



ANKARA
HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**COVID-19 İLE BİRLİKTE DEĞİŞEN REKREASYON
ALGISI: BEKLEME SALONLARINDA BİR
ARAŞTIRMA**

Esin DEMİR

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Ali YAYLI

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
REKREASYON YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
REKREASYON YÖNETİMİ BİLİM DALI**

HAZİRAN – 2022



**COVID-19 İLE BİRLİKTE DEĞİŞEN REKREASYON ALGISI:
BEKLEME SALONLARINDA BİR ARAŞTIRMA**

Esin DEMİR

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
REKREASYON YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
REKREASYON YÖNETİMİ BİLİM DALI**

**ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

HAZİRAN – 2022

ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Esin DEMİR

09/06/2022

COVID-19 İLE BİRLİKTE DEĞİŞEN REKREASYON ALGISI:

BEKLEME SALONLARINDA BİR ARAŞTIRMA

(Yüksek Lisans Tezi)

Esin DEMİR

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Haziran 2022

ÖZET

COVID-19 pandemisiyle beraber sosyal yaşamda birçok değişim yaşandığı gibi, rekreasyon algısında da değişim gerçekleşmiştir. Pandemiyle birlikte hemen her alanda yeni normallere doğru bir yönelimin olduğu gözlemlenmektedir. Değişimin yaşandığı alanlardan biri de pandemiyle artan boş zamanı değerlendirme biçimleridir. Bu çalışmanın amacı, küresel çapta etkili olan COVID-19 virüsü ile artan boş zamanla birlikte rekreasyon algısındaki değişimlerin araştırılmasıdır. Bu bağlamda, bekleme salonlarında geçen boş zamanların hangi araçlarla değerlendirildiği, pandemiyle birlikte ne tür değişikliklere eğilim gösterildiği araştırılmıştır. Çalışmada araştırma alanı olarak dış kliniği bekleme salonu incelenmiş, bekleme salonundaki hastalar gözlemlenerek bekleme sürelerini hangi araçlarla değerlendirdiği ortaya konulmuştur. Boş zamanı değerlendirme anlamında bekleme salonlarının fiziksel ortamının ve hizmet sunumunun, bireylerin rekreasyon algısı üzerindeki etkisi büyüktür. Bekleme salonlarındaki rekreasyon aktiviteleri, bireylere fizyolojik, psikolojik ve sosyal açıdan önemli fayda sağlamakta, onların yaşam doyumlarını ve hizmet kalitesini olumlu yönde etkilemektedir. Çalışma, pandemi sürecinde bekleme salonunda yer alan bireylerin boş zaman aktivitelerinin neler olduğu sağlık sektöründe gözlemlemekte, hastaların bekleme süreleri boyunca hangi etkinliklere yoğunlaştığını, sunulan boş zaman değerlendirme aktivitelerini hangi süre ve çeşitlilikte kullandıklarını deneyimsel gözlem yaparak ele alması bakımından gelecek çalışmalara ışık tutmaktadır. Bu çalışma, toplumları psikolojik, fizyolojik, ekonomik ve sosyolojik olarak etki altında bırakan COVID-19 pandemisi esnasında yürütülmesi ve bekleme salonlarındaki boş zaman algısını ele alan başka bir çalışmanın bulunmaması nedeniyle de diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır. Çalışmanın bu yönüyle alan yazındaki boşluğu dolduracağı ve literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bilim Kodu : 116910

Anahtar Kelimeler : Bekleme Salonu, Rekreasyon, COVID-19.

Sayfa Adedi : 125

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Ali YAY

CHANGING RECREATION PERCEPTION WITH COVID-19:
A RESEARCH IN WAITING ROOMS

(M.Sc.Thesis)

Esin DEMİR

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

June 2022

ABSTRACT

Along with the COVID-19 pandemic, there have been many changes in social life, as well as a change in the perception of recreation. With the pandemic, it is observed that there is a tendency towards new normals in almost every field. One of the areas where change is experienced is the ways of making use of the leisure time that has increased with the pandemic. The aim of this study is to investigate the changes in the perception of recreation with the increasing leisure time due to the globally effective COVID-19 virus. In this context, it has been researched with which tools the leisure time spent in the waiting rooms is used and what kind of changes are tended with the pandemic. In the study, the waiting room of the dental clinic was examined as a research area, the patients in the waiting room were observed and it was revealed with which tools they evaluated their waiting times. The physical environment and service provision of the waiting rooms in terms of leisure time have a great impact on the recreation perception of individuals. Recreation activities in waiting rooms provide important physiological, psychological and social benefits to individuals and positively affect their life satisfaction and service quality. The study observes the leisure activities of the individuals in the waiting room during the pandemic process, and sheds light on future studies in terms of experientially observing which activities the patients concentrate on during their waiting period, and in which time and variety they use the leisure time activities offered. This study differs from other studies in that it was conducted during the COVID-19 pandemic, which affected societies psychologically, physiologically, economically and sociologically, and that there is no other study that deals with the perception of leisure in waiting rooms. With this aspect of the study, it is thought that it will fill the gap in the literature and make an important contribution to the literature.

Science Code : 116910

Key Words : Waiting Room, Recreation, COVID-19.

Page Number : 125

Supervisor : Prof. Dr. Ali YAYLI

TEŞEKKÜR

Bu çalışmada danışmanlığımı üstlenen, konu seçiminden araştırmanın yürütülmesine dek beni sınırlamayıp destek ve emeklerini esirgemeyen kıymetli hocam Prof. Dr. Ali YAYLI'ya teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmanın uygulanmasında bana yardımcı olan diş kliniği çalışanlarına desteklerinden dolayı teşekkür ederim.

Hayatım boyunca beni destekleyen, her zaman arkamda duran, haklarını asla ödeyemeyeceğim aileme sonsuz teşekkür ederim.



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLERİN LİSTESİ	x
RESİMLERİN LİSTESİ	xi
KISALTMALAR	xii
1. GİRİŞ	1
2. COVID-19 PANDEMİSİ VE BOŞ ZAMAN (REKREASYON).....	5
2.1. COVID-19 Pandemisi Kavramı	5
2.2. COVID-19 Pandemisinin Ortaya Çıkışı.....	8
2.3. COVID-19 Pandemisinin Etkileri	11
2.4. COVID-19 Pandemisinin Sonuçları	17
2.5. Boş Zaman (Rekreasyon) Hakkında Genel Bilgiler.....	23
2.5.1. Boş Zaman Kavramı.....	23
2.5.2. Boş Zaman ve Özellikleri.....	26
2.5.3. Boş Zaman (Rekreasyonel) Değerlendirme Aktivitelerinin Sınıflandırılması.....	32
2.5.4. COVID-19 ile Değişen Rekreasyonel Algı.....	38
3. BEKLEME SALONLARININ BOŞ ZAMAN DEĞERLEME AÇISINDAN ÖNEMİ.....	43
3.1. Bekleme Salonlarının Tanımı ve Kullanım Amacı	43
3.2. Bekleme Salonlarının Pazarlama Açısından Önemi.....	48
3.2.1. Bekleme Salonu Fiziksel Mekânı ve Pazarlama İlişkisi	55

	Sayfa
3.2.2. Bekleme Salonu Fiziksel Mekânı ve Memnuniyet İlişkisi.....	56
3.3. Bekleme Salonlarının Tasarımı	59
3.4. Bekleme Salonlarında Sunulan Etkinlik ve Programlar	64
3.5. Boş Zaman Değerlendirme Alanı Olarak Bekleme Salonları	68
4. COVID-19 İLE BİRLİKTE DEĞİŞEN REKREASYONEL ALGI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....	77
4.1. Yöntem ve Metod	77
4.2. Bulgular ve Değerlendirme	77
4.3. Tartışma.....	84
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	89
KAYNAKLAR	97
EKLER.....	119
EK-1. Gözlem formu	119
EK-2. Etik komisyonu formu	122
EK-3. Klinik izin formu	123
ÖZGEÇMİŞ	125

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 2.1. Ciddi Boş Zaman Özellikleri	28
Çizelge 4.1. Hastaların Cinsiyetlerine Yönelik Frekans Analizi Sonuçları	78
Çizelge 4.2. Hastaların Yaşlarına Yönelik Frekans Analizi Sonuçları	78
Çizelge 4.3. Senaryolara Yönelik Tanımlayıcı Analiz Sonuçları	78
Çizelge 4.4. Boş Zaman Aktivitelerine Yönelik Frekans Analizi Sonuçları	79
Çizelge 4.5. Boş Zaman Aktivitelerine Ayrılan Süreye Yönelik Tanımlayıcı Analizi Sonuçları	80
Çizelge 4.6. Senaryolardaki Televizyon İzleme Oranlarına Yönelik Tek Yönlü ANOVA Sonuçları	80
Çizelge 4.7. Cinsiyete Göre Boş Zaman Aktivitelerine Yönelik Ki-Kare Analizi Sonuçları	81
Çizelge 4.8. Cinsiyete ve Senaryolara Göre TV İzleme Aktivitesine Yönelik Ki-Kare Analizi Sonuçları	82
Çizelge 4.9. Yaşa Göre Televizyon İzleme Oranlarına Yönelik Ki-Kare Analizi Sonuçları	83
Çizelge 4.10. Yaşa Göre Televizyon İzleme Oranlarına Yönelik Tek Yönlü ANOVA Sonuçları	83

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. Boş Zaman Paradigması	29
Şekil 2.2. Boş Zaman Faaliyetlerinin Sınıflandırılması	35
Şekil 3.2. Bekleme Salonundaki Bireyleri Etkileyen Unsurlar.....	71



RESİMLERİN LİSTESİ

Resim	Sayfa
Resim 3.1. Esenboğa Havaalanı Bekleme Salonu	47
Resim 3.2. New York'ta Bir Poliklinik Bekleme Salonu	70



KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
AVM	Alışveriş Merkezi
TDB	Türk Diş Hekimleri Birliği
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
UNICEF	Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
UN	United Nations (Birleşmiş Milletler)
WHO	Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) - World Health Organisation

1. GİRİŞ

COVID-19 pandemisiyle beraber sosyal yaşamda birçok değişim gerçekleşmiştir. Bir yandan pandeminin yayılmasının önlenmesi amacıyla getirilen zorunlu önlemler, diğer yandan pandemi algısının insan davranışlarındaki değişimler göz önüne alındığında, hemen her alanda yeni normallere doğru bir yönelimin olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla değişimin yaşandığı alanlardan biri de boş zaman değerlendirme biçimlerinde ortaya çıkmıştır. Bu çalışmanın amacı küresel çapta etkili olan COVID-19 pandemisi ile artan boş zamanla birlikte rekreasyon algısındaki değişimlerin araştırılmasıdır. Bu bağlamda, bekleme salonlarında geçen boş zamanların hangi araçlarla değerlendirildiği, pandemiyle birlikte ne tür değişikliklere eğilim gösterildiği araştırılacaktır. Çalışmada araştırma alanı olarak dış kliniği bekleme salonu incelenmiş, bekleme salonundaki hastalar gözlemlenerek bekleme sürelerini hangi araçlarla değerlendirdiği ortaya konulmuştur.

Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19), ilk olarak Çin'in Vuhan Eyaleti'nde Aralık ayının sonlarında solunum yolu belirtileri (ateş, öksürük, nefes darlığı) ile gelişen bir 13 Ocak 2020'de tanımlanan, günümüzde hala etkileri devam eden bir hastalıktır (Sağlık Bakanlığı, 2020). Dünya genelinde COVID-19 olarak adlandırılan bu hastalık, insanları fiziksel ve ruhsal açıdan olumsuz anlamda çok etkilemiş ve insan hayatını ciddi anlamda tehdit etmektedir. Bu sebeple giderek bir salgın haline dönüşmüştür. Salgının artış hızını azaltmak için dünya genelinde birçok tedbir alınmış, kamu ve özel sektörlerde evden çalışma, dönüşümlü mesai vb.esneklikler getirilmiş, eğitim alanında örgün eğitime ara verilip uzaktan eğitime geçilmiş, toplu etkinlikler, maçlar, konserler vb. iptal edilmiştir. Salgının genişlemesiyle pandemi ilan edilerek COVID-19 pandemisine dönülmüştür. COVID-19 pandemisinin azalmasını sağlamak amacıyla alınan bu önlemler ve kısıtlamalar insanların yaşamında birçok değişikliğe sebep olmuş ve insanları birçok yönüyle etkilemiştir.

COVID-19 bütün sektörlerde olduğu gibi turizm sektörüne de büyük darbe vurmuştur. Rekreasyon faaliyeti olan turizmi diğer sektörlerden ayıran en temel fark bireyin hizmeti almak için destinasyona seyahat etmesidir. Turistik işletmelerin kapatılması tüketim ekonomisine büyük zararlar vermiş ve bu işletmelerde çalışan yüzlerce insanın işsiz kalmasına sebep olmuştur. Bununla birlikte insanların tatil anlayışında da

farklıklara yol açmıştır; uzun tatil yerine kısa süreli, tatil planlama, tatil planlarını erteleme, insan yoğunluğunun az olduğu yerleri tercih etme, toplu taşıma yerine bireysel araç kullanma vb. birçok değişikliğe neden olmuştur. Salgının yayılım hızını engellemek için getirilen kısıtlamalar rekreasyon faaliyetlerini de etkilemiştir. COVID-19 pandemisiyle birlikte rekreasyon algısında değişimler olmuştur. Kısıtlamalarla birlikte rekreasyon alanlarının da kapanması, açık ve kapalı alanda yapılan rekreatif etkinlikleri de büyük ölçüde etkilemiştir. Pandemiden en çok etkilenen sektörlerin başında sağlık sektörü yer almıştır. Bütün dünyayı etkisi altına alan bu virüs hayatı ciddi anlamda tehdit etmiş ve insanların ölümüne sebep olmuştur.

Virüsün yayılmasını azaltmak amacıyla alınan bu önlemler insanların boş zamanlarını arttırmıştır. Boş zaman; bireyin hayata dair zorunlu görev ve yükümlülüklerini yerine getirdikten sonra, kişinin kendine ayırdığı ve özgür bir şekilde kullandığı zaman dilimidir. Rekreasyon ise, zamanın planlı ve iyi kullanılması sonucu ortaya çıkan ve bir zaman kullanım bölümü olan boş zamanın, birey tarafında özgürce seçilen etkinliklerle değerlendirilmesi, bireye zevk veren isteğe bağlı aktivitelerin bütünüdür. Günümüz hizmet sektöründe, hizmetin kalitesi ve müşteri memnuniyeti açısından bireylerin hizmeti beklerken dinlenebileceği bekleme salonlarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Bekleme odası veya bekleme salonu, bir bina, kurum veya ofisin, olay veya randevu zamanı gelene kadar oturma, ayakta durma, sohbet etme vb. ihtiyaçlar için yaygın kullanılan parçasıdır (Hedges, 2018). İnsanlar kurum ve işletmelerde bazı işlemlerini gerçekleştirmeden önce beklemek zorunda kalmakta, bekleme süreci içerisinde dinlenmek, eğlenmek gibi bazı rekreasyonel faaliyetleri gerçekleştirmek istemektedirler. Bekleme salonları, oyalanma, bekleme ve rekreasyon ihtiyaçlarını karşılayan mekanlardır. İnsanın bir mekâna girdiğinde edindiği deneyimler doğrultusunda oluşan algısı, öncelikle giriş mekânında aranmaktadır. Bu bakımdan, mekânın giriş bölümünde yer alan bekleme salonunun niteliği rekreasyon algısı açısından önem taşımaktadır.

Bekleme salonlarında bekleyenlerin bekleme sürelerinin kalitesi, bireylerin fiziksel ve psikolojik sağlıklarını da etkilemektedir. Bekleme salonlarının, muayene olmaya gelen hastalar ve onlara eşlik eden yakınlarına yönelik yeterli büyüklükte alana, iyi bir tasarıma ve temel ihtiyaçları giderecek hizmetlere gereksinimi bulunmaktadır.

Bekleme süreci boyunca dikkat daşıtıcı malzemelerin kullanılması, bekleme ortamının atmosferi, temizliği, ferahlığı, iklimi ve çekiciliği, bireylerin duygusal değişkenlerini olumlu yönde etkilemektedir. Bu bakımdan, boş zamanı değerlendirme anlamında bekleme salonlarının fiziksel ortamının ve hizmet sunumunun, bireylerin rekreasyon algısı üzerindeki etkisi büyüktür.

Bekleme salonlarındaki rekreasyon aktiviteleri, bireylere fizyolojik, psikolojik ve sosyal açıdan önemli fayda sağlamakta, onların yaşam doyumlarını ve hizmet kalitesini olumlu yönde etkilemektedir. COVID-19 pandemisi süreciyle birlikte bekleme salonlarında dijital teknoloji çağının getirilerini görmek mümkündür. COVID-19 sürecinde bireyler sağlığını korumak amacıyla uygulanan kısıtlamalardan olumsuz yönde etkilenebilmiştir. Bu kapsamda, özellikle pandemi sürecinde toplumun tüketiciler salgın ile baş etme noktasında, evlerini çalışma ofislerine, yayın stüdyolarına, sınıflara ve spor salonlarına dönüştürmeye kalkışmıştır. Bu süreç içerisinde internet kullanımının öneminin anlaşılmaması ile birlikte, bireyler boş zamanlarında bekleme salonlarında dijital rekreasyon etkinliklerine yönelmiştir.

Bu çalışma, toplumları psikolojik, fizyolojik, ekonomik ve sosyolojik olarak etki altında bırakan COVID-19 pandemisi esnasında yürütülmesi ve pandemi öncesinde ve sonrasında bekleme salonlarındaki boş zaman algısını ele alan başka bir çalışmanın bulunmaması nedeniyle önemli olduğu, alan yazındaki boşluğu dolduracağı ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmada, pandemi sürecinde bekleme salonunda yer alan bireylerin boş zaman aktivitelerinin neler olduğu bir sağlık kliniğinde gözlemlenmekte, hastaların bekleme süreleri boyunca hangi etkinliklere yoğunlaştıkları, kliniğin sunduğu boş zaman değerlendirme aktivitelerini hangi süre ve çeşitlilikte kullandığı deneyimsel gözlem yapılarak ele alınarak gelecek çalışmalara da ışık tutmaktadır.



2. COVID-19 PANDEMİSİ VE BOŞ ZAMAN (REKREASYON)

Bu bölümde COVID-19 pandemisi ve boş zaman (rekreasyon) kavramına ilişkin ayrıntılı bilgiler verilecektir. Bu kapsamda, pandeminin ortaya çıkışı, etkileri, sonuçları aktarılacaktır. Ayrıca boş zaman kavramının özellikleri, boş zaman değerlendirme aktivitelerinin sınıflandırılması, pandemi ile birlikte değişen rekreasyon algısı hakkında değerlendirmeler yapılacaktır.

2.1. COVID-19 Pandemisi Kavramı

Pandemi kavramı; dünyanın birçok ülkesini veya kıtasını etkisi altına alan salgın hastalıklara denir. Pandemi ile ortaya çıkacak enfeksiyonların yayılmasını erken dönemde önlemek, ölüm ve hastalığa yakalanma vakalarının sayısını azaltmaya fayda sağlamaktadır. Pandemi ile ortaya çıkan bulaşıcı hastalıklara pandemik hastalık denir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) hastalığın ortaya çıkışı ile dünya genelinde pandemi ilan ederek, entübe olan insanların sayısını azaltmaya yönelik tedbirlerin alınmasını ve hastalığın yayılmasını önlemeyi amaçlar. Pandemi, her ülkede bulaşıcılık düzeyine, risk unsurlarının varlığına, temas durumuna, sağlık hizmetlerinin gelişmişliğine ve iklime göre değişik çizelgeler ortaya çıkarır. Tarih boyunca dünya birçok pandemi ile mücadele etmiştir. Çok sayıda insanın ölümüyle gerçekleşen bu pandemilerden başlıcaları;

- Veba (kara ölüm); 1347-1351 yıllarında ortaya çıkarak 50 milyon insanı etki altına almıştır.
- Çiçek hastalığı; 1520 yılında 25 milyon insanı etki altına almıştır.
- Kolera salgınları,
- İspanyol gribi; 1918-1919 yıllarında kendini göstererek 50 milyon insanın hayatını etkilemiştir.
- İnfluenza pandemileri; 1950-1976 yıllarında birçok insanı etkisi altına almıştır.
- Ebola Virus; 1976 yılında ortaya çıkarak 15 bin insanı etki altına almıştır.
- HIV/AIDS; 1981 yılında başlamış ve halen birçok insanı etkilemeye devam etmektedir.

- Swine Influenza Virus (SIV/ H1N1); 2009-2010 yıllarında 8 bin insanı etki altına almıştır.

Bunların yanı sıra, Tifo, domuz gribi ve en son olarak 2020 yılında COVID-19 virüsü dünya genelinde birçok insanın hayatını olumsuz etkilemiştir. COVID-19 virüsü, 2020 yılı itibariyle Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından pandemi ilan edilerek, hastalığa yönelik önlem ve tedbirlerin acil alınması gerektiği kararı verilmiştir (Medipol, 2021). Başlangıcından bu zamana kadar teyit edilen milyonlarca vaka ve ölüm bulunmaktadır. Türk Tabipler Birliği Raporuna göre (2020), COVID-19 pandemisi, tıbbi, insani, ekolojik, sosyal, ekonomik ve siyasi bir sorundur.

Beklenmedik anda ortaya çıkan olaylara kriz denilmektedir. COVID-19 bu sebeple toplumsal bir sağlık krizi kabul edilmektedir. Bu sebeple toplumdaki birçok dinamiğe etki ederek, ortaya çıkan çok boyutlu değişkenlerin doğru yönetilmesine ihtiyaç vardır. COVID-19 salgını öncesinde de dünyada birçok salgın gerçekleşmiş, ancak küresel etkileri COVID-19'a benzememektedir. Dolayısıyla bu salgındaki kriz durumunun kendi nitelikleri içerisinde değerlendirilerek, müdahale edilmesi gerekmektedir. Bu sebeple pandemi haline dönüşmüştür. COVID-19 pandemi sürecinin en az hasar ile atlatılması açısından krizin etki altında bıraktığı kitlelerin ortaya çıkardığı sonuçların, doğru değerlendirilmesi ve doğru bir kriz planlamasının yapılması gerekmektedir (Demirtaş, 2000; Aksoy ve Aksoy, 2003). 2003 yılındaki SARS salgını sürecinde Hong Kong'da sürece ilişkin şeffaflık sağlanamamış, gerekli tedbirler alınmamış ve iletişim süreçleri kötü yönetilmiştir. Bu durum salgının hızla yayılarak diğer ülkelere de dağılmasına sebep olmuştur (Lee, 2003). Bu bakımdan salgın gibi önemli kriz dönemlerinde sosyal izolasyon açısından gereken tedbirler alınması, bireylerin kendisini tanımasına ve boş zamanlarını değerlendirmesine olanaklar tanınması sürecin en az hasarla atlatılmasında etkilidir.

COVID-19 pandemisi, geçmişteki salgınlardan farklı olarak, insan hareketliliğinin daha fazla olduğu bir dönemde gerçekleşmiştir. Bu durum daha hızlı yayılmaya ve bulaşmaya sebep olmuştur. Dolayısıyla salgının etkisinin en aza indirilmesi ve hasarların önlenmesi açısından salgınla çok boyutlu bir mücadele gereksinimi bulunmaktadır. Bu kapsamda, salgına yönelik Pandemi İnfluenza Ulusal Hazırlık Planı oluşturularak, birçok uzmanın ve politikacının katıldığı, hastaların bakımı, laboratuvarlar, aşı ve ilaçlar hakkında risk yönetimine ilişkin bilgi ve deneyimler

aktarılarak bazı programlar hazırlanmıştır. Bu programa göre, birçok kuruma risklerin azaltılmasına, müdahale ve iyileştirme çalışmalarının yapılmasına ilişkin sorumluluklar yüklenmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2019). Bunun yanı sıra, 2020 Mart ayında, Şehir Plancıları Odası, halk sağlığını toplumsal bir mekân ve kamucu bir planlama sorunsalı olarak tabir etmiştir. Bu anlamda pandemi, mimarinin, planlamanın, çevrenin ve diğer tüm disiplinlerin katılımı ile yürütülmesi gereken ortak ve çok boyutlu bir eylem planını gerektirmektedir.

Dünya örnekleri içerisinde, Brüksel kenti COVID-19 pandemisi ile mücadelede örnek olmuştur. Örnek çalışmalar içerisinde, salgın sonrasında şehrin bisiklet ağları 40 kilometreye kadar genişletilerek, vatandaşların kısa yolculuklarda bisiklet ağını seçmesi teşvik edilmiştir. İnsanlar, bu şekilde aktif harekete çağrılarak, pandeminin fiziksel aktiviteye olumsuz etkisi önlenmeye çalışılmıştır. Bu örneğin dışında, Belçika kentinde kentin tüm bölgelerinde, yaya ve bisikletlilere öncelik ve saatte en fazla 20 kilometre hız yapılması kararı verilmiştir (Janssen, 2020). Barselona kenti ise; araç bağımlılığını yok etmek amacı ile sokakların %60'ına yakınına, toplumsal alan haline getirmiştir. Süper bloklar adındaki bu uygulama, otomobil kullanım oranını %21 azaltmakta, yayaların, bisikletlerin ve toplu taşımanın hareketliliğini artırmaktadır (Nieuwenhuijsen, 2020).

Yapılan araştırmalar, kentlerin yeşil koridorlarının insanın nörolojik sağlığına iyi geldiğini ortaya koymaktadır (Stanley & Hansen, 2020). Bu bakımdan özellikle insanların ruhsal ve fiziksel sağlığını olumsuz etkileyen COVID-19 pandemi sürecinde insanların rekreasyon algısının değişmesi için kentlerin daha fazla açık ve yeşil alanlara ihtiyacı bulunmaktadır (TMMOB, 2020). Şehirlerin yaşanabilirliğinin artırılmasında, insan ve tabiat ilişkisinin en yüksek seviyede tutabilmeye fırsat tanıyan şehir içi ve uzak/yakın çevresinde rekreasyon alan ihtiyaçlarının karşılanmasına gereksinim bulunmaktadır (Çatalbaş, 2016). Brooklyn şehrinde salgın sürecinde sosyal mesafeyi korumak amaçlı 2,4 m çapındaki çemberlerden oluşan çim alanları insanların rekreasyon ihtiyacını karşılamak amacıyla kullanılmaktadır (Seçkin, 2020). COVID-19 sürecinden en fazla etkilenen şehirlerden olan New York'da ise, şehrin bazı bölgeleri trafiğe kapatılarak, egzersiz alanı açılmıştır. Bu durumun daha fazla sosyal mesafe sağlayacağı düşünülmektedir (Janssen, 2020).

COVID-19 ile birlikte rekreasyon algısının deęiŖeceęi tahmin edilmektedir. Tarihi gemiŖe bakıldığında, İkinci Dünya SavaŖı sonrasında 20 milyona yakın insanın rekreasyon ihtiyacı sebebiyle kendi evinde tarım yaptığı görölmektedir (Roca Gallery, 2020). Bu bakımdan pandemi sürecinde mahalle ölçeğinde ortak kentsel tarım alanları oluşturarak, özellikle yüksek nüfusa sahip kentlerdeki potansiyeller en verimli Ŗekilde kullanılmalı ve süreç doğru yönetilmelidir (Perez, 2020). Tüm bu geliŖmeler doğrultusunda, COVID-19 süreci, sosyal mesafenin ve hijyenin, kentsel planlamaya ve tasarıma dahil edilmesi gerektiğini göstermiŖtir. Geleceğin kentlerinin ve insanların rekreasyonel gereksinimlerini yönetebilmesi açısından salgına dirençli kamusal çözümlmelere ihtiyacı bulunmaktadır (McMaster University, 2018; Yılmazsoy, vd., 2021).

2.2. COVID-19 Pandemisinin Ortaya ÇıkıŖı

Çin Hubei eyaleti Wuhan Ŗehrinde, 2019 yılı Aralık ayında kümes hayvanları, dağ faresi, yarasa ve yılan gibi hayvan satıŖlarının olduğu Huanan canlı hayvan pazarında ortaya çıkan bir virüs, kısa bir süre içerisinde dağılarak epidemik hale dönuŖmüŖtür. Yapılan araŖtırmalar, virüsü taşıyan çoğu kiŖinin bu pazarı ziyaret ettiğini göstermektedir. Uzmanların araŖtırmaları sonucu, ortaya çıkan bu virüsün daha önceki SARS-CoV, MERS-CoV ve influenza kuŖ gribi solunum yolu hastalıklarından farklı olduğu belirtilerek, yeni Coronavirüs hastalığı olarak tanımlanmıŖtır. Çin'in Wuhan Ŗehrinde, tanımlanamayan bir pnömoni vakası olarak belirti gösteren yeni koronavirüs hastalığı, 2019 yılında Dünya Sağlık Örgütü tarafından COVID-19 ismiyle tanımlanmıŖtır (WHO, 2020). Salgının baŖlangıtaki belirtileri sadece 41 veya 42 Çin vatandaŖında görölmüŖ ve hastalığın yayılmasında bu kiŖiler sorumlu tutulmuŖtur (Tesini, 2019; Lu, et al., 2020; Zhao, et al., 2020).

İnsanlık tarihi boyunca birçok salgın yaŖamı olumsuz etkileyerek çok sayıda insanın hayatını kaybetmesine neden olmuŖtur. Bunlar içerisinde; Kara Veba (14.yüzyıl), İspanyol Gribi (1918-1920), yakın çağlarda ise, SARS, kuŖ gribi, domuz gribi, MERS ve ebola salgını gibi birçok salgın bulunmaktadır. İnsanoğlunun bugüne kadar tanıklık etmiŖ olduğu tüm salgınlar, dünyayı ekonomik, demografik, siyasal ve sosyal olarak etkileyerek yaŖamın yeniden Ŗekillenmesinde büyük roller oynamıŖtır. Modern tıp ile yok edilemeyen bu salgınların devletlerin çökuŖünde dahi etkisi bulunmuŖtur (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020).

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)'nün Salgın Hastalıkların Yönetimi'ne ilişkin 2018 yılında yayınladığı raporda, tarihi belli olmamakla birlikte yeni bir virüs ihtimalinin olduğunu belirtilmiştir (WHO, 2018). Bu raporun ardından salgınlara sonuncusu eklenerek, 2019 yılında COVID-19 Koronavirüs vakaları görülmeye başlamış ve 13 Ocak 2020 tarihinde yeni tip koronavirüs hastalığının tanısı konulmuştur. 2019 Aralık ayında Çin'in Wuhan şehrinde başlayan ve tüm dünyayı hızla etki altında bırakan COVID-19 salgını, ateş, nefes darlığı ve öksürük gibi solunum yolu hastalıklarının belirtilerini gösteren ölümcül bir virüs çeşididir. Tarihte ortaya çıkan farklı Corona virus pandemileri bulunmakta ve farklı yollarla bulaşıcılık kazanmıştır. Bunların arasında en sık soğuk algınlığına bağlı etkenlerden ortaya çıktığı görülmektedir. Bunlar arasında;

- 2002 yılında ortaya çıkan SARS-CoV; 9000 vaka olayına ve 775 ölüme sebep olmuş, Çin'de yarasadan msk kedisine, sonrada insana geçmiştir.
- 2012 yılında ortaya çıkan MERS-CoV; 2500 vakaya ve 1000 ölüme sebep olmuş, Ortadoğuda deveden insana geçmiş, etkileri halen sürmektedir.
- 2019 yılında ortaya çıkan COVID-19 pandemisi ise; SARS-CoV-2 olarak tanımlanmış, Çin'de yarasadan ara konak geçişi olmuş, ardından insanlara geçmiş ve milyonlarca insanın ölümüne sebep olmuştur.

Koronavirüse ilişkin ilk vakalar, 2019 Aralık ayında, Atipik Pnömoni olguları ile ortaya çıkmıştır. Ardından 31 Aralık 2019 tarihinde, vakaların gelişimi hakkında Dünya Sağlık Örgütü bilgilendirme yapmıştır. 7 Ocak 2020 yılında hastalığa Yeni Corona Virüs adı ile teşhis konulmuştur. 11 Ocak 2020 tarihinde Çin'de hastalığın ilk ölümleri gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, 12 Ocak 2020'de COVID-19 etkeni olan SARS CoV-2 virüsüne yönelik izolasyon çalışmalarına başlanılmıştır. Sonrasında 13 Ocak 2020'de Tayland ve Fransa'da da hastalık olguları görülmeye başlamıştır. 2020 Ocak sonunda Dünya Sağlık Örgütü; dünya genelinde uluslararası acil durum ilan etmiştir. Bu süreci, 11 Şubat 2020'de hastalığın ismini COVID-19'un alması ve etken olarak da SARS CoV-2 kabul edilmesi almıştır. Tüm bu gelişmeler sonucu 11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü; pandemi ilan etmiş ve aynı gün içerisinde Türkiye'de de ilk olgular görülmüştür.

Türkiye’de de Sağlık Bakanlığı virüse ilişkin açıklamalar yaparak, gereken önlemleri almıştır. *“Yeni Koronavirüs Hastalığı (COVID-19), ilk olarak Çin’in Vuhan Eyaleti’nde Aralık ayının sonlarında solunum yolu belirtileri (ateş, öksürük, nefes darlığı) gelişen bir grup hastada yapılan araştırmalar sonucunda 13 Ocak 2020’de tanımlanan bir virüstür”* (Sağlık Bakanlığı, 2020). Türkiye’de COVID-19’a ilişkin ilk vakalar Kasım 2019 tarihinde görülmüş, COVID-19 ile ilgili ilk çalışmalar, 10 Ocak 2020 tarihinden itibaren başlamıştır (Sağlık Bakanlığı, 2020).

Hastalık temelinde hastaların etrafa yaydığı damlacık yolu ile bulaşmaktadır. Hastaların el temasları, ağızlarına, burunlarına veya göz mukozalarına temas ederek bulaşıcılık artmaktadır. Virüsün semptomları, 14 gün boyunca tam hissedilmeden solunum yolunda bulunabilmektedir. Virüs tam olarak, solunum yolu salgıları, kan, idrar ve feçeste ile saptanmaktadır. Presemptomatik olgular açısından ilk 1-2 gün bulaş için önemlidir. Virüsün başlıca belirtileri; yorgunluk, kas, karın, boğaz ve baş ağrısı, iştahsızlık, öksürük, ateş, nefes darlığı, tadın ve kokunun kaybı, ishal, bulantı ve kusmadır. Virüsün uzamış semptomlarında ise öksürük, halsizlik ve kas ağrıları görülmektedir (Yıldız, 2020). COVID-19 hastalığının belirtileri üst solunum yolları semptomları ile ortaya çıkmıştır. Hastalığın ölüm potansiyeli çok yüksektir. Koronavirüsün oluşum çizelgesi hakkında çok farklı hipotezler ileri sürülmüştür. Virüsün zoonotik yapıya sahip olmasından kaynaklı olarak önceleri konak olan yarasalar veya pangolin hayvanlarından insanlara geçtiği ileri sürülmüştür (Deng, 2020). Bazı kaynaklar ise, virüsün laboratuvar ortamında rekombinasyon ile kasıtlı şekilde üretildiğini, ancak bu iddiayı destekleyen kanıtlar olmadığını belirtmektedir (Menachery, et al., 2015; Liu et al., 2020; Hao et al., 2020; Üstün ve Özçiftçi, 2020). Bu salgın hızla kişiden kişiye yayılarak, diğer Asya, Avrupa ve Amerika kıtasına yayılmış, vaka sayıları ve ölümler giderek artmıştır (TÜBA, 2020). Dünya genelinde COVID-19 olarak adlandırılan bu pandemi insanları fiziksel ve ruhsal açıdan olumsuz anlamda etkilemekte ve insan hayatını ciddi anlamda tehdit etmektedir.

2.3. COVID-19 Pandemisinin Etkileri

Bu küresel sağlık krizi ile mücadele edebilmek için yayılımını azaltmaya yönelik sıkı sağlık tedbirleri uygulamaya geçirilmiştir (Adhikari et al., 2020). COVID-19 pandemi krizi, iş hayatından seyahate, eğitimden sağlığa kadar yaşamın her alanında olumsuz etkisini hissettirmiştir. COVID-19 pandemisinin yayılımının hızlanması ile birlikte, yetkili kurumlar tarafından eğitim kurumları kapatılmış, seyahat etmek yasaklanmış, kültür, spor, sosyal etkinlikler, kalabalığa sebep olan toplantılar yasaklanmış, karantinaya almak gibi koruyucu önlemler hayata geçirilmiştir (Orgilés et al., 2020).

Bu gelişmeler, dünyada yaşayan milyonlarca insanın, yaşam şeklini değiştirmiş, iş, eğitim, sağlık vb. sektörlerde yöntem değişikliğine ve dönüşüme sebebiyet vermiştir (Buheji et al., 2020; Dinç vd., 2021). Türkiye’de de pandemi salgını kapsamında 20 yaş altı ile 65 yaş üzerine sokağa çıkma yasakları getirilmiştir (T.C. İçişleri Bakanlığı, 2020). Bu süreçte insanlar maske ve karantina uygulamaları ile kendini izole etmeyi öğrenmiştir. Ancak bu uygulamaların toplumun fiziksel aktivitelerinde ve dolayısıyla fiziksel sağlıklarında olumsuz etkilerinin olduğu, televizyon izlemeye daha fazla zaman ayırdıkları, ruhsal sağlıklarında, refah düzeylerinde, uyku düzenlerinde ve yaşam kalitelerinde olumsuz etkilenmeler olduğu görülmektedir (Hammami et al., 2022). COVID-19 pandemisi, boş zaman ve rekreasyon ihtiyaçlarını karşılamak açısından da bireylerin zamanı kullanmasında değişimlere neden olmuştur. Bu bağlamda, küresel pandemi krizi, fiziksel, ruhsal ve davranışsal olarak değişimlere ve boş zaman aktivitelerinde farklılaşmalara sebep olmuştur.

COVID-19 pandemisi, ciddi can kayıplarına, ekonomik sıkıntılara ve sosyal pazarlama anlayışında değişimlere sebep olmuştur. Deloitte finansal danışmanlık firmasının raporuna göre, salgından en fazla etkilenen sektörler; elektronik, mobilya, eğitim, emlak, ulaşım ve turizmdir (Deloitte, 2020). COVID-19 süreci boyunca bazı markalar pazarlama bütçelerini kısarak, pazarlama faaliyetlerini durdurmuş; bazı markalar ise kampanya stratejilerini değiştirmiştir. COVID-19 pandemisi, tüm dünyanın sağlığını büyük ölçüde etkileyebilecek bir pandemi ortamı yaratmıştır. Bu durum COVID-19’u doğrudan sosyal pazarlamanın sağlığa yönelik faaliyetlerinin gündemi haline getirmiştir (Kotler & Lee, 2005).

COVID-19 pandemisinin azalmasını sağlamak amacıyla alınan bu önlemler ve kısıtlamalar insanların yaşamında birçok değişikliğe sebep olmuş ve insanları birçok

yönüyle etkilemiştir. COVID-19 bütün sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de ciddi sıkıntılara sebep olmuştur. Rekreasyon faaliyeti olan turizm aktivitelerini diğerlerinden ayıran en temel fark, bireylerin hizmet almak için destinasyon ziyareti yapmasıdır. Turistik işletmelerin kapatılması tüketim ekonomisine büyük zararlar vermiş ve işletmede çalışan yüzlerce insanın işsizliğine yol açmıştır. Bununla birlikte insanların tatil anlayışında da farklılıklara yol açmış; uzun tatil yerine kısa süreli, tatil planlama, tatil planlarını erteleme, insan yoğunluğunun az olduğu yerleri tercih etme, toplu taşıma yerine bireysel araç kullanma vb. birçok değişikliğe neden olmuştur (Alledinoğlu ve Rol, 2020).

Salgının yayılım hızını engellemek için getirilen kısıtlamalar rekreasyon faaliyetlerini de etkilemiştir. COVID-19 pandemisiyle birlikte rekreasyon algısında değişimler olmuştur. Kısıtlamalarla birlikte rekreasyon alanlarının da kapanması açık ve kapalı alanda yapılan rekreatif etkinliklerini de büyük ölçüde etkilemiştir. Kısıtlama doğrultusunda uygulanan önlemler şu şekilde örneklendirilebilir (Acar, 2020).

- UEFA'nın düzenlediği ve dünya çapında ilgi ile izlenen Şampiyonlar Ligi ve UEFA Avrupa Ligi müsabaka oyunlarının seyircisiz kalması,
- Müzelerin ziyarete kapanması,
- Festivallerin, konserlerin, kongrelerin, fuarların vb. sanatsal ve kültürel aktivitelerin ertelenmesi,
- Tiyatro, sinema, gösteri merkezleri, yüzme havuzu, spor merkezleri ve çocuk oyun alanlarının kapatılması,
- Alışveriş merkezlerinin hafta sonu kapanması vb. birçok örnek verilebilir.

COVID-19 pandemisinin hızla yayılmasının ardından 11 Mart 2020'de pandemi ilan edilmiştir (WHO, 2020; Yücedağ ve Çetin, 2020). Dünyanın ilk defa deneyimlediği bu hastalık hakkında yeni bir literatürün oluşumu başlamıştır. Salgının bulaşma şekli, hastalığa yakalanma ve ölüm vakalarındaki artışların süreklilik göstermesi panik, korku ve endişe ortamı doğurmuştur. Hastalığın seyrindeki ve yayılmasındaki değişimler göz önüne alındığında; pandemi sürecinin sadece tıbbi değil, sosyal, kültürel, ekonomik, eğitim, tarımsal, turizm, sağlık ve hukuk boyutlarının da olduğu ortaya çıkmıştır. COVID-19 pandemisi toplumsal hayatın bütün alanlarına etki etmesi sebebiyle son yılların en büyük krizlerinden birisidir. Küresel hareketlilikte bir durağanlık oluşmasına ve gelecek ile ilgili belirsizliklere sebep olmuştur. Bu stresli

sürecin salgın tamamen ortadan kalkana kadar devam edeceği düşünülmektedir (Tufan vd., 2020; Üstün ve Özçiftçi, 2020; Kaplan ve Demir Bolçay, 2021).

Hastalık sürecinin yarattığı tedbirler kapsamında insanların kentteki gezi alanları da sınırlandırılmıştır. Pandemi süreci ile birlikte kentteki açık hava parkları insanların sosyalleşmesinde, fiziksel ve ruhsal olarak rahatlamasında büyük fayda sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, piknik vb. açık hava faaliyetleri ve spor aktiviteleri için de fırsatlar barındırmaktadır (Xie et al., 2020). Bireylerin rekreasyon algısında, pandemi ile değişim görülmüştür. Bunlar arasında yer alan açık hava rekreasyon faaliyetleri, günlük düzenli egzersizler aksamış olsa dahi, bireylerin moralini yükselterek daha mutlu ve sağlıklı olmasına yol açmıştır (Chen et al., 2020).

Uzun süre evde kalmak zorunda kalan bireyler, fiziksel aktiviteler için yakın çevrelerindeki park alanlarını kullanmıştır (Güzel vd., 2020). TPL Special Report (2020), karantina süresinde sinema salonu, restoran gibi kapalı ve toplu alanların kullanıma kapatılması sonucu parkların ve kamusal açık alanların güvenli alan haline geldiğini belirtmiştir. Bu bakımdan insanların gezinti ve sosyalleşme adına bu alanları kullanmasına izin verilmiştir. Bu durum süreç içinde bu alanların kullanımını en yüksek seviyeye ulaştırmış ve ziyaretçi sayısında büyük artışlara sebep olmuştur. Pandemi sürecinde izolasyondan sıkılan bireyler, parkları sağlıklı yaşam ve açık hava rekreasyonu bakımından önemli bir fırsat olarak görmüştür (Geng et al., 2021; Sarp vd., 2021).

Koronavirüs salgınının vaka sayılarının artışı, insan yaşamında önemli değişikliklere sebep olmuştur (Wang et al., 2020). Dünya genelinde bulaş riskini azaltmak amacıyla sokağa çıkma kısıtlamaları, ev karantinaları, şehirlerarası yolculuklarda kısıtlamalar, yurt dışına çıkış yasakları, uzaktan eğitimler ve kurumlarda esnek mesailer uygulanmıştır. Tüm bu kısıtlamalar, önlem ve tedbirler COVID-19 pandemisinin başlangıcından günümüze kadar kademeli olarak kaldırılmış veya artırılmıştır. Eğitim kurumları kapatılarak yüz yüze eğitime ara verilmesi sonucu, dünya nüfusunun yaklaşık yarısı normal eğitim imkânlarından yararlanamamıştır (UNESCO, 2020; UNICEF, 2020).

COVID-19 pandemisi sonucu bireylerin fiziksel ve ruhsal sağlığında değişimler olmuş ve tüm bu değişimler, onların sosyal yaşantılarını ve ilişkilerini de etkilemiştir. COVID-19 pandemisi sonucu eve kapanma durumları, bireylerde fiziksel

hareketsizliği, psikosomatik, bilişsel ve davranışsal tepkilerinde olumsuz değişimleri, ruhsal sorunları beraberinde getirmiştir (Çaykuş ve Çaykuş, 2020). Ayrıca hareketsiz yaşam ve duygusal değişimlere bağlı olarak devamlı yiyecek tüketme isteği oluşmuş, bu durum beraberinde vücut ağırlığındaki artışlara ve sağlıksız yaşamın tetiklenmesine sebep olmuştur (Tural, 2020).

Pandeminin sağlık açısından ortaya çıkardığı olumsuz durumların bir diğer sebebi ise, bu süreçte fiziksel hareket imkanları sunan fitness ve spor merkezlerinin kapatılması, rekreasyon faaliyetleri gerçekleştirebilecekleri ve sosyal birliktelik yaşayabilecekleri parkların ve rekreasyon alanlarının yasaklanmasıdır. Bu sebeple, evde veya uygun bir ortamda yapılan rekreasyonel aktiviteler, bireylerde fiziksel hareketlilik, psikolojik rahatlama ve sosyal kazanımlara yol açabilir (Güzel, vd., 2020). Pandemi sürecinde zamanı iyi kullanmak, yapmaktan hoşlanılan rekreasyon aktivitelerinde bulunmak, diğerleri ile sınırlılık ve engeller dahilinde etkileşim sağlamak insan sağlığı açısından oldukça önem taşımaktadır (Stieg, 2020).

Pandemi sürecinde birçok işletme ve kurum, internet platformları aracılığıyla toplumsal mesajlar vermelerinin yanı sıra, ürün ve hizmetlerinin tanıtımını da yapan çok kapsamlı kampanyalar yürütmek durumunda kalmıştır. Bununla birlikte dünyanın belli başlı markalarından olan Bayer, Dyson, MAC, Nike gibi markalar, salgının yayılımını engellemede aktif rol üstlenerek, COVID-19 hastaları için solunum cihazı bağış, hastalıktan etkilenmiş gruplara mali yardım bağışları, yüz koruma maskeleri üreterek sosyal pazarlama faaliyetlerini yeniden yapılandırmıştır.

Bu faaliyetlerinin yanı sıra COVID-19 pandemisi süreci boyunca, reklamlar, sosyal medyada etkin paylaşımlar ve kampanyalar gerçekleştirecek sosyal mesafe ve izolasyonun vurgusunu yapmışlardır. Türkiye’de COVID-19 döneminde en fazla etkileşim sağlayan sektörler; internet, TV ve sosyal medya sektörü olmuştur (Deloitte, 2020). Bu durum özellikle evden çalışma ve eğitim sebebiyle internetin sosyal pazarlama faaliyetlerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Pandemi süresi boyunca artan internet ihtiyacı sebebiyle, GSM operatörleri ve dijital platformlar, yaratıcı stratejiler, taktikler ve mesaj çekicilikleri ile pazarlama çalışmalarına hız kazandırmıştır.

Mobilite kısıtlamasından ve giriş çıkış yasaklarından en fazla etkilenen sektörler; seyahat acenteleri, havayolu taşımacılık firmaları, perakende satışlar, eğlence, yemek,

konaklama, eğlence ve spor sektörleridir (Pricewaterhouse, 2020). En fazla talep edilen sektörler ise; inşaat, imalat, gayrimenkul, istihdam ve kara ulaşımıdır. Pandemi krizine en fazla dayanan sektörler arasında; kişisel ve sosyal hizmetler, internet, sağlık, hukuk, reklam, muhasebe, yayıncılık işleri, bilgi teknolojileri, telekomünikasyon, enerji, atık ve su yönetimi, tarımcılık, balıkçılık, madencilik ve ormancılık bulunmaktadır. Ayrıca COVID-19 pandemisi, sektörlerin kriz anında değişimini ve dayanma gücünü araştırmak için bir fırsat sunmaktadır. Bu bağlamda, kurumların bu dinamikler çerçevesinde sosyal pazarlama faaliyetlerine öncelik vermeleri gerekmektedir.

COVID-19 süreci içerisinde kurumlar, bireylerin pandemiye yönelik sosyal mesafe kurallarına uymaları, sık el yıkamaları ve kolonya kullanmaları, sosyalleşme veya dışarı çıkma gibi keyif veren davranışlarından vazgeçmeleri, maske ve dezenfektan satın almaları ve kullanmaları, alışveriş esnasında maske kullanmaları, evden çalışmaları ve eğitim almaları gibi para, alışkanlık, çaba ve zaman isteyen birtakım sosyal pazarlama kampanyaları yürütmüşlerdir. Bu kampanyalarda, “4P” fiyat (price), ürün (product), tutundurma (promotion) ve dağıtım (place) olarak tanımlanan sosyal pazarlama karmasının bileşenlerini kullanmışlardır (Kotler & Zaltman, 1971).

COVID-19 sürecinde birçok marka, hizmetlerini ve ürünlerini tanıtırken, aynı zamanda tüketicilerine hastalıkla mücadele yöntemlerini sosyal medya paylaşımları, iletişim organları gibi teknoloji araçları aracılığıyla yürütmüştür. Pandemi süresi boyunca geniş halk kitlelerinin karantinede kalması sonucu, geleneksel ve dijital medya araçları ile sosyal medyada kampanyalar yürüterek, ürün ve hizmetlerine yönelik opsiyonlarını internet alışverişlerine ve evde kullanılabilen ürünlere ve hizmetlere yöneltmişlerdir. Bu süreçte, yürütülen reklam ve kampanyalar çoğu zaman maliyetten çok yatırım aracı olmuştur. Bu bağlamda, COVID-19 pandemisi sürecinde, teknoloji kullanımı aracılığıyla karantinaya yönelik yürütülen yaratıcı stratejiler, taktikler ve mesajlar önem kazanmıştır (Smartly, 2020; Adparlor, 2020; Yetkin Cılızoğlu vd., 2020). Yapılan araştırmalar, müşterilerin marka deneyimlerini sosyal pazarlama yöntemleri ile yaşamak istediğini ve bu yöntemleri gerçekleştiren örgütlerden temel beklentilerinin pandemi süreci boyunca sorumluluklarını yerine getirmeleri olduğunu göstermektedir (Kotler, 2005).

Bazı perakendeciler COVID-19 süreci boyunca marka üretim faaliyetlerini tıbbi destek ekipmanlarına ve el dezenfektanlarına yönelterek, hastaneler, sağlık sistemleri, hayır kurumları için bağışlarda bulunmuştur. Tüketiciler pandemi ile baş etme noktasında, evlerini çalışma ofislerine, yayın stüdyolarına, sınıflara ve spor salonlarına dönüştürmeye kalkışmıştır. Bu süreç içerisinde internet kullanımının öneminin anlaşılması ile birlikte, kişisel bilgisayarlar, sadece aile üyeleri ile değil, insan etkileşiminde ve sosyalleşmede kilit rol oynamıştır. Her işini kendisi yapan tüketici toplumu oluşmakta ve toplumda yeni beceriler benimsenmektedir. Bu durum birlikte yaratmayı, yenilikçiliği ve yaratıcılığı ortaya çıkarmış ve teknoloji kullanmakta zorlanan toplum yeni beceriler kazanmıştır (Kirk ve Rifkin, 2020).

COVID-19 pandemisinin yayılımını engelleme amacıyla hastane, havaalanı, nakil sistemleri, rekreasyon alanları, oteller ve restoranlarda yapay zekâ ve robotik teknolojiler kullanılarak başarılı sonuçlar alınmaktadır. Özellikle seyahat ve turizm sektöründe daha fazla tercih edilmektedir (Zeng et al., 2020; Alaeddinoğlu ve Rol, 2020). Pandeminin artış hızını azaltmak için çok sayıda tedbir alınmıştır. Bilim Kurulunun tedbir amaçlı önerileri doğrultusunda yayınlanan genelgede kamu ve özel sektörlerde evden çalışma, dönüşümlü mesai gibi esneklikler getirilmiştir. Eğitim alanında örgün eğitime ara verilip uzaktan eğitime geçilmiş, toplu etkinlikler, maçlar ve konserler iptal edilmiştir (TÜBA, 2020).

Pandeminin etki alanı ve yayılma hızı dikkate alındığında COVID-19'un, bireylerin rekreasyon algısını etkilediği ve etkilerinin devam edeceği düşünülmektedir. Pandemiden en çok etkilenen sektörlerin başında sağlık sektörü yer almaktadır. Bununla birlikte bütün dünyayı etkisi altına alan bu virüs hayatı ciddi anlamda tehdit etmiş ve insanların ölümüne sebep olmuştur. Türkiye bu virüsün ölümcül etkilerini azaltmak bulaşma ve ilerleme hızını düşürmek için tedbirler almıştır. Bu tedbirlerden bazıları; seyahat yasağı, sokağa çıkma yasağı, karantina vb. olarak örnek verilebilir. Virüsün yayılmasını azaltmak amacıyla alınan bu önlemler insanların boş zamanlarını arttırmıştır (Yamanato & Karaköse, 2020).

COVID-19 virüsünün dayanıklılığı ve yüzeylerde kalma süresi üzerine yapılan çalışmalarda, bakır yüzeylerde 4 saat, çelik ve paslanmaz yüzeylerde ise 72 saat kalabildiği, mukavva yüzeylerde 24 saat, havada canlı kalabilme süresinin ise 3 saate kadar olduğu anlaşılmıştır. Bu durum malzeme kullanımına ve hijyene önem verilmesi

gerektiğini göstermektedir (Çelik, 2017). COVID-19 pandemisi, sağlık, jeopolitik ve ekonomik açıdan bir kriz ortamıdır. Bu krizde, günlük yaşamdaki temasın minimuma indiği, sosyal mesafeler ile devam ettiği, denetimli yönetim anlayışının egemen olduğu bir sistemin hakimiyeti söz konusudur (Şahin, 2020; Yılmazsoy, vd., 2021).

COVID-19, tüm dünyayı olumsuz şekilde etkilemiş ve bazı kısıtlayıcı tedbirlerin ve karantina yaklaşımlarının uygulanmasını gerektirmiştir. Bu uygulamalar, toplumun büyük çoğunluğunun eve kapanmasına, tüm günlük zorunlu işlerini evden yapmasına ve belirli saatler dışında evden çıkmamasına sebep olmuştur. Bu durumun en fazla çalışma hayatına dahil olmayan yaşlı bireyleri ve çocukları etkileyeceği düşünülerek, günün belirli saatleri sokağa çıkabilmesine izin verilmiştir. Pandemi sürecinde, fiziksel, sosyal ve psikolojik açıdan kısıtlar yaşayan bireylerin, bu süreçte daha da kısıtlanmasının olumsuz çizelgelere yol açabileceği düşünülmektedir. Bu sebeple bu bireylerin rekreasyon ihtiyaçlarının giderilmesi önem taşımaktadır.

2.4. COVID-19 Pandemisinin Sonuçları

Pandeminin yarattığı korku, tedirginlik ve belirsizlik ortamı boş zaman değerlendirme etkinliklerinin önemini ortaya çıkarmıştır. Çetin vd. (2021)'nin akış kuramı teorisine göre, pandemi döneminde insanların rekreatif faaliyetler aracılığıyla akışa dahil olması sonucu bireyler kaygıdan uzaklaşabilmektedir. Rekreasyon faaliyetleri, bireylerin stres seviyesini azaltarak, onları rahatlatmakta ve yaşam memnuniyetlerini artırmaktadır. Pandemi ile birlikte rekreasyon algılarında değişimler olmuştur. Karantinada evde kalma durumları, bireyleri boş zamanlarında ev içindeki ve dijital rekreatif etkinliklere yöneltmiştir. Kısıtlamalar ile birlikte açık alan rekreasyon davranışlarında artış olmuştur. Bireyler, mesafe ve hijyen kaygısı taşıyarak sağlıklı yaşam tercihlerine ve kamplara, park ziyaretlerine, yürüyüşlere ve plaj aktivitelerine daha fazla vakit ayırmıştır (Üner, 2021). Bunun yanı sıra bireyler, evden çıkmayarak ve temas etmeyerek farklı dijital araçların yardımıyla rekreasyon uygulamalarına yönelmiştir. Özellikle üniversite öğrencileri, pandemi sürecinde dijital oyunlara ayırdığı sürelerini önemli oranda artırmıştır (Aktaş ve Bostancı, 2021).

COVID-19 pandemisi, insanların günlük alışkanlıklarını, yaşam şekillerini, iş ve eğitim hayatlarını, tercihlerini, sosyal ve kültürel dinamiklerini, boş zaman algılarını ciddi değişimlere uğratmıştır. Evde kalma yaptırımları, kısa mesafe yerlerde yürüme veya bisiklet tercihi gibi ulaşım şekillerinde değişimler ortaya çıkmıştır. Toplu

taşımacılık sisteminde %50 doluluğu geçmemek ve sosyal mesafe kuralı uygulanmaktadır. Toplu yapılan kutlama, düğün, eğlence, spor ve kültürel aktiviteler kaldırılmış, restoran kültürü, kafelere gitme, aile ziyareti gibi günlük yaşamdaki eylem ve alışkanlıklar son bulmuştur. Filyasyon yoğunluğu çok olan şehirlerde sınırların kapatılmış, ticari işlemler sektöre uğramıştır. Bunun yanı sıra uluslararası yolculuklar ertelenmiş, dijital medya araçlarının kullanımı önem kazanmıştır. Evden çalışma ve eğitim yöntemleri geliştirilerek, kamuda esnek çalışma veya home-ofis konseptinde çalışma şekillerine, uzaktan eğitim ve konferans sistemine geçilmiştir.

Sosyo-ekonomik açıdan bu süreçte gelir dağılımındaki eşitsizlikler daha fazla dikkat çekmektedir. Ekonomik yardım ve istikrara yönelik çözümler ile toplumdaki bazı kesimlere kısa çalışma ödeneği ve sosyal yardım kampanyaları düzenlenmiştir (Altaş, 2020). COVID-19, çağın yarı kamusal mekanları olan AVM'lerin devrini bitirmiş, evden online alışveriş devrini başlatmıştır (Özüduru, 2020). COVID-19 dönemi, evlerde daha fazla vakit geçirme, yakın çevre ile sık iletişim ve bu iletişim için dijital teknolojilerin kullanım dönemini başlatmıştır. Dünya genelinde online eğitim ile birlikte, bilgisayar iletişim sistemleri daha fazla önem kazanmıştır.

COVID-19 pandemisinin başlangıcından bu yana tüm sektörler etki altında kalarak tüketici davranışları değişmiştir. Yasaklar ile birlikte, turizm sektörü ve açık hava rekreasyon davranışları da büyük değişim yaşamıştır. COVID-19 virüsü, daha önceki SARS ve MERS virüslerinden çok daha hızlı büyümüş, aşı çalışmaları ile virüsün yayılımı kontrol altına alınmaya çalışılmıştır (Üner, 2021). SARS virüsündeki durum gibi, farklı ülkelerde uluslararası seyahatler aracılığıyla yayılarak değişik mutantları ortaya çıkmış ve belirtileri her insanda farklılaşmıştır. Turizm ve hizmet sektörünün tüketicileri, pandemi sürecinde farklı algılar, tutum ve davranışlar geliştirmiştir. Birçok restoran, spa ve cafe hizmet verememesi sebebiyle tüketiciler farklı yönelim ve tercihlerde bulunmuştur.

Bulaşıcı hastalıkların, salgın (epidemi) ve salgının büyümesi ile küresel salgın (pandemi) haline dönüştüğü zamanlarda, insanlık ve yaşam üzerinde derin izler bırakarak tarihi şekillendirdiği görülmüştür. Pandemilerin, sadece insanoğlunu değil, içinde yaşanan toplumsal yapıyı, diğer canlıları ve doğayı da etkilemiştir. Bu sebeple insanlar fiziksel olduğu kadar ruhsal açıdan da tahribata uğramıştır. Toplumun hafızasında ve psikolojisinde derin izler bırakan pandemiler, kentleşmenin, yerel ve

merkezi yönetimlerin önem ve fonksiyonlarını artırmıştır. Toplum sağlığının belirleyicilerinden biri olan kentsel yönetimler, pandemi süreçlerinde öncelikle toplum sağlığına yönelik hizmetleri yerine getirmiştir.

Kentsel yönetimlerin pandemi dönemlerindeki başlıca hizmetleri çevreye ve sosyo-ekonomik sorunlara yöneliktir. Bu süreçler, toplumsal dayanışma, sosyal belediyecilik ve halkın sağlığı için kentteki tüm kurumların, kuruluşların ve örgütlerin birlikte ve eşgüdüm içerisinde hareket etmesi gereken zamanlardır. Kentlerin ranta yönelik dönüşümleri, özellikle pandemi sürecinde halkın rekreasyon ihtiyacını karşılayan yeşil alanların önemini bir kez daha ortaya koymuştur. Ancak günümüz yönetim anlayışının pandemi sürecinde ortaya koymuş olduğu manzara, rekreasyon ihtiyaçlarına gereken önemin bugüne kadar verilmemiş olduğu, gökdelen, AVM ve rezidans kompleksleri ile balkonsuz evlere insanların mecbur bırakıldığını göstermektedir.

COVID-19 pandemisi ile ortaya çıkan bu manzaralar, kentsel planlamada önemli değişikliklere ihtiyacımız olduğunu göstermektedir. Türkiye’de 1950 yıllarından itibaren kentsel göçün ve çarpık kentleşmenin hızlanması ve 1980’lerden itibaren neoliberal politikalar, düzensiz gecekondu yerleşimlerini ve bunların kentsel dönüşüm politikaları ile rekreasyon ihtiyacını karşılamayan rant alanlarına dönüşmesine neden olmuştur. Bu bakımdan, COVID-19 ile birlikte sosyal belediyecilik yaklaşımının ve rekreasyon ihtiyacının önemi daha fazla anlaşılmıştır (Etiler, 2020). Aydın ve Tütüncü (2021)’ye göre, pandemi sürecinde rekreatif aktivitelerin, 65 yaş üstündeki bireylerde fiziksel ve sosyal refah seviyesini yükselttiği gözlenmiştir. Bu sebeple, pandemilerde olduğu gibi olağanüstü durumlar sırasında, rekreatif aktivitelerin önemi göz önünde bulundurularak, çeşitli faaliyet planları yapılmalıdır.

COVID-19 pandemisi sonucu turizm sektörü büyük darbe almıştır. İnsanların evlerine hapsolması, insan hareketliliğini yok etmiştir. Bunun yanı sıra, iletişim teknolojilerinde ve sosyal medya kullanımında çok büyük bir artış gözlenmiştir. Sosyal medya kullanıcı sayısı dünya genelinde önceki yıla göre %13 oranında artmış, kullanım sayısı 2021 yılında 4.66 milyar kişiye çıkmıştır (Wearesocial, 2021). COVID-19 döneminde bireyler, boş zamanlarını değerlendirme, eğlenme ve rahatlama motivasyonu amacının yanı sıra, bilgi edinmek, bilgiyi paylaşmak, sosyal etkileşimler yapmak, düşüncelerini ifade etmek amacı ile sosyal medyayı kullanmıştır (Ürkmez ve Eskicumalı, 2021).

Pandeminin kısıtlamaları ve tedbirleri sebebiyle ancak dijital ortamda bir araya gelebilen bireyler, streslerini ve sıkıntılarını gidermek amacı ile boş zaman aktivitesi olarak sosyal medyada zaman geçirerek, dijital trendler ile ilgilenmiştir. (Ulfstjerne, 2020). Farklı sosyal medya akımlarını ve hashtagleri takip etmeye başlamış, evde etmek yapımı gibi faaliyetlere katılmıştır. Bu durum pandemi döneminde bireylerin rekreasyonel algısında farklılaşmaya gittiğini göstermektedir. Nitekim pandemi ile birlikte evde kalmaya zorlanan bireyler günlük hayatlarını daha mutlu geçirerek zamanını iyi değerlendirmek için rekreasyon faaliyetlerine yönelmiştir (Aşan ve Gargacı Kınay, 2021).

Salgın riski ile birlikte insan ve mekân ilişkileri yeniden tanımlanmıştır. Ev ile daha yakın ve yoğun bir ilişki kurulmuştur. Normal zamanda ev içinde yapılamayan bazı etkinlikler eve taşınmaktadır. İnsan mekân ilişkilerindeki bu yeni durum; mekânı kullanım biçimini ve yoğunluğunu da köklü bir şekilde değiştirmiştir. Çevrim içi alışverişleri, iletişim platformlarında artışı, çalışma hayatında farklı yöntemleri, alışveriş merkezlerine alternatif e-ticareti, home-ofis kavramını ortaya çıkarmıştır. Mevcutta olması beklenen ve dünyanın küreselleşmesi ile ayak sesleri duyulan bu değişimler, pandemi süreci ile birlikte hızlanmış, görünür olmuş ve daha çabuk benimsenmiştir. Bu durum insanları geleneksel değerleri, alışkanlıkları ve yerleşik hayatı sorgulamaya itmiştir. AVM'lerin kapanması, insan yaşamında büyük bir eksiklik yaratmamış, mahalle ölçeğindeki küçük birimlerde veya online alışverişler yapılmıştır. Diğer yandan rezidans tarzı yaşam sitelerinin insan hayatına ayrıcalıklar sunmadığını, açık mekânların, balkon ve bahçelerin daha fazla önem kazandığı görülmüştür. Bu anlamda bireylerin pandemi süreci ile birlikte yaşama bakış açıları ve rekreasyon algıları da değişime uğramıştır.

Kent ölçeğinde kamusal mekân olgusu, konut ve mahalleden başlamakta, ancak başka mekânlar ile eklemlenerek anlam kazanmaktadır. Kenti, rekreasyon faaliyetlerinden yaya veya bisikletle deneyimlemek farklı anlamlar ve hazlar barındırmaktadır. Kamusal alan, kentteki boşluklar dışında tasarlanan, konuttan mahalle ölçeğine, ardından da kent ölçeğine doğru kademelenen, sosyal donatılar ile birlikte, yoğun yeşil dokuları kapsayan bir yaşam ve paylaşım alanıdır. Bu sebeple kamusal alanın, alternatif etkinlikler, rekreasyon ve üretimler aracılığı ile kent yaşamının bir parçası haline getirilmesi ve kentli ile kent arasında aidiyet bağlarını güçlendirmesi

beklenmektedir. Bu beklentiyi gerçekleştirebilmek, duyarlı ve eleştirel kültüre sahip olan bilinçli kentli paydaş sayesinde olabilir. İnsan mekan ilişkisindeki bu dönüşümler, rekreasyon algısında kırılmaları ve alternatifleri de göstermektedir. Pandemi ile birlikte içinde bulunulan mekânların kanıksanan kullanma ve tüketme biçimleri yeniden sorgulanmıştır. Bu durum rekreasyon algısında değişimlere ve farklı alternatif faaliyetlere zemin hazırlamıştır.

Kamusal mekânlar, kentteki bireyleri bir arada tutan, rekreasyon ve sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılayan, bireylerin kendilerini ifade etmelerine olanaklar sağlayan demokratik yaşamın simgesi olan alanlardır. Pandemi sürecinde kullanılan sosyal mesafe kavramı, bir süre sonra fiziksel mesafe kavramı olarak kullanılmaya başlamıştır. Çünkü fiziksel mesafe koymak, sosyal ilişkileri engellememektedir. Kullanılabilir büyüklüklerde ve konumda olmayan balkon kullanımları ve bahçesi olmayan konutlar, pandemi süresince konfor ortamını sağlamaması sebebiyle artık tercih sebebi olmamaktadır. Kamusal mekânlar, hava almayı, sosyalleşmeyi, başka insanlarla bir arada bulunmayı sağlayan önemli bir ihtiyaçtır. Bu açıdan, kamusal mekânlar pandemi koşullarında fiziksel mesafeye dikkat edilerek kullanılmaya başlanmıştır. Buna örnek olarak, pandemi döneminde sokaklar araç trafiklerine kapatılarak yayalara rahat kullanım sağlayacağı kamusal alanlar oluşturulmuş, bisiklet ulaşım altyapısı güçlendirilmiş, kamusal mekânlara erişimin daha sağlıklı hale getirilmesi sağlanmıştır.

Türkiye’de kamusal mekânlar açısından çoğu şehirde fiziksel mesafe sorununu çözebilecek standart ve erişilebilirlikte alanlar mevcut değildir. Bu durum, kent planlama açısından da yerel yönetimlere yeşil alanları uygun standartlarda yaparak artırması gerektiğini, kente bütüncül yaklaşarak konut tasarımını, konut ile çevresini, kentsel hizmetler ve kamusal mekânları birlikte ele alması gerektiğini, daha erişilebilir, yaratıcı, sürdürülebilir, dayanıklı ve esnek bir planlama yaklaşımının uygulanması gerektiğini anlatmaktadır. Marmara Belediyeler Birliği (MBB) (2020), yapmış olduğu Kentleri Dönüştüren Salgınlar temalı online seminerinde, COVID-19 odağında kentsel mekânın, yapıların ve kamusal mekânlarda yaşanan geçmiş, günümüz ve gelecek dönüşümlerini incelemiştir. Bu anlamda, kamusal mekan pandemi sürecinde insanların rahatlama ve sosyalleşme amacı ile rekreasyon faaliyetlerini gerçekleştirmesi açısından büyük önem kazanmıştır.

Yapılan araştırmalar, pandemi döneminde çocukların dışarı çıkamaması kısıtlamasının, çocukların fiziksel aktivitesini ciddi biçimde azalttığını, kısıtlamalar kalktığında ise normal düzeyine geri gelmediğini göstermektedir. Bununla birlikte, rekreasyon aktivitelerinde konutun bahçesinin tercih edildiği, kısmen de olsa konut sokağının ve sahilin tercih edildiği görülmüştür. Ayrıca, fiziksel aktivitelerin düzeyindeki ve mekânlardaki bu değişimlerin, ebeveynlerin sağlık güvenliğine yönelik algısı ile ilişkili olduğu görülmektedir. Bu algının gelişmesinde, yaşanılan kentsel mekânın yapı yoğunluğunun, ocuk parkları, spor alanı gibi fiziksel aktivite mekânlarının ve açık yeşil alanların yoğunluğunun etkisi bulunmaktadır. Pandemi öncesindeki gibi fiziksel aktivitelerin kentsel mekân ile tekrar etkileşime geçirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda yerel yönetimlerin ocuk oyun alanlarına, yeşil alanlara, temizlik hizmetlerine daha fazla önem vermesi, erişilebilir mesafelerde rekreasyon alanları ve aktivite imkanları sunarak bu unsurları kentsel tasarım ölçeğinde yeniden ele alınması önem taşımaktadır (Ekşioğlu etintahra vd., 2021).

Virüs yayılımını engellemek amacıyla ulusal ve uluslararası tüm seyahatler sekteye uğramış, topluluktan kaçılması sebebiyle bireysel taşıtlar ile yolculuk yapmak tercih edilmiştir. Evde kalma veya yasak saatlerine uyma gibi uygulamalar, bireyleri kapalı alanlarda tecrit altında bırakmıştır. Tüm günlerini evlerinde geçiren bireylerin, ruhsal ve bedensel olarak iyilik (wellbeing) haline ulaşması için açık hava rekreasyon etkinliklerine ihtiyaı bulunmaktadır. Açık hava rekreasyonu, bu dönem içerisinde daha çok park, kamplar, doğa yürüyüşü, balıkçılık gibi faaliyetler ile geekleştirilmektedir. Covid-19 önlemlerinin, psikolojik ve fiziksel sağlık üzerindeki olumsuz etkisinden, özellikle kampçılık açık hava rekreasyon faaliyeti ile kurtulmak mümkün olmaktadır. COVID-19 leği bakımından sosyal mesafe kuralını en fazla karşılayabilen rekreasyon faaliyeti kamplardır (Craig, 2020).

Kıyıda rekreasyon faaliyetlerinin dışında parklar da insanların pandemi döneminde spor ve sosyal katılım gibi etkinlikleri ile sosyalleşmesini, eve kapanma sonucu oluşan psiko-sosyal riskleri azaltabilmesini sağlaması açısından önemlidir. Rekreasyon faaliyetleri açısından sosyal refahı sağlayan park alanlarının pandemi döneminde kapatılması ile spor yapabilmenin ve bireylerin özellikle yaşlıların kendisini, hayvan dostlarını gezdirebilmesinin n kesilmiştir. Parklar bireylerin rekreasyon algılarını geliştirerek, yürüyüş yaptığı, fiziksel ve ruhsal anlamda doğa ile baş başa kaldığı

sosyalleşebilme ortamlarıdır. Bu sebeple park alanlarında açık hava rekreasyonları düzenlenmelidir. Kentsel yöneticilerin, park tasarımlarında sosyal mesafe kuralını koruyacak düzenlemeler yapması ve özellikle yaşlılara yönelik açık hava rekreasyon faaliyetleri düzenlemesi önemlidir. Evden uzaklaşamayan ve fiziksel fonksiyonlarını yerine getiremeyen bireyler de, uzmanlar aracılığıyla teknolojik ve evde uygulayabileceği rekreasyon etkinlikleri ile çevirim içi profesyonel şekilde hazırlanmış programlara yönlendirilmelidir (Üner, 2021). COVID-19 pandemisinin yarattığı tedbir ve önlem atmosferinin sonucunda bireylerin boş zamanları artmıştır. Bu durum, bireylerin boş zaman ihtiyaçlarını giderme şekillerinde ve zamanı kullanma biçimlerinde değişimlere neden olmuştur. Bu bağlamda, küresel pandemi krizi ile birlikte boş zaman değerlendirme yaklaşımları değişim ve dönüşüm geçirmiştir.

2.5. Boş Zaman (Rekreasyon) Hakkında Genel Bilgiler

Bu bölümde boş zaman kavramına ilişkin ayrıntılı bilgiler verilecektir. Boş zaman özellikleri, sınıflandırması hakkında açıklamalar yapılmaktadır. Bununla birlikte boş zaman kavramının pandemi süreciyle birlikte değişen algısı üzerinde değerlendirmelerde bulunulacaktır.

2.5.1. Boş Zaman Kavramı

Zaman, sosyolojik, psikolojik vb. çok boyutlu, duyular ile algılanamayan, olayların ard arda gelmesi ile oluşan bir gerçekliktir. Zamanın kullanım amacına göre rutin işleri bırakıp, eğlenmeye, dinlenmeye, zevkli etkinliklerle uğraşmaya ve hoş vakit geçirmeye ayırdığımız zamanın sınırlı bölümüne boş zaman denir (Marshall, 1999; Roberts, 2001; Bull et al., 2003). Bir başka tanıma göre boş zaman; bireyin işine, uykusuna, yemek yemesine ve diğer temel ihtiyaçlarını karşılamasına ayırdığı zamandan sonra bireye kalan özgürce kullanılan zamandır (Dictionary of Leisure, 2007). Boş zaman, sanayileşme ve kentleşme ile ortaya çıkan, tüketim toplumunun çokça kullandığı bir ihtiyaçtır. Tüketim toplumunun çalışanları, daha çok tüketim yapabilmek için boş zamanın müsait olduğunu düşünmektedir (Odabaşı, 2009). Günümüz dünyasının değişen dinamikleri, hastalıklar vb. stresli durumları ortaya çıkararak zamanı ve enerjiyi de sınırlandırmış, bu durum bireylerin boş zamanlarını değerlendirmelerinde farklı tercihlerde bulunmasını gerektirmiştir (Anderson, 1998).

Boş zaman kavramı, Latince'deki müsaadeli olma anlamındaki 'licere' kelimesinden, Fransızca'daki özgür zaman anlamındaki "loisir" kelimesinden ve İngilizce'deki izin

verme, izinli olma anlamındaki ‘leisure’ kelimesi ve lisans, özgürlük anlamındaki “licence” ve “liberty” kelimelerinden türemiştir (Goodale & Witt, 1980; İbrahim ve Cordes, 2008; Çoruh, 2013; Gül, 2014). Boş zaman kavramı, işin gerekliliğinden ve zorlayıcı yanından kurtulma, özgürleşme, kaçış anlamları taşımaktadır (Aytaç, 2006). Bu bakımdan, boş zaman (leisure) ve serbest zaman (free time) anlam ve içerik itibarıyla iki farklı kavramdır (Parker, 1979). Bir başka perspektiften bakıldığında boş zaman, iş dışında spesifik uğraşlara vakit ayrılan serbest zamanın bir parçası olan zamandır spesifik gelmektedir (Mieczkowski, 1990; Argan, 2007).

Geçmiş dönemlerde, kralların dini seremonilere ve törenlere, kutlamalar, yarışmalar, eğlenceler gibi rekreasyon faaliyetleri eklemesi boş zaman göstergelerindendir. Boş zaman anlayışı, dinsel törenler ve savaş talimleri gibi sportif uğraşlar ile belirginleşmiştir. Sümerler ise oyun, dans ve farklı rekreasyon aktiviteleri ile boş zamanlarını değerlendirmiştir. Altın Çağ ve Antik Yunan döneminde boş zaman, gelişim için bir fırsat olarak görülmüştür. Boş zaman, M.S. 400-1000 yıllarında Katolik Kilisesi tarafından, Karanlık Çağ olarak tabir edilmiş, çalışmaya ve dine karşı olan ve zamanın israfı olarak tanımlanmıştır. Sonrasında, M.S. 1500 yıllarında bu katı tutum yumuşayarak, boş zaman, dini özel günleri kutlama ve festivaller yapma, müzik, dans etme, spor, turnuva gibi savaşa hazırlayan faaliyetler için değerlendirildi. 17. yüzyıl Rönesans döneminde ise, boş zaman anlayışı tamamen değişerek, parklar ve mesire alanları yapılmış, sanat ve spor kitapları basılmıştır. 18. yüzyıl sanayi devrimi ile birlikte, çalışma zamanı ile boş zaman birbirinden tamamen ayrılmıştır. Bu şekilde, boş zaman, çalışmadan geriye kalan küçük zaman dilimi olarak kabul edildi. 21. yüzyılın boş zaman algısı ise, bir tüketim aracı olarak görülmesi ve metalaşmasıdır. Boş zaman, geçmiş dönemlerdeki özgür katılımdan, duygusallıktan, yararcılıktan ve yaratıcılıktan uzak bir şekilde, zamanın AVM içerisinde geçirilmesi, para harcanması ve bir şeyler satın alınması şeklinde değerlendirildiği zamandır (AÖF, 2021). Boş zamanla ilgili, çeşitli etkinliklere yönelme güdüsü gelişmeye başladığında rekreasyon kavramının ortaya çıkışı gerçekleşir (Yayla ve Çetiner, 2019).

Rekreasyon kavramı; Latince’deki “recreatio” ve “recreate” kelimelerinden türemiş, yenilenme, tazelenme, yeniden doğum, yaratma ve sağlığına tekrar kavuşma anlamları taşımaktadır (Öztürk, 2018). Kavramın özü; yenilenmeyi, yeniden yaratmayı ve yapılanmayı içerir. Türkçe’deki anlamı ise, serbest zamanları değerlendirmek,

toplumun serbest zamanlarda eğlence, dinlence ve spor amacıyla gönüllü bir şekilde yaptığı, sosyal uyumu kolaylaştıran, keyif verici, dinlendirici, eğlendirici etkinlik ve aktiviteler, bölgenin insanların eğlenmesi ve dinlenmesi amacıyla kullanabilir hale getirmektir (Tezcan, 1993; Cheung et al., 2009; Hurt & Anderson, 2011; Türk Dil Kurumu, 2021; Şentuna, 2021).

Rekreasyon, bir yenilenme deneyimini, günlük rutinden kaçışı, canlanmayı ve değişimi anlatmaktadır (Jensen ve Guthrie, 2006). Bu sebeple rekreasyon, bireyleri iş amacı ile yenileyen bir aktivitedir (Torkildsen, 2005). Bu kapsamda rekreasyon; bireylerin zorunluluk zamanlarının dışında yaşam fonksiyonlarını canlı tutarak, bedensel ve ruhsal canlanma ve yenilenme amacı ile dinlendirici, eğlendirici, neşe verici ve çeşitli uğraşlar aracılığıyla haz almayı sağlayıcı, aktif veya pasif olarak katıldığı eylemler veya etkinliklerdir (Şahbaz ve Altınay, 2015; Öztürk, 2018). Rekreasyon, boş zamanlarda fayda sağlanması amacıyla yapılan etkinliklerdir (Gold, 1980; Balcı ve İlhan, 2006). Genel olarak rekreasyon, bireylerin boş zamanlarında özgür bir şekilde seçim yaptığı, gönüllü katılım sağladığı, herhangi bir çıkar beklemeden, bireysel olarak veya grupça gerçekleştirdiği eğlendiren ve mutluluk veren aktivitelerdir (Torkildsen, 2005). Karaküçük (2008)'e göre ise rekreasyon; bireylerin boş zamanlarında gönüllü olarak yaptığı dinlendiren ve eğlendiren faaliyetleri içeren etkinliklerdir. Başka bir tanım olarak rekreasyon, hareketlerden ziyade duyguların nedenidir; bu sebeple kişisel tepkiyi, tutumu, psikolojik reaksiyonu, yaklaşımı, mutlu olma hissinin ve yaşam tarzını barındırır (Ulutaş, 2019; Yaylı, 2019; Eravşar, 2020).

Rekreasyon kavramı; spor, kültürel faaliyet, hobi gibi bazı serbest zaman aktivitelerine katılım olarak tanımlanmaktadır (Shaw ve diğerleri, 1996; Orhan, 2019; Üner, 2021). Mutluluğun ve serbest zamanın memnuniyet seviyesi refahın bir ifadesidir. İnsanların yaşam kalitesi ve refah düzeyi belirlenirken, öncelikle kişisel mutlulukları, zevkleri ve tatmin düzeyleri, sonrasında ise ekonomik, toplumsal ve sağlık göstergelerini incelemek gerekir (Li, 2020). Bu anlamda rekreasyon, bireylerin eğlence amacıyla uğraşlarından zevk almasını ve diğerleri ile eğlenme ve grup etkinliklerine katılma ihtiyacını karşılar. Bu nedenle boş zaman faaliyetleri ile iyi yaşamak potansiyelinin ve fırsatlarının arasında önemli ilişkiler söz konusudur (Jensen, 1977). Bu kapsamda, rekreasyon, yapılan faaliyetlerin çeşitleri ve nitelikleri açısından stres etkisini

minimumuna indirebilecek önemli bir panzehirdir (Karaküçük ve Başaran, 1966; Üner, 2021).

2.5.2. Boş Zaman ve Özellikleri

Boş zaman, ciddi boş zaman ve kayıtsız boş zaman olarak ikiye ayrılır. Ciddi boş zaman, kişinin sistematik olarak seçtiği faaliyetle meşgul olduğu ve son derece önemli, ilginç ve tatmin edici olan ve özel bilgi, beceri ve deneyim gerektiren amatör, hobi veya gönüllü faaliyetlerle ilgili bir kariyer peşinde koştuğu zamandır (Stebbins, 1997; Gibson et al., 2002). Ciddi boş zaman etkinlikleri, çok önemli, ilginç ve bir kariyer için tatmin edici olan benzersiz bilgi, beceri ve deneyimler gerektiren amatör, hobi veya gönüllü faaliyetlerdir (Gould, 2005; Stebbins, 2012). Kayıtsız (ciddi olmayan) boş zaman kavramı, anında ve içsel faydalar sağlayan, aktiviteden zevk almak için çok az veya hiç özel çaba gerektirmeyen ve nispeten kısa vadeli tatmin sağlayan faaliyetlerde harcanan zamandır (Stebbins, 1997; Kim et al., 2011). Stebbins'e (1997) göre, ciddi boş zaman etkinlikleri olmayan tüm etkinlikler kayıtsız etkinliklerdir. Bu bağlamda gündelik boş zaman etkinlikleri; oyun, rahatlama, aktif/pasif eğlence, sosyal iletişim, duyuşsal uyarım, ara sıra gönüllü etkinlik ve eğlenceli aerobik etkinlik gibi etkinlik türlerinden oluşmaktadır (Gould, 2005). Amatörlerin, hobilerin ve gönüllü ciddi boş zaman katılımcılarının da gündelik boş zaman etkinliklerine katılmaktan hoşlandıkları ve bu nedenle gündelik boş zamana değer verdikleri görülmektedir (Stebbins, 2007; Akyıldız, 2013a).

Stebbins'e (1982) göre, ciddi boş zamanı kayıtsız boş zamandan ayıran altı ayırt edici özellik vardır. Bunlar;

- Boş zamanlarında yapılan aktivitede ısrar,
- Boş zaman kariyeri başarısı,
- Kişisel ve önemli bir çaba sarf etmek,
- Somut ve sürekli bir fayda sağlamak,
- Kendine özgü normlar, inançlar veya değer sistemlerinden oluşan ve o sosyal topluluğa ait olan bir sosyal dünya yaratmak,
- Seçilen etkinlik ile katılımcı arasında güçlü bir bağ oluşturmaktır (Gibson vd., 2002; Stebbins, 2007; Akyıldız, 2013b).

İlk ayırt edici özellik, boş zaman aktivitesinde ısrardır. Boş zaman katılımcıları, katıldıkları etkinliklerle ilgili genellikle mutlu ve hoş anılara sahip olsalar da, sahnede heyecan ve kaygı, utanç, dondurucu hava koşulları, huzursuzluk, korku, yorgunluk, yaralanma vb. gibi gerilimlere maruz kalabilirler. Bu nedenle, bir aktivitede ısrar etmek, olumlu duygular edinmenin yanı sıra o aktivitenin zorluklarıyla başa çıkmak ve bunlarla sebat etmekle ilgilidir. Tehlikeyle başa çıkmak, kaybeden bir takımı desteklemek, bir faaliyetin veya problemin zorluklarını aşmak, ciddi boş zamanları kayıtsız boş zamandan ayıran şeydir.

İkinci özellik, gerçekleştirilen aktivitede ilerleme yoluyla başarıya ulaşılmasıdır; çaba ve mücadele sonucunda faaliyetle ilgili bir kariyerin elde edilmesidir. Çaba ve mücadele, faaliyetin doğasından kaynaklanan zorluklara katlanarak kilometre taşlarına ulaşmak ve artan başarılarla imza atarak kariyer yapmakla ilgilidir. Bu nedenle amatörler, gönüllüler ve hobiler dahil tüm ciddi eğlence katılımcıları katıldıkları faaliyetlerde ilerlemek ve kariyer yapmak için çaba gösterirler.

Üçüncü özellik, kişinin katıldığı etkinliklerle ilgili bilgi, deneyim, eğitim düzeyi veya becerileri geliştirmesi ve bunun için önemli ölçüde kişisel çaba göstermesidir. Beceri, bilimsel bilgi, konuşma yeteneği, iyi deneyim, performans sanatları, atletik güç veya benzerlerini edinme konusundaki sürekli kişisel çaba, ciddi eğlence katılımcılarını yeni başlayanlardan veya diğer eğlence katılımcılarından ayırır. Ciddi boş zaman etkinliklerine katılımın bir sonucu olarak ödüller veya kalıcı faydalar alma fırsatı, dördüncü ayırt edici özelliği temsil eder. Bu sekiz kategori; kendini gerçekleştirme, güçlendirme, kendini ifade etme, yenilenme/uyanma, başarma duygusu, öz-farkındalık, sosyal etkileşim ve aidiyet, katılım sonucunda fiziksel ürünlerin elde edilmesidir (örn. resim, bilimsel çalışma, mobilya). Son fayda, zevk ve eğlence de rekreasyonun faydalarından biridir. Ciddi boş zaman faaliyetlerine katılmanın ve bu sosyal topluluğa ait olmanın bir sonucu olarak benzersiz normlar, inançlar veya değer sistemlerinden oluşan bir sosyal dünyanın yaratılması da beşinci ayırt edici özellik olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer dört özelliği tatmin etmek için amatörler, hobiler ve gönüllüler belirli değerler, inançlar, ahlak, normlar ve performans standartlarına sahip kendi alt kültürlerini yaratma eğilimindedir. Ciddi rekreasyonel katılımcılar, oluşturdukları sosyal dünyada ilişki kurdukları aktiviteyi sürdürebilirler. Diğer bir deyişle, ciddi boş zaman katılımcılarının benzer inançlara, ahlaki değerlere ve

standartlara sahip bir sosyal dünya yaratmadan takip ettikleri aktiviteyi sürdürmeleri zorlaşmaktadır.

Ciddi boş zamanın altıncı ve son ayırt edici özelliği, seçilen aktivite ile katılımcı arasında güçlü bir bağın olması ve aktivitenin artık katılımcının kimliğini yansıtmasıdır. Ciddi boş zaman etkinliklerine katılanlar, başkalarıyla sohbet ederken, gururla, coşkuyla ve sıklıkla seçtikleri etkinlik hakkında konuşurlar; yeni tanıştıkları kişilere seçtikleri etkinlik hakkında konuşarak kendilerini tanıtır (Stebbins, 1982; Akyıldız, 2013b). Bu kapsamda aşağıda (Çizelge 2.1) boş zamanın özellikleri yer almaktadır.

<i>Farklılaşmış Amaçlar</i>	<i>Amatörlük</i>	<i>Hobicilik</i>	<i>Gönüllülük</i>
<i>Motivasyon</i>	• Kişisel çıkar • Toplumsal çıkar • Altruizm • Maddi çıkar	• Kişisel çıkar • Toplumsal çıkar • Maddi çıkar	• Kişisel çıkar • Altruizm
<i>Kurumsal Rol</i>	• Profesyonelliğe yaklaşma	• Kurumsal rolünün olmaması	• İşlerin devretmesi
<i>Katkı</i>	• Tatmin • Kültürel • Yardım • Ticari	• Tatmin • Kültürel • Ticari	• Yardım • Tatmin

Çizelge 2.1. Ciddi Boş Zaman Özellikleri (Stebbins, 1982'den aktaran Akyıldız, 2013b)

Neulinger (1981), boş zaman olgusunun içsel-dışsal motivasyon ve algılanan özgürlük-baskı ile ilgili olduğunu ve psikolojik bir ruh hali olduğunu açıklayarak boş zaman paradigmasını ortaya koymuştur. Bu motivasyon ve özgürlük, temelinde 6 farklı davranışı kapsamaktadır. İçsel motivasyon bireyin boş zaman aktivitesine katılımı, bireyin hoş vakit geçirmesi, rahatlaması, eğlenmesi gibi kendisi ile ilgili fayda ve sonuçları olmasını kapsar; dışsal motivasyon ise bireyin boş zaman aktivitesine katılımın, bireyin ödül, sertifika, statü gibi diğer fayda ve sonuçları elde etmesini kapsar (Ulutaş, 2019). Bu kapsamda boş zaman paradigmasının özellikleri aşağıda (Şekil 2.1) bulunmaktadır:

Boş Zaman Davranışı Mıdır?	Evet	Özgürlük	Motivasyon (İçsel /Dışsal) Nasıl?	İçsel	Pür boş zaman (Bireyin özgür iradesi ve içsel motivasyonu ile yoga yapması gibi)
				Dışsal	Boş zaman veya iş (Bireyin özgür iradesiyle para kazanmak gibi dışsal motivasyonlarla yoga eğitmenliği yapması)
				İçsel/ Dışsal	Boş zaman görevleri ve sorumluluklar (Bireyin özgür iradesiyle yoga eğitmenlik belgesi gibi dışsal motivasyonlarla yoga yapması)
	Hayır	Baskı		İçsel	Pür iş (Bireyin algıladığı baskıyla, ancak özgür iradesiyle yoga yapması)
				Dışsal	Görevler, sorumluluklar veya iş (Bireyin algıladığı baskıyla, yoga eğitmenlik belgesi gibi dışsal motivasyonlarla yoga eğitmenliği yapması)
				İçsel/ Dışsal	Görevler, sorumluluklar veya boş zaman (Bireyin algıladığı baskıyla, hem içsel hem dışsal motivasyonlarla yoga eğitmenliği yapması)

Şekil 2.1. Boş Zaman Paradigması (Neulinger, 1981’den aktaran Ulutaş, 2019)

Bir zaman diliminde gerçekleştirilen aktivitenin boş zaman davranışı olabilmesi için özgür iradeyle yapılması kriteri temel alınmaktadır (Ulutaş, 2019). Boş zaman kavramı; farklı bakış açılarına göre, zaman, aktivite, tutum ve kalite içerikli olarak tanımlanmaktadır. Bu yaklaşımlara göre; zaman içerikli boş zaman yaklaşımında boş zaman; birey için iş ve diğer zorunluluklardan arta kalan özgür seçimlerin yapılabileceği zaman dilimidir. Aktivite içerikli boş zaman yaklaşımında, bireyin boş zaman sürecinde hangi uğraşlar ile ilgilendiği anlatılmaktadır. Yani bu zaman diliminde birey bir aktiviteye katılır ise tam olarak boş zaman anlamı taşımaktadır. Tutum içerikli boş zaman yaklaşımında ise, bireylerin boş zamanı ruh halleri, tecrübeleri ve algılarına göre farklı değerlendirdiğini anlatmaktadır. Bu sebeple

bireyler aynı boş zaman aktivitesinden özgürlük, zevk, sıkılma, korku gibi farklı deneyimler elde ederler. Kalite içerikli boş zaman yaklaşımında ise, boş zamanın bireylerin normal yaşantısına olumlu etkileri olduğunu ve bireyleri yeniden yarattığını belirtmektedir. Bireylerin boş zamanını değerlendirmesinin sonucunda hissettiği tatmin, duygu ve deneyimler bu zaman dilimini belirlemektedir (Roberts, 2001; Torkildsen, 2005; Akgül, 2011; Yayla ve Çetiner, 2019).

Boş zaman; kaçış, özgürlük, spontanelik, seçme veya tercih etme kavramları ile ilişkili bir kavramdır (Hibbins, 1996). Boş zaman (free time), basitçe ve kullanışlı haliyle ihtiyaç ve çalışma zamanından bağımsız zamandır. Boş zamanı ölçmek, hesaplamak, karşılaştırmak kolaydır (Kelly & Godbey, 1992; Şentuna, 2021). Boş zaman etkinliklerine katılımı etkileyen faktörlerin boş zaman ile ilgili psikolojik doyum üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Karaküçük ve Gürbüz (2007)'e göre rekreasyon kavramı ile boş zaman kavramı birbiri ile yakından ilişkili olsa da farklı anlamlar taşımaktadır. Rekreasyon kapsamına bağlı olarak çeşitli aktiviteler içermektedir. Ancak hangi aktivitelerin rekreasyon olduğuna ilişkin net bir fikir bulunmamaktadır (Brey & Lehto, 2007). Rekreasyon, bireyi yenileyen ve keyif veren, sosyal bir aktivitedir (Simmons, 2000). Rekreasyon teorisine göre, oyun ve rekreasyon aynı anlamlar taşımaktadır, ancak rekreasyon bir yetişkin aktivitesi iken, oyun bir çocuk aktivitesidir (Torkildsen, 1993). Rekreasyon, oyun ile boş zamanın birleştirilmiş halidir (Kraus, 2001). yaygın şekilde kullanılan boş zaman aktivitesi olarak rekreasyon teorisi başta olmak üzere, ihtiyaçlara hizmet eden rekreasyon, yenilenme (yeniden yaratma), bireye ve topluma değer olarak rekreasyon şeklinde rekreasyon teorileri bulunmaktadır (Çetiner ve Yaylı, 2017).

İnsanlar boş zamanlarında dinlenmeye, eğlenmeye ve dinlenmeye ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle insanlar bu ihtiyaçlarını karşılamak için boş zamanlarında çeşitli etkinliklere katılırlar. Yaşadığımız COVID-19 pandemisi döneminde, dünyanın her yerindeki insanların evde daha fazla zaman geçirmesi gerekiyor. Bu durumun aile içinde hem tek başına hem de birlikte eğlenceli ve verimli zaman geçirmeye çalıştığı ve bunu yapamadıklarında ciddi stresle karşı karşıya kaldıkları yaygın olarak görülmektedir. Somut olmayan kültürel miras unsurlarının COVID -19 pandemi sürecinde aile eğlencesinde bir miktar rol aldığı ve bazı ulusal miras unsurlarının toplumda yeniden ön plana çıktığı tespit edilmiştir (Erdem ve Gülcan, 2021).

Boş zaman aktivitelerinin sağladığı faydalar, boş zamana yüklenen anlam ile doğru orantılı olmaktadır. Bu kapsamda, boş zaman aktivitelerinin mutlu hissettirmesi, kişiye, bölgeye ve topluma göre farklılık göstermektedir. Boş zaman aktivitelerinden elde edilen faydaları sistematik ve bütünsel bir bakış açısı ile değerlendirildiğinde; dört bölümde incelenebilir. Bunlar; kişisel, sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel faydalardır. Bu dört bölüm ise kendi içerisinde farklı alt boyutlara ayrılmaktadır (Stebbins, 2007; Akyıldız, 2013). Bunlar;

- Kişisel Faydalar;
 - a. Psikolojik faydalar; ruhsal sağlığı, kişisel gelişimi, insan gelişimini, kişisel değerleri artırır ve tatmin sağlar.
 - b. Fizyolojik faydalar; kalp ve dolaşım sistemine, yüksek tansiyonu düşürmeye ve dengelemeye, obezitenin ve beden yağ oranının azaltılmasına, kas dayanıklılık seviyesinin yükseltilmesine, alkol ve sigara tüketiminin azaltılmasına, kemik kuvvetinin ve dayanıklılığının artırılmasına, bağışıklık sisteminin ve solunum sisteminin güçlendirilmesine, sağlıklı yaşlanmaya ve yaşam süresinin uzatılmasına destek olur.
- Sosyal ve Kültürel Faydalar,
- Ekonomik Faydalar,
- Çevresel Faydalardır.

2.5.3. Boş Zaman (Rekreasyonel) Değerlendirme Aktivitelerinin Sınıflandırılması

Rekreasyon kavramı konusunda farklı yaklaşımlar söz konusudur. Bu yaklaşımlar; ihtiyaç karşılama aracı olarak rekreasyon; rekreasyon aktivitelerini seçerken bireylerin içsel ihtiyaçlarını karşılamayı hedefleyerek yaptığı rekreasyon yaklaşımıdır. Buradaki başlıca sorun ise, hangi aktiviteler rekreasyon ile ilişkili veya ilişkisiz ayrımını yapmaktır. Boş zaman aktivitesi olarak rekreasyon; postmodern dönemin boş zaman anlayışına göre değerlendirilen, insanların boş zamanlarında yaptığı aktiviteler olarak tanımlanan ve en çok kullanılan yaklaşımdır. Birey ve toplum için bir değer olarak rekreasyon yaklaşımı ise; boş zamanları, yaşanılan toplumun yüksek ahlak standartları ve sosyal değerleri ile örtüştüren, kendisine ve yaşanılan topluma faydalı şeyler yaptıran yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre rekreasyon, insan gelişimine ve kişilik oluşumuna fayda sağlayan olgulardan biridir (Ulutaş, 2019; Yaylı, 2019). Rekreasyon kavramı, temel niteliklerini taşımadığı takdirde rekreasyonel veya rekreasyon özelliğini kaybetmektedir. Bu özellikler ise şunlardır (Bammel ve Burrus-Bammel, 1996; Roberts, 2001);

- Rekreasyon, bireylerin boş zamanlarında gerçekleşmektedir.
- Rekreasyon, tembelliğe veya sürekli dinlenmeye karşıt olarak ruhsal, fiziksel, sosyal veya duygusal katılımın gerçekleştiği en az bir aktiviteyi içermesi gerekir.
- Aktivitelerin tercihinde ve katılımda zorunluluk veya mecburiyet olmamalı, gönüllülük esas alınmalıdır.
- Rekreasyon aktiviteleri; spor, oyunlar, sahne sanatı, güzel sanatlar, drama, müzik, seyahatler, hobi ve sosyal aktivite gibi farklı aktivite çeşitleri içerir. Bu aktiviteler, bireysel veya grupça, bir kere, aralıklı, devamlı veya sık olacak şekilde yaşam boyunca gerçekleştirilebilir.
- Rekreasyon aktiviteleri, katılan bireylere toplumsal ve kişisel özellikler kazandırmaktadır.
- Rekreasyonel aktiviteler, ödüller, kazançlar ve çıkarlar karşılığında değil, mutluluk, doyum ve olumlu duyguların hissedilmesi gibi içsel güdüleyici araçlar ile gerçekleşir.

- Rekreasyon aktivitelerine katılımdaki temel neden, keyif ve mutluluk elde etmektir, bunun yanı sıra entelektüel birikim ve sosyal ihtiyaçlar için de gerçekleştirilmektedir. Ancak bazı durumlarda yüksek bir bağlılığı ve disiplini, hatta acıyı bile kapsayabilir.
- Rekreasyon aktiviteleri, bireyin doğrudan kendisi tarafından gerçekleştirilmektedir.

Boş zaman (rekreasyon) değerlendirme aktiviteleri; bireyin katılım şekline göre, aktivitenin yapıldığı mekâna göre ve aktivitenin içeriğine göre olmak üzere üç bölümde sınıflandırılmaktadır (Akgül, 2011; Erdem ve Gülcan, 2021).

Katılım şekline göre rekreasyon aktiviteleri; aktif ve pasif rekreasyon aktiviteleri olarak iki bölümde değerlendirilmektedir. Aktif rekreasyon aktiviteleri; bireylerin katılımcı olarak daha etkin rol aldığı yüzme, yürüme, basketbol oynama, gitar çalma gibi boş zaman aktiviteleridir. Pasif rekreasyon aktiviteleri ise, katılımcı bireylerin kitap okuma, sinema seyretme, maç izleme gibi izleyici veya seyirci olarak, daha az etkin şekilde katıldığı aktivitelerdir.

Mekâna göre rekreasyon aktiviteleri; açık alan ve kapalı alan rekreasyon aktiviteleri olarak iki bölüme ayrılmaktadır. Kapalı alan rekreasyon aktiviteleri, toplum kullanımına ayrılmış, yapı veya tesis özelliği taşıyan, kapalı mekân ve evlerde gerçekleştirilen müzik dinleme, kart oynama gibi aktivitelerdir. Günümüzde özellikle pandemi ile birlikte ev içi kapalı alan aktivitelerinde hızlı bir artış görülmektedir. Bilgisayar oyunlarındaki artış, müzik sektöründeki gelişmeler, karantina gibi unsurlar bu artışa sebep olmuş olabilir. Açık alan rekreasyon aktiviteleri ise; ormanlar, denizler, göller, spor sahası, oyun alanı, parklar, dağlar gibi açık alanlarda gerçekleştirilen pikniğe gitme, sinemaya gitme gibi rekreasyon aktiviteleridir. Açık alan rekreasyon aktivitelerini kendi içerisinde doğal ve yapay alanlardaki açık alan rekreasyon aktiviteleri şeklinde sınıflamak mümkündür.

İçeriğine göre rekreasyon aktiviteleri ise; katılımcı bireylere sunduğu içeriklerine göre birbirinden ayrılmaktadır. Bu kapsamda sanatsal rekreasyon aktiviteleri; sanatsal bilgi ve becerilerin geliştirilmesi ve arttırılmasına yönelik aktivitelerdir. Sosyal rekreasyon aktiviteleri; sosyalleşmeye ve etkileşime yol açan aktivitelerdir. Sanatsal ve sosyal rekreasyon aktiviteleri, tiyatro, konser, sinema, galeri, tema parkları, müze ziyareti gibi aktivitelerdir. Spor ve fiziksel rekreasyon aktiviteleri; boş zaman aktivitelerinin

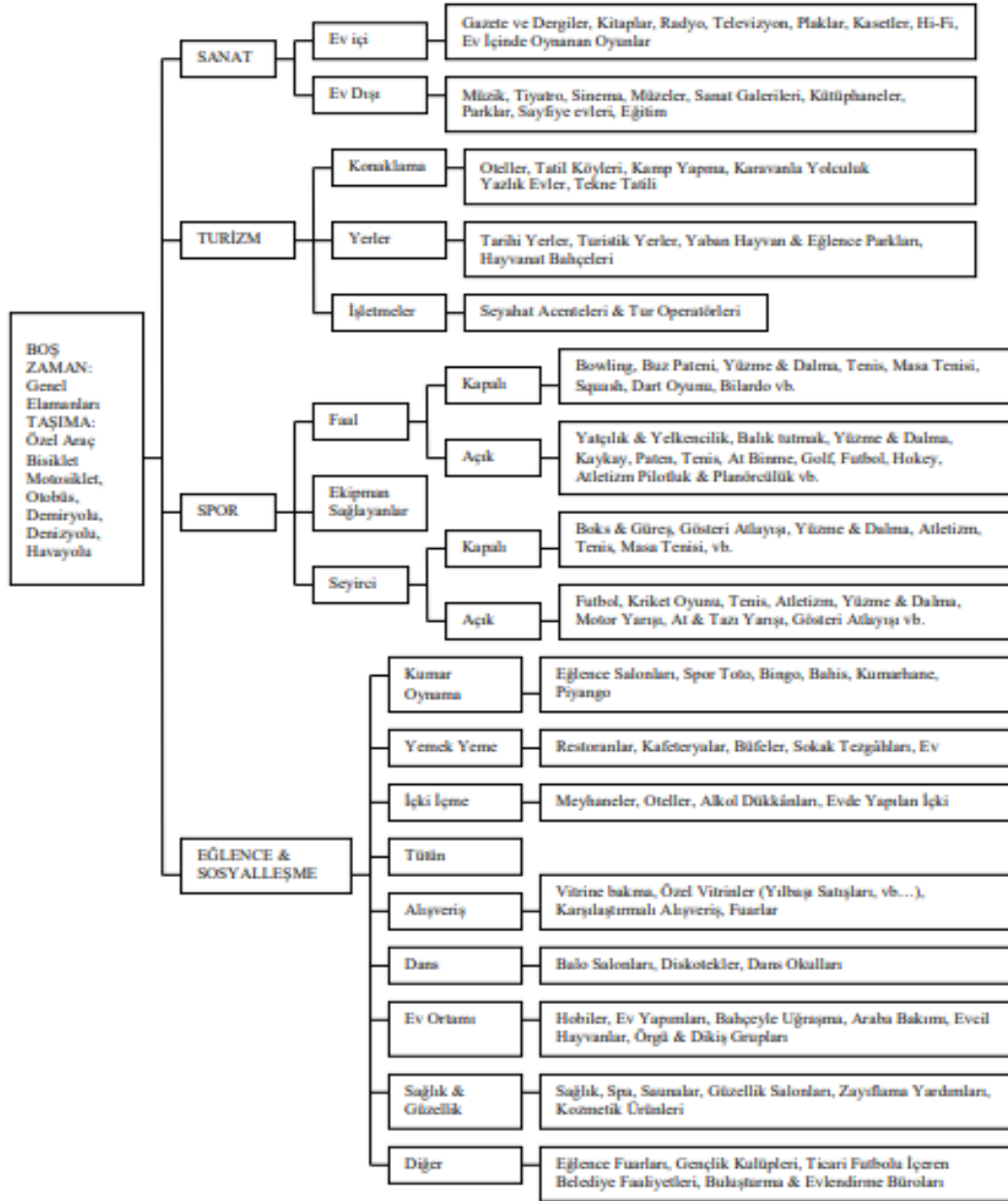
içerisinde en geniş katılımı ve seçeneği taşıyan, aktif (uygulayıcı) ve pasif (seyirci) katılımın olduğu yüzme, jimnastik ve fitness, spor merkezi, rekreasyon merkezi, koşu yolu gibi aktivitelerdir. Eğlenceye dayalı aktiviteler; parklarda, oyun alanlarında, macera alanlarında vakit geçirmeyi içeren aktivitelerdir.

Bu sınıflamalara ek olarak; açık alanda yapılan rekreasyon aktiviteleri; botanik bahçelerine, açık hava yüzme havuzuna gitmeyi, açık alanda yapılan yürüyüşler ve tırmanışlar vb. yapmayı içeren aktivitelerdir. Kültürel miras rekreasyon aktiviteleri; tarihi ve kültürel mekanlara, endüstriyel çekim yerlerine ziyaret gibi aktivitelerdir. Gece kalmayı içeren turistik rekreasyon aktiviteleri; otel, kongre alanları, kamp alanları gibi aktivitelerdir. Eğitsel rekreasyon aktiviteleri; katılım yoluyla öğrenmenin gerçekleşmesini sağlayan, yaşamın herhangi bir alanında gereken becerilerin öğrenilmesine yönelik aktivitelerdir. Rekreasyon gönüllülük aktiviteleri; sosyal sorumluluk içeren, diğer insanlara yardım amacıyla değerlendirilen aktivitelerdir. Sağlık ve zindelik amaçlı rekreasyon aktiviteleri ise; fiziksel, duygusal, sosyal ve bilişsel olarak sağlıklı ve zinde olma amacı ile yapılan aktivitelerdir (Tribe, 1995; Hazar, 2003; Torkildsen, 2005; Akgül, 2011).

Bu sınıflamaların dışında rekreasyon aktiviteleri, bireyin yaşına, katılım sayısına (bireysel veya grup), zamana (günlük, haftalık, yıllık, emeklilik vb.), mekanın açık veya kapalı olmasına ve özel fonksiyonlara (estetik, ticari vb.) göre sınıflanmaktadır (Jensen ve Guthrie, 2006; Akgül, 2011). Bununla birlikte rekreasyon aktiviteleri; katılma şekline, mekâna, katılımcıların milliyetlerine, yaşlarına, sayılarına ve fonksiyonelliklerine bağlı da sınıflandırılmaktadır (Hazar, 2003). Bazı rekreasyon aktiviteleri (golf, kayak vb.), rekreasyonun çok boyutlu olması ve sınıflamanın zor olmasından kaynaklı olarak hem açık alan rekreasyon aktivitesi, hem de spor rekreasyon aktivitesi gibi farklı sınıflamalar içerisinde bulunmaktadır (Hazar, 2003; Yüncü, 2013; Karaküçük ve Akgül, 2016; Öztürk, 2018).

Bu bakımdan rekreasyon aktiviteleri, mekâna, zamana, eylem türüne, yapılış biçimine göre sınıflandırılmaktadır. Bunun yanı sıra, bireysel, fiziksel, ruhsal, tedavi edici amaçlarına göre de sınıflanmaktadır. Bu aktiviteler amaç ve fonksiyonlarına bağlı olarak, bireyin beklentisine ve katılım şekline göre değişmektedir. Rekrasyon aktivitelerinin amaç ve fonksiyonları genel olarak, dinlenme, toplumsal ilişkiler kurma, kültürel, turizm, sportif ve sanatsal amaçlar taşımaktadır (Mull, vd., 2005). Bu

kapsamda rekreasyon aktivitelerinin sınıflandırılmasında temel alınan prensip, bireyin rekreasyon aktivitelerine katılımındaki amacı, istekleri, katılımcı özellikleri ve zevkleridir (Karaküçük, 2008). Bu bakımdan yapılan rekreasyon aktiviteleri birden çok sınıflamanın içerisinde yer alabilmektedir (Sevil, 2012).



Şekil 2.2. Boş Zaman Faaliyetlerinin Sınıflandırılması (Morgan, 1996).

Rekreasyon aktiviteleri, bireylere bedensel ve psikolojik anlamda ciddi faydalar sağlamakta, sosyal etkileşimi arttırmakta, zamanın daha etkin kullanımını sağlamakta ve duyuları tazelemektedir. Birey, bütün yaşamı boyunca çok sayıda duygusal,

fiziksel, ekonomik ve başka stres kaynaklarına maruz kalmaktadır. Bu stres kaynaklarının yarattığı gerginlik, anksiyete, depresyon vb. duyguların azaltılması ve stresin yönetilmesinde rekreasyon aktiviteleri önemli bir yer teşkil etmektedir (Li ve Wang, 2012). Rekreasyon aktiviteleri, bireylerin sağlığını iyileştirmekte ve korumaktadır. Sportif, sanatsal veya kültürel rekreasyon aktiviteleri, bireylerin birlik duygusunu güçlendirir ve topluluk içindeki olumlu ilişkileri geliştirir. Ortak ilgi alanları sebebiyle bir araya gelen bireyler, rekreasyon aktiviteleri aracılığıyla keyifli zaman geçirip olumlu sosyal etkileşim sağlamaktadır. Ayrıca, rekreasyon aktiviteleri bireylerde enerji toplanmasına, zorunlu görevlere ve diğer rekreasyon aktivitelerine katılıma motivasyon sağlamaktadır (Özdemir vd. 2020).

Rekreasyon aktivitelerinin başlıca faydası, zamanı etkin ve verimli kullanabilmektir (Driver ve Burns, 1999). Rekreasyon aktivitelerine katılan bireylerde özsaygı ve özgüven gelişmektedir. Özellikle pandemi döneminde ev içinde gerçekleştirilen rekreasyon aktiviteler önem kazanmıştır. Ev içinde dikiş dikme, dans etme, kitap okuma, resim yapma, kâğıt oynama, egzersiz yapma, görme engellilere gönüllü kitap okuma gibi birçok pasif rekreasyon aktivitesi gerçekleştirilmektedir (Aydın ve Tütüncü, 2021).

Yapılan araştırmalar boş zaman faaliyetlerinin iyileştirici etkisi olduğunu göstermektedir. Japonya Tōhoku bölgesinde insanlar, 2011 yılında meydana gelen deprem ve tsunami sonrasında gönüllüler aracılığıyla yaşadıkları travmalarından iyileştirilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda, afet mağdurları için yemek yapmak, bitki yetiştirmek, sohbet ortamı oluşturmak, seyahat ettirmek gibi boş zaman aktiviteleri kullanılmıştır (Kono, 2018). Dönemin Sars salgınında da benzer durumlar söz konusu olmuştur. Normal hayatlarında boş zamanlarda yaptıkları etkinlikler arasında, alışveriş yapmak, yemek yemek, alışveriş merkezine gitmek ve diğer uğraşlar bulunurken, pandemi sürecinde insanlar kalabalık mekânlardan kaçınırken, açık hava aktivitelerine yönelmiştir (Marafa ve Tung, 2004). Ayrıca, eğlence ve rekreasyon faaliyetlerinin, insanların yaşam tarzlarının önemli bir kısmını oluşturduğu görülmüştür. Bunun yanı sıra, psikografik faktörlerden de etkilendikleri görülmektedir. Özellikle aile ortamları, insanların büyük kısmının kendisine karantina yaşam şekli benimsediği odak noktalardan birisi olmuştur (Zabriskie, 2001).

Fiziksel rekreasyon aktiviteleri, fiziksel, sosyal ve psikolojik sağlığa faydalar sağladığı kadar, viral enfeksiyonlara karşı koruma, bağışıklık sistemini güçlendirme, çoklu organ yetmezliklerini azaltma, zayıf, güçsüz ve yaşı bireylerin güçlenmesi gibi olumlu etkileri de bulunmaktadır (Haskell ve diğeri,2009; McPhee ve diğeri, 2016; Nieman ve Wentz, 2019; Zhu, 2020). Özellikle açık havada gerçekleştirilen fiziksel rekreasyon aktiviteleri, insan sağlığı üzerinde olumlu etkiler bırakmaktadır (Godbey ve Mowen, 2010). Özellikle COVID-19 pandemi sürecinde açık havada fiziksel rekreasyon aktivitesi gerçekleştirememek, bu rahatsızlıkların artışına sebep olmaktadır.

Yapılan araştırmalarda, evde fiziksel rekreasyon aktiviteler gerçekleştiren yaşı bireylerde daha düşük depresyona yakalanma oranı gözlenmiştir (Callow ve diğeri, 2020). Bir başka araştırmaya göre, açık havada yeşil doğal ortamda rekreasyon aktivitelerine katılan yaşı bireyler, sağlık durumunda iyileşme göstermekte ve bağımsız yaşam becerileri geliştirmektedir (Kuo, 2010). Bu bakımdan rekreasyon alanlarının çok boyutlu yapısından, katılımda ve günlük yaşamda faydalanmak, rekreasyon uzmanlarınca ve yerel yönetimlerce eşgüdümlü olarak rekreasyon aktivitelerine katılım çalışmaları yürütülmelidir (Aydın ve Tütüncü, 2021).

Günümüzün küreselleşen dünyasının dinamik unsurları sebebiyle insanlar hareketsizliğe aynı zamanda antisosyal bir yaşam tarzına sürüklenmektedir. Bu sebeple bireyler mutluluk seviyelerini artırmak ve sağlıklarını korumak için rekreasyon denilen boş zamanlarını değerlendirdikleri faaliyetlere katılmaktadır. Araştırmalara göre, Türkiye’de, Amerika’da ve İngiltere’de rekreasyon faaliyetlere katılımda TV seyretme oranı, diğeri diğeri faaliyetlerden daha yüksek iken, Almanya’da ve Avustralya’da açık hava ve sportif rekreasyon faaliyetlerine katılım oranı diğerilerinden daha yüksektir (Baştuğ, vd., 2017).

Boş zaman faaliyetleri, insanların zorunlu ihtiyaçları dışında, stresten ve olumsuz dış etkenlerden fiziksel ve psikolojik sağlığını koruduğı ve aynı zamanda haz ve keyif almak için gönüllü olarak yaptığı aktivitelerdir (Koçyiğit ve Yıldız, 2014). COVID-19 pandemisi ile birlikte ortaya büyük oranda boş zaman dilimi çıkmıştır ve bu durum pandemi sürecinde boş zaman faaliyetlerine duyulan ihtiyacı artırmıştır. COVID-19 pandemisi ile birlikte, insanlar yaşam koşullarını kapalı ortamlar, sosyal izolasyonlar ve sokağa çıkma kısıtlamaları kapsamında değiştirerek normal yaşamında zorluklarla

karşılaşmıştır (WHO, 2020). Bu süreçte toplumsal cinsiyetler açısından da kadınların üzerine biçilen rollerin süreci daha da zorlaştırdığı görülmektedir (UN, 2020). Bu durum normal hayat şartlarının, doğal afetlerin ve pandemi olaylarının sonrasında değişim gösterdiğini açıklamaktadır.

2.5.4. COVID-19 ile Değişen Rekreasyonel Algı

İnsanlar, pandemi hastalık süreçlerinde yaşam tarzlarında da değişikliğe gitmek zorunda kalmaktadır. Pandeminin kuralları gereği, sosyal mesafe ve karantina uygulaması, okul ve avm gibi mekanların kapatılması, evde kal çağrısının gerçekleşmesi ile beraber insanlar normalde harcadığı boş zamanlarını daha fazla kullanmaya başlamıştır. Alınan tedbirler kapsamında pandemi süresince karantina uygulamasının kişileri kapalı mekânlarda tutmaya zorlaması, bu alanlarda nasıl vakit geçireceğinin sorununu da ortaya çıkarmıştır (Gümüşgöl ve Aydoğan, 2020).

İnsanlar yaradılışları ve tabiatları gereği, yapmaktan zevk aldığı ve arzuladığı davranışlarda bulunmayı tercih eder ve bunun için çaba gösterir (Ünal ve Ceylan, 2008). Dolayısıyla pandemi sürecinde de insanlar zorunluk gereği boş zamanlarını, haz ihtiyaçlarını karşılayacağı ev içindeki kapalı ortamlara göre şekillendirme eğilimine gitmektedir. Bu durum, bireylerin zevk, haz ve mutluluk veren aktivitelere kendiliğinden yönelmesine sebep olmuştur. Yapılan araştırmalar COVID-19 pandemisi sürecinde yapılan faaliyetler arasında, internette görüntülü konuşma sıklığının arttığını ve bununla birlikte, Blutr ve Netflix gibi izleme servislerinde daha sık vakit geçirildiğini, TikTok ve Youtube gibi uygulamaların içeriklerinde artış olduğunu göstermektedir. Bu durum pandemi sürecinde boş zaman değerlendirmelerinin daha çok sosyal medya üzerinde olduğunu göstermektedir (Türdü, 2020).

Boş zaman (rekreasyon) faaliyetleri, psikolojik ve fiziksel ihtiyaçları giderme amacı ile yapılan davranışsal uğraşlardır. Bu sebeple eksikliği durumunda, rekreasyon faaliyetlerine katılma hissi uyandırmaktadır (Manfredo ve diğerleri, 1996). İnsanlar, rekreasyon algılarında park alanlarını kullanmalarının sonucu olarak psikolojik anlamda olumlu deneyimler yaşamaktadır (Gomez ve Hill, 2016). Özellikle COVID-19 pandemisinin, yaratmış olduğu olumsuzluklar karşısında toplumun fiziksel aktivitelere karşı tepkisi, vücut ağırlığı artışı, psikolojik sorunları ve bunlar ile başa çıkma yöntemlerinde farklılıklar görülmektedir. Bu anlamda bazı bireyler, yaşadıkları

stresli ve travmatik durumların karşısında, kendilerini daha iyi hissetmek için rekreatif fiziksel faaliyetlere yönelirken, bazı bireyler ise anksiyetenin ve depresyonun eşiğinde kalarak, daha hareketsiz bir yaşamın içine kendisini sürüklemektedir.

Psikolojik sağlamlık kavramı, bireylerin pozitif psikoloji yaklaşımı bağlamında, stres durumunda kendini toparlaması ve hızlı bir şekilde normal yaşantısına dönmesidir (Doğan, 2015). Bu bakımdan, pandemi sürecinde evde veya kamusal alanlarda düzenli bir şekilde rekreasyon faaliyetleri gerçekleştiren bireylerin psikolojik sağlamlık düzeyi yüksek olmaktadır. Fiziksel faaliyetlere katılanların psikolojik sağlamlık durumunun iyi olması, rekreasyona bağlı fiziksel faaliyetlerin evde dahil her yerde uygulanabilmesi ile ilişkilidir. Pandemi dönemindeki rekreasyon algısına yönelik olarak fiziksel faaliyetler, çok yönlü terapi kaynaklarından biri olarak; bireylere özgüven yüklemekte, onları psikolojik olarak rahatlatmakta, stresi ve şiddet eğilimlerini azaltmakta, bireylerin kendini daha güzel, zinde ve sağlıklı hissetmesini sağlamakta, dolayısıyla bu durum psikolojik sağlamlık düzeylerini olumlu etkilemektedir. Aynı zamanda, serbest zamanlarda sportif aktivitelere katılan bireylerin psikolojik sağlamlık düzeylerinin de yüksek olduğu görülmektedir (Aydın vd., 2019; Beşikçi, vd., 2021).

Pandemi sürecinde rekreasyon algısındaki değişimlerden bir diğeri de, bireylerin boş vakitlerini geçirmek için sanal müzelere giriş yapması, bazı sanatçıların evden konser vermesi, eğitmenlerin branşlarına yönelik olarak derslerini görüntülü konuşma yöntemleri ile uzaktan devam ettirmesi yönündedir. Araştırmacılar tarafından ev içi yapılabilecek fiziksel ve rekreasyonel aktivitelerin neler olduğuna dair kataloglar ve yayınlar çıkarılmıştır. Ayrıca bu süreçte, bazı bireylerin sürecin mizahına yönelik uygulamalar yaparak keyifli içerikleri ürettiği görülmektedir (Subölen, 2020; Gümüşgül ve Aydoğan, 2020; Uslu vd., 2020; Küçükşen, 2020; Bayrakçı, 2021; Dinç vd., 2021). Bu durum pandemi sürecinde rekreasyon algısının normal hayat şekli algılarına göre farklılaşarak, büyük değişim ve dönüşüm yaşandığını göstermektedir.

Rekreasyon algısında yaşanan değişimlere yönelik olarak gelişen fiziksel aktivitelere katılım, günlük yaşamın yarattığı stresin ve özellikle son dönemde yaşanan COVID-19 pandemisinin üstesinden gelebilmenin yollarından birisidir. Bu bakımdan fiziksel aktivitelere katılım, psikolojik sağlamlığı korumakta ve arttırmakta etkili olmaktadır. Yapılan araştırmalar, COVID-19 pandemi sürecinde fiziksel aktiviteye düzenli katılan

bireylerin sağlık çıktılarının katılmayanlara göre daha yüksek olduğunu göstermektedir (Elçi, vd., 2019; Serdar, 2020; Beşikçi vd., 2021). Bu bakımdan rekreasyon algısı açısından fiziksel aktiviteye katılım, sağlıklı yaşam, stresle başa çıkabilme, depresyona, anksiyeteye ve intihara eğilimi azaltabilme, bireyin kendisine ve çevresine olumlu duygular geliştirebilme gibi çok yönlü pozitif etkiler oluşturmaktadır (Killgore et al., 2020; Güzel vd., 2020; Bozdağ, 2020; Tural, 2020; Serdar, 2020).

İnsanlar fiziksel faaliyetlere psikolojik gereksinimlerini karşılamak, kendisini daha mutlu ve iyi hissetmek amacıyla katılırlar. Bu bağlamda Covid-19 pandemi sürecinde rekreasyon algısındaki değişime yönelik fiziksel aktivitelere katılım sağlanması, sağlık çıktılarına yönelik algıyı yükselttiği kadar, psikolojik sağamlık düzeyini de artırarak, insanların stres ile daha kolay baş edebilmesini sağlamaktadır. Yapılan araştırmalar, herhangi bir fitness veya sağlık merkezine katılan bireylerin sağlık ıktıları algılarının daha yüksek olduğunu göstermiştir. (Lee et al., 2014; Beşikçi vd., 2021). Bu anlamda sağlık ıktıları algısı ile psikolojik sağamlık düzeyi arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Bu durum Covid-19 sürecini daha aktif ve verimli bir şekilde geçirmenin, bireylerin psikolojisini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Pandeminin yarattığı sosyal izolasyon ortamı hareketsizliğe ve sağlık risklerine sebep olmaktadır. Bu sebeple, COVID-19 pandemi sürecinde fiziksel faaliyetlere katılımın fizyolojik, psikolojik, biyolojik vb. etkilerinin var olduğunu ortaya koyan çalışmaların yapılması, bilgilendirici online eğitimler verilmesi ve ev içinde fiziksel faaliyetlere teşvik eden uygulamaların programlanması önem taşımaktadır (Beşikçi, vd., 2021). Bu bakımdan, COVID-19 pandemi sürecinde rekreasyon algısındaki değişime yönelik fiziksel aktiviteye katılım bireyler için büyük öneme sahiptir.

COVID-19 ile birlikte rekreasyon algısındaki değişim turizmde de kendini göstermiştir. Pandemiden önce tüketiciler tercihleri konusunda öncelikli unsur fiyat faktörü üzerinde, ancak pandemi ile birlikte ise hijyen ve güvenlik faktörü üzerinde yoğunlaşmıştır. Yeni normal olarak tanımlanan pandemi sonrası süreç içerisinde kendi aracı ile seyahat eden bireylerin oranında ciddi artışlar gözlenmiştir. Bu süreçte tatil yapmayı tercih eden tüketiciler içersinde %65 oranı deniz tatilini, %15 oranı memleket ziyaretini, %5'er oranlarda ise kültür turizmini ve doğa turizmini tercih eden bireyler bulunmaktadır. Pandemi süreci ile birlikte fiziksel ve mental anlamda iyileşebilmek

için açık hava rekreasyon tercihlerinde artış olmuştur. Tüketiciler daha çok doğa turizmi ve ekoturizme yönelerek, kendi araçlarıyla yakın bölgelere yolculuk yapmıştır. Bir kısım tüketiciler doğa ile yalnız kalacakları bölgelere ve küçük butik otellere yönelmiştir. Bunun yanı sıra, ev turizmi, karavancılık, villa kiralamalar, kampçılık gibi tercihler artış göstermiştir. İş turizmi alanında ise, dijital teknolojiler önem kazanmış, online seminerlerin, eğitimlerin ve toplantıların sayısında artış yaşanmıştır. Tur operatörlerinin dijital altyapılarını geliştirmeye yöneldiği görülmektedir (TURSAB, 2020; Üner, 2021).

Pandemi sürecindeki rekreasyon algısındaki değişimlerin bir diğeri ise, Danimarka'daki bireylerin sokağa çıkma yasakları ile birlikte, çevrimiçi platformlarda birlikte şarkılar söylemesidir. Bu durum, insanların pandemi gibi stresli zamanların üstesinden gelebilmek için dijital medya aracılığıyla kolektif eylemlere yöneldiğini, bu şekilde birbirleriyle temas kurmaya çalıştıklarını göstermektedir (Ulfstjerne, 2020). Dijital medyayı aracı kılarak oluşturulan bu birliktelik ve ilişkiler, coğrafi yakınlığın, ırksal veya kan bağının olmadığı, belirli değerlerin üzerine birliktelik duygusunun oluşturulabildiği birer hayali topluluktur (Anderson, 2006). Karantina dönemi fiziksel anlamda yalnız olan bu bireyler sanal platformlarda şarkı söyleyerek aidiyet hislerini güçlendirmektedir. Yine pandemi dönemi rekreasyon algısındaki bir diğer örnek ise, aileler mutfak ve oturma odalarında toplanarak birlikte dans edip şarkı söylemekte ve bu hatıralarını dijital ortamlarda videolar aracılığıyla paylaşmakta ve etkileşim oluşturmaktadır. Pandemi süreci ile birlikte rekreasyon algısında yaşanan değişimlerin başında dijital dünya gelmektedir. İçerisinde sosyal medyanın da olduğu bu dijital dünya, rekreatif anlamda birçok olanak sunmaktadır. Pandemi sürecinde rekreasyon algısında dijital iletişim çok önem kazanmıştır. Pandeminin olumsuz atmosferinden uzaklaşmak adına sosyal medyada mizah odaklı içerikler paylaşılmış, bazı instagram hesapları ciddi etkileşim sağlayarak fenomen olmuş ve takipçi sayılarını artırmıştır (Subölen, 2020). Bu etkileşimlerin yasakların ilk başladığı zamanlarda daha yüksek olduğu fark edilmiştir. Bireyler, COVID-19 sürecinde rekreasyon algısını, sosyal medyada kolektif üretim yaparak devam ettirmiş ve eve kapanma stresinden sosyal medya etkileşimleri sayesinde uzaklaşarak dışavurum sağlamıştır.

İnsanların rekreasyon algısındaki bu değişimler, bireylere kendi başlarına ve aileleri ile nasıl zaman geçireceğini öğretmiş, yaşamdaki bazı şeylerin önemini daha fazla

hissettirmiştir. Pandemi atmosferi, bireylere hayatta ekmek pişirmek, bahçe ile uğraşmak vb. küçük şeyler ile de mutlu olunabileceğini öğretmiştir (Stodolska, 2021). COVID-19 döneminde bireylerin maruz kaldığı olumsuz atmosferi azaltmada sosyal medya çok sayıda rekreasyonel olanak sunmuştur. Sosyal medyada içerikleri takip etme ilgisi, eğlence anlayışını da değiştirmiştir. Bu bakımdan artık bireyler, istediği zaman sosyal medyada ilgilendiği içerikleri takip ederek, evinden çıkmadan veya yer değiştirmeden eğlence gereksinimlerini karşılayabilmektedir. Bu sayede kapalı kalmışlık hissi de azalmaktadır (Subölen, 2020; Aşan ve Kınay, 2021). Stodolska (2021) rekreasyon algısındaki bu değişimleri, boş zaman devrimi olarak nitelendirmektedir.



3. BEKLEME SALONLARININ BOŞ ZAMAN DEĞERLEME AÇISINDAN ÖNEMİ

Bu bölümde bekleme salonlarının özelliklerine ve boş zamanı değerlendirme açısından önemine değinilecektir. Öncelikle bekleme salonlarının tanımı ve kullanım amaçları hakkında bilgiler verilmektedir. Ardından bekleme salonlarının pazarlama açısından önemi, bekleme salonlarının tasarımı, bekleme salonlarındaki etkinlik ve programlar verilmektedir. Son olarak ise boş zaman açısından bekleme salonları hakkında değerlendirmelerde bulunulacaktır.

3.1. Bekleme Salonlarının Tanımı ve Kullanım Amacı

İnsanoğlu, deneyimleri ve gözlemleri doğrultusunda algı, tutum ve davranışlarını şekillendirmektedir (Akgün, 2011). İnsanın bir mekâna girdiğinde edindiği deneyimler doğrultusunda oluşan algısı, öncelikle giriş mekânında aranmaktadır. Bu sebeple insanın ilk baktığı yer genellikle mekânın giriş bölümünde yer alan bekleme salonu olmaktadır. Bekleme odası veya bekleme salonu, bir bina, kurum veya ofisin, olay veya randevu zamanı gelene kadar oturma, ayakta durma, sohbet etme vb. ihtiyaçlar için yaygın kullanılan parçasıdır (Hedges, 2018). Bekleme salonu, insanların bir otobüs durağı veya bir doktor ofisinde olduğu gibi beklerken oturabileceği odadır (Cambridge Sözlük, 2021). İnsanlar kurum ve işletmelerde bazı işlemlerini gerçekleştirmeden önce beklemek zorunda kalmaktadır. Bu bekleme süreci içerisinde insanlar dinlenmek, eğlenmek gibi bazı rekreasyonel faaliyetler gerçekleştirmek isteyebilir. Bekleme salonları, oyalanma, bekleme ve rekreasyon ihtiyaçlarını karşılar.

İki tip bekleme salonu bulunmaktadır. Birincisi, bireylerin teker teker veya küçük gruplar halinde randevu alarak beklediği alandır. Buna örnek olarak, bir doktor muayenehanesindeki, hastane triyaj alanındaki veya okul müdürü ofisinin dışındaki bekleme salonu verilebilir. İkincisi ise, bireylerin toplu halde beklediği alandır. Buna örnek olarak ise, tren istasyonundaki, otogardaki ve havaalanındaki bekleme salonu verilebilir. Bu iki örneği, bireylerin beklenmesi istenilen bekleme odaları (özel bekleme odaları) ile istenildiği zaman girilebilen bekleme odaları (genel bekleme odaları) olarak da ayırmak mümkündür.

Bireyler, bekleme salonlarında farklı yöntemler ile sıra beklemektedir. Hastanelerin acil servis bekleme salonlarında, hastalar önce triyaj muayenesinden geçer, ardından

tıbbi durumlarının ciddiyetine göre doktor muayenesine kadar bekleme salonunda bekletilir. Bir doktorun veya diş hekiminin bekleme salonunda hastalar, acil durumların dişında, genellikle randevu sıralarına göre muayene edilir. Kamusal hizmetlerin yapıldığı kurumlarda ise, müşteriler kuruma geldikleri anda numara sırası alır ve numara sıraları gelene kadar bekleme salonunda vaktini doldurur. Bunlar dişında, araç tamir işletmelerinde servis müdürünün bekleme süresi hakkında tahminde bulunması ile birlikte müşteriler araçları tamir edilene kadar bekleme salonunda bekler. Bir restoranda ise bir masa için bekleyen müşteriler, rezervasyonlu olmalarına göre masalara oturur veya bekleme salonunda beklerler.

Bazı bekleme salonlarında personel olabilir. Personelli bekleme salonlarında, bir resepsiyon görevlisi veya idari personel, müşterileri karşılamak, bekleme süresi hakkında bilgi vermek ve randevu saatleri veya süreci ile ilgili soruları yanıtlamak için bir masanın veya tezgahın arkasında oturur. Doktorların ve diş hekimlerinin bekleme salonlarında hastalar, ek randevular alabilir, ödeme yapabilir veya başka hizmetler yerine getirebilir. Polis karakolları, döviz mağazaları veya bazı kamu kurumlarının bekleme salonlarında, resepsiyon görevlisi veya yönetici, küçük deliklerin veya daha yüksek güvenliklı bariyerlerin arkasında bir mikrofon veya hoparlör ile iletişim kurmaktadır. Bu şekilde bekleme salonlarında para veya evrak işlemleri gerçekleştirilirken, agresif veya potansiyel şiddet uygulayabilecek müşterilerden de korunma sağlanmaktadır.

Çoğu bekleme salonlarında bekleyenler için oturma alanı bulunmaktadır. Bazılarında ise oturma alanının yanı sıra tuvalet de bulunur. Halka açık bekleme salonlarında ve özellikle havaalanlarında yeme-içme ihtiyacı için otomatlar veya çeşmeler yer alabilir. Özel bekleme salonlarında ise dergi ve gazete gibi vakit dolduran nesneler veya televizyon bulunabilmektedir. Ayrıca bazı bekleme salonlarında bekleyenleri eğlendirmek ve rahat hissettirmek amacı ile arka fonda farklı müzikler çalabilmektedir. Mobil cihaz kullanımının yaygın kullanımı sebebiyle bazı bekleme salonlarında, elektrik prizleri ve ücretsiz Wi-Fi internet bağlantısı sağlanmaktadır. Bazı havaalanı ve tren istasyonlarında, daha fazla ödeme yapanlar için salon olarak adlandırılan, kalabalık olmayan, oturma alanı konforu daha iyi olan, ücretsiz içecek ve atıştırmalıkların olduğu özel bekleme odaları bulunmaktadır.

Sağlık kliniklerinde hasta ve yakınlarının dinlenebileceği alanlara ihtiyaç bulunmaktadır. Bekleme salonları, hasta ve onlara eşlik eden yakınlarının sıra beklerken dinlenebileceği ve vakit geçirebileceği alanlardır. Bekleme salonlarının kullanıcı gruplarını, muayene edilmeye gelen hastalar, tetkik sonuçlarını göstermeye gelmiş ayakta tedavi olan hastalar ve hastaların yakınları oluşturmaktadır. Günümüz sağlık sisteminde, randevu sistemi ile hastalar bekletilmeden muayene edilmeye çalışılsa da, hastane kapasiteleri ihtiyaçlardan dolayı yetersiz olduğu için hastalar sıra beklerken dinlenebileceği bekleme salonlarına ihtiyaç duymaktadır. Bekleme salonlarının, muayene olmaya gelen hastalar ve onlara eşlik eden yakınlarına yönelik yeterli büyüklükte alana, iyi bir tasarıma ve temel ihtiyaçları giderecek hizmetlere gereksinimi bulunmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2010; Çetintaş, 2016).

Otel ve havaalanı lobileri; içerisinde bekleme salonları bulunduran, müşterileri resepsiyona, restorana, toplantı alanına, rekreasyon faaliyetleri gerçekleştirdiği mekanlara ulaştıran, tüm mekanları birbirine bağlayan, kayıt ve bilgi alma işlemlerinin yapıldığı odak bölgelerdir (Yolcu, 2006; Arusoğlu, 2010; Gürneş Boz, vd., 2021). Havaalanı lobileri veya bekleme salonları, erken gelmiş, uçuşu ertelenmiş ve yolcuların yakınlarını ağırlayabilecek kadar geniş olmalıdır. Bekleme salonları, topluluklar için rekreasyon etkinliklerini ve dinlenme birimlerini karşılayabilecek büyüklükte tasarlanmalıdır (FAA, 1980; Arusoğlu, 2010).

Medyada veya internet platformlarında bekleme salonu kavramı farklı anlam ve yöntemler ile kullanılmaktadır. Bazı kurgusal ve kısa filmlerin çekiminde, bekleme odaları set olarak kullanılmaktadır. Bekleme odası, sanatın içerisinde bekleme, yaşamdaki geçişleri, boşluğu, anlamsızlığı ve hüznü betimleyen sahneleri simgelemek için kullanılır. Bunun dışında bekleme odası kavramı, çevrimiçi oyunlarda veya sanal toplantı, seminer, kurs vb. internet platformlarında oturumun hazır olması için beklenen sanal bekleme alanı olarak da kullanılmaktadır (TurizmNews, 2018).

Havaalanı bekleme salonları, oyalanma ve bekleme ihtiyaçlarının gerçekleştirildiği, bagajların kabul edildiği ve yolcuların aktif hareket ettiği mekânlardır (Parizi, 1995; Arusoğlu 2010). Havaalanlarında geçirilen zamanın büyük bölümünü bekleme salonlarında geçirilen süre oluşturmaktadır. Bu sebeple bekleme salonlarındaki aydınlatmaların, renklerin, levhaların ve mekân tarifinin iyi olması, bekleme sürecini daha verimli kılar. Bu bakımdan bekleme salonları, bekleme sürecinin olumlu veya

olumsuz geçmesine sebep olan etkili bir faktördür (Baker & Cameron, 1996) Yolcuların bekleme salonlarına ilişkin olumlu algısı, yolculuk memnuniyetini ve zaman daha verimli kullanılmasını ortaya çıkarmaktadır.

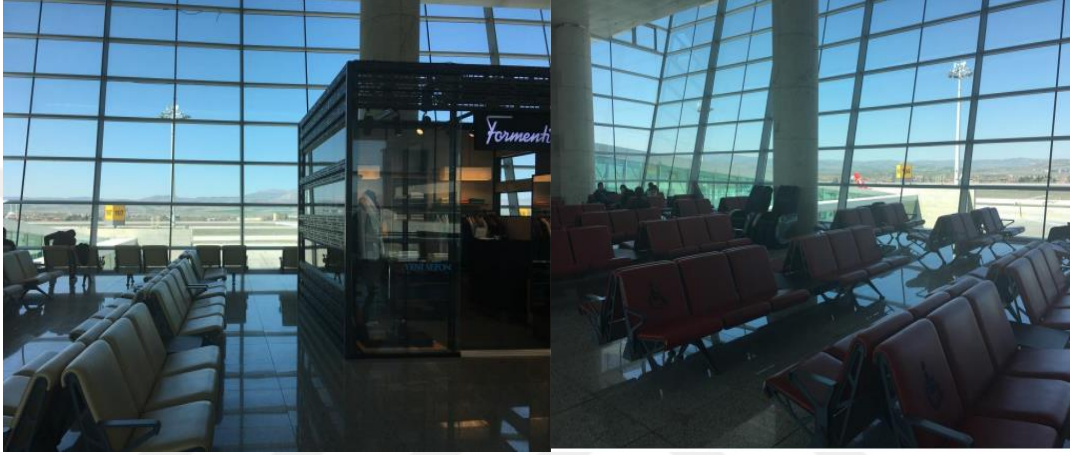
İnsanlar bekleme salonlarında ihtiyaçlarını gidermek için bekleme süresinde harcadığı vakti, televizyonun veya benzeri araçların karşısına oturarak, gazete, kitap, dergi vb. okuma faaliyetleri gerçekleştirerek veya yanlarında bulunan kişiler ile sohbet ederek doldurmaktadır (Zakay & Hornik, 1992). Bazı havaalanlarında ise, bekleme salonlarında uyku ve dinlenme ihtiyacı için uyku kabinleri ve kapsül şeklinde bölümlenmiş uyku alanları bulunmaktadır. Bu bağlamda, çeşitli hizmetlerin sağlandığı ve bekleme koltuklarının bulunduğu bekleme salonları, dinlenme dürtüsünü karşılamaktadır (Çelik, 2017).

İnsanların mekânsal ölçüde en fazla duygusal yoğunluk yaşadığı yerlerden birisi bekleme salonlarıdır. İnsanlar bekleme salonlarında, kendisini sorgular, düşünmek için fırsat bulur, hedeflediği yere bir an önce ulaşmak ister (Allan, 1979). Bekleme süresindeki artış ise, insanlarda sabırsızlığa, negatif düşüncelere, sorgulamalara ve yargılamalara yol açar. Özellikle havaalanlarında uçak rötarlarının olması, bekleme salonlarında geçirilecek olan vakitlerin de artmasına sebep olmaktadır. Vaktinin çoğunu bekleme salonunda geçirmek zorunda kalan yolcu, bütün ihtiyaçlarının bu mekânda karşılanmasını ve konforunun yüksek seviyede sağlanmasını bekleyecektir.

Kişisel konfora önem verilen bekleme salonları, bekleyenlerin motivasyonlarını düzelterek, mekâna işlevsellik ve ayrıcalık katmaktadır. Bekleme salonlarındaki ticari alanlar, kazanç sağlamanın dışında, aksiliklere karşı bekleme süresini telafi etmeyi amaçlamaktadır. Bekleme salonlarındaki cafe, mağaza vb. mekânlarda bekleyenler, bekleme süresinin sıkıcılığını yaşamadan vaktini eğlenceli bir hale getirmektedir. Bu mekânlar, bekleyenlerin psikolojik rahatlamalarını da sağlamaktadır. Özellikle havaalanlarında kavuşma, ayrılma, jetlag gibi sorunlar ile insanları psikolojik açıdan etkileyen alanlardaki bekleme salonlarının fiziksel ve ruhsal ihtiyaçları gidermesi beklenmektedir.

Havaalanları bekleme salonları, ayrıca yolcuların ve yaşanan şehrin sosyal ve kültürel özelliklerinin gözlemlendiği mekânlardır. Bu anlamda havaalanı bekleme salonları, şehrin ruhunu yansıtmakta, yolcuların kendilerini içselleştirdiği mekânlar olmaktadır. Havaalanı bekleme salonları, geniş manzaralara, gün ışığına, çocuk oyun

alanlarına ve oyalanma hizmetlerine sahiptir. Transit bekleme salonu ise, aktarmalı uzun uçuşlarda giden yolculara hizmet veren bir alandır. İnsanlar yönünü bulmayı başaramasalar da bekleme salonuna ulaştıklarında genellikle yönünü ve nerede bekleyeceğini anlamaktadır (Çelik, 2017). Bu bakımdan, havaalanı bekleme salonlarında, yolcu sirkülasyonunun rahat sağlanabilmesi için alan büyüklüğünün ve fonksiyonunun elverişli olması, yolculara rehberlik yapacak işaret, levha ve yönlendirmelerin olması önemlidir.



Resim 3.1. Esenboğa Havaalanı Bekleme Salonu (Çelik, 2017)

Konaklama yapılarında ilk izlenimi oluşturan mekanlar; giriş, resepsiyon, lobi veya bekleme salonudur. Konaklama yapıları en fazla rekreasyon aktivitesinin yapıldığı mekanlardır (Erkan ve Mutdoğan, 2019). Bekleme salonlarında bekleyenler, dikkat dağıtıcı unsurlar ve rekreasyon aktiviteleri gerçekleştirirken, bekleme süresine ilişkin bilgilerin verilmesi olumsuz tepkileri engelleyecektir (Gnoth et al., 2006). Müze ve sanat galerilerindeki bekleme salonları, insanların rekreasyon ihtiyaçlarını karşılayan yerlerdendir. İnsanlar bekleme salonlarındaki boş zamanlarında akvaryumları izlemeyi eğlenceli bulmuş ve kendi algılarında farklılık yarattığını anlamıştır (Packer & Ballantyne, 2010). Su ortamlarını veya mavi alanları izlemenin insan sağlığı üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır (de Vries et al., 2006). Bu bağlamda, doktor veya diş hekimi polikliniği bekleme salonunda akvaryumları seyretmek kaygı ve endişeyi azaltacak, gevşeme sağlayarak kan basıncını düzenleyecektir (Katcher et al., 1984; Riddick, 1985).

Diş muayenesi, bireylerde endişe, korku, anksiyete ve stres yaratmaktadır. Bu sorunların aşılabilmesi için ağız ve diş sağlığı kliniğine gelen hastaların güvenli bir

ortamda bulunması gerekmektedir. Mekânsal ergonominin, değişkenlerin ve konforun doğru bir şekilde sağlanması, insan davranışlarını ve psikolojisini olumlu etkilemektedir. Bu bağlamda, psikolojik rahatsızlıklar, diş muayenesi öncesinde içerisinde bulunan mekânlar ile etkileşim içerisinde. Diş kliniğine gelen hastalar ilk izlenimini karşılama veya bekleme odasında sağlamaktadır. Bekleme salonundaki eski mobilyalar, yıpranmış döşemeler ve kirli duvarlar, hasta üzerinde doktor hakkında olumsuz bir imaj bırakacaktır (Malkin, 2002). Bu kapsamda bekleme salonlarında; hasta kapasitesi kadar oturma elemanı, çocuklar ve yetişkinler için oyun alanları, dergi, TV, vb. görsel ve işitsel elemanlar olmalıdır. Bekleme salonundaki resepsiyon görevlisi, hastaları rahatlıkla görebilmeli, bekleme salonu temiz ve düzenli olmalıdır. Ayrıca aydınlatma ve havalandırma elemanları doğal olmalı, personelin kullandığı odalar bekleme salonu ile direkt bağlantıda olmamalıdır (Özer ve Özer, 2020).

3.2. Bekleme Salonlarının Pazarlama Açısından Önemi

Pazarlama, işletme disiplinin bir bölümü olarak; hedef kitle ile temas kurarak tutum ve davranışlarının sosyal eğilime yönlendirilmesi, yerleştirilmesi ve devamlılığının sağlanması için çaba; mal, hizmet, düşünce ve tüm değişim unsurlarını pazarlayan uzun vadeli stratejik plan, program ve faaliyetlerdir (Kotler & Lee, 2002; Kotler, 2007; İslamoğlu, 2008). Hizmet pazarlaması; aktivite, fayda ve tatmin hissi yaratan; dokunulmadan, hissedilmeden, stoklanmadan, sahiplenilmeden, eşzamanlı olarak üretilip tüketilen hizmetlerin tüketicilere ulaştırılmasına yönelik faaliyetlerin bütünüdür (Yücel vd., 2012).

Bireyler boş zamanlarını harcamak istedikleri birçok aktiviteden istediğini seçme konusunda özgürdür. Bireyi, boş zaman aktivitelerinden birine yöneltmek ise pazarlama becerisi gerektirir. Bu bağlamda birçok firma gelir elde etmek için bireylerin boş zamanları konusunda rekabet eder. Bu durum boş zaman aktivitelerine ticari bir misyon kazandırmaktadır. Bu sebeple işletmeler, sosyal, kişisel, fiziksel ve ekonomik fayda sağlama hedefi taşırlar (Yarcan, 1993). Bekleme salonlarında ürün ve hizmet pazarlamasında, pazarlamanın stratejilerine göre, önce amaç belirlenir, analiz yapılır, hedef pazar seçilir, ardından uygun pazarlama stratejileri geliştirilir (Yılmaz Alarçin, 2021).

Günümüz küreselleşen dünyasında, postmodern pazarlama yöntemlerinin gelişmesiyle birlikte, rekreasyon ürün ve hizmetlerinin pazarlaması da önemli bir yere

sahiptir. Bekleme salonlarındaki rekreasyon aktiviteleri, insanların boş zamanlarını değerlendirmeye faydası dışında ekonomik faktörleri de içermektedir. Bekleme salonlarındaki pazarlama anlayışında dile getirilmeyen husus, işletmelerin bekleyenlere ihtiyacının olmasıdır. Bu sebeple, görünürde bekleyenlerin verilen hizmeti neden tercih etmesi gerektiği konusunda pazarlama stratejisi izlenmektedir. İnsanlar, bekleme salonunda uzun süreli beklemelerinin sonucu olarak onlara sunulan hizmet içerisinde kendilerini en çok tatmin edeni seçme özgürlüğüne sahiptir. İşletmeler, insanların bekleme salonunda geçirdiği zamanlarını en verimli şekilde değerlendirmesini sağlayan ürünler ile bekleyenlere pazarlama stratejisi uygulamaktadır.

Bekleme odasında bekleyen kalabalık topluluğun ve medyanın ilgisini çeken rekreasyon aktiviteleri, etkin pazarlama avantajları sağlamaktadır. Bekleme salonunda boş zamana ilişkin ürünlerin hazırlanması ve bekleyenlere sunulması hizmet pazarlamasının temel unsurlarındandır. Bu sebeple kurumlar tüm boş zaman etkinliklerinin özelliklerini ve müşteri profillerini iyi analiz etmek mecburiyetindedir. Günümüzde gelişmiş ülkelerin gelirlerinin büyük kısmı hizmet sektöründen ve dolayısıyla boş zaman pazarından sağlanmaktadır. Bu sebeple bekleme salonlarındaki boş zaman ürünlerini bir hizmet pazarı olarak ele almak mümkündür. Boş zaman endüstrisi giderek daha fazla büyümekte ve gelişmektedir. Yoğun bir rekabet ortamının yaşandığı bu sektörde, kurumlar hayatta kalabilmek için bekleme salonlarında daha yaratıcı pazarlama stratejileri ve yöntemleri uygulamak durumunda kalmaktadır. Boş zaman sektörü, toplumun ekonomik ve sosyal gelişimde önemli rol oynamaktadır (Çimen, 2019).

Boş zamanın ticarileşmesi, bu pazara girmek isteyen pazarlamacıların ilgisini çekmektedir. Bu sebeple geleneksel pazarlama karması olan 4P (ürün, dağıtım, fiyat, tutundurma) elemanlarına; yaptırım gücü ve kamuoyu oluşturma elemanları da eklenerek 6P'ye çıkmaktadır. Yaptırım gücü; hedeflenen pazarda büyüebilmek için yasa yapıcı, bürokrat ve yönetici desteğinin kazanılmasına yönelik uygulamalardır. Kamuoyu oluşturma; kurumların tüketicilere ve kamuoyuna sektörlerini ve kendilerini tanıtmalarına yönelik uygulamalardır. Bunun yanı sıra, hizmet pazarlamasına katılımcılar, fiziksel ortam ve süreç yönetimi olmak üzere 3P daha eklenmesi

gerekmektedir (Magrath, 1986). Bu bakımdan bekleme salonları, pazarlama karması elemanlarının gerçekleştirilebildiği önemli bir merkezdir.

Pazarlama araçlarından duyurum, medya platformlarında bir ürünün olumlu sunumu, hizmetin veya firmanın hakkında bedel ödmeden yapılan olumlu haberler, tanıtım, eylemler ve çabalar (Oluç, 1990). İşletme personelleri ve müşteriler gibi unsurlar pazarlamanın insan öğeleri içerisinde değerlendirilir (Öztürk, 2007). Bu sebeple bekleme salonlarındaki pazarlamanın insan öğeleri, olumlu duyurular ve tanıtımlardan etkilenir. İnsan psikolojik yapısı gereği her şeyden etkilenen bir varlıktır. Pazarlamada hizmet alan ve veren insandır. Bu sebeple bekleme salonlarında pazarlama yapan üreticilerin, iyi bir eğitimden geçmesi, farklı beklentilere cevap verebilecek kadar esnek olması, güler yüzlü ve yeniliklere açık olması, gereken yetki ve yeteneklere sahip olması gerekir. İşletmelerdeki personellerin iyi olmaması, hizmetin kalitesini de olumsuz etkileyecek, tüketicilerin işletme hakkında olumsuz değerlendirmelerine sebep olacaktır.

Tüketicilerin yani bekleme salonunda bekleyenlerin, etkilendiği bir diğer konu ise pazarlama karması elemanlarından işletmenin fiziksel ortamı ve beklenen süredir. Hizmet hakkında tüketicilerin algı ve tutumlarında önemli rol oynayan fiziksel unsurlar görsel niteliktedir. Bu sebeple hizmet alanının tatmininde fiziksel ortam önemli rol oynamaktadır (Ekiyor, 2009). Yapılan hizmetin fiziksel kanıtları; broşür, mektup, kartvizit, imza, raporlar vb. ekipmanlardan oluşan maddi unsurlardır (Öztürk, 2007). Fiziksel varlıklar, müşteriler ile etkileşimin ve hizmet sunumunun yapıldığı çevre ve işletmenin dizaynı, donanımı, çalışanların giyimi ve rapor, kartvizit, teminat gibi somut bileşenlerdir (Yükselen, 2011). Bu sebeple bekleme salonlarında bekleyenleri pazarlamanın fiziksel varlıkları önemli derecede etkiler.

Sağlık kurumlarındaki fiziksel kanıtlar; yapının dış görünümü, hastaların odaları, otoparklar, tabelalar, işaretler, bekleme salonu, danışma ve kayıt bölümü, laboratuvarlar ve ekipmanlardır. Ayrıca bekleme salonunda geçirilen uzun sürenin azaltılması da bir pazarlama yöntemidir. Sürecin doğru planlanması bu noktada önemlidir (Yılmaz Alarçin, 2021). Bu sebeple süreç, önemli bir pazarlama elemanıdır. Müşteri ile yüksek ilişkiye dayanan hizmetlerde, üretim sürecindeki bekleme zamanı tüketiciyi etkilemektedir (Öztürk, 2007). Bu kapsamda pazarlama açısından bekleme salonunda bekleyenler, hizmet personelleri, ekipmanlar, hizmetin yeri ve diğer fiziksel

varlıklardan etkilenir. Ayrıca, bekleme salonlarındaki beklenen sürenin miktarı ve kalitesi de önem taşımaktadır. Pazarlama etkinlikleri sırasıyla şu süreçleri içermektedir (Çimen, 2019);

- Müşterilere yönelik ilgi ve gereksinimlerin araştırılarak tespit edilmesi,
- Bu ilgi ve gereksinimlerden yola çıkarak tatmin sağlayacak olan ürün veya programın belirlenmesi,
- Belirlenen ürün veya programın fiyatlandırılması,
- Ürün veya program dağıtımının, yer ve zamanın belirlenmesi,
- Ürün veya program hakkında insanların bilgilendirilmesi, katılım sağlaması veya satın almaları için bir plan hazırlanması,
- Belirlenen ürün veya programın satılmasıdır.

Bu bakımdan bekleme salonlarında bekleyenlere yönelik pazarlama etkinliklerinin belirtilen süreçleri içermesi beklenir. İşletmede verilen hizmet bir ürün veya program olarak değerlendirilebilir. Bu hizmetin pazarlanabilmesi için bekleme salonunda geçirilen vaktin önemi büyüktür. Burada pazarlanan rekreasyon aktiviteleri bireylerin bekleme sürelerini daha kaliteli hale getirerek, hizmet ve işletme hakkında olumlu izlenimler edinmesini sağlayacaktır. Bu bakımdan gerek bekleme salonunda, gerek daha sonrasında verilen hizmet önemlidir. Bu anlamda öncelikle, bekleyenlerin ilgi ve gereksinimlerine yönelik boş zaman aktivitelerinin tespit edilmesi, tespit edilen aktivitelere yönelik bir program hazırlanması, yeme-içme vb. ihtiyaçların ve sonrasında verilecek işletmenin temel hizmetinin fiyatlandırılması, işletmenin fiziki ortamının ve yerinin belirlenmesi gerekir. Bekleme salonunun yeri ve fiziki ortamı da bu açıdan önemlidir. Ayrıca bekleme salonunda geçirilen süre, insanların hizmet hakkında ve bekleme sırasında yapabilecekleri hakkında bilgilendirilmesi ve bireylerin bekleme sırasındaki boş zaman tercihlerinin pazarlanması da pazarlamanın önemli aşamalarındandır.

Bir perakende mağazası veya hediyelik eşya dükkânı ile birleşen bazı restoranlar, masa bekleyen müşterilerinin masalar müsait olana kadar bekleme salonunda perakende bölümüne göz atmasını ister; bu pazarlama stratejisi, satın almaları ve şirketin karını artırmaktadır. Bir başka örnek olarak ABD Cracker Barrel zinciri, restoran ve mağaza kombinasyonu ile masa bekleyen müşterilerin bekleme salonunda bar bölümünde veya oturma alanında beklemesini ister; bu pazarlama yaklaşımı alkollü içki satışlarının

artmasını sağlamaktadır (Vikipedi, 2021). Bu bakımdan, bekleme salonlarında bekleyenlerin eğlenebileceği ve rekreasyon aktiviteler ile ilgilenebileceği bir ortama sahip olması, işletmenin marka imajını ve karını artırabilmektedir.

Dağıtım, hazırlanan ürün veya hizmetin tüketiciye dağıtımını kapsayan pazarlama bileşenlerindendir (Mucuk, 2014). Hizmetin veya ürünün yerinde bulunmaması veya sorun çıkarması, markanın imajını olumsuz etkileyerek, tüketicileri başka markalara ve tercihlere yönlentmektedir. Hizmet sunum yerlerinin tüketicilere olumlu mesajlar verebilmesinde, sunum yerinin cephe renkleri, kullanılan materyaller, şekil ve tasarımlar, ışıklandırmalar, ısı, koku ve ses sistemi gibi unsurlar alıcıları etkilemektedir. Bu anlamda hizmetin verildiği yerin psikolojik ve fiziksel yapısı, tüketicilerin algılama biçimini şekillendirerek, önemli bir pazarlama bileşeni olan hizmet sunum yeri imajı kavramını ortaya çıkarmıştır (Arslan ve Bayçu, 2006). Bu bakımdan bekleme salonlarında verilen olumlu mesajlar, hizmetin sunum yeri imajına ait olumlu izlenim bırakmaktadır. Bu durum, pazarlama açısından bekleme salonlarındaki faaliyetlerin verimliliğini de artırmaktadır.

Bu anlamda fonksiyonel ve psikolojik nitelikleri sebebiyle hizmet sunum yerinin bir kişiliği ve karakteri vardır. Pazarlama açısından bu kişilik ve karakteri oluşturan başlıca unsurlar; sunum yerinin tasarım ve mimarisi, semboller ve renkler, reklamlar ve sunum yapan kişidir. Ayrıca imajı belirleyen alt bileşenler ise; sunum yerine kolay erişilebilirlik, hizmetin uygun olması ve ödenen paraya değmesi, hizmeti sunanlar, sunum yerinin beğenilmesi ve memnuniyettir (Atakan ve Burnaz, 2007). Sunum yeri döşeme malzemelerinin, renklerin, ışıklandırmaların, müzik ve koku gibi unsurların kalitesi, tüketicilerin kendisini rahat hissetmesine yol açmaktadır. Hizmet alanının güzel ve kullanışlı olması için dış görünüşünün, girişinin ve geçiş alanlarının nitelikleri önemlidir. Geniş koridorlar, büyük ve ferah odalar, yüksek tavanlar ve dekorasyonu iyi olan bir mekân hizmetin kalitesini etkilemektedir (Yılmaz Alarçin, 2021). Hizmet kalitesi açısından sağlık yapılarının asgari standartlarda yapılması gerekmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2010). Tüm bu unsurların gerçekleşmesi pazarlama yönetimi çerçevesinde üreticileri ve tüketicileri memnun etmektedir. Bu bakımdan, bekleme salonlarının hizmet kalitesi açısından asgari standartlarda yapılması, bekleyenleri memnun edecek düzeyde hizmet yerinin kişilik ve karakterini oluşturan bileşenler ve unsurlar ile donatılması beklenmektedir.

Hastane bekleme salonlarının fiziksel ve sosyal yönden sağlamış olduğu rahatlık, bekleyenlere kendisini evinde gibi hissettirerek memnuniyet düzeyini arttırmaktadır. Hasta memnuniyet düzeyi, kaliteli sağlık hizmetinin önemli bir göstergesidir. Bu sebeple, hizmet kalitesinin artırılmasında öncelikle hastaların beklentileri doğrultusunda hizmetler sunulmalıdır (Çakır, 2015). Müşterilerin beklediği hizmetler ile algıladığı hizmetin arasındaki fark, hizmet kalitesinin bir diğer göstergesidir. Aradaki fark, sıfır veya büyükse pozitif yönde, sıfırdan küçük ise negatif yönde bir hizmet kalitesi bulunmaktadır (Aksoy, 2005). Bu sebeple müşteri potansiyelinde ve pazar payında artış yaşamak için müşterilerin tatmin seviyesi önemlidir. Yapılan araştırmalar, memnuniyet düzeyi yüksek olan müşterilerin hizmet yeri hakkında olumlu görüşlerini diğer kişiler ile de paylaştığını göstermektedir (Peyrot ve diğerleri, 2002).

Tüketicuyu seçim için motive etmek, boş zaman pazarlamasının ayaklarından biridir. Boş zamanlarda oynanan oyunları daha çekici hale getirerek, oyunların sağladığı yaratıcılığı ve beceri kazanmayı vurgularlar. Bekleme salonları en fazla boş vaktin elde edilebileceği mekânlardandır. Bu sebeple bu mekânlar pazarlama açısından bir ticari ürün potansiyeline sahiptir. Bazı durumlarda, boş zaman aktiviteleri yerel ve merkezi otoriteler tarafından desteklenebilmektedir. Bu sayede turizm ve sanat gibi sektörlerden gelir elde edilmektedir. Sanat galerileri, müzeler, sanatın iyileştirme çalışmaları, spor, eğlence, parklar ve plaj alanlarının korunması, doğal güzelliklerin ve kültürel mirasın korunması gibi destekler ile bireylerin boş zamanlarını bu alanlarda değerlendirmesi teşvik edilmektedir. Boş zaman müşterileri, işletmelerin gelir sağlayabileceği önemli müşterilerindendir. Özellikle işletmelerin bekleme salonlarında bekleyerek boş zamanını değerlendiren bu müşteriler, işletmelere kazanç da sağlamaktadır. Boş zaman sektöründe kazanç sağlama amacı taşımayan gönüllü işletmeler de bulunmaktadır. Spor ve sosyal kulüpler gibi örneklere sahip bu işletmelerin pazarlama amacı ise kurumsal imajını artırarak, daha fazla bağış ve sponsor elde etmektir. Ayrıca üyeleri sayesinde gelir sağlayan bu işletmeler, yaptıkları gönüllü hizmetler ile üyelerini korur ve etkilerler (Morgan, 1996).

Macera turizminin gelişim ile bireyler eğlence, tatil ve sporun aktivitelerine daha fazla yönelmektedir (Horner & Swarbrooke, 2005). Ulaşımın gelişimi ile birlikte eğlence ve oyun parkları, tema parkları, tiyatrolar, spor salonu, konserler, yüzme havuzları ve

sihirbazlık gösterileri gibi boş zaman aktiviteleri önemli bir pazar haline gelmiştir (Yarcan, 1993). Bazı oteller kendi bünyelerinde bu tarz büyük eğlence alanları barındırarak, konaklama ve boş zaman aktivitelerini aynı anda pazarlamaktadır (Horner & Swarbrooke, 2005). Walt Disney, Disneyworld, Disney, Chessington gibi büyük tema parkları turizmin önemli çekim merkezlerindendir. Aile eğlence merkezlerinin giderek artışı ile birlikte, çok fonksiyonlu boş zaman aktivite merkezleri ortaya çıkmıştır. Eğlence ve alışverişin birleştiği “mall” denilen aktivite alanları, tüm aileyi buradaki boş zaman aktivitelerine çekerek pazarlama faaliyeti gerçekleştirmektedir (Yarcan, 1993; Özgören Şen ve Öztekin, 2017). Bekleme salonları kapalı alanlar olarak, mekâna uygun kapalı alan aktivitelerinin yapılabileceği bir yerdir. Bekleyenleri bazı tercihlere yönelten pazarlama faaliyetleri mümkün olabilir.

Hizmet pazarlaması ve kalitesi belirlenirken genel olarak aşağıdaki boyutlar üzerinde değerlendirme yapılmaktadır (Mucuk, 2012; Cantürk, 2012; Özmen, vd., 2013; Taşkın, vd., 2014). Bunlar;

- Güvenilirlik; söz verilen hizmetin doğru ve güvenilir bir şekilde yerine getirilmesidir.
- Empati; müşterinin ihtiyaçlarını anlamaya çabalamaktır.
- Güvence; çalışanların bilgili ve nezaketli olmaları ile güven duygusu vermesidir.
- Hizmete heveslilik; müşteriye istenilen hizmetin hemen verilmesinde istekliliktir.
- Fiziksel özellikler; hizmetin fiziksel kanıtlarıdır.
- Fiyatlandırma; hizmetin bedelidir.
- Tutundurma; hizmetten memnun kalan tüketici, en iyi tutundurma vesilesi olmaktadır. Özellikle tüketicilerin hizmet hakkında iletişim yoluyla birbirlerine verdiği tavsiyeler oldukça etkili bir tutundurma yöntemidir.
- Dağıtım; hizmet yerinin ve kuruluşun genel imajı, uzmanlığı, hizmet için beklenen süre, personel davranışları vb. unsurlardır.
- İnsan; çalışanların istihdamı, eğitimi ve motivasyonları, iletişim becerileri, ödüllendirme vs. konuları içermektedir. Hizmet sunan birey, hizmetin kendisi olarak görülür, çünkü mutlu çalışan, mutlu müşteri anlamına gelmektedir.

Bu bakımdan, bekleme salonlarında pazarlama açısından verilen hizmetin kalitesi önemlidir. Söz konusu pazarlama boyutlarının gerçekleştirilmesi, bekleyenlerin hizmetten memnun kalmasına ve bekleme sürelerini daha verimli hale getirmesine sebep olacaktır.

3.2.1. Bekleme Salonu Fiziksel Mekânı ve Pazarlama İlişkisi

Günümüz pazarlama modelleri ve araçları, boş zaman algısının farklı dinamikler sonucu değişimiyle birlikte, tüketiciler markalar ile kolay etkileşim sağlayabilmek için dijital ve çevrimiçi pazarlamayla ilgilenmeye başlamıştır. Bu durum müşteri deneyimlerinde fijital pazarlama konseptini ortaya çıkararak, rekreasyonun pazarlamayla ilişkisine farklı bir boyut kazandırmıştır (Gedik, 2021). Hizmet alanlarındaki fiziksel mekân tüm unsurlarıyla müşterilerin, hizmet kalitesi ve beklentilerini değerlendirmesine yardımcı olmaktadır. Müşteriler hizmet kalitesini, objektif biçimde değerlendirirken çoğu zaman hizmeti çevreleyen fiziksel mekândaki dokunulabilir somut kanıt ve ipuçlarına güvenmektedir (Goldkuhl & Styvén, 2007). Bu sebeple, tüketicilerin hizmetin fabrikasına girerek üretimlerine katılmaları, hizmet sunumunun yapıldığı fiziksel mekânı algılamaları, bu yönde pazarlama yapmaları gerekir. Bu bakımdan fiziksel mekânın kalitesi, hizmetin kalitesini de etkileyerek, pazarlama konusunda müşterilere öngörü oluşturmaktadır.

Fiziksel mekânı özenli bir şekilde tasarlanmayan hizmet işletmelerinde çeşitli sebeplerle ortalama bir süre bulunan müşterilerin, herhangi bir sorunla karşılaştığında öfkelenemediği veya benzer duygular hissedemediği görülmekte olup, ortamın çekici olmaması sebebiyle bu duyguları hatırlayarak tekrar gelmeyeceği öngörülebilir (Karkın, 2008). Ancak çekici bir şekilde tasarlanan fiziksel mekân, müşterilerin mekân hakkındaki hisleri üzerinde olumlu bir etki bırakabilir, davranışları etkileyebilir. Fiziksel mekânın bu etkisi, işletmelere imaj yaratabilme kabiliyeti sağlamaktadır. Bekleme salonlarının fiziksel mekânı özellikle otel, restoran, bankalar, ofis, AVM ve hastane gibi hizmet işletmelerinde daha fazla önem taşımaktadır. Hizmet merkezine diğer merkezlere göre rekabetsel bir avantaj sağlayabilmektedir. Özellikle fiziksel mekânın eşsiz, farklı bir tasarıma ve atmosfere sahip olması ve kolay taklit edilemiyor oluşu, işletmeye pazarlama açısından rekabetsel avantajı artırır. Fiziksel mekân, müşterilerle güçlü etkileşimi teşvik edecek şekilde onların tutum ve davranışlarını etkilemek için tasarlanabilir (Zemke & Shoemaker, 2006; Karkın, 2008). Bu bakımdan

bekleme salonlarının fiziksel mekânı, müşterinin ilgisini çekerek, memnuniyet duymasını, olumlu duygular beslemesini, işletmenin imajını ve pazarlama açısından rekabet edebilirliğini artırmaktadır.

Bekleme salonlarındaki rekreasyon aktivitelerinin bir plan ve program dahilinde yapılması, uygun pazarlama stratejileriyle geliştirilmesi, pazarlamanın temel yapısını oluşturur (Yılmaz Alarçin, 2021). Bekleme odasında bekleyen kalabalık topluluğun ve medyanın ilgisini çeken rekreasyon aktiviteleri, etkin pazarlama avantajları sağlamaktadır. Bekleme salonunda boş zamana ilişkin ürünlerin hazırlanması ve bekleyenlere sunulması hizmet pazarlamasının temel unsurlarındandır. Bu sebeple kurumlar tüm boş zaman etkinliklerinin özelliklerini ve müşteri profillerini iyi analiz etmek mecburiyetindedir. Boş zaman endüstrisi giderek daha fazla büyümekte ve gelişmektedir. Bu sebeple bekleme salonlarındaki boş zaman ürünlerini bir hizmet pazarı olarak ele almak mümkündür. Ayrıca bekleme salonunda geçirilen uzun sürenin azaltılması da bir pazarlama yöntemidir. Hizmet pazarlaması katılımcıları, fiziksel ortamı ve süreç yönetimini kapsar (Magrath, 1986). Hizmetin verildiği yerin psikolojik ve fiziksel yapısı, tüketicilerin algılama biçimini şekillendirerek, önemli bir pazarlama bileşeni olan fiziksel çevre imajını oluşturmaktadır (Arslan ve Bayçu, 2006). Bu bakımdan bekleme salonları, pazarlama karması elemanlarının gerçekleştirilebildiği önemli merkezlerdendir.

3.2.2. Bekleme Salonu Fiziksel Mekânı ve Memnuniyet İlişkisi

Bekleme salonunun fiziksel mekân kalitesinin müşteri memnuniyeti açısından önemi büyüktür (Bruce et al., 1998). Bekleme salonunun erişilebilirliği, ortamı, temizliği, içecek vb imkânları, hizmet kalitesi gibi konular bekleme salonunun çevresel ve kurumsal faktörlerini kapsamaktadır. Bekleme salonunun fiziksel veya sosyal açıdan sağlayabileceği rahatlık, bireyin kendisini evinde hissetmesine vesile olabilir ve müşteri memnuniyetini arttırabilir. Yeterince bilgilendirilen, değer verilen ve kendini evindeymiş gibi hisseden bekleyenler, aldığı hizmete ve bu hizmeti veren personele daha çok güven duymaktadır (Walker et al., 1998). Bekleme odasının fiziksel durumu, bireylerin en fazla önemsendiği memnuniyet unsurlarındandır. Oda imkânlarının yetersizliği, bakımsızlığı memnuniyetsizlik sebepleri olabilir. Hijyen, aydınlatma, kolay erişilebilirlik, ısı, ses durumları, hastane bekleme odaları gibi özellikle hastaların

devamlı bulunduğu birimlerin fiziksel durumları, memnuniyetin oluşmasında büyük rol oynamaktadır (Sarı, 2010).

Müşteri memnuniyetinin sağlanmasında bekleme salonlarında hizmetin iyi pazarlanmasına önem verilmektedir. Bu sebeple bekleme salonlarında pazarlama yapan üreticilerin, iyi bir eğitimden geçmesi, farklı beklentilere cevap verebilecek kadar esnek olması, güler yüzlü ve yeniliklere açık olması, gereken yetki ve yeteneklere sahip olması gerekir. İşletmelerdeki personellerin iyi olmaması, hizmetin kalitesini de olumsuz etkileyecek, tüketicilerin işletme hakkında olumsuz değerlendirmelerine sebep olacaktır. Tüketicilerin yani bekleme salonunda bekleyenlerin, etkilendiğı bir diğer konu ise işletmenin fiziksel ortamı ve beklenen süredir. Rekreasyon algısında önemli rol oynayan fiziksel unsurlar görsel niteliktedir. Bu sebeple hizmet alanında müşteri memnuniyetinin sağlanmasında fiziksel ortam önemli rol oynamaktadır (Ekiyor, 2009).

Müşteri ile yüksek ilişkiye dayanan hizmetlerde, üretim sürecindeki bekleme zamanı tüketiciyi etkilemektedir (Öztürk, 2007). Bu kapsamda bekleme salonunda bekleyenler, hizmet personelleri, ekipmanlar, hizmet sunumu, mekânın görseelliğı, kalitesi ve diğer unsurlardan etkilenir. Ayrıca, bekleme salonlarındaki beklenen sürenin miktarı ve kalitesi de müşteri memnuniyeti açısından önem taşımaktadır. Pazarlanan rekreasyon aktiviteleri bireylerin bekleme sürelerini daha kaliteli hale getirerek, hizmet ve işletme hakkında olumlu izlenimler edinilmesini sağlamaktadır. Bu bakımdan öncelikle, bekleyenlerin ilgi ve gereksinimlerine yönelik boş zaman aktivitelerinin tespit edilmesi, tespit edilen aktivitelere yönelik bir program hazırlanması, yeme-içme vb. ihtiyaçların ve sonrasında verilecek işletmenin temel hizmetinin fiyatlandırılması, işletmenin fiziki ortamının ve yerinin doğru belirlenmesi gerekir.

Bekleme salonlarında bekleyenlerin eğlenebileceğı ve rekreasyon aktiviteler ile ilgilenebileceğı bir ortama sahip olması, işletmenin marka imajını ve karını artırabilmektedir. Bekleme salonunun müşterilere olumlu mesajlar verebilmesinde, bekleme salonunun cephe renkleri, kullanılan materyaller, şekil ve tasarımlar, ışıklıandırma, ısı, koku ve ses sistemi gibi unsurlar alıcıları etkilemektedir. Bu bakımdan bekleme salonlarında verilen olumlu mesajlar, hizmetin sunum yeri imajına

ait olumlu izlenim bırakmaktadır. Bu durum, pazarlama açısından bekleme salonlarındaki faaliyetlerin verimliliğini de artırmaktadır.

Sunum yeri döşeme malzemelerinin, renklerin, ışıklandırmaların, müzik ve koku gibi unsurların kalitesi, tüketicilerin kendisini rahat hissetmesine yol açmaktadır. Hizmet alanının güzel ve kullanışlı olması için dış görünüşünün, girişinin ve geçiş alanlarının nitelikleri önemlidir. Geniş koridorlar, büyük ve ferah odalar, yüksek tavanlar ve dekorasyonu iyi olan bir mekân hizmetin kalitesini etkilemektedir (Yılmaz Alarçin, 2021). Hizmet kalitesi açısından sağlık yapılarının asgari standartlarda yapılması gerekmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2010). Bekleme salonlarının, üreticilerinin ve tüketicilerinin memnuniyeti açısından asgari standartlarda yapılması, bekleyenleri memnun edecek düzeyde mekânın kişilik ve karakterini oluşturan bileşenler ve unsurlar ile donatılması beklenmektedir.

Bekleme salonlarının fiziksel ve sosyal yönden sağlamış olduğu rahatlık, bekleyenlere kendisini evinde gibi hissettirerek memnuniyet düzeyini arttırmaktadır. Bu sebeple müşteri potansiyelinde ve pazar payında artış yaşamak için müşterilerin tatmin seviyesi önemlidir. Yapılan araştırmalar, memnuniyet düzeyi yüksek olan müşterilerin hizmet yeri hakkında olumlu görüşlerini diğer kişiler ile de paylaştığını göstermektedir (Peyrot et al., 2002).

3.2.3. Bekleme Salonu ve Turizm İlişkisi

Bekleme salonları en fazla boş vaktin elde edilebileceği mekânlardandır. Boş zaman aktivitelerinin yoğunlaştığı dönemlerde turizm ve sanat gibi sektörlerden gelirin daha fazla elde edilebileceği durumlar mümkündür. Sanat galerileri, müzeler, spor, eğlence, parklar ve plaj alanlarının korunması, doğal güzelliklerin ve kültürel mirasın korunması gibi destekler ile bireylerin boş zamanlarını bu alanlarda değerlendirmesine teşvik edilmesi durumunda turizm sektöründe de olumlu gelişmeler görülebilir. Boş zaman müşterileri, işletmelerin gelir sağlayabileceği önemli müşterilerindendir. Özellikle işletmelerin bekleme salonlarında bekleyerek boş zamanını değerlendiren bu müşteriler, işletmelere kazanç sağlamaktadır.

Turizm ve hizmet sektörünün tüketicileri, pandemi sürecinde farklı algılar, tutum ve davranışlar geliştirmiştir. Birçok restoran, spa ve cafe hizmet verememesi sebebiyle

tüketiciler farklı yönelim ve tercihlerde bulunmuştur. Giriş mekanlarında bulunan bekleme salonlarını müşterinin ilgisini çekebilecek şekilde tasarlayan ve uygun rekreasyon faaliyetleri ile düzenleyen işletmeler, turizmden kar elde edebilir. Bekleme salonlarının fiziksel mekânı iyileştikçe pazarlama ve müşteri memnuniyeti de artmaktadır. Destinasyondan memnun ayrılan turistler, turistik ürünü yeniden satın alabilir ve başkalarına da tavsiye edebilir. Bu sebeple turizm ürün ve hizmetlerinden memnuniyet duyulması, müşteri bağlılığını da etkilemektedir (Yoon & Uysal, 2005; Özkan ve Koleoğlu, 2019). Bu bakımdan bekleme salonları kapalı alanlar olarak, mekana uygun rekreasyon aktivitelerinin yapılabileceği ve turizme fayda sağlayabilecek yerlerdendir.

3.3. Bekleme Salonlarının Tasarımı

Mekan, bireyi belli bir çevreden ayıran ve içerisinde çeşitli eylemler sürdürmeye elverişli boşluktur (Hasol, 1990; Aslan, vd., 2015). Mekân aynı zamanda manevi de bir yerdir. Bu sebeple mekânın tasarımı, içerisinde yaşadığı insanın senaryosuna göre şekillenmektedir. Bir mekâna girildiğinde, ilk izlenim bırakan yerler mekânın girişi ve bekleme salonudur. Bekleme salonları tasarımının, insan psikolojisi üzerinde bıraktığı etkiler göz önüne alındığında, bekleme salonlarının tasarımının oldukça önemli olduğu görülmektedir.

Hastane veya klinik bekleme salonlarında, muayene olmaya gelen hastalar ve onlara eşlik eden yakınlarına yönelik olarak yeterli büyüklükteki alanların ve temel ihtiyaçları karşılayabilecek hizmetlerin yerine getirilmesine gereksinim vardır (Sağlık Bakanlığı, 2010; Çetintaş, 2016). Ayrıca diğer bekleme salonlarında da müşteriler için alan, hizmet ve konfor ihtiyaçlarının karşılanmasına gerek duyulmaktadır. Bu bakımdan bekleme salonlarının tasarımı önem teşkil etmektedir.

Konaklama yapıları bekleme salonlarında, büyük ve yüksekçe tavanlar, elips ve daire formları, koyu renk ahşap duvarlar ve tavan kaplamaları, açık renkli seramik zemin malzemeleri, uygun renk ve ışık kullanımı önemli tasarım elemanlarıdır (Erkan ve Mutdoğan, 2019). COVID-19 pandemisi ile birlikte dokunmadan dolaşılabilen ofis tasarımları yapılmaktadır. COVID-19 ile birlikte ofislerdeki bekleme salonları, daha geniş koridorlara, antrelere ve havalandırmalara sahip olmaktadır. Virüsün yayılımını azaltmak için tuvalet, giriş, insanların toplu bulunduğu bekleme salonu gibi mekânların tasarımına dikkat etmek gerekmektedir. Bekleme salonlarında

havalandırma sistemi iyi çalışmalı, oturma alanları uzak mesafelerde olmalı, kişi sayısı azaltılmalıdır (Çağlar, 2020).

Bekleme salonlarının tanımlayıcı ve karakteristik unsuru bekleme koltuklarıdır. Bekleme salonlarındaki koltuklar, iç mekânda oluşturduğu örüntüler ile alanın bekleme salonu olduğunu işaret etmektedir. Birey ve mekân arasında imzalanan sanal sözleşme, bekleme salonunda bekleyen bireye burada oturup beklemesi gerektiğini göstermektedir (Augé, 1995). Havaalanı bekleme salonunda yer alan bekleme koltukları, mekânın işlevine bağlı olarak sırt sırta birleştirilen karşılıklı oturma biçimlerinden oluşmuştur. Bekleme koltukları, çıkış kapısına ve dış cepheye yönlendirilecek şekilde farklı düzenlerde dizilmektedir. Genellikle metal konstrüksiyon kullanılan seri üretimlerdir (Çelik, 2017).

Bekleme salonlarının büyüklüğünün ve yerleşiminin tasarımı, içerisinde gerçekleştirilecek fonksiyonlar ile ilişkilidir. Giderek daha fazla yolcu, müşteri vb. olacağı düşünülerek bekleme salonu büyük tasarlanmalıdır. İklim ve diğer faktörler, bekleme salonlarının yerleşimini etkileyebilir. Uçaklar, hava durumu vb. sebepler ile uzun rötarlar yaptığı zamanlarda, bekleme salonlarının planlamasının ve verdiği hizmetin etkisi büyüktür. Ayrıca oturma yerlerinin konforu da bekleme salonlarının tasarımında önem taşımaktadır. İnsanlar havaalanı gibi uzak mekânlara geldiklerinde bekleme salonunda dinlenme ihtiyacı duyarlar. Bu sebeple bekleme salonlarının tasarımında, oturma elemanları, aydınlık, yiyecek içecek, hava kalitesi, tuvalet, bilgilendirme ve anons sistemi gibi unsurların önemi büyüktür.

Günümüzde teknolojik gelişmeler sonucu, insanlar bekleme salonlarındaki vakitlerini telefon, bilgisayar vb. teknolojik aletler ile geçirmeyi tercih etmektedir. Bekleme salonlarının içerisindeki oturma ve dinlenme mekânları farklı zemin malzemeleri ile birbirinden ayrılmaktadır. Enerji tasarrufu sağlayacak aydınlatmalar ve gün ışığını en iyi şekilde alacak tasarımlar yapılmaktadır. Bekleme salonlarında bekleyenlerin teknolojik ihtiyaçları sebebiyle USB girişi için enerji kaynağına yakınlığı ve kullanılabilirliği önemlidir. Teknolojinin hızla gelişimi mekânların da yeni teknolojik gelişimlere ayak uydurması zorunluluğunu getirmiştir. Bekleme salonları da akıllı hale getirilerek teknolojiye ayak uydurmaktadır (Akdağ, 2019).

Çocuklar, doktor muayenesine girmeden önce bekleme odasında beklerken olabileceklerden korkarlar ve huzursuz olurlar. Bazı çocuklar sıkılır, bazılarının ise

özel ihtiyaçları olabilir. Bu sebeple ebeveyn ve sağlık personelleri, çocukların bekleme odasında hissettikleri stresi hafifletmek amacıyla bazı yöntemler geliştirmiştir. Genellikle bekleme odalarında çocuklar için kitaplar, oyunlar veya duyasal oyuncaklar yer alır. Ancak, ebeveynlerin bu ürünleri sunmayan bir klinik veya hastaneye gitmesi durumunda bekleme odasına getirdiği bazı rekreasyon aktivite araçları vardır. Bunlar; eğlenceli oyuncaklar, çocuk dergileri, çocuğun endişesini giderecek ve dikkatini dağıtacak bir eşyası, herhangi bir konuda sosyal bir hikâye oluşturmak ve anlatmak, çizimler yapmak ve fotoğraf çekmek, kulaklık, iPod, Mp3 çalar gibi bir dinleme cihazı ve çocuğun en sevdiği müzik yüklü telefonu vb. araçlardır.

Sağlık personelleri çocukların bekleme odalarındaki stres ve sıkıntılarını gidermek için bazı yaklaşımlar ve rekreasyonel aktiviteler geliştirmektedir. Bunlar; açık, havadar, aydınlık bir bekleme alanı, renkli duvarlar, duvara çizilmiş bir hayvan resmi veya çizgi film karakteri, parlak, renkli balıklarla dolu bir akvaryumdur. Çocuklar genellikle deniz hayvanlarını çok sever ve akvaryum mükemmel bir oyalama ve stres azaltma aracıdır. Çocuklar, dikkatlerini balığa odaklayarak, doktor ziyaret endişelerini unuttur ve rahatlarlar (Sensory Edge, 2021)..

Bekleme salonu için bir başka çözüm de, kitap ve dergi alanı oluşturmaktır. Eğitici ve eğlenceli çocuk yayınları, beyni çalıştıran oyunlar, boyama kitapları, çocuk masaları bulunmaktadır. Bazı doktorlar, ziyaret sonunda çocukların resimlerini duvara asma sözü vermekte, çocuklara boyama kitapları ve küçük boya kalemleri dağıtmaktadır. Ayrıca, çocukların dikkatini çekmek ve onları meşgul etmek için kitapların ön kapağını gösteren bir çocuk kitaplığı oluşturarak, çocuk yayınlarını erişilebilir ve kolay görülebilir hale getirmektedir. Bunların yanı sıra, bir televizyon veya başka medya cihazı da ayarlanarak, çocuklara özel programlar veya filmler ayarlanmaktadır. Bu yapılanlar sayesinde çocuklar, kendi doktorlarını sevdiği karakterler ile ilişkilendirerek, doktor ziyareti sırasında bekleme salonunda yaşadığı korkular azalacaktır (SensoryEdge Blog, 2021).

Bekleme salonu tasarımcıları, hastalar ve aileleri için basit unsurları bir araya getirerek, onların stres, sıkıntı ve kaygılarını yok edebilir. Bekleme salonuna giren iyi bir tasarım, kaygı seviyesinde büyük fark yaratabilir. Tasarımcılar, olumlu dikkat dağıtıcı unsurlar, dış mekan manzaraları, yönlendirme sağlayıcılar ve çocuklara yönelik aile dostu oturma yerleri tasarlayarak, bütün dikkati başka yöne çekebilirler.

Paltoları asmak için askılar, telefon şarj edebilmek için priz, Wi-Fi imkanı, rahat ortamlar yeni tasarım ilkelerindendir. Sağlık bakım bekleme odalarını tasarlarken veya yenilerken dikkat edilmesi gereken beş seçenek vardır. Bunlar (Kenny, 2018);

- Bekleme salonunun oturma sıraları farklı seçeneklere ve esnekliğe sahip mobilyalara ve yerleşimlere sahip olmalıdır. İster ailecek, ister bir bebek arabası ile ister yalnız kahve alıp oturulabilecek şekilde dizilmelidir.
- Renkli, dokulu veya desenli cam ekranlar gibi fiziksel ayrımlar sağlanmalıdır. Özellikle enfeksiyon kontrolü ve estetik açıdan tatmin edici olmalıdır. Yas tutan, özel durumu olan veya stresli aileler için mahremiyet sağlanmalıdır.
- Güvenli ve huzurlu bir ortam yaratmak için yumuşak renkler kullanılmalıdır. Kaplama malzemeleri ve ışık seviyeleri birlikte iyi düşünülerek tasarlanmalıdır. Nötr ve vurgulu renkler arasında bir denge ve kontrast seviyesi sağlamak, bekleme salonunun aydınlık, temiz ve görsel açıdan ilginç olması gerekir.
- Sıcak ve samimi bir alan yaratabilecek malzemeler kullanılmalıdır. Kolay temizlenebilir, uzun ömürlü, zamanla solmayan, çatlamayan üretimler kullanılmalıdır. Ayrıca sağlık riski oluşturmeyen malzemeler tercih edilmelidir. Bekleme salonlarındaki gürültü ihtimalini azaltmak için dekoratif ve ses emici malzemeler kullanılmalıdır.
- Teknolojiyi olumlu dikkat dağıtımında kullanmak gerekir. Gelecekte, bekleme salonlarında daha fazla teknoloji kullanımı olacaktır. Çocuk bekleme salonuna interaktif LED ışık yüzeyleri kurulabilir. Ayrıca diğer bekleme salonlarına terapötik sanat enstalasyonları yerleştirilebilir.

Bekleme salonları bir işyerine girildiğinde ilk anda görülen ve uzun zaman geçirilen alanlardır. Bu sebeple bekleme salonlarındaki insanlar, genellikle sakin bir şekilde vakit geçirirken etrafındaki ayrıntılara dikkat ederler. Özellikle geldikleri yeri ve kişiyi yeterince tanımıyorlar ise daha fazla fikir edinmek için inceleme yaparlar. Bekleme salonunda geçirilen vakit, insanların ruhsal durumunu etkileyebilmektedir. Özellikle uzun bir süreyi burada geçirirler ise, bu durum onların gerilmesine sebep olur ve görüşmenin gidişatını olumsuz etkiler. Tüm bu olasılıkları değerlendirdiğimizde, bekleme salonlarının estetik, sakin ve rahatlatıcı bir şekilde tasarlanması önem

kazanmaktadır. Bu bakımdan bekleme salonu tasarımları şu şekilde olmalıdır (Büro Seren, 2019);

- Öncelikle, aydınlık, ı ışık gören ve renk kullanımına önem verilen mekânlar yaratmak gerekir. Çünkü kapalı ve kasvetli ortamlar, insanları çabuk sıkar ve karamsar bir ruh haline büründürür. Renklerin insan psikolojisi üzerinde büyük etkileri vardır. Bu bakımdan dekorasyonda uygun renkler kullanmak gerekir. Mavi ve yeşil tonlardaki renkler insanları rahatlatır, sarı ve turuncu renkler enerji verir, beyaz renk ise dinginlik vermektedir. Ancak gri ve siyah tonlardaki renkler karamsar bir ruh haline sokar.
- Yeşil bitkileri kullanarak sıcak bir ambiyans yaratmak gerekir. Büyük şehirler insanların doğa ve yeşile özlem duymasına sebep olmaktadır. Yeşil bitkiler ortam ambiyansını ısıtmakla birlikte, insanların daha sakin ve pozitif olmasını sağlar. Bekleme salonlarındaki ayrıntılar, işyerinin prestijini artırarak, karşı tarafta olumlu izlenimler bırakır. Bu sebeple bekleme salonunda farklı detaylara, çizelgelere, aksesuarlara önem vermek gerekir.
- İç mekân tasarımında havalandırma önemli bir konudur. Bekleme salonunun iyi havalandırılması ve güzel kokması insanlarda rahatlamaya sebep olacaktır. Bu sebeple iyi bir havalandırma sistemi olmalıdır. Bekleme salonunda fazla beklemek zorunda kalanların zamanın nasıl geçtiğini anlamamaları için ilgilerini dağıtacak ve onları sıkmayacak rekreasyon araçları kullanmak gerekir. Çeşitli broşürler, kataloglar, dergiler, gazeteler konularak güzel vakit geçirmeleri sağlanmalıdır.

Bekleme salonlarında multimedya kaynakları ile sakin bir ses sisteminin olması, bekleyenleri daha huzurlu hale getirmektedir. Bekleme salonunun bazı bekleyenleri ses duymak, bazıları ise okumak veya beklemek ister. Devamlı gelen ses insanları rahatsız edebilir. Ancak kurulu ekranlardan gelen huzur ve sakinlik veren sesler genellikle kimseyi rahatsız etmez. Günümüzde geleneksel hoparlör sistemleri yerine multimedya çözümleri sunulmaktadır. Bu sistemler bekleme salonlarında eğitim ve reklam amacı ile de kullanılmaktadır. Popüler aksesuarlar, dinleme bölümünün üzerindeki tavana monte edilerek, doğrudan ana bilgisayara veya DVD sistemine bağlı olarak çalışır (Audio Spotlight, 2021).

Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkındaki Yönetmeliğe göre, muayenehanelerdeki bekleme salonlarının tasarımında bazı şartları taşıması gereklidir. Bekleme salonlarının en az 10 metrekare büyüklükte olması gerekmektedir. Bekleme salonunu sekreter hizmet alanı olarak da kullanmak mümkündür. A tipi polikliniklerdeki bekleme salonlarının en az 15 metrekare büyüklükte olması, rahat kullanım alanının ve uygun döşemelerin olması gerekir (TDB, 2017).

3.4. Bekleme Salonlarında Sunulan Etkinlik ve Programlar

Etkinlik, katılımcılara veya hedef kitleye bir mesaj vermek veya bir etki yaratmak amacıyla tasarlanan deneyimler, olaylar veya faaliyetlerdir (Eckerstein, 2002; Silvers, 2004). Küresel sistemin getirdiği stresli yaşama karşı rekreasyon bilincinde yaşanan değişim, insanların kendisine faydalı rekreasyon etkinliklerine yönelmesine sebep olmuştur. Bu bağlamda, boş zamanlar için iyi bir etkinlik programının yapılması, etkinliklere katılımı ve amacın gerçekleşmesini kolaylaştırabilir. Toplumların boş zaman değerlendirme şekilleri, onların genel niteliklerini oluşturmaktadır. Yapılan araştırmalar, bireylerin ortalama 70 yıl yaşadığını, bu sürenin ortalama 27 yılını boş zaman etkinlikleri ile geçirdiğini göstermektedir (Meiskop, 1991). Bekleme salonları, insanların bekleme süresi boyunca en fazla boş zamanının olduğu, bu sebeple boş zaman etkinlik ve programları ile doldurulabilen mekânlardan birisidir.

Teknolojik gelişme, çalışma saatlerinde azalmaya ve boş zamanlarda artışa sebep olmuştur. Bu durum boş zamanlarda rekreasyon etkinliklerine olan talebi artırmıştır. Rekreasyon etkinlikleri, insanların öğrenmeye, keşfetmeye ve araştırmaya yönelik fizyolojik, sosyal ve psikolojik gelişimi açısından birçok fırsat barındırmaktadır. Rekreasyon, boş zamanların değerlendirildiği etkinlikleri kapsamaktadır. Bu etkinlikler; sportif ve müzikal uğraşlar, oyun ve sanat etkinlikleri, hüner becerileri, doğa, kültürel ve sosyal etkinlikler olmak üzere farklı başlıklarda toplanmaktadır (Kurar ve Baltacı, 2014). Bekleme salonlarında gerçekleştirilen etkinlik ve programlar, boş zaman etkinlikleri içerisinde yer alan kapalı alanlarda yapılan bireysel etkinlikleri kapsamaktadır.

Boş zaman olgusu, günümüz toplumunda giderek daha fazla önem kazanmakta ve yaşamın odağına yerleşmektedir. Bu durum, boş zamana yönelik daha fazla tercih ve seçeneğin ortaya çıkmasına yol açmaktadır. İnsanlar, çalışma dışındaki boş zamanlarında dinlenmek ve sevdikleri ile hoş vakitler geçirmekten zevk duymaktadır.

Çalışmadan arta kalan bu zamanlarını iyi bir şekilde değerlendirmek istemektedirler. Bu sebeple, çalışma dışında geçirilen boş zaman, insanlar için önemlidir (Kuş Şahin, vd., 2009). Çalışan insanlar genellikle gün içerisinde kısa süreliğine yakalayabildikleri boş zamanları, evde yapılabilecek faaliyetler ile geçirmektedir. Hafta sonu veya yıllık izin tatili gibi daha uzun süreli boş zamanları ise; sinema, tiyatro, sanat etkinliklerine gitmek, müze ziyareti, spor faaliyeti, yurt içinde ve dışında turizm faaliyeti şeklinde değerlendirmektedir. Genellikle kısa süreli boş zamanlar, evde kitap okumak, televizyon seyretmek, müzik dinlemek gibi ev içi rekreasyon faaliyetleri ile geçmektedir (Özgüç, 1984). Bu bakımdan bekleme salonlarında geçirilen kısa süreli boş zamanlar, ev içi rekreasyon etkinlik ve programları ile değerlendirilebilir.

Boş zaman yaklaşımları, iyileştirme, eğlence, kişisel gelişim, ilişkilerin iyileştirmesi amacı taşıyan boş zaman etkinliklerini kapsamaktadır. Günlük hayatın baskısından, zorunluluklarından ve engellemelerinden kaçış olarak görülen boş zaman etkinlikleri, bireylere önemli derecede motivasyon sağlamaktadır. Boş zamandan edinilen bireysel tatmin ise; bireye ve boş zaman etkinliğine bağlıdır. İnsanlar boş zamanlarında genellikle spor, kart ve masa oyunu, tv seyretme, bilgisayar oyunu oynama gibi aktiviteler gerçekleştirir. Bu aktiviteler; sanat ve müzik ile edinilen tatmin gibi, yetenek ve yaratıcılıkları da geliştirir. Kişisel seçimleri ve tatminleri kapsayan boş zaman etkinlikleri gerçekte birer sosyal faaliyettir (Özgören Şen ve Öztekin, 2017). Bu bakımdan bekleme salonlarında gerçekleştirilen boş zaman etkinlikleri, bireylerin beklediği süre içerisinde yaşadığı stresi azaltarak motivasyon, beceri ve yaratıcılık katmaktadır. Bu sayede sosyal faaliyetlerde de bulunarak, bekleme amacından daha fazla tatmin olmaktadır.

Zamanını eğlenceye ve oyuna ayıran bireylerin günümüz dünyasında boş zamanlarındaki artış, bireylerin ev içi boş zamanlarında ve boş zaman faaliyetlerinde de artış sağlamıştır. Dolayısıyla evler giderek daha cezbedici ve cazip hale gelmiştir. Bu durum, rekreasyon etkinliklerini ev içine taşıyarak, internetin ve diğer teknolojilerin ev içinde daha fazla kullanılmasını, özellikle ev eğlencelerinde ve bahçe işlerinde artış ile birlikte teknolojiye de faydalanılmıştır. Bunun dışında, bilgisayar oyunları, ev sinema sistemleri ve internet araştırmaları da artış yaşamıştır. Televizyon ise yeni dijital teknoloji çağı ile birlikte interaktif kullanılmaktadır (Horner & Swarbrooke, 2005). Bununla birlikte, ev içine uyarlı videolar, CD'ler, elektronik

medyalar, müzikler, tiyatrolar ve filmler de yeniçağın ev içi etkinliklerindendir. Bilgisayar başından kalkmayan, bilgisayar oyununu istediği zaman durdurup devam edebilen insanlar, hazır yiyecekler ve içecekler, yeni sistemin getirileri olmuştur (Morgan, 1996). Bu bakımdan bekleme salonlarında da, dijital teknoloji çağının getirilerini görmek mümkündür. Bu sebeple bekleyenlerin bekleme sürelerini kolaylaştırmak ve daha eğlenceli hale getirmek için bilgisayar, telefon, mp3 vb. dijital araçların kullanımı için gerekli priz, şarj yeri, USB girişi, Wi-Fi imkânı vb. kullanım kolaylıkları sağlanması önemlidir. Ayrıca yiyecek ve içecek alanlarının ve imkânlarının sağlanması, televizyon, ses sistemi gibi ayrıcalıklar günümüz bireylerinin beklentileri içerisinde.

Boş zaman faaliyetleri, bireyin günlük yaşantısından farklı şeyler yapabilmesine, yeni beceriler kazanabilmesine, karakterinin farklı yönlerini keşfetmesine ve yeni insanlar ile tanışabilmesine imkân sağlamaktadır. Bireyler, boş zamanlarını değerlendirirken baskı altında kalmadan birçok seçenek içerisinden istediklerini tercih ederler (Özgören Şen ve Öztekin, 2017). Rekreatyon etkinlikleri genellikle kalabalık toplulukları ve medyayı ilgi alanına alır. Rekreatyon etkinlikleri sınıflandırıldığında (Mull et al., 2005; Mirzeoğlu, 2006; Kayhalak, 2021) şu sonuçlar elde edilmektedir;

- Basit eğlenceler; özel bir çaba ve yer gerektirmeyen, tv seyretmek, radyo dinlemek gibi basit eğlenceler içeren etkinliklerdir.
- Zihinsel (Düşünsel) aktiviteler; bireyin zihin ve düşünce kullanımının tam olduğu meditasyon, yoga, okuma yapma gibi etkinliklerdir.
- Spor etkinlikleri; oyun oynama, spor yapma, sporcunun olimpiyatlara hazırlanması, TV de spor müsabakası veya maç izleme gibi etkinliklerdir.
- Müzik, resim ve dans etkinlikleri; kişinin aktif ve pasif (izleyici) olarak katıldığı, müzik aleti çalma, konsere gitme, beste yapma, çizim yapma, resim sergisi gezme, fotoğrafçılık gibi etkinliklerdir.
- Hobiler; bireyin ilgi alanına ilişkin koleksiyon yapma, el sanatı, örgü gibi bir takım yaratıcılık, toplama, biriktirme veya takip etme etkinlikleridir.
- Oyunlar; çoğunluğu çocukluk döneminde yapılan bilgisayar oyunu, puzzle, kâğıt oyunu gibi eğlence amaçlı etkinliklerdir.
- Rahatlama; bireyin zihinsel, fiziksel ve duygusal rahatlamasını sağlayan masaj, müzik dinleme, meditasyon, okuma ve yazma gibi etkinliklerdir.

- Sosyal etkinlikler; bireyler arasındaki bağı güçlendiren arkadaş toplantısı, parti ve kulüp toplantısı gibi etkinliklerdir.
- İnsani hizmetler; kurumların, yardıma muhtaç insanlara yönelik organize ettiği gönüllü katılımın olduğu etkinliklerdir.
- Açık hava etkinlikleri; açık havada ve doğal ortamda yapılan yürüyüş, avcılık, piknik, bahçe işleri, balık tutma gibi etkinliklerdir.

Bazı rekreasyon etkinlikleri birkaç kategorinin içerisinde aynı anda yer alabilir. Örneğin zihinsel engelli bir çocuğu gönüllü olarak açık hava faaliyetlerine götürmek, insani hizmet ve aynı zamanda açık hava etkinliği olabilir. Buna benzer olarak, müzik dinlemek, hem sosyal etkinlik, hem rahatlama etkinliği, hem de basit eğlence kategorisindedir (Mirzeoğlu, 2006; Kayhalak, 2021). Bu bakımdan bekleme salonlarında yapılan etkinlik ve programlar birkaç kategoriye ayrılabilir ve aynı anda birkaç kategori içerisinde olabilir. Yukarıda bahsedilen açık hava etkinlikleri dışındaki tüm etkinlikler, bekleme salonuna uygun olacak şekilde gerçekleştirilmektedir. Boş zaman etkinlikleri katılımcılarına farklı deneyimler sunar ve farklı ruh halleri oluşturur (Stebbins, 1999). Boş zaman etkinliklerini şu şekilde sınıflamak mümkündür (Arslan, 2011);

- Sıradan boş zaman etkinlikleri; eğitime fazla gerek duyulmayan, doyurucu, içsel ödülleri olan, eğlenme amaçlı etkinliklerdir. Tüm oyunlar, parkta gezinmek, dinlenmek, TV izlemek, müzik dinlemek, parti, sohbet, yemek, içmek gibi kısa süreli doyum sağlayan aktivitelerdir. Bu aktiviteler bazen şans eseri yaratıcılık ve beceri kazanımı sağlayabilir. Yenilenmeye ve yaratıcılığa odaklı olduğundan yoğunluk içermez. Ayrıca iletişimi ve bireysel gelişimi güçlendirir. Bazı aktiviteler ise televizyon ve film izlemek, müzikler dinlemek, kitap, dergi, makale vb. okumalar yapmak gibi eğitici eğlenceleri kapsar.
- Sistemli boş zaman etkinlikleri; katılımcılarına kişisel ve sosyal ödüller sağlayan, amatörce, hobi veya gönüllü olacak şekilde etkinliklerin sistematik bir şekilde yapıldığı aktivitelerdir. Bu aktiviteler bireylere, yoğun doyum, bilgi, beceri ve deneyim kazandırır. Amatör bir şekilde ilgilenilen botanik, hayvanlar, arkeoloji, sanat gibi bilim dalları, hobi olarak yapılan doğa, spor, satranç gibi oyunlar ve beşeri bilimler bu gruptadır. Sistemli boş zaman aktiviteleri, sürekli fayda veya sonuç kazandırır. Bunlar; kendini

gerçekleştirmek, öz zenginleşmeyi sağlamak, kendini ifade edebilmek, yenilenmek, başarıma ve aidiyet duygusu kazanmak, kişisel imaj gelişimi, sosyal etkileşimi sağlamak ve aktivitelerin sonunda resim, nesne vb. fiziksel bir ürün ortaya koymak, sürekli yararı ya da sonucu kapsamasıdır (Stebbins, 1999). Bunların yanı sıra eğlence faydaları da vardır. Sistemli rekreasyon etkinliklerine katılan bireyler, bu sayede yaratıcılık gücünü istediği zaman ortaya çıkarabilmektedir (Karaküçük, 2005).

Sıradan ve sistemli boş zaman etkinlikleri, katılım biçimine ve kazanımlarına göre farklılıklar göstermektedir. Bu sebeple sıradan ve sistemli boş zaman etkinliklerinin kullanımında bireysel ve toplumsal farkındalıklar yaratmak gerekir. Boş zaman aktiviteleri bireylerin gelişiminde önemli roller üstlenmektedir. Çocukluktan itibaren bireylerin, kişilik gelişimini ve gelişen bu kişiliğin çevre ile bütünleşmesini sağlar (Kılbaş Köktaş, 2004). Olumsuz ilgi alanları olan insanların yaşamlarını olumlu bir çizgiye çekmek için boş zamanlarını doğru değerlendirmelerine destek olur. Bu noktada, insanların boş zamanlarını verimli geçirmesinde ve yaşanılabilir olumsuzluklardan kaçınmasında sistemli boş zaman etkinlikleri daha ikna edici olmaktadır (Arslan, 2011; Eravşar, 2020). Bekleme salonları birçok boş zaman etkinliğinin gerçekleşmesine imkan verebilecek mekanlardır. Bu bakımdan insanların bekleme salonlarında boş zamanlarını verimli geçirmesinde ve yaşanılabilir olumsuzluklardan kaçınmasında sistemli veya sıradan boş zaman aktivitelerinin gerçekleştirilmesi fayda sağlayabilir.

3.5. Boş Zaman Değerlendirme Alanı Olarak Bekleme Salonları

Bir işyerine önemli bir görüşme, muayene veya ziyaret amacı ile gidildiğinde beklemek kaçınılmaz bir deneyim olabilmektedir. Bu deneyimlerin en az hoş karşılanan bölümü uzun bekleme süreleridir. Uzun bekleme süreleri, bireylerin kaygı düzeyini artırır. Bekleme süresi ile kaygı seviyesi arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır (Bleustein et al., 2014). Ancak bekleme süresinin iyi bir algı bırakması, bekleyenin memnuniyet düzeyini de artırmaktadır. Bazen bekleyen ile birlikte refakatçisi de bekleme salonunda beklemek zorunda kalmaktadır. Bu durumda bekleme süresinin ne kadar olacağı ve yapılacak işlem hakkında detaylı bilgiler verilmesi stres durumunu azaltmak açısından önem kazanmaktadır (Dexter ve Epstein, 2001). Bu süreç içerisinde ortaya çıkan boş zamanın nasıl değerlendirilmesi gerektiği

bekleyenlerin aklında bir soru olarak belirmektedir. Bekleme salonlarında beklemek kaçınılmaz olarak görülüyorsa, çoğu insan dikkatini dağıtmak için beklerken kullanabileceği olumlu dikkat dağıtıcı malzemeler getirmektedir. Bekleme salonlarında beklemeye daha toleranslı olan bireyler genellikle kitap, dergi, tablet, akıllı telefonlar, okuma materyalleri ve müzik çalarlar gibi beklerken kendilerine destek olacak araçlar getirmektedir (Mishra et al., 2015). Kendi kendine dikkati dağıtma olarak tanımlanan bu durum, bireysel olarak hazırlık ile ortaya çıkar (Durrande-Moreau & Usunier, 1999). Bu bakımdan bekleme salonlarında bireyler olumlu dikkat dağıtıcı malzemeler getirerek boş zamanlarını değerlendirmektedir.

Bunun dışında hizmet sağlayıcıların bekleme salonlarında bekleme yükünü azaltmak için televizyon, gazete, dergi, çocuklar için oyuncak ve ücretsiz Wi-Fi gibi dikkat dağıtıcı malzemeler kullanması da mümkündür (Mishra et al., 2015). Bu dikkat dağıtıcı malzemelerin bireyler üzerinde farklı etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler içerisinde yer alan duygusal değişkenler; tahriş olma, adalet bekleme, sıkıntı yaşama, sıkılma ve stres yaşama olarak değişebilir. Ancak bekleme ortamının atmosferi, temizliği, ferahlığı, iklimi ve çekiciliği de duygusal değişkenleri olumlu yönde etkilemektedir. Bu sebeple boş zamanı değerlendirme açısından bekleme salonlarının fiziksel ortamının ve bireylerin algısının önemi büyüktür. Bekleme odasında yapılan davranışsal gözlemlerde, sanal gerçeklik ürünlerinin, televizyonda oynayan hareketsiz doğa ve ortam fotoğraflarının, farklı sahnelerin, sanat ve doğal bir akvaryum görüntüsünün bulunması, dikkat odaklarını bu noktaya çekerek sakinleşmeye ve daha az endişeye sebep olmaktadır. Bu sebeple olumlu oyalamanın stres ve kaygıyı etkileyebileceği anlaşılmıştır (Luo, 2017). Bekleme salonunun önünde düz ekran bir televizyon, televizyona dönük sıralar halinde dizilmiş sandalyeler, yanında bir personel masası, duvarlarda birkaç sanat eseri, bekleme odasının önünde birkaç yeşil bitki, nötr ve kurumsal bir bekleme odası rengi, mobilyaları ve tarzının olması stres ve kaygıyı azaltmaktadır. Bu bakımdan boş zaman değerlendirme açısından bekleme salonları birçok imkan sağlamaktadır. Boş zamanın kalitesini belirleyen ise bekleme salonunun fiziksel ortamı ve bireyler üzerinde bıraktığı psikolojik etkisidir.



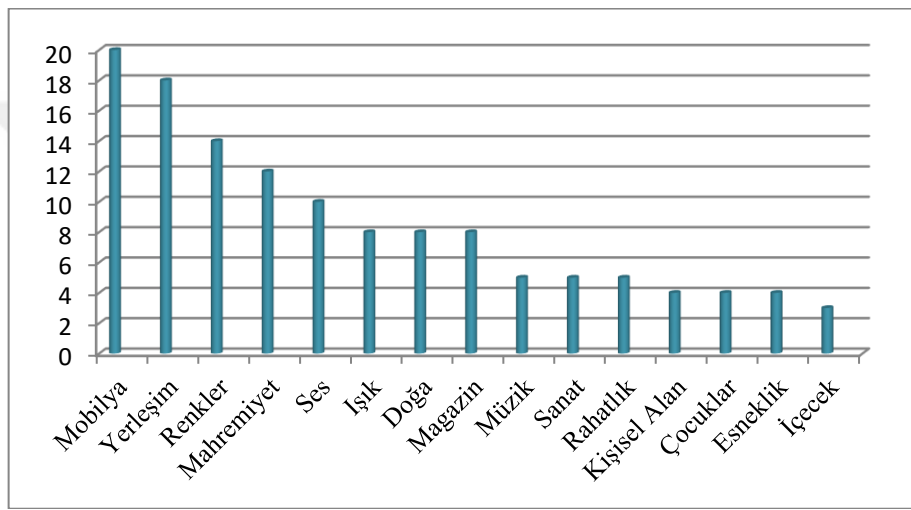
Resim 3.2. New York'ta Bir Poliklinik Bekleme Salonu (Luo, 2017)

Luo (2017)'nin çalışmasında, bekleme salonundaki dikkat dağıtma müdahaleleri olarak; televizyon ve kabarcık ses efektlerine sahip dijital bir akvaryum uygulaması kullanılmaktadır. Bu etkileşimli oyun uygulamasında, bekleyenler balıkları dijital ortamda besleyebilir, yeni balık satabilir, alabilir ve üretebilir. Uygulamanın yanına oyunun nasıl oynanacağına dair talimatları içeren afişler asılmıştır. Bekleme salonlarında akvaryum gibi insanları rahatlatan görüntülerin izlenmesi ve eğlenceli oyunların oynanması, bekleme süresinde geçirilen boş zamanın daha kaliteli ve eğlenceli geçmesine sebep olmaktadır.

Yapılan araştırmalar bekleme salonunda TV haberleri izlemenin insan psikolojisi üzerinde olumsuz etkisi olduğunu göstermektedir. TV haberleri çok fazla uyaran içeren ve bilgiyi tekrarlayan sözlü ifadelerden oluşmaktadır. Bu durum, bireylerin aşırı bilgi yüklenmesine, bilişsel ve duygusal aşırı yüklenmeye sebep olmakta, üzüntüye sebep olmakta ve bekleyenlerin stres seviyesini artırmaktadır. Bu bakımdan bekleme salonlarında TV haberleri yerine akvaryum ve sakinleştirici oyunlar iyi bir uyarıcıdır (Tennessee & Cimprich, 1995; Halford et al., 1998). Bu sebeple aşırı uyarıcı boş zaman aktivitelerinin bekleme odasında sunulması, bekleyenlerin boş zamanlarını daha kalitesiz ve sağlıksız geçirmesine neden olmaktadır. Boş zaman değerlendirme alanı olarak bekleme salonlarında bekleme süresinin daha rahat ve kaygısız geçmesi için olumlu dikkat dağıtıcı unsurlar kullanılmaktadır. Bu dağıtıcı unsurlar (Thompson et al., 1996; Pati & Nanda, 2011) şunlardır;

- Bekleyenlerin doğal hayata erişimine izin veren yeşil iç mekân bitkileri,
- TV vb. ekranlarda sözlü programların kullanılmaması, onun yerine seyahat ve programları, yürüyüş videoları, sanat, milli parklar, sakinleştirici doğal manzaralar,
- Nazik ve yumuşak müzikler çalınması,

Bu bakımdan bekleme salonlarında elde edilen bekleme deneyiminin kaygısız ve stressiz geçmesi için boş zaman aktiviteleri içerisinde doğayı simüle eden izleme programları, ekranlar veya rahatlatıcı atmosferler sağlanmaktadır.



Şekil 3.2. Bekleme Salonundaki Bireyleri Etkileyen Unsurlar (Luo, 2017)

Yapılan araştırmaların sonucunda da görüldüğü gibi, bekleyenler boş zaman aktivitelerini gerçekleştirmek için öncelikle bekleme salonunun fiziksel ortamın tasarımına dikkat etmektedir. Fiziksel ortamda kullanılan malzemeler, mobilyalar, ortamın düzeni, renkler, ses ve ışık önemli unsurlardandır. Bu sebeple doğru tasarım ile beraber boş zaman aktivitelerinden alınan verim ve memnuniyet seviyesi de artmaktadır. Boş zaman aktivitelerinin gerçekleşmesi için mahremiyet, kişisel alan ve güvenli bir ortamın sağlanması da önem taşımaktadır. Ayrıca çocuklar için hazırlanmış bölümler ve oyuncak, kitap vb. argümanlar bekleme süresine aileleri ve çocukların psikolojisini rahatlatmaktadır. Bunun yanı sıra, uzun bekleme süresi düşünülerek sağlanan yiyecek ve içecek imkânları, bekleme süresi ve diğer bilgilere dair açık sözlülük de önemlidir. Bekleme salonlarında boş zaman aktiviteleri olarak rahatlatıcı ve eğlendirici etkinliklerin bulunması, doğa, sanat, manzara görüntüleri ve rahatlatıcı müziklerin varlığı ise en önemli unsurlardandır. Bekleyenler boş zamanlarını

değerlendirirken daha kaliteli zaman geçirmek için bazı beklentiler içerisinde olmaktadır. Bekleyenlerin bekleme salonunun iç tasarımında şu unsurlardan etkilendiği ve önem verdiği görülmektedir;

- Daha kalın minderli sandalyeler, kanepeler ve konforlu oturma alanları,
- Resepsiyon/personel masasının oturma alanından biraz uzak olması, personel masasından gürültü gelmemesi, bekleyenlerin mahremiyet alanını sağlamak için bölmeler kurulması,
- Ortamı daha güzel, çekici ve az kurumsal hale getirmek için duvar ve zeminlerin yumuşak ve sıcak tonlarda renklerle boyanması,
- Deneyimlerimin yanı sıra davranışsal gözlemlere dayanarak, çeşitli yöntemler sağlamayı önerdim.
- Sıkıldıklarında bir aktiviteden diğerine geçebilmeleri için çeşitli okuma materyalleri, masa oyunları, sudoku vb. oyunlar gibi birçok farklı seçeneğin yerleştirilmesi,
- Doğayı simüle eden görüntülerin ve dijital uygulamaların varlığıdır (Luo, 2017).

Bir çocuk polikliniğinin bekleme salonunda oyun ve oyuncaklar ile yapılan boş zaman aktiviteleri, çocukların sağlığını iyileştirmek ve bekleme süresini kısaltmak için iyi bir stratejidir. Bu aktivite ortamı, çocukların ve ailelerinin davranışlarını olumlu yönde değiştirerek, sağlık personelleri ile daha iyi iletişim kurmalarına ve etkileşim sağlamalarına sebep olur. Bekleme sürecinin sağlıklı gelişimi için öncelikle işletmenin fiziksel yapısının iyi olmasına ihtiyaç vardır. Sağlık personellerinin çocuk sağlığını daha insancıl hale getirmek için boş zaman aktivitelerine oyun gibi sağlık stratejilerini dahil etmektedir (Castanheira Nascimento et al., 2011). Bu bakımdan bekleme salonlarında çocuklara yönelik oyun gibi daha fazla boş zaman aktivitesi düşünülmektedir. Boston’da bir sağlık merkezinde yapılan araştırmada bekleme salonunun ve yaşlı bireylerden oluşan bekleyenlerin yaptığı boş zaman aktiviteleri incelenmiştir. Utami (2022)’nin araştırmasına göre, bekleme odası, ulaşımı kolay, temiz ve sessiz bir odadır. Odada masa, sandalyeler, sağlık broşürleri ve dergiler mevcuttur. Duvarlarda yaşlıların yaşamıyla ilgili resimler, şiirler ve yazılar asılıdır. Kiosk denilen eğlenceli ve eğitici teknolojik materyal bırakılmıştır, ancak hiç biri kullanmayı bilmediği için dokunmamaktadır. Yapılan boş zaman aktiviteleri ise şöyledir:

- Okuma; ziyaretçilerin birazı klinik tarafından sağlanan dergileri okumaktadır. Ancak yeni dergilerin konmasını, hep aynı şeylerin olmamasını talep etmektedirler. Bazıları İncil vb. kitapları kendi evinden getirmektedir.
- Sohbet; ziyaretçilerin bir kısmı arkadaşları ile sohbet etmektedir.
- Çalışma; bir hastanın refakatçisi okuma ve yazma gibi bazı işler yapmaktadır.
- Oturma, ayakta durma ve yürüme; ziyaretçilerden bazıları sadece oturmakta, bazıları arada sırada ayakta durmakta veya bekleme odasının etrafında yürümektedir.

İnsanların yaşam kalitesinin yükseltilmesinde boş zamanlarını değerlendirdiği mekânların önemi giderek artmaktadır. Boş zaman değerlendirme mekanları, anlam ve içerik yönünden değişmekte, ancak önemini devamlı korumaktadır. Boş zaman; endüstri devriminden sonra gelişen postmodern ve dijital çağda, tüketim mekânları ve iletişimin yeni biçimi olarak görülmüştür. Ayrıca kent ve toplum sağlığının yükseltilmesinin ve sosyal sorunların aşılmasının da bir formülü olarak benimsenmiştir. İnsan yaşamında boş zamanları değerlendirmek, mutlu, memnun ve sağlıklı bireyler ortaya çıkarır. Bu sebeple öncelikle boş vakit değerlendirme açısından ihtiyaçlar belirlenmelidir. Boş zaman aktiviteleri, boş zamanın niteliğini ve niceliğini belirlemektedir (Clawson & Knetsch, 1971). Bu sebeple boş zaman, toplumun ve bireyin sağlıklı bilinç düzeyine ulaşmasında çok etkili olmaktadır (Guggenheimer, 1969; Karaküçük ve Gürbüz, 2007). Bekleme salonları boş zamanın değerlendirilmesinde yaşam kalitesinin yükseltebilecek potansiyele sahip önemli mekânlardandır. Bu bakımdan, bu mekanlarda geçirilen boş zamanın niteliğini ve niceliğini yapılan boş zaman aktiviteleri belirlemektedir.

Boş zaman yönetimi, yapıcı ve verimlilik artıran içeriklere sahiptir ve toplumsal yapıların ve ilişkilerin sağlıklı bir şekilde sürdürülmesini sağlar. Bu bakımdan öznel ve nesnel içerikli bir fenomendir (Mannel & Kleiber, 1997). Boş zaman nesnel bir olgu olarak, bir mekanda yapılan aktiviteleri içerir. Yapılan aktivitelerin süresi ve nitelikleri ölçülebilir. Boş zamanın öznel bir olgu olarak ise, bireylerin katıldığı aktiviteler sonrasında yaşadığı tatmin ve rahatlama duygusunun düzeyini kapsamaktadır (Karaküçük ve Gürbüz, 2007). Boş zamanın aktivitelerinin değerlendirilmesinde mekansal boyutta rekreasyon kavramı gündeme gelmektedir. Howe ve Carpenter (1985)'a göre, boş zamanda yapılan aktif veya pasif aktivitelerin hepsi rekreasyondur.

Kraus & Bates (1957) ise rekreasyonun sadece bir aktivite olarak görülmediğini, aynı zamanda bir deneyim olduğunu belirtmektedir. Aktivite ve deneyimler, bireysel ihtiyaçları tatmin etmek için tercih edilen alternatifler bütünüdür (Salihoğlu ve Türkoğlu, 2016). Bekleme salonları, boş zaman aktivitelerinin ve deneyimlerinin yaşanıldığı, bekleyenlerin ihtiyaçlarını gerçekleştirmek amacıyla çok sayıda alternatifin sunulduğu boş zaman mekânlarıdır. AVM'ler kapalı mekânlar olarak, faydacı ve hazcı boş zaman aktivitelerinin bir arada gerçekleşebildiği mekanlardır. Alışveriş faaliyetinin verdiği tatmin duygusu, AVM içerisindeki fiziksel egzersiz, arkadaşlarla sosyalleşme, yeni insanlarla karşılaşma, sinemaya gitme, sergi ve şovları izleme gibi başka rekreasyonel aktiviteler ile birleştğinde daha fazla artmaktadır. Bu sebeple birey, alışveriş faaliyetinde mevcut ihtiyaçlarının yanında yeni ihtiyaçları da keşfetme motivasyonu yaşamaktadır. Kapalı bir mekân olan bekleme salonları da, fayda ve haz alınan rekreasyon mekânlarına dönüştürülebilir. Bir amacı gerçekleştirme amacıyla bekleme süreci içerisinde, yürüyüş, diğer insanlar ile sosyalleşme ve tanışma, izleme ve okuma ile yeni bilgiler öğrenme vb. rekreasyon aktivitelerini birlikte yaşatarak, yeni ihtiyaçları keşfetme motivasyonu sağlamaktadır.

Boş zaman aktiviteleri; çok farklı kategorilere ayrılmaktadır (Tribe, 1995; Okumuş, 2002; Iwasaki, 2007; Akgül, 2011; Rodriguez, 2011; Karaküçük, 2014; Salihoğlu ve Türkoğlu, 2016). Bunlar; çalışılan disiplin, konu, ölçek, araştırma birimi, aktif, pasif, ev içi ve dışı, sanatsal veya sosyal, sportif veya fiziksel, eğlenceye dayalı, kültürel miras, turistik, amaç, istek ve zevk çeşitlerine göre sınıflanmaktadır. Bu sebeple çok çeşitlenmekte ve ortak bir zeminde birleşmemektedir. Kapalı alanda yapılan rekreasyon faaliyetleri, salon sporu, sinemaya, tiyatroya, konsere gitmek, müze ziyareti, müzik dinlemek, televizyon seyretmek, aile, arkadaş ziyaretleri ve dinlenmek sayılmaktadır. Bekleme salonları kapalı bir mekan olması sebebiyle, bu rekreasyon faaliyetlerinden müzik dinlemek, televizyon seyretmek, sohbet etmek ve dinlenmek gibi bazı aktiviteleri içermektedir. Yaşamın değişen dinamikleri, bireylerin kültürel değer yargıları, yaşamı algılama biçimleri sürekli değişmektedir. Bu sebeple bugün yapılan boş zaman aktivitelerinin çeşitlerinin gelecekte daha da farklılaşacağı öngörülmektedir. Bireylerin boş zaman ihtiyacı, rekreasyon aktivitelerinin yokluğunda hissedilen psikolojik ve fiziksel tatminindeki eksiklikle anlaşılmaktadır. Yapılan araştırmalar rekreasyon ihtiyacının birçok çeşidi olduğunu göstermiştir (Kılbaş Köktaş, 2004; Torkildsen, 2005; Karaküçük ve Gürbüz, 2007). Bunlar;

iletişim, bütünleşme, gruplaşma, ödüllendirme, eēitim, gözlem, kültürel etkileşimi, yeni deneyimler, farkındalık, kimlik geliştirme, sorumluluk, sosyal etkileşim, zihinsel aktivite, yaratıcılık, gönüllü hizmet, fiziksel aktivite, fiziksel, sosyal, psikolojik, yetenek gelişimi, duygusal ve toplumsal gereksinim ihtiyaçları olarak çeşitlenmektedir. Veal (2002)'a göre rekreasyon ihtiyacı, toplumsal bir ihtiyaç olarak otoritelerce karşılanmalıdır. Bekleme salonları, rekreasyon ihtiyacının karřılanabileceēi mekanlar olarak, bireyleri psikolojik ve fiziksel anlamda tatmin edebilmektedir. Bu sebeple otoritelerin bu mekânların toplumsal ihtiyaı karşılayabilmesine yönelik düzenlemeleri yapması gerekmektedir.

İnsanların boş zaman ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ve boş zamanlarını iyi deēerlendirebilmesi için bireyleri motive eden konuların ve deneyimlerin rekreasyon planlayıcılar tarafından iyi anlaşılması gerekmektedir (Veal, 2002; Torkildsen, 2005). Boş zaman miktarının ve aktivitelerin yeterliliēi, bireyin evrensel ihtiyaçlarını karşılamasında tatmin edici bir rol üstlenmektedir. Birey, rekreasyon ihtiyacını karşılamak için belli bir boş zaman aktivitesinde motivasyon saēlamakta ve aktivitenin bitiminde faydalar elde ederek yaşam kalitesini yükseltmektedir (Veal, 2002). Bu faydalar; fiziksel, sosyal, psikolojik, kişilik geliştirici, duygusal ve toplumsal faydalar, rahatlama, iş ve aile hayatını sevmeye ve doēayı sevmeye gibi kısa süreli faydalar ile yaşam kalitesini ve yaşam doyumunu arttırma gibi uzun süreli faydalar, saēlık üzerindeki (fiziksel ve ruhsal) faydalar ve sosyal (suç oranlarını azaltması, aile baēlarını kuvvetlendirmesi, kültürel ve sosyal uyumu arttırması, engelli ve yaşlıların kente entegrasyonunu saēlaması, gençlerin gelişimi ve iyi alışkanlıklar edinmesini saēlaması) faydalardır (Nadirova, 2000; California State Parks, 2005). Bekleme salonları, evrensel ihtiyaçları karşılamakta ve bireyin hayatında çok çeşitli faydalar saēlamakta önemli yeri olan boş zaman aktivitelerine ev sahipliēi yapmaktadır. Bu bakımdan bekleme salonları, boş zamanı deēerlendirme açısından önemli bir yere sahiptir.



4. COVID-19 İLE BİRLİKTE DEĞİŞEN REKREASYONEL ALGI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde COVID-19 süreciyle birlikte yaşanan rekreasyonel algı değişimi üzerinde elde edilen bulgu ve değerlendirmeler yapılacaktır. Bu kapsamda öncelikle tezin yöntem ve metodu, ardından elde edilen bulgular değerlendirilecektir. Son olarak ise bulgulardan yola çıkarak tartışma, sonuç ve önerilerde bulunulacaktır.

4.1. Yöntem ve Metod

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden davranışsal gözlem metodu kullanılmıştır. Ankara’da bir özel diş kliniğine gelen hastaların bekleme salonunda geçirdikleri süre, boş zaman değerlendirme boyutunda ele alınmıştır. Bu kapsamda şubat-Nisan 2022 tarihleri arasında 90 gözlemci ile gözlem formu üzerinden yapılan çalışmada, hastaların bekleme süreleri boyunca hangi etkinliklere yoğunlaştıkları, kliniğin sunduğu boş zaman değerlendirme aktivitelerini hangi süre ve çeşitlilikte kullandıkları ortaya konulmuştur. Ayrıca hastaların televizyon izleme süreleri, programlara karşı olan ilgileri de alt amaç olarak araştırılmıştır. Bu kapsamda bekleme salonunda yer alan televizyon haftanın belli gün ve saatlerinde ölçüm amaçlı olarak belgesel, haber, müzik, spor ve kültür ve sanat olmak üzere 5 farklı TV programı seçilerek hastaların izleme durumları gözlem formlarına işlenmiştir. Deneklerin bekleme davranışları gözlem formlarına işlenmiştir. Gözlem yoluyla elde edilen veriler frekans, aritmetik ortalama, standart sapma vb. temel istatistiksel yöntemlerle analiz edilmiştir. Ayrıca demografik değişkenlere bağlı olarak boş zaman değerlendirme şekillendirme farklılaşma olup olmadığı t testi ve Anova yöntemleriyle belirlenmeye çalışılmıştır.

4.2. Bulgular ve Değerlendirme

Çalışmada, hastalarla yapılan gözlemler sonucu aşağıda yer alan bulgulara ulaşılmıştır. Bu kapsamda, farklı değişkenler üzerinden analiz sonuçları aşağıda verilmektedir. Ayrıca çalışmaya katılanların demografik bilgileri de açıklanmaktadır.

Cinsiyet	f	%
Erkek	43	47,8
Kadın	47	52,2
Toplam	90	100,0

Çizelge 4.1. Hastaların Cinsiyetlerine Yönelik Frekans Analizi Sonuçları

Çizelge 4.1’de gösterilen frekans analizine göre hastaların %47,8’i kadın ve %52,2’si ise erkektir.

Yaş	f	%
25 yaş ve altı	19	21,1
26-40 yaş arası	30	33,3
41-60 yaş arası	21	23,3
61 yaş ve üzeri	20	22,2
Toplam	90	100,0

Çizelge 4.2. Hastaların Yaşlarına Yönelik Frekans Analizi Sonuçları

Çizelge 4.2’de gösterilen frekans analizine göre hastaların %21,1’inin 25 yaş ve altında olduğu görülürken, %33,3’ü 26-40 yaş arasında, %23,3’ü 41-60 yaş arasında ve %22,2’si 61 yaş ev üzerindedir.

Senaryo	f	Min. bekleme süresi	Maks. bekleme süresi	Ortalama bekleme süresi	Std. Sapma
1. senaryo (Belgesel kanalı)	18	3	20	8,28	4,35
2. senaryo (Haber kanalı)	18	3	30	14,44	8,51
3. senaryo (Spor kanalı)	18	5	30	15,06	7,38
4. senaryo (Müzik kanalı)	18	2	30	12,94	8,99
5. senaryo (Ulusal kanal)	18	5	30	11,44	6,41

Çizelge 4.3. Senaryolara Yönelik Tanımlayıcı Analiz Sonuçları

Çizelge 4.3'te gösterilen analiz sonuçlarına bakıldığında 5 farklı senaryoda eşit sayıda (18) hastanın değerlendirildiği görülmektedir. Senaryoların tamamında maksimum bekleme süresi 30 dakika iken minimum bekleme süreleri 2 ile 5 dakika arasında değişmektedir. Ortalama bekleme sürelerine bakıldığında en fazla ortalama bekleme süresinin $15,06 \pm 7,38$ dk. ile 3. senaryoda olduğu görülürken, 2. senaryoda ortalama bekleme süresinin $14,44 \pm 8,51$ dk., 4. senaryoda ortalama bekleme süresinin $12,94 \pm 8,99$ dk., 5. senaryoda ortalama bekleme süresinin $11,44 \pm 6,41$ dk. ve 1. senaryoda ortalama bekleme süresinin $8,28 \pm 4,35$ dk. olduğu görülmektedir.

	Yapan		Yapmayan	
	f	%	f	%
Televizyon İzleme	51	56,7	39	43,3
Dergi Okuma	7	7,8	83	92,2
Cep Telefonu İle İlgilenme	37	41,1	53	58,9
Çay Kahve İçme	11	12,2	79	87,8
Bir Meşguliyet Olmaksızın Bekleme	7	7,8	83	92,2
Diğer	18	20,0	72	80,0

Çizelge 4.4. Boş Zaman Aktivitelerine Yönelik Frekans Analizi Sonuçları

Çizelge 4.4'te gösterilen frekans analizine göre senaryoların tamamı birlikte ele alındığında hastaların en çok gerçekleştirdiği boş zaman aktivitesinin %56,7 ile televizyon izleme olduğu görülmektedir. Televizyon izlemeyi sırasıyla %41,1 ile cep telefonu ile ilgilenme, %20 ile diğer işlerle meşgul olma, %12,2 ile çay kahve içme takip etmektedir. Hastaların %7,8'inin ise dergi okuduğu, aynı şekilde %7,8'inin bir meşguliyet olmaksızın beklediği görülmüştür.

	Min.	Maks.	Ortalama	Std. Sapma
Televizyon İzleme	2,00	30,00	9,82	5,70
Dergi Okuma	5,00	10,00	7,43	2,51
Cep Telefonu İle İlgilenme	3,00	30,00	8,95	5,54
Çay Kahve İçme	4,00	20,00	9,18	5,81
Bir Meşguliyet Olmaksızın Bekleme	2,00	10,00	4,43	2,70
Diğer	2,00	14,00	6,67	3,61

Çizelge 4.5. Boş Zaman Aktivitelerine Ayrılan Süreye Yönelik Tanımlayıcı Analizi Sonuçları

Çizelge 4.5'te gösterilen analiz sonuçlarına bakıldığında senaryoların tamamı birlikte ele alındığında hastaların en çok vakit ayırdığı boş zaman aktivitesinin ortalama $9,82 \pm 5,70$ dk. ile televizyon izleme olduğu görülmektedir. Televizyon izlemeyi sırasıyla $9,18 \pm 5,81$ dk. ile çay kahve içme, $8,95 \pm 5,54$ dk. ile cep telefonu ile ilgilenme, $7,43 \pm 2,51$ dk. ile dergi okuma, $6,67 \pm 3,61$ dk. ile diğer işlerle meşgul olma ve $4,43 \pm 2,70$ dk. ile bir meşguliyet olmaksızın bekleme takip etmektedir.

TV izleme oranı	Ort.	Std. Sapma	%	f	p
1. senaryo (Belgesel kanalı)	4,67	4,93	49,07		
2. senaryo (Haber kanalı)	5,78	6,63	34,91		
3. senaryo (Spor kanalı)	7,06	8,44	47,86	1,034	,394
4. senaryo (Müzik kanalı)	7,22	7,51	55,74		
5. senaryo (Ulusal kanal)	3,11	3,53	30,25		

Çizelge 4.6. Senaryolardaki Televizyon İzleme Oranlarına Yönelik Tek Yönlü ANOVA Sonuçları

Çizelge 4.6’da her bir senaryodaki TV izleme süreleri ve bu sürelerin ilgili senaryoda geçirilen toplam bekleme süresine oranla yüzdesi gösterilmiştir. Daha sonrasında bu oransal değerlere yönelik tek yönlü ANOVA karşılaştırma analizi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular incelendiğinde belgesel kanalının açık olduğu 1. senaryoda hastaların ortalama $4,67 \pm 4,93$ dk. TV izlediği ve bu sürenin toplam bekleme sürelerinin %49,07’sini oluşturduğu görülmektedir. Haber kanalının açık olduğu 2. senaryoda hastaların ortalama $5,78 \pm 6,63$ dk. TV izlediği ve bu sürenin toplam bekleme sürelerinin %34,91’ini oluşturduğu görülmektedir.

Spor kanalının açık olduğu 3. senaryoda hastaların ortalama $7,06 \pm 8,44$ dk. TV izlediği ve bu sürenin toplam bekleme sürelerinin %47,86’sını oluşturduğu görülmektedir. Müzik kanalının açık olduğu 4. senaryoda hastaların ortalama $7,22 \pm 7,51$ dk. TV izlediği ve bu sürenin toplam bekleme sürelerinin %55,74’ünü oluşturduğu görülmektedir. Son olarak ulusal kanalın açık olduğu 5. senaryoda hastaların ortalama $3,11 \pm 3,53$ dk. TV izlediği ve bu sürenin toplam bekleme sürelerinin %30,25’ini oluşturduğu görülmektedir. Veriler incelendiğinde bekleme süresi içerisinde en fazla vakit ayrılan TV kanalının %55,74 ile müzik kanalı olduğu görülürken, en az vakit ayrılan TV kanalının %30,25 ile ulusal kanal olduğu görülmektedir. Senaryolardaki TV izleme oranlarının karşılaştırmasına yönelik yapılan analiz sonuçlarına göre ise senaryolar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamadığı görülmüştür, $F(4, 85) = 1,034$, $p > ,05$.

	Erkek		Kadın		P
	f	%	f	%	
Televizyon İzleme	24	55,8	27	57,4	,876
Dergi Okuma	4	9,3	3	6,4	,605
Cep Telefonu İle İlgilenme	16	37,2	21	44,7	,472
Çay Kahve İçme	3	7,0	8	17,0	,146
Bir Meşguliyet Olmaksızın Bekleme	5	11,6	2	4,3	,192
Diğer	8	18,6	10	21,3	,752

Çizelge 4.7. Cinsiyete Göre Boş Zaman Aktivitelerine Yönelik Ki-Kare Analizi Sonuçları

Çizelge 4.7’de gösterilen ki-kare analizine göre senaryoların tamamı birlikte ele alındığında erkek hastaların %55,8’inin TV izlediği görülürken, kadın hastaların %57,4’ünün TV izlediği görülmektedir. Ayrıca erkek hastaların %37,2’si, kadın hastaların ise %44,7’si cep telefonu ile ilgilenmiştir. Bunların yanı sıra erkek hastaların %9,3’ü, kadın hastaların ise %6,4’ü dergi okumuştur. Erkek hastaların %7’si, kadın hastaların %17’si çay kahve içmiştir. Erkek hastaların %11,6’sı, kadın hastaların %4,3’ü bir meşguliyet olmaksızın beklemiştir. Son olarak erkek hastaların %18,6’sı, kadın hastaların da %21,3’ü diğer işlerle meşgul olmuştur. Cinsiyete göre yapılan karşılaştırmalarda ise erkek ve kadın hastaların boş zaman aktivitelerini gerçekleştirme açısından istatistiksel bir farklılık göstermedikleri bulunmuştur, $p > ,05$.

	Erkek		Kadın		p
	f	%	f	%	
1. senaryo (Belgesel kanalı)	4	44,4	6	66,7	,343
2. senaryo (Haber kanalı)	5	50,0	5	62,5	,596
3. senaryo (Spor kanalı)	4	57,1	6	54,5	,914
4. senaryo (Müzik kanalı)	8	72,7	4	57,1	,494
5. senaryo (Ulusal kanal)	3	50,0	6	50,0	1,000

Çizelge 4.8. Cinsiyete ve Senaryolara Göre TV İzleme Aktivitesine Yönelik Ki-Kare Analizi Sonuçları

Çizelge 4.8’de gösterilen ki-kare analizine göre senaryolar ayrı ayrı değerlendirildiğinde 1. senaryoda erkek hastaların %44,4’ünün belgesel kanalı izlediği görülürken, kadın hastaların %66,7’sinin belgesel kanalı izlediği görülmektedir. Ayrıca 2. senaryoda erkek hastaların %50’sinin haber kanalı izlediği görülürken, kadın hastaların %62,5’inin haber kanalı izlediği görülmektedir. 3. senaryoda erkek hastaların %57,1’inin spor kanalı izlediği görülürken, kadın hastaların %54,5’inin spor kanalı izlediği görülmektedir. 4. senaryoda erkek hastaların %72,7’inin müzik kanalı izlediği görülürken, kadın hastaların %57,1’inin müzik kanalı izlediği görülmektedir. Son olarak 5. senaryoda erkek hastaların %50’sinin ulusal kanalı izlediği görülürken, kadın hastaların da %50’sinin ulusal kanalı izlediği görülmektedir. Yapılan ki-kare analizlerinde ise her bir senaryoda cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir, $p > ,05$.

	TV izlemeyen		TV izleyen		p
	f	%	f	%	
25 yaş ve altı	10	52,6	9	47,4	,803
26-40 yaş arası	13	43,3	17	56,7	
41-60 yaş arası	8	38,1	13	61,9	
61 yaş ve üzeri	8	40,0	12	60,0	

Çizelge 4.9. Yaşa Göre Televizyon İzleme Oranlarına Yönelik Ki-Kare Analizi Sonuçları

Çizelge 4.9’da gösterilen ki-kare analizine göre senaryoların tamamı birlikte ele alındığında 25 yaş altı hastaların %47,4’ünün TV izlediği görülürken, 26-40 yaş arası hastaların %56,7’sinin TV izlediği, 41-60 yaş arası hastaların %61,9’unun TV izlediği ve 61 yaş üzeri hastaların %60’ının TV izlediği görülmektedir. Yaşa göre yapılan karşılaştırmalarda ise hastaların TV izleme oranları açısından istatistiksel bir farklılık göstermedikleri bulunmuştur, $p > ,05$.

Yaş	N	Ort.	Std. Sapma	F	p
25 yaş ve altı	19	33,51	44,03	,496	,687
26-40 yaş arası	30	44,15	44,45		
41-60 yaş arası	21	44,91	42,09		
61 yaş ve üzeri	20	50,83	47,90		

Çizelge 4.10. Yaşa Göre Televizyon İzleme Oranlarına Yönelik Tek Yönlü ANOVA Sonuçları

Çizelge 4.10’da senaryoların tamamı birlikte ele alındığında hastaların TV izleme sürelerinin toplam bekleme süresine oranının yaş gruplarına göre karşılaştırması yapılmıştır. Çizelgeye bakıldığında 25 yaş altı hastaların toplam bekleme sürelerinin %33,51±44,03’ünü TV izlemeye ayırdıkları görülürken, 26-40 yaş arası hastaların %44,15±44,45’ini, 41-60 yaş arası hastaların %44,91±42,09’unu ve 61 yaş üzeri

hastaların %50,83±47,90'ını ayırdıkları görülmektedir. Her ne kadar 61 yaş üzeri hastaların vakitlerinin daha büyük bir kısmını TV izlemeye ayırdığı ve 25 yaş altı hastaların da vakitlerinin az bir kısmını TV izlemeye ayırdığı görülse de yapılan tek yönlü ANOVA testi sonucunda yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmüştür, $p > ,05$.

4.3. Tartışma

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, katılımcıların bekleme salonlarında en çok gerçekleştirdiği boş zaman (rekreasyon) aktivitesinin %56,7 oranıyla televizyon izleme olduğu görülmektedir. Televizyon izlemeyi sırasıyla %41,1 ile cep telefonu ile ilgilenme, %20 ile diğer işlerle meşgul olma, %12,2 ile çay kahve içme takip etmektedir. Hastaların %7,8'inin ise dergi okuduğu, aynı şekilde %7,8'inin ise bir meşguliyet olmaksızın beklediği görülmektedir. Bekleme salonlarında rekreasyon algısına ilişkin yapılan çalışmaların sayısı neredeyse yok denecek kadar azdır. Yapılan araştırmalardan elde edilen bulgular çalışmaya benzerlik göstermektedir. Yapılan çalışmalara göre, özellikle COVID-19 süreciyle birlikte rekreasyon algısında değişim gözlenmektedir.

Bu çalışmalar içerisinde, Hammami et al. (2022)'ye göre, pandemi süreciyle birlikte toplumun fiziksel aktivitelerinde ve yaşam kalitelerinde olumsuz etkilenmeler olduğu, diğer boş zaman aktivitelerine göre bireylerin televizyon izlemeye daha fazla zaman ayırdıkları görülmektedir. Zakay & Hornik (1992)'e göre, insanlar bekleme salonlarında ihtiyaçlarını gidermek için bekleme süresinde harcadığı vakti, televizyonun veya benzeri araçların karşısına oturarak, gazete, kitap, dergi vb. okuma faaliyetleri gerçekleştirerek veya yanlarında bulunan kişiler ile sohbet ederek doldurmaktadır. Horner & Swarbrooke (2005)'un çalışmasında, bekleme salonlarında geçirilen kısa süreli boş zamanların, özellikle yeni dijital teknoloji çağıyla birlikte interaktif kullanılan televizyon ile giderildiğini belirtmektedir. Bununla birlikte, ev içi veya bekleme salonu gibi kapalı alanlarda yeniçağın rekreasyon etkinlik ve programları olan uyarlı videolar, CD'ler, elektronik medyalar, müzikler, filmler gibi uyaranların da giderek daha etkili şekilde kullanıldığı belirtilmektedir.

Morgan (1996)'ın çalışmasında, bekleme salonlarında dijital teknoloji çağının getirilerini görmenin mümkün olduğu, bu sebeple bekleyenlerin bekleme sürelerini kolaylaştırmak ve daha eğlenceli hale getirmek için bilgisayar, telefon, mp3 vb. dijital

araçların kullanımı için gerekli priz, şarj yeri, USB girişi, Wi-Fi imkânı vb. kullanım kolaylıklarının, ayrıca yiyecek ve içecek alanlarının ve imkânlarının sağlanması, televizyon, ses sistemi gibi ayrıcalıkların günümüz bireylerinin beklentilerinden olduğu belirtilmektedir. Mishra et al. (2015) çalışmasında, bekleme salonlarında bekleme yükünü azaltmak için televizyon, gazete, dergi, çocuklar için oyuncak ve ücretsiz Wi-Fi gibi dikkat dağıtıcı malzemeler kullanmasının, ayrıca bekleme ortamının atmosferinin, temizliğinin, ferahlığının, ikliminin ve çekiciliğinin duygusal değişkenleri olumlu yönde etkilemesinin önemini açıklamıştır.

Bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre; sırasıyla televizyonda müzik kanalı açık olduğunda hastaların toplam bekleme sürelerinin %55,74'ünü müzik dinlemeye ayırdığı, belgesel kanalı açık olduğunda hastaların toplam bekleme sürelerinin %49,07'sini belgesel izlemeye ayırdığı, spor kanalı açık olduğunda %47,86'sını spor izlemeye ayırdığı, haber kanalı açık olduğunda %34,91'ini haber dinlemeye ayırdığı ve ulusal kanal açık olduğunda %30,25'ini ulusal kanal izlemeye ayırdığı görülmektedir. Veriler incelendiğinde bekleme süresi içerisinde en fazla vakit ayrılan TV kanalının %55,74 ile müzik kanalı olduğu görülürken, en az vakit ayrılan TV kanalının %30,25 ile ulusal kanal olduğu görülmektedir. Çalışmada TV izleme oranları karşılaştırıldığında senaryolar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Yapılan araştırmalar çalışmaya benzer nitelikler taşımaktadır.

Luo (2017)'in çalışmasında, bekleme odasında yapılan davranışsal gözlemlerde, sanal gerçeklik ürünlerinin, dikkat dağıtıcı müdahalelerin, televizyonda oynayan hareketsiz doğa ve ortam fotoğraflarının, farklı sahnelerin, sanat ve doğal bir akvaryum görüntüsünün bulunması, dikkat odaklarını bu noktaya çekerek sakinleşmeye ve daha az endişeye sebep olduğu, olumlu oyalamanın stres ve kaygıyı azalttığı belirtilmektedir. Ayrıca, bekleme salonunun fiziksel ortamı, düz ekran bir televizyon, televizyona dönük sıralar halinde dizilmiş sandalyeler, yanında bir personel masası, duvarlarda birkaç sanat eseri, bekleme odasının önünde birkaç yeşil bitki, nötr ve kurumsal bir bekleme odası rengi, mobilyaları ve tarzının olmasının da stres ve kaygıyı azalttığı belirtilmektedir. Bekleme salonlarında akvaryum gibi insanları rahatlatan görüntülerin izlenmesi ve eğlenceli oyunların oynanması, bekleme süresinde geçirilen boş zamanın daha kaliteli ve eğlenceli geçmesine sebep olmaktadır. Tennessen & Cimprich (1995) ve Halford ve diğerlerinin (1998) çalışmalarında, bekleme salonunda

TV haberleri izlemenin insan psikolojisi üzerinde olumsuz etkisi olduğunu belirtmektedir. TV haberleri çok fazla uyaran içeren ve bilgiyi tekrarlayan sözlü ifadelerden oluşması sebebiyle, bireylerin aşırı bilgi yüklenmesine, bilişsel ve duysal aşırı yüklenmeye sebep olmakta, üzüntüye sebep olmakta ve bekleyenlerin stres seviyesini artırmaktadır. Bu bakımdan bekleme salonlarında TV haberleri yerine akvaryum ve sakinleştirici oyunlar iyi bir uyarıcı olduğu, aşırı uyarıcı boş zaman aktivitelerinin bekleme odasında sunulmasının bekleyenlerin boş zamanlarını daha kalitesiz ve sağlıksız geçirmesine neden olduğu belirtilmektedir.

Thompson et al. (1996) ve Pati & Nanda (2011)'in çalışmalarında, boş zaman değerlendirme alanı olarak bekleme salonlarında bekleme süresinin daha rahat ve kaygısız geçmesi için olumlu dikkat dağıtıcı unsurlar içerisinde, yeşil iç mekân bitkilerinin olması gerektiği, ancak TV vb. ekranlarda sözlü programların kullanılmaması, onun yerine seyahat ve programları, yürüyüş videoları, sanat, milli parklar, sakinleştirici doğal manzaraların olması gerektiği, nazik ve yumuşak müziklerin çalınması gerektiği belirtilmektedir. Bu bakımdan bekleme salonlarında elde edilen bekleme deneyiminin kaygısız ve stressiz geçmesi için boş zaman aktiviteleri içerisinde doğayı simüle eden izleme programlarının, ekranların veya rahatlatıcı atmosferlerin sağlanmasının önemi ifade edilmiştir.

Bu çalışmaya katılan erkek hastaların %55,8'i, kadın hastaların ise %57,4'ü TV izlemektedir. Ayrıca erkek hastaların %37,2'si, kadın hastaların ise %44,7'si cep telefonu ile ilgilenmektedir. Bununla birlikte, erkek hastaların %9,3'ü, kadın hastaların ise %6,4'ü dergi okumaktadır. Erkek hastaların %7'si, kadın hastaların ise %17'si çay kahve içmektedir. Erkek hastaların %11,6'sı, kadın hastaların ise %4,3'ü bir meşguliyet olmaksızın beklemektedir. Son olarak ise, erkek hastaların %18,6'sı, kadın hastaların da %21,3'ü diğer işlerle meşgul olmuştur. Çalışmada cinsiyete değişkenine göre yapılan karşılaştırmalarda, erkek ve kadın hastaların boş zaman aktivitelerini gerçekleştirmelerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmemektedir.

Çalışmadaki senaryolara göre yapılan karşılaştırmalarda; 1.senaryoda erkek hastaların %44,4'ünün, kadın hastaların ise %66,7'sinin belgesel kanalı izlediği görülmektedir. 2. senaryoda erkek hastaların %50'sinin, kadın hastaların ise %62,5'inin haber kanalı izlediği görülmektedir. 3. senaryoda erkek hastaların %57,1'inin, kadın hastaların ise

%54,5'inin spor kanalı izlediği görülmektedir. 4. senaryoda erkek hastaların %72,7'inin, kadın hastaların ise %57,1'inin müzik kanalı izlediği görülmektedir. Son olarak 5. senaryoda ise, erkek hastaların %50'sinin, kadın hastaların da %50'sinin ulusal kanalı izlediği görülmektedir. Bu bakımdan, senaryolara göre cinsiyetler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Yapılan araştırmalar, çalışmaya benzer özellikler gösterdiği kadar, farklılıklar da göstermektedir.

Bu araştırmalar içerisinde, Henderson ve diğerlerinin (1996)'un çalışmasında, kadın ve erkeğin toplumda farklı sorunlar ile yüzleştiğini, kadınların toplum yapısı nedeniyle bekleme salonlarında ve diğer mekanlarda özgürce rekreasyon faaliyetlerini gerçekleştiremediğini, dolayısıyla erkek ve kadınların boş zamanlarda farklı faaliyetler gerçekleştirdiğini belirtmektedir. Ayrıca çocuk sahibi olmayan kadınların boş zaman faaliyetlerine katılmada daha özgür olduğunu ifade etmiştir. Moccia (2000) çalışmasında, cinsiyetin boş zaman faaliyetlerini tercih etmede önemli bir rolü olduğunu ifade etmiştir. Waren (1990) çalışmasında, boş zaman faaliyetlerine katılım sağlamada kadınların erkeklere göre daha az fırsatları ve olanakları olduğunu belirtmiştir. Bunun sebebinin kadının toplumda temel rolünün ev işleri ve çocuk büyütme olarak görüldüğünü, bu durumun bekleme salonlarında dahi kadınların boş zaman faaliyetlerine katılmalarını etkilediğini veya sınırlandırdığını belirtmiştir. Demir ve Demir (2006) çalışmasında, cinsiyet ile boş zaman (rekreasyon) faaliyetlerine katılım arasında önemli bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

Çalışmamızda yaş değişkenine göre yapılan incelemede, 25 yaş altı hastaların %47,4'ünün, 26-40 yaş arası hastaların %56,7'sinin, 41-60 yaş arası hastaların %61,9'unun ve 61 yaş üzeri hastaların ise %60'ının TV izlediği görülmektedir. Yaş değişkenine göre yapılan karşılaştırmalarda, katılımcıların TV izleme oranlarında yaşa göre istatistiksel anlamda bir farklılık görülmemektedir. Bununla birlikte, katılımcıların TV izleme sürelerinin toplam bekleme süresine oranının yaş gruplarına göre karşılaştırması yapılmıştır. Yapılan analizlerde, 25 yaş altı hastaların toplam bekleme sürelerinin $33,51 \pm 44,03$ 'ünü TV izlemeye ayırdığı, 26-40 yaş arası hastaların $44,15 \pm 44,45$ 'ini, 41-60 yaş arası hastaların $44,91 \pm 42,09$ 'unu ve 61 yaş üzeri hastaların ise $50,83 \pm 47,90$ 'ını ayırdığı görülmektedir. Bu kapsamda, 61 yaş üzeri hastaların vakitlerinin daha büyük bir kısmını TV izlemeye ayırdığı ve 25 yaş altı hastaların da vakitlerinin az bir kısmını TV izlemeye ayırdığı görülmektedir.

Ancak yapılan analizler sonucu, TV izleme sürelerinin toplam bekleme süresi oranına göre yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Yapılan araştırmalar, çalışmaya benzer özellikler gösterdiği kadar farklılaşmalar da göstermektedir.

Kunz & Graham (1996)'ın çalışmasına göre yaş, boş zaman faaliyetlerine katılmayı etkileyen önemli faktörlerden biridir. Bekleme salonlarında, genç yaş grubundaki bireyler, yaşlılara nazaran daha fazla fiziksel ve spor etkinlikleri konulu aktivitelere katılma eğilimi göstermektedir. Gençlerin tüm mekânlarda boş zaman etkinlikleri daha çok eğlenceye yönelik bir eğilimde iken, çocuk yaştakiler oyun oynama eğiliminde, yaşlılar ise sakin yerlerde bulunma eğiliminde olmaktadır. Özellikle yaşlı ve emekli bireylerin, boş zamanlarında sosyalleşme, yeni arkadaşlar edinme, iletişim kurma ihtiyacı içerisine girdikleri, normal şartlarda teknoloji bilgilerinin fazla olmaması sebebiyle pandemi döneminde sosyalleşebilmek için teknolojiyi öğrenmek durumunda kalmaktadırlar. Bu bakımdan, bekleme salonlarındaki genç bireylerin spor, oyun, müzik ve eğlence programları seyretmeye, yapmaya eğilimi olacağı, yaşlı bireylerin ise daha çok sakin müzikler dinleme ve muhabbet etme eğiliminde olacağı düşünülmektedir.

Stebbins (2007) çalışmasında, rekreasyon etkinliklerinin oturma, gezinme gibi kayıtsız boş zaman etkinlikleri olduğunu, rahatlama ve dinlenme sağladığını belirtmektedir. Ayrıca çalışmasında, kayıtsız boş zaman aktivitelerinden pasif eğlencenin, katılımcıların TV programları izleme, kitap okuma, müzik dinleme, yazı yazma vb. şeklinde aktivitelere katılması olduğunu, bekleme odalarında başlayan sosyal iletişimin bireylerin uyanık olduğu her anda amaçsız bir şekilde kendiliğinden gelişen sohbetler olduğunu belirtmiştir. Bu bakımdan, bekleme salonları günümüzde rekreasyon aktivitelerinin rahatlıkla yürütülebileceği mekanlar haline getirilebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde boş zaman (rekreasyon) olgusu, COVID-19 süreciyle birlikte toplumsal yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. Değişen rekreasyon algısı, bireysel tercihlerin ve deneyimlerin de değişmesine sebep olmuş ve tüketim sektörünü de etkilemiştir. Tüketilen boş zaman hizmeti, katılımcıların boş zamanlarında tüm olanaklardan faydalanarak sonucunda edindikleri deneyimler ile olumlu bir ruh haline kavuşmalarına imkân tanımaktadır. Boş zaman deneyimleri, katılımcıların çevreleriyle etkileşimde bulunarak elde ettiği hizmetin kalitesini de ölçen deneyimlerdir. Bu çalışmada, COVID-19 süreciyle birlikte değişen rekreasyon algısı bekleme odalarındaki katılımcıların deneyimleriyle ölçülmüştür. Çalışmaya katılan 90 gözlemcinin demografik özellikleri incelendiğinde; % 47,8'i kadın, % 52,2'sinin ise erkek olduğu görülmektedir. Bu katılımcıların %21,1'i 25 yaş ve altında iken, %33,3'ü 26-40 yaş arasında, %23,3'ü 41-60 yaş arasında ve %22,2'si ise, 61 yaş üzerindedir. Çalışmada yapılan gözlemlerde 5 farklı senaryo değerlendirilmiş, bu senaryolara eşit sayıda (18 hasta) katılımcı dahil olmuştur. Senaryoların tamamında maksimum bekleme süresi 30 dakika iken minimum bekleme süreleri 2 ile 5 dakika arasında değişmektedir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, katılımcıların en çok gerçekleştirdiği boş zaman (rekreasyon) aktivitesinin televizyon izleme olduğu görülmektedir. Televizyon izlemeyi sırasıyla cep telefonu ile ilgilenme, diğer işlerle meşgul olma, çay kahve içme, dergi okuma ve bir meşguliyet olmaksızın bekleme takip etmektedir. Araştırma bulgularına göre, bekleme süresi içerisinde en fazla vakit ayrılan TV kanalının müzik kanalı olduğu görülürken, en az vakit ayrılan TV kanalının ise ulusal kanal olduğu görülmektedir.

COVID-19 pandemisi süreciyle birlikte bekleme salonlarında dijital teknoloji çağının getirilerini görmek mümkündür. Bekleme salonlarında bekleyenlerin bekleme sürelerinin kalitesi, bireylerin fiziksel ve psikolojik sağlıklarını da etkilemektedir. Günümüz sağlık sisteminde, randevu sistemi ile hastalar bekletilmeden muayene edilmeye çalışılsa da, hastane kapasiteleri ihtiyaçlardan dolayı yetersiz olduğu için hastalar sıra beklerken dinlenebileceği bekleme salonlarına ihtiyaç duymaktadır. Bekleme salonlarının, muayene olmaya gelen hastalar ve onlara eşlik eden yakınlarına yönelik yeterli büyüklükte alana, iyi bir tasarıma ve temel ihtiyaçları giderecek hizmetlere gereksinimi bulunmaktadır. Bekleme süreci boyunca dikkat dağıtıcı

malzemeler kullanması, bekleme ortamının atmosferi, temizliği, ferahlığı, iklimi ve çekiciliği, bireylerin duygusal değişkenlerini olumlu yönde etkilemektedir. Bu bakımdan, boş zamanı değerlendirme anlamında bekleme salonlarının fiziksel ortamının ve hizmet sunumunun, bireylerin rekreasyon algısı üzerindeki etkisi önemi büyüktür.

Bekleme salonlarındaki rekreasyon aktiviteleri, bireylere fizyolojik, psikolojik ve sosyal açıdan önemli fayda sağlamakta, onların yaşam doyumlarını ve hizmet kalitesini olumlu yönde etkilemektedir. Boş zaman tatmini; boş zaman motivasyonu ve davranışsal niyetlerin aralarındaki ilişkiye aracılık etmektedir (Birinci ve Ger, 2019). Bu bağlamda, boş zamanından tatmin olan bireyin yaşam doyumunu da artabilmektedir. COVID-19 sürecinde bireyler sağlığını korumak amacıyla uygulanan kısıtlamalardan olumsuz yönde etkilenebilmiştir. Bu kapsamda, özellikle pandemi sürecinde toplumun rekreasyon algısında önemli değerisimler gerçekleşmiştir. Bu bağlamda, COVID-19 pandemisi, boş zaman ve rekreasyon ihtiyaçlarını karşılamak açısından bireylerin zamanı kullanmasında, fiziksel, ruhsal ve davranışsal olarak değerisimlere ve boş zaman aktivitelerinde farklılaşmalara sebep olmuştur. Tüketiciler pandemi ile baş etme noktasında, evlerini çalışma ofislerine, yayın stüdyolarına, sınıflara ve spor salonlarına dönüştürmeye kalkışmıştır. Bu süreç içerisinde internet kullanımının öneminin anlaşılması ile birlikte, kişisel bilgisayarlar, sadece aile yeleri ile değeril, insan etkileşiminde ve sosyalleşmede kilit rol oynamıştır.

Bireylerin daha fazla serbest zaman aktivitesi ile sağlıklı kalma arzuları, rekreasyon alanlarını ve buna yönelik arzın hızlı şekilde artırmakta ve rekreasyon talebi de canlanmaktadır. Bu bağlamda küreselleşmenin ve dış faktörlerin oluşturduğu gelişmeler rekreasyon algısında ciddi değerisimlere sebep olmaktadır (Yaylı, 2019). Evdeki boş zaman aktiviteleri arasında müzik ve radyo dinlemek, televizyon izlemek, kitap okumak, oyun oynamak, fiziksel egzersiz yapmak, hobiler, el içi aktiviteleri ve sohbet etmek gibi aktiviteler yer alır. Ev dışı etkinlikler, spor etkinlikleri, macera ve eğerence etkinlikleri, hobiler, farklı alan ve müze ziyaretleri, dışarıda yemek yeme ve lunapark ziyaretleri olarak sınıflandırılmaktadır. Bireyler, bir rol üstlenerek (aktif) veya izleyici (pasif) olarak etkinliklere katılabilirler.

Ebeveynler ve çocuklar zihinsel ve fiziksel olarak aktiftir, örneğin aktif olarak hem yalnız hem de evde birlikte yerel yemekler denemek, yapbozlar yapmak, geleneksel

zeka ve strateji oyunları oynamak, el işleriyle uğraşmak, saklambaç, birdirbir ve benzeri çocuk oyunları oynamakla uğraşmaktadır, onları dinamik tutabilecek faaliyetler yürütmektedirler. Öte yandan pasif olarak seyirci olarak katıldıkları boş zaman etkinlikleri müzik dinlemek, geleneksel tiyatro sanatlarını ve oyunlarını izlemek, masal ve hikaye dinlemek gibi örneklerle zenginleştirilebilir. Pandemi döneminde aile ile birlikte ev içi eğlence etkinliklerine katılmanın eşler, ebeveynler ve çocuklar arasında güçlü ilişkiler kurmanın etkili bir yolu olduğu görülmektedir. Aynı zamanda insanların çocukluk döneminde aileleriyle birlikte katıldıkları etkinliklerin hafızalarında büyük bir yer tuttuğu bilinmektedir (Tekin vd., 2017; Erdem ve Gülcan, 2021).

Pandemi sürecinde evde daha fazla zaman geçirmek zorunda kalan aileler olumlu ve olumsuz durumlar yaşadı. Olumlu bir etki, aile katılımının ve etkileşiminin artmasıydı. Araştırmalar, bu sürecin aile bireyleri arasında oyun ve çeşitli etkinliklerin yanı sıra rutin ev işlerini birlikte yapma fırsatı da sağladığını göstermektedir. Szabo et al. (2020), evde aile üyeleriyle geçirilen zamanın artması, paylaşma ve birbirlerine yardım etme duygusunu güçlendirdiğini, bireylerin evdeyken tercih ettikleri aktivitenin ebeveyn/yetişkin ile oynamak ve dolayısıyla aile üyeleriyle sosyalleşmek olduğunu öne sürmektedir. Pandemi süreci, aile bireyleri ile ev ortamında geçirilen zamanı verimli bir şekilde değerlendirmek ve faydaya dönüştürmek için çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Bu noktada ulusal somut olmayan miras unsurlarının aile ile birlikte boş zamanların verimli ve keyifli bir şekilde kullanılması için yürütülen ortak faaliyetler için önemli bir kaynak olabileceği akla gelmektedir (Erdem ve Gülcan, 2021). Bu bağlamda pandemi sürecinde boş zaman algısı değişmekte ve aynı zamanda pandemi çeşitli faydalar da getirmektedir.

Evde daha uzun süre kalmanın bu faydalarının yanında önemli olumsuz etkileri olduğu söylenebilir. Fazla mesai kavramını anlamsız hale getiren birçok işin ev ortamında ve özellikle online eğitime kayması, hem internet kullanımını hem de ekran karşısında geçirilen zamanı artırmakta ve kişilerin psikolojik durumunu sarsmaktadır, bu durum aynı zamanda insanların hareket alanı sınırlı olduğu için fiziksel sorunlara neden olmaktadır. İnternet kullanım oranındaki aşırı artış sonucunda pandeminin sosyal medya bağımlılığını tetiklediği söylenebilir. Dikmen (2021), bu süreçte sosyal mesafeyi koruma ihtiyacından dolayı insanların artan sosyalleşme ve iletişim

ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmak için sosyal medya bağımlılığının arttığını savunmaktadır. Modern teknolojinin kullanımı ile yüz yüze iletişim azalmakta ve telefon, tablet ve bilgisayar gibi daha elektronik cihazlara yönelik eğilim, mobil uygulamaları kullanarak geçirdiğimiz süreyi artırabilir. Bu da insanların kültürel miraslarına karşı duyarlılıklarının zayıflamasına neden olabilir (Taştan, 2020; Erdem ve Gülcan, 2021).

Artan sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılamak için aile bireyleri ile birlikte çeşitli eğlence aktiviteleri yapmak stres, kaygı, depresyon, sosyal medya bağımlılığı gibi olumsuz etkenlerle mücadelede yardımcı olabilir. Pandemi dönemi boyunca, çeşitli gazete ve dergilerde evde bireysel ve ailecek yapılabilecek bazı etkinlik önerilerinin sunulması, bu konuda toplumsal bir arayış olduğunun kanıtıdır. Rekreasyon faaliyetleri, bireylerin stres seviyesini azaltarak, onları rahatlatmakta ve yaşam memnuniyetlerini artırmaktadır. Pandemi ile birlikte rekreasyon algılarında değişimler, bireyleri boş zamanlarında bekleme salonlarında dijital rekreatif etkinliklere yöneltmiştir. Bireyler, bekleme salonlarında temas etmeyerek farklı dijital araçların yardımıyla rekreasyon uygulamalarına yönelmiştir. Ayrıca tktim toplumunda değişim yaşanarak her işini kendisi yapan bir tktici toplumu oluşmakta, toplumda yeni beceriler benimsenmektedir. Bekleme salonlarının fiziksel mekânı hizmet pazarlaması açısından önemli hale gelmekte, özellikle pandemi süreciyle birlikte olumsuz etkilenen turizm sektöründe bekleme salonlarının hijyeni, ferahlığı ve sunduğu hizmet kalitesi önem kazanmaktadır. Bu durum, birlikte yaratmayı, yenilikçiliği ve yaratıcılığı ortaya çıkararak, ayrıca teknoloji kullanmakta zorlanan topluma yeni beceriler kazandırmaktadır.

Çalışmanın bulgularında, bekleme salonlarındaki rekreasyon aktivitelerinin yaş ve cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılaşma göstermediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte yapılan çalışmalarda yaş ve cinsiyete göre farklılaşmalar bulunmaktadır. Genç bireylerin ve çocukların daha eğlenceye dönük bir eğilim sergilediği, yaşlı bireylerin ise daha sakin eğilimlerde bulunduğu görülmektedir. Bu bakımdan, bekleme salonlarındaki genç bireylerin spor, oyun, müzik ve eğlence programları seyretmeye, yapmaya eğilimi olacağı, yaşlı bireylerin ise daha çok sakin müzikler dinleme ve muhabbet etme eğiliminde olacağı düşünülmektedir. Bunlar dışında, yapılan çalışmalarda kadınların erkeklere göre rekreasyon aktivitelerinden yeterince

faaydalanamadığı ve fırsat bulamadığı görölmektedir. Bu bakımdan, bekleme odalarındaki çocuklu kadınların çocuksuz olanlara göre daha fazla rekreasyon imkanlarından faydalanabildiğı söylenebilir.

Boş zaman faaliyetleri, insanların zorunlu ihtiyaçları dışında, stresten ve olumsuz dış etkenlerden fiziksel ve psikolojik sağlığını koruduğı ve aynı zamanda haz ve keyif almak için gönüllü olarak yaptığı aktivitelerdir. COVID-19 pandemisi ile birlikte ortaya büyük oranda boş zaman dilimi çıkmıştır ve bu durum pandemi sürecinde boş zaman faaliyetlerine duyulan ihtiyacı artırmıştır. COVID-19 pandemisi ile birlikte, insanlar yaşam koşullarını kapalı ortamlar, sosyal izolasyonlar ve sokağı çıkma kısıtlamaları kapsamında değıştirerek normal yaşamında zorluklarla karşılaşmıştır. Bu süreçte toplumsal cinsiyetler açısından da kadınların üzerine biçilen rollerin süreci daha da zorlaştırdığı görölmektedir. Bu durum normal hayat şartlarının, doğal afetlerin ve pandemi olaylarının sonrasında değışim gösterdiğini açıklamaktadır. Dünyadaki tüm bu dinamik değışkenler ve etkenler rekreasyon algısında da değışimler meydana getirmiştir (Yaylı, 2019). Bu bağlamda, boş zaman algısının pandemi süreciyle birlikte önemli ölçüde değışimi görölmektedir.

Pandemi sürecinin olumsuz etkileri, devletin ve özel sektörün iş birliği ile alınacak çeşitli önlemler ile azaltılabilir. Bu yönde özellikle yaşlı ve teknolojiye alışık olmayan bireylere eğitici programlar sunulabilir, çeşitli fiziksel aktiviteler televizyon programlarına eklenebilir, pratik boş zaman aktiviteleri yayınlanabilir, kişileri dijital ortamda sosyalleştirebilecek imkânlar sağlayan teknolojik gelişmeler gerçekleştirilebilir. Sosyal dönüşümler, ekonomik dönüşümler ile ilişkili olması sebebiyle devlet, kamu sağlığı açısından önemli projelere öncelik ve destek vererek, uzun dönemli bir ekonomik dönüşüm gerçekleştirebilir (Yaylı vd., 2014). Bekleme salonlarının fiziksel mekân kalitesini artırmak amacıyla çeşitli yasal düzenlemeler gerçekleştirilebilir. Mekânın tasarımının ve hijyeninin önemine vurgu yapan eğitimler düzenlenebilir. Bekleme salonlarında teknolojiyi kolaylaştırmak ve daha eğlenceli hale getirmek amacıyla bilgisayar, telefon, mp3 vb. dijital araçların kullanımı için gerekli priz, şarj yeri, USB girişı, Wi-Fi imkânı vb. kullanım kolaylıklarının, ayrıca yiyecek ve içecek alanlarının ve imkânlarının sağlanması, televizyon, ses sistemi gibi ayrıcalıklar sağlanmalıdır. Bekleme salonlarındaki bekleme yükünü azaltmak için televizyon, gazete, dergi, çocuklar için oyuncak ve ücretsiz Wi-Fi gibi dikkat dağıtıcı

malzemeler kullanılmalı, ayrıca bekleme ortamının atmosferinin, temizliğinin, ferahlığının, ikliminin ve çekiciliğinin önemsenmesi gerekmektedir.

COVID-19 pandemi süreci, farklı kuşaklara ait bireylerin belki de ilke kez aynı ortamda ve bu kadar uzun sürede bir arada olmalarını gerektirmiştir. Bu durum aileleri, boş zamanlarını beraberce eğlenceli ve verimli geçirebilecekleri rekreasyonel etkinlik arayışına itmiş, bu noktada aile bireylerinin çoğu zaman uygun çözümleri bulamadığı gözlenmiştir (Erdem ve Gülcan, 2021). Bu kapsamda özellikle pandemi sürecinde ev ortamında, fiziksel ve zihinsel aktiviteye özen göstermenin bir parçası olarak, aile zanaat etkinlikleri, yerel yemek tarifleri pişirme, sesli okuma ve masal ve hikâyeler anlatma, tiyatro köşesi kurma ve kukla yaparak, türküler söyleyerek, müzik aletleri çalarak veya yapbozlar yaparak performans göstermek, şiir yazmak, oynamak için özel zaman planlamak, düzenli iletişim kurmak, medya kullanımını sınırlayarak ekran zamanını düzenlemek gibi boş zaman aktiviteleri yapılabilir. Bu sayede pandemiyle birlikte değişen boş zaman algısı, toplumda faydaya dönüşebilir.

Bu çalışma, toplumları psikolojik, fizyolojik, ekonomik ve sosyolojik olarak etki altında bırakan COVID-19 pandemisi esnasında yürütülmesi ve pandemi öncesinde ve sonrasında bekleme salonlarındaki boş zaman algısını ele alan başka bir çalışmanın bulunmaması nedeniyle önemli olduğu, alan yazındaki boşluğu dolduracağı ve literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmada, pandemi sürecinde bekleme salonunda yer alan bireylerin boş zaman aktivitelerinin neler olduğu, hastaların bekleme süreleri boyunca hangi etkinliklere yoğunlaştıkları, kliniğin sunduğu boş zaman değerlendirme aktivitelerini hangi süre ve çeşitlilikte kullandığı deneyimsel gözlem yapılarak ele alınarak gelecek çalışmalara da ışık tutmaktadır.

Gelecek çalışmalarda konunun daha geniş bir örneklem kitlesiyle ele alınarak rekreasyon algısı bakımından farklı imkanlara sahip şehirlere ve demografik özelliklere göre karşılaştırmalı analizleri yapılabilir. Ayrıca, COVID-19 sürecinde bekleme salonunda bekleyen bireylerin, fizyolojik, psikolojik ve sosyal yönden kendilerini daha huzurlu ve mutlu hissedebilmeleri için hangi aktivitelerin gerçekleştirilebileceği de araştırma konusu olabilir. Bunun yanı sıra, rekreasyon aktivitelerine katılan bireyler arasında deneysel çalışmalar yürütülebilir, böylelikle rekreasyon algısının önemi literatürde vurgulanabilir. Yapılan araştırma, ulusal düzeyde değişen boş zaman algısını incelemiştir. Farklı ülkelerdeki boş zaman algıları,

dış etmenlere bağılı çeşitli değişkenlerle incelenebilir. Bu araştırma, sadece bir sağlık merkezinin bekleme odasındaki bireyler üzerinde yapılmıştır. Farklı mekânlardaki bekleme odalarında farklı grupların algıları üzerine deneysel ya da fenomenolojik çalışmalar yapılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.





KAYNAKLAR

- Acar, Y. (2020). “Yeni Koronavirüs (COVID-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi”, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 7-21.
- Adhikari, S. P. Meng, S., Wu, Y. J., Mao, Y. P., Ye, R. X., Wang, Q. Z., ... & Zhou, H. (2020). “Epidemiology, Causes, Clinical Manifestation And Diagnosis, Prevention and Control Of Coronavirus Disease (COVID-19) During The Early Outbreak Period: A Scoping Review”, *Infectious Diseases Of Poverty*, 9 (1), 1-12.
- Adparlor. (2020). 8+ Tips for Advertisers Navigating COVID-19 (<https://adparlor.com/blog/covid19-ad-spend/>, Erişim tarihi: 17.03.2020).
- Akdağ, D. (2019). *Havaalanı Bekleme Salonlarının Tasarımlarına İlişkin Sorunların Analizi ve Çözüm Önerileri* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Akgül, B. M. (2011). *Farklı Kültürlerdeki Bireylerin Boş Zaman Aktivitelerine Yönelik Tutumlarının Değerlendirilmesi: Ankara-Londra Örneği* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Akgün, Ü. E. (2011). *Müzelerde Mekân Kurgusunun Algı ve Yön Bulmadaki Etkisinin İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aksoy, R. (2005). “Zonguldak’ta Ayakta Tedavi Tüketicilerinin Sağlık Hizmeti Kalite Değerlemesi”, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 1 (1), 91-104.
- Aksoy, H. ve Aksoy, N. (2003). “Okullarda Krize Müdahale Planlaması”, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 36 (1), 37-49.
- Aktaş, B. ve Bostancı, N. (2021). “COVID-19 Pandemisinde Üniversite Öğrencilerindeki Oyun Bağımlılığı Düzeyleri ve Pandeminin Dijital Oyun Oynama Durumlarına Etkisi”, *Bağımlılık Dergisi*, 22 (2), 129-138.
- Akyıldız, M. (2013a). *Ciddi ve Kayıtsız Katılımcıların Kişilik Özellikleri ile Boş Zaman Tatmini ve Yaşam Tatmini Arasındaki İlişki* (Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Akyıldız, M. (2013b). “Boş Zamana "Ciddi" Bir Bakış: Boş Zaman Araştırmalarında Ciddi Boş Zaman Teorisi”, *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 4(2), 46-59.
- Alaeddinoğlu F. ve Rol, S. (2020). “COVID-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri”, *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Salgın Hastalıklar Özel Sayısı, 233-258.
- Allan, L. G. (1979). “The Perception of Time”, *Perception and Psycho-physics*, 26 (5), 340-354.

- Anderson, N. (1998). *Work and Leisure*. Routledge: Florence.
- Anderson, B. (2006). *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London-New york: Verso.
- AÖF (Açık Öğretim Fakültesi). (2021). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi* (<https://aof.sorular.net/ozet/rekreasyon-yonetimi-cbK-unite-1-bos-zaman-ve-rekreasyon-kavrami>, Erişim tarihi: 26.12.2021).
- Argan, M. (2007). *Eğlence Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arslan, F. M. ve Bayçu. S. (2006). *Mağaza Atmosferi* (Ed. M. Oyman). Eskişehir: Açık Öğretim Fakültesi Yayını.
- Arslan, S. (2011). “Serbest Zaman Kullanımı; Sıradan Serbest Zaman Etkinlikleri ve Sistemli Serbest Zaman Etkinlikleri”, *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13 (2), 1-10.
- Arusoğlu, Ö. (2010). *Havaalanı Yolcu Hareketlerinin Simulasyonu için Model Önerisi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aslan, F., Aslan, E. ve Atik, A. (2015). "İç Mekanda Algı", *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5 (11), 139-151.
- Aşan, K. ve Gargacı Kınay, A. (2021). “COVID-19 Salgın Döneminde Bir Rekreasyonel Beslenme Faaliyeti: #evdeekmekyapımı”, *JOTAGS*, 9 (3), 1661-1678.
- Aydın, İ. ve Tütüncü, Ö. (2021). “Pandemi Sürecinde Yaşlılık ve Rekreasyon”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 32 (1), 100 – 105.
- Aydın, İ., Erman, Ö., Akbulut, V. ve Kılıç, S. K. (2019). “Öğretmen Adaylarında Boş Zaman Sıkılma Algısı ve Psikolojik Sağlamlık İlişkisi”, *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 21 (1), 39-53.
- Atakan, M. G. S. ve Burnaz, H. Ş. (2007). “Algılanan Mağaza İmajı Marks and Spencer ve Boyner Mağazalarının Karşılaştırılmasına Yönelik Bir İnceleme”. *12. Pazarlama Kongresi* (s.183-200), Sakarya.
- Aytaç, Ö. (2006). “Tüketimcilik ve Metalaşma Kısacasında Boş Zaman”, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(1), 27-53.
- Audio Spotlight. (2021). *Waiting Rooms*. http://mainhandel.de/downloads/Audio_Spotlight_-_Waiting_Rooms.pdf, Erişim: 31.12.2021.
- Augé, M. (1995). *Non-places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity*. London: Verso.

- Baker, J. & Cameron, M. (1996). "The Effects of The Service Environment On Affect and Consumer Perception of Waiting Time: An Integrative Review and Research Propositions", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24, 338-349.
- Balcı, V. ve İlhan, A. (2006). "Türkiye'deki Üniversite Öğrencilerinin Rekreatif Etkinliklere Katılım Düzeylerinin Belirlenmesi", *Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4 (1), 11-18.
- Bammel, G. & Burrus-Bammel, L. L. (1996). *Leisure and Human Behaviour* (3rd edition). United States of America: Brown&Benchmark Publishers.
- Baştuğ, G. Zorba, E., Duyan, M. ve Çakır, Ö. (2017). "Farklı Kültürlerde Rekreasyon: Serbest Zaman Aktivitelerinin İncelenmesi", *Journal of Human Sciences*, 14 (4), 3895-3904.
- Bayrakçı, O. (2021). "COVID-19 Pandemi Sürecinde Oluşturulan Capslerin Analizi", *Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 17 (Özel Sayısı), 1-1.
- Beşikçi, T. Esra, E., Özdemir, E. ve Beşikçi, E. (2021). "COVID-19 Pandemi Sürecinde Bireylerin Psikolojik Sağlamlık Düzeyleri ve Rekreasyonda Algılanan Sağlık Çıktılarının İncelenmesi", *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 447-458.
- Birinci, M. C. ve Güçer, E. (2019). "Boş Zaman Motivasyonu ve Davranışsal Niyet İlişkisinde Boş Zaman Tatminin Aracılık Etkisi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (3), 1626-1639.
- Bleustein, C., Rothschild, D. B., Valen, A., Valatis, E., Schweitzer, L. & Jones, R. (2014). "Wait Times, Patient Satisfaction Scores, and The Perception of Care", *The American Journal of Managed Care*, 20 (5), 393-400.
- Bozdağ, F. (2020). "Pandemi Sürecinde Psikolojik Sağlamlık", *Electronic Turkish Studies*, 15 (6), 247-257.
- Brey, E. T. & Lehto, X. Y. (2007). "The Relationship Between Daily and Vacation Activities", *Annals of Tourism Research*, 34 (1), 160-180.
- Bruce, T. A., Bowman, J. M. & Brown, S. T. (1998). "Factors That Influence Patient Satisfaction in The Emergency Department", *J Nurs Care Qual*, 13, 31-37.
- Buheji, M., Hassani, A., Ebrahim, A., da Costa Cunha, K., Jahrami, H., Baloshi, M. & Hubail, S. (2020). "Children and Coping During COVID-19: A Scoping Review Of Bio-Psycho-Social Factors", *International Journal of Applied*, 10 (1), 8-15.
- Bull, C., Hoose, J. & Weed, M. (2003). *An Introduction to Leisure Studies* (1st edition). Essex: Pearson Education Limited.
- Büro Seren. (2019). *Bekleme Salonu Deyip Geçmeyin*. <https://buroseren.com/tr/bekleme-salonu-deyip-gecmeyin/1031/BDetay>, Erişim: 31.12.2021.

- California State Parks Planning Division. (2005). *The Health and Social Benefits of Recreation*. Sacramento: California State Parks.
- Callow, D. D., Arnold-Nedimala, N. A., Jordan, L. S., Pena, G. S., Won, J., Woodard, J. L. & Smith, J. C. (2020). "The Mental Health Benefits Of Physical Activity in Older Adults Survive The COVID-19 Pandemic", *The American Journal of Geriatric Psychiatry*, 28 (10), 1046-1057.
- Cambridge Sözlük. (2021). Waiting Room (<https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/waiting-room>, Erişim tarihi: 30.12.2021).
- Cantürk, Ö. (2012). *Sağlık Sektöründe Hizmet Konumlandırması: Ankara İlinde Kamu Hastanesi Uygulama Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Atılım Üniversitesi SBE, Ankara.
- Castanheira Nascimento, L., Pedro, I. C. D. S., Poleti, L. C., Borges, A. L. V., Pfeifer, L. I. & Lima, R. A. G. D. (2011). "Playing in The Waiting Room of A Children's Outpatient Clinic: The View of Health Professionals", *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 45 (2), 455-462.
- Chen, P., Mao, L., Nassis, G. P., Harmer, P., Ainsworth, B. E. & Li, F. (2020). "Coronavirus Disease (COVID-19): The Need To Maintain Regular Physical Activity While Taking Precautions", *Journal of Sport and Health Science*, 9, 103-104.
- Cheung, M. C., Ting, W., Chan, L. Y., Ho, K. S. & Chan, W. M. (2009). "Leisure Participation and Health-Related Quality Of Life Of Community Dwelling Elders in Hong Kong", *Asian Journal of Gerontology and Geriatrics*, 4 (1), 15-23.
- Craig, D. (2020). "Pandemic and Its Metaphors: Sontag Revisited in The COVID-19 Era", *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 1025-1032.
- Çağlar, B. (2020). "Pandemi Sürecindeki İnsan İçin Tasarım İlkesinin Yapıların İç Mekân Hava Kalitesindeki Önemi", *Sürdürülebilir Mühendislik Uygulamaları ve Teknolojik Gelişmeler Dergisi*, 3 (2), 63-76.
- Çakır, D. (2015). *Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında Hasta Memnuniyeti: Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Çatalbaş, F. (2016). "Yozgat Şehir Merkezinin Başlıca Kentleşme Sorunları ve Çözüm Önerileri", *Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Fen Bilimleri Dergisi*, 32 (1), 1-10.
- Çaykuş, E. T. ve Çaykuş, T. M. (2020). "COVID-19 Pandemi Sürecinde Çocukların Psikolojik Dayanıklılığını Güçlendirme Yolları: Ailelere, Öğretmenlere ve Ruh Sağlığı Uzmanlarına Öneriler", *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 7 (5), 95-113.

- Çelik, A. E. (2017). *Havaalanı Bekleme Salonlarındaki Tasarım Parametrelerinin Yön Bulma Davranışı Üzerine Etkileri* (Yüksek Lisans Tezi). TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çetin, E., Ünver, O., Halime, D. ve Argan, M. (2021). “Akıp Giden Zamanları Bir Yerlerde Bulsam! COVID-19 Pandemisi Esnasında Akış Kuramı Üzerine Bir Fotoses İncelemesi”, *Gsi Journals Serie A: Advancements In Tourism, Recreation and Sports Sciences*, 4(1), 33-52.
- Çetiner, H. ve Yaylı, A. (2017). “Otel İşletmelerinde Rekreatyon Hizmetleri”, Y. Akgündüz (Ed.), *Otel İşletmeciliği*, (189-217). Çanakkale: Paradigma Akademi Yayınları.
- Çetintaş, M. F. (2016). *Hastane Poliklinik Bekleme Alanlarının Mekânsal Açidan Değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çimen, K. (2019). *Rekreatyon Etkinlikleri Pazarlama, Rekreatyon İhtiyacı*. Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi Ders Notları (<https://docplayer.biz.tr/175606102-Rekreatyon-etkinlikleri-pazarlama-rekreatyon-ihtiyaci.html>, Erişim tarihi: 29.06.2021).
- Çoruh, Y. (2013). *Üniversite Öğrencilerinin Rekreatyoneel Eğilimleri ve Rekreatyoneel Etkinliklere Katılımına Engel Olan Faktörler (Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Örneği)* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Deloitte. (2020). Küresel Covid-19 Salgınının Türkiye’de Farklı Kategorilere Etkileri (<https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/consulting/articles/kuresel-covid-19-salgininin-turkiyede-farkli-kategorilere-etkileri.html?ysclid=l4ze02vk14446655964>, Erişim tarihi: 15 Mart 2022).
- Demir, C. ve Demir, N. (2006). “Bireylerin Boş Zaman Faaliyetlerine Katılmalarını Etkileyen Faktörler İle Cinsiyet Arasındaki İlişki: Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama”, *Ege Academic Review*, 6 (1), 36-48.
- Demirtaş, H. (2000). “Kriz Yönetimi”, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 23 (6), 353-373.
- Deng, C. X. (2020). “The Global Battle Against SARS-Cov-2 and COVID-19”, *International Journal Biological Sciences*, 16 (10), 1676-1677.
- Dexter, F. & Epstein, R. H. (2001). “Reducing Family Members’ Anxiety While Waiting On The Day Of Surgery: Systematic Review Of Studies and Implications Of HIPAA Health Information Privacy Rules”, *Journal of Clinical Anesthesia*, 13 (7), 478–481.
- de Vries, H., Stevens, J. M. & Vervaecke, H. (2006). “Measuring and Testing Steepness of Dominance Hierarchies”, *Animal Behaviour*, 71, 585-592.

- Dictionary of Leisure. (2007). *Travel and Tourism* (3rd edition). London: A&C Black Publishers.
- Dikmen, M. (2021). "COVID-19 Pandemisinde Üniversite Öğrencilerinin Depresyon Düzeyleri ile Sosyal Medya Bağımlılıkları Arasındaki İlişki: Bir Yapısal Eşitlik Modeli", *Bağımlılık Dergisi*, 22(1), 20-30.
- Dinç, H., Çetin, E., Ünver, O. ve Argan, M. (2021). "Oturmaya Mı Geldik! Covid-19 Sürecinde Genç Kadınların Hedonik Tabanlı Boş Zamanlarına İlişkin Bir Fotoses Araştırması". *Spormetre The Journal of Physical Education and Sport Sciences*, 19 (2), 168-184.
- Doğan, H. (1990). *Mimarlık Sözlüğü*. İstanbul: Yem Yayınları.
- Doğan, T. (2015). "Kısa Psikolojik Sağlık Ölçeği'nin Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", *The Journal of Happiness & Well-Being*, 3 (1), 93-102.
- Driver, B. L. & Burns, D. H. (1999). "Concepts and Uses Of The Benefits Approach To Leisure (E. L. Jackson ve T. L. Burton)", *Leisure Studies* (pp. 349-368) içinde. State College, PA: Venture.
- Durrande-Moreau, A. & Usunier, J. C. (1999). "Time Styles and the Waiting Experience An Exploratory Study", *Journal of Service Research*, 2 (2), 173-186.
- Eckerstein, A. (2002). *Evaluation of Event Marketing* (rapport nr. Masters Thesis). International Management, Göteborg University.
- Ekiyor, A. (2009). "Sağlık Hizmetleri Pazarlamasında Fiziksel Ortam Üzerine: B ve C Grubu Özel Hastaneler Örneği", *Verimlilik Dergisi*, 3, 35-51
- Ekşioğlu Çetintahra, G., Tezcan, S. ve Çınar, B. (2021). "Ebeveynlerin Mahallelerine Yönelik Sağlık Güvenliği Algısı: COVID-19 Salgını Öncesi ve Sonrası İçin Karşıyaka'da Bir Araştırma", *İDEALKENT*, 12(32), 298-326.
- Elçi, G., Doğan, M. ve Gürbüz, B. (2019). "Bireylerin Rekreasyonda Algılanan Sağlık Çıktıları ve Yaşam Doyumu Düzeylerinin İncelenmesi", *International Journal of Sport Exercise and Training Sciences*, 5 (3), 93-106.
- Eravşar, H. (2020). *Rekreasyonun Psikolojik İyilik ve Yaşam Tatminine Etkisi*. Ankara: İKSAD yayınları.
- Erdem, D. ve Gülcan, B. (2021). "Covid-19 Pandemi Sürecinde Aile İçi Rekreasyonel Etkinliklerde Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Unsurlarının Üstlenebileceği Rol", *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 24 (2), 192-215.
- Erkan, M. Ş. ve Mutdoğan, S. (2019). "Konaklama Yapıları Rekreasyon Alanlarının Mekansal Analizi Üzerine Bir Örnek İncelemesi", *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 9 (3), 403-413.

- Etiler, N. (2020). “Yerel Yönetimler ve Salgınlarla Mücadele”. *Türk Tabipleri Birliği COVID-19 İzleme Kurulu COVID-19 Pandemisi Altıncı Ay Değerlendirme Raporu* içinde (s.67-73), Türk Tabipler Birliği.
- FAA (Federal Aviation Administration). (1980). *Planning and Design of Airport Terminal Building Facilities at Non-hub Locations*. Washington, DC.
- Gedik, Y. (2021). “Pazarlamada Yeni Bir Dönem: Fijital Pazarlama”, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2), 99-131.
- Geng, D., Innes, J., Wu, W. & Wang, G. (2021). “Impacts Of COVID-19 Pandemic On Urban Park Visitation: A Global Analysis”, *Journal of Forestry Research*, 32, 553-567.
- Gibson, H., Willming, C. & Holdnak, A. (2002). “We’re Gators...Not Just Gator Fans: Serious Leisure and University of Florida Football”, *Journal of Leisure Research*, 34(4), 397-425.
- Gnoth, J., Bigné, J. E. & Andreu, L. (2006). “Waiting Time Effects on the Leisure Experience and Visitor Emotions”, *Progress in Tourism Marketing*, 255.
- Godbye, G. & Mowen, A. (2010). *The Benefits of Physical Activity Provided By Park and Recreation Services: The Scientific Evidence*. Ashburn, VA: National Recreation and Park Association.
- Gold, S. M. (1980). *Recreation Planning and Design*. USA: McGraw-Hill Book Company.
- Goldkuhl, L. & Styvén, M. (2007). “Sensing the Scent of Service Success”, *European Journal of Marketing*, 41 (11/12), 1297-1305.
- Gomez, E. & Hill, E. (2016). “First Landing State Park: Participation Patterns And Perceived Health Outcomes Of Recreation At An Urban-Proximate Park”, *Journal of Park and Recreation Administration*, 34 (1), 66-83.
- Goodale, T. & Witt, P. (1980). *Recreation and Leisure: Issue in An Era of Change*. Pennsylvania: Venture Publishing Ing.
- Gould, J. M. (2005). *The Development of A Serious Leisure Inventory and Measure* (PhD Thesis). Clemson University, Park, Recreation and Tourism Management, ABD.
- Guggenheimer, E. C. (1969). *Planning for Parks and Recreation Needs in Urban Areas*. Kaliforniya: Twayne Publishers Inc.
- Gürneş-Boz, B., Temeloğlu, E. ve Murat, A. (2021). “Atmosfer Unsurlarından Renklerin Otel Lobileri Açısından Değerlendirilmesi: Ali’s Farm Butik Otel & Spa Örneği”, *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (3), 632-644.
- Gül, T. (2014). “Rekreasyon Olgusuna Genel Yaklaşım (Ed: A. Yaylı)”, *Rekreasyona Giriş* (s.1-67) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Gümüşgöl, O. ve Aydoğan, R. (2020). “Yeni Tip Koronavirüs COVID-19 Kaynaklı Evde Geçirilen Boş Zamanların Ev İçi Rekreatif Oyunlar İle Değerlendirilmesi”, *Spor Eğitim Dergisi*, 4 (1), 107-114.
- Güzel, P., Yıldız, K., Esentaş, M. ve Zerengök, D. (2020). “Knowhow To Spend Time in Home Isolation During COVID-19; Restrictions and Recreational Activities”, *International Journal of Psychology and Educational Studies*, 7 (2), 122-131.
- Halford, G. S., Wilson, W. H. & Phillips, S. (1998). “Processing Capacity Defined By Relational Complexity: Implications For Comparative, Developmental, and Cognitive Psychology”, *Behavioral and Brain Sciences*, 21 (6), 803-831.
- Hammami, A. Harrabi, B., Mohr, M. & Krustup, P. (2022). “Physical Activity and Coronavirus Disease 2019 (COVID-19): Specific Recommendations For Home-Based Physical Training”, *Managing Sport and Leisure*, 1-6.
- Hao, P., Zhong, W., Song, S., Fan, S. & Li, X. (2020). “Is SARS-Cov-2 Originated From Laboratory? A Rebuttal To The Claim Of Formation Via Laboratory Recombination”, *Emerging Microbes & Infections*, 9, 545-547.
- Haskell, W. L., Blair, S. N. & Hill, J. O. (2009). “Physical Activity: Health Outcomes And Importance For Public Health Policy”, *Preventive Medicine*, 49 (4), 280-282.
- Hazar, A. (2003). *Rekreasyon ve Animasyon* (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hedges, S. (2018). “The Waiting Room: Transitional Space and Transitional Drawing”, In *The Interior Architecture Theory Reader* (pp. 98-106). Routledge.
- Henderson, K. A., Bialeschki, M. D., Shaw, S. M. & Freysinger, V. J. (1996). *Both Gains and Gaps: Feminist Perspectives on Women's Leisure*. State College, PA: Venture Publishing, Inc.
- Hibbins, R. (1996). “Global Leisure”, *Social Alternatives*, 15 (1), 22-25.
- Horner, S. & Swarbrooke, J. (2005). *Leisure Marketing: A Global Perspective*. United Kingdom: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Howe, C. Z. & Carpenter, G. M. (1985). *Programming Leisure Experiences*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Iwasaki, Y. (2007). “Leisure And Quality Of Life In An International And Multicultural Context: What Are Major Pathways Linking Leisure to Quality of Life?”, *Social Indicators Research*, 82 (2), 233-264.
- İbrahim, H. & Cordes, K. A. (2008). *Outdoor Recreation: Enrichment For A Lifetime* (No. Ed. 3). Sagamore Publishing.

- İçişleri Bakanlığı. (2020). *Koronavirüs ile Mücadele Kapsamında - Yeni Kısıtlama ve Tedbirler Genelgeleri* (<https://www.icisleri.gov.tr/koronavirus-ile-mucadele-kapsaminda-sokaga-cikma-kisitlamalari---yeni-kisitlama-ve-tedbirler-genelgeleri>, Erişim tarihi:22.12.2021).
- İslamoğlu, A. H. (2008). *Pazarlama Yönetimi* (4. Baskı). İstanbul: Beta Basım.
- Janssen, R. (2020). *Cities Ushering In Environmentally Friendly Mobility Changes* (<https://energyindemand.com/2020/05/16/cities-ushering-in-environmentally-friendly-mobilitychanges/>, Erişim tarihi: 25.12.2021).
- Jensen, R. C. (1977). *Leisure and Recreation: Introduction and Overviewed*. Philadelphia: Henry Kimpton Publishers.
- Jensen, C. R. & Guthrie, S. (2006). *Outdoor Recreation in America* (6th ed.). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Kaplan, K. ve Demir Bolçay, D. (2021). “COVID-19 Pandemi Sürecinde Kısıtlı Serbest Zamanda Fiziksel Aktiviteye Katılan Yaşlı Bireyler Üzerine Nitel Bir Araştırma”, *Ulusal Spor Bilimleri Dergisi*, 5 (2), Erken Görünüm.
- Karaküçük, S. (2008). *Rekreasyon*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Karaküçük, S. ve Başaran, S. (1966). “Stresle Başa Çıkmada Rekreasyon Faktörü”, *Beden Eğitimi Spor Bilimleri Dergisi*, 4 (1), 55-64.
- Karaküçük, S. (2005). *Rekreasyon*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Karaküçük, S. ve Gürbüz, B. (2007). *Rekreasyon ve Kent(li)leşme*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Karaküçük, S. (2014). *Rekreasyon Boş Zaman Değerlendirme*. Gazi Üniversitesi: Ankara.
- Karaküçük, S. ve Akgül, B. M. (2016). *Ekorekreasyon Rekreasyon ve Çevre*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Karkın, G. (2008). *Hizmet Pazarlamasının Bir Unsuru Olarak Fiziksel Kanıtlar ve Otel İşletmelerinde Hizmet Atmosferi Oluşturulması* (Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Katcher, A., Segal, H. & Beck, A. (1984). “Comparison of Contemplation and Hypnosis for The Reduction of Anxiety and Discomfort During Dental Surgery”, *American Journal of Clinical Hypnosis*, 27 (1), 14-21.
- Kayhalak, F. (2021). *Rekreasyon Etkinlikleri ve Türleri*. (<https://www.rekreasyonist.com/rekreasyon-etkinlikleri-ve-turleri/>, Erişim tarihi: 01.01.2022).
- Kelly, J. & Geoffrey, G. (1992). *The Sociology of Leisure*. State College, PA: Venture Publishing.

- Kenny, E. (2018). *5 Ways to Make Healthcare Waiting Rooms More Functional and Comfortable* (<https://www.stantec.com/en/ideas/content/blog/2018/five-ways-to-make-healthcare-waiting-rooms-more-functional-and-comfortable>, Access date: 31.12.2021).
- Kılbaş Köktaş, Ş. (2004). *Rekreasyon Boş Zaman Değerlendirme*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Killgore, W. D. S., Taylor, E. C., Cloonan, S. A. & Dailey, N. S. (2020). "Psychological Resilience During The COVID-19 Lockdown", *Psychiatry Research*, 291, 113216.
- Kim, J., Dattilo, J. & Heo, J. (2011). "Taekwondo Participation As Serious Leisure for Life Satisfaction and Health", *Journal of Leisure Research*, 43(4), 545-559.
- Kirk, C. P. & Rifkin, L. S. (2020). "I'll Trade You Diamonds For Toilet Paper: Consumer Reacting, Coping and Adapting Behaviors in The COVID-19 Pandemic", *Journal of business research*, 117, 124-131.
- Koçyiğit, M. ve Yıldız, M. (2014). "Yerel Yönetimlerde Rekreasyon Uygulamaları: Konya Örneği", *International Journal of Sport Culture and Science*, 2 (Special Issue), 211-223.
- Kono, S. (2018). "Constraining, Negotiating, and Facilitating Leisure After Disaster: A Case Of The Great East Japan Earthquake and Tsunami", *International Journal of the Sociology of Leisure*, 1 (2), 171-195.
- Kotler, P. & Zaltman, G. (1971). "Social Marketing: An Approach to Planned Social Change", *Journal of Marketing*, 35(3), 3-12.
- Kotler, P. & Lee, N. (2002). *Social Marketing: Improving The Quality Of Life*. Thousand Oaks California: Sage Publications.
- Kotler, P. (2005). "The Role Played By The Broadening Of Marketing Movement in The History of Marketing Thought", *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), 114-116.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005). "Best of Breed: When It Comes to Gaining A Market Edge While Supporting A Social Cause, "Corporate Social Marketing" Leads The Pack", *Social Marketing Quarterly*, 11(3-4), 91-103.
- Kotler, P. (2007). *Kamu Sektöründe Pazarlama*. İstanbul: MediaCat.
- Kraus, R. & Bates, B. (1975). *Recreation Leadership and Supervision*. Philadelphia, PA: W. B. Saunders.
- Kraus, R. G. (2001). *Recreation and Leisure in Modern Society* (6th edition). Sudbury (MA): Jones & Bartlett.

- Kuo, F. E. (2010). *Park and Other Green Environments: Essential Components Of A Healthy Human Habitat*. Ashburn, VA: National Recreation and Park Association.
- Kurar, İ. ve Baltacı, F. (2014). “Halkın Boş Zaman Değerlendirme Alışkanlıkları: Alanya Örneği”, *International Journal of Sport Culture and Science*, 2 (Special Issue 2), 39-52.
- Kuş Şahin, C. K., Akten, S. ve Erol, U. E. (2009). “Eğirdir Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Rekreasyon Faaliyetlerine Katılımlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Çalışma”, *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 10 (1), 62-71.
- Küçükşen, K. (2020). “COVID-19 Günlerinde “Ev Halleri” nin Karikatürlere Yansıması Göstergebilimsel Bir Analiz”, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7 (6), 38-57.
- Lee, S. H. (2003). “The SARS Epidemic in Hong Kong”, *Journal of Epidemiology & Community Health*, 57 (9), 652-654.
- Lee, D. J., Kruger, S., Whang, M. J., Uysal, M. & Sirgy, M. J. (2014). “Validating A Customer Well-Being Index Related To Natural Wildlife Tourism”, *Tourism Management*, 45, 171-180.
- Li, C. L. (2020). “Quality of Life: The Perspective of Urban Park Recreation in Three Asian Cities”, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 29, 2-10.
- Li, C. & Wang, C. (2012). “The Factors Affecting Life Satisfaction: Recreation Benefits and Quality of Life Perspectives”, *Sports & Exercise Research*, 14 (4), 407-418.
- Liu, S. L., Saif, L. J., Weiss, S. R. & Su, L. (2020). “No Credible Evidence Supporting Claims of The Laboratory Engineering Of SARS-Cov-2”, *Emerging Microbes & Infections*, 9, 505-507.
- Lu, H., Stratton, C. W. & Tang, Y. W. (2020). “Outbreak of Pneumonia of Unknown Etiology in Wuhan, China: The Mystery And The Miracle”, *Journal of Medicine Virol*, 92, 401-402.
- Luo, Q. (2017). *Introducing Positive Distraction in a Clinic Waiting Room* (Master Thesis). Faculty of the Graduate School of Cornell University, New York.
- Magrath, A. J. (1986). “When Marketing Services 4Ps Are Not Enough”, *Business Horizons*, 29 (3), 5-9.
- Malkin, J. (2002). *Medical and Dental Space Planning, A Comprehensive Guide to Design, Equipment, and Clinical Procedures*. New York: John Wiley.
- Manfredo, M. J., Driver, B. L. & Tarrant, M. A. (1996). “Measuring Leisure Motivation: A Meta-Analysis Of The Recreation Experience Preference Scales”, *Journal of Leisure Research*, 28 (3), 188-213.

- Mannell, R. C. & Kleiber, D. A. (1997). *A Social Psychology of Leisure*. State College, PA: Venture.
- Marafa, L. M. & Tung, F. (2004). "Changes in Participation in Leisure and Outdoor Recreation Activities Among Hong Kong People During The SARS Outbreak", *World Leisure Journal*, 46 (2), 38-47.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü* (Çev: O. Akınhay, D. Kömürcü, 1. Basım). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- McMaster University. (2018). Gentrification: When Neighbourhoods Change, Lives Change(<https://www.mcmasteroptimalaging.org/blog/detail/blog/2018/07/17/gentrification-whenneighbourhoods-change-lives-change>, Erişim: 25.12.2021).
- McPhee, J. S., French, D. P., Jackson, D., Nazroo, J., Pendleton, N. & Degens, H. (2016). "Physical Activity in Older Age: Perspectives For Healthy Ageing And Frailty", *Biogerontology*, 17 (3), 567-580.
- Medipol. (2021). *Pandemi Nedir? Corona Virüsü Neden Pandemi İlan Edildi?* (<https://medipol.com.tr/bilgi-kosesi/bunlari-biliyor-musunuz/pandemi-nedir-corona-virusu-neden-pandemi-ilan-edildi>, Erişim tarihi: 25.12.2021).
- Meiskop, D. (1991). *Dimension of Choice*. Cato Drive: Venture Publishing Inc.
- Menachery, V. D., Yount, B. L., Debbink, K., Agnihothram, S., Gralinski, L. E., Plante, J. A., ... & Baric, R. S. (2015). "A SARS - Like Cluster Of Circulating Bat Coronaviruses Shows Potential For Human Emergence", *Nature Medicine*, 12, 1508-1514.
- Mieczkowski, Z. (1990). *World Trends in Tourism and Recreation*. New York: Peter Lang Publishing.
- Mirzeoğlu, N. (2006). *Spor Bilimlerine Giriş* (Ed.). Ankara: Spor Yayınevi.
- Mishra, G. S., Mokhtarian, P. L. & Widaman, K. F. (2015). "An Empirical Investigation Of Attitudes Toward Waiting On The Part Of Northern California Commuters", *Travel Behaviour and Society*, 2 (2), 78-87.
- Moccia, F. D. (2000). "Planning Time: An Emergent European Practice." *European Planning Studies*, 8 (3), 367-376.
- Morgan, M. (1996). *Marketing for Leisure and Tourism*. United States of America: Prentice Hall.
- Mucuk, S. (2014) *Tüketici Satın Alma Davranışı Kapsamında Hedonik (Hazcı) Tüketicinin Plansız Alışveriş Üzerine Etkilerinin İncelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Mull, R. F., Bayless, K. G. & Jamieson, L. M. (2005). *Recreational Sport Management*. Human Kinetics.

- Nadirova, A. (2000). *Understanding Leisure Decision Making: An Integrated Analysis of Recreation Participation, Anticipated Leisure Benefits, Environmental Attitudes, Leisure Constraints and Constraints Negotiation* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). University of Alberta, Faculty of Graduate Studies and Research. Edmonton, Alberta.
- Neulinger, J. (1981). *To Leisure: An Introduction*. Boston: Allyn and Bacon.
- Nieman, D. C. & Wentz, L. M. (2019). "The Compelling Link Between Physical Activity And The Body's Defense System", *Journal of Sport and Health Science*, 8 (3), 201-217.
- Nieuwenhuijsen, M. (2020). *Could The COVID-19 Crisis Be The Opportunity To Make Cities Carbon Neutral, Liveable And Healthy*. *Environment International* 2020 (<https://sites.google.com/view/uhwb/publications/featured-publications>, Erişim: 25.12.2021).
- Odabaşı, Y. (2009). *Tüketim Kültürü* (3. Basım). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Okumuş, Y. (2002). *Kocaeli İli'nde Bulunan Farklı Sanayi Kuruluşlarında Çalışan Bireylerin Boş Zaman Değerlendirme Tercihlerinin İncelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Kocaeli Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Programı, Kocaeli.
- Oluç, M. (1990). "Tutundurma- Promotion, İletişim- Communication", *Pazarlama Dünyası*, 4 (19), 9-10.
- Orgilés, M., Morales, A., Delvecchio, E., Mazzeschi, C. & Espada, J. P. (2020). Immediate Psychological Effects Of The COVID-19 Quarantine In Youth From Italy And Spain (<https://doi.org/10.31234/osf.io/5bpfz>, Erişim: 22.12.2021).
- Orhan, M. (2019). *Rekreasyon Yönetiminde Sürdürülebilirlik: 12 Dev Adam Basketbol Okullarına Yönelik Bir Durum Çalışması* (Yüksek Lisans Tezi). Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Özdemir, A. S., Durhan, T. A. ve Karaküçük, S. (2020). "İçsel Boş Zaman Motivasyon Ölçeği Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması", *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15 (24), 2838-2855.
- Özer, G. ve Özer, G. (2015). "Ağız ve Diş Sağlığı Klinikleri Giriş ve Bekleme Mekânlarının Ergonomisinin Hastaların Anksiyete Durumuna Etkisi", *21. Ulusal Ergonomi Kongresi*, Isparta.
- Özgören Şen, F. ve Öztek, M. Y. (2017). "Boş Zaman Pazarlaması Kapsamındaki Faaliyetlere Genel Bir Bakış", *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (3), 58-71.
- Özgüç, N. (1984). *Turizm Coğrafyası*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yay.

- Özkan, Ç. ve Koleoğlu, N. (2019). “Turistlerin Seyahat Motivasyonları ve Memnuniyet Düzeyleri Arasındaki İlişki: Kanonik Korelasyon Analizi”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (3), 981-994.
- Özmen, M., Uzokurt, C., Özdemir, Ş., Altunışık, R. ve Torlak, Ö. (2013). “Pazarlama Bilgi Sistemi ve Pazarlama Araştırması”, *Pazarlama İlkeleri* içinde (Ed. Ö. Torlak ve M. Özmen). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Öztürk, H. (2007). *Sağlık Hizmetlerinin Pazarlanmasında Markanın Önemi* (Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Öztürk, Y. (2018). “Boş Zaman, Rekreasyon ve Turizm Kavramları Arasındaki İlişkinin Karşılaştırmalı Bir Analizi”, *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 1 (2), 31-42.
- Packer, J. & Ballantyne, R. (2010). “The Role of Zoos and Aquariums in Education for a Sustainable Future”, *New Directions for Adult and Continuing Education*, 127, 25-34.
- Parizi, M. S. (1995). *An Optimum Resource Utilization Model For Airport Passenger Terminal Buildings* (PhD. Thesis). Carleton University, Ottawa, Ontario.
- Parker, S. (1979). *The Sociology of Leisure*. London: George Allen and Unwin Ltd.
- Pati, D. & Nanda, U. (2011). “Influence of Positive Distractions On Children in Two Clinic Waiting Areas”, *HERD: Health Environments Research & Design Journal*, 4 (3), 124-140.
- Perez, A. J. Y. (2020). *Urban Planning In Times Of COVID-19-Resilience and Inclusiveness* (<https://www.heriland.eu/2020/04/03/urban-planning-in-times-of-covid-19-resilience-andinclusiveness/>, Erişim: 25.12.2021).
- Peyrot, M., Childs, N., Van Doren, D. & Allen, K. (2002), “An Empirically Based Model of Competitor Intelligence Use”, *Journal of Business Research*, 55 (9), 747-758.
- Pricewaterhouse. (2020). Considering the Potential Business Impacts of the Covid-19 Outbreak. Mart 2020 Raporu.
- Roberts, I. (2001). *Advanced Leisure and Recreation*. Heinemann.
- Roca Gallery. (2020). *Şehirde Kapalı* (<http://www.rocagallery.com/confined-in-the-city>, Erişim tarihi: 25.12.2021).
- Rodriguez, A. (2011). “Leisure and Relationship to Quality-of-Life Satisfaction”, M. Budruk, R. Phillips (Ed). (2011). *Quality of Life Community Indicators for Parks, Recreation and Tourism Management* içinde (s.23- 39). Londra: Springer.
- Riddick, C. C. (1985). “Health, Aquariums, and The Non-Institutionalized Elderly”, *Marriage & Family Review*, 8 (3-4), 163-173.

- Sağlık Bakanlığı. (2019). *Pandemik İnfluenza Ulusal Hazırlık Planı*.
https://grip.gov.tr/depo/saglik-calisanlari/ulusal_pandemi_plani.pdf.
- Sağlık Bakanlığı. (2010). *Türkiye Sağlık Yapıları Asgari Tasarım Standartları 2010 Yılı Kılavuzu*.https://sbu.saglik.gov.tr/Ekutuphane/kitaplar/s.b.2010_klavuz_lowres_23092010.pdf, Erişim: 30.12.2021.
- Sağlık Bakanlığı. (2020). *COVID 19 (SARS-Cov-2 Enfeksiyonu) Genel Bilgiler, Epidemioloji ve Tanı* (<https://covid19.saglik.gov.tr/Eklenti/39551/0/covid-19rehberigenelbilgilerepidemiolojivetanipdf.pdf>, Erişim tarihi:22.12.2021).
- Salihoğlu, T. ve Türkoğlu, H. (2016). “İstanbul’daki Boş Zaman Değerlendirme Mekânlarının Dağılımı Üzerine Niceliksel Bir Değerlendirme”, *Planlama*, 26 (3), 204-218.
- Sarı, S. (2010). *Devlet Hastanelerinde ve Özel Hastanelerde Hasta Memnuniyetinin Karşılaştırılması: Isparta Örneği* (Yüksek Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Sarp, A. vd. (2021). “COVID-19 Pandemi Sürecinde Parklar Üzerine Kullanıcıların Görüşleri: Antalya-Konyaaltı Örneği”, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 12 (1), 69-75.
- Seçkin, P. (2020). “Salgın Koşullarında Peyzaj Tasarımında Değişen Konfor Arayışları”, *Spektrum Tasarım Rehberleri*, 1, 37.
- SensoryEdge. (2021). *Waiting Room Toys* (<https://www.sensoryedge.com/pages/waiting-room-toys>, Access: 31.12.2021).
- SensoryEdge Blog. (2021). *Stress-Free Kid’s Waiting Rooms: Guide for Parents & Medical Staff* (<https://blog.sensoryedge.com/how-to-keep-the-waiting-room-stress-free-for-kids-a-guide-for-parents-and-medical-staff/>, Access: 31.12.2021).
- Serdar, E. (2020). *Serbest Zaman Tutumu, Serbest Zaman Doyumu ve Rekreasyonda Algılanan Sağlık Çıktıları Arasındaki İlişki* (Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Sevil, T. (2012). “Boş Zaman ve Rekreasyon: Kavram ve Özellikler (Ed. S. Kocaekşi)”, *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi* içinde (s. 2-25). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi.
- Shaw, S. M., Caldwell, L. L. & Kleiber, D. A. (1996). “Boredom, Stress and Social Control in The Daily Activities of Adolescents”, *Journal of Leisure Research*. 28 (4), 274-292.
- Silvers, J. R. (2004). *Professional Event Coordination*. New Jersey: John Wiley&Sons Inc.

- Smartly, İ. O. (2020). *COVID-19 Insights Hub for Social Advertising* (<https://www.smartly.io/covid-19-insights-hub-social-advertising>, Erişim tarihi: 20.04.2020).
- Stanley, J. & Hansen, R. (2020). *People Love The Idea Of 20-Minute Neighbourhoods. So Why Isn't It Top Of The Agenda?* (<https://theconversation.com/people-love-the-idea-of-20-minuteneighbourhoods-so-why-isnt-it-top-of-the-agenda-131193>, Erişim: 25.12.2021).
- Stebbins, R. A. (1982). "Serious Leisure: A Conceptual Statement", *Pacific Sociological Review*, 25, 251-272.
- Stebbins, R. A. (1997). "Casual Leisure: A Conceptual Statement", *Leisure Studies*, 16, 17-25.
- Stebbins, R. A. (1999). "Educating For Serious Leisure: Leisure Education in Theory and Practice", *World Leisure & Recreation*, 41 (4), 14-19.
- Stebbins, R. A. (2007). *Serious Leisure: A Perspective For Our Time*. New Brunswick, New Jersey: Transaction Publishers.
- Stebbins, R. A. (2012). "Unpaid Work of Love: Defining The Work-Leisure Axis of Volunteering", *Leisure Studies*, 1-7.
- Stieg, C. (2020). *When It's All Too Much, Here's How To Quell Coronavirus Anxiety, According To Experts* (<https://www.cnn.com/2020/03/13/how-to-stay-calm-amid-coronavirus-pandemic-anxiety-relief-tips.html>, Erişim: 24.12.2021).
- Stodolska, M. (2021). "#Quarantinechallenge2k20: Leisure in The Time Of The Pandemic", *Leisure Sciences*, 43 (1-2), 232-239.
- Subölen, S. (2020). "COVID-19 Pandemisi Sürecinde Stresle Baş Etme Yöntemi Olarak Sosyal Medyada Mizah Olgusu: Cezmikalorifer ve Saykodelipaylaşımlar İsimli Instagram Hesaplarının Analizi", *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 11 (42), 123-142.
- Szabo, T. G., Richling, S., Embry, D. D., Biglan, A. & Wilson, K. G. (2020). "From Helpless to Hero: Promoting Values-Based Behavior and Positive Family Interaction in The Midst of COVID-19", *Behavior Analysis in Practice*, 13, 568-576.
- Şahbaz, P. R. ve Altınay, M. (2015). "Türkiye'deki Milli Parkların Rekreasyon Faaliyetleri Açısından Değerlendirilmesi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (3), 125-135.
- Şahin, M. (2020). "Impact of Weather On COVID-19 Pandemic in Turkey", *Science of the Total Environment*, 728, 138810.
- Şentuna, Y. (2021). *Boş Zamanlar Sosyolojisi Ders Kitabı*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

- Taşkın, E., Çokay, F., Murat, K., Ebeoğlu, H. F. ve Özyaşar, H. (2014). “Özel Hastanelerde İlişkisel Pazarlama Uygulaması”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 41, 121-130.
- Taştan, N. (2020). *Rekreasyon Paradigması*. Taşkın, C. (Ed.). Gazi Kitapevi, Ankara.
- TDB (Türk Diş Hekimleri Birliği). (2017). *Ağız ve Diş Sağlığı Hizmeti Sunulan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkında Yönetmelik*. https://www.tdb.org.tr/mevzuat_goster.php?Id=97.
- Tekin, A., Tekin, G. ve Çalışır, M. (2017). *Rekreasyon Bilimi*. Karaküçük, S., Kaya, S., Akgül, B. M. (Ed.). Ankara: Gazi Kitapevi.
- Tennessen, C. M. & Cimprich, B. (1995). “Views To Nature: Effects On Attention”, *Journal of Environmental Psychology*, 15 (1), 77-85.
- Tesini, B. L. (2019). *Coronaviruses and Acute Respiratory Syndromes (COVID-19, MERS, and SARS)* (<https://www.msdmanuals.com/home/infections/respiratory-viruses/coronaviruses-and-acute-respiratory-syndromes-covid-19-mers-and-sars>, Erişim tarihi: 22.12.2021).
- Tezcan, M. (1993). *Sosyolojiye Giriş Temel Kavramlar*. Ankara: Nadir Kitap.
- Thompson, D. A., Yarnold, P. R., Williams, D. R. & Adams, S. L. (1996). “Effects of Actual Waiting Time, Perceived Waiting Time, Information Delivery, and Expressive Quality on Patient Satisfaction in the Emergency Department”, *Annals of Emergency Medicine*, 28 (6), 657-665.
- TMMOB. (2020). Basın Açıklaması (<http://www.tmmob.org.tr/icerik/spo-halk-sagligi-ayni-zamanda-toplumsal-mekan-ve-kamucu-planlama-sorunsalidir>, Erişim: 25.12.2021).
- Torkildsen, G. (2002). *Leisure and Recreation Management*. Londra: Routledge.
- TPL Special Report. (2020). *Parks and The Pandemic. A Trust For Public Land Special Report*. 1-12, (<https://www.tpl.org/sites/default/files/Parks%20and%20Pandemic%20-%20TPL%20special%20report.pdf>, Erişim Tarihi: 22.12.2020).
- Tribe, J. (1995). *The Economics of Leisure and Tourism: Environments, Markets and Impacts*. Oxford: Butterwood-Heinemann Ltd.
- Tufan, İ., Orhan, K., Barkın, D., Gürdal, F. Y., Ayan, F. S., Özgür, Ö., ... ve Başbüyük, H. H. (2020). “Yaşlıların “Sokağa Çıkma Yasağı” Üzerine Görüşleri: Telefon Anketi”, *Geriatric Bilimler Dergisi*, 3 (2), 51-59.
- Tural, E. (2020). “COVID-19 Pandemi Dönemi Ev Karantinasında Fiziksel Aktivite Düzeyinin Yaşam Kalitesine Etkisi”, *Van Sağlık Bilimleri Dergisi*, 13 (Özel Sayı), 10-18.

- TurizmNews. (2018). *Havaalanlarında Sanal Bekleme Odası* (<https://www.turizmnews.com/havaalanlarinda-sanal-bekleme-odasi/13545/>, Erişim tarihi: 26.04.2022).
- TURSAB. (2020). *COVID-19 Sürecinde Türkiye ve Dünya Turizmi Değerlendirmesi* (<https://www.tursab.org.tr/dunya-turizmi>, Erişim tarihi: 24.12.2021).
- TÜBA (Türkiye Bilimler Akademisi). (2020) . *TÜBA COVID-19 Global Outbreak Report on Judicial Changes and Interactions*. Ankara: TÜBA.
- Türdü. N. (2020). *Corona Virüs Salgınına Bakış Açısı (Araştırma Raporu)* (<https://webrazzi.com/2020/04/02/corona-virus-salgini-bakis-acisi/>, Erişim tarihi: 22.12.2021).
- Türk Dil Kurumu. (2021). *Rekreasyon* (<https://sozluk.gov.tr/>, Erişim: 22.12.2021).
- Türk Tabipler Birliği Raporu. (2020). *COVID-19* (https://www.ttb.org.tr/kutuphane/covid19-rapor_6.pdf, Erişim:22.12.2021).
- Ulfstjerne, M. A. (2020).” Songs of the Pandemic”, *Anthropology in Action*, 27 (2), 82-86.
- Ulutaş, A. E. (2019). *Serbest Zaman ve Rekreasyonun Mutluluk ile İlişkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- UNESCO. (2020). *School Closures Caused By Coronavirus (COVID-19)* (<https://en.unesco.org/covid19/educationresponse>, Erişim: 25.12.2021).
- UNICEF. (2020). *UNICEF and Microsoft Launch Global Learning Platform To Help Address COVID-19 Education Crisis* (<https://www.unicef.org/press-releases/unicefand-microsoft-launch-global-learning-platform-help-address-covid-19-education>, Erişim: 25.12.2021).
- United Nations (UN). (2020). *Policy Brief: The Impact Of COVID-19 On Women*. United Nations Secretariat.
- Uslu, S., Karavelioğlu, M. B. ve Gümüşgüll, O. (2020). “Geleneksel Rekreatif Oyunlar: Yeni Koronavirüs (COVID-19) Salgını Sürecinde Boş Zaman Değerlendirme Önerileri”, *Spor ve Rekreasyon Araştırmaları Dergisi*, 2 (Özel Sayı 1), 14-25.
- Utami, D. (2022). *What Do People Do in The Waiting Room?* (<https://www.khoury.northeastern.edu/home/dinau/hw3.pdf>, Access date: 02.01.2022).
- Ünal, S. ve Ceylan, C. (2008). “Tüketicileri Hedonik Alışverişe Yönelten Nedenler: İstanbul ve Erzurum İllerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22 (2), 265-283.

- Üner, T. (2021). "Covid-19 Döneminde Turizm Yazınında Rekreasyon Çalışmalarının Sistematik Derleme Yöntemi İle İncelenmesi", *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 5 (Özel Sayı), 178-190.
- Ürkmez, S. ve Eskicumalı, A. (2021). "Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi Çerçevesinde COVID-19 Pandemi Sürecinde Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları: Instagram Örneği", *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 111-129.
- Üstün, Ç. ve Özçiftçi, S. (2020). "COVID-19 Pandemisinin Sosyal Yaşam ve Etik Düzlem Üzerine Etkileri: Bir Değerlendirme Çalışması", *Anatolian Clinic the Journal of Medical Sciences*, 25 (Special Issue on COVID 19), 142-153.
- Veal, A. J. (2002). *Leisure and Tourism Policy and Planning*. Oxon: CABI.
- Vikipedi. (2021). *Waiting Room*. https://en.wikipedia.org/wiki/Waiting_room, Erişim tarihi: 30.12.2021.
- Walker, J., Brooksby, A., McInerney, J. & Taylor, A. (1998). "Patient Perceptions of Hospital Care: Building Confidence, Faith and Trust", *Journal of Nursing Management*, 6 (4), 193-200.
- Wang, C., Pan, R., Wan, X., Tan, Y., Xu, L., Ho, C. S. & Ho, R. C. (2020). "Immediate Psychological Responses And Associated Factors During The Initial Stage of The 2019 Coronavirus Disease (COVID-19) Epidemic Among The General Population in China", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17 (5), 1729.
- Warren, K. (1990). Women's outdoor adventures. In Miles, J. C., & Priest, S. (Eds.), *Adventure education* (pp.411-417). State College, PA: Venture.
- World Health Organization (WHO). (2020). *Gender And COVID-19: Advocacy Brief* (<https://apps.who.int/iris/handle/10665/332080>, Erişim: 22.12.2021).
- Xie, J., Luo, S., Furuya, K. & Sun, D. (2020). "Urban Parks As Green Buffers During The COVID-19 Pandemic", *Sustainability*, 12, 1-17.
- Yamamoto, G. T. & Karaköse, A. S. (2020). "Changes in Innovativeness After Covid-19 Pandemic", *UTMS Journal of Economics*, 11 (2), 161-170.
- Yarcan, Ş. (1993). *Seyahat Yönetimi*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Yayla, Ö. ve Çetiner H. (2019). "Boş Zamanların Değerlendirilmesinde Etkili Olan Faktörlerin Boş Zaman Tatminine Etkisi", *Turizm Akademik Dergisi*, 6 (1), 219-228.
- Yaylı, A., Ceren, A. ve İskender, A. (2014). "Öğrencilerin Kişisel Sosyal Kapital Ve Dış Mekan Rekreasyonel Aktivitelere Katılım Düzeyleri Üzerine Bir Alan Araştırması", *Journal of Recreation and Tourism Research*, 1(3), 12-19.
- Yaylı, A. (2019). *Rekreasyon Araştırmalarında Yeni Yaklaşımlar*. Detay Yayıncılık.

- Yetkin Cılızoğlu, G. vd. (2020). “Sosyal Pazarlama Bağlamında COVID-19 Salgını Sürecinde GSM Operatörlerinin Youtube Reklamlarının Analizi”, *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)*, 6(1), 280-299.
- Yıldız, P. (2020). *Covid-19 Pandemisine Genel Bakış* (<https://gunceltipdernegi.org/pdf/125-sunum/15-11-2020/12.50-14.00/12.50-13.05-Pinar-Yildiz.pdf>, Erişim tarihi: 25.12.2021).
- Yılmaz Alarçin, E. (2021). *Sağlık Hizmetleri Pazarlaması* (Ed. E. Yılmaz Alarçin). Sağlık Kurumları İşletmeciliği Ön Lisans Programı. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi. http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/saglikkurumla riisletmeciligi_ao/saglikhiz.pazarlamasi.pdf, Erişim: 30.12.2021.
- Yılmazsoy, B. K., Kırkık Aydemir, K. P. ve Akdemir, Ç. (2021). “Tarihi Süreçte Salgın Hastalıklar ve Değişim: COVID-19 Sonrası Mimari ve Kent”, *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8 (66), 1-16.
- Yolcu, E. (2006). *Şehir Otelleri, Çevre, Mekân, Tasarım İlkeleri Üzerine* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Yoon, Y. & Uysal, M. (2005). “An Examination of the Effects Of Motivation and Satisfaction On Destination Loyalty: A Structural Model”, *Tourism Management*, 26 (1), 45-56.
- Yücedağ, C. ve Çetin, M. (2020). “Identifying Leisure Perceptions and Activities of EFL Teachers in Home Isolation During the COVID-19 Pandemic”, *Kastamonu University Journal of Engineering and Sciences*, 6 (2), 62-72.
- Yücel, vd. (2012). “Belediyelerde Hizmet Pazarlaması: Elazığ Belediyesi Örneği”, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 150-164.
- Zabriskie, R. B. & Estes, C. A. (2001). “Family Recreation: How Can We Make A Difference?”, *Parks Recreation*, 36 (10), 30-36.
- Zakay, D. & Hornik, J. (1992). *How Much Time Did You Wait in Line? A Time Perception Perspective. Working Paper*. University of Tel Aviv, Israel.
- Zemke, D. M. V. & Shoemaker, S. “Scent Across a Crowded Room: Exploring the Effect of Ambient Scent on Social Interactions”, *Hospitality Management*, 1-14.
- Zeng, Z., Chen, P. J. & Lew, A. A. (2020). “From High-Touch to High-Tech: COVID-19 Drives Robotics Adoption”, *Tourism Geographies*, 22 (3), 724-734.
- Zhao S., Gao, D., Zhuang, Z., Chong, M. K., Cai, Y., Ran, J., ... & Wang, M. H. (2020). “Estimating the Unreported Number of Novel Coronavirus (COVID-19) Cases in China in the First Half of January 2020: A Data-Driven Modelling Analysis of the Early Outbreak”, *Journal of Clinical Medicine*, 9, 388.

Zhu, W. (2020). “Should, and How Can, Exercise Be Done During A Coronavirus Outbreak? An Interview with Dr. Jeffrey A. Woods”, *Journal of Sport and Health Science*, 9 (2), 105-107.





EKLER

EK-1. Gözlem formu

GÖZLEM FORMU

Bu araştırmada Ankara’da özel bir diş kliniğindeki hastaların bekleme salonunda geçirdikleri bekleme süreleri boyunca hangi etkinliklere yoğunlaştıkları, kliniğin sunduğu boş zaman değerlendirme aktivitelerini hangi süre ve çeşitlilikte kullandıkları durumu TV programları seçenekleri üzerinden ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Hastanın Yaşı: () 25 ve altı () 26-40 () 41-60 () 61 ve üstü

Hastanın Cinsiyeti: () Erkek () Kadın

Senaryo 1: Bekleme salonunda TV’de belgesel kanalının açık olması durumu

Tarih...../...../2022

Hastanın kliniğe geliş saati:..... Randevu saati:.....

Hastanın bekleme süresi:.....

Olası durumlar	Başlangıç saati	Bitiş saati
Televizyon izleme		
Dergi okuma		
Cep telefonu ile ilgilenme		
Çay kahve içme		
Bir meşguliyet olmaksızın bekleme		
Diğer		

EK-1.(devam) Gözlem Formu

Senaryo 2: Bekleme salonunda TV’de haber kanalının açık olması durumu

Tarih...../...../2022

Hastanın kliniğe geliş saati:..... Randevu saati:.....

Hastanın bekleme süresi:.....

Olası durumlar	Başlangıç saati	Bitiş saati
Televizyon İzleme		
Dergi Okuma		
Cep Telefonu İle İlgilenme		
Çay Kahve İçme		
Bir Meşguliyet Olmaksızın Bekleme		
Diğer		

Senaryo 3: Bekleme salonunda TV’de spor kanalının açık olması durumu

Tarih...../...../2022

Hastanın kliniğe geliş saati:..... Randevu saati:.....

Hastanın bekleme süresi:.....

Olası durumlar	Başlangıç saati	Bitiş saati
Televizyon İzleme		
Dergi Okuma		
Cep Telefonu İle İlgilenme		
Çay Kahve İçme		
Bir Meşguliyet Olmaksızın Bekleme		
Diğer		

EK-1.(devam) Gözlem formu

Senaryo 4: Bekleme salonunda TV’de müzik kanalının açık olması durumu

Tarih...../...../2022

Hastanın kliniğe geliş saati:..... Randevu saati:.....

Hastanın bekleme süresi:.....

Olası durumlar	Başlangıç saati	Bitiş saati
Televizyon İzleme		
Dergi Okuma		
Cep Telefonu İle İlgilenme		
Çay Kahve İçme		
Bir Meşguliyet Olmaksızın Bekleme		
Diğer		

Senaryo 5: Bekleme salonunda TV’de ulusal kanalın açık olması durumu

Tarih...../...../2022

Hastanın kliniğe geliş saati:..... Randevu saati:.....

Hastanın bekleme süresi:.....

Olası durumlar	Başlangıç saati	Bitiş saati
Televizyon İzleme		
Dergi Okuma		
Cep Telefonu İle İlgilenme		
Çay Kahve İçme		
Bir Meşguliyet Olmaksızın Bekleme		
Diğer		

EK-2. Etik komisyonu formu



EK-3. Klinik ızın formu





ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : DEMİR, Esin

Uyruğu : T.C.

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi
Yüksek lisans	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Lisans	Gazi Üniversitesi
Lise	Atatürk Barajı Anadolu Lisesi



