD ☐		
Genel Değerlendirme		
18	Etik Beyan açıklaması okundu, uyuldu ve imzalandı mı?	
19	Kabul/Onay sayfası kılavuzdaki formata uygun olarak düzenlenmiş mi?	
20	Kabul /Onay sayfasında belirtilen oy birliği/oy çokluğu seçeneklerinden uygun olanı savunmayla tutarlı olacak şekilde belirlenmiş mi?	
21	Sayfa kenar boşlukları ve sayfa numaraları kılavuzdaki formatına uygun mu?	
22	Paragraf boşlukları ve metin satır aralığı kılavuza uygun olacak şekilde düzenlenmiş mi?	
23	Başlık yazımları kılavuzdaki başlık formatlarına uygun mu?	
24	Yazı tipi ve boyutu kılavuzdaki yazı tipi ve boyutu formatına uygun mu?	
25	Şekil, Çizelge vb. açıklama ve numaralandırmaları kılavuzdaki formata uygun olarak yazılmış mı?	

Danışman Adı Soyadı

İmza