

**VEKALETEN KARAR VERME SÜRECİ: ANNELER ÜZERİNE DURUM
ÇALIŞMASI**

Doktora Tezi

Sevdenur KAPUSUZ DEMİR

Eskişehir 2023

**VEKALETEN KARAR VERME SÜRECİ: ANNELER ÜZERİNE DURUM
ÇALIŞMASI**

Sevdenur KAPUSUZ DEMİR

DOKTORA TEZİ

İşletme Anabilim Dalı

Pazarlama Bilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. F. Zeynep ÖZATA

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Ocak 2023

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

ÖZET

VEKALETEN KARAR VERME SÜRECİ: ANNELER ÜZERİNE DURUM ÇALIŞMASI

Sevdenur KAPUSUZ DEMİR

İşletme Anabilim Dalı

Pazarlama Bilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ocak, 2023

Danışman: Doç. Dr. F. Zeynep ÖZATA

Karar verme literatürüne bakıldığında yapılan çalışmaların çoğunlukla bireysel karar vermeye yönelik olduğu görülmektedir. Bunun aksine başkası adına (vekaleten) karar verme ise çok daha az çalışılmış bir konudur. Vekaleten karar verme süreci, bireysel karar verme sürecinden farklı dinamiklere sahiptir. Bu bağlamda vekaleten karar verme süreci ayrıca çalışılması gereken bir alan olarak öne çıkmaktadır.

Bu araştırmada vekaleten karar verme sürecinin aşamaları ve bu süreçte etkili olan unsurlar durum çalışması bağlamında ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk kararı alan toplamda 20 katılımcı anneye yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Görüşme verilerinin kodlanması, literatür ve ilişki analizi doğrultusunda araştırmanın bulguları ortaya konulmuş ve yorumlanmıştır. Bu sayede vekaleten karar verme sürecinin; karara hazırlık ve derinlemesine düşünme, kararı verme ve uygulamaya geçme ile eylemi sürdürme ve izleme aşamaları olarak üç ana aşamadan oluştuğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu süreçte ortaya çıkan temalar ise yetki ve özerklik, inanç, algılanan risk, değerler, bilgi arama, kırılma noktası, bilgiyi işleme, bilişsel uyum, uygulama ve sürdürme, doğrulama çabası, karardan tatmin olma ve sosyal kimlik oluşturmaktır. Ayrıca bilgi kaynakları ve sosyal çevre etkisinin tüm karar süreci aşamalarında etkili olduğu görülmüştür. Bu araştırmanın sonuçları doğrultusunda, vekaleten karar verme sürecine dair bir karar modeli sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Vekaleten karar verme süreci, Veganlık, Aşısızlık, Okulsuzluk, Anneler üzerine durum çalışması

ABSTRACT

PROXY DECISION MAKING: CASE STUDY ABOUT MOTHERS

Sevdenur KAPUSUZ DEMİR

Department of Business Administration

Programme in Marketing

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, January, 2020

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. F. Zeynep ÖZATA

When the decision-making literature is examined, it is seen that the studies mostly focus on individual decision making. In contrast, making decisions on behalf of someone else (by proxy) is a much less studied topic. The proxy decision-making process has different dynamics from the individual decision-making process. In this context, the proxy decision-making process also stands out as an area that needs to be studied.

In this research, the stages of the proxy decision-making process and the factors that are effective in this process are tried to be revealed in the context of case study. In this context, semi-structured interviews were conducted with a total of 20 participating mothers who decided to be vegan, unvaccinated, and unschooled. The findings of the research were revealed and interpreted in line with the coding of the interview data, literature and relationship analysis. In this way, the proxy decision-making process; It has been found that it consists of three main stages as preparation and reflection for the decision, making the decision and putting it into practice, and continuing and monitoring the action. The themes that emerged in this process are authority and autonomy, belief, perceived risk, values, information seeking, breaking point, information processing, cognitive adaptation, application and maintenance, verification effort, satisfaction with decision, and social identity formation. In addition, it has been seen that the effects of information sources and social environment are effective at all decision process stages. In line with the results of this research, a decision model regarding the proxy decision making process is presented.

Keywords: Proxy decision making, Veganism, Anti-Vaccine, Unschooling, Case study about mothers

ÖNSÖZ

Vekaleten karar verme sürecinin araştırıldığı bu tezde, katkılarından dolayı sonsuz teşekkürlerimi sunmak istediğim birçok kişi var ve onlara minnettarım...

Öncelikle böyle bir konuyla beni tanıştıran, araştırmacı ruhuyla ve motivasyonu beni cesaretlendiren, bu zorlu yolda sürekli desteğini yanımda hissettiğim ve eşsiz fikirleriyle bana yol gösteren ve danışmanlığına hep ihtiyaç duyacağım ne kadar teşekkür etsem çok az kalacak çok sevdiğim sevgili danışmanım Doç. Dr. F. Zeynep ÖZATA'ya sonsuz teşekkür ediyorum...Sizi çok seviyorum...

Bu uzun yolda değerli fikirlerinden yararlanma fırsatı bulduğum ve tezime katkıları, önerileri ve desteklerinden dolayı tez izleme jürimde yer alan sevgili hocalarım Prof. Dr. Sevgi Ayşe ÖZTÜRK ve Prof. Dr. Mehpere TOKAY ARGAN'a çok teşekkür ederim.

Katkılarından ve önerilerinden dolayı tez savunma jürimde yer alan Doç. Dr. Selin KÜÇÜKKANCABAŞ'a ve Dr. Öğr. Üyesi Meltem TÜRE'ye çok teşekkür ederim.

Tezimin araştırma sürecinde çok büyük katkı sağlayan, araştırmaya katılmayı kabul eden ve tüm zorluklara rağmen benimle konuşma fırsatı bulmaya çalışan annelere sonsuz sevgilerimi iletiyorum...Sizlere ne kadar teşekkür etsem azdır...

Sevgili aileme desteklerinden dolayı teşekkür ederim...Kardeşlerim Sümeyra KAPUSUZ'a ve Sevim AKYOL'a, annem Zeynep KAPUSUZ'a, babam Yaşar KAPUSUZ'a, babaannem Sevim KAPUSUZ'a, canlarım Görkem AKYOL ve Ecrin AKYOL'a ve annem Aynur DEMİR'e teşekkür ederim... Şu an aramızda olmayan dedem Sadık KAPUSUZ'u ve babam Av. Kenan DEMİR'i özlemle anıyorum...

Ve en çok da sevgili eşim Av. Dr. Emrah DEMİR'e... Bu uzun ve zorlu yolda yılmadan beni dinledi, fikirleriyle beni aydınlattı, sabrına hayran kaldım... Ama en çok da manevi desteği...Benimle birlikte uyumayan, beni ayakta tutmaya çalışan ve motivasyonumu her daim yükseltmeye çalışan ruh eşime sonsuz teşekkür ediyorum, seni çok seviyorum, iyi ki varsın...

ETİK KURAL VE İLKELERE UYGUNLUK BEYANNAMESİ

İÇİNDEKİLER TABLOSU

BAŞLIK SAYFASI.....	ii
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ.....	vi
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLOLAR DİZİNİ.....	xii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xiii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	xiv
1.GİRİŞ.....	1
1.1. Problem.....	2
1.2. Araştırmanın Konu ve Kapsamı.....	3
1.3. Amaç.....	7
1.4. Özgün Değer.....	7
2. ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ.....	11
2.1.Vekalaten Karar Verme Süreci.....	11
2.1.1. Sağlık literatüründe vekaleten karar verme.....	11
2.1.2. Ekonomi literatüründe vekaleten karar verme.....	13
2.1.3. Pazarlama literatüründe vekaleten karar verme bağlamı.....	14
2.2. Tüketici Davranış Modelleri.....	17
2.3. Tüketici Karar Yolculuğu Modeli.....	22
3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	32
3.1. Araştırmanın Deseni.....	32
3.2. Araştırmacı.....	36

3.3. Çalışmanın Bağlamı.....	36
3.4. Örneklem.....	39
3.4.1. Katılımcıların demografik bilgileri.....	40
3.4.2. Araştırma katılımcılarını tanımlama.....	43
3.4.3. Katılımcılardan elde edilen verilere göre anne profili.....	50
3.5. Veri Toplama Yöntemi.....	52
3.5.1. Görüşmeler.....	52
3.5.1.1. Görüşme süreci.....	52
3.6. Veri Toplama Aracı.....	57
3.6.1. Görüşme kılavuzu.....	57
3.6.2. Araştırmacı günlüğü ve temas özet kağıtları.....	58
3.7. Verilerin Analizi.....	59
3.7.1. Veri analizi için ön hazırlık.....	59
3.7.2. Verilerin azaltılması.....	60
3.7.3. Veri gösterimi ve sonuçların ortaya konması.....	62
3.8. Araştırmanın Güvenirliği.....	64
3.9. Sınırlılıklar.....	67
4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE BULGULARIN YORUMU.....	69
4.1. Karara Hazırlık ve Derinlemesine Düşünme Aşamasına Dair Bulgular	
.....	71
4.1.1. Yetki ve özerklik.....	71
4.1.2. İnanç.....	75
4.1.3. Algılanan risk.....	77
4.1.4. Değer.....	78
4.1.5. Bilgi arama.....	81
4.1.6. Kırılma noktası.....	83

4.1.7. Karara hazırlık ve derinlemesine düşünme aşamasındaki temalar arasındaki ilişkiler.....	84
4.1.7.1. Yetki-özerklik-inanç-algılanan risk-değer.....	85
4.1.7.2. İnanç-algılanan risk-değer-bilgi arama-kırılma noktası.....	90
4.2. Karar Verme ve Uygulamaya Geçme Aşamasına Dair Bulgular.....	97
4.2.1. Bilgiyi işleme.....	97
4.2.2. Bilişsel uyum.....	101
4.2.3. Uygulama ve sürdürme.....	104
4.2.4. Karar verme ve uygulamaya geçme aşamasındaki temalar arasındaki ilişkiler.....	106
4.2.4.1. Bilgiyi işleme-bilişsel uyum-uygulama ve sürdürme.....	106
4.3. Eylemi Sürdürme ve İzleme Aşamasına Dair Bulgular.....	110
4.3.1. Doğrulama çabası.....	110
4.3.2. Karardan tatmin olma.....	117
4.3.3. Sosyal kimlik oluşturma.....	122
4.3.4. Eylemi sürdürme ve izleme aşamasındaki temalar arasındaki ilişkiler.....	127
4.3.4.1. Doğrulama çabası-karardan tatmin olma-sosyal kimlik oluşturma.....	127
4.4. Tüm Sürece Yönelik Unsurlar.....	133
4.4.1. Bilgi kaynakları.....	133
4.4.2. Sosyal çevre etkisi.....	140
5. SONUÇ, SINIRLILIKLAR VE ÖNERİLER.....	147
5.1. Teorik Açıdan Katkıları.....	149
5.2. Uygulamacılara Yönelik Katkıları.....	151
5.3. Yeni Araştırma Önerileri ve Sınırlılıklar.....	152

KAYNAKÇA.....156

EKLER

TABLolar DİZİNİ

Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri.....	41
Tablo 3.2. Anne Profili.....	51
Tablo 3.3. Araştırmada Güvenirlik İçin Kullanılan Yöntemler.....	66
Tablo 4.1. Kod İlişkileri Tarayıcısı (Yetki-Özerklik-İnanç-Algılanan Risk-Değer İlişkisi).....	85
Tablo 4.2. Kod İlişkileri Tarayıcısı (İnanç-Algılanan Risk-Değer-Bilgi Arama-Kırılma Noktası İlişkisi).....	90
Tablo 4.3. Kod İlişkileri Tarayıcısı (İnanç-Algılanan Risk-Değer İlişkisi).....	97
Tablo 4.4. Kod İlişkileri Tarayıcısı (Bilgiyi İşleme-Bilişsel Uyum-Uygulama ve Sürdürme).....	106
Tablo 4.5. Kod İlişkileri Tarayıcısı (Doğrulama Çabası-Sosyal Kimlik Oluşturma-Karardan Tatmin Olma İlişkisi).....	127
Tablo 4.6. Kod İlişkileri Tarayıcısı (İnanç-Değerler-Karardan Tatmin Olma İlişkisi).....	132
Tablo 4.7. Kod İlişkileri Tarayıcısı (Bilgi Kaynaklarının Karar Süreci Aşamalarıyla İlişkisi).....	136
Tablo 4.8. Kod İlişkileri Tarayıcısı (Sosyal Çevre Etkisinin Karar Süreci Aşamalarıyla İlişkisi).....	143

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Tüketici Yolculuğu ve Deneyimi Modeli.....	24
Şekil 3.1. Durum Çalışmaları için Dört Temel Tasarım.....	34
Şekil 4.1. Vekaleten Karar Verme Sürecine Dair Oluşturulan Teorik Model.....	70
Şekil 4.2. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Yetki-Özerklik).....	71
Şekil 4.3. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (İnanç).....	75
Şekil 4.4. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Algılanan Risk).....	77
Şekil 4.5. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Değer).....	79
Şekil 4.6. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Kırılma Noktası).....	83
Şekil 4.7. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Bilgiyi İşleme).....	98
Şekil 4.8. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Bilişsel Uyum).....	102
Şekil 4.9. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Doğrulama Çabası).....	110
Şekil 4.10. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Karardan Tatmin Olma).....	118
Şekil 4.11. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Sosyal Kimlik Oluşturma).....	122
Şekil 4.12. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Bilgi Kaynakları).....	134
Şekil 4.13. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Sosyal Çevre Etkisi).....	141

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

€	: Euro
\$: Dolar
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AUD	: Avustralya Doları
Bkz	: Bakınız
CA\$: Kanada Doları
Ed	: Editör
S	: Sayfa
TL	: Türk Lirası
UNICEF	: Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu
WHO	: Dünya Sağlık Örgütü

1. GİRİŞ

Tüketici karar verme süreci karmaşıktır. Bu sürece etki eden birçok farklı faktör vardır ve bunun yanı sıra tüketim tercihleri bağlamsal değişkenlerden de etkilenir (Jansson-Boyd, 2010). Tüketicinin karar vermesi, tüketici davranışının merkezi bir parçasıdır. Bununla birlikte tüketici davranışı; ürünleri değerlendirme, seçme ve kararlarla ilgili risk gibi boyutlara bağlı olarak büyük ölçüde değişir (Solomon, 2018, s. 368).

Tüketici davranışı, bir karar süreci doğrultusunda ortaya çıkar. Karar süreci çeşitli aşamalardan oluşur. Bu aşamalar genellikle satın alma öncesi, satın alma anı ve satın alma sonrası olarak ifade edilir. Satın alma eyleminin bu süreç içerisinde yer alan aşamalardan sadece birisi olduğu görülmektedir. Bu nedenle tüketici davranışının anlaşılabilmesi için tüketici karar verme sürecinde yer alan tüm aşamaların anlaşılması gerekir (Korkmaz vd., 2017, s. 313). Her ne kadar satın alma karar sürecinin kapsamı ve adımları tüketici davranışları içinde oldukça detaylı bir şekilde ele alınmış bir konu olsa da bir başkası adına (vekaleten) karar verme sürecine yönelik pazarlama literatüründe sınırlı bir alanda çalışma yapıldığı görülmektedir. Bu alanlardan birisi hediye verme davranışı diğeri ise örgütsel karar süreci içinde bireylerin işletme adına verdikleri kararlardır.

Pazarlama literatürü incelediğinde, bireylerin kendileri için yaptıkları satın alımlara nazaran hediye alırken ya da çalıştıkları işletme adına satın alımlar yaparken, daha farklı güdüleyicilerden etkilendikleri görülmüştür. Bu tür satın alma davranışlarının her biri kendi bağlamında bireye, zamana ve süreci etkileyen diğer çeşitli unsurlara göre farklılaşmaktadır. Ancak bu iki farklı karar süreci için geliştirilmiş bir model bulunmamaktadır. Pazarlama bağlamında henüz vekaleten karar vermeye dair bir yaklaşıma da ulaşılamamıştır. Vekaleten karar verme süreci özellikle uluslararası sağlık bilimleri ve ekonomi literatürleri içinde çalışılmış bir konudur.

Vekaleten karar verme, karar verenler açısından zor bir süreçtir. Çünkü vekaleten karar verenler bu kararların sorumluluğunu yoğun bir şekilde üstlenirler. Bu nedenle vekaleten verilen kararları araştırmak sürecin karmaşıklığından dolayı yoğun çaba gerektirir (Shepherd, 2022, s. 1).

Bu araştırmada öncelikle araştırmanın problemi, konu ve kapsamı, amacı ve özgün değeri sunulmuştur. Akabinde araştırmanın kavramsal ve teorik çerçevesini

oluşturan “vekaleten karar verme sürecine” ve “tüketici karar yolculuğu” modeline yer verilmiştir. Sonrasında araştırmanın yöntemsel perspektifi sunulmuştur. Bunu takiben analiz ve bulguları yorumlama sürecine detaylıca yer verilmiştir. Son olarak araştırmanın sonuçları tartışılmış ve öneriler sunulmuştur.

1.1. Problem

Ebeveynler, dünyada kendi yollarını çizecek yaşa gelene kadar çocuklarının haklarını korumakla yükümlüdür. Çocuğun bakımı, gelişimi ve refahını etkileyen kararları alma yetkisi ebeveyn sorumluluğu olarak ifade edilmektedir. Ebeveynlerin çocuklarını büyütmekle ilgili birçok alanda sorumlulukları bulunmaktadır. Bunlar; çocuğu zarar tehlikesinden koruma, çocuğun gıda ve barınma ihtiyacını karşılama, çocuğu maddi olarak destekleme, tıbbi bakım sağlama, nitelikli bir eğitim sağlama gibi unsurlardan oluşur. Çocuğunun faydasına engel olunmadığı müddetçe ebeveynler çocukları adına kendi inanç ve değerlerine uygun kararlar alabilir ve bu kararları uygulayabilirler. Nitekim bu temel bir insan hakkı niteliğinde olup tıbbi tedavi, eğitim veya yaşam koşulları bakımından alınan kararlar çocuğun menfaatini risk altına sokmadıkça ebeveyne müdahale edilemez (T.C. Anayasası m. 41; http-1).

Ebeveynler çocukları adına beslenme, barınma, eğitim ve tıbbi bakım gibi birçok farklı alanda kararlar almaktadır. Bu kararlar, özelde, bir ürün veya hizmet alımını gerektirmektedir. Özellikle çocuğa yönelik satın alınan ürün ve hizmetler küresel pazarda büyük bir yer oluşturmaktadır. Grand View Research’ün Baby Products Market Size, Share & Trend 2030 raporuna göre; küresel bebek ürünleri pazar büyüklüğünün 2021’de 214,13 milyar \$ değerinde olduğu ve 2022’den 2030’a kadar % 5,7 oranında büyümesi beklenmektedir. Bunun yanı sıra ebeveynlerin bebek sağlığına yönelik farkındalığındaki önemli artış, pazarın genişlemesini hızlandırmaktadır. COVID-19 pandemisinin uzun vadeli etkilerinin bu sektörün büyümesine daha da katkı sağlaması beklenmektedir (http-2). Yalnızca bebek beslenmesine yönelik ürün pazarının bile küresel olarak 2027 yılına kadar yaklaşık 100 milyar \$ değerine ulaşması öngörülmektedir (http-3). Başka bir araştırma raporuna göre; Avrupa’daki bebek ürünleri endüstrisi segmenti, 2020’de yaklaşık 7 milyar €’ya ulaşmıştır. Bebek ürünleri için Avrupa’nın en büyük pazarlarının başında Fransa, Almanya, İtalya, İspanya ve Birleşik Krallık gelmektedir (http-4). Türkiye’de ise 0-3 yaş arası bebelere yönelik

ürünlerin oluşturduğu pazar hızla büyümektedir. 2016’da 7 milyar TL olan pazar büyüklüğü 2019’un sonlarında 12 milyar TL’yi aşmıştır (http-5).

Ebeveynlerin çocukları için aldıkları her türlü ürün ve hizmet alma kararı aslında “onlar adına” yaptıkları seçimleri yansıtır. Fakat pazarlama literatürü çocuk adına karar almadan ziyade genellikle çocuğun satın alma ve tüketim sürecine dahil olması üzerine yoğunlaşmıştır. Bu nedenle de ebeveynlerin çocuk adına aldıkları kararlar ve bu kararların süreci kendine has bir teorik yaklaşımla ele alınmamıştır. Buna karşılık ebeveynlerin çocuk adına aldıkları tıbbi kararlar, sağlık literatüründe, vekaleten kararlar kapsamına alınır. Yine ekonomi literatüründe de yatırım kararları açısından vekalet yaklaşımı araştırmalara konu olmuştur.

Yukarıda değinildiği üzere pazarlama alanında vekaleten karar verme sürecine dair herhangi bir yaklaşım bulunmamakla beraber başkası adına karar almayla yakından ilgili olabilecek konular, hediye verme davranışı ve örgütsel satın alma sürecidir. Fakat bu konular ebeveynlerin çocuk adına aldıkları kararlara nazaran daha sınırlı bir kapsama sahiptir ve nispeten daha az risk barındırmaktadır. Bunun yanı sıra bu konularda vekaleten karar verme sürecini anlatan net bir çerçeve de mevcut değildir.

Vekaleten verilen kararların, değinildiği üzere, pazar büyüklüğü azımsanamayacak kadar fazladır. Aynı zamanda ebeveynlerin çocuk adına verdikleri kararlarının her geçen gün kapsamının genişlemesi, konunun ekonomi içindeki payının giderek büyümesine sebep olmaktadır. Dolayısıyla annelerin vekaleten çocukları adına karar verme davranışını anlamak ve modellemek bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

1.2. Araştırmanın Konu ve Kapsamı

Vekaleten karar verme sürecinin araştırıldığı bu tezde, ebeveyn kararları özelinde anne kararları temel alınmıştır. Bu doğrultuda aşağıda öncelikle ebeveynlik ve ebeveynlik kararlarının önemi açıklanmış ve bunu takiben anneliğe değinilmiştir. Sonrasında ise araştırmanın öznesini oluşturan annelerin ebeveynlik biçimi bakımından babalardan ayrıldığı noktalara yer verilmiştir.

Ebeveynler, küçük çocukların hayatındaki en önemli kişiler arasında yer almaktadır. Her ebeveyn; sahip olduğu bilgiler, yerleşik tutumları ve aldıkları kararlar doğrultusunda çocuklarının yaşamları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Akrabalar,

yakın aile dostları, öğretmenler, akranlar ve sosyal kurumlar çocukların büyümesine ve gelişmesine her ne kadar katkıda bulunsalar da ebeveynler, çocukların yaşamında merkezi bir konumdadır (Gadsden vd., 2016). Ebeveynler sadece çocuğun yaşamını şekillendirmez. Bir çocuğun dünyaya gelmesiyle birlikte ebeveynler kendi yaşamlarını da şekillendirip değiştirebilir. Nitekim ebeveyn olduğunda ebeveynlerin yaşama bakış açıları da değişir. Bu nedenle ebeveyn olma, yaşam döngüsü açısından önemli bir olaydır. Ebeveynlik biçimi, yaşamda anlam oluşturmaya ilişkin derin düşüncelerle şekillenebilir (Prinds vd., 2018). Nihayetinde bir çocuğu büyütmek yaşamda bir ebeveynin karşılaştığı en zorlu sorumluluklar arasındadır. Aşikâr olduğu üzere de özellikle ebeveynliğin ilk yılları; çocuğun bakımı, gelişimi ve yetiştirilmesi için temeldir (Nyström ve Ohrling, 2004).

Anne olmak neredeyse tüm toplumlarda kadının en önemli rollerinden biri olarak görülmüştür (Javadifar vd., 2016). Anneler, çocuklarının hayatlarında bakım, sevgi ve öğrenme ve daha pek çok açıdan çok büyük bir rol oynamaktadır. Bir anne, çocuğun gelişiminin her alanında -sosyal, duygusal, fiziksel, bilişsel- önemli bir yere sahiptir (http-6). Bu nedenle annelik deneyimi çoğu kadın için yaşama bakışlarını ve değerlerini değiştirme potansiyeli taşıyan derin bir deneyimdir (Prinds vd., 2018).

Annelik ve babalığın farklı ebeveynlik türleri olduğu ifade edilmektedir. Özellikle çocuğun ilk yıllarında ebeveynlerden “anne” daha da ön plandadır. Çocuğa hamilelik sürecinden başlayarak çocuğun doğumu ve bunu takiben ilk aşamalardaki faaliyetler, yoğun olarak “anne” üzerindedir (Family First, 2018). Nitekim Bowlby’nin Bağlanma Teorisi’ne anne ve çocuk birbirleriyle doğal bir bağ kurmaktadır. Bu bağın ilk yıllarda oluşturulması ve güçlendirilmesi önemlidir. Bowlby; anneyi bu bağı kuran temel kişi, babayı ise ihtiyaçları karşılamayı kolaylaştıran kişi olarak görmektedir (Collin vd., 2016, s. 274-277).

Çocuğun ilk yıllarında ebeveynlik deneyimlerinin incelendiği bir araştırmada (Nyström ve Ohrling, 2004); annelerin çocuktan birinci derecede sorumlu olduğu, babaların ise çoğunlukla -baba ve eş olarak- istekleri yerine getirme görevini üstlendiği belirtilmektedir. Bir diğer araştırma raporuna göre, anne ve babalar arasındaki temel farklar şu şekilde ifade edilmiştir: Fiziki farklılık (anne-güvenli, baba-teşvik edici), oyun (anne-samimi ve ilişkisel, baba-rekabetçi), problem çözme (babaya kıyasla anne, çocuğun ihtiyaçlarının daha fazla farkında ve dikkatli), koruma (anne-daha koruyucu,

baba-yeniliklere karşı risk alıcı), iletişim (babaya nazaran anne, çocukla ilk bağlantı kuran kişi), düzen (babaya kıyasla anne, daha güvenli, empati sahibi), kimlik (annenin çocuğu dünyaya getiren ebeveyn olması nedeniyle eşsiz rolü) (Family First, 2018).

Özetle ebeveynlerin her ikisinin de çocuğa karşı sorumlulukları olmasına rağmen annelerin hamileliklerinden itibaren çocuğun doğumu ve takibi yılları da içeren süreçte, babaya nazaran, çocuğa dair konularda çok daha yoğun biçimde sorumluluk hissettiği ve üstlendiği görülmektedir. Bu nedenle vekaleten karar verme bağlamını daha iyi sunabilmek amacıyla bu araştırmada çocuğun bakımında ve gelişiminde en yoğun sorumluluğu üstlenen “anneler” temel alınmıştır. Buradan hareketle bu araştırmanın konusunu annelerin çocukları adına vekaleten verdikleri kararlar oluşturmaktadır.

Bu araştırmada vekaleten karar verme bağlamını daha iyi sunabilmek için anne kararları arasında seçim yapılmıştır. Bu seçim doğrultusunda, toplumun çoğunluğunun verdiği kararların aksine daha fazla sorumluluk ve risk içeren kararlara gidilmesi kararlaştırılmıştır. Nitel araştırmalarda bu tür durumlar ve kararlar “uç karar-uç durum” olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle bu araştırmada “uç karar” adlandırılması kullanılmıştır.

Uç kararlar, diğer yaygın kararlara nazaran, daha fazla risk içerir ve bu nedenle de çok daha kapsamlı bir karar sürecini içerir. Kişinin toplumsal normların dışına çıkmasını gerektiren bu tür bir kararda, anne, toplumdaki diğer annelerden farklı bir yönde karar vermek durumunda olduğundan seçimini çok daha kapsamlı araştırmak ve değerlendirmek durumundadır. Bu nedenle vekaleten verilen karar süreci bakımından bu denli kapsamlı kararların iyi bir çerçeve oluşturma potansiyeline sahip olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda araştırmanın konusu, annelerin çocukları adına verdikleri uç karar durumları olarak belirlenmiştir. Araştırma amaçlarıyla ilintili olarak veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk olmak üzere üç ayrı karar durumu seçilmiştir¹. Bunun sebebi, aşağıda yer aldığı üzere, bahsi geçen üç ayrı karar durumunun giderek öneminin arttığı ve yaygınlaştığının görülmesidir.

¹ Elbette içinde bulunulan sosyo-kültürel bağlama göre uç kararların yaygınlığı ve türü değişkenlik gösterebilir. Örneğin; muhafazakâr bir topluluk içerisinde yaşayan bir ebeveynin çocuğunu bir dine mensup yetiştirmemesi ya da sünnet yaptırmaması da uç karar kapsamında değerlendirilebilir. Dikkate alınması gereken bir başka nokta da dezavantajlı kişilerin aşya ulaşamaması ya da okula göndermemesi gibi durumlarda önceden seçimle alınmış bir kararın bulunmamasıdır. Anlatılmaya çalışılan husus, bu araştırmada çalışılan her üç kararda da ebeveynin seçim özgürlüğünün olduğudur.

Son yıllarda yapılan araştırmalar; Birleşik Krallık nüfusunun % 1'inden fazlasının, Avustralya nüfusunun yaklaşık % 9'unun bitki bazlı bir diyet uyguladığını, Amerikan nüfusunun % 3,4'n, İtalya nüfusunun ise % 2,4'n veganların oluşturduğunu göstermiştir. Ebeveynler zerine yapılan araştırmalarda ise giderek daha fazla ebeveynin çocuğunu vegan beslenmeye yöneldiği grlmştir. Buna göre; Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) ocukların % 1'inin vegan olduğu, Birleşik Krallık'ta 12 ebeveynin 1'inin çocuklarını vegan olarak beslediği, İtalya'da da benzer oranlardaki artışın arkasında sağlık ve etik nedenlerin yattığı ortaya koyulmuştur ([http-7](#); [http-8](#); Bivi vd., 2021; Baroni vd., 2019).

Aşısızlık ile ilgili yapılan son araştırmalar aşısızlık oranlarının giderek arttığı sonucunu ortaya koymaktadır. Küresel bağışıklama kapsamının 2021'de % 81'e düşerek son on yılın en düşük oranına ulaştığı, benzer şekilde Dünya Sağlık rgt (WHO) ve Birleşmiş Milletler ocuklara Yardım Fonu'na (UNICEF) göre de çocukluk ağı aşılarına yönelik aşılama oranlarındaki son 30 yılın en büyük düşüşünün 2021 yılında yaşandığı grlmştir. Yine 1 yaşın altındaki 25 milyon çocuğun çocukluk ağı aşılarını olmadığı ve bu rakamın 2019'dan bu yana 6 milyon arttığı, ABD'de ise geçmişe kıyasla daha fazla oranda ebeveynin çocuğu için aşısızlığı tercih ettiği ortaya koyulmuştur ([http-9](#); [http-10](#); [http-11](#)).

Günümüzde giderek artan sayıda ebeveyn çocuğu için okulsuzluğu tercih etmeye başlamıştır. ABD'de evde eğitim gören ya da okulsuz olan çocukların sayısı yaklaşık 2,2 milyon olup, bunlar okul çağındaki nüfusun % 3'nden fazlasını oluşturmaktadır. Evde eğitim görenlerin yaklaşık % 15'i evde eğitim felsefelerini okulsuz eğitim olarak tanımlamaktadır. Çocuklarını devlet okullarına veya özel okullara göndermeyen ebeveynlerin % 91'i ise eğitim kurumlarının sağladığı ortam hakkında endişe duymaktadır ([http-12](#); [http-13](#); [http-14](#); [http-15](#); Riley, 2020).

Pazarlama alanında her ne kadar vekaleten verilen kararlar çerçevesinde ele alınmasa da hediye verme ve örgütsel karar alma davranışı temelde bu çerçevede değerlendirilebilir. Ancak her iki davranışta da sınırlı bir risk üstlenme durumu söz konusudur. Diğer taraftan ebeveynlerin özellikle de annelerin çocukları adına verdikleri uç kararların, vekaleten karar verme sürecini daha iyi yansıtabileceği düşünülmektedir. Sonuç olarak, anneler hamileliklerinden itibaren çocukları karar verme bilincine sahip olduğu döneme kadarki süreçte bu uç kararlarını ocuk adına vekaleten vermektedirler.

Dolayısıyla bu araştırma, annelerin, çocukları adına aldıkları veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk kararları süreçlerini kapsamaktadır. Bu kapsamda, annelerin vekaleten karar verme süreci, tüketici deneyimi ve bu alanda yeni bir yapı olan tüketici yolculuğu çerçevesinde incelenecektir.

1.3. Amaç

Bu araştırma, annelerin vekaleten çocukları adına karar verme davranışını anlamayı ve modellemeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın alt amaçları şunlardır:

- Annelerin vekaleten (çocukları adına) karar verme sürecinin aşamalarını ortaya çıkarmak,
- Bu süreçte etkili olan unsurları belirlemek,
- Annelerin karar süreçlerinden yola çıkarak vekaleten karar verme davranışını modellemeyi amaçlamaktadır.

Bu bağlamda araştırma soruları aşağıdaki şekildedir:

- Vekaleten karar verme süreçleri nasıl oluşmaktadır ve bu süreç içindeki adımlar nelerdir?
- Vekaleten karar verme süreçlerini etkileyen unsurlar nelerdir?
- Vekaleten karar verme süreçlerini etkileyen unsurların birbiriyle ilişkisi nasıldır?
- Vekaleten karar verme süreçleri nasıl modellenebilir?

1.4. Özgün Değer

Literatürde çocuğun ailenin satın alma karar süreci içindeki rolü üzerine çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Çocukların satın alma karar sürecindeki rolü ve etkisi büyüdükçe (Dal ve Dal, 2015; Kaur ve Singh, 2006; Solomon, 2018) bu alanda yapılmış çalışmaların da arttığı görülmüştür (Ali ve Batra, 2011; Bao vd., 2007; Baydaş vd., 2008; Caruana ve Vassallo, 2003; Cengiz, 2009; Chaudhary, 2013. Ayrıntılı bilgi için bkz. 2.1.3. *Pazarlama literatüründe vekaleten karar verme bağlamı*). Bununla birlikte son dönemde giderek dikkat çekmeye başlayan bir diğer konu da annelerin çocukları için yaptıkları satın alımlar ve bunun altında yatan motivasyonları belirleme çabalarıdır (Akgül, 2019; Baybars ve Dedeoğlu, 2019; Moryossef, 2014; Moryossef ve Shtokman,

2018; Jorge vd., 2021; Ouvrein, 2022). Bu çalışmalar incelendiğinde, konuya bütüncül bir karar davranışı olarak bakılmadığı, daha ziyade konuya annelerin benlik genişletme süreçleri ya da gösterişçi tüketim gibi sınırlandırılmış bir perspektiften yaklaşıldığı görülmüştür. Ancak annelerin çocukları adına gerçekleştirdikleri karar alma davranışı bütünüyle kişinin kendisi için verdiği kararlardan farklı bir yapıdadır. Bu anlamda bir başkası adına karar verme söz konusudur ve karar davranışı da bu açıdan değişiklik göstermektedir. Yine tüketicinin karar verme sürecinde izlediği davranış/karar tipi açısından konuya bakıldığında yoğun sorun çözme davranışını ön plana çıkar. Bu tür bir sorun çözme daha az ya da hiç deneyimin olmadığı, daha az gerçekleştirilen, yüksek risk algılandığı, daha yoğun bilişsel çaba gerektiren durumlarda ortaya çıkmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2015, s. 339). Nitekim bu araştırmanın konusu olan uç karar durumları yoğun sorun çözmenin de (algılanan risk, deneyim durumu/ilk defa çocuk adına böyle bir karar alınmakta, kapsamlı araştırma, düşünme ve değerlendirme süreci) ötesindedir. Bir başkası adına üst düzeyde yoğun sorun çözme durumu, karar davranışı açısından farklılıklar getirmektedir.

Sağlık ve ekonomi literatürleri içinde konunun “vekaleten karar verme süreci” başlığı altında ele alındığı ve alanda çok sayıda çalışma yapıldığı görülmektedir. Vekaleten karar verme bağlamının en çok araştırıldığı alanların başında gelen sağlık bilimlerinde, bu konu genellikle sağlık etiği ile tedavi ve tıbbi müdahale kararları çerçevesinde yoğunlaşmıştır. Sağlık etiği alanında; çocuk adına verilen sağlık kararlarında karar vericinin etiği (Brown, 2022; Braun ve Krutzinna, 2022; Damjanovic vd., 2019), vekil karar verici üzerine model tasarımları (Shepherd vd., 2022a, Shepherd vd., 2022b), ebeveynlerin ve yasal temsilcilerin vekaleten karar verici olarak yüksek risk içeren tedavi ve ameliyat kararlarına ilişkin davranışları (Beresford ve Sloper, 2008) gibi çalışmalar yapılmıştır. Tedavi ve tıbbi müdahale kararlarına yönelik ise çocukların ameliyat, medikal ve psikolojik tedavi kararları (Forsythe, 2022; MacNevin vd., 2022; Lipstein vd., 2011) ve çocukluk çağı aşılılarıyla ilgili vekaleten karar vermeye yönelik çalışmalar (Asch vd., 1994; Meszaros vd., 1996; Jackson vd., 2011; Brown vd., 2012; Damjanovic vd., 2018; Dutta vd., 2020; Kolodziejcki, 2020) bulunmaktadır. Vekaleten karar verme bağlamının araştırıldığı ekonomi literatüründe ise çalışmalar sağlık literatürüne kıyasla nispeten daha sınırlı olmakla birlikte, alanda yapılmış çalışmalar genellikle yatırımlardaki risk faktörüne odaklanmıştır (Polman, 2012; Mengarelli vd., 2014; Hung ve Tangpong, 2010).

Pazarlama literatürü içinde ise vekaleten karar verme üzerine herhangi bir kavramsallaştırma ya da çalışma henüz bulunmamaktadır. Ancak pazarlama literatürü içerisinde yer alan hediye verme davranışı (Clarke ve McAuley, 2010; Holiday vd., 2018; Garner ve Wagner, 1991) ve örgütsel satın alımlar (Streuken vd. 2011, Krijestorac vd. 2021), başkası adına karar alma bağlamında değerlendirilebilir. Bir diğer konu ise ebeveynlerin çocuğa yönelik aldıkları ürün ve hizmet kararlarıdır. Her ne kadar çocuğa yönelik alınan ürün ve hizmet kararlarına dair çok sayıda çalışma (Hastürk, 2012; Gelperowic ve Beharrell, 1994; Kılıçer ve Uğur, 2017; Lucas-Thompson vd., 2017; Giray vd., 2022; Avcu, 2015; Bolışık vd., 2014; Darian, 1998; Köksal 2007; Prendergast ve Wong, 2003. Ayrıntılı bilgi için bkz. 2.1.3. *Pazarlama literatüründe vekaleten karar verme bağlamı*) bulunsa da bu kararlar vekaleten karar verme bağlamında ele alınarak araştırılmamıştır.

Annelerin çocukları için vekaleten verdikleri kararlar büyük bir alan oluşturmakta ve giderek daha fazla araştırmacının dikkatini çekmektedir. Tüketici olarak kadınların davranışlarını motive eden çeşitli faktörler olsa da çocuk sahibi olmak, kadınların yaşam tarzları ve tutumları üzerinde derin etkilere sahiptir. Bir ürün veya hizmetin ailenin küçük üyesini yani çocuğu etkilemesi durumunda “anne faktörü” en yoğun şekilde ortaya çıkar ve bu durum annenin davranışlarında değişikliğe sebep olur (Coffey vd., 2006, s. 2). Bu değişikliklere sadece çevreye gösteriş yapma ya da benlik genişletme süreçlerinden bakılması, davranışın değişimini anlamamız önünde önemli bir engel oluşturur. Öte yandan annenin çocuğu adına verdiği kararlarda -özellikle de toplumun çoğunluğunun aksine verdiği kararlarda- bir başka canlının sorumluluğunu üstlenme en yoğun şekilde ortaya çıkmaktadır. Özellikle günümüzde de giderek daha fazla anne çocuğunu vegan, aşısız ve okulsuzluk yetiştirme kararları almaktadırlar (detaylı bilgi için bkz. 1.2. *Araştırmanın Konu ve Kapsamı*). Bu tür uç kararlarda alışılmış kararların aksine, anneler daha yoğun sorumluluk üstlenmekte ve bu kararların alınma sürecinde de kararın çocuğun hayatını etkileme potansiyelinden dolayı da risk algılamaktadır. Bu durum, çocuk adına verilen kararların yapısı üstünde büyük değişikliklere yol açmaktadır. Bu nedenle **bu araştırma annelerin uç kararlarını “vekaleten karar verme” olarak kavramsallaştırması (pazarlama alanında böyle bir kavramsallaştırmaya ulaşamamıştır) ve bu süreci modellemesi açısından önemli bir özgün değer taşıma potansiyeline sahiptir.**

Literatürde “tüketici yolculuğu” modeli oldukça yeni ortaya çıkan bir yaklaşımdır. Tüketici yolculuğuna dair literatürde bazı temel modeller (Court vd., 2009; Vazquez vd., 2014; Batra ve Keller, 2016, Siebert vd., 2020, Lemon ve Verhoef, 2016) bulunmaktadır. Tüketici yolculuğu çerçevesinde hizmet deneyimi (Rosenbaum vd., 2017; Voorhees vd., 2017; Halvorsrud vd., 2016), ürün deneyimi (Wolny ve Charoensuksai, 2014), etkileşim noktaları (Stein ve Ramaseshan; 2016), dijital deneyim (Parise vd., 2016), daha sınırlı sayıda ise ilaç tedavisinde tüketici deneyimi (Nakata vd., 2019) ve tüketici iş yolculuğu (Bettencourt vd., 2022) alanlarında araştırmalar yapılmıştır. Fakat bu model çerçevesinde annelerin karar ve davranışlarını bütünlüklü olarak ele alan bir çalışmaya ulaşılamamıştır. **Dolayısıyla bu araştırma, annelerin karar sürecini bütünlüklü bir deneyim süreci olarak incelemesi ve sunması açısından da özgün değer taşımaktadır.**

Özellikle annelerin yoğun sorumluluk üstlenerek çocukları adına aldıkları uç kararlarla (veganlık, aşısızlık, okulsuzluk) ilgili yapılmış bir çalışma da bulunmamaktadır. Bu açıdan bu araştırma, annelerin vekaleten (çocukları adına) verdikleri uç kararları (karar sürecinin oluşumu ve süreci etkileyen faktörler açısından) derinlemesine inceleyerek, pazarlama literatüründeki boşlukları doldurup literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Araştırmanın, sonuçları doğrultusunda, vekaleten karar verme bağlamının sunulması pazarlama literatüründeki teorik boşluğu doldurması öngörülmektedir.

2. ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

2.1. Vekaleten Karar Verme Süreci

Annelerin çocukları adına karar verme sürecinin araştırıldığı bu tezde, “vekaleten karar verme süreci”; çocukların karar verme yetisine henüz tam olarak kavuşamadığı yaşlarda çocuğun yaşamında önemli etkiye sahip olabilecek veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk kararlarının anneler tarafından verilmesi biçiminde ele alınmıştır.

Vekaleten karar vermenin (*proxy decision making/ surrogate decision making*) literatürde farklı alanlarda incelendiği görülmektedir. Bu nedenle aşağıda vekaleten karar vermenin farklı disiplinlerde ne anlama geldiğine, nasıl ele alındığına yer verilmiş ve bu alanlarda yapılmış çalışmalara değinilmiştir.

2.1.1. Sağlık literatüründe vekaleten karar verme

Vekaleten karar verme, en yoğun biçimde, sağlık bilimleri alanında çalışılmıştır. Günümüzde artan sağlık sorunları neticesinde bir başkası adına karar verme giderek daha önemli hale gelmektedir (Wrigley, 2018, 322). Sağlık literatüründe vekaleten karar veren kişi yani “vekil”; karar verme kapasitesi olmayan hastalar bakımından onlar adına sağlık kararlarını alacak ya da onlar adına onam verecek kişi olarak tanımlanmaktadır. Bu hastalar ya hiç karar verme kapasitesine (çocuklar ve doğuştan zihinsel engelli olanlar) sahip değildir ya da çeşitli tıbbi veya psikolojik problemler nedeniyle kapasitelerini kaybetmiştir (Devettere, 2010, s. 99).

Sağlıkla ilgili bu konular vekil karar vericilerle ilgili çeşitli sorunları beraberinde getirmiş ve bu durum literatürdeki çalışmaların sağlık etiği alanında yoğunlaşmasına sebep olmuştur. Karar verilecek kişi bir başkası olduğunda; kararı kimin vereceği, nasıl karar verileceği, onayın ne zaman alınacağı gibi problemler öne çıkmaktadır (Wrigley, 2018, 322; Amery vd., 2009, s. 310). Karar vericinin kim olacağı noktasında temel bir yaklaşım bulunmaktadır. Buna göre iki tür seçenek mevcuttur; vekil karar verici atamak ya da tıbbi direktif oluşturmak (Wrigley, 2018, 324). Başka bir kişi adına karar verme yetkisini üstlenmek üzere atanan vekil; aile üyelerinden biri, arkadaş, iş ortağı, yasal temsilci, doktor veya etik kurul olabilir (Wrigley, 2018, 324; Hardwig, 2007). Tıbbi direktif ise hastanın geleceğe dönük olarak tıbbi bakımla ilgili isteklerine ilişkin sözlü veya yazılı beyanlarıdır (Cerminara, 2009, s. 110).

Vekil olarak aile üyelerinin atanması geleneksel bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin; eşler açısından birbirleri, çocuklar bakımından ise ebeveynler ilk tercih edilen vekillerdir (Devettere, 2010, s. 100). Özellikle çocukların karar verememeleri veya karar verme sürecine katılabilecekleri ancak tam olarak yetkin olmadıkları durumlarda, başkaları onlar adına karar vermek zorundadır. Bu durumlarda vekil karar vericiler olarak hareket edenler çoğunlukla ebeveynlerdir. Çünkü ebeveyn çocuk adına karar verirken inanç ve değerlerinden yola çıkacağından, en iyi bilgi kaynağı olarak ailesinin de içinde bulunduğu kültürel grup ve normları görecektir. Etik açıdan da bu durum ebeveyn ve çocuğun yararına uygun olacaktır (Amery vd., 2009, s. 310).

Vekilin nasıl karar vereceği noktasında en iyi çıkar ilkesi (*the best interest principle*) gündeme gelmektedir. En iyi çıkar ilkesi; vekil olarak atanan kişinin, karar verme kapasitesinden yoksun olan bir başka birey adına onun iyiliğini-esenliğini en üst düzeye çıkaracak şekilde hareket etmesi anlamına gelmektedir. Bu ilke, vekillerin başkası adına hangi koşullar altında ve nasıl karar vereceklerine rehberlik eder (Buchanan ve Brock, 1998; Hardwig, 2007; Sorrell, 2014, s. 431).

Özetle sağlık literatüründe, ağırlıkla vekaleten karar verme sürecine ilişkin olarak vekil karar vericinin kim olduğu ve bu karar vericilerin başkası adına nasıl karar alacağı ve nihayetinde bu konuların doğurduğu etik ve yasal sonuçlar ele alınmıştır. Konuya ilişkin olarak sağlık literatüründe öne çıkan çalışmalara aşağıda değinilmiştir.

Sağlık etiği alanında; vekaleten verilen kararlarda en iyinin ne olduğuna dair kavramsal çerçevenin eksikliği ve vekil karar verici üzerine model tasarımları (Shepherd, 2022; Shepherd vd., 2022a, Shepherd vd., 2022b), tedavi kararlarında vekaleten karar vermenin zorlukları (Yuanli vd., 2022), daha özelden ise psikiyatri hastalarına COVID-19 aşısı yaptırmada etik (Ross vd., 2022), çocuk adına verilen sağlık kararlarında karar vericinin etiği (Brown, 2022; Braun ve Krutzinna, 2022; Damjanovic vd., 2019), ebeveynlerin ve yasal temsilcilerin vekaleten karar verici olarak yüksek risk içeren tedavi ve ameliyat kararlarına ilişkin davranışları (Beresford ve Sloper, 2008) ve annelerin çocuklarını klinik araştırmalara dahil etme kararı (Rostami vd., 2022) hakkında çalışmalar bulunmaktadır.

Tedavi ve tıbbi müdahale kararlarına ilişkin olarak: Alzheimer (Dunn vd., 2011; Lung Choo vd., 2022), demans (Kim vd., 2011), osteoporoz (Colon-Emeric, vd., 2022),

yaşam destek tedavisi (Kim vd., 2021) kanser tedavisi (Hynes, 2022), daha özelde çocukların ameliyat, medikal ve psikoloji tedavi kararları (Forsythe, 2022; MacNevin vd., 2022; Lipstein vd., 2011) hakkında çalışmalar yer almaktadır. Vekaleten çocukluk çağı aşılarna dair karar vermeye yönelik çalışmalar (Asch vd., 1994; Meszaros vd., 1996; Jackson vd., 2011; Brown vd., 2012; Damnjanovic vd., 2018; Dutta vd., 2020; Kolodziejcki, 2020) bulunmaktadır.

2.1.2. Ekonomi literatüründe vekaleten karar verme

Vekaleten karar vermeye yönelik çalışmaların olduğu bir diğer alan ise ekonomidir. Ekonomi biliminde vekaleten karar verme, bir birey ya da kurum kazanç/risk içeren yatırım kararlarını bir başkası/fırma adına alacağı zaman ortaya çıkmaktadır. Günümüzde her ne kadar internet yatırım kararlarının verilmesinde önemli bir etkiye sahip olsa da bilgi eksikliği olan bir bireysel yatırımcı bu tarz kararları alırken uzmanlara danışma ihtiyacı hissedebilmektedir (Sadighi vd., 2022). Örneğin; bir ürünü fiyatlandırma kararı genellikle üreticiler adına pazarlama uzmanları veya vekil karar vericiler olarak perakendeciler tarafından verilir (Kim ve Schnall, 2021).

Ekonomistler vekaleten karar verme sürecine rasyonel bir pencereden bakarak, insanların kendilerine kıyasla başkaları adına verdikleri kararlarda daha az riskten kaçındıklarını öne sürmüşlerdir (Polman, 2012; Mengarelli vd., 2014). Bireylerin kendileri adına verdikleri kararlarda ise çıkarlarını en üst düzeye çıkarabilmeyi amaçladıklarını belirtmişlerdir (Polman, 2012).

Ekonomi alanında yatırım kararlarında risk yoğunluğu, risk algısı, kayıptan kaçınma eğilimi ve kazanç eğilimi her ne kadar yoğun biçimde çalışılmış olsa da vekaleten karar verme perspektifinde yapılan araştırmaların görece daha az olduğu ifade edilebilir. Bu perspektifte yapılan çalışmaların ise daha çok bir bireyin başkası adına vekil karar verici olarak risk alma eğilimiyle ilgili olduğu görülmüştür. Mengarelli vd. (2014), bireyin kendisine kıyasla başkası adına karar aldığında kayıptan kaçınma olasılığının azaldığını; Polman (2012), bireyin kendisi adına verdiği ekonomik kararlarda önlem odaklı başkası adına verdiği ekonomik kararlarda ise kazanç odaklı olduğunu ortaya koymuş; Hung ve Tangpong (2010), şirket adına verilen kararlarda risk yoğunluğunu araştırmıştır. Öte yandan Zhao vd. (2021) vekaleten verilen ekonomik kararlarda zaman faktörünün seçime etkisini; Oliveira ve Jacobson (2020), bireyin kendisi adına aldığı kararlar ile vekaleten aldığı kararlar arasındaki sosyal mesafe

etkisini; Kim ve Schnall (2021) ise başkası adına karar verirken fiyatlandırma kararlarına ilişkin sosyal mesafe olgusunu araştırmıştır.

2.1.3. Pazarlama literatüründe vekaleten karar verme bağlamı

Pazarlama bağlamında vekaleten karar verme sürecine özgü net bir çerçeve olmasa da hediye verme davranışı ve işletmenin satın alma süreci bu bağlamda ele alınabilir. Aynı doğrultuda, ebeveynlerin çocukları adına ürün, hizmet satın alma ve tüketim kararları da bu bağlamda değerlendirilebilir.

Hediye verme davranışı, geçmişten günümüze insanlar arası iletişimde temel bir role sahiptir. Hediye seçimleri aracılığıyla hediye veren kişiler, hediyenin alıcısıyla olan bağlarını tanımlayabilir ve güçlendirebilir. Aslında hediye verme davranışı, hediye veren kişinin ilişkiye bakış açısını sembolize eder ve ekonomik değeri olan sosyal bir alışverıştır (Ward ve Chan, 2016, s. 398; Solomon, 2018, s. 528).

Belk (1979)'e göre hediye vermenin dört işlevi bulunur; önemli yaşam olaylarını sembolize etmek, kişiler arası ilişkiler kurmak ve sürdürmek, ekonomik bir alışveriş ortamı yaratmak ve çocukları toplumsal normlara göre sosyalleştirmek. Hediye verme davranışı gönüllü ya da zorunlu bir biçimde ortaya çıkabilir. Her iki durum açısından hediye verme davranışının biçimi ve sonucu farklılaşabilir (Belk, 1979; Goodwin vd., 1990). Temel olarak bu durumlar arasında farklılaşan unsur, hediye verenin hissettiği yükümlülük duygusudur (Goodwin vd., 1990).

Goodwin vd. (1990), hediye seçim sürecinde etkili olan faktörleri; ürün kategorisi, zaman ve para kısıtlamaları, arama davranışı ve bireyin motivasyonu olarak ifade etmiştir. Vekaleten karar verme bağlamında aslında hediye veren kişi, bir başkası adına hediye olarak ona sembolik bir değer sunmaktadır. Nitekim Belk (1982), konu hakkında, bireyin kendisi için bir ürün satın alması ile başkaları için hediye satın alması arasındaki özellikle satın alma stratejiler bakımından önemli farklar olduğunu belirtmektedir.

Çalışma konusuyla bağlantılı olarak; ebeveynlerin çocukları için hediye seçimi kararları (Clarke ve McAuley, 2010; Holiday vd., 2018) ve hane halkı arasında hediye vermenin ekonomik boyutları (Garner ve Wagner, 1991) örnek çalışmalardan bazılarıdır.

İşletmenin satın alma süreci ise şu şekilde ifade edilmektedir: Ticari alıcıların, kuruluşları adına hangi ürün ve hizmetleri satın alması gerektiğini belirlediği ve ardından alternatif tedarikçiler ve markalar bulduğu, değerlendirdiği ve aralarından seçim yaptığı bir karar sürecidir (Kotler ve Armstrong, 2016, s. 198). İşletmelerin satın alma süreçlerine yönelik pazarlama literatüründeki araştırmalar ekonomi alanındaki çalışmalarla bazı açılardan benzerlik göstermektedir. Örneğin; Streuken vd. (2011, s. 155), endüstriyel bir pazarda yatırım yaparken; karlılığı en üst düzeye çıkarmak için neler yapılacağına, yatırımın getirisinin ne olacağına ve yatırım stratejisinin ne kadar risk barındıracağına dair çıkarımlar yapmaktadır. Krijestorac vd. (2021) ise işletme adına satın alıcıların/karar vekillerinin, riski azaltma ve satın alma kararlarını basitleştirme yollarını değerlendirmekte ve işletme adına karar vermede dijital bilgi kaynaklarının rolüne değinmektedir.

Endüstriyel pazarlarda satın alma sürecindeki taraflar ise şunlardır; kullanıcılar (*user*), etkileyiciler (*influencers*), satın alıcılar (*buyers*), karar vericiler (*deciders*) ve bilgi ağını denetleyenler (*gatekeepers*). Bu süreçte işletme adına satın alıcılar genellikle karar verici konumdadırlar. Karar vericiler; işletmenin satın alma merkezinde, nihai kararı vermede resmi/gayri resmi güce sahip olan kişilerdir (Kotler ve Armstrong, 2016, s. 202). Vekaleten karar verme bağlamında bakıldığında, işletmede satın alıcı ve/veya karar verici konumundaki kişiler aslında nihai olarak şirket adına birçok sorumluluk ve riski üstlenmektedirler. Bu kişiler vekil olarak ifade edildiğinde de işletmede pazarlama kararlarının alınma sürecinde; işletme için en uygun ve en karlı seçeneği seçme yönünde hareket etmeye çalışmaktadırlar.

Literatürde ebeveyn/aile kararlarında çocuğun dahil üzerine çok sayıda çalışma bulunmakla birlikte ebeveyn ya da ailenin çocuğu dahil etmedikleri ama çocuk için alınan karar süreçleri üzerine pazarlama alanında çok sınırlı sayıda çalışma olduğu görülmüştür (Prendergast ve Wong, 2003). Dolayısıyla tüm sorumluluğun ve karar yetkisinin ebeveyn üzerinde olduğu (çocuğun karar verme bilincine eriştiği döneme kadar) sürece yönelik bir araştırmaya pazarlama alanında ulaşılamamıştır. Bu sürece farklı literatürlerde “vekil olarak karar verme davranışı” adı verildiği görülmüştür (detaylı bilgi için bkz. 2.1.1. *Sağlık literatüründe vekaleten karar verme*, 2.1.2. *Ekonomi literatüründe vekaleten karar verme*). Pazarlamada ise vekil karar verme süreci olarak tanımlanmış bir yaklaşıma ulaşılamamıştır. Pazarlama bilimi açısından konuya

bakıldığında yukarıda da değinildiği üzere bireyler hediye alırken ya da çalıştığı işletme adına satın alımlar yaparken benzer türde kararları verebilmektedir. Benzer türde olsa da bu tür kararlarının güdüleyicileri oldukça farklıdır. Her karar birey ve bireyin içinde bulunduğu bağlama göre şekillenir ve böylece karar verme süreci farklılaşır (Solomon, 2018). Bu doğrultuda pazarlama literatüründe ebeveyn kararları üzerine yapılan çalışmalara aşağıda yer verilmiştir.

Pazarlama bağlamında, satın alım ve tüketim kararları bakımından anlaşılması gereken önemli paydaşlardan biri de ebeveynlerdir. Günümüzün değişen dünyasında ebeveynlerin tüketim tercihleri değişmekte ve satın alma davranışları farklılaşmaktadır. Tüketicinin değişen dünyasında roller, benlikler, risk algıları, tutumlar ve diğer unsurlar tüketime yeni boyutlar getirerek karar süreçlerini farklılaştırmaktadır (Solomon, 2018). Nitekim ebeveynlerin satın alım ve tüketim kararları literatürde ilgi gösterilen bir konu olmuştur. İlgili literatür incelendiğinde ebeveyn satın alım ve tüketim kararlarında; çocuk, genç, eş, ebeveyn stili, aile yapısı ve güç ilişkisi etkisi üzerine yapılan birçok araştırmanın olduğu görülmüştür. Bunlardan bazıları şunlardır: Ali ve Batra, 2011; Bao vd., 2007; Baydaş vd., 2008; Caruana ve Vassallo, 2003; Cengiz, 2009; Chaudhary, 2013; Chaudhary, 2016; Chaudhary ve Gupta, 2012; Chikwecke vd., 2012; Darley ve Lim, 1986; Dotson ve Hyatt, 2005; Douglas, 1993; Ekstrom vd., 1987; Ekström, 2007; Flurry, 2007; Foxman vd., 1989; Guneri vd., 2009; Hamilton, 2009; Hamilton ve Catterall, 2006; Kaur ve Sing, 2006; Lackman ve Lanasa, 1993; Lee ve Beatty, 2002; Lee ve Collins, 2000; Mangleburg, 1990; Martensen ve Grønholdt, 2008; Martinez ve Polo, 1999; Ndubisi ve Koo, 2006; Sharma ve Sonwaney, 2014; Shoham ve Dalakas, 2003; Shoham ve Dalakas, 2006; Sondhi ve Basu, 2014; Swinyard ve Sim, 1987; Thomson vd., 2007; Tinson vd., 2008; Wisenblit vd., 2013; Wut ve Chou, 2009; Xia vd., 2006.

Literatürde ebeveynlerin çocukları ile ilgili belirli türde karar ve davranışlarını inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır. Bu çalışmalar şu şekilde sınıflandırılabilir: Aşı üzerine kararlar (Allen vd., 2010; Deml vd., 2021; Griffioen vd., 2012; Niederhauser vd., 2001; Smith vd., 2022; Sturm vd., 2005; Tickner vd., 2007), çocuk bakımı üzerine kararlar (Chaudry vd., 2010; Fulmer, 1997; Rose vd., 2013; Rose ve Elicker, 2008; Wadhawan ve Seth, 2018), mama ve emzirme kararları (Horwood vd., 2022; Ahmad vd., 2022), çocuk mobilyası satın alma üzerine kararlar (Hastürk, 2012), gıda satın alma

davranışı (Gelperowic ve Beharrell, 1994; Kılıçer ve Uğur, 2017; Lucas-Thompson vd., 2017; Noble vd., 2007; Sezgin, 2008; Suwandinata, 2011; Tadesse vd., 2021; Vyas, 2008), organik gıda satın alma davranışı (Giray vd., 2022), oyuncak satın alma davranışı (Avcu, 2015; Bolışık vd., 2014; Kurdi, 2017; Sakar ve Karaduman, 2018), kıyafet satın alma kararları (Darian, 1998; Köksal 2007; Prendergast ve Wong, 2003). Belli türde konular ise az sayıda çalışılmıştır: İlk annelik deneyiminde moda ilgilenimi (Moryossef, 2014; Moryossef ve Shtokman, 2018), annelerin tüketici harcamaları üzerinde öz kontrolü (Baybars ve Dedeoğlu, 2019), annelerin genişletilmiş benlikleri ile gösterişçi tüketimleri (Akgül, 2019) ve anne influencer davranışı (Jorge vd., 2021) ve anne influencer davranışı açısından sosyal medyada özyeterlilik algısının ölçülmesi (Ouvrein, 2022).

Yukarıda da değinildiği üzere, pazarlama literatüründe ebeveynlerin satın alma davranışlarıyla ilgili yapılan çalışmalar olmakla birlikte bu çalışmalar genellikle satın alma ve tüketim kararlarında çocuk, ebeveyn, eş, aile yapısı, güç ilişkileri etkisi vb. üzerinde yoğunlaşmış; ilk annelik deneyiminde moda ilgilenimi, annelerin tüketici harcamaları öz kontrolü, annelerin genişletilmiş benlikleri ile gösterişçi tüketimleri ve anne influencer davranışları gibi konular ise daha az sayıda çalışılmıştır. Yine yapılan çalışmaların çoğunda çocuğun tüketici olarak sosyalleşmesi üzerine vurgu yapılarak daha ileri yaştaki çocuklara odaklanılmıştır. Çalışmalarda, yaş aralığı bebeğin doğumundan başlayarak ergenlikten gençliğe değin uzanmaktadır. Günümüz dünyasındaki gelişmeler dikkate alındığında, çocuklar daha küçük yaşlarda karar sürecini etkileme potansiyeline ve sürece dahil olmaya başlamaktadırlar. Çocuğun yaşı arttıkça satın alma karar sürecinde artarak söz sahibi olmaya başladığı gerçeği literatürde de (Dal ve Dal, 2015; Kaur ve Singh, 2006; Solomon, 2018) desteklenmiştir. Bu bağlamda, ebeveynlerin özellikle annelerin neredeyse tüm sorumluluğu üstlenerek çocukları adına önemli kararlar verdikleri, çocuğunun tek başına karar alamadığı dönemlerinde karar verme sürecinin nasıl oluştuğunu ve nelerden etkilendiğini bütünsel bir bakış açısıyla ve derinlemesine inceleyen bir araştırmaya ulaşılammıştır.

2.2. Tüketici Davranışı Modelleri

Tüketicinin satın alma karar sürecinin yapısı ve tüketici davranışları, geçmişten günümüze, giderek artan hızda çalışılmaya devam eden bir konu olmuştur (Stankevich, 2017). Tüketicilerin satın alma kararlarını verirken nasıl davrandığını ve bunun altında

yatan nedenleri bilmek, firmaların pazarlama stratejilerini geliştirmesine katkı sağlaması sebebiyle de önemli bir çalışma alanı olarak dikkat çekmektedir (Stankevich, 2017, s. 7). Tüketicinin davranışını anlamaya yönelik modeller, literatürde, klasik (açıklayıcı) ve modern (tanımlayıcı) olmak üzere iki ana başlık altında sınıflandırılmaktadır (Yorgancılar, 2015, s. 20; Kiracı, 2014, s. 154; Korkmaz vd., 2017, s. 286):

- Klasik (Açıklayıcı) Modeller
 - Marshall'ın Ekonomik Modeli
 - Kara Kutu Modeli
 - Pavlov'un Öğrenme Modeli
 - Freud'un Psikoanalitik Modeli
 - Veblen'in Sosyo-Psikolojik Modeli
- Modern (Tanımlayıcı) Modeller
 - Nicosia Modeli
 - Howard ve Sheth Modeli
 - Engel, Kollat ve Blackwell Modeli

Tüketici davranışına yönelik klasik modellerden biri olan Marshall'ın ekonomik modeli; bireyin sınırlı bütçesiyle maksimum fayda sağlamaya yönelik satın alım yapacağını belirtmektedir. Tüketici davranışının sadece rasyonel yönü üzerine odaklanmıştır (Korkmaz vd., 2017, s. 288-289). Kara kutu modelinde ise Kurt Lewin'in davranışın kişi ve çevrenin bir işlevi olduğu hipotezi temel alınmıştır (Berkman ve Lieberman, 2011, s. 9). Buna göre; zihin, uyarıcı ve tepki arasında yerleşmiş ve dışarıdan görülmez kara bir kutudan ibarettir (Cohen, 2019, s. 46). Zihinsel süreçler, gözlemlenemeyen bir kara kutuda meydana geliyormuş gibi görülür (Berkman ve Lieberman, 2011, s. 1). Modele göre, kişinin psikolojik süreçleri ve diğerleriyle kurduğu etkileşim, tüketicinin davranışlarını belirlemektedir (Kiracı, 2014, s. 155). Tüketici karşılaştığı uyarıcılara kişisel ve çevresel unsurların etkisinde tepki gösterecektir, gözlemlenemeyen etkilerin oluşumu yani kara kutu, tüketicinin kişisel özellikleri, karşı karşıya kaldığı uyarıcılar, tüketicinin verdiği tepkilerle anlaşılabilir (Odabaşı ve Barış, 2015, s. 48). Bir diğer klasik teori olan Pavlov'un öğrenme modeli ise çağrışımsal koşullama olarak da ifade edilir ve belirli bir uyarana karşı belirli bir şekilde tepki vermeye koşullandırılan bir öğrenme biçimini açıklar (Cohen, 2019, s. 47). Tüketici davranışları açısından satın alma noktasında uyarıcıların kullanılması (Odabaşı

ve Barış, 2015 s. 80), reklamda mesajı, müziği ve bunların tekrarı, ünlü kişilerin reklamlarda kullanılarak uyarının genellenmesi, aile markalama, şemsiye markalama gibi uygulamalarla uyarıyı ayırt etme stratejileri biçiminde yararlanır (Koç, 2016, 201-205). Diğer bir klasik teori olan Freud'un psikoanalitik kuramına göre kişilik; kişilerin, bilinçli olarak farkına varamadıkları bir takım bilinç altı öğelerden oluşur. Kişiliğin üç temel birimi id, ego ve süperego'dur (Odabaşı ve Barış, 2015, s. 192). Bu bileşenlerin etkileşiminin ürünü insan davranışıdır. Aralarındaki benzersiz denge, farklı kişilik özelliklerini açıklar (Neeley, 1973, s. 27). Pazarlama bağlamında bu modelin en önemli sonuçlarından biri, tüketicinin bir ürünün sembolik yönlerinden etkilendiğinin fark edilmesidir (Neeley, 1973, s. 30). Klasik teorilerden bir diğeri olan Veblen'in sosyo-psikolojik modelinde ise bireylerin davranışları sosyolojik faktörlerle açıklanmaktadır. Modele göre, insan yaşadığı toplumun kültürel değerlerinden etkilenen sosyal bir canlıdır (Korkmaz vd., 2017, s. 291).

Klasik modellerin yanı sıra tüketici davranışlarını anlamaya yönelik modern modeller de bulunmaktadır. Bunlardan biri Nicosia modelidir. Bu modelde, tüketici karar sürecini ve davranışını açıklamada simülasyon tekniklerinin daha etkili olduğu belirtilmiş ve satın alma anından öte satın alma öncesi ve sonrasına kadar uzanan karar sürecine bütünlemesine odaklanılmıştır. Modelde mesajın içselleştirilmesi, bilgi arama, tarama ve değerlendirme, satın alma güdüsünün satın alma hareketine dönüşümü ve ürünün alınması, stok edilmesi, kullanımı olmak üzere dört alan bulunmaktadır (Koç, 2016, s. 487). Model, tüketici özelliklerindeki değişimi; bir ürünü değerlendirme, seçme, satın alma ve kullanma deneyimi açısından gösterir (Chowdhury, 2010, s. 79). Modern teorilerden bir diğeri ise Howard ve Sheth modelidir. Modele göre satın alıcı davranışı; girdi değişkenleri (ticari-sosyal), çıktı değişkenleri (dikkat, marka karşılaştırma, tutum, niyet, satın alma), varsayımsal yapılar (öğrenme ve algısal yapılar) ve dışsal değişkenler olmak üzere dört yapı kümesinden oluşur. Model, tekrar satın alma unsuruna odaklanarak, belirli bir süre boyunca satın alma davranışının dinamiklerini tanımlar. Aslında bu model bir kişinin güdülleri ve algıları olduğunu ve öğrenmeye yol açan bir satın alma kararı verebileceğini göstermektedir (Chowdhury, 2010, s. 67-69-70). Yine model bağlamında tüketici rutin, sınırlı ve yoğun çözüme davranışları göstererek karar almaktadır (Kiracı, 2014, s. 159). Tüketici davranışını anlamada bir diğeri modern teori olan Engel, Kollat ve Blackwell modelinde ise çok sayıda değişkenin etkileşimi, tüketicinin satın alma ile ilgili uyarana maruz kalması ile

nihai karar sonuçları arasında gösterilmesi nedeniyle çoklu model olarak da bilinir. Bu model problemi tanımlama, dışsal arama, alternatif değerlendirme, satın alma ve satın alma sonrası değerlendirme olmak üzere beş ana aşamadan oluşmaktadır (Chowdhury, 2010, s. 79). Özetle modern modeller, satın alma kararının nasıl verildiğine, bu kararı etkileyen unsurlara odaklanmakta ve tüketicuyu sorun çözücü, bilgi işlemci olarak görmektedir (Korkmaz vd., 2017, s. 292). Klasik modeller ise davranışın nedenini güdüler ile açıklar, psikolojik değişkenlere odaklanır (Korkmaz vd., 2017, 288).

Yukarıdaki sınıflandırmanın yanı sıra literatürde tüketicinin kararını ve davranışı anlamaya yönelik farklı teori ve modeller bulunmaktadır. Bunların başında tüketici davranışları alanında en yaygın kullanılan ve temellerini 1910'da John Dewey'in modelinden alan beş aşamalı karar süreci modeli gelmektedir. Beş aşama: Problemin fark edilmesi/ihtiyacın/sorunun belirlenmesi; bilgi toplama/bilgi arama/bilgileri ve seçenekleri arama; alternatiflerin değerlendirilmesi/seçeneklerin değerlendirilmesi; satın alma/satın alma kararının verilmesi ve satın alma sonrası değerlendirme/satın alma sonrası durum olarak ifade edilmektedir (Koç, 2016, s. 478; Lee, 1990, s. 6-7; Odabaşı ve Barış, 2015; 333). Bu modelde tüketicinin davranışı bir sorun çözme davranışı olarak ele alınır. Yani karar vermenin bir sorun çözme süreci olduğu düşünülür. Karar verici konumundaki tüketici, bir anlamda, sorun çözücü olarak adlandırılır. Bilişsel bir yaklaşıma dayanan bu modelde tüketici çeşitli aşamalardan geçerek sorununu çözecek başka bir ifadeyle kararını alacak ve karar sonrası değerlendirmelerde bulunacaktır (Odabaşı ve Barış, 2015, s. 333).

Yine aynı doğrultuda tüketiciye sorun çözücü olarak bakıldığında, bilgi işleme teorisi de gündeme gelmektedir. Karar verme sürecinde sorununu çözmeye çalışan tüketici bilgiyi işleme sürecine dahil olacaktır. Tüketici davranışı disiplini açısından bilgi işleme çoğunlukla satın almaya yönelik karar süreci bağlamında incelenmiştir (Köksal Araç, 2021, s. 95). Tüketici bu süreçte bilgiye maruz kalmakta, dikkat etmekte, yorumlamakta, kaydetmekte ve sonrasında kullanılmak üzere bilgiyi geri çağırılmaktadır. Karar verme aşamasında tüketici geri çağırdığı bilgiye bağlı olarak hareket eder ve seçimini yapar ve sonraki aşamada da eyleme geçer yani satın almayı gerçekleştirir (Köksal Araç, 2021, s. 97-98).

Literatürde tüketici karar tipleri açısından rutin, sınırlı ve yoğun sorun çözme davranışlarından bahsedilmektedir. Sıklıkla satın alınan, daha az zamanın ve daha az

bilişsel çabanın gerektiği, riskin az olduğu durumlarda rutin sorun çözme davranışından söz edilir. Yoğun bilişsel çabanın ve daha fazla zamanın gerektiği, daha nadir satın alınan, daha az deneyimin olduğu ve daha yüksek risk algılandığı durumlarda ise yoğun sorun çözme davranışı gösterilir (Odabaşı ve Barış, 2015, s. 339).

Pazarlama alanında son yıllarda motivasyon kavramını temel alan, motivasyonu anlama ve davranışı açıklamada kullanılan teorilerden biri de Öz-Belirleme Teorisidir (Doğrul, 2021, s. 304). Bu teorideki üç temel unsur; özerklik ihtiyacı, yeterlik ihtiyacı ve ilişkili olma ihtiyacı olarak belirtilir. Kişinin motivasyonunu bu üç ihtiyaç etkilemektedir (Doğrul, 2021, s. 306).

Sosyal Öğrenme Teorisini temel alan Bandura tarafından 1986'da ortaya konan Sosyal Bilişsel Teorisinde; bireysel, davranışsal ve çevresel faktörler bireyin davranışının oluşmasındaki belirleyiciler olarak görülür (Yakut, 2021, s. 432-433). Teorinin temel kavramları arasında bireysel, çevresel, davranışsal faktörlerin yanı sıra karşılıklı belirleyicilik, özyeterlilik, sonuç beklentileri, bekleyişler, hedefler, algılanan kolaylaştırıcılar ve engeller, öz-düzenleme gibi unsurlar da yer almaktadır (Yakut, 2021, s. 434). Pazarlama alanında bireysel, davranışsal ve çevresel faktörlerin çalışmalara konu olduğu ve genellikle konunun bilgi teknolojileri alanında çalışıldığı görülmektedir (Yakut, 2021, s. 441).

Pazarlama alanında kullanılan teorilerden bir diğeri olan Yeniliklerin Yayılma Teorisinde; karar vericiye ilişkin olarak, yeniliklerin zaman içinde yayılması sürecinde yeniliklerle ilgili karar süreci, yenilikçilik ve benimsemenin yenilikçilik derecesi olmak üzere üç aşama bulunmaktadır (Bayraktar, 2015, s. 86). Bu süreç uzun ya da kısa olan bir karar sürecini gerektirir ve alternatifler içerisinden karar alınır. Sonrasında alınan karar uygulamaya konulur ve davranışlarla sürdürülür (Power, 2002, s. 48).

Festinger (1957)'in Bilişsel Uyumsuzluk Kuramı, pazarlama alanında tüketicilerin davranışlarının nedenlerini anlamada başvurulan kuramlardandır. Tüketicinin satın alma sonrası yaşadığı bilişsel çelişkiler çeşitli araştırmalara konu olmuştur (Telci, 2015, s. 215). Bu teori temelini bilişsel tutarlıktan almaktadır ve bireyin bilişleri arasında tutarlığa yani uyuma doğru bir motivasyon olduğunu ileri sürer (Festinger, 1962, s. 260).

Pazarlama alanında davranışı öngörmeye yönelik kullanılan teorilerden biri de Beklenti-Değer Teorisidir (İnan, 2015, s. 292). Bu teoriye göre bireylerin davranışlarının altında davranışsal inançları yatmaktadır (Finnegan Jr. ve Viswanath, 2008, s. 369).

2.3. Tüketici Karar Yolculuğu Modeli

Tüketici davranışındaki eğilimler yıllar içinde değişmektedir. Günümüzün hızlı dünyasında insanlar ürün ve hizmetlerin çeşitliliğinin artmasını ve daha fazla deneyim sunulmasını talep etmektedir. Bu doğrultuda tüketiciler bir dizi yeni temas noktası ve yeni deneyimler içeren unsurların da sunulmasını beklemektedir (Stankevich, 2017, s. 7).

Tüketici karar verme süreçlerini anlamaya yönelik bir model olan karar yolculuğu modeli, son yıllarda pazarlama akademisyenleri ve uygulayıcıları tarafından geniş çapta benimsenmiştir ve alanda giderek daha da önemli hale gelmektedir (Santos ve Gonçaves, 2021). Bu yolculuklar bağlamında, pazarlamacılar, tüketicilere önemli anlar/temas noktaları olarak adlandırılan, kararlarını en çok etkileyen anlarda ulaşmalıdır. Bu doğrultuda, pazarlamacılar her zaman bu anları arar ve bu temas noktaları yıllardır “huni” (*funnel*) metaforu üzerinden anlaşılmaya çalışılmıştır (Stankevich, 2017, s. 8).

Bolinder ve Boström (2019)’a göre de tüketici deneyimine odaklanmaktan dolayı tüketici yolculuğu, giderek daha fazla araştırılan bir konu olmaya devam edecektir. Temas noktaları arttıkça ve daha erişilebilir hale geldikçe, tüketici deneyimi daha da ön plana çıkacaktır. Tüketici yolculuklarına ilişkin literatür nispeten sınırlıdır ve çoğunlukla tüketici deneyimi üzerine yapılan araştırmalardan oluşmaktadır.

Aşağıda öncelikle tüketici yolculuğuna dair literatürde yer alan temel modellere kısaca yer verilmiştir.

Tüketici yolculuğu kavramı ilk defa Court vd. (2009) tarafından ortaya koyulmuştur (Santos ve Gonçaves, 2021). Court vd. (2009)’nin tüketici karar yolculuğu (*consumer decision journey*) modelinde, tüketicinin karar verme süreci döngüsel bir yolculuk olarak ele alınmıştır. Bu model pazarlamacılar açısından kazanılacak/kaybedilecek savaş alanlarını temsil eden dört ana aşama olduğunu göstermektedir: İlk değerlendirme, aktif değerlendirme/seçenekleri araştırma süreci,

tüketicilerin ürünü satın alma anı/kapanış aşaması ve tüketicilerin deneyim aşaması olan satın alma sonrası süreç.

Vazquez vd. (2014)'nin tüketici karar yolculuğu modeli ise farkındalık, değerlendirme, satın alma ve satın alma sonrası deneyim olmak üzere dört temel aşamadan oluşmaktadır. Vazquez vd. (2014), tüketici deneyiminin karmaşık yapısına odaklanan kapsamlı bir model kullanmak yerine çeşitli ürünlere ve satın alma bağlamlarına kolayca uygulanabilecek bir model ortaya koyduğunu belirtmektedir.

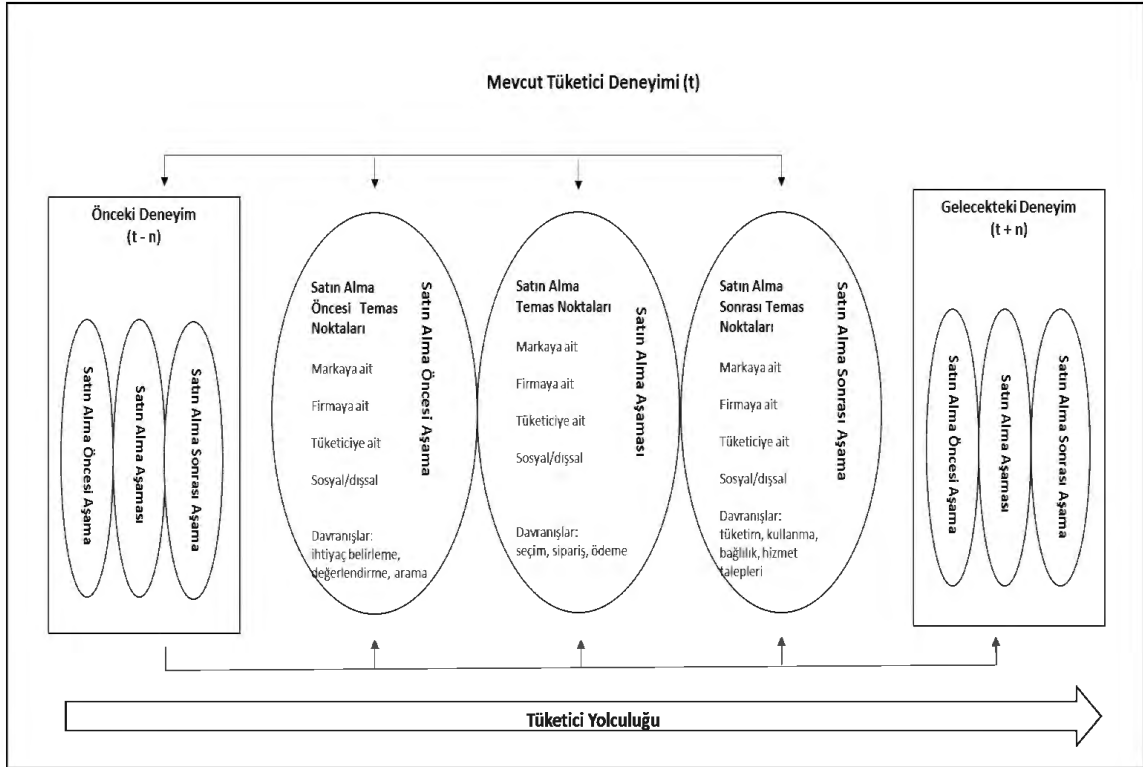
Batra ve Keller (2016), tüketicinin iletişim sürecini temel alan kapsamlı ve iki yönlü tüketici karar yolcuğu modeli ortaya koymuştur. Bu modellerden biri aşağıdan yukarıya iletişim eşleştirme modeli (*bottom-up communications matching model*) diğeri ise yukarıdan aşağıya iletişim optimizasyon modelidir (*top-down communications optimization model*). Bu modeller bütünleşik pazarlama iletişimi programlarının etkinliğini ve verimliliğini artırmak için tasarlanmıştır.

Siebert vd. (2020)'in tüketici karar yolculuğuna modeline (*Siebert's alternate sticky journey model*) göre ise tüketicinin öngörülemeyen deneyimleri, katılım sarmalı şeklinde kavramsallaştırılarak, zaman içerisinde tüketicinin katılımının arttığı döngüsel bir model biçiminde ortaya koyulmuştur.

Bu çalışma kapsamında Lemon ve Verhoef (2016)'un tüketici yolculuğu çerçevesini temel alınmıştır. Literatürde bahsi geçen diğer tüketici karar yolculuğu modellerine nazaran Lemon ve Verhoef (2016)'un tüketici karar yolculuğu yaklaşımının temel alınmasının sebebi ise bu modelin “karar sürecini” bütünlüklü, dinamik ve tekrarlı bir süreç olarak ele alarak, kapsamlı bir teorik çerçevede sunmasıyla ilgidir. Bu modelde karar yolculuğu süreci satın alma öncesi, satın alma anı ve satın alma sonrası olmak üzere üç aşamadan oluşmakta ve yolculuğun her bir aşamasında etkili olan temas noktaları detaylıca yer almaktadır. Verhoef (2009, s. 32)'a göre de tüketici deneyimi bilişsel, duygusal, sosyal ve fiziksel tepkileri içeren bütünsel ve karmaşık bir yapıdan (Varnali, 2018) oluşmaktadır. Tüketici deneyimi; arama, satın alma, tüketim ve satış sonrası aşamalarındaki tüm deneyimi kapsar.

Bu çalışmada temel alınan çerçeve olması nedeniyle Lemon ve Verhoef (2016)'un tüketici yolculuğu modeline aşağıda detaylıca yer verilmiştir.

Lemon ve Verhoef (2016), tüketici deneyimini “tüketici yolculuğu” olarak kavramsallaştırmıştır. Bu kavram, bir tüketicinin satın alma süreci boyunca çoklu temas noktaları üzerinden karar yolculuğunu ifade etmektedir. Tüketici deneyimi süreci, satın alma öncesinden başlayarak satın alma ve satın alma sonrasına değin uzanmaktadır. Bu süreç tekrarlı ve dinamiktir (Lemon ve Verhoef, 2016, s. 74). Dış faktörlerin yanında önceki satın alımları bünyesinde barından geçmiş deneyimleri de içermektedir. Tüketiciler her bir aşamada temas noktalarını deneyimlemektedirler. Bu temas noktalarından yalnızca bazıları firmaların kontrolündedir. Bu süreç, ampirik olarak tüketici yolculuğu boyunca tüketici deneyimlerini incelemek ve bu deneyimler üzerinde etkisi olan farklı temas noktalarını modellemek için rehber işlevi sunmaktadır (Lemon ve Verhoef, 2016, s. 76). Bu süreç, Şekil 2.1.’de gösterilmektedir.



Şekil 2.1. Tüketici Yolculuğu ve Deneyimi Modeli (Kaynak: Lemon ve Verhoef, 2016, s. 77).

Şekil 2.1’de gösterildiği gibi tüketici deneyimi, satın alma öncesi, satın alma ve satın alma sonrası olmak üzere üç temel aşamada kavramsallaştırılabilmektedir (Lemon ve Verhoef, 2016, s. 76). İlk aşama olan “satın alma öncesi” aşaması, bir satın alma işleminden önce tüketicinin marka, kategori ve çevre ile etkileşiminin tüm yönlerini kapsamaktadır. Bu aşama tüketicinin satın almadan önceki tüm deneyimini içerebilir. İkinci aşama olan “satın alma”, satın alma sırasında tüketicinin marka ve çevresiyle olan

tüm etkileşimlerini kapsamaktadır. Seçim, sipariş ve ödeme gibi davranışlarla tanımlanır. Bu aşama, pazarlama literatüründe önemli bir ilgi görmüştür. Perakendecilik ve tüketici ürünleri araştırmalarında, alışveriş deneyimine büyük önem verilmiştir. Üçüncü aşama olan “satın alma sonrası”, gerçekleşen satın alım sonrasında tüketicinin marka ve çevresiyle olan etkileşimlerini kapsamaktadır. Bu aşama, kullanım ve tüketim, satın alma sonrası bağlılık ve hizmet talepleri gibi davranışları içerir (Lemon ve Verhoef, 2016, s. 76).

Bu doğrultuda, çalışmada esas alınan Lemon ve Verhoef (2016)’un tüketici karar yolculuğu temelindeki üç aşamalı yaklaşım karar öncesi, karar anı ve karar sonrasına yönelik olarak ayrı ayrı görüşme sorularının oluşturulmasında dikkate alınmıştır (Ayrıntılı bilgi için bkz. *EK-1. Görüşme Kılavuzu -Soru 4, Soru 5, Soru 6*). Sonrasında vekaleten karar verme sürecine yönelik modelin oluşturulmasında bu üç aşamadan, bu aşamaların içinde hangi ögeler olabileceğinden ve birbiriyle olan bağlantılarından yararlanılmıştır. Böylelikle annelerin vekaleten çocukları adına aldıkları karar deneyimleri “karar alma öncesi (karara hazırlık ve derinlemesine düşünme), karar alma (karar verme ve uygulamaya geçme) ve karar alma sonrası (eylemi sürdürme ve izleme)” olmak üzere üç ana aşamada, bu aşamaların içinde yer alan unsurlar ve temas noktaları (bilgi kaynakları, sosyal çevre) çerçevesinde incelenmiştir.

Lemon ve Verhoef (2016) tüketici deneyimi için “markaya ait”, “firmaya ait”, “tüketiciye ait” ve “sosyal/dışsal/bağımsız” olmak üzere dört temas noktası belirlemiştir. Tüketici, deneyiminin her aşamasında bu temas noktalarının her biriyle etkileşime girebilir. Ürünün/hizmetin niteliğine veya tüketicinin kendi yolculuğuna bağlı olarak, her temas noktasının gücü veya önemi her aşamada farklılaşabilmektedir (Lemon ve Verhoef, 2016, s. 76).

Markaya ait temas noktaları, firma tarafından ve firmanın kontrolü altında tasarlanan ve yönetilen deneyim boyunca oluşan tüketici etkileşimleridir (Lemon ve Verhoef, 2016, s. 76) Bunlar markaya ait tüm kitle iletişim araçlarını (örneğin, reklam, web siteleri, sadakat programları) ve pazarlama karmasının marka kontrolündeki tüm unsurlarını (örneğin, ürün, paketlenme, hizmet, fiyat, uygunluk, satış gücü özellikleri) içerir (Lemon ve Verhoef, 2016, s. 76-77).

Firmaya ait temas noktaları, firma ve ortaklarından biri veya daha fazlasıyla birlikte tasarlanan, yönetilen veya kontrol edilen deneyim boyunca oluşan tüketici etkileşimleridir. Ortaklar arasında pazarlama acenteleri, çok kanallı dağıtım ortakları, çok yönlü satıcı bağlılık programı ortakları ve iletişim kanalı ortakları bulunabilir (Lemon ve Verhoef, 2016, s. 77).

Tüketicie ait temas noktaları, genel müşteri deneyiminin bir parçası olan ancak firmanın, ortaklarının veya diğerlerinin etkilemediği veya kontrol etmediği tüketici eylemleridir. Örneğin, satın alma öncesi aşamada kendi ihtiyaçlarını veya isteklerini düşünen tüketiciler olabilir. Satın alım sonrası en önemli ve yaygın tüketiciye ait temas noktaları, bireysel tüketim ve kullanım aşamasıdır (Lemon ve Verhoef, 2016, s. 78).

Sosyal/dışsal temas noktaları, tüketici deneyiminde başkalarının önemli rollerini anlatır. Deneyim boyunca, tüketiciler, süreci etkileyebilecek dışsal temas noktalarıyla (örneğin, diğer tüketiciler, arkadaş çevresi etkileri, bağımsız bilgi kaynakları, ortamlar gibi) çevrilidir. Arkadaşlar, deneyimin üç aşamasında da istenen veya istenmeyen şekilde etkili olabilir. Diğer tüketiciler özellikle satın alma süreci boyunca veya ürün ve hizmetlerin tüketimi sırasında veya satın alımı sonrasında (örneğin, tiyatrolar, konserler, restoranlar, spor etkinlikleri, mobil uygulamalar) tüketicileri etkileyebilir. Örneğin, değerlendirme siteleri (TripAdvisor gibi) ya da sosyal medya gibi üçüncü grup bilgi kaynakları da tüketiciler üzerinde etkilidir. Bazen bu tür kaynaklar bağımsızdır; bazen marka veya firma ile daha yakındırlar ve bazen de ortak temas noktaları olarak kabul edilebilirler (Lemon ve Verhoef, 2016, s. 78).

Aşağıda “tüketici yolculuğu” çatısını kullanarak gerçekleştirilen örnek çalışmalara yer verilmiştir:

- Mosher (2018) çalışmasında, tüketicilerin tüketim arzularını ulaşılamaz olarak gördüklerinde hayal güçlerini nasıl kullandıklarını öğrenebilmek amacıyla tüketici yolculuğunun satın alma öncesi aşamasına odaklanmıştır. Çalışma kapsamında keşifsel görüşmeler yapılmıştır. Tüketicilerin hayali zihinsel deneyimlerle “alternatif tüketici yolculukları” yaratabileceğinin kanıtlarını ortaya konmuştur. Çalışma odaklandığı kavramsal çerçeveye tüketicilerin hayali bir zihinsel deneyimi içeren bilgi ve deneyimlerini geliştirmelerine olanak

tanıyan zihinsel görüntüler, tüketim vizyonları, tüketim hayalleri ve istek listesi oluşturma dahil satın alma öncesi birçok temas noktası sunmuştur.

- Rosenbaum vd., (2017) çalışmalarında, tüketici araştırmalarının tüketici yolculuğu haritalandırma süreciyle ilişkilendirilebileceğini ve her temas noktasında tüketici deneyimini iyileştiren haritaların nasıl geliştirilebileceğini göstermiştir. Yapılan durum çalışmasında, dünyanın en büyük kapalı alışveriş merkezlerinden biri olan, tüketicilere çok çeşitli alışveriş, eğlence ve yiyecek/içecek seçenekleri sunan Highland Park Alışveriş Merkezine odaklanılmıştır. Tüketici yolculuğu haritalandırma sürecine, tüketicilerin alışveriş merkezini gezerken deneyimleyebilecekleri temas noktalarını belirlemek amacıyla alışveriş merkezi yönetim ekibi ile görüşerek başlanmıştır. Temas noktaları hizmet öncesi, hizmet aşaması, hizmet sonrası olmak üzere üç kategoride sınıflandırılmıştır. Böylece, her biri tüketicilerin alışveriş merkezinde etkileşim noktasında oldukları bir anı gösteren 60 tüketici temas noktası belirlenmiştir. Pazarlama araştırması, müşteri yolculuğu haritalandırma süreciyle ilişkilendirilerek, alışveriş merkezinin çeşitli yerlerindeki 100 tüketiciye rastgele dağıtılan anket formları aracılığıyla tüketici yanıtları alınmıştır. Katılımcılardan tanımlanmış 60 temas noktasının her biriyle ilgili olup olmadıklarına dair bir anket doldurmalar istenmiştir (0 = hayır, 1 = evet). Bu yanıtlara dayanarak, ilk 10 temas noktasını seçmek için üst yönetim ile çalışılmıştır. Bu temas noktalarına dair sorulan sorular: Hizmet öncesi aşamasında; geçmişte bu alışveriş merkezine gittin mi? Diğerleriyle alışveriş merkezi hakkında konuştun mu? Hizmet anı aşamasında; reklamı yapılan mağaza içi teşviklerin veya kuponların avantajından yararlanmayı planlıyor musunuz? Sizinle birlikte alışveriş yapan diğer kimselerden yorum aldınız mı? Bir mağazada alışveriş yaparken fark ettiğiniz özel fiyatlar ve indirimler oldu mu? Hizmet sonrası aşaması; bu alışveriş merkezinde bulunan bir mağazayı başkalarına tavsiye eder misiniz? Bugünkü satın alımlarınız ya da eylemlerinizi hakkında aile ya da arkadaşlarınızla konuşur musunuz gibi ifadelerden oluşmaktadır. Alışveriş merkezi için yatay ekseninde temas noktalarının (hizmet öncesi, hizmet anı, hizmet sonrası aşamalarının her birine ilişkin ayrı ayrı), dikey ekseninde ise stratejik eylemlerin (alışveriş merkezi tüketicilerinin ihtiyaçları, çalışan eylemleri, çalışan desteği, alışveriş merkezi tasarımı, hizmet inovasyonu)

bulduğu tüketici yolculuğu haritası oluşturulmuştur (bkz. Rosenbaum vd. 2017, s. 147-148-149).

- Wolny ve Charoensuksai (2014), tüketicilerin kozmetik alışverişi yolculuklarında farklı medya ve kanalları nasıl kullandıklarını ortaya çıkarabilmek için nitel bir çalışma yapmışlardır. Kişisel günlük ve görüşme olmak üzere iki nitel veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılara gerçek bir alışveriş durumu sağlamak için kozmetik ürün içeriği seçilmiştir. İlk önce, 20 katılımcıdan (tümü kadın) kozmetik alışveriş günlüğünü doldurması istenmiştir. Bu günlüklere kozmetik ürünleri ile ilgili düşüncelerini, duygularını ve eylemlerini 2 hafta boyunca kaydetmeleri istenmiştir. Elektronik bir günlük olduğundan, katılımcıların multimedya -fotoğraf, video, bağlantı gibi kullanmaları teşvik edilmiştir. Sonrasında doldurulan 16 araştırma günlüğü alınarak her biri için iki aşama izlenmiştir: Günlükleri açıklamak ve daha fazla hedefli bilgi toplamak için yapılan kişisel görüşmeler. Her iki aşamadan elde edilen veriler tematik analiz kullanılarak analiz edilmiştir. Verilen yanıtlar, her bir katılımcının alışveriş yolculuğunu temsil etmek üzere hazırlanmıştır. Katılımcıların haritalarında raporlanan benzerlik ve farklılıklara göre bölümlendirme yapılmıştır. Kozmetik alışverişi için her aşamada en etkili olduğu belirlenen kanallar ve bilgi kaynakları sunulmuştur. Örneğin; keşif aşamasında arkadaşlar, bloggerler, ürün incelemeleri, videolar, mağazalar, ürün sergilenmesi, önceki deneyim; bilgi arama sürecinde bloglar, videolar, değerlendirme siteleri ve arkadaşlar; değerlendirme sürecinde fiziksel mağaza, online mağaza, mobil kanalı, onaylanma için arkadaşların yanında sosyal medya; satın alma aşamasında fiziksel ya da online mağaza; satın alma sonrası arkadaşlar ve/veya sosyal medyanın en çok etkili olduğu bulunmuştur. Kozmetik alışveriş yolculukları haritalandırılması sonucu ortaya çıkan davranış temaları çerçevesinde “impulsif yolculuklar, dengeli yolculuklar, düşünülmüş yolculuklar” olmak üzere üç tipoloji belirlenmiştir.
- Voorhees vd., (2017), kapsamlı hizmet deneyimi araştırmalarına rehberlik edecek bir çerçeve sunmaktadır. Çekirdek hizmet öncesi karşılaşma, çekirdek hizmetle karşılaşma ve çekirdek hizmet sonrası karşılaşma olmak üzere bir

hizmet deneyimi içindeki farklı aşamalar tanımlanmıştır. Ayrıca, her bir aşamaya ilişkin önemli araştırma soruları ortaya koymuşlardır.

- Haan vd., (2015), tüketicilerin satın alma yolculuklarının farklı aşamalarında farklı cihazlar kullandıklarını (alışveriş hedefleri değiştikçe) ve pazarlamacıların tüketicilerin çevrimiçi yolculuğunda farklı cihazların birbirlerini nasıl tamamladıklarını anlamaları gerektiğini vurgulamaktadırlar. Bu doğrultuda, tüketicilerin alışveriş davranışlarının cihazlar arasında nasıl farklılaştığını ve cihaz değiştirmenin satın alma yollarını ve nihayetinde kazançları nasıl etkilediğini araştırmışlardır.
- Stein ve Ramaseshan (2016), çalışmalarında, tüketici deneyimi temas noktalarını içeren unsurları tanımlamışlardır. Çalışmada, tüketici deneyimi temas noktalarının farklı unsurlarını belirlemek için yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelerde, tüketiciler perakendecilerle olan deneyimlerini anlatmıştır. Görüşme verilerine tümevarımsal tematik analiz yapılmıştır. Çalışma bulguları doğrultusunda; atmosferik, teknolojik, iletişimsel, süreç, çalışan-müşteri etkileşimi, müşteri-müşteri etkileşimi ve ürün etkileşim unsurları olmak üzere yedi ayrı tüketici deneyimi temas noktası ortaya çıkmıştır.
- Parise vd. (2016), tüketicilerin alışveriş deneyimleri sırasında eş zamanlı olarak içerik, uzmanlık ve kişiselleştirilmiş çözümler alma ihtiyaçlarının nasıl karşılanacağına ilişkin geniş ölçekli bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu kapsamda çeşitli kurumlardan (perakendeciler, alışveriş merkezleri, bankalar) derinlemesine görüşmeler ve anketler aracılığıyla veri toplayarak, bu kurumların müşteri deneyimi oluşturmak için dijital teknolojilerden nasıl yararlandığını incelemiştir. Araştırma bulguları doğrultusunda, kurumların müşterilerin acil ihtiyaçlarını desteklemek için e-uzman ve dijital asistan olmak üzere iki ana teknoloji tabanlı modelden yararlandığı görülmüştür. Çalışmada temas noktaları olarak her iki teknoloji modelinin kurumlar açısından önemini ortaya koymuştur.
- Nakata vd. (2019), kronik hipertansiyon için ilaç tedavilerine uymaya çalışan dezavantajlı tüketicilerin mevcut deneyimlerini tüketici yolculuğu bağlamında inceleyerek, bu tüketici yolculuğunun doğasını ve etkilerini anlamaya çalışmıştır. Bütünleşik ve kapsamlı bir tüketici yolculuğu çerçevesinde (satın alma öncesi, anı ve özellikle satın alma sonrası aşaması) pazarlama ve sağlık

hizmetleri için teori ve uygulamalara yol gösterecek temas noktalarını (iyileştirilmiş ilaç uyumluluğu için örnek yaşam alanı temas noktası stratejileri) ortaya çıkarmıştır.

- Halvorsrud vd. (2016), hizmet sunumları açısından tüketici yolculuğu üzerinde analizler gerçekleştirmiştir. Bu analizinde hizmet sunum süreçlerini tüketicinin bakış açısından incelemiştir. Sonuç olarak tüketici odaklı iletişim sürecine dair bir çerçeve sunmuştur.
- Bettencourt vd. (2022), tüketici yolculuğuna yeni bir bakış açısı sağlayarak, konuyu, tüketici iş yolculuğu açısından ele almıştır. Yazara göre, tüketici iş yolculuğu; mal ve hizmetleri satın alıp kullanmak için yapılan tüketim yolculuklarını anlamada daha bütünsel bir yaklaşım sağlamaktadır. Tüketici iş yolculuğunda; tüketicinin rolü ön plana çıkar, iş yolculuğu hedefi öncelikleri belirlenir ve tüketici eylemleri dikkate alınır. Tüketici iş yolculuğu perspektifi, farklı bir firmayla etkileşim sonucu oluşan tüketici deneyimi ile bir işi sonuçlandırmayla ilgili tüketici deneyimi olmak üzere iki tüketici deneyimi türünü ayırt etmektedir. Tüketici iş yolculuğu çerçevesi, firmaların tüketicilerine değer yaratabilmesi için yeni fırsatlar sunmaktadır.
- Uzelac (2019), çalışmasında, vejetaryenliğe geçiş sürecini bir tüketici yolculuğu olarak adlandırmıştır. On birey üzerinde bu deneyimleri keşfetmek için sekiz haftalık uzunlamasına bir günlük çalışması yapmıştır. Ayrıca bu bireylerin vejetaryenliğe geçiş sürecini izlemek için de yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirmiştir. Araştırma sürecinde katılımcılar vejetaryenlikten geri döndüğü için bu yolculuğu uyumsuz bir tüketici yolculuğu olarak ifade etmiştir. Araştırma sonucunda, geçiş süreci açısından bireylerin kimliklerinin ve tüketim kalıplarının nasıl geliştiği ve bu süre boyunca karşılaşılan zorluklar ortaya çıkarılmıştır. Yaygınlaşan vejetaryenliğe dikkat çekilerek, bu alandaki pazarlamacılara ve uygulayıcılara yönelik öneriler sunmuştur.

Özetle literatürde tüketici yolculuğu çerçevesinde yapılan araştırmaların çeşitli ürün, hizmet satın alma deneyimleri ile hizmet sunum süreçleri üzerinde yoğunlaştığı görülmüştür. Bunun yanı sıra, son yıllarda, farklı konulardaki tüketici deneyimleri de tüketici yolculuğu çerçevesinde ele alınmaya başlamıştır. Yukarıda da değinildiği üzere,

tüketici deneyimi açısından dijital yolculuklarda ortaya çıkan sorunlarda tüketicilere kişiselleştirilmiş çözümler sunma ve yeni bir perspektifle tüketici yolculuğunu iş yolculuğu olarak kavramsallaştırma gibi konular da bu bağlamda çalışılmıştır. Bunun yanı sıra sosyal açıdan dezavantajlı tüketicilerin ilaç kullanımı deneyimleri ve vejetaryenliğe geçiş gibi farklı konulardaki deneyimler de tüketici yolculuğu perspektifinden ele alınarak araştırılmıştır. Sonuç olarak, annelerin çocukları adına vekaleten verdikleri kararların modellenmesi için tüketici yolculuğu çerçevesinin elverişli bir yaklaşım olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırmanın temel amacı, annelerin vekaleten çocukları adına karar verme davranışını anlamak ve modellemektir. Araştırma amaçlarına ulaşabilmek amacıyla nitel bir araştırma tasarlanması tercih edilmiştir. Bu tercihin yapılmasında pek çok faktör rol oynamıştır:

- Bu alanda anneler ile yapılmış çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Sınırlı sayıda çalışma ise karar süreci yerine bu dönemin geçiş ritüellerine, sembolik tüketime ve benlik oluşturma (genişletme) sürecine odaklanmıştır. Ancak ele alınan konu risk alma, belirsizlik, kültürel değişimle birlikte ortaya çıkan yeni annelik rolleri gibi unsurlardan da etkilenebilmektedir. Bu alanda Türkiye’de pazarlama alanında yapılmış sınırlı sayıda ampirik çalışma olması da (Akgül, 2019; Baybars ve Dedeoğlu, 2019; Şen ve Boyraz, 2017) derinlemesine veri toplamayı önemli bir öncelik haline getirmektedir.
- Katılımcıların uç kararlar almış annelerden oluştuğu düşünüldüğünde hassas bir araştırma yaklaşımına gereksinim olduğu düşünülmektedir. Annelerin kendilerini güvende hissedecekleri samimi bir ortam, annelerin gerçek duygu ve düşüncelerini yansıtmalarını kolaylaştıracaktır. Bu anlamda nitel yaklaşımlar önemli bir üstünlüğe sahiptir (Miles ve Huberman, 2016, s. 10).
- Diğer taraftan anket ya da tek tür standart bir form kullanılması pek çok detayın kaçırılmasına sebep olabilecektir. Nitel araştırmalar bu anlamda araştırmacıya daha esnek bir çalışma alanı sunmakta ve bu sorunun üstesinden gelmeye yardımcı olmaktadır (Miles ve Huberman, 2016, s. 10; Patton, 2018, s. 21).
- Son olarak, tüketici yolculuğu modeli kapsamında gerçekleştirilen çalışmaların önemli ölçüde nitel çalışmalar olduğu görülmektedir. Bu nedenle ele alınan kavramsal çerçeveye nitel bir tasarımın daha uygun olduğu düşünülmüştür.

3.1. Araştırmanın Deseni

Nitel araştırma konunun bütüncül bir bağlamda çalışılmasına yardımcı olmaktadır. Bunun yanında araştırmacıya esnek bir yaklaşım sunar. Özellikle de insan

davranışları üzerine araştırma yapmak esnek bir anlayış gerektirir. Araştırmayı bütünsel perspektifte sunabilmek için araştırmaya konu olan insanların davranışlarını derinlemesine anlayabilmek gerekir. Nitel araştırmanın tüm bunlara imkan sağlaması, onu diğer araştırma desenlerinden ayırmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 37).

Patton (2018, s. 40)'a göre de nitel araştırma deseninin çeşitli avantajları bulunmaktadır. Bu avantajlar; doğal araştırma, esneklik ve amaçlı örneklem kullanmadır. Doğal araştırma sayesinde durumlar, müdahale edilmeden, sınırlama yapılmadan tüm gerçekliğiyle çalışılabilir. Katı desenlerin aksine esnek olabileme avantajıyla araştırmacı gerektiğinde durumlar üzerinde değişiklikler yapabilir. Amaca yönelik örneklem seçilebilmesi sayesinde de araştırmacı durumlar (insanlar, olaylar gibi) hakkında derinlemesine ve zengin bilgi edinebilir.

Patton (2018, s. 224), nitel araştırma türlerini beş grup altında toplamıştır; temel araştırma, uygulamalı araştırma, sonuç odaklı değerlendirme, biçimlendirici değerlendirme, eylem araştırması. Uygulamalı araştırmalar, beşeri ve toplumsal sorunların doğasını ve kaynaklarını anlamayı amaçlar.

Bu araştırmanın türü, uygulamalı bir nitel araştırmadır. Nitel araştırmanın yukarıda değinilen tüm avantajları, bu araştırma türünün seçilmesinde etkili olmuştur.

Nitel bir araştırmada tasarım tercihlerinin açıklanması ve temellendirilmesinde araştırmacının temel alacağı nitel araştırma yaklaşımına (farklı yazarlar gelenek, paradigma, felsefe veya strateji olarak da adlandırmaktadır) karar vermesi işini kolaylaştıracak adımlardan bir tanesidir (Creswell, 2007, s. 80; Maxwell, 2018, s. 43; Patton, 2018, s. 15).

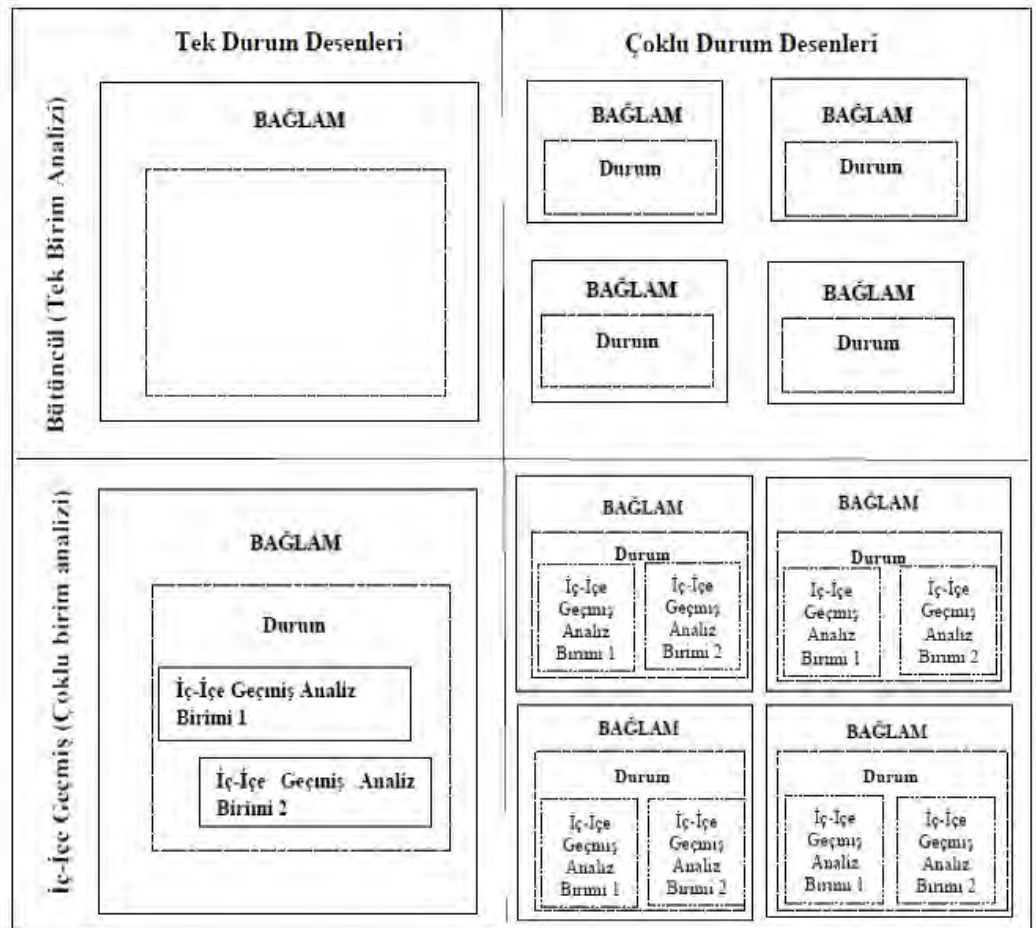
Creswell (2009, s. 30), nitel araştırma yaklaşımlarını etnografya (*ethnography*), gömülü kuram (*grounded theory*), durum çalışması (*case studies*), fenomenolojik araştırma (*phenomenological research*) ve anlatı araştırması (*narrative research*) olarak beş grup altında ele almıştır.

Bu araştırmada annelerin vekaleten karar verme sürecini anlamak, derinlemesine betimlemek ve modellemek amacıyla yukarıda değinilen yaklaşımlar içerisinde durum çalışması kullanılması tercih edilmiştir.

Durum çalışması (*case study*), güncel bir olguyu/durumu derinlemesine ve gerçek dünya bağlamında araştıran ampirik bir yöntemdir. Durum çalışması özellikle durum ve bağlam arasındaki sınırlar açıkça belli olmadığında önem kazanır (Yin, 2018, s. 45). Durum çalışması, araştırmacının bir olgu ya da olayı derinlemesine incelemesine olanak veren bir araştırma yöntemidir. “Nasıl” ve “neden” soruları için en uygun yöntemlerden biridir (Yin, 2018, s. 61; Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 290).

Durum Çalışması Tasarımı

Yin (2018, s. 83)’e göre, 2x2 matrisi temel alan durum çalışması araştırmasının tasarımı dört türdedir (Şekil 3.1.): Tek durum (bütünsel) tasarımlar (Tür 1), tek durum (iç içe geçmiş) tasarımlar (Tür 2), çoklu durum (bütünsel) tasarımlar (Tür 3) ve çoklu durum (iç içe geçmiş) tasarımlar (Tür 4).



Şekil 3.1. Durum Çalışmaları için Dört Temel Tasarım (Yin, 2017, s.8)

Yin (2018)'in önerdiği matris, tek /çoklu durum ve tek (bütünsel) /çoklu (iç içe geçmiş) analiz birimleri doğrultusunda farklı durum tasarımları ortaya çıkabileceğini göstermektedir. Durum çalışması tasarımında birincil ayırım, tek ve çoklu durum çalışması tasarımları arasındadır. Bu, herhangi bir veri toplamadan önce durum çalışmasında tek bir durum mu yoksa birden fazla durum mu olacağına ilişkin verilmesi gereken bir karardır (Yin, 2018, s. 84). Aynı durum çalışması tek bir durumdan daha fazlasını içerdiğinde, çoklu durum çalışması tasarımı kullanılır ve bu tasarımların kullanımı son yıllarda giderek artmaktadır (Yin, 2018, s. 90).

Yin (2018, s. 62)'e göre; durum çalışması tasarımında, durumu tanımlama ve durum seçimi için ölçütleri belirleme olmak üzere iki farklı adım bulunmaktadır. Bu araştırmada durum, annelerin vekaleten karar verme sürecidir. Seçilen durum aynı zamanda analiz birimi olarak işlev görmektedir.

İkinci aşama olan ölçütlerin belirlenmesi çerçevesinde araştırmalarda genellikle olabildiğince önemli, ilginç veya anlamlı bir durum (ya da durumları) seçilmesi beklenir. Bu durumu özel kılının ne olduğu uçta, benzersiz ya da özgün bir konuyu kapsamaması ile belirlenebilir (Yin, 2017, s. 7). Buradan hareketle bu çalışma kapsamında uçta yer alan vekaleten verilmiş kararlara odaklanılması tercih edilmiştir. Bir kararın toplum içinde kabul görmesi süreci kolaylaştıracaktır (Taylor, 2020, s. 217). Ancak toplum tarafından kabul görmeyen bir kararı vermek, çok daha kapsamlı bir karar sürecini (alınan risk artacağından) gerektirecektir. Dolayısıyla bu tür bir karar, sahip olduğu kapsayıcılıkla vekaleten karar sürecinin detaylarını daha iyi ortaya koyma potansiyeline sahip olacaktır. Annelerin çocukları adına vermiş oldukları uç kararların neler olabileceği incelendiğinde veganlık, aşısızlık, okulsuzluk ve sünnetsizlik kararları ön plana çıkmıştır. Sünnetsizlik kararının tek cinsiyete yönelik olacağı düşünülerek bu karar çalışmaya dahil edilmemiştir. Dolayısıyla çalışmaya dahil edilen üç farklı karar türü çocuk adına verilen veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk kararları bağlamında sınırlandırılmıştır.

Çoklu durum çalışmasını kaç tane durumun dahil edilmesi gerektiği sorusuna karşılık gelen bir formül olmamakla birlikte Yin (2017, s. 9) sayı ne kadar çok olursa araştırma bulgularında o kadar güvenilirlik ve kesinlik olacağını ifade etmiştir. Bu nedenle araştırma kapsamındaki uç kararların her biriyle ilgili birden fazla anneyle görüşülmeye ve katılımcıların karar süreçleri kendi bağlamlarında bütünsel olarak

analiz edilmeye karar verildiğinden, çoklu durum (bütünsel) tasarımı (Tür 3) tercih edilmiştir.

Bu tasarımda (Tür 3), birden fazla kendi başına bütüncül olarak algılanabilecek durum söz konusudur. Bu tasarım seçildiğinde her bir durum kendi içinde bütüncül olarak ele alınır ve daha sonra birbirleriyle karşılaştırılır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 301). Bu araştırmada vekaleten karar verme süreci üç uç karar durumu bağlamında bütüncül bakış açısıyla ele alınmıştır. Her bir uç karar (veganlık, aşısızlık, okulsuzluk) kendi başına bir karar deneyimi durumu oluşturmaktadır. Bu üç karar deneyimi vekaleten karar verme durumunu bütüncül olarak sunmaktadır.

3.2. Araştırmacı

Araştırmacı Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Pazarlama Anabilim dalında doktora öğrencisidir. Aynı zamanda araştırmacı 8 yıldır öğretim görevlisi olarak çalışmaktadır. Doktora programında alanla ilgili alınan uzmanlık derslerinin yanı sıra nitel veri analizi hem de tüketici davranışları ve sosyal psikoloji alanında karar verme bağlamında detaylı literatür okumaları ve incelemeleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı, aynı zamanda nitel analiz yöntemlerine yönelik Nvivo ile Nitel Veri Analizi ve MAXQDA ile Nitel Veri Analizi Eğitimlerine katılmıştır. Nitel araştırmalarda görüşme sürecine yönelik ise Nitel Araştırmalarda Görüşme Eğitimi almıştır.

3.3. Çalışmanın Bağlamı

Bu araştırmada vekaleten karar verme süreci bağlamında ebeveyn kararlarından yola çıkılarak annelerin çocukları adına verdiği kararlara gidilmiştir. Dolayısıyla bu araştırmada vekaleten karar verme süreci, katılımcı annelerin üç kararı (veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk) üzerinden modellenmiştir.

Ebeveynler özellikle küçük yaştaki çocuklarının hayatında ana roledir ve çocuklarına dair aldıkları kararlarla onların hayatları üzerinde büyük etkilere sahip olmaktadır (Gadsden vd., 2016). Özellikle de ilk yıllarda ebeveynler çocuğun bakımından, büyütülmesine ve gelişimine kadar birçok alanda sorumluluklarla karşı karşıyadır. Ebeveynin yaşamı açısından bakıldığında çocuk sahibi olmak ve çocuğun sorumluluğunu üstlenmek en zorlu döngüler arasında yer alır (Nyström ve Ohrling, 2004).

Literatürde ebeveynlik biçimleri bakımından annelerin ve babaların farklı olduğu ifade edilmektedir. Bowlby'nin Bağlanma Teorisi'nde; ilk yıllarda anne ile çocuk arasındaki doğal bağa değinilerek bağı kuran temel kişinin anne olduğu, babanın ise genellikle ihtiyaç konusunda destekleyici/kolaylaştırıcı kişi olduğu belirtilmektedir (Collin vd., 2016, s. 274-277). Annelik deneyimi derin bir deneyimdir ve çocuğa hamilelik sürecinden başlayan ve bunu takip eden ilk yıllardaki faaliyetlerde ebeveynlerden "anne" daha ön plandadır (Family First, 2018; Prinds vd., 2018).

Özetle hem annenin hem de babanın çocuk üzerinde eşsiz sorumlulukları vardır. Fakat anneler çocuğa hamilelik ve bunu takip eden özellikle de ilk yıllarda diğer ebeveyn babaya nispeten çok daha yoğun biçimde sorumluluk almaktadır. Bu nedenle bu araştırmada çocuk üzerinde daha yoğun sorumluluk üstlendiği düşünülen anneler temel alınmış ve annelerin çocukları adına aldığı kararlar üzerinde çalışılarak, vekaleten karar verme modelini kapsamlı biçimde sunabilmek amaçlanmıştır.

Vekaleten karar verme sürecini daha iyi aktarabilmek adına çocuk adına alınan yaygın kararların aksine daha fazla araştırma, düşünme ve yoğun sorumluluk gerektiren kararlara gidilmesi planlanmış ve bu tür kararların ne olabileceğine dair literatür araştırması yapılmıştır. Bu doğrultuda toplum çoğunluğunun aksine hem sorumluluk hem de risk açısından farklılık arz eden veganlık, aşısızlık, okulsuzluk ve sünnet kararları ön plana çıkmıştır. Bu noktada karşılaşılan kararlar arasından seçim yapılarak veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk kararlarına gidilmiştir. Sünnet kararı ise tek cinsiyete ait olması sebebiyle araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Nitel araştırmalarda kullanılan adlandırmaya benzer şekilde bu kararlar için uç karar adlandırması kullanılmıştır. Özetle araştırmanın bağlamı veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk karar durumlarıyla sınırlandırılmıştır.

Toplumda daha yaygın bilinen kararların aksine bu tür uç kararlar içerdiği risk nedeniyle karar verme süreci açısından da farklılık içerir. Bilinen rutin kararlardan çok daha fazla kapsamlı bir şekilde araştırmayı, düşünmeyi, değerlendirmeyi gerektirir. Diğerlerinden daha farklı bir karar alınacağından kararın zeminini güçlendirmek önemlidir. Bu doğrultuda karar vermeden önce daha derin ve kapsamlı araştırmalar yapılır. Dolayısıyla bu tür uç kararlar vekaleten karar verme sürecine dair teorik bir model oluşturma bakımından iyi bir potansiyele sahiptir.

Her ne kadar bu kararlar toplumdaki yaygın kararlara nazaran yaygınlık açısından çok daha az bir paya sahip olsa da günümüzde giderek artmaya başlamıştır. Son yıllarda yapılan araştırmalar veganlığın çoğu yabancı ülkelerde yaygınlaştığını, daha fazla ebeveynin çocuğu için vegan beslenmeye yöneldiğini göstermektedir (http-7; http-8; Bivi vd., 2021; Baroni vd., 2019). Türkiye’de çocuğunu vegan besleyen ebeveynlerin yaygınlık oranlarına/sayılarına dair net sayısal verilere ulaşılamamıştır. Bununla birlikte kararın yaygınlaştığına, vegan pazarın çekiciliğine ve büyüdüğüne dair veriler bulunmaktadır. Türkiye’de veganlığın sayısının arttığı, ülkenin toplam nüfusuna oranla veganlık oranının %5’e ulaştığı belirtilmektedir (http-16). Marketlerde vegan ürünlerin daha fazla yer aldığı hatta sadece vegan ürün pazarlayan marketlerin açıldığı ve restoran menülerinde vegan ürünlere daha fazla yer verildiği görülmektedir. Metro Türkiye pandemiyle birlikte vegan ürün tedariklerinin iki katına çıkarak 503 tona yükseldiğini ifade etmektedir (http-16). V-Label ve FMCG Gurus’un veganlığa dair yeni pazar araştırmasında Türkiye’de her 1000 kişiden 30’unun vegan olduğu ortaya çıkmıştır. Türkiye’de veganların sayısının %395’e yükseldiği ve dünyada vegan ürünlere yönelik pazarın büyüklüğünün de 2025’e kadar 22 milyar \$’a yükseleceği öngörülmektedir (http-17). Araştırmalar küresel vegan gıda pazarının 2027’nin sonunda 35,5 milyar \$’a ulaşacağını tahmin etmektedir (http-18).

Aşısızlıkla ilgili yapılan araştırmalarda dünyada aşılanmama oranlarının arttığı ve son yıllarda çocukluk çağı aşılarına yönelik oranlarda en büyük düşüşün yaşandığı belirtilmektedir (http-9; http-10; http-11). Türkiye çocukluk çağına ilişkin aşılanma oranlarının 2017’de %98 olduğu bilinmekle beraber bu tarihten sonra güncel verinin mevcut olmadığı belirtilmektedir (http-11).

Çeşitli ülkelerde daha fazla sayıda ebeveyn çocuğu için okulsuzluğu tercih etmektedir (http-12; http-13; http-14; http-15; Riley, 2020). Türkiye’de okulsuzluk yeni bir kavram olsa da bunu benimseyen ailelerin olduğu, okulsuzluğun ülkemizde yasal olmamasına rağmen yürütülmesinin mümkün olduğu belirtilmektedir (http-19; http-20). Türkiye’de kaç tane ebeveynin okulsuz eğitim felsefiyle çocuğunu yetiştirdiğine dair resmi bir sayısal veri mevcut değildir.

Sonuç olarak bu araştırmada annelerin vekaleten karar verme süreci; çocukları adına aldıkları veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk karar durumları bağlamında ele alınmıştır.

3.4. Örneklem

Nitel araştırmalarda veri toplarken araştırılan olguyu deneyimleyen bireylerin seçilmesi için amaçlı örnekleme kullanılır (Creswell, 2009, s. 199). Amaçlı örnekleme (amaca yönelik veya yargı örnekleme olarak da adlandırılmaktadır) olarak adlandırılan bu yöntemde araştırmacı, araştırmasının amacı açısından önem arz eden ve kendisine zengin bilgi sunabilecek durumları seçer (Patton, 2018, s. 230). Dolayısıyla araştırma katılımcılarının “uç karar alan annelerden” seçilmesi tercih edilmiştir.

Örneklem Seçimi ve Sayısı

Bu araştırma kapsamında gerçekleştirilen literatür taraması sonrasında durumların seçimi için belirlenen temel ölçüt, karar türü olarak belirlenmiştir. Bu karar türleri üç uç karardır (veganlık, aşısızlık, okulsuzluk). Seçilen örneklem içinde bu karar durumlarını deneyimleyen katılımcı anneler yer almaktadır.

Maksimum çeşitlilik örnekleme kapsamında seçilen kriterden (karar türü) yola çıkıldığında, toplamda üç karar durumu için 20 katılımcıya ulaşılmıştır. Bu doğrultuda; veganlık kararı için 7, aşısızlık için 6, okulsuzluk için 7 katılımcı annelerle görülmüştür (Örneklem olarak neden annelerin seçildiği hakkında bkz. *1.2. Araştırmanın Konu ve Kapsamı*).

Patton (2018, s. 244), nitel bir araştırmada örneklem büyüklüğü için kesin bir kuralın bulunmadığını, bunun araştırmanın amacına, zamana, kaynaklara vb. ölçütlere göre değişeceğini belirtmektedir. Örneklem seçiminde “doyum noktası”na ulaşmayı öneren Lincoln ve Guba (1985’ten aktaran Patton, 2018, s. 246)’ya göre; “amaçlı örneklemede, örneklemin büyüklüğü bilgilendirici değerlendirmelerle belirlenir. Amaç bilgiyi en üst düzeye çıkarmaksa, örnekleme yeni örneklenmiş birimlerden yeni bir bilgi gelmediğinde sonlandırılır”. Creswell (2016, s. 101) ise bir araştırmacının “Çoklu durumla çalışmayı tercih ettiğinde kaç durum vardır?” sorusuyla karşılaşabileceğini fakat bu sorunun bir cevabı olmayacağını belirtmektedir. Durum çalışmalarında araştırmacıların genellikle en fazla 4 ya da 5 durumla çalışmayı tercih ettiğini ifade etmektedir.

Bu araştırmada vekaleten karar verme sürecini derinlemesine sunabilmek amacıyla her karar durumu (üç karar durumu-veganlık, aşısızlık, okulsuzluk) için en az 5 katılımcıya ulaşılması planlanmıştır. Bu durumda minimum 15 katılımcıya ulaşılacaktı.

Ancak doygunluk seviyesine ulaşılana kadar görüşmelere devam edilmesi planlandığından toplamda 20 katılımcı anneyle görüşmeler yapılmıştır.

3.4.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Örneklem kapsamında yer alan 20 katılımcı annenin demografik bilgileri aşağıda (Tablo 3.1.) sunulmuştur. Katılımcıların yaş aralığı 24 ile 40 arasında değişmektedir. Katılımcıların 19'u evli, 1'i bekardır. Katılımcıların eğitim düzeyleri lise ile post doktora arasında değişmektedir. Katılımcıların 5'i çalışmakta, 15'i ise şu an çalışmamaktadır. Katılımcıların 8'i yurtdışında, 12'si Türkiye'de yaşamaktadır. Katılımcıların çocuklarının yaşları, 7 ay ile 12 yaş arasında değişmektedir. Katılımcılarla gerçekleştirilen görüşmelerin süresi ortalama 82 dakikadır.

Tablo 3.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcı	Yaş	Çocuk Sayısı/Yaşı/Cinsiyeti	Medeni Durum	Gelir (Kendisi/Eşi)	Meslek (Kendisi/Eşi)	Eğitim (Kendisi/Eşi)	Yaşanılan Şehir	Karar Türü	Görüşme Süresi
Katılımcı Anne 1	30	2 tane/2 yaş-4 yaş/Kız-Kız	Evli	3.000 TL	Çalışmıyor / Serbest Meslek	Yüksek Lisans/Lise	Diyarbakır	Veganlık	79 dakika
Katılımcı Anne 2	37	2 tane/15 aylık-10yaş/Kız-Kız	Evli	30.000 TL	Çalışmıyor (Halkla ilişkiler uzmanı) / Emlakçı	Lisans/Yüksek Lisans	Muğla, Bodrum	Veganlık	39 dakika
Katılımcı Anne 3	38	1 tane/7 aylık/Erkek	Evli	5.000 €	Çalışmıyor (Akademisyen)/ Elektronik Mühendisi	Post-doktora/Yüksek lisans	Almanya, Würzburg	Veganlık	66 dakika
Katılımcı Anne 4	26	1 tane/16 aylık/Kız	Evli	8.000 TL	Çalışmıyor (Veteriner Teknikeri)/Yazılım Danışmanı	Lisans/Yüksek lisans	Istanbul	Veganlık	63 dakika
Katılımcı Anne 5	40	1 tane/4 yaş/Erkek	Evli	6.700 CA\$	Çalışmıyor (Aşçılık-Catering)/ Çalışmıyor (Bankacı) Sabatik	Yüksek lisans/Lisans	Kanada, Montreal	Veganlık	96 dakika
Katılımcı Anne 6	34	1 tane/16 aylık/Erkek	Evli	58.300 AUD	Çalışmıyor (Fotoğrafçılık)/ Borsacı	Lisans/Lisans	Avustralya, Manly, Sidney	Veganlık	81 dakika
Katılımcı Anne 7	44	1 tane/7 yaş/Kız	Evli	7.750 TL	Çalışmıyor (Grafik tasarımcı)/ Serbest Meslek	Lise/Lisans	Istanbul, Şile	Veganlık	62 dakika
Katılımcı Anne 8	29	1 tane/14 aylık/Kız	Evli	5.500 €	Çalışmıyor (Fabrika Çalışanı)/ Şirket Sahibi	On lisans/Ön lisans	Hollanda, Venray	Aşısızlık	74 dakika
Katılımcı Anne 9	26	1 tane/17 aylık/Kız	Evli	5.000 TL	Çalışmıyor (Bilgisayar Programcısı)/ Sosyal Bilgiler Öğretmeni	On lisans/Lisans	Erzurum	Aşısızlık	68 dakika
Katılımcı Anne 10	24	2 tane/1,5 yaş-5 yaş/Kız-Kız	Bekar	3.500 TL	E-ticaret Satış Temsilcisi	Lise	Kayseri	Aşısızlık	55 dakika

Tablo 3.1. (Devamı) Katılımcıların Demografik Bilgileri

Katılımcı Anne 11	30	2 tane/4 yaş-6 yaş/Kız-Erkek	Evli	1.500 €	Çalışmıyor (Dişçi Asistanı)/ Şoför	Lise/Lise terk	Avusturya, Salzburg	Aşısızlık	88 dakika
Katılımcı Anne 12	32	3 tane/12-9-2 yaş/Kız-Erkek-Erkek	Evli	4.000 TL	Çalışmıyor/ Memur	Onlisans okuyor/Lisans	Kayseri	Aşısızlık	94 dakika
Katılımcı Anne 13	26	2 tane/3 yaş-16 aylık/Kız-Erkek	Evli	5.000 TL	Çalışmıyor (Ezcan teknisyeni)/Psikolog	İlkokul/Üniversite	Hatay	Aşısızlık	117 dakika
Katılımcı Anne 14	37	1 tane/7 yaş/Erkek	Evli	4.000 \$	Çalışmıyor (İngilizce Öğretmeni) / THY Orta Düzey Yönetici	Lisans/Yüksek Lisans	Amerika, Atlanta	Okulsuzluk	86 dakika
Katılımcı Anne 15	35	2 tane/2,5 yaş-8 yaş/Kız-Erkek	Evli	10.000 TL	Çalışmıyor (Teknik öğretmen)/ Serbest Meslek	Yüksek lisans/Lise	Muğla, Köyceğiz	Okulsuzluk	83 dakika
Katılımcı Anne 16	36	2 tane/9 aylık-8 yaş/Kız-Kız	Evli	6.000 TL 10.000 TL	Alan Dışı Psikolojik, Pedagojik Danışmanlık (Asıl Alan Kimya Mühendisliği)/ Mühendis, Arıcılık	Yüksek lisans/Lisans	Manisa, Yunt Dağları	Okulsuzluk	88 dakika
Katılımcı Anne 17	33	2 tane/1,5 yaş-6 yaş/Erkek-Erkek	Evli	4.000 \$ 5.000 \$	E-ticaret Ürün Tasarımı/Satışı (Asıl Alan Matematik)/ İnşaat Mühendisi	Yüksek lisans/Yüksek lisans	Amerika, Teksas	Okulsuzluk	116 dakika
Katılımcı Anne 18	28	1 tane/4 yaş/Kız	Evli	1.000 TL 6.000 TL	Girişimci Adayı (Çocuk Giyim Üzerine Marka Oluşturma)/ Yazılımcı	Lisans/Lise	İstanbul	Okulsuzluk	101 dakika
Katılımcı Anne 19	38	2 tane/9 aylık-4 yaş/Erkek-Kız	Evli	12.000 TL	Çalışmıyor (İngilizce öğretmeni / Doktor	Lisans/Lisans	Kocaeli	Okulsuzluk	89 dakika
Katılımcı Anne 20	37	2 tane/1,5 yaş-4,5 yaş/Kız-Erkek	Evli	4.000 TL 2.700 €	Spor Eğitmeni, Sağlık Koşu/ Bilgisayar Mühendisi	Doktora/Yüksek lisans	Fransa, Lille	Okulsuzluk	100 dakika

Katılımcıların geliri, aylık 3.000 TL ile 58.300 AUD arasında değişmektedir (Katılımcılarla görüşmelerin 2020-2021 yılları arasında gerçekleştirildiği dikkate alındığında, gelire ilişkin verilerin zaman bağlamında değerlendirmesi önem arz etmektedir. Örneğin; Katılımcı 1 için yazılan *-verinin alındığı tarih Şubat, 2020-* gelir düzeyi; bugünün asgari ücret düzeyine denk gelmektedir. Dikkat edilmesi gereken bir diğer husus ise katılımcılara ait gelir bilgilerinin gerçeklik ve zaman bağlamından kopmamak adına o ülkenin para birimiyle verilmiş olmasıdır. Bu nedenle yurtdışından örnekleme dahil katılımcıların gelirleri TL birimine çevrilmemiştir).

3.4.2. Araştırma katılımcılarını tanımlama

Araştırmada yer alan her bir katılımcı anne, sahip olduğu özelliklere ve nasıl bir karar verici olduğuna göre tanımlanmıştır. Bu tanımlamaların oluşturulmasında görüşme dökümlerinden, araştırmacı günlüğünden ve temas özet kağıtlarından yararlanılmıştır. Bu tanımlamalara aşağıda yer verilmiştir:

Katılımcı 1; 30 yaşında, evli ve 2 kız çocuğu sahibi bir annedir. Diyarbakır'da yaşamaktadır. Öğrenim düzeyi yüksek lisanstır, şu an çalışmamaktadır. İlk çocuğunu evlilikten 3 yıl sonra, 26 yaşında dünyaya getirmiştir. Vegandır ve çocuklarını vegan büyütmektedir. Genel olarak toplumdan farklı bir yaşam tarzı olduğunu ifade etmektedir. Doğallık arayışındadır ve çocuklarını da doğal koşullarda büyütme (kimyasalsız, doğal, geleneksel usulde) gayretindedir. Veganlık kararının yanında çocukları için aşısızlığı tercih etmiştir ve okulsuzluk eğilimi de vardır. Veganlık kararının alınmasında dominant rodedir. Kararlarını alırken detaylı araştırmalar yapmakta ve araştırmalar sonucunda kararından emin olmaktadır. Verdiği karardan dönmeyen kararlı bir duruş sergilemektedir. Kararlarını alırken çevre baskısı hissetse de zorluklar karşısında yılmadığını belirtmektedir.

Katılımcı 2; 37 yaşında, evli ve 2 kız çocuğu sahibi bir annedir. Muğla'da yaşamaktadır. Lisans mezunudur, halkla ilişkiler uzmanıdır, şu an çalışmamaktadır. İlk çocuğunu evlilikten 2 yıl sonra, 26 yaşında dünyaya getirmiştir. Vegandır, iki evlilik yapmıştır, ilk evliliğinden olan çocuğu vegan değildir. İkinci evliliğinden olan çocuğunu ise vegan büyütmektedir. Veganlık kararına eşi öncü olmuş ve süreçte eşinden büyük destek görmüştür. Kararlarını verirken toplumu dikkate almamakta,

kendi bildiği yolda, kendi seçimlerini yapmayı tercih etmektedir. Kararlarını hızlı ve ani bir şekilde verdiğini, kararsızlıklar yaşamadığını belirtmektedir.

Katılımcı 3; 38 yaşında, evli ve 1 erkek çocuğu sahibi bir annedir. Almanya’da yaşamaktadır. Post doktora mezunudur, akademisyenlik mesleğini bırakmıştır ve şu an çalışmamaktadır. Çocuğunu evlilikten 2 yıl sonra, 37 yaşında dünyaya getirmiştir. Vegandır ve çocuğunu vegan büyütmektedir. Eğitim için teşviksiz tek başına yurtdışına gitmiş, sonrasında çocuk ve meslek arasında yol ayrımı yaşayarak kararını çocuktan yana vermiştir. Kararlarını vermeden önce detaylı araştırmalar yapmakta, kendisiyle iç anlaşma yaparak (karara dair pişmanlık yaşamayacağından emin olduğunda) nihai kararını vermektedir. Veganlık kararında öncü roldedir ve nihai karar eşle ortaklaşa verilmiştir.

Katılımcı 4; 26 yaşında, evli ve 1 kız çocuğu sahibi bir annedir. İstanbul’da yaşamaktadır. Lisans mezunudur, veteriner teknikeridir, şu an çalışmamaktadır. Çocuğunu evlilikten 3 yıl sonra, 25 yaşında dünyaya getirmiştir. Vegandır ve çocuğunu vegan büyütmektedir. Veganlığa dair deneyiminden ötürü veganlık kararının alınmasında dominant roldedir. Veganlık kararında eşinin desteğini görmekte fakat aile büyükleri bu kararı desteklememekte ve baskı oluşturmaktadır. Kararından emin olduğu için tüm bu baskılardan etkilenmediğini belirtmektedir. Üniversitede okuduğu bölümü bırakarak, farklı bir bölüm tercihinde bulunmuştur. Genel olarak yaşam tarzının toplumdan farklı olduğunu ifade etmektedir. Kararlarını almadan önce araştırma yapmakta, araştırmaları sonucunda kararlarından emin olmaktadır.

Katılımcı 5; 40 yaşında, evli ve 1 erkek çocuğu sahibi bir annedir. Kanada’da yaşamaktadır. Yüksek lisans mezunudur, okuduğu bölümden farklı alana yönelerek catering hizmeti-aşçılık mesleğini sürdürmektedir. Çocuğunu evlilikten 4 yıl sonra, 36 yaşında dünyaya getirmiştir. Vegandır ve çocuğunu vegan büyütmektedir. Veganlık kararında öncü olsa da süreçte eşin desteğiyle nihai karar ortaklaşa alınmıştır. Eşi ücretli araştırma izindeyken onunla tanışıp, sonrasında yurtdışında onunla birlikte yaşamaya karar vermesinin hayatındaki en büyük karar olduğunu ifade etmektedir. Gönüllülük esaslı projelerde çalışmıştır. Eğitim gördüğü alandaki mesleğini ani bir kararla bir gün içinde bırakarak hayallerinin mesleği olan catering sektörüne yönelmiştir. Çok zor karar verdiğini, karar vermeden önce birçok alternatif aradığını, pişmanlık yaşamamak adına araştırmalar yaptığını ifade etmektedir. Bir karar verdiğinde de kararından dönmediğini

belirtmektedir. Kararlarında toplumu dikkate almasa da baskı hissetmektedir. Çocukla ilgili kararları eşle birlikte almakta, uzlaşmaya varamadıklarında ise uzman görüşüne başvurmaktadır.

Katılımcı 6; 34 yaşında, evli ve 1 erkek çocuğu sahibi bir annedir. Avustralya'da yaşamaktadır. Lisans mezunudur, fotoğrafçıdır, şu an çalışmamaktadır. Çocuğunu evlilikten 5 yıl sonra, 32 yaşında dünyaya getirmiştir. Vegandır ve çocuğunu vegan büyötmektedir. Veganlık deneyiminden ötürü kararda öncü rodedir ve nihai kararı eşle ortaklaşa almıştır. Küçük yaşlardan beri ailesinin onaylamadığı (erken yaşta çalışma, yurtdışına gitme, yabancı eşle evlilik gibi) ve toplum normlarının aksine kararlar aldığını ifade etmektedir. Toplumdan farklı bir yaşam tarzı sürdürdüğünü belirtmektedir. Kararlarını araştırarak almakta ve kararlarında toplumu dikkate almamaktadır. Veganlık kararının yanında çocuğu için aşısızlık tercihinde de bulunmuştur.

Katılımcı 7; 44 yaşında, evli ve 1 kız çocuğu sahibi bir annedir. İstanbul'da yaşamaktadır. Lise mezunudur, grafik tasarımcısıdır, şu an çalışmamaktadır. Çocuğunu evlilikten 10 yıl sonra, 38 yaşında dünyaya getirmiştir. Vegandır ve çocuğunu vegan büyötmektedir. Çok uzun yıllardır veganlık deneyimi vardır ve bu kararının alınmasında dominant rodedir. Kararlarını araştırarak almaktadır, kendinden emin ve kararlı birisi olduğunu belirtmektedir. Çocukla ilgili kararlara eşi dışında kimseyi dahil etmemektedir. Veganlık kararının yanında çocuğu için aşısızlık tercihinde de bulunmuştur.

Katılımcı 8; 29 yaşında, evli ve 1 kız çocuğu sahibi bir annedir. Hollanda'da yaşamaktadır. Ön lisans mezunudur, fabrika çalışanıdır, şu an çalışmamaktadır. Çocuğunu evlilikten 2 yıl sonra, 28 yaşında dünyaya getirmiştir. Çocuğunu aşısız büyötmektedir. Kararlarını detaylıca araştırarak, ölçüp tartarak almaktadır. Görücü usulüyle eşiyile tanışarak yurt dışında yaşamaya karar vermiştir. Aşısızlık kararını eşiyile ortaklaşa almıştır. Eşi dışındaki diğer aile üyelerini çocukla ilgili kararlara dahil etmemektedir. Planlı yaşadığını, kararlarını da planlı bir şekilde verdiğini hiç ani kararlarının olmadığını belirtmektedir.

Katılımcı 9; 26 yaşında, evli ve 1 kız çocuğu sahibi bir annedir. Erzurum'da yaşamaktadır. Ön lisans mezunudur, bilgisayar programcısıdır, şu an çalışmamaktadır. Çocuğunu evlilikten 2 yıl sonra, 25 yaşında dünyaya getirmiştir. Çocuğunu aşısız

büyütmektedir. Detaylı araştırmalar ve uzun bir düşünme süreci sonrasında kararlarını vermektedir. Evde doğum kararı almıştır. Aşısızlık kararında öncüdür, nihai kararı eşini ikna ederek ortaklaşa almıştır. Farklı şeyler denemeyi sevdiğini belirtmektedir. Çocukla ilgili kararlarda kendisini rahat ve özgür hissetmekte, eşi dışında kimsenin verdiği kararı sorgulayamayacağını vurgulamaktadır. Eşi dışındaki diğer aile üyelerini kararlarna dahil etmemektedir. Karara dair çevresinden tepkiler alsa da kendinden emin bir duruş sergilemektedir.

Katılımcı 10; 24 yaşında, bekar ve 2 kız çocuğu sahibi bir annedir. Kayseri’de yaşamaktadır. Lise mezunudur, e ticaret satış temsilcisi olarak çalışmaktadır. İlk çocuğunu evlilikten 9 ay sonra, 18 yaşında dünyaya getirmiştir. İlk çocuğuna aşılarını yaptırmıştır, ikinci çocuğunu ise aşısız büyütmektedir. Aşılı ve aşısız çocukları arasında karşılaştırmalar yapmaktadır. Eski eşi aşısızlığa karşı çıkmasına rağmen aşısızlık kararını tek başına almıştır. Küçük yaşlarda annesini kaybettiğini, okuldan atıldığını fakat sonrasında kendi kendine yettiğini belirtmektedir. Kararlarını vermeden önce detaylıca araştırmalar yaptığını, kararlarını mantığı doğrultusunda aldığını ifade etmektedir. Kararlarında kendi isteklerini dikkate aldığını, diğerlerinin ne düşündüğünü önemsemediğini belirtmektedir. Karara dair eski eşinden ve ailesinden çok tepkiler alsa da bildiği yolda ilerlemektedir ve kararından çok emindir. Çocukla ilgili tüm kararları kendisi almaktadır.

Katılımcı 11; 30 yaşında, evli ve 1 erkek 1 kız iki çocuk sahibi bir annedir. Avusturya’da yaşamaktadır. Lise mezunudur, dişçi asistanıdır, şu an çalışmamaktadır. İlk çocuğunu evlilikten 3 yıl sonra, 25 yaşında dünyaya getirmiştir. İki çocuğunu da aşısız büyütmektedir. Karar almadan önce araştırmalar yapmakta, mantık filtresinden geçiyorsa ve içgüdüleri onu doğruluyorsa kararını vermektedir. Kararlarında çok özgür olduğunu eşi, aile dahil kararlarna kimsenin etkisi olamayacağını belirtmektedir. Aşısızlık kararında dominant roldedir.

Katılımcı 12; 32 yaşında, evli ve 1 kız 2 erkek üç çocuk sahibi bir annedir. Kayseri’de yaşamaktadır. Lise mezunudur, ev hanımıdır. İlk çocuğunu evlilikten 3 yıl sonra, 21 yaşında dünyaya getirmiştir. İlk iki çocuğuna aşılarını yaptırmıştır, son çocuğunu ise aşısız büyütmektedir. Aile büyüklerinin, çocukla ilgili kararlarna dahil olmaya çalışıp baskı oluşturduklarını belirtmektedir. Süreçte en büyük destekçisinin eşi olduğunu ifade etmektedir. Çoğunluğun ne yaptığından ziyade araştırmalar ve karşılaştırmalar yaparak

kararlarını aldığını belirtmektedir. Kaygılı bir insan olduğunu, bu nedenle kararlarını uzun bir sürede aldığını söylemektedir. Aşıyla ilgili kararda öncü roldedir ve nihai karar eşle ortaklaşa alınmıştır.

Katılımcı 13; 26 yaşında, evli ve 1 kız 1 erkek iki çocuk sahibi bir annedir. Hatay'da yaşamaktadır. İlk öğretim mezunudur, eczane teknikeridir, şu an çalışmamaktadır. İlk çocuğunu evlilikten 1 yıl sonra, 23 yaşında dünyaya getirmiştir. İlk çocuğunun ilk bir yıllık aşılarını yaptırmıştır, ikinci çocuğunu ise aşısız büyütmektedir. Toplumun normları dışında, kendi istekleri doğrultusunda hareket ettiğini belirtmektedir. Karar vermeden önce araştırmalar yapmakta, ölçüp tartarak kararını almaktadır. Araştırarak karar alması, kendinden emin olmasını sağlamaktadır. Karar verdikten sonra kararından dönmediğini, çocukla ilgili kararlarda kendisini rahat hissettiğini, karar sürecine eşi dışında kimseyi dahil etmediğini belirtmektedir. Aşısızlık kararında öncü roldedir, nihai karar eşle ortakla alınmıştır.

Katılımcı 14; 37 yaşında, evli ve 1 erkek çocuğu sahibi bir annedir. Amerika'da yaşamaktadır. Lisans mezunudur, İngilizce öğretmendir, şu an çalışmamaktadır. Çocuğunu evlilikten 8 yıl sonra, 30 yaşında dünyaya getirmiştir. Çocuğunu okulsuz büyütmektedir. Hayatındaki dönüm noktası oluşturabilecek kararlarını (taşınma, tayin gibi) hızlıca aldığını belirtmektedir. Çocuk sahibi olmadan önce esnek çalışarak öğretmenlik yapmış, çocuklu hayatı sevince işe tekrar dönmemeye karar vererek çocuğu için mesleğinden vazgeçmiştir. Öğretmenlik deneyimlerinin ve gözlemlerinin kararında etkili olduğunu belirtmektedir. Kararlarını alırken ölçüp tarttığını ve mantıklı olanı seçtiğini ifade etmektedir. Karar verirken olumsuz tarafların aklına gelmediğini, gelgitler, endişeler yaşamadığını net olduğunu söylemektedir. Kararda öncü roldedir, nihai karar eşle ortaklaşa alınmıştır. Eş dışındaki diğer aile üyelerini çocukla ilgili kararlara dahil etmemektedir.

Katılımcı 15; 35 yaşında, evli ve 1 kız 1 erkek iki çocuk sahibi bir annedir. Muğla'da yaşamaktadır. Yüksek lisans mezunudur, teknik öğretmendir, şu an çalışmamaktadır. İlk çocuğunu evlilikten 6 ay sonra, 27 yaşında dünyaya getirmiştir. Çocuklarını okulsuz büyütmektedir. Yurtdışında eğitim kararı almıştır. Evlenme planı olmamasına rağmen çevresel faktörlerden dolayı evlenme kararı almıştır (evlilik dışı hamilelik sebebiyle). Yurtdışında yüksek lisans yaptığı sırada Türkiye'de ikamet etmekte olan eşiyile tanışmıştır. Sonrasında onunla evlenmek için yurtdışından dönerek köye yerleşme kararı

almıştır. Bu kararının çevresinde sansasyona neden olduğunu belirtmektedir. Kararlarını alırken detaylıca araştırdığını, deneyimli kişilerden fikir almaya çalıştığını belirtmektedir. Tamamen özgür karar verebildiğini, kararına güveniyorsa ve gerçekten doğru olduğuna inanıyorsa tüm dünya karşı bile olsa kararını uygulayacağını ifade etmektedir. Kararlarını verirken net olduğunu belirterek, bir an önce karar verip o yolda gitmeyi tercih ettiğini söylemektedir. Okulsuzluk kararında öncü roldedir, çocukla ilgili kararları neredeyse tamamen kendisinin aldığını, eşinin kendisine koşulsuz güvendiğini belirtmektedir.

Katılımcı 16; 36 yaşında, evli ve 2 kız çocuğu sahibi bir annedir. Manisa Yunt Dağları'nda yaşamaktadır. Yüksek lisans mezunudur, kimya mühendisidir, alanı dışında bir mesleğe yönelmiştir. Şu an psikolojik/pedagojik danışmanlık hizmeti vermektedir. İlk çocuğunu evlilikten 1 yıl sonra, 27 yaşında dünyaya getirmiştir. Çocuklarını okulsuz büyütmektedir. Sisteme hiçbir şekilde bağlı olmadığını vurgulamaktadır. Çocuk doğduktan sonra eşiyile yabanda yaşama kararı aldıklarını, elektriklerini, sularını kendileri ürettiklerini belirtmektedir. Çocuk için terfi öncesinde mesleki kariyerinden vazgeçtiğini, bu kararını kendisini çok iyi tanıdığından (işkolik olması sebebiyle ikisini aynı anda yürütemeyeceğini bildiğinden) çok hızlı bir şekilde aldığını ifade etmektedir. Homeopati gibi alternatif tıp yöntemlerini tercih etmektedir. İçgüdüleri doğrultusunda kararlarını daha net ve kolay alabildiğini belirtmektedir. Çocukla ilgili kararlarda çocuğun ihtiyaçlarını gözettiğini söylemektedir. Kararlarında kendisini özgür hissetmektedir. Kararda öncü roldedir, nihai karar eşle ortaklaşa alınmıştır. Eş dışındaki diğer aile üyelerinin karar sürecine dahil olmadığını, bu konuda sınırlarının net olduğunu belirtmektedir.

Katılımcı 17; 33 yaşında, evli ve 2 erkek çocuğu sahibi bir annedir. Amerika'da yaşamaktadır. Yüksek lisans mezunudur, matematik öğretmenidir, alanı dışında bir mesleğe yönelmiştir. Şu an e-ticaret ürün tasarımı/satışı yapmaktadır. İlk çocuğunu evlilikten 2 yıl sonra, 27 yaşında dünyaya getirmiştir. Çocuklarını okulsuz büyütmektedir. Her zaman yurtdışına gitme hayallerinin, farklı bir ortamı tecrübe etme isteğinin olduğunu belirtmektedir. Evlilik sebebiyle yurtdışına gitmiş ve orada yüksek lisans eğitimi almıştır. Kararlarını araştırarak aldığını, içine sinmeyen durumlar olduğunda kararını destekleyecek unsurlarla (kaynaklar, kişiler) etrafını doldurduğunu belirtmektedir. Kararda öncü roldedir, eşi kararını desteklemektedir. Eş dışındaki diğer

aile üyelerini kararlarına dahil etmemektedir. Yurtdışında yaşadığından aile baskısı hissetmediğini belirtmektedir. Öğretmenlik deneyiminin ve okul ortamını yakından gözlemlemesinin kararında etkili olduğunu söylemiştir.

Katılımcı 18; 28 yaşında, evli ve 1 kız çocuğu sahibi bir annedir. İstanbul'da yaşamaktadır. Lisans mezunudur, matematik öğretmenidir, alanı dışında bir mesleğe yönelmiştir. Çocuk giyimi üzerine bir marka oluşturma girişimi bulunmaktadır. Çocuğunu evlilikten 2 yıl sonra, 24 yaşında dünyaya getirmiştir. Çocuğunu okulsuz büyütmektedir. Kararlarını alırken başkalarının onayını alma ihtiyacı hissetmemektedir. Eşiyle şu an yerleşimden uzak, doğanın içinde bir yere ev yaptırdıklarını, yaşamlarını orada sürdüreceklerini belirtmiştir. Kararlarını alırken kendisinin yanında eşinin ve çocuğunun onayını alma ihtiyacı duymaktadır. Kararlarını alırken detaylıca araştırmalar yaptığını, alternatifler arasında değerlendirmeler yaptığını, sezgilerini de sürece kattığını belirtmektedir. Kararlarını uzun bir düşünme süreci sonucunda almaktadır. Kararlarında özgür olduğunu belirtmektedir, çocukla ilgili kararlarda çocuğunun ihtiyaçlarını gözetmektedir. Öğretmenlik deneyimi ve gözlemleri kararında etkili olmuştur.

Katılımcı 19; 38 yaşında, evli ve 1 kız 1 erkek iki çocuk sahibi bir annedir. Kocaeli'de yaşamaktadır. Lisans mezunudur, İngilizce öğretmenidir, şu an çalışmamaktadır. İlk çocuğunu evlilikten 2 yıl sonra, 34 yaşında dünyaya getirmiştir. Çocuklarını okulsuz büyütmektedir. Kamuda öğretmen olarak çalışırken istifa etmiştir. Alanı dışında bir mesleğe yönelerek şu an aromaterapi eğitimi almaktadır ve bu alanda uzmanlaşmak istemektedir. Ailesiyle birlikte daha doğal yaşayabilecekleri yerleşimden uzak bir yere taşınmışlardır. İkinci çocuğunda normal doğum tercihinde bulunmuştur. Heyecan duyma, tutkuyla hareket etme, hayallere tutunma temel motivasyonudur ve bu durumu "hayal edince yaşarsın" şeklinde tasvir etmektedir. Karar alırken o anki duruma odaklandığını, sonrasını ise çok düşünmediğini belirtmektedir. Her zaman olumsuzluklar olabileceğini fakat bunların onu kararından döndüremeyeceğini belirtmektedir. Kararda öncü rodedir ve nihai karar eşle ortaklaşa alınmıştır. Yabana kaçıp olabildiğince özgür karar verme arzusu duymaktadır. Okulsuzluk kararının yanında çocuğu için aşısızlık kararı da almıştır.

Katılımcı 20; 37 yaşında, evli ve 1 kız 1 erkek iki çocuk sahibi bir annedir. Fransa'da yaşamaktadır. Doktora mezunudur, akademisyenliği bırakarak alanı dışında bir mesleğe

yönelmiştir. Şu an spor eğitmenliği, yaşam koçluğu yapmaktadır. İlk çocuğunu evlilikten 6 yıl sonra, 33 yaşında dünyaya getirmiştir. Çocuklarını okulsuz büyütmektedir. Akademisyenliği bırakıp farklı bir meslekte kariyere odaklanmasının sebebinin kişisel tatmin amaçlı olduğunu belirtmiştir. Okulsuzluk kararının yanında çocuğu için aşısızlık terciinde de bulunmuştur. Doğal beslenme eğilimindedir. Dönüm noktası olabilecek kararlarda olabildiğince çok kişiye danışma ihtiyacı hissetmektedir. Kararda öncü roldedir, nihai karar eşle ortaklaşa alınmıştır. Kararlarını alırken çok zorlandığını belirtmektedir. Eşi dışındaki aile üyelerinin kararlarda etkisi olmadığını ifade etmektedir. Okulsuzluk kararının yanında çocuğu için aşısızlık kararı da almıştır.

3.4.3. Katılımcılardan elde edilen verilere göre anne profili

Kodlama sürecinin tamamlanmasıyla kodlar üzerinden örneklem profiline dair çıkarımlar yapılmıştır. Bu çıkarımların yapılmasında öncelikle Nvivo programında “karar verici profilini tanımlaya yönelik veriler” başlığı altında oluşturulmuş kodlar incelenmiştir. Bu başlık altında oluşturulan kodlardan bazıları “*çocuk için meslekte vazgeçme*”, “*doğal bağışıklık*”, “*gıda endüstrisine güvensizlik*”, “*karar verici ebeveyn*”, “*ölçüp tartarak karar alma*” şeklindedir. Bu kodlar doğrultusunda ayrıca literatürden karar verici özelliklerine dair taramalar da yapılmıştır. Literatür taramalarında örneğin; korumacılık, demokratlık, analitiklik gibi karar verici özelliklerine ulaşılmıştır. Literatür okumaları ve kodlar doğrultusunda, örneklem profiline dair özellikler sınıflandırılmıştır. Anne profiline dair verilerin görselleştirildiği tablo (Tablo 3.2. Anne Profili) aşağıda sunulmuştur.

Tablo 3.2. Anne Profili

	ANALİTİKLİK	DEMOKRATLİK	DOMİNANLİK	KORUMACILIK	DUYARLILIK	DOĞALLIK ARAYIŞI	GRUP AİDİYETİ	NORMLARA UYMAMA	FEDAKARLIK	RASYONELLİK	ÖZGÜRLÜK ARAYIŞI	SİSTEM KARŞITLIĞI	FARKLI OLMA ARZUSU	ZORU BAŞARMA GÜDÜSÜ	RADİKALLİK	KAYGILI OLMA	KARARLIK	DUYGUSALLIK
KATILIMCILAR																		
KATILIMCI 1	✓	✓	✓		✓	✓		✓				✓	✓	✓	✓		✓	✓
KATILIMCI 2	✓	✓		✓						✓		✓			✓		✓	
KATILIMCI 3	✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓		✓	✓					✓
KATILIMCI 4	✓	✓	✓	✓	✓					✓		✓	✓		✓	✓	✓	
KATILIMCI 5	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓		✓			✓		✓	✓
KATILIMCI 6	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓		✓	✓		✓			✓
KATILIMCI 7	✓		✓	✓	✓	✓	✓					✓			✓		✓	✓
KATILIMCI 8	✓			✓		✓				✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓
KATILIMCI 9	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓		✓	✓		✓		✓	✓
KATILIMCI 10	✓		✓	✓		✓						✓	✓		✓	✓	✓	
KATILIMCI 11	✓	✓	✓	✓	✓	✓				✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓
KATILIMCI 12	✓	✓	✓	✓		✓				✓		✓				✓		✓
KATILIMCI 13	✓	✓	✓	✓						✓		✓	✓			✓	✓	✓
KATILIMCI 14	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
KATILIMCI 15	✓	✓	✓	✓		✓	✓			✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓
KATILIMCI 16	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
KATILIMCI 17	✓	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓
KATILIMCI 18	✓	✓	✓	✓		✓	✓			✓	✓	✓	✓					✓
KATILIMCI 19	✓	✓	✓			✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	
KATILIMCI 20	✓	✓	✓		✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓				✓	✓

3.5. Veri Toplama Yöntemi

3.5.1. Görüşmeler

Durum çalışmasında veri toplama yöntemlerinin en önemli kaynaklarından biri görüşmelerdir. Görüşmeler durum çalışmalarında sıklıkla kullanılır. Görüşmeler, özellikle önemli olayların açıklamasını (“nasıl” ve “neden”) ve görüşmecilerin bakış açılarını yansıtan iç görüler sağlamada yardımcı olabilir. Durum çalışması görüşmeleri, yapılandırılmış görüşmeler yerine rehber eşliğindeki konuşmalara benzer. Bir durum incelemesi görüşmesindeki soru akışının katı değil, akıcı olması tercih edilir (Yin, 2018, s. 161). Çünkü çoğu durum çalışması insani ilişkiler ve eylemlerle ilgilidir. İyi seçilmiş katılımcılar bu tür ilişkiler veya eylemlere ilişkin önemli bilgiler sağlayabilir. Görüşülen kişiler ayrıca bu gibi durumların geçmişine dair kısa yollar oluşturarak diğer ilgili kanıt kaynaklarını belirlemeye yardımcı olabilir (Yin, 2018, s. 164).

Patton (2018, s. 341) görüşmeleri şu şekilde tanımlamıştır: “İnsanlarla doğrudan gözlemleyemediğimiz şeyleri bulmak için mülakat yaparız... Duyguları, düşünceleri ve niyetleri gözlemleyemeyiz. Belirli bir zaman önce gerçekleşmiş davranışları gözlemleyemeyiz... bu gibi şeyleri öğrenmek için insanlara soru sormalıyız”.

Nitel görüşmeler temel olarak 3 grup altında sınıflandırılmıştır (Merriam ve Tisdell, 2015, s. 87; Patton, 2018, s. 342): Yapılandırılmamış (günlük sohbet mülakatı), yarı yapılandırılmış (genel mülakat kılavuzu yaklaşımı) ve tam yapılandırılmış (standartlaştırılmış açık-uçlu mülakatlar).

Bu araştırmada yukarıda değinilen yöntemler arasından yarı-yapılandırılmış görüşme türü kullanılmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşme yönteminin tercih edilmesinde şu unsurlar etkili olmuştur: Görüşme kılavuzunun yapılandırılmış soruları da içinde barındırması, soruların esnek bir şekilde yöneltilebilmesi, katılımcıların tümünden istenen spesifik verilerin alınabilmesi, görüşmenin büyük çoğunluğunda keşfedilecek konuya/duruma ilişkin soru veya soruların listesiyle yönlendirebilmesi (Merriam, 2009, s. 89).

3.5.1.1. Görüşme süreci

Bu araştırmada görüşme süreci için üç temel adım planlanmış ve görüşmeler bu doğrultuda gerçekleştirilmiştir. Bu üç adım aşağıda sırasıyla açıklanmaktadır:

- ***Görüşme için katılımcıların seçilmesi, katılım daveti gönderilmesi ve katılımcılardan görüşme için randevu alınması***

Araştırmacı sosyal medya üzerinden kararla bağlantılı hesaplardan/anne-çocuk gruplarına üye olan, yorum yapan kişiler arasından katılımcıların seçimi gerçekleştirmiştir.

Araştırmacı görüşme için davet gönderdiği katılımcılara araştırmanın amacı ve detaylar hakkında (görüşme konusu, görüşmenin gerçekleştirilme biçimi, görüşmenin gerçekleşeceği ortam, görüşmelerin kayıt -ses kaydı- altına alınacağı, görüşmenin bir araştırma kapsamında yapılacağı gibi) bilgi vermiş ve araştırmaya katılım davetinde bulunmuştur. Katılım daveti için standart bir metin kullanılmış ve her katılımcıya aynı metin üzerinden bilgilendirme yapılmıştır.

Katılım davetini kabul eden anneler ile görüşme zamanı üzerinde anlaşılmıştır. Görüşmelerin gerçekleştirileceği yerin sessiz ve sakin olması hem ses kaydının kalitesi hem de dikkat dağıtıcıların elimine edilmesi açısından önemlidir (Creswell, 2007, s. 133). Bu sebeple katılımcılara en uygun tarih/zaman dilimine göre görüşme planlanmıştır. Katılımcıların annelerden oluştuğu dikkate alındığında (çocuğun uyuması, bakımı vb. nedenlerle), görüşme zamanının planlanmasında özellikle annelerin en müsait olacakları tarihe/zamana özenle duyarlılık gösterilmiştir.

- ***Veganlık kararı görüşmelerine katılımcı bulma süreci***

Veganlık kararına dair katılımcı bulma sürecinde öncelikle Instagram üzerinden vegan kimlikleriyle kendilerini tanımlayan anne profillerine ulaşılmaya çalışılmıştır. “Vegan anne”, “vegan çocuk”, “vegan bebek”, “vegan aile”, “vegan hamilelik”, “vegan” gibi profillerden araştırma kapsamında örnekleme uyum sağlayan kimselere katılım daveti yollanmıştır. Yine aynı süreçte “vegan doktor” profilinden katılımcı bulma sürecinde yardım istenmiş fakat bu bağlantı üzerinden herhangi bir geri dönüş alınamamıştır. Ayrıca, “Vegan Hamilelik ve Çocuk Büyütme” grubuna üye olunarak katılımcı aranmıştır. Fakat buradan sadece bir anne olumlu geri dönüşte bulunmuştur. Facebook üzerinden de araştırma amacına uygun anne profilleri aranmış ve amaca uygun olduğu görülen kimselere katılımcı davetleri yollanmıştır. Aynı süreçte “doğal beslenme”, “sağlıklı yaşam”, “sağlıklı beslenme”, “bitkisel beslenme” ve genel yaşam tarzlarına dair daha genel etiketler de taranmıştır. Ayrıca bu konuya ilişkin genel

gönderilerin altındaki anne yorumları incelenmiştir. Buralardan ulaşılabilen örnekleme uygun olabilecek kimselere katılım daveti yollanmıştır. Tüm bu sürecin sonunda veganlık kararı için toplamda 7 katılımcı anneye görüşme gerçekleştirilmiştir.

- ***Aşısızlık kararı görüşmelerine katılımcı bulma süreci***

Aşısızlık kararına katılımcı bulma sürecinde Instagram üzerinden “aşısızlık”, “aşısız çocuk”, “aşısız bebek”, “aşı reddi”, “aşıya hayır”, “aşı yaptırmak tıbbi ve hukuki bir zorunluluk değildir”, “aşı yaptırmama hakkımı kullanıyorum” gibi etiketler taranmıştır. Bu etiketlerden ulaşılabilen ve araştırma örnekleme uygun olan profillere katılım daveti yollanmıştır. Ayrıca Facebook üzerinden “VitaminGiller” hesabından katılımcı bulma sürecinde destek istenmiş olup, hesabın yöneticisi vasıtasıyla bu hesap üzerinden katılım daveti gönderisi paylaşılmıştır. Fakat bu gönderi doğrultusunda bağlantı kurulan kişilerden görüşmeye katılım sürecini planlama aşamasında olumlu bir geri dönüş alınamamıştır. Aşısızlıkla ilişkili farklı gruplara da bu süreçte yazılmış olup, herhangi bir geri dönüş alınamamıştır. Instagram üzerinden “doğal çocuk”, “doğal bebek”, “doğal anne”, “kimyasalsız”, “ilaçsız”, “katkısız”, “doğal bağışıklık”, “doğal beslenme” gibi daha genel etiketler taranarak ulaşılan ve örnekleme uygun profillere katılım daveti yollanmıştır. Yine bu genel etiketler üzerinden annelerin yorumlarının yer aldığı paylaşımlar tek tek incelenmiş olup, ulaşılan ve örnekleme uygun olan kişilere katılım daveti yollanmıştır. Facebook üzerinden de aynı etiketler taranmış ve aynı şekilde ulaşılan gönderilerin altındaki yorumlar tek tek incelenmiştir. Uygun profillere katılım daveti yollanmıştır. Bu çalışmaların sonucunda aşısızlık kararı için toplamda 6 katılımcı anneye görüşme gerçekleştirilmiştir. Aşısızlık kararına katılımcı bulma sürecinde diğer kararlara kıyasla çok daha fazla sayıda kişiye katılım daveti yollanmıştır. Fakat diğer kararlara nazaran bu karara katılımcı bulma sürecinde çok daha düşük bir geri dönüş oranı ile karşılaşılmıştır.

- ***Okulsuzluk kararı görüşmelerine katılımcı bulma süreci***

Okulsuzluk kararına katılımcı bulma süreci Instagram üzerinden yürütülmüştür. Öncelikle Instagram üzerinde okulsuzlukla kendini tanımlayan anne profillerine ulaşılmaya çalışılmıştır. “Okulsuz çocuk”, “okulsuz büyüme”, “okulsuz öğrenmek”, “okulsuz yaşam”, “okulsuz eğitim”, “okulsuz”, “ev okulu”, “alternatif eğitim” gibi tanımlanan profillere ulaşılarak örnekleme uyum sağlayan profillere katılım daveti yollanmıştır. Aynı süreçte “sade yaşam”, “doğal yaşam”, “doğal ebeveynlik”, “doğada

öğrenmek” vb. gibi daha genel yaşam tarzlarını yansıtacak etiketler de taranmıştır. Yine Instagram hesabı üzerinden okulsuzluk kimliğiyle paylaşım yapan annelerin gönderileri altındaki anne yorumları da detaylıca incelenmiştir. Buralardan ulaşılabilen örnekleme uygun olabilecek annelere de katılım daveti yollanmıştır. Yine okulsuzluk kapsamında görüşülen ilk katılımcı anne, okulsuzluk kararına dair bazı profil bağlantılarını paylaşarak (araştırmacıyla) sürece ek katkıda bulunmuştur. Bu sayede, bu profillere de katılım daveti yollanabilmiştir. Bu süreç doğrultusunda, okulsuzluk kararı için toplamda 7 katılımcı anneyle görüşme yapılmıştır.

- ***Katılımcıların görüşme öncesi bilgilendirilmesi ve katılımcılardan onay alınması***

Görüşmeler gerçekleşmeden önce Etik Kurul’a başvurulmuş ve başvurunun olumlu değerlendirmesi neticesinde Etik Kurul Belgesi² temin edilmiştir.

Araştırma kapsamında yürütülen görüşmelere katılım için katılımcıların gönüllüğü esas alınmıştır.

Katılımcılarla görüşmeye geçmeden hemen önce katılımcılar tekrar bilgilendirilmiş (araştırma amacı, görüşme konusu, gizlilik vb.) ve kendilerinden onay alınmıştır.

Katılımcıların, araştırmadan çekilebilme serbestisine sahip olduğu kendilerine hatırlatılmıştır (görüşme sırasında, sonrasında araştırmaya katılımdan vazgeçme, ayrılma gibi durumlarda verilerin silinip tamamen imha edileceği). Nitekim katılımcılardan bir tanesi (aşısızlık kararı için görüşülen katılımcı anne) görüşme sürecinin sonlarına doğru görüşmeden vazgeçmiştir. Bu nedenle bu katılımcının verileri tamamen silinmiş ve araştırma kapsamına alınmamıştır.

Araştırmaya katılan tüm katılımcıların bilgileri özenle saklanmış, verilerin gizliliği ve güvenliği sağlanmıştır.

- ***Görüşmenin gerçekleştirilmesi***

Araştırmanın örnekleme içerisinde yer alan katılımcılarla görüşmeden önce görüşmelere hazırlık amacıyla bir pilot görüşme gerçekleştirilmiştir. Bahsi geçen pilot

² 11.09.2019 tarihli 7549 protokol numaralı Anadolu Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Karar Belgesi.

görüşme, danışman ve araştırmacı tarafından araştırma örnekleme uygun bir anne ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir (Pilot görüşmenin gerçekleştirilme tarihi: 06.12.2019). Pilot görüşme, araştırmacının örnekleme içerisinde yer alan katılımcılarla görüşme sürecine yol göstermiştir.

Coğrafi uzaklıklar (yurtiçi ve yurtdışı) ve COVID-19 pandemisi sebebiyle görüşmeler online ortamda gerçekleştirilmiştir.

Merriam (2009)'a göre; görüşmenin başarısı, görüşmecinin soru sorma yeteneğine ve katılımcıyla arasındaki etkileşimin doğasına bağlıdır. Moustakas (2004) ise görüşmelerin rahat bir ortamda gerçekleşmesinin, katılımcılardan alınacak cevapların gerçekçi ve detaylı olmasına yardımcı olacağını ifade eder. Özetle görüşmelerde katılımcının rahat edeceği bir ortamın var olması gerektiğini vurgulamaktadır. Bunun yansısı katılımcının görüşmeciye güven duymasını sağlayacak ön bir sohbetle görüşmeye başlamanın da uygun olacağını belirtmektedir. Bu kapsamda katılımcı annelerle görüşmeye başlamadan önce kısaca sohbet edilmiş, öncelikle demografik verilerle katılımcı daha yakından tanınmaya çalışılmış, samimi ve sıcak bir ortam oluşturulmuştur. Sonrasında daha öncesinde hazırlanan görüşme kılavuzunda yer alan sorulara geçilerek görüşmeye devam edilmiştir. Görüşme kılavuzu ve detayları aşağıda ayrıca anlatılmıştır.

Katılımcılarla gerçekleştiren görüşmeler, görüşme esnasında, ses kaydına alınmıştır. Ancak Patton'un (2018, s. 383) da önerdiği şekilde kelimesi kelimesine olmasa da görüşmeler sırasında stratejik ve odaklanmış notlar alınmıştır.

Durum çalışmalarında aynı kişi ile birden fazla görüşme yapılması ihtiyacı doğabilmektedir (Creswell, 2007, s. 212). Bu nedenle görüşmecilerden araştırmanın ilerleyen aşamalarında kendisiyle tekrardan iletişim kurabilmek amacıyla iletişim bilgileri istenmiştir. Fakat bu görüşmede hiçbir katılımcıyla birden fazla görüşme gerçekleştirme ihtiyacı doğmamıştır.

Görüşmeler, 05.02.2020-19.02.2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. En kısa görüşme süresi 39 dakika, en uzun görüşme süresi ise 117 dakikadır. Gerçekleştirilen görüşmelerin ortalama süresi 82 dakikadır (Her bir katılımcıyla gerçekleştirilen görüşme süresinin detayı için bkz. 3.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri).

3.6. Veri Toplama Aracı

3.6.1. Görüşme kılavuzu

Bu araştırmada temel veri toplama aracı görüşme kılavuzudur. Görüşme kılavuzu; görüşme esnasında katılımcılara sorulacak soruları veya araştırmacının görüşme sırasında başvuracağı konu başlıklarını içeren, araştırmacı tarafından önceden hazırlanmış bir rehberdir (Patton, 2018, s. 343).

Patton (2018, s. 348) görüşmelerde kullanılabilir altı soru türü (deneyim ve davranış soruları, düşünce ve değer soruları, duygu ve his soruları, bilgi soruları, duygusal sorular, demografik sorular) olduğundan bahsetmektedir. Diğer taraftan Maxwell (2018, s. 83) ise nitel bir araştırmada süreci anlamının önemine değinerek, bu sürece daha uygun olduğunu düşündüğü şu üç soru türüne odaklanmayı önermektedir:

- Olaylara dahil olan kişilerin etkinliklere ve olaylara yükledikleri anlamla ilgili sorular,
- Fiziksel ve sosyal bağlamın bu olaylar ve etkinlikler üzerindeki etkisi ile ilgili sorular ve
- Bu olayların ve etkinliklerin ve bunların sonuçlarının nasıl meydana geldiğine dair süreç hakkında sorular.

Görüşme kılavuzunda yer alan soruların hazırlanmasında yukarıda değinilen (Patton, 2018; Maxwell, 2018) soru türlerinden yararlanılmıştır. Görüşmelerde kullanılan kılavuzda temelde 9 ana soru olup, ilk 7 sorunun alt soruları bulunmaktadır. İlk soru katılımcılardan demografik veriler almaya yöneliktir. İkinci soru, anne profilini tanımlaya yardımcı olan alt sorulardan oluşmaktadır. Diğer sorular ise vekaleten karar verme sürecini derinlemesine anlamaya yöneliktir. 9 ana soru tüm katılımcılara aynı biçimde sorulmuş ve detaya inmek gerektiğinde ana soruların alt soruları da katılımcılara yöneltilmiştir. Nitekim katılımcıların büyük bir çoğunluğuna, kararın bağlamını detaylıca anlayabilmek adına, alt sorular da sorulmuştur (Detaylı bilgi için bkz. EK-1. Görüşme Kılavuzu).

Bu araştırmada görüşme kılavuzu, görüşmelerin yürütülmesinde araştırmacıya yol göstermiştir. Görüşme kılavuzunun içerisinde bulunan soruların yanında, görüşmeci, görüşmenin akışı doğrultusunda soruların sırasını ve soruluş tarzını değiştirebilmiştir.

Örneklem kapsamında yer alan katılımcıların aldığı kararlar (üç farklı karar durumu-veganlık, aşısızlık, okulsuzluk) göz önünde bulundurulduğunda, görüşmeleri esnek bir yaklaşımla yürütmek gerekmiştir.

3.6.2. Araştırmacı günlüğü ve temas özet kağıtları

Bu araştırmada görüşmeler yanında veri toplama aracı olarak yansıtımlı araştırmacı günlüğünden ve temas özet kağıtlarından yararlanılmıştır (örnek için bkz. EK-2. Araştırmacı Günlüğü; EK-3. Temas Özet Kağıdı). Ayrıca görüşme esnasında ve sonrasında saha notları alınmıştır.

Creswell (2007, s. 130), nitel veri toplama sürecinde araştırma günlüğü tutulmasını önermektedir. Bu tür günlükler bir yandan araştırma bağlamının hatırlanması ve kişisel gözlemlerin yansıtılması, öte yandan araştırmacının ne ölçüde yansız kalabildiğini göstermek açısından önem taşır. Maxwell (2018) de araştırmacıların saha deneyimlerini yansıttıkları günlüklerinin önemini vurgulamaktadır. Bu konuda Miles ve Huberman (2016, s. 51) da temas özet kağıdı tutulmasını önermektedir. Bir temas özeti, belli bir saha temasına ilişkin sorulara odaklanan veya onları özetleyen tek bir sayfadır. Bu doğrultuda araştırmacı, temas sürecindeki ana noktaların genel bir özetini elde etmek üzere derlenmiş saha notlarını gözden geçirir ve daha önceden hazırlanmış temas özet kağıdı üstündeki her bir soruya yanıt verir (Miles ve Huberman, 2016, s. 51).

Araştırmacı ilk pilot görüşmenin gerçekleştiği günden itibaren yansıtımlı araştırma günlüğü tutmaya başlamıştır ve toplamda 1160 sayfalık bir araştırmacı günlüğü tutulmuştur. Bu günlük, araştırmacının görüşmelere öz bakış sağlamasına ve görüşmelerin kodlanma sürecine ışık tutmuştur.

Araştırmacı gerçekleştirdiği görüşmeler sonrasında her bir katılımcı için ayrı ayrı temas özet kağıdı tutmuştur. Bu temas özet kağıtlarının oluşturulmasında Miles ve Huberman (2016, s. 51)'in dile getirdiği gibi; “*bu temas sırasında gördüğüm ana kavramlar, temalar, sorunlar ve sorular nelerdi?*” izlencesi takip edilmiştir. Temas özet kağıdı, görüşmenin yapılmasının ardından en geç bir gün içerisinde doldurulmuştur. Temas özet kağıtları bir sonraki görüşme sürecine hazırlık için rehber görevi görmüştür (bir sonraki katılımcıya soruların nasıl sorulabileceği, hangi ek sorulara, hangi detaylara yer verilmesi gerekebileceği noktasında yol göstermiştir). Ayrıca her görüşme sonrası

tutulan temas özet kağıtları veri analizine ön hazırlık sağlamıştır (Miles ve Huberman, 2016, s. 52).

3.7. Verilerin Analizi

Miles ve Huberman (2016, s. 10-12), nitel veri analizi için ön hazırlığı ve akış modelini önermektedir. Akış modelinde yer alan temel aşamalar; veri azaltımı, veri gösterimi ve sonuç çıkarma/doğrulama olmak üzere üç gruptan oluşmaktadır ve akışla ilgili olarak da araştırmacının gerçekleştirdiği araştırma süreci boyunca verilerin azaltılması, verilerin gösterimi ve sonuçların ortaya koyulması/doğrulanması süreçleri arasında gidip geldiğini belirtmektedir.

Bu araştırmada toplanan verilerin analizi için Miles ve Huberman (2016)'ın akış modeli temel alınmıştır. Bu doğrultuda araştırma kapsamında şu analiz aşamaları takip edilmiştir:

- Veri analizi için ön hazırlık
- Verilerin azaltılması
- Verilerin gösterimi ve sonuçların ortaya koyulması

Aşağıda bu analiz adımlarına sırasıyla ve detaylıca yer verilmiştir.

3.7.1. Veri analizi için ön hazırlık

Analizde ilk adım olarak Miles ve Huberman (2016) ön veri analizini önermektedir. Bu kapsamda ilk önce görüşmeler sonrası tutulan temas özet kağıtları ele alınmıştır.

Araştırmacı, temas özet kağıtlarını değerlendirdikten sonra verileri analiz edebilmek için görüşme dökümlerini yapmış ve görüşme transkriptlerini oluşturmuştur. Görüşme dökümlerinin yapılmasında ilk olarak otomatik transkript için bir program denenmiş fakat görülen eksiklikler nedeniyle (yanlış-farklı-eksik sözcükler) yeterli başarı sağlanamamıştır. Bu nedenle araştırmacı görüşme dökümlerini ses kayıtlarını bizzat dinleyerek kendisi oluşturmuştur. Görüşme transkriptlerinin nihai hale getirilebilmesi için dökümü tamamlanan görüşmeler, kontrol amaçlı, tekrar dinlenerek görülen eksiklikler tamamlanmıştır. Ayrıca ön hazırlık kapsamında veganlık, aşısızlık

ve okulsuzluk kararı görüşme transkriptleri detaylıca incelenerek, veri özeti tablosu³ hazırlanmıştır.

3.7.2. Verilerin azaltılması

Verilerin azaltılması amacıyla kodlamadan yararlanılmıştır. Kodlama, veriler arasında yer alan anlamlı bölümlere -bir sözcük, cümle, paragraf- isim verilmesi sürecidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Miles ve Huberman (2016, s. 56), kodlamanın bir analiz olduğunu belirtmektedir. Saldana (2019, s. 4)'ya göre ise kodlar; veriyi özetleyen, özü yansıtan, çarpıcı ve çağrışımsal nitelikteki sözcüklerden veya kısa ifadelerden oluşur.

Lincoln ve Guba (1985'ten aktaran Patton, 2018, s. 62) kodlama işlemlerini aşağıdaki şekilde ifade etmektedir:

Doldurma; kodların eklenmesi, yeni düşünceler ortaya çıktıkça ve veri kümesine bakmanın yeni biçimleri ortaya çıktıkça, uyumlu bir şemanın yeniden oluşturulması.

Genişletme; daha önce kodlanan malzemelere geri dönerek bunların yeni bir yolla, yeni bir tema, kurgu veya ilişki ile sorgulanması.

Bağlama; yeni ya da daha önce anlaşılmayan ilişkilerin bir kategorinin birimleri içerisinde görülmesi.

Ortaya çıkarma; yeni kategorilerin belirlenmesi [Lincoln ve Guba (1985'ten aktaran Patton, 2018, s. 62)].

Miles ve Huberman (2016), ön veri analizi sonrasında birinci düzey kodlama yapılmasını, akabinde ikinci düzey/örüntü kodları oluşturulmasını ve ardından genel temalar elde etme süreci olan kısa notlar alma ile devam edilmesini önermektedir. Ayrıca kodlama sürecinde bir koda, kendisini tanımladığı kavrama en yakın ismin verilmesini tavsiye etmektedir.

- **Betimleyici kodlar:** Kodların oluşturulması için kullanılacak yöntemlerden bir tanesi, saha çalışmasının öncesinde geçici bir başlangıç listesi oluşturmaktır (Miles ve Huberman, 2016, s. 58). Betimleyici kodlar, fazla yorumlamaya gereksinim olmaksızın bir dizi olgunun özetlenmesine yardımcı olan kodlar olarak ifade edilir. Kısaca, betimleyici kodların oluşturulması bir diğer ifadeyle

³ Veri özeti tablosu; kodlama süreci öncesi görüşme kılavuzunda yer alan her bir sorunun katılımcılar tarafından nasıl cevaplandığını göstermek için görüşmeci tarafından hazırlanan ön analiz niteliğine sahip özet bir tablodur.

birinci-düzyey kodlama, veri parçalarını özetlemeye yarayan bir araçtır (Miles ve Huberman, 2016).

- **Örüntü kodları:** Örüntü kodları; açıklayıcı, yoruma dayalı ve ele alınan olaydaki belirlenen bir örüntüyü gösteren yani ortaya çıkan bir temayı, yapılanmayı veya açıklamayı belirleyen kodlardır. Diğer taraftan, kodların belirlenmesi amacıyla kullanılabilir bir diğer yöntem ise kodların tümevarımsal olarak geliştirilebileceği genel alanlara işaret eden bir genel çetele şeması oluşturmaktır (Miles ve Huberman, 2016: 61). Kısaca; örüntü kodlaması ise kodları daha az sayıda kümelere, temalara veya yapılarla gruplamanın bir yoludur (Miles ve Huberman, 2016).

Bu araştırma kapsamında iki tür kodlamadan yararlanılmıştır; betimleyici kodlar ve örüntü kodları. Verilerin azaltılması sırasında kodlama betimleyici olandan yorumlayıcı olana doğru gerçekleşmiştir. Kodlamada ayrıntı düzeyinin ne olması gerektiğine dair *Miles ve Huberman'ın* (2016) belirttiği şekilde; “*bir sözcükten paragrafa değin*” birçok seçenek mevcuttur. Vekaleten karar verme sürecinin dinamiklerini ortaya koyabilmek için verilerin bağlamı içinde analiz edilmesi daha uygun olmuştur. Bu nedenle veri parçalarının bütünsel perspektifi yansıtabilmesi amacıyla kodların ayrıntılandırılmasında paragraf birimleri esas alınmıştır.

Miles ve Huberman (2016)'ın önerdiği şekilde araştırmada temel alınan kavramsal çerçeve, araştırma soruları ve amaçları dikkate alınarak bir Başlangıç Kod Listesi (ana ve alt kodlar ve hangi araştırma sorusuna yönelik olduğu) oluşturulmuştur. Bu liste betimleyici kodlamaya temel oluşturan listedir.

Görüşme verilerinin kodlanmasında **NVivo 12 Plus** programı kullanılmıştır. Araştırmacı, kodlama sürecinin tamamında Miles ve Huberman (2016)'ın önerdiği gibi kodları ilgili olabilecek en yakın kavramla isimlendirmiş, bu kod isimlerinin oluşturulmasında literatürden yararlanılmıştır.

NVivo 12 Plus programında ilk katılımcının görüşme transkripti, çift kodlayıcı tarafından (araştırmacı, diğer kodlayıcı) kodlanmıştır. Danışman her iki kodlayıcının Nvivo node raporları üzerinde değerlendirmeler yaparak sürece dair öneriler sunmuş ve gerekli düzeltmeler için yol göstermiştir. Yine bu değerlendirmelerde her iki kodlayıcının verilere dair ortak/farklı kavram kodlamaları olduğu görülmüştür. Kodlar üzerinde tartışılıp, görüş paylaşımında bulunulmuştur. İlk görüşme dışındaki görüşmeler

ise sadece araştırmacı tarafından kodlanmış ve her tamamlanan kodlama sonrasında danışman kodlar üzerinde değerlendirmeler yapmıştır. Tüm bu değerlendirmelerin sonucunda; başlangıç kod listesine eklemeler ve çıkarmalar yapılmıştır. Miles ve Huberman (2016) da nitel araştırma süreci devam ettikçe kodların değişip ve gelişeceğini belirtmektedir. Bu araştırmada da kodlama süreci boyunca kodlar üzerinde değişiklikler olmuştur. Tüm bunlar, görüşme transkriptlerinin kodlanması sürecinde yol gösterici olmuştur. Birincil düzey kodlamadan (betimleyici kodlar) sonra örüntü kodlarına ulaşmak için ikincil düzey kodlama yapılmış ve nihayetinde örüntü kodları ortaya çıkmıştır (Ayrıntılı bilgi için bkz. *EK-5. Temalar ve Kodlar*).

3.7.3. Veri gösterimi ve sonuçların ortaya konması

Bu araştırmada verilerin gösteriminde ve sonuçların ortaya konulmasında **MAXQDA Analytics Pro 2022** analiz programından yararlanılmıştır.

Veri gösterimi için öncelikle kodlama süreci sonucunda ortaya çıkan tema ve alt kodlar görselleştirilmiştir. Bu kapsamda bu araştırmadaki **tema ve alt kodların gösterimi** için MAXQDA Analytics Pro 2022 analiz programındaki **Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli** gösteriminden yararlanılmıştır (bkz. *4. Araştırma Bulguları ve Bulguların Yorumu*).

Miles ve Huberman (2016)'ın verilerin gösterimi için önerdiği yöntemlerden biri durumlar arası gösterimdir. Durumlar arası analizi kullanmanın iki temel nedeni vardır: Genellenebilirliğin arttırılması ve kavrayış ve açıklama noktalarında derinleşme (Miles ve Huberman, 2016, s. 173). Durumları incelemenin amacı, bu durumların belli başlı örüntüler ya da yapılanmalar paylaşıp paylaşmadığını görmektir (Miles ve Huberman, 2016, s. 174). Bu araştırmada Miles ve Huberman (2016)'ın önerdiği durumlar arası gösterim biçimleri arasında yer alan **nedensel modelden** (nedensel ağlardan) yararlanılmıştır (bkz. *şekil 4.1. Vekaleten Karar Verme Sürecine Dair Oluşturulan Teorik Model*).

Nedensel model, çoklu durum analizlerinden elde edilen değişkenler arasındaki nedensel bağlantıları içeren bir değişkenler ağıdır. Değişkenler ve değişkenler arasındaki ilişkilerin tüm ağına ilişkin önermeler elde etmek üst düzey çaba gerektirir. Bunu yapmanın nedenlerinin arasında kuram oluşturma da yer alır (Miles ve Huberman, 2016, s. 224). Böylelikle araştırma amaçlarıyla bağlantılı olarak nedensel akış şeması

oluşturabilmekte, nedensel ağlar-çapraz durum analizleri yapılabilmektedir. Bu analizler sonucunda; araştırmacı sonuca önemli etkisi olduğunu düşündüğü değişkenleri kullanabilir ve durumları karşılaştırılarak analiz edebilir. Böylelikle durumlar arasında benzer/eş olan ya da farklı olan değişkenler dizisini ortaya çıkartabilir. Özetle bunun yapılmasındaki temel amaç, elde edilen bireysel durum ağları ile bir ya da birden çok meta ağ geliştirmektir (Miles ve Huberman, 2016, s. 228).

Sonuçların ortaya koyulması aşamasında ise veri gösterimlerinden yola çıkılır, veriler özetlenmiş ve tüm bunlardan bir anlam çıkartılmış olur. Miles ve Huberman (2016, s. 245) bu aşamada kullanılacak farklı yöntemlerden bahsetmektedir. Bu araştırmanın amaçları doğrultusunda Miles ve Huberman (2016)'ın önerdiği yöntemler arasından **değişkenler arası ilişkileri fark etme** ve **kavramsal/kuramsal tutarlılığı oluşturma** yöntemleri kullanılmıştır.

- **Değişkenler arası ilişkileri fark etme (*Noting relations between variables*):** Bu yöntemde kutular değişkenleri ve oklar ilişkileri gösterecek biçimde ilişkiler ortaya koyulur. Yani bir durum içerisindeki değişkenler ve bunların birbirleriyle ilişki biçimleri/düzeyleri belirlenebilir (Miles ve Huberman, 2016, s. 257). Miles ve Huberman (2016), ilişkileri belirlemek için matrisler kullanılmasını önermektedir. Bu doğrultuda, iki ya da daha fazla değişkene dayanan veri sistematik inceleme için sıraya koyulur ve bunlardan sonuçlara gidilir. Ağ gösterimleri de daha karmaşık durumların incelenmesini kolaylaştırır (Miles ve Huberman, 2016, s. 258). Bu çalışmada temalar arası ilişkileri belirlemek için **Kod İlişkileri Tarayıcısı**'ndan yararlanılmıştır (bkz. 4. *Araştırma Bulguları ve Bulguların Yorumu/ Kod İlişkileri Tarayıcısı Tabloları*). Bu ilişkilerin gösteriminde yukarıda değinilen nedensel ağlardan yararlanılmıştır (bkz. *Şekil 4.1. Vekaleten Karar Verme Sürecine Dair Oluşturulan Teorik Model*'de bağlantı okları; tam, kesikli, doğrudan, dolaylı).
- **Kavramsal/kuramsal tutarlılığa ulaşma (*Making conceptual/theoretical coherence*):** Bu yöntemde araştırmacı verilerine dayanarak sonuçlarını şekillendirir ve literatürden kanıtlar sunarak elde ettiği bulguları destekler. Böylece ortaya çıkardığı sonuçların önemini vurgular (Miles ve Huberman, 2016, s. 262). Bu çalışmada, MAXQDA Analytics Pro 2022 analiz programıyla **vekaleten karar verme sürecine dair teorik model**

oluşturulmuştur (bkz. *Şekil 4.1. Vekaleten Karar Verme Sürecine Dair Oluşturulan Teorik Model*). Bu teorik modelin oluşturulmasında yani araştırma sonucunun ortaya koyulmasında, nedensel ağ gösteriminden yola çıkılmış ve temalar arası ilişkiler gösterilmiştir. Karar modelinde sunulan temalar arası ilişkiler alan yazından kanıtlarla desteklenmiştir (bkz. *4. Araştırma Bulguları ve Bulguların Yorumu/ Temalar Arasındaki İlişkiler*).

Özetle bu çalışmada temalar arası ilişkileri gösterebilmek için ilişkisel analiz yapılmıştır. İlişki analizinde vekaleten karar verme bağlamını bütünsel biçimde sunabilmek amacıyla veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk kararlarındaki ortak noktalara odaklanılmıştır. Karar süreci aşamalarının (karara hazırlık ve derinlemesine düşünme süreci, karar verme ve uygulamaya geçme, eylemi sürdürme ve izleme) her birinde yer alan temaların (ana tema/alt kod) süreçteki yerini belirleyebilmek ve diğer temalarla ilişkisel bağlantılarını anlayabilmek için ilişkisel analize ihtiyaç duyulmuştur. Şekil 4.1.'in nihai haline ulaşabilmek için tüm temaların birbiriyle ilişkilerine bakılmıştır. Bu ilişkileri anlayabilmek için MAXQDA Analytics Pro 2022 analiz programında yer alan Kod İlişkileri Tarayıcısı'na başvurulmuştur. Kod İlişkileri Tarayıcısı sayesinde temaların keşimi, yoğunluk seviyesi (rakam/şekil) görülebilmektedir. Bu analiz sonucunda bulunan ilişkiler literatürden bağlantılarla desteklenmiştir.

Örneklem profiline dair verilerin özetlenmesi neticesinde ortaya çıkan benzerlikler ve farklılıklar neticesinde ortaya çıkan **anne profili tablosu** ilgili bölümde yer almaktadır (bkz. Tablo 3.2. Anne Profili).

Kod Matris Tarayıcısından yararlanılarak karar durumları (veganlık, aşısızlık, okulsuzluk, EK-7) arasındaki **kod frekansları dağılımı** (EK-6) gösterilmiştir.

3.8. Araştırmanın Güvenirliği

Güvenirlik; bir araştırmanın kalitesini sağlamak için kullanılan verilere, yorumlara ve yöntemlere olan güven derecesini ifade eder ve araştırma sürecini ve araştırma süreci sonucunda ortaya çıkan verileri açık ve detaylı bir biçimde diğer bir araştırmacının değerlendirmesine olanak sağlar (Connelly, 2016; Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 285).

Miles ve Huberman (2016), kontrol kodlamasının güvenilirliğe yardımcı olabileceğini belirtmektedir. Verilerin azaltılması sürecinde de değinildiği üzere; Miles

ve Huberman'ın (2016, s. 64) önerdiği şekilde -kodlayıcılar arası görüş birliği- için ilk görüşmenin kodlanmasında başlangıç kod listesi temel alınarak görüşme iki kodlayıcı tarafından (araştırmacı, diğer kodlayıcı) ayrı ayrı kodlanmıştır. Akabinde danışman her iki kodlayıcının kodlama raporlarını inceleyerek, her iki kodlayıcının kodlarını/kodlamalarını karşılaştırılmış ve değerlendirmiştir. Sonrasında araştırmacı, diğer kodlayıcı ve danışman görüş birliğine varana kadar kodlar üzerinde tartışmış ve görüş birliği sonrasında kod listesi yeniden düzenlenmiştir. Öte yandan araştırmacı diğer her bir görüşmeyi sadece kendisi kodlamış fakat danışman, araştırmacı tarafından kodlaması tamamlanan tüm görüşmelerin kodlama raporları üzerinde incelemeler ve değerlendirmeler yapmıştır. Yine, temaların belirlenme sürecinde öncelikle araştırmacı ve danışman birlikte değerlendirmelerde bulunmuş ve sonrasında da tez izleme komitesinde yer alan üyelerle birlikte hem temalar hem de temaların alt kodları tartışılmıştır. Tüm bu akış ve sürecin sonunda kodlar ve temalar nihai haline ulaşmıştır.

Lincoln ve Guba (1985'ten aktaran Adler, 2022, s. 599)'ya göre diğer bilimsel ölçütler yerine (standart olarak ifade edilen geçerlilik ve güvenilirlik ölçütleri yerine) nitel araştırmanın değerlendirilmesinde kullanılacak temel ölçütün güvenilirlik (*trustworthiness*) olduğunu vurgulamaktadır. Buna göre; inandırıcılık, aktarılabirlik, tutarlılık ve onaylanabilirlik/teyit edilebilirlik ölçütlerinin kullanılmasını önermektedir. Aşağıda Tablo 3.3.'de bu araştırmada güvenirligi sağlamak amacıyla kullanılan yöntemler açıklanmıştır. Bu tablonun oluşturulmasında Lincoln ve Guba (1985) ve Erlandson vd. (1993)'un yöntemi referans alınmış ve uyarlanmıştır.

Tablo 3.3. *Araştırmada Güvenirlik İçin Kullanılan Yöntemler* [Erlandson vd. (1993'ten aktaran Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 277].

İNANDIRILICIK (*Araştırma sonuçları yoluyla gerçeğin doğru temsili*)

- **Uzun süreli etkileşim:** Araştırmacı olguyu, kültürü ya da ilişkileri anlamaya yetecek uzunlukta bir süre sahada zaman geçirmeye çalışmıştır. Hem araştırmaya katılımcı bulma sürecinde hem de sonrasında sosyal medya kanalları üzerinde araştırılan kararlarla bağlantılı anne blogları, sayfaları, hesapları, grupları, sayfalar altındaki yorumlar uzun süre (3 yıl) incelenmiştir.
- **Derinlik odaklı veri toplama:** Olguyla daha fazla ilişkisi olan özellik ya da unsurların anlaşılması amacıyla derinlikli veri toplamaya çalışılmıştır. Katılımcılarla derinlemesine uzun görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerin süresi ortalama 82 dakikadır. En az görüşme süresi 39 dakika en fazla görüşme süresi ise 117 dakikadır.
- **Çeşitleme:** Araştırmacı vekaleten karar verme sürecinde dair üç karar durumuyla (veganlık, aşısızlık, okulsuzluk) ilgili toplamda 20 katılımcıdan veri toplayarak **örneklem çeşitlemesine** gitmiştir.
- **Uzman incelemesi:** Elde edilen sonuçların değerlendirilmesi amacıyla danışman her kodlama sonrasında kodlama raporu üzerinde inceleme ve değerlendirmeler yapmıştır. Yine tez izleme jürisi, kodlar üzerinde tartışmış ve değerlendirmeler yapmıştır.

AKTARILABILİRLİK, TRANSFER EDİLEBİLİRLİK (*Sonuçların uygulanması*)

- **Ayrıntılı betimleme:** Bağlamla ilgili ayrıntılı betimsel veri toplamaya çalışmıştır. Sahada uzun süre geçirilerek, derinlemesine veri toplanmıştır. Katılımcılarla uzun süreli derinlemesine görüşmeler gerçekleştirmiştir. Araştırma raporunda gerek literatüre gerekse araştırma bulgularına mümkün mertebe detaylıca yer verilmiş ve araştırma bulguları ayrıntılı bir şekilde sunulmaya çalışılmıştır.
- **Amaçlı Örneklem:** Katılımcıların seçiminde amaçlı örneklem kullanılmış olup, vekaleten karar verme bağlamını derinlemesine anlayabilmek amacıyla uç karar vermiş anneler seçilmiştir.

TUTARLIK (*Tutarlılığı sağlama*)

- **Tutarlık komitesi:** Araştırma sürecinin uzmanlarca tutarlılık açısından denetlenmesi için tutarlık komitesinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda tutarlılık komitesi doktora tez jürisinden oluşturulmuştur. Tutarlılık komitesi araştırma sürecini ve bulguların toplanan veriler ile tutarlılığını değerlendirmişlerdir.

ONAYLANABİLİRLİK (*Nesnel, yansız olma*)

- **Onay incelemesi:** Tutarlık komitesi elde edilen bulguların yanlılıktan arındırılmış olduğuna dair değerlendirmeler yapmıştır.
- **Denetleme tarihçesi:** Araştırmacı, araştırma başlangıcından bitişine değin çalışmanın her aşamasında gerçekleştirdiği işlemlerin kaydını tutmuştur. Araştırmacı pilot görüşmenin yapıldığı günden araştırmanın sonuna kadar yansıtılmalı günlük tutmuş ve yaptığı her görüşme sonrasında temas özet kağıtları (toplamda 20 tane temas özet kağıdı) hazırlamıştır.
- **Yansıtma:** Araştırmacı yanlılığını önlemek ve olası ön yargılarına ilişkin bilinçli davranmak amacıyla yansıtılmalı günlük (toplamda 1160 sayfa) tutmuştur.

3.9. Sınırlılıklar

Bu araştırmada örneklem seçimi sürecinde çocuğu adına  uç karardan (veganlık, aşısızlık, okulsuzluk) birini almış annelere gidilmiştir. Dolayısıyla bu araştırmanın katılımcıları çocuğu adını bu üç karardan birisini almış annelerden oluşmaktadır. Bu tür kararları alıp, uygulayan annelere fiziken ulaşmak (kararın çok yaygın olmaması/COVID-19 pandemisi nedeniyle) oldukça güç olmuştur. Bu doğrultuda annelere ulaşabilmek adına sosyal medyadan (sosyal medya hesapları, etiketler, gönderi yorumları) yararlanılmıştır. Bu kapsamda araştırmanın örneklemine oluşturan kişiler sosyal medya kullanıcısı kişilerdir. Sosyal medya kullanıcısı olmayan anneler örneklem seçiminde araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır.

Vekaleten karar verme sürecine dair teorik bir model sunabilmek amacıyla araştırmada  uç karara bütünsel perspektifte bakılarak, bu üç kararda ortak noktaların neler olduğu bulunmaya çalışılmıştır. Dolayısıyla  kararın farklılıklarına odaklanmak yerine kararların ortak özellikleri incelenmiştir. Nitekim veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk kararlarının her biri ayrı ayrı düzey olarak yapıları itibariyle risk faktörü aından farklılaşabilmektedir.

Bu araştırmanın rneklemi annelerden oluşmaktadır ve araştırma konusu olan kararlarda çocukları adına birincil karar verici konumundadırlar. Fakat başka bir örneklem üzerinde ocuk adına alınan kararlarda babalar da kararı başlatan kişi olabilir. Eş desteği kararda çok önemli bir yere sahip olabilir veya ortak karar almak çok daha kritik olabilir. Bu araştırmada bulguların analizi sonucu tüm sürece yönelik unsurlar/sosyal evre etkisi/destekler tema/kodlarında eş desteğine yönelik bulgular sunulsa da bu veriler sınırlı olduğundan bu kısma çok detaylı bir şekilde odaklanılamamıştır.

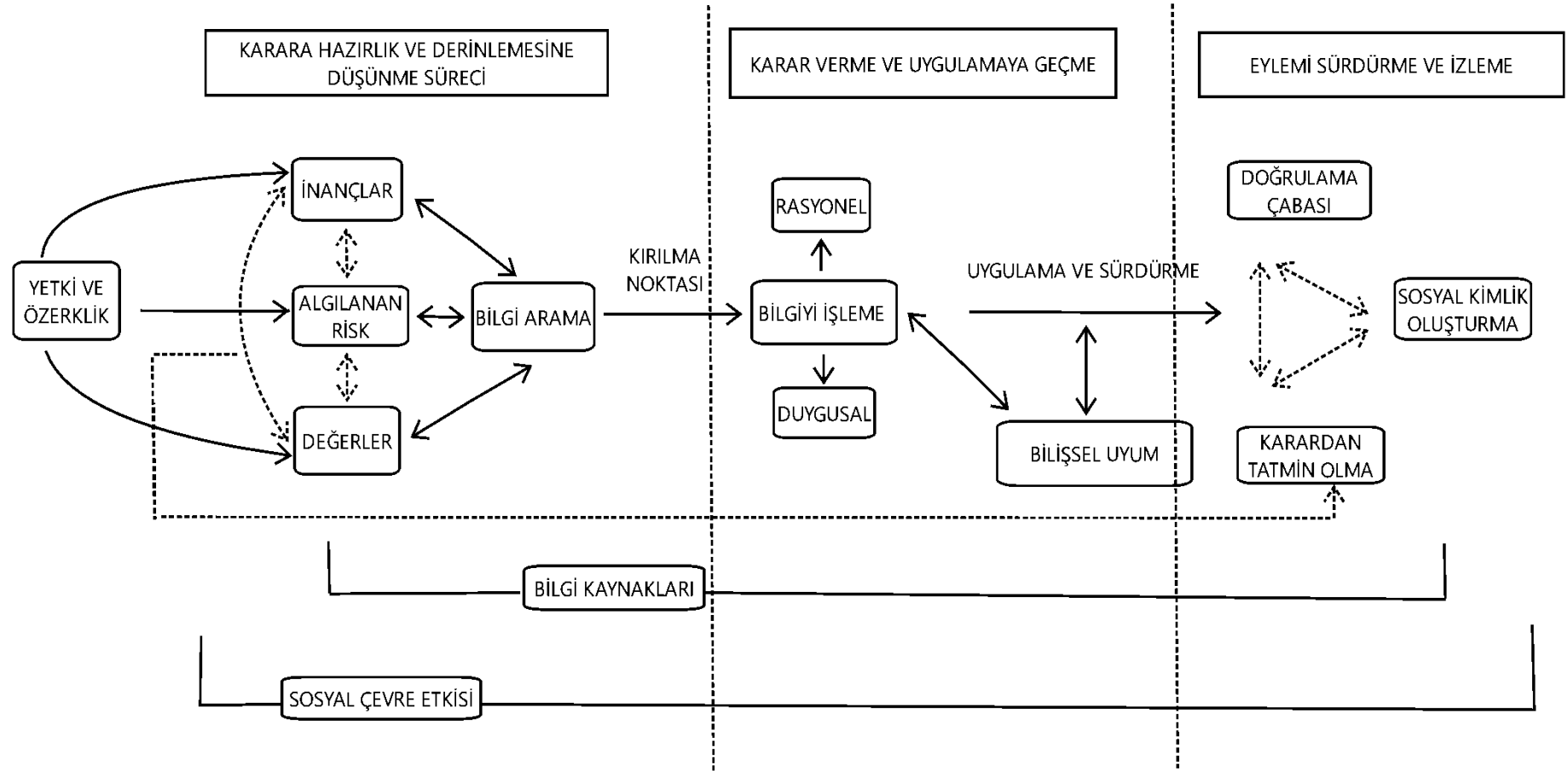
Araştırmanın rneklemine oluşturan katılımcı anneler hali hazırda çocuğu adına  karardan (veganlık, aşısızlık, okulsuzluk) birini almış ve mevcut durumda uygulayan kişilerdir. Karar sürecine dair vekaleten bir model sunabilmek için ocuk adına kararı vermiş ve uygulayan katılımcılara yani net karar durumlarına ihtiyaç duyulmuş ve bu doğrultuda örneklem seçimi gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmanın örneklemindeki katılımcı anneler mevcut durumda karardan tatmin durumunda olan annelerdir. Kararı alıp kararı uygulamaktan vazgeçen ve karardan tatminsizlik yaşanan durumlar bu araştırmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

Vekaleten karar verme sürecinin araştırıldığı bu tezde daha küçük bir örneklem üzerinde derinlemesine görüşmeler yoluyla nitel bir araştırma yaklaşımı olan durum çalışması yapılması tercih edilmiştir. Durumlar derinlikli ve zengin veriler sunmuş olsa da daha küçük bir örneklem üzerinde çalışmak bu bulguların genellenebilirliği noktasında sınırlılık ortaya çıkartmaktadır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI VE BULGULARIN YORUMU

Bu araştırmada, vekaleten karar verme s¼recinin modellenmesi için t¼keticiler karar yolculuğu modeli temel alınmıştır. Bu bağlamda; vekaleten karar verme s¼reci, t¼keticiler karar yolculuğunun aşamalarına benzer Şekilde (Lemon ve Verhoef, 2016) ¼ aşamalı olarak modellenmiştir. Bu b¼l¼mde, bu aşamalar içerisinde yer alan ¼geler ve bu ¼gelerin birbirleriyle olan ilişkileri açıklanmaktadır.

Katılımcılar ile yapılan g¼r¼Őmelerden elde edilen veriler ve literat¼r taraması ışığında, vekaleten karar verme s¼recini temsil eden teorik model oluşturulmuştur (*Şekil 4.1.: Vekaleten Karar Verme S¼recine Dair Oluşturulan Teorik Model*). Şekil 4.1.'de g¼r¼ld¼Đ¼ ¼zere; karar s¼reci, “karara hazırlık ve derinlemesine d¼Ő¼nme”, “karar verme ve uygulamaya geçme” ve “eylemi s¼rd¼rme ve izleme” Şeklinde ¼ aşamalı olarak ele alınmıştır. AŞağıda bu s¼re detaylı olarak açıklanmaktadır.



Şekil 4.1. Vekaleten Karar Verme Sürecine Dair Oluşturulan Teorik Model

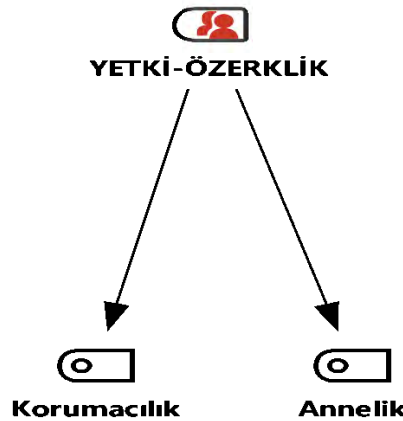
4.1. Karara Hazırlık ve Derinlemesine Düşünme Aşamasına Dair Bulgular

Verilerin azaltılması sürecinde ilk olarak tüm veri serbest olarak kodlanmıştır. Bu kodlama birinci düzey kodlamayı ifade etmektedir. Sonrasında bu birinci düzey kodlar birleştirilerek ikinci düzey kodlama yapılmış ve bu sürecin sonunda temalara ulaşılmıştır (ayrıntılı bilgi için bkz. 3. *Verilerin Analizi*).

Karara hazırlık ve derinlemesine düşünme aşamasında ortaya çıkan temalar; “yetki-özerklik”, “inanç”, “algılanan risk”, “değer”, “bilgi arama” ve “kırılma noktası” olarak adlandırılmıştır. Bu temalar ve bu temaların alt kodları, tanımları ve açıklamaları, katılımcıların ifadelerinden alıntılar ve yorumlar sırasıyla aşağıda sunulmuştur. Yine, temalar arasındaki ilişkilere dair bulgulara ve yorumlara da aşağıda yer verilmiştir.

4.1.1. Yetki ve özerklik

Yetki ve özerklik teması, katılımcıların çocukları adına alacakları kararda algıladıkları yetkiyi ve bu karardan doğan sorumluluk duygusunu ifade etmektedir. Bu araştırmada katılımcıların çocuklarının yaşları karar verme yetisine erişmediğinden, vekaleten alınacak kararlardaki yetkinin kaynağının; “çocuğu koruyup kollama ihtiyacı” ya da “annelik” (ebeveynlik vazifesi) olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda, katılımcıların verilerinden hareketle, “korumacılık” ve “annelik” alt kodlarından “yetki-özerklik” ana temasına ulaşılmıştır (Şekil 4.2.).



Şekil 4.2. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Yetki-Özerklik)

Görüşme verilerinde, katılımcı annelerinin çocuğu koruma güdüsünden sıklıkla bahsettikleri görülmüştür. Literatürde bireyin koruyucu davranışlarda bulunma motivasyonu ile ilgili olarak koruma motivasyonu teorisine değinilmektedir. Bu teoride, bireyin belirli bir davranışa girme niyetine etkide bulunan çeşitli unsurlar olduğu ifade

edilmektedir (Pourhaje vd., 2016, s. 66). Bu araştırmada, katılımcı anneleri vekaleten karar verme sürecine yönlendiren unsurlardan birinin “korumacılık” olduğu ve bu durumun çocuğun yaşının küçük olmasıyla yakından ilintili olduğu görülmüştür.

Katılımcı annelerin bazıları çocuğun sağlığını koruma, bazıları çocuğun özgürlüğünü/sosyal ortamını korumak amacıyla bu kararları alma yetkilerinin olduğuna değinmiştir. Katılımcıların çocuğu korumaya dair ifadelerine aşağıda yer verilmiştir:

KATILIMCI 4: *Tabi ki onun çünkü yani kendi kararlarını verebildiği noktaya kadar buna hani araştırmasını sağlamasını kendi yapabildiği noktaya kadar benim üzerime düşen şey onu kollayıp korumak ve bu noktada şu an ben söz sahibiyim ama tabi ki kendisi artık belirli bir noktaya geldiğinde kendi kararlarını almakta özgür ve ben bana da sadece buna saygı duymak destek olmak düşer.*

Olabildiğince onun vicdanlı, midesini temiz tutmakla yani bedenini temiz tutmakla yükümlü olduğuma inanıyorum.

KATILIMCI 11: *Onlar için önemi şöyle bu çocuklar bebek yaştayken daha kaç hafta altı haftalıkken ilk aşılarını oluyorlar. Bu çocuk kendi özgür ve hür iradesiyle bir şey yapılmıyor. Çocuğun hiçbir şeyden haberi yok birincisi...*

...benim dışında iyiliğini ve sağlığını kimse düşünmüyor. Devletmiş şeymiş bunların hepsi yalan. Yok devlet yaptırılmaz böyle kötü olsa diyorlar ama hayır. Çocuğumun iyiliğini ve sağlığını benden başka kimse düşünmez herkes kendi cebine bakıyor doktorlar da politikacılar da herkes hemşireler, ebeler.

KATILIMCI 16: *Yani bu süreç içerisinde tabi ki biz çok değiştik. Önce ilk başlangıçta daha korku odaklıydı galiba yani çocuğumuzu korumak istemiştik ama sonradan zaman içerisinde tabi biz okulsuzluk kararı alalı çok uzun zaman oldu.*

...İç güdüüm çocuğumu korumaktı ama okul kötü, iğrenç bağlamında değil de onun öğrenme süreçlerini onun içsel eğilimlerini korumaktı yani aynılaşmasını istemiyordum. Yani farklılıklarını koruyabilsin istiyordum sadece en temel motivasyonumuz buydu. Onun dışında yani okula düşman değildik.

Katılımcı anneler, görüşmelerde, çocuklarının yaşlarının küçük olmasından ötürü, çocukları karar verme yetisine erişene kadar onlar adına “karar verme yetkisinin kendilerinde olduğu”nu vurgulamıştır. Bununla bağlantılı olarak çocukları adına aldıkları “bu kararlardan sorumlu oldukları”nı da sıkça ifade etmişlerdir. Literatürde de ebeveynlerin çocuklarının fiziksel, sosyal, duygusal ve eğitim amaçlı ihtiyaçlarını karşılama noktasında sorumlulukları olduğuna değinilmektedir. Bu sorumluluklar

eğitimden giyinmeye, beslenmeye, sosyal aktiviteye, öz bakım becerileri kazandırmaya değin birçok konudan oluşmaktadır (Kiral, 2019, s. 122-127). Hukuki açıdan da (http-21) ebeveynlik yetkisi ya da ebeveynlik sorumluluğu olarak ifade edilen kavram; çocukla ilgili bakım, sağlık, eğitim vb. önemli konulardaki kararları içermektedir. Özetle ebeveynlerin bilinçli karar verme kapasitesinden yoksun çocukları adına en iyi olacak şekilde karar alma noktasında etik ve yasal yetkilerinin olduğu bilinmektedir. Bu yetkilerin kaynağı ebeveynlik rolüyle (hangi eylemin çocuk için en iyisi olacağı) ilgili olabilmektedir (Larcher vd., 2015, s. 10). Görüşme verileri, vekaleten alınan kararlarda sorumluluk hissedilmesinin arkasında yatan bir diğer nedenin de ebeveynlik/annelik olduğunu göstermektedir. Ayrıca araştırmacı tuttuğu temas özet kağıtlarına da bu durumu yansıtmıştır. Bu çerçevede görüşme verilerinden ve temas özet kağıtlarından alıntılara aşağıda yer vermiştir:

KATILIMCI 4: ... yine aynı şekilde onu yanlış ya da doğru olarak ayırt edemiyor şu an ve ne yediğini ancak benim ona sunduğum bilgiler doğrultusunda biliyor oluyor... (Görüşmeden Alıntı).

Çocuğu vegan beslemediğinde anne kendini bu durumdan sorumlu hissediyor. Annelik ve çocuğa dair kararda hissedilen sorumluluk aslında veganlığı çocuğuna da uygulamasını gerektiriyor (Temas Özet Kağıdından Alıntı, 22.03.2020).

KATILIMCI 8: Çünkü her birimiz yani her bir anne ya da her bir ebeveyn olarak söyleyeyim çocuklarından mesuliyetlidir sorumludur. Biz bunla Rabbimizin bize bir mucizesi ve emaneti çok zorluklarla o hamilelik süreci doğum süreci yetiştirme süreci yani ölene kadar bizim sorumluluğumuzda. Biz ölene kadar bizim sorumluluğumuzda evlatlarımız o yüzden çok çok önemliydi bizim için.

...Sonuçta biz yetiştiriyoruz bu çocuğu ve ben doğurdum beraber yaptık biz doğurduk yani biz yetiştiriyoruz sorumluluğu olduğu kişiler bizleriz yani biz sorumluyuz evladımızdan o yüzden karar mercii tabi ki de biziz (Görüşmeden Alıntı).

...iyi bir ebeveyn olarak görevlerini yerine getirme sorumluluğu hissediyordu... Onun penceresinden bu yönde karar vermek çocuğu için en iyisini yapmak anlamına geliyor ve çocuğa dair sorumluluklarını, ebeveynlik görevlerini bu yolda yerine getiriyor...çocuğu için en iyisi olsun istiyor... çocuğu için en iyisini yapma, iyi ebeveynlik, çocuğa dair hissedilen sorumluluk gibi bazı konular da ortak tema altında çıkabilir (Temas Özet Kağıdından Alıntı, 07.07.2020).

KATILIMCI 14: Yani o tercih özgürlüğünün ona ait olduğunun tabi ki ana okul kreş yaşında bu kararları onun adına biz verdik yani çünkü o bilinçte değildi. He kimi çocuk o yaşta o bilinçte de olabilir ben böyle düşünüyorum

açıkçası. Ama benim çocuğum o yaşta o bilinçte değildi e ve nasıl yani onun adına onu okula gönderme kararını da biz verecektik göndermeme kararını da biz verdik bütün sorumluluğunu da kabul ediyoruz diye öyle bir yola girdik açıkçası (Görüşmeden Alıntı).

Katılımcı anne çocuğa dair karar almada sorumluluk hissediyor. Çocuk daha küçük yaşlardayken daha yoğun karar sorumluluğu hissetme durumu var. Katılımcı anne o yaşta çocuğunun sorumluluğunu ebeveynlerinin alması gerektiğini belirterek kreşe göndermemeyi tercih etmişti. Çocuk küçük olduğundan daha o bilinçte ve o sorumluluğa sahip olmadığından onun adına bu kararı aldıklarını anlattı (Temas Özet Kağıdından Alıntı, 07.11.2020).

Katılımcı annelerden bazıları görüşmelerde, ileride çocuğu karar verme bilincine eriştiğinde kendisinin/ebeveyninin aldığı bu karardan memnun kalmazsa çocuğunun bu kararı sürdürüp/sürdürmeme noktasında özgür olacağını da ifadelerine eklemiştir. Yine, bu ifadeler, çocuğun karar verme yetisine kavuşacağı yaşa kadar ebeveyninin karar verme sürecindeki özerkliğine de ışık tutmaktadır:

KATILIMCI 1: *...eğer dediğim gibi idrak yeteneğine geldikleri zaman ergenlik 13 14 yaşında kendileri hani vegan olmak istemiyorlarsa olmayabilirler hani bunu ben bu dayatma değil dayatma olsaydı hep sürdürürdüm ama 13 14 yaşlarında kendileri eğer yemek istiyorlarsa yiyebilirler yani...*

KATILIMCI 6: *Ben demiştim eşim zaten şey yani veganlığın sağlıklı olduğuna inanıyordu vegan olmadan önce de. E benim şey yaptığım belli bir yaşa gelene kadar ben onun sağlıklı health based beslemek isterimdi. Eğer belli bir yaşa geldikten sonra kendisi yemek istiyorsa yer ki hala bu böyle zaten kararımı verirken bizim ailemiz, evimiz vegan bize gelen misafirlerimiz de vegan yiyor. Ama eğer belli bir yaşa geldikten sonra anne yok ben yemek istiyorum derse onun kendi kararı eşime de bu şekilde kararım olduğunu söylemiştim.*

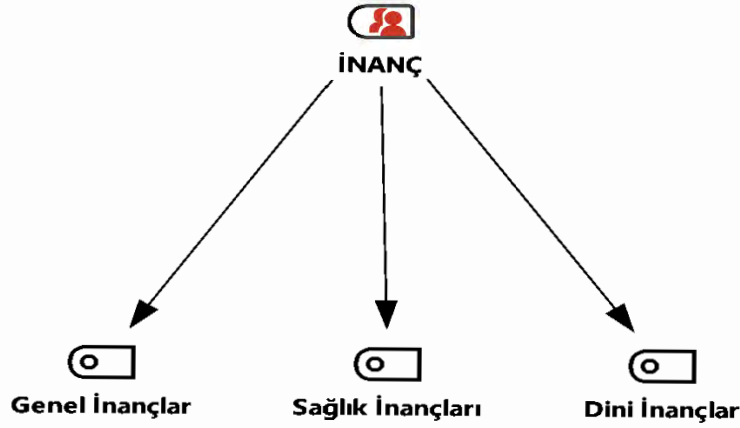
KATILIMCI 9: *...Biz yetişkinlik çağına gelinceye kadar böyle bir karar verdik ileride kendisi 18 yaşına geldiği zaman anne baba benim aşılarımı niye yaptırmadınız ben bundan sonra örnek veriyorum grip aşısıdır vesaire tetanos aşısıdır ben bunları olmak istiyorum dediği zaman onu da kendi rızasına bıraktık. Ama o saatten sonra ona söz hakkı veriyoruz...*

Özetle yukarıda değinildiği üzere; araştırmaya katılan katılımcı anneler çocuk adına vekaleten karar verme yetki ve özerkliğinin ebeveyn-anne olma ile çocuğu koruma ihtiyaçlarıyla ilgili olduğuna değinmişlerdir. Bu sorumluluğu en iyi şekilde yerine getirebilmek katılımcı anneleri motive etmektedir. Aşağıda araştırmacı günlüğünden konuyla ilgili bir alıntıya yer verilmiştir:

ARAŞTIRMACI: “Vekaleten karar verme süreci açısından çocuğun karar alma ehline ulaşabildiği yaşa kadar anneler tüm bu sorumluluğu kendilerinde hissederek; onlar adına en iyi kararı verebilecek kişinin de kendileri olduğunu belirtiyorlar. Burada çocuğun yaşıyla yakından ilgili olan bu durum; hissedilen yoğun bir sorumluluk duygusuna işaret ediyor” (Araştırmacı Günlüğü, 20.04.2021, s. 543).

4.1.2. İnanç

İnanç teması, katılımcıların kararlarında etkili olan inanışları ifade etmektedir. Katılımcıların karar verme sürecinde karar konusuyla ilişkili olarak çeşitli inanışlarının olduğu görülmüştür. Bu bağlamda, “dini inançlar”, “sağlık inançları” ve “genel inançlar” olmak üzere alt kodlar oluşturulmuş ve bu alt kodlardan “inanç” ana temasına ulaşılmıştır (Şekil 4.3.).



Şekil 4.3. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (İnanç)

Bir kişinin temel inançları onun inanç sistemini oluşturur (Solomon, 2018, s. 572). Beklenti-Değer Teorisine göre, insanların bir davranışla ilgili belirli davranışsal inançları vardır. Bu inançların her biri davranışı bir sonuca bağlar ve bu sonuçların her birinin de öznel bir değeri vardır (Finnegan Jr. ve Viswanath, 2008 s. 369). İnsanlar aynı davranışları sergilese dahi bunun altında yatan inanç sistemleri birbirinden farklı olabilir (Solomon, 2018, s. 268).

Bu araştırmada, çocukları adına veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk kararı alan katılımcı annelerle görüşülmüştü. Bu örneklem içerisinde, aynı kararı alan katılımcı annelerin büyük çoğunluğunun kararlarının altında farklı inanç mekanizmalarının yattığı görülmüştür. Örneğin; çocukları için aşısızlık kararı alan bazı katılımcı annelerin kararlarında dini inançları bazılarında ise sağlık inançları daha ön plana çıkmıştır.

Aşağıda katılımcı annelerin kararlarında etkili olan inançlarını gösteren alıntılara yer verilmiştir:

KATILIMCI 3: *Tamamen çocuk için yani bal zaten bir zehir çocuğu ölüme bile götürebilecek bir şey kesinlikle yasak. Bu laktoz intoleransı denilen şey yani süt içebilen insanlar laktoz intoleransı yok değil de mutasyona uğramış artık kendini adapte etmiş demek yani insana insan vücuduna hiç uygun bir şey değil bu hayvansallar. Ette aynı şekilde çok fazla işte hani bir sürü yabancı hormon, ineğin aldığı onca antibiyotikler, ilaçlar, takviyeler bunlar topluca bir anda çocuğun körpeçik vücuduna girecek ve çok zararlı olduğunu düşünüyorum.*

KATILIMCI 6: *...burada insanların fark etmediği bir şey sen vegan ol ya da olma sen hayat tarzının neye inanıyorsan neyin sağlıklı olduğuna inanıyorsan çocuğunu da o şekilde yetiştiriyorsun...*

KATILIMCI 8: *...sadece İslami açısından değil sağlık açısından da çok iyi değerlendirmek lazım. Ama İslami boyutuna da kesinlikle de atlamamak gerekiyor. Çok etkili yani mesela çok önemli etkisinin çok büyük olabileceği artularının çok fazla olabileceği bir şey olsaydı kesinlikle insan vücudunda olması gereken bir şey olsaydı bence Rabbim zaten bunu bize verirdi bu fikri de düşünen çok büyük kitle var...*

KATILIMCI 12: *Bir de vücuda ekstra bir şey alınmaması gerektiğini zaten Allah-u Teala'nın bizi biz eğer bozmazsak bir bağışıklık sistemi kurulu bir bağışıklık sistemi üzerine yaratıldığımızı düşünüyorum.*

KATILIMCI 18: *...ve ikinci travmayı büyük ihtimalle orada aldım okulun güvenilir olmadığına dair.*

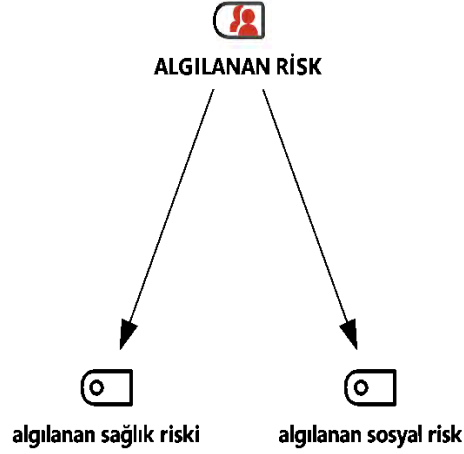
...Hım çocuğa bir şey öğretmemiz gerekmediğine inandığım an yani çocuğa ya birinin herhangi birine şöyle birine zorla bir şey öğretilmeyeceği fikrini fark ettiğim an. Yani merak olmadan kimseye hiçbir şey yani o gün aklına gelse bile ertesi gün uçup gideceğini fark ettiğim an o sormadıkça herhangi biri herhangi bir şeyi merak etmedikçe öğrenemeyeceğini anladığım an okulun da gerekli bir yer olmadığını fark etmiştim.

KATILIMCI 16: *...çünkü okul size tek bir öğrenme süreci dikte ediyor tek bir öğrenmeyi öğretiyor. Hatta sizin kendi içsel otoritenizi hiçe sayarak ihtiyaçlarınızı düşünmeyerek sürekli olarak bilgiye maruz bırakıyor.*

...E yani ben sadece böyle olursa ailemizin ihtiyaçlarını karşılayacağını hissediyordum. Hem bizimle ilgili ona açmak istediğim bir özgürlük alanını ihtiyacını karşılıyordu hem de kızımın ihtiyacı olan e özgürlüğü ona karşıladığını ona verdiğini düşünüyorduk.

4.1.3. Algılanan risk

Katılımcıların karar vermeden önceki süreçte, kararın sonuçlarına dair algıladığı belirsizlikler (olumsuz sonuçlarla karşılaşma ihtimali) algılanan risk teması altında açıklanmaktadır. Bu doğrultuda, “algılanan sağlık riski” ve “algılanan sosyal risk” alt kodlarından hareketle “algılanan risk” teması oluşturulmuştur (Şekil 4.4.).



Şekil 4.4. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Algılanan Risk)

Katılımcı annelerden bazıları karar verme öncesi süreçte, çocuk adına alacağı kararın doğurabileceği olumsuz sonuçlar hakkında endişelenmiş ve görüşmelerde bu endişelerini dile getirmişlerdir. Bu görüşmelerde, alınan kararlar ilintili olarak; sağlık açısından ve sosyal açıdan olmak üzere iki tür risk algılandığı görülmüştür.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde özellikle kararların sağlık açısından doğurabileceği risklerin (veganlık, aşısızlık kararları) vurgulandığı görülmüştür. Bazı katılımcı anneler ise kararın doğurabileceği olumsuz sosyal sonuçlara (okulsuzluk, veganlık, aşısızlık) değinmiş ve kararlarla ilgili algıladıkları sosyal riskleri anlatmıştır. Katılımcı annelerin algıladıkları risklere dair görüşme verilerinden, temas özet kağıtlarından, saha notlarından ve araştırmacı günlüğünden alıntılara aşağıda yer verilmiştir:

KATILIMCI 2: Sağlık açısından zararı değil de eksiklik olmasın diye yani B12'si eksik kalmasın demiri eksik olmasın hani onları düşündüm...kan değerlerinde bir eksiklik olur mu... (Görüşmeden Alıntı).

(Katılımcı 2 burada karar öncesi veganlığa dair algıladığı sağlık riskini anlatmaktadır, akabinde bu riskler onu bilgi aramaya yöneltmiştir - Görüşme formu üzerine alınan saha notu, 17.02.2020).

KATILIMCI 9: ...menenjit hastalığıyla ilgili çok fazla yani çok tehlikeli bir hastalık çok riskli bir hastalık yani ölümcül bir hastalık daha doğrusu. ...yani onu da araştırdık onu da yani çok nadir görülen bir rahatsızlık olduğunu ve şu anda günümüz koşullarında yani hijyenle alakalı bir hastalık olduğunu öğrendik... (Görüşmeden Alıntı).

(...Katılımcı anne, menenjit hastalığının ölüm riski olduğundan ağır sonuçları olduğundan bahsetti. Ama bunu da araştırdığını, aşuların yan etkilerinde de bu hastalığın olduğunu söyleyerek endişenin ortadan kalktığını anlattı -Temas Özet Kağıdı, 10.08.2020).

KATILIMCI 18: ...mesela bir arkadaş şöyle bir şeyden bahsetmişti okulsuzluk yapan ailesi okulsuzluk yapan bir çocuğun ileride neden beni okula göndermediniz şimdi şeyim asla sosyalleşmeyen kendini herhangi bir ortama ait hissetmeyen sanki uzayda asılı kalmış biri gibiyim diye bir açıklama okuduğunu ama kim olduğunu nerede olduğunu bilmediğini söylemişti. Uzun uğraş verip öyle birini aradım...onun üzerinde bir araştırmaya giriştim...(Görüşmeden Alıntı).

(...Katılımcı anne arkadaşının söylemi üzerine okulsuzluk kararının sosyalleşme riski oluşturabileceğini düşünüp, araştırma sürecine yöneliyor... - Görüşme formu üzerine alınan saha notu, 28.11.2020).

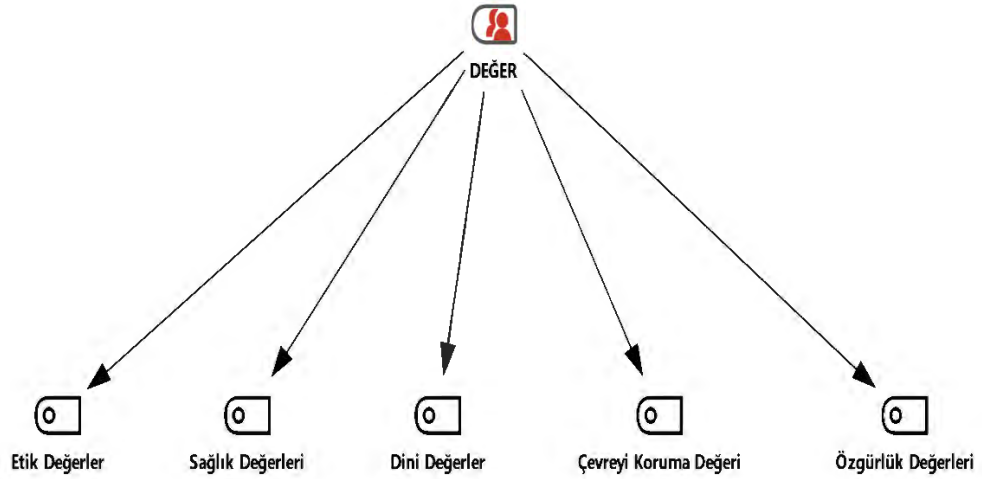
ARAŞTIRMACI: ... Vekaleten karar verme bağlamında, katılımcı, çocuğu adına verdiği bu kararlarla ilgili, ileride çocuğunun ne düşüneceğini bilmediğinden, bazı noktalarda endişeler yaşamış. Birinin adına karar alırken, bu özellikle çocuğunsa, kararın türüyle de ilişki olarak kararlarda belirsizlikler yüksek olabiliyor, algılanan risk artırıyor... (Araştırmacı Günlüğü, 17.12.2019).

...Makalede algılanan risk türleri olarak, sosyal riske, fiziksel riske, psikolojik riske değinilmişti...Görüşme transkriptinde bu tür riskleri içeren ifadeler olabileceğini düşündüğümünden, bu okumayı yaptım... (Araştırmacı Günlüğü, 20.12.2019).

Kahneman ve Tversky (1984)'ün makalesinde risk algıları ve risk tutumlarına değinilmişti. Görüşmeler açısından, katılımcıların verilerinde ön plana çıkabileceğini düşünüyorum (Araştırmacı Günlüğü, 12.02.2020).

4.1.4. Değer

Görüşmelerde katılımcıların karar verme öncesinde çeşitli değerlere sahip olduğu görülmüştür. Görüşme verileri ve literatür doğrultusunda; “etik değerler”, “sağlık değerleri”, “dini değerler”, “çevreyi koruma değeri” ve “özgürlük değerleri” alt kodları bir araya getirilerek “değer” ana temasına ulaşılmıştır (Şekil 4.5.).



Şekil 4.5. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Değer)

“Değer, bazı davranış ve amaçları diğer davranış ve amaçlardan ya bireysel ya da sosyal olarak daha tercih edilebilir bulan, sürekliliği olan inanışlardır” (Odabaşı ve Barış, 2015, s. 212). Değerler, insanların hayatlarına rehberlik etmekte ve olayları değerlendirme şekillerini etkilemekte olan soyut inanışlar olarak da ifade edilebilmektedir (Kesberg ve Keller, 2018). Değerler, bireylerin hayattaki amaçlarıyla da ilişkilidir. Bireyler hayattaki amaçlarına ulaşmak için değerleri yönünde davranış gösterirler (Odabaşı ve Barış, 2015, s. 212). İnsanlar, bilinçli ya da bilinçsiz olarak değerlerine uygun durumları aramaktadırlar. Değerler ve davranışlar arasındaki ilişkiyi anlamak için öncelikle insanların yaşadıkları durumun iyice anlaşılması gerekir (Kesberg ve Keller, 2018).

Katılımcı 1, çocuğu adına aldığı veganlık kararında etik değerlere, Katılımcı 3 etik değerler yanında sağlık, çevreyi koruma değerlerine, Katılımcı 5 ise etik ve sağlık değerlerine vurgu yapmıştır:

KATILIMCI 1: Yani çünkü hani veganlık dediğim şey hayvanlara hiçbir şey yani şiddetsiz bir yaşam aslında mesela bir kediye taş attığı zaman bir çocuk ona da ben müsaade etmem ama bir ineği yemesi o da aynı şey aslında oradan yola çıkarsak hani yani şiddete karşı olmasını istediğim için.

KATILIMCI 3: Hım sağlık için çocuk için en başta sağlığı düşünmek zorunda oluyorum. kendi açımdan bu etik konu ve çevre konusu bu üçü eşit derecede önemli...

...ama bir de bunun etik tarafını düşününce işte hayvanlar neler yaşıyorlar, ne kadar zulüm var ben durduk yere şimdi o zulmün bir parçası niye olayım yani orada bir de tikslenme de başlıyor çok fazla o hormonları o enzimleri vesaireyi düşündükçe orada insan geri geliyor o yüzden tek başına sağlık

değil etik açısına, çevre kısmı çevre kısmında dünya zaten batmak üzere bir de biz böyle yangına körükle niye gidelim alternatifî varken bu üçü eşit derecede önemli.

KATILIMCI 5: *...bu genel olarak etik bir değer ve hani sağlıklı yaşamla ilgili verilmiş bir karar.*

...Hem etik bir yaşam bence bu bir değer. Yani ailecek bu bir değer bizim için.

Katılımcı 9, aşısızlık kararında sağlık ve dini değerlerinin etkili olduğuna değinmiştir. Katılımcı 13 ise sağlıklı yaşam için aşıya, tıbbi müdahaleye gerek olmadığını vurgulamıştır:

KATILIMCI 9: *Çok fazla alüminyum yüklenmesi oluyor çok fazla cıva yüklenmesi oluyor çocuğa içerisinde domuz genleri var aşılardan. Ben çocuğuma Müslüman bir ailede yetişmiş birisi olarak domuz geni bulunduran bir ürüne enjekte ettirmek istemedim yani. Böyle bir durum var.*

KATILIMCI 13: *...bizim bağışıklığımızı güçlendirecek olan aşı değildir veya dışarıdan enjekte, kanımıza enjekte edilecek herhangi bir şey değildir. Bağışıklığımızı güçlendiren şeyler vardır temel şeyler yani iyi beslenme, yaşam tarzı, D vitamini takviyesi gibi. Bunlara zaten dikkat ettiğimiz zaman, biz sağlıklı yaşadığımız zaman zaten sağlıklı oluyoruz ve dışarıdan herhangi bir müdahaleye gerek kalmıyor.*

Katılımcı 19 ve Katılımcı 20 ise sahip oldukları özgürlük değerlerinin okulsuzluk kararlarında etkili olduğuna değinmektedir:

KATILIMCI 19: *Ne anlam ifade ediyor yani özgürlük aslında bana göre hımhım.*

... Ya bunlar o yüzden kendisini tanısın bunu da tabi sürekli yanında rehberden ziyade hani şöyle yapalım böyle yapalım diyen kişilerle ortamda olduğunda çocuklar özgür davranamıyorlar o yüzden böyle biraz yaban hayatta serbest oyunla sıfır yedi yaş arası özellikle büyüsün istedim.

KATILIMCI 20: *Uf yani okulsuzluk bence bir çocuk için yani çocuğuna göre değişir tabi ki ama özgürlük yani okulsuzluk. Okulsuzluk özgürlük, çocuğun kendini tamamen kendini gerçekleştirebilme şeyini imkanını ona verebilmek aslında.*

...Çocuğuma imkan ve özgürlük tanıyabilmek.

Özetle katılımcıların kararlarının altında yatan değer türleri (etik, sağlık, dini değerler vb.), kararın türüne (veganlık, aşısızlık, okulsuzluk) bağlı olarak değişse de vekaleten karar verme perspektifinden bakıldığında bu alt kodların ana tema olan değerlerde bütünleştiği görülmektedir.

4.1.5. Bilgi arama

Katılımcılar karar sürecinin tüm aşamalarında bilgi aramaya devam etmektedir. Fakat karara hazırlık ve derinlemesine düşünme aşamasında “bilgi arama” faaliyeti ağırlıklı bir yapı olarak ön plana çıktığından, bu aşamada ayrı bir tema olarak sürece dahil edilmiştir.

Katılımcılar, karar verme sürecinin tüm aşamalarında çeşitli bilgi kaynaklarından yararlanmaktadır. Bu kaynaklar, karar sürecinin tüm aşamalarında farklılaşabildiğinden ve tüm süreçle olan bağlantısından dolayı ayrıca “Bilgi Kaynakları” teması oluşturulmuştur (bkz. 4.4. *Tüm Sürece Yönelik Unsurlar, 4.4.1. Bilgi Kaynakları*).

Literatüre bakıldığında, bireylerin karar vermek için bilgiye ihtiyacı olduğu vurgulanmaktadır. Bilgi arama süreci, kullanıcının bilgi ihtiyaçlarını belirlemesi, arama davranışında bulunması ve bilginin sonraki kullanımı ile ilgilidir. Bilgi arama davranışı, bir amacı tamamlama ihtiyacının bir sonucu olarak amaçlı bilgi aramadır. Bilgi aramak, kişinin bilgi durumunu değiştirme ihtiyacını ifade eder ve üst düzey bir bilişsel süreçtir (Tubachi, 2018). Bu araştırmada bilgi arama teması altında, katılımcıların karar verme öncesindeki bilgi edinme davranışları özetlenmiştir.

Katılımcıların karar vermeden önce kararla bağlantılı bilgi kaynaklarını aradığı görülmüştür. Bu bilgi edinme kaynakları içerisinde deneyim sahipleri ve uzmanlar ön plana çıkmıştır. Bu süreçte edinilen bilgiler ise katılımcıların kararında destek görevi görmüştür:

KATILIMCI 4: *Yine şeydi çünkü benim öyle bir şansım oldu. Bu süreçte daha önce yani kendisi zaten çocuğunu vegan besleyip işte belirli bir yaşta 10 11 14 15 o yaşlara getirmiş olan arkadaşarımdan da işte peki çocuğunuz okula başladıktan sonra ya da işte ne bileyim biraz daha konuşmaya başladıktan sonra size sorular sordu mu siz bu sorulara ne şekilde yanıt verdiniz gibi sorabilme ve deneyimlerimden faydalanabilme imkanım oldu.*

...Çünkü sonrasını işte araştırdıkça hani karşıma vegan çocuklar çıkmaya başladı vegan çocukların gelişimsel sürecini o ara işte evlendikten sonra 3 yıl sonra çocuk sahibi olduğum için bir gözlemeleme imkanım oldu. Ve o süreçte hani her geçen gün biraz daha bu fikir bana mantıklı gelmeye başladı. Sonrasında işte vegan bir çocuk doktoruyla falan konuştuk öyle.

KATILIMCI 14: *...Ben ilk önce Ceyhan Witzel'e denk geldim okulsuzluk yapan bir aile onlarda Türkiye'de yaşıyorlar ama ilk önce okulla başlamışlar falan filan. İnternette sosyal medyadan ona ulaştım birkaç*

soru sordum bir iki kitap tavsiyesi ve birkaç böyle ufak tefek şunlara hani bakabilirsine gidip ufak tefek tavsiyeleri oldu. Onların eşiyile birlikte internette bir röportajlarını okudum. Onu okuyunca bendeki heyecan seviyesi birden arttı hangi hormondan salgılandı bilmiyorum...

KATILIMCI 15: *Oradan sonra şey e şu bir seyyah geziyor var Zeynep onunla tanıştım, onunla konuştuk o bana birçok hesap gönderdi, şu Facebook grubu var yine okulsuzlarla ilgili onları okudum. Böyle okudukça da cesaretlendim...*

...başkalarının deneyimlerini okuyunca, dinleyince de evet kendimi buldum daha etkili oldu karar vermemde.

Bireyler dijital ortamlardaki bilginin karardaki işlevini, bilginin kalitesine ve bilgi kaynağının güvenilirliğine göre değerlendirmektedir (Erkan, 2021). Bu araştırmada bazı katılımcıların bilgi ararken seçici davrandığı, bazılarının ise seçiciliğin yanında kaynağın güvenilirliği noktasında da değerlendirmeler yaptığı görülmüştür:

KATILIMCI 4: *...Yani özellikle işte diyelim ki bir araştırmaysa araştırmamanın boyutu işte kaç kişiyi kapsadığı e onlara biraz dikkat ediyorum çünkü ne bileyim sadece on kişi üzerinde bir araştırma yapılmıştır çok etkili değil benim için ya da araştırmada kaçırılmış şeyler var mı ya da işte bir grup üzerinde yıllar birkaç yılı kapsayan bir araştırma yapılmıştır mesela ama sadece beslenme şekli ele almış bu kişi sigara içiyor mu stres seviyesi ne öğrenim seviyesi ne işte o tarz şeyler işte ailevi durumları maddi ekonomik durumları nedir hani falan gibi şeyler de değerlendirmeye almadıysa ya da ailesinde kronik bir rahatsızlık var mı yok mu ona bakılmadıysa o da benim için etkileyen yani bu araştırmaya bakış açımı etkileyen bir durum oluyor. O yüzden olabildiğince geniş çaplı gerçekleşen.*

KATILIMCI 6: *...Güvendiğim doktorları önce mesela atıyorum dediğim gibi şeyden örnek vereyim nasıl vegan olduğumdaki belgeselden. O belgeseldeki doktor ben izlediğim zaman ya da dinlediğim zaman birisi eğer mantıklı geliyorsa a evet mantıklı konuşuyor bir gerçek bir kaynak sunuyorsa, bilimsel araştırmalardan bahsediyorsa hani onu düşünüp a bilimsel konuşuyor en azından kendi fikrini söylemiyor sadece diyorum söyleyen kişinin açık görüşlü olup olmadığına bakıyorum ondan sonra bir araştırma o bahsettiğim doktor eğer gerçekten beğeniyorsam onun kitaplarını alıyorum okuyorum ya da işte web sayfasını inceliyorum ya da işte sosyal medyadaki hesaplarını takip ediyorum bilimsel araştırmalar da aynı şekilde...*

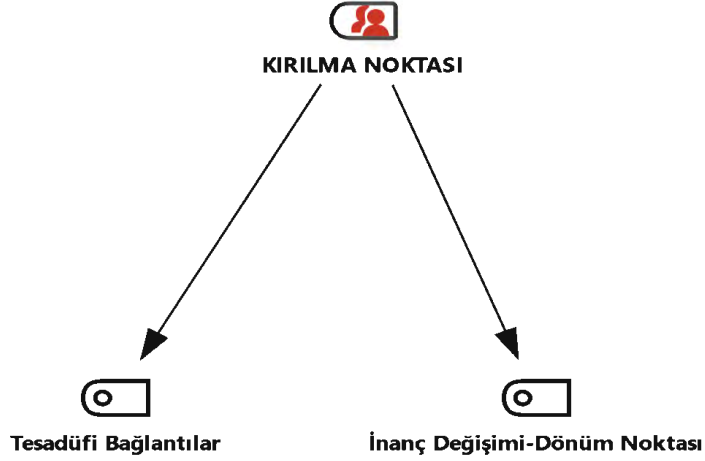
...ama araştırdığım zamanlarda dediğim gibi hani kitaplarına bakıp, web sayfalarına bakıp eğer haber duyduysam işte etin zararı şu oldu gibi onun hangi araştırma nerede yapılmış bu araştırma peer review midir değil midir arkasına bakıyordum evet.

KATILIMCI 10: *Yeni kaynak eğer yeni bir kaynak yeni bir yazı yazdıysa önce o kaynağı araştırıyorum yeni mi çıkmış nereden çıkmış onu araştırıyorum. Güvenilirliğini araştırıyorum...*

4.1.6. Kırılma noktası

Kırılma noktası, karar anına geçişi tetikleyen bir anı ifade etmek için kullanılmıştır. Bu adım, karara hazırlık ve derinlemesine düşünme süreci ile karar verme uygulamaya geçme aşamaları arasındaki bağlantıyı sağlayan geçiş noktasıdır. Bu nedenle ok (→) şeklinde gösterilmiştir (bkz. Şekil 4.1. *Vekaleten Karar Verme Sürecine Dair Oluşturulan Teorik Model*).

Kırılma noktası teması altında “inanç değişimi-dönüm noktası” ve “tesadüfi bağlantılar” alt kodları bulunmaktadır (Şekil 4.6.).



Şekil 4.6. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Kırılma Noktası)

Katılımcıların karar verme öncesinde karara dair algıladığı riskler, sahip oldukları inançlar ve değerler onların bilgi arama süreçlerine rehberlik etmiştir. Tüm bu süreç kararın kırılma noktasını tetiklemiştir. Kırılma noktası bazen bardağın taşmasıyla bazen bir uyanışla bazen de tesadüfi bağlantılarla yaşanan bir “dönüşüm anı”na işaret etmektedir.

Katılımcı 1, tesadüfen izlediği bir belgeselle; Katılımcı 14 ise Google üzerinde arama yaparken kırılma noktası anıyla karşı karşıya kalmıştır:

KATILIMCI 1: *...Dünyalılar adlı belgesel evet meşhur bir belgesel aslında onu işte tesadüfen izledim ondan sonra zaten dediğim gibi artık o an bir koptu her şey yani tam alt üst oluyor insan çünkü tüm bildiğin her şey yıkılıyor ben çocukluktan beri öğretilen her şey yıkılıyor... (Tesadüfi Bağlantılar, İnanç Değişimi-Dönüm Noktası).*

KATILIMCI 14: ...denk geldi tesadüftü...muhtelemen yani ilk Ceyhan Hanım'la konuştuğum için zaten Google'da yine arama yapınca okul okulsuzluk vesaire diye ilk sayfada onların röportajı en son baktığımda da yine onların çıkıyordu yani o anlamda tamamen tesadüfiydi. Ben yıllar önce aklında olan fikirleri okulsuzluk gibi isimle var olduğunu insanların yaptığını vesaire bilmiyordum yani bile çok şaşırdım ve mutlu oldum bulunca (Tesadüfi Bağlantılar).

Katılımcı 3, katıldığı bir konferansta; Katılımcı 12, sağlık ocağında gerçeğin sıfır anıyla karşılaşmıştır:

KATILIMCI 3: Ben bir konferansta biriyle tanışmıştım o vegan besleniyordu herkes de ona soruyordu işte niye vegan niye vegan filan diye çünkü herkes standart aynı yemeği yemek zorunda o ayıklamak zorunda kalıyordu bir şeyleri. Ve o gün menüde tavşan eti vardı ve dışarıda da bahçede tavşanlar vardı yani herkes böyle bir fena oldu. İçeride de tavşan sevimli bir hayvan ya hani daha çok hani inek olsaydı eminim kimse umursamayacaktı ama tavşan olunca ya biz tavşanı yedik burada da bahçede de tavşanlar oynuyor yani ne kadar aslında caniyiz filan herkes o şeyi yaşadı tam da bu şeyi çocukla işte veganlık meselesini konuştuğumuzda o benim için bir dönüm noktası oldu (Tesadüfi Bağlantılar, İnanç Değişimi-Dönüm Noktası).

KATILIMCI 12: Ya daha çok işte e şeyden sonra ben etkilendim prospektüse rahat ulaşamayıp, aşının içeriğini görememek ve şey gerçekten bir baskı bir yerde oluşursa, bir inatlaşma durumu da oluyor siz onu yaptırmamak için canla başla çalışıyorsunuz diyeyim. Zorunlu gibi hissettirilmesi benim dönüm noktam oldu... (İnanç Değişimi-Dönüm Noktası).

4.1.7. Karara hazırlık ve derinlemesine düşünme aşamasındaki temalar arasındaki ilişkiler

Bu araştırmada belirlenen temalar arasındaki ilişkileri teorik olarak desteklemenin yanında veri içindeki ilişkileri de gösterebilmek için ilişkisel analiz yapılmıştır (Ayrıntılı bilgi için bkz. 3.7. Verilerin Analizi).

Karar süreci aşamalarının (karara hazırlık ve derinlemesine düşünme süreci, karar verme ve uygulamaya geçme, eylemi sürdürme ve izleme) her birinde yer alan temaların (ana tema/alt kod) süreçteki yerini belirleyebilmek ve diğer temalarla ilişkisel bağlantılarını anlayabilmek için ilişkisel analize ihtiyaç duyulmuştur. Karar süreci aşamalarının gösterildiği şeklin nihai haline ulaşabilmek için şekilde yer alan tüm temaların birbiriyle ilişkilerine bakılmıştır (bkz. Şekil 4.1.: Vekaleten Karar Sürecine Dair Oluşturulan Teorik Model). Bu ilişkileri anlayabilmek için MAXQDA

programında yer alan Kod İlişkileri Tarayıcısına başvurulmuştur. Kod İlişkileri Tarayıcısı sayesinde bölümdeki kodların kesişimi ve temalar arasındaki ilişkinin yoğunluk seviyesi (rakam/şekil) görülebilmektedir.

4.1.7.1. Yetki-özerklik-inanç- algılanan risk-değer

Tablo 4.1. Kod İlişkileri Tarayıcısı (Yetki-Özerklik-Inanç-Algılanan Risk-Değer İlişkisi)

Kod Sistemi	inanç	algılanan risk	değerler
 yetki-özerklik	56	19	46
 TOPLAM	56	19	46

Vekaleten karar verme sürecinde, katılımcı anneler çocukları adına karar alma yetkisine sahip olan kişilerdir. Bu yetki, katılımcı annelere, çocukları karar verme bilincine erişeceği yaşa kadar özerklik sağlamaktadır. Tüm bu yetki-özerklikler, katılımcıların sahip olduğu inançlarıyla, algıladığı risklerle ve değerleriyle yakından ilişkilidir. Tablo 4.1.'de satırda yetki-özerklik ana teması ve sütunda inanç, algılanan risk ve değerler ana temasının altında yer alan kodların (kodlanan kısımların) kesişimi sayısal olarak gösterilmiştir. Bu tablo, yetki-özerklik ana temasıyla inanç, algılanan risk ve değer ana temalarının kaç defa ilişkili kodlandığını (yoğunluğunu) anlatmaktadır.

Bu bölüm altında öncelikle yetki-özerklik temasıyla algılanan risk temasının ilişkisi, sonrasında ise inanç ve değerler yakından bağlantılı olması sebebiyle yetki-özerklik temasıyla inanç temasının ve değer temasının ilişkisine yer verilmiştir. Verilerin bağlamından kopmaması ve tekrara düşmemek amacıyla yetki özerklik ana temasıyla ilişkili diğer ana temalar, ilişki tablosunda bir arada gösterilmiş ve sırasıyla tek başlık altında yorumlanmıştır.

Bu araştırmada, katılımcı annelerin vekaleten karar verme sürecini başlatan motivasyonun yetki ve özerklik algısı olduğu görülmüştür. Katılımcı anneler, çocuklarının vekili olarak karar alarak bu kararın sorumluluğunu taşımaya yetkili olmaktadır. Araştırma konusu kararlar göz önüne alındığında, katılımcı annelerin toplumun çoğunluğunun aksi yönde karar alması, özerk bireyler olduğunu göstermektedir. Çocuk adına vekaleten almış oldukları bu kararda yetkili kişi olmaları ve bu karardaki özerklikleri; algıladıkları riskle, inanç ve değerleriyle birlikte tüm bu süreci yönlendirmektedir [bkz. Tablo 4.1.: Kod İlişkileri Tarayıcısı (Yetki-Özerklik-

İnanç-Algılanan Risk-Değer İlişkisi]). Literatür de katılımcı verilerinden yola çıkılarak bulunan yetki/özerlik-algılanan risk, yetki/özerklik-inanç ve yetki/özerklik-değer arasındaki bu ilişkileri desteklemektedir.

Bu araştırmanın bulgularında, vekaleten karar verme sürecinin başlatıcısının katılımcı annelerin çocukları üzerinde sahip olduğu yetki ve özerklik olduğu görülmüştür (bkz. *Şekil. 4.1. Vekaleten Karar Verme Sürecine Dair Oluşturulan Teorik Model*). Aşağıda verilen literatür, yetki ve özerkliğin bir davranışı başlatabileceği bulgusunu desteklemektedir:

Öz Belirleme Teorisine (*Self-Determination Theory*) göre; bireyin bir davranışı başlatmaya yönelik motivasyonları bulunmaktadır. Bu motivasyonlar; özerklik, yeterlik ve ilişkili olma olarak ifade edilir (Doğrul, 2021). Bireyin özerklik ihtiyacı onu davranışın başlatıcısı olmaya güdüleyebilmektedir (Grolnick, 2015). Özerklik yönelimi yüksek olan insanlar, tipik olarak, kendi görüşlerini davranışlarının başlatıcısı olarak görürler (Niemic vd., 2010, s. 182).

Katılımcı anneler, çocukları adına toplumun çoğunluğunun yaptığının tersi yönde kararlar almıştır. Bu durum, Niemic vd. (2010)'nin görüşüyle de uyumludur. Nitekim bu araştırmadaki bulgular, katılımcı annelerin uyma motivasyonu yerine yetki-özerklik motivasyonu ile hareket ettiklerini göstermektedir. Bu motivasyon, onları, kendi söylemleriyle “çocuk için en iyisi” olacak şekilde karar almaya yönlendirmiştir (ilgili alıntılar için bkz. 4.1.1. Yetki ve Özerklik).

Katılımcı anneleri kararı başlatmaya iten yetki-özerklikler, alacakları karara dair sorumluluk üstlenmeyi de beraberinde getirmiştir. Bir kararın sorumluluğunu üstlenmek ise belirsizliklerden (karar sonucunun yol açabileceği sonuçlara dair) dolayı risk içerir. Van de Poel ve Fahlquist (2012, s. 886) de bir durumla ilgili karar vermek gerektiğinde riskin ortaya çıkacağını vurgulamıştır. Aşağıda yetki ve özerkliğin risk algısıyla ilişkili olabileceğine dair bulguyu destekleyen literatüre yer verilmiştir.

Bu araştırmada yetki ve özerkliğin alt kodlarından birinin annelik olduğu ifade edilmişti. Jonas, Scanlon ve Bogetz (2022, s. 112) de “iyi ebeveyn olma” gayesinin çocukla ilgili verilen kararlarda etkili olduğunu ifade etmektedir. Forster vd., (2016) de ebeveyn kararlarının çoğunun (bu çalışmada örneğin; aşısızlık, okulsuzluk, veganlık) iyi ebeveyn olmanın bir parçası olduğunu belirtmiştir. Yine yetki ve özerkliğin bir diğer alt

kodunun ise korumacılık olduğu belirtilmişti. Literatürde buna ilişkin olarak; çocuğu korumayla bağlantılı olarak yoğun ebeveynlik (*intensive parenting*) kavramından söz edilmektedir. Yoğun ebeveynlikte çoğunlukla “kadınlar”, çocukla ilgili tüm görevleri üstlenmekte ve üstlendiği bu görevlerin çocuğa doğuracağı sonuçlardan (zihinsel, duygusal, sosyal ve sağlık açısından) sorumlu olmaktadır. Bu doğrultuda, çocuklarını hastalık ve tehlikelerden koruma ihtiyaçları nedeniyle de baskı hissetmektedirler. Örnek olarak; bu ebeveynlik tarzı aşı reddi için önemli nedenlerden biri olabilmektedir. Çünkü bu stildeki ebeveynler, çocuklarına daha iyi bakma konusunda kendilerini daha yetenekli hissetmekte, daha fazla savunma duygusuna sahip olmakta ve bu nedenle de bu yönde kararlar (aşı reddi gibi) alabilmektedir (Damjanovic vd., 2018, s.2). Camerinia vd., (2019) de ebeveynlerin çocuklarını aşılama niyetlerinin çocuğu koruma ile ilişki olduğunu doğrulamaktadır. Özellikle kadınlar (Damjanovic vd., 2018) iyi ebeveyn olma ve korumacılık motivasyonu ile sorumluluk almakta ve bu sorumluluğa dair risk algılamaktadır.

Bu araştırmada, katılımcı annelerin büyük çoğunluğu çocuğu koruma noktasında yetkili kişiler olarak kendilerini vurgulamıştır. Bu yetkiye sahip olma (çocuk üzerinde kontrole) risk algısını etkileyen faktörlerden birisidir ve karara etki eder (Van de Poel ve Fahlquist, 2012, s. 885). Özerklik açısından bakıldığında da bu araştırmada anneler çocukları adına “ileriye dönük sorumluluk” (Van de Poel ve Fahlquist, 2012, s. 886) üstlenmekte ve risk almaktadır (vekaleten verilen kararda ebeveynin özerkliği dikkate alındığında). Ebeveynler (başka bir birey üzerinde daha fazla sorumluluk gerektiren) “çocukları adına” en iyi olacak kararı vermeye çalışırken muhtemel sonuçlara dair risk algıları (Nelson Niehues vd., 2013, s. 810; Meszaros vd., 1996; Godwin, 2015, s. 48).

Yetki-özerklik ile algılanan riskin ilişkisine dair katılımcı verilerinden alıntılara aşağıda yer verilmiştir.

Katılımcı 2, ileride, çocuğunun sosyalleşme döneminde veganlık kararının doğurabileceği sosyal risklere (sosyal ortamda vegan olmayan yiyecekler karşılaşma) değinmiştir. Aynı zamanda çocuğu belirli bir yaşa gelene kadar “korumak” ifadesiyle kendisinin yetki ve özerkliğine vurgu yapmaktadır:

KATILIMCI 2: *Şöyle, tabi biraz daha büyüyüp bilinci yerine geldiğinde, hani arkadaş, doğum günü bir yerlerde bir şeylerde yok, pasta kreması, süt ürünleri bir sürü bir şeyler görececek olabilir...*

...Yani ona karşı çıkacak değilim ama koruyabileceğim kadar da korumak istiyorum yani onun önemli olabilir hani arkadaşları yerken ben niye yemiyorum.

Katılımcı 9, aşısızlık kararının sağlık açısından doğurabileceği “kızamık olma” riskine değinerek, bu kararının sorumluluğunu alacağını, bu kararda yetki ve özerklik sahibi olduğunu annesi olması nedeniyle “söz hakkı bende” diyerek ifade etmiştir:

KATILIMCI 9: *...yani sonuçta onun herhangi bir söz hakkı yok ve biz içerisinde ne olduğunu bilmediğimiz onun da bilmediği yani tabii ki bir cevap veremiyor bize ama kimse sormuyor yani...Şu anda ben onun vasisi olduğum için söz hakkı bende yani o şekilde.*

... kızamık olursa aşısız çocuk kızamık olursa sorumluluğu bende...

Katılımcı 13, aşısızlık kararının doğurabileceği sosyal risklere değinmektedir. “Çocuklarımı korumak zorundayım” ifadesiyle de karardaki yetki ve özerkliğe ve sorumluluğa vurgu yapmaktadır:

KATILIMCI 13: *Sadece dışarıda yani toplumda işte dışlanmak diyeyim, yargılanmak gibi sonuçlar doğuracağını düşündüm...Çocuklarımı korumak zorundayım bu anlamda...Herkes kendinden mesul herkes kendi çocuğundan mesul.*

Yetki ve özerklik temasının ilişkili olduğu diğer temalar inanç ve değer olarak ifade edilmişti. Bu nedenle aşağıda yetki ve özerklik temasının, inanç ve değerler temasıyla ilgili olan ilişkisi sunulmuştur:

Yetki ve özerkliğin getirdiği sorumluluk, karar verme sürecinde inanç ve değerleri devreye sokar. King ve Carruthers (2022, s. 462)’e göre; bilinçli karar verme durumunda sorumluluk ön plana çıkar ve yoğun sorumluluk içeren kararlar da geniş bir inanç ve değerler yelpazesini içerir. Bireyler, kendi eylemlerinin sorumluluğunu aldıklarında ve bu sorumluluklarını değerleriyle bütünleştirdiklerinde özerklik yaşarlar. Yani bireyler, davranışlarının sorumluluklarını algıladıklarında ve kendi çıkarlarına, değerlerine ve inançlarına uygun şekilde davrandıklarında özerk olmaktadır (Niemiec vd., 2010, s. 170-171-176).

Her bir birey kararlarında dış çevrenin etkisini belli ölçüde hisseder. Bu durum, bireylerin bazı kararları vermelerine engel oluşturabilir. Fakat özerklik düzeyi yüksek olan bireylerde bu durum kararlara engel oluşturmayabilir. Nitekim özerk bireyler kararlarında dış baskılardan tamamen bağımsız hareket edemeseler de inanç ve

değerlerine uygun bir karar verme yoluna giderler (Niemiec vd., 2010, s. 172). Özerklik gerektiren kararlar birey tarafından içsel olarak algılanır. Birey bu kararları seçerek/isteyerek deneyimler. Kararı içselleştirme süreci; bireyin inançları, değerleri ve tutumlarıyla ilgilidir (Williams ve Deci, 1996, s. 768). Yetki ve özerklik gerektiren kararlar, sağlık alanında sıklıkla karşımıza çıkar. Sağlıkla ilgili yetki ve özerklik gerektiren kararlar da inanç ve değerlerle yakından ilişkilidir. Yetki ve özerklik açısından sağlıkla ilgili bir karar verileceği zaman onam formu olarak ifade edilen belge gündeme gelmektedir (Cullen, 2019, s. 3).

Katılımcı 6, kararla bağlantılı inanç ve değerlerinden bahsederek, çocuğu için bu kararı vermede yetki ve özerkliğin kendisinde olduğunu “yetiştirme” kelimesiyle vurgulamaktadır:

KATILIMCI 6: *Çocuğumu hani sonuçta bir anneyse anne babanın tek amacı iyi evlat yetiştirmektir. İyi, sağlıklı evlat yetiştirmenin yolunun veganlıkla çok çok çok çok büyük parçası olduğunu düşünüyorum o yüzden çok büyük görev düşüyor bana. Hani sadece hayvan işte hayvansal ürünleri kestim diye değil sağlıklı, etik hani sağlıklı vegan nasıl besleyebilirim hani etik bir insan nasıl yetiştirebilirim yani bunların hepsi birlikte geliyor.*

...burada insanların fark etmediği bir şey sen vegan ol ya da olma sen hayat tarzının neye inaniyorsan neyin sağlıklı olduğuna inaniyorsan çocuğunu da o şekilde yetiştiriyorsun...

Katılımcı 8, sağlık inanç ve değerlerine değinerek, akabinde bu kararın sorumluluğunu üstlenerek çocuk için kararı alma yetki ve özerkliğinin kendisinde (her bir anne... çocuklarından mesuliyetlidir) olduğunu vurgulamaktadır:

KATILIMCI 8: *...Yani ben biliyordum zaten bağışıklığını tamamen yok eden bir şey. Yani çocuk doğduğunda zaten ne gibi bir bağışıklık olabilir ki...Biz kendi çocuklarımızın bütün kıyafetlerini...mikroplara karşı savunmasız oldukları için ütüliyoruz tamamen dezenfekte etmiş bir şekilde giydiriyoruz. Biz bu kadar ince bunu düşünürken aslında bunu bütün ebeveynlerin düşünmesi lazım.*

Çünkü çok büyük bir vebal. Sonuçta biz bir birey yetiştireceğimiz bir topluma yani bir birey yetiştireceğimiz o yüzden her açıdan gerek dini açıdan gerek sağlık açısından ...olumsuzluklar yaşayabileceği bir durum aşısı olma durumu...

Çünkü her birimiz yani her bir anne ya da her bir ebeveyn olarak söyleyeyim çocuklarından mesuliyetlidir sorumludur...o yüzden onun hayatı, gelişimi, sağlığı, geleceği her şeyden öncelikli...

Katılımcı 16; okulsuzlukla ilintili inanç ve değerlerini, öğrenmeyi özgürlükle bağlantılandırarak aktarmakta, belirli bir yaşa kadar çocuğuna “alan tutma” karar ve sorumluluğunun kendisinde olduğunu vurgulayarak yetki ve özerkliğe değinmektedir:

KATILIMCI 16: ...özgürce istediğini yap ve ne yapmak istediğini keşfet, neyi merak ettiğini keşfet. Okulda böyle bir ortam yok orada size bugün bunu öğreneceğiz deyip bir şey anlatıyorlar ama o bilginin o içsel merak ortaya çıkmıyor...kızım uyum sağlama eğiliminde ve o yüzden de ona alan tutmam alan tutma sorumluluğu bana ait. Yani onun törpülenmemesi için kendini ortaya koyabilmesi için ona alan açmam gerektiğini bebekliğinden beri görüyordum...

4.1.7.2. İnanç-algılanan risk-değer-bilgi arama-kırılma noktası

Tablo 4.2. Kod İlişkileri Tarayıcısı (İnanç-Algılanan Risk-Değer-Bilgi Arama-Kırılma Noktası İlişkisi)

Kod Sistemi	bilgi arama	kırılma noktası
algılanan risk	40	11
inanç	119	26
değerler	48	17
bilgi arama		41
TOPLAM	207	95

Bu bölümde, temalar arasındaki ilişkilerde anlam bütünlüğünü korumak için bilgi arama teması ile kırılma noktası temasının (*kırılma noktasının, karara hazırlık ve derinlemesine düşünme süreci ile karar verme ve uygulamaya geçme aşamasındaki bağlantı adımı olması sebebiyle*) ilişkileri aynı tabloda (Tablo 4.2.’de) gösterilmiştir.

Bu nedenle ilk önce Tablo 4.2.’nin ilk kısmında, algılanan risk/inanç/değerler ile bilgi arama arasındaki ilişkilere; akabinde ikinci kısmında, algılanan risk/inanç/değerler/bilgi arama ile kırılma noktası arasındaki ilişkilere yer verilmiştir.

Katılımcıların bilgi arama davranışlarında sahip oldukları inançları ve değerlerinin yanında karara dair algıladıkları riskler de etkili olmuştur. Katılımcılar inanç ve değerleriyle uyumlu olan ve algıladıkları riski azaltacak bilgileri aramış ve tüm bu unsurlar karar verme sürecine rehberlik etmiştir. Tablo 4.2.’nin ilk kısmında satırda inanç, algılanan risk ve değer ana temaları, sütunda ise bilgi arama temasının altında kodlanan kısımların kesişimi sayısal olarak verilmiştir. Bu tablo inanç, algılanan risk ve değerler temasıyla bilgi arama temasının kaç defa ilişkili kodlandığını anlatmaktadır.

Aşağıda öncelikle bilgi arama sürecine kısaca değinilmiştir. Sonrasında karar verme sürecinde inanç ve değerlerin bilgi arama sürecini yönlendirebileceği bulgusunu destekleyen ilgili literatüre yer verilmiştir:

Bilişsel karar verme sürecine göre bilgi arama, karar vermek için çevredeki uygun verileri aradığımız süreçtir. Karar önemli olduğunda, kararlar ilgili bilgi edinme ihtiyacımız olduğunda ve ilgili bilgilere erişim kolay olduğunda daha fazla arama yaparız (Solomon, 2018, s. 340). Nitekim bu araştırmadaki kararlar çocuk adına verilen uç kararlar olduğu için diğer kararlara nazaran çocuğun hayatına etkisi büyük olabilecek, önemli kararlardır. Bu nedenle de katılımcılar karar vermeden önce kararlar ilintili daha fazla bilgi aramaya ihtiyaç duymuştur.

Bilgi arama davranışı, kişinin bilgi durumunun, bir sorunu veya konuyu yönetmek için yetersiz olduğunun farkına varmasıyla ilgilidir (Ikoja-Odongo ve Mostert, 2006, s. 154). Bu açıdan bakıldığında ise görüşmelerde, katılımcıların bazılarının karara dair öz deneyimlerinin olduğu bazılarının ise kararlar ilgili bizzat deneyim yaşamadığı görülmüştür. Fakat her koşulda, öz deneyime sahip olunsun ya da olunmasın karar konusu çocuk olunca katılımcı anneler alacakları kararlar ilgili bilgi aramıştır. Bu da kararın önemli olduğunu ve karar vermeden önce bilgi arandığını göstermektedir.

Bilişsel olarak bir bilgi yapısı, bir dizi inanç ve bu inançları zihnimizde organize etme şeklimizi ifade eder (Solomon, 2018, s. 348). İnsanların bilgi arama davranışı; demografik özellikler, inançlar, kültürel özellikler, değerler, mevcut kaynaklar, bağlam, çevre gibi faktörler bağlamında şekillenir (Chisty vd., 2021, s. 2). İnançlar, bilgi aramada önemlidir. Çünkü bir kişinin dünya hakkında sahip olduğu inançları ("bir sorun mu var?" "çözüm var mı?" ve "durumumu değiştirebilir miyim?" gibi sorulara olan cevapları) bilgi arama konusundaki düşüncesini ve motivasyon düzeyini sınırlar. İnsanlar bir konu hakkında daha fazla bilgi edinmenin bir değişiklik getireceğine inanmıyorsa bilgi aramaları da olası değildir. Tersine, insanlar bir sorunu çözebileceklerine inanırlarsa soruna çözmeye motive olurlar (Donald vd., 2005, s. 358).

İnançların ve değerlerin bilgi arama davranışı üzerinde etkileri vardır. Çift yönlü etkiyle inanç ve değerler hem mevcut bilgilerle şekillenir hem de bilgi arama davranışını şekillendirir (Chisty vd., 2021, s. 9). İnançlar, eylemi belirler ve bilgilerle desteklenebilir (Pennycook vd., 2020, s. 476). Bir inanç sisteminde yer alan bireyler,

genellikle benzer inançlara sahip başkalarını arar; sonuç olarak, inançlarını destekleyen bilgilere maruz kalma eğilimindedir (Solomon, 2018, s. 268). Yeni bilgi arama süreçlerinde insanlar genellikle önceden sahip olduğu inançların, beklentilerin veya arzu edilen sonuçların etkisi altında kalır (Jonas ve Schulz-Hardt, 2001, s. 557). En önemli kararlar, karar vericilerin seçici yönde aradığı bilgilerin kullanımını içerir (Festinger, 1962). Jonas ve Schulz-Hardt (2001, s. 558), karar verme sürecinde alınacak kararı destekleyici bilgi bulma adına arama yapmanın yaygın bir durum olduğuna; Festinger (1962) de bilgi arama sürecinde bilgiye seçici maruz kalılabildiğine değinmektedir.

Bu araştırmada, katılımcılar, karar öncesinde alacakları kararı destekleyebilecek mevcut inanç ve değerleriyle uyumlu bilgiler aramış (bilgi ararken seçici davranma) ve bu yolla alacakları kararın zeminini güçlendirmeye çalışmıştır. Açıkçası katılımcılar kendi inanç ve değerleri doğrultusunda bilgi arama sürecine yönelmiştir.

Katılımcı 15, okulsuzlukla bağlantılı inanç ve değerlerini de içeren cümleler (okulun kurulma amacı, insanları ehlileştirmek, herkesi kendini sıradan sanmamasını sağlama gibi) kurmuş, bu inanç ve değerlerine uyumlu uzman kaynaktan, kitaplardan ve sosyal medya gruplardan bilgi arama yoluna gitmiştir:

KATILIMCI 15: ...yani kendi deneyimlerim de var da o Nihan Kaya'nın neydi İyi Aile Yoktur kitabında orada okulsuzluktan bahsediyordu ve okulun tarihinden, hangi amaçla kurulduğundan işte devletlerin insanları ehlileştirmek herkesin kendini aynı hani sıradan özel sanmamasını sağlamak için böyle bir kurum oluşturduklarından bahsediyordu falan o çok etkiledi beni yani aman dedim işte evet dedim hani benim düşündüğüm de bu ama ne yapacağız yani Nihan Kaya ne yapacağız peki falan diye ...böyle okurken şey oldum anında o an böyle çözüm aramaya başladım...

...aslında biz de istiyoruz işte İngiltere'de şöyle şöyle eğitimler var internette alabiliyorsun işte Montessori'den Waldorf'tan falan bahsettiler...Sonra çok yine okumaya, araştırmaya başladım. Okulsuz Büyüme kitabını okudum ...şu Facebook grubu var yine okulsuzlarla ilgili onları okudum...

Katılımcı 9, sağlık inanç ve değerleriyle (Türk doktordan ziyade yabancı doktorlar, bilimsel kaynak, çeviri kaynak vurgusu, yaşanan olumsuz durumları araştırma) uyumlu olacak şekilde bilgi aramıştır:

KATILIMCI 9: ...bu tarz konularda tabi ki sağlıkla ilgili olduğu için bilimsel kaynakları genellikle baz alıyoruz eşim de o şekilde. Daha çok ailelerin yaşadığı durumları mesela çok araştırdık. Yaşanılan olumsuz durumları daha çok araştırdık...Bilimsel kaynaklara baktık...Sosyal medya

yani tabi ki internet üzerinden şu anda uçsuz bucaksız kaynak burası... daha çok bilimsel makaleleri araştırdım çok fazla yani çeviri kaynak okudum. Hani Türk doktorlardan ziyade hani yabancı doktorlar bu konuda ne diyorlar çünkü hani ülkemizde genellikle çok yabancıların sözüne daha çok itibar ediliyor. Hani bak Amerikalı doktor bile böyle demiş meselesi var ya hani daha çok onlara da baktım. Yani bilimsel makaleler diyelim çok okudum yani bu konuyla ilgili.

Katılımcı 3, vegan olarak geçirdiği hamilelik sürecinde (*Temas Özet Kağıdı, 21.02.2020*) kendi yaşam tarzına benzer olan (inanç ve değerleriyle uyumlu) deneyim sahiplerinden (veganlar), uzmanlardan (akademik unvan vurgusu) ve kitaplardan bilgi edinme yoluna gitmiştir:

KATILIMCI 3: *Şey First Steps diye bir sayfa var orada İngiltere’de yaşayan insanların vegan beslenmeleri hamilelikleri, işte sonrası, çocuk yetiştirme nasıl olmalı diye bunu anlatan, onların yayınları çok profesyonel ve ücretsiz, doğrudan pdf olarak indirilebiliyor ya da sipariş edilebiliyor çok etraflıca böyle anlatan bir de onların şey ekip tamamen diyetisyen hepsi akademik unvanları çok yüksek olan bir ekip. Çünkü onların esas amacı veganlar için değil de alerjisi olan çocuklar işte hiçbir hayvansal asla tüketemeyecek olan, glüten de olmayacak nasıl beslenmeliler buradan yola çıkarak çok detaylı, çok güzel anlattıkları bir kaynak var. Birkaç tane vegan hamilelikte beslenme kitabı aldım...*

Aşağıda ilgili literatürde riskle ilgili olarak belirsizlik duygularının kaygı/endişe yaratabileceğine ve bilgi arama yoluyla bu endişelerin giderilebileceğine değinilmiştir:

Karar konusunun önemi, belirsizlikler, kararın doğurabileceği sonuçlar ve kaygı bilgi aramayı etkileyen çeşitli unsurlardır (Afifi, Dillow ve Morse, 2004; Donald vd., 2005, s. 355). Bilgi aramak belirsizliği azaltır ve gelecekteki sonuçları netleştirmeye yardımcı olur (Donald vd., 2005, s. 355). Bireylerin bilgi arama davranışı risk algısıyla ilgilidir; olası bir riskin uygun bilgilerle azaltılabileceğine inanan kişiler ilgili bilgileri arayacaklardır (Chisty vd., 2021, s. 3). Bilgi arayan kişiler, yanlış seçimin olumsuz sonuçları olacağından endişe duyarlar ve bilgi arayarak endişelerini gidermeye çalışır. Bununla bağlantılı olarak, algılanan risk ne kadar fazlaysa bilgi arama olasılığı da o kadar yüksektir (Mead vd., 2012, s. 9).

Bu araştırmada, bazı katılımcılar alacakları kararın olumsuz sonuçlar doğurabileceğine değinmiş ve karar türüyle bağlantılı olacak şekilde sağlık/sosyal açıdan endişeler (veganlık ve aşısızlık kararında sağlık/sosyal endişeler, okulsuzluk kararında sosyal endişeler) duymuş ve endişelerini gidermek için bilgi arama yoluna

başvurmuşlardır. Kararla ilgili endişelerini gidermek için başvuru bilgi edinme kaynakları arasında; uzman kişiler, kararı deneyimleyen diğer kişiler, kişinin kendi geçmiş deneyimleri, bloglar, sosyal medya vb. gibi çeşitli kaynaklar bulunmaktadır (ayrıntılı bilgi için bkz. 4.4.1. Bilgi Kaynakları). Bilgi arama süreci sonucunda edilen bilgiler, katılımcı annelerin endişelerini giderme noktasında etkili olmuştur.

Katılımcı 3, hamilelik sürecinde (*Temas Özet Kağıdı, 21.02.2022*) kararın doğurabileceği sağlık risklerine dair kaygılandığında, deneyim sahibi biriyle konuşarak endişelerini gidermeye çalışmıştır:

KATILIMCI 3: ...Şey de Avustralya'da yaşayan vegan biri var o hem aktivist hem de sağlık konularına çok önem veriyor onun çocuğu şu anda iki ya da üç yaşında, o benim için şeydi böyle paniğe kapıldığım zaman hep onunla konuşmuştum. Ben omegadan endişeleniyorum işte yeterli alıyor muyum falan gibi o mesela hiç takviye almamış...O biraz daha şey ekstrem yaşıyor benim için çok rahatlatıcı olmuştur (Görüşmeden Alıntı).

Katılımcı 1, karar vermeden önce kararın doğurabileceği sağlık riskleriyle ilgili olarak araştırmaya yönelmiş deneyim sahiplerinden ve kaynaklardan edindiği bilgiler endişelerini gidermede etkili olmuştur:

KATILIMCI 1: Özellikle dediğim gibi evet sağlık açısından o bende biraz şey yapıyordu daha sonra araştırdıkça ve zaten bunun en sağlıklı yöntem olduğunu... hayvansal ürünlerin zararlı olduğunu...bize hep et ve protein olsun süt iç kalsiyum olsun gibi şeyler söylendiği için bunu araştırınca böyle olmadığını gördükten sonra bir sürü vegan çocuk olduğunu da görünce hani gayet sağlıklılar (Görüşmeden Alıntı).

Katılımcı 11, aşısızlık kararıyla ilgili kafasındaki endişeleri izlediği sosyal medya üzerinden izlediği videolar, doktorlarla gidermiştir (*Temas Özet Kağıdı, 15.09.2020*):

KATILIMCI 11: İzlediğim videolar, bu dediğim doktorlar var ya onlarla kesinleşti. Zaten içeriğine bakarsan bir de yan etkileri bilmiyorum eline düşer mi genellikle vermiyorlar. Yani mantığı, mantığıyla hareket eden her insan yaptırılmaz (Görüşmeden Alıntı).

Katılımcı 2, karar öncesi süreçte kararla ilgili sağlık risklerine dair endişe duymuş ve endişesini çevresindeki uzman kaynak (doktor) sayesinde gidermiştir (*Temas Özet Kağıdı, 17.02.2020*):

KATILIMCI 2: ...tabi şüphelerim korkularım vardı işte ama demiri nereden alacak tamam et vermeyelim işte hani yumurtasız nasıl olacak B12'yi

nereden alacak falan...Suat Erus bu vegan olan hatta vegansağlıkpro diye onun şeyi var bayağı bir veganlar çok iyi tanırılar onu onla görüştim işte B12'nin yumurtanın da ne kadar zararlı olduğundan bir sürü şey anlattı...o korkumdan da vazgeçtim...(Görüşmeden Alıntı).

Tablo 4.2.'nin ikinci kısmında satırda inanç, algılanan risk, değer ve bilgi arama ana temaları; sütunda ise kırılma noktası temasının altında kodlanan kısımların kesişimi sayısal olarak verilmiştir. Bu tablo; inanç, algılanan risk, değerler ve bilgi arama temasıyla kırılma noktası temasının kaç defa ilişkili kodlandığını anlatmaktadır. Katılımcıların sahip oldukları inançlar, değerler, algıladıkları riskler ve bu doğrultuda aradıkları bilgiler onları karar anına götüren kırılma noktasını (karar anına geçiş noktasını) yaşatmıştır.

Aşağıda ilk önce kırılma noktası temasına kısaca değinilmiş, sonrasında bilgi arama temasıyla kırılma noktası temasının (geçiş adımı “→”) ilişkisine yer verilmiştir:

Bilgi teknolojileri alanında ortaya çıkan “gerçeğin sıfır anı” (*zero truth of moment*) kavramı, bu araştırmada katılımcıları karar anına götüren “kırılma anı” kavramıyla bağlantılandırılabilir. Gerçeğin sıfır anı, bir müşterinin karşılanmamış bir ihtiyacına çözüm aradığı zamanı ifade eder (Araujo, 2013, s. 22). Ertemel ve Başçı (2015)'e göre de bu an, tüketicinin satın alma kararından önce gerçekleştirdiği çevrimiçi bilgi arama sürecidir; dijital ortamda bilgi arayan tüketiciler için de gerçeğin bu anını temsil eder. Bu doğrultuda, bu araştırmadaki katılımcıların karar konusuyla ilgili deneyim sahibi, uzman vb. kaynakları bulma gibi bağlantı kurma noktaları aslında temas anı olarak da ifade edilebilir. Bu temaslarda yaşanan “kritik anlar” katılımcıları tetikleyerek karar anına yönlendirmiştir.

Bu araştırmada katılımcılar, inanç, algıladıkları risk ve değerleri doğrultusunda bilgi aramış ve aranan bilgiler inanç ve değerleri güçlendirerek, kararın risklerini azaltmış ve onları kırılma noktasına yani karar anına götürmüştür.

Katılımcı 14, bilgi arama süreci sırasında (yukarıda da denildiği üzere inanç, değer, algılanan risk bilgi aramaya yönlendirmişti) kırılma noktasına geçtiği anı (karar anına) okuduğu kitap sayfasından örnek vererek “heyecan duygusu”na değinerek anlatmıştır:

KATILIMCI 14: *Ben Hewit'in kitabını okuyordum hatta çok net hatırlıyorum evimizin salonundaydım ve bir noktası şu an hangi bölüm olduğunu hatırlamıyorum her bölümü ayrı bir his uyandırıyor bende ama bu*

arada şöyle yani okuyan pek çok arkadaşım var bu kitabı herkeste aynı hisleri uyandırmıyor bana o şekilde dokundu yani...Bir noktada beni çok heyecanlandırmıştı...o sayfayı okuduğumda...

Katılımcı 13'ün ilk çocuğu aşılı, ikinci çocuğu aşısızdır. Bu nedenle değindiği olumsuz deneyim ilk çocukla ilgilidir. Bilgi arama sırasında (burada hem kendi deneyimlerine hem de inançlarına değinerek) kırılma noktası anını sosyal medya üzerinde okuduğu bir paylaşım ile yaşadığını aktarmaktadır:

KATILIMCI 13: *...kızımın bir yaş aşısından sonra işte bazı semptomlar oluştu. Ben aşından kaynaklı olduğunu düşünüyorum yani buna inanıyorum. Çünkü başka o dönemde yabancı hiçbir şey girmemişti vücuduna, hani ne yediği, içtiği dokundu diyeceğim asla yok. Oradan kafamda soru işaretleri oluştu bir kere.*

Sonra bir gün Instagram'da tabii sosyal medya sosyal medya asla hafife alınacak bir platform değil bir paylaşımın altında bir yorum gördüm ve o yorum benim ya inanılmaz dikkatimi çekti bir bayan demiş ki aşı yaptıran anne de aşı yaptıran kişi de çocuğunun iyiliği için yapıyor, aşı yaptırmayan kişi de yani anne diyelim aşı yaptırmak istemeyen anne de çocuğunun iyiliği için yaptırmıyor. Bu yorum bana çok doğru geldi çok ya mantıklı bir şeydi yani aşığı yapan çocuğun iyiliği için yapıyor yapmayan da yani kim hangi anne çocuğunun kötülüğünü ister ki direkt kafada o düşünce çok doğru ve mantıklı geldi bana...

Katılımcı 1, kırılma anını izlediği bir belgesel üzerinden aktarmakta (hem inanç hem de değerlerine değinmiş) ve “annelik duygusuna” vurgu yaparak kırılma anına gittiğini belirtmektedir:

KATILIMCI 1: *...Gary Yourofsky'in bir belgeseli var işte dünyanın en iyi konuşması diye kendisi de vegan bir aktivist onun konuşmasını izledim işte orada da söylediği bir laf var işte ineklerin annelerinden koparılma şeyi mesela inekler mesela şu süt çiftliklerinde doğum yaptığı anda yavruları direk ondan alıyoruz, el arabasına koyup götürülüyor o annenin o çılgılığı yani adam diyor ki ben mezbahaya, çiftliğe her yere girdim ama en acı yaşadığım en acı çılgılık o anne ineğin çılgılığıydı diyor o an...çünkü anne olduğum için galiba yani o an inekle kendimi bütünleştirdim aslında bağdaştırdım o ilişkiyi kurdum hani kendimi o ineğin yerine koydum hani çocuğunun senden alınması yani o an kendi annelik duygumdan dolayı...*

Şekil 4.1.'de çift yönlü ve kesikli çizgilerle gösterilen inanç, algılanan risk ve değerler arasındaki ilişkiyi gösteren tabloya da aşağı da yer verilmiştir.

Tablo 4.3. Kod İlişkileri Tarayıcısı (İnanç-Algılanan Risk-Değer İlişkisi)

Kod Sistemi	algılanan risk	inanç	değerler
algılanan risk		62	14
inanç	62		74
değerler	14	74	
Σ TOPLAM	76	136	88

Tablo 4.3.'de algılanan risk, inanç ve değerlerinin birbirleriyle ilişkileri gösterilmektedir. Literatür de bu üç unsurun birbiriyle ilişkisi olduğunu göstermektedir. Bireyin risk algısı, tehlikelere ilişkin farkındalığının ve bilgilerinin yanı sıra bireysel ve toplumsal değerlerini ve inançlarını da içerir (Gluckman, 2016, s. 6). Risk algısı, insanların inançları, tutumları, duyguları, değerleri ve eğilimleriyle ilgilidir. Aynı zamanda çok boyutludur ve temel değer sistemlerine bağlı olarak bireyden bireye farklılaşabilir (Newby, 1997, s. 133). Değerler, bireyin risk algılarını şekillendirir (Olofsson, 2007, s. 5; Nordenstedt ve Ivanisevic, 2010). Hein (2022) karar verme sürecini etkileyen unsurları Değer-İnanç-Norm Teorisi çerçevesinde incelerken algılanan riski de modele entegre etmiştir. Fischhoff (2009), risk içeren kararlarda, iletişim araştırmaları yaparken mevcut inançların ve değerlerin riskle ilgili seçimlerdeki rollerini anlamak gerektiğini belirtmektedir.

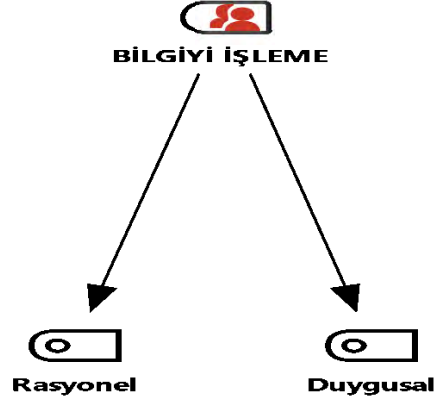
4.2. Karar Verme ve Uygulamaya Geçme Aşamasına Dair Bulgular

Analiz sürecindeki ikincil kodlama doğrultusunda, karar verme ve uygulamaya geçme aşamasındaki temalara ulaşılmıştır. Bu temalar; “bilgiyi işleme”, “bilişsel uyum” ve “uygulama ve sürdürme”dir. Bu temalara dair verilere ve bu temalar arasındaki ilişkilere aşağıda yer verilmiştir.

4.2.1. Bilgiyi işleme

Bilgiyi işleme teması, katılımcıların bilgi arama sürecinde karşılaştığı bilgileri zihinlerinde nasıl işlediklerini, bu bilişsel süreçte nasıl bir yol izlendiğini açıklamaktadır. Literatür incelemeleri ve katılımcıların verileri doğrultusunda,

katılımcıların “rasyonel” ve “duygusal” olarak veriyi işlediklerinden yola çıkılarak “bilgiyi işleme” temasına ulaşılmıştır (Şekil 4.7.).



Şekil 4.7. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Bilgiyi İşleme)

Bilgi işleme süreci; bir uyarının alınması, yorumlanması, bellekte saklanması ve daha sonra tekrar geri çağırılmasıyla ilgili süreci ifade eder (Engel, Blackwell ve Miniard, 1995, s. 472). İnsanlar yeni bilgi işlerken, daha önce edindikleri verilerle ilgili oluşturdukları şemalardan da yararlanırlar. Pendry (2015, s. 96)'ye göre şemalar; belirli kategorilerdeki nesnelere, insanlar hakkında beklentileri, edinilmiş veri ve bilgileri içeren bilişsel yapılardır. Şemalar, uyarıcılarla ilgili verileri içerir. Şemalar bireylerin bilgi işleme süreçlerine rehberlik eder ve bu şemalar sayesinde bilgi işleme daha hızlı bir şekilde gerçekleşir. Şemalar, yeni edinilen bilgileri değerlendirmeye yardımcı olur ve eksikleri tamamlar (Taylor ve Anne Peplau, 2020, s. 87).

Bu araştırmada katılımcıların bilgiyi rasyonel ve/veya duygusal işlediği görülmüştür.

Rasyonel karar verme, veri toplamaya ve mantığa dayalı bir süreçtir. Rasyonel kararlar, bilgi şeklindeki kanıtları temel alır (Marwala, 2013, s.2). Mevcut fırsatların belirlenmesi, verilmesi gereken ödünlerin tanımlanması, ödenecek maliyetlerin ve elde edilebilecek faydaların hesaplanması rasyonel bir karar verirken izlenecek adımlardır. Bu doğrultuda; marjinal analiz, marjinal maliyetlerin marjinal faydalarla tartılması anlamına gelir ve şu şekilde açıklanabilir: Eğer bir kararın sonucunda, marjinal faydalar marjinal maliyetlerden daha büyük olacaksa, karar doğrudur ve alınmalıdır. Tam tersi durumda, marjinal faydalar marjinal maliyetlerden daha küçük olacaksa, karar yanlıştır ve alınmamalıdır (Lacatus, 2018, s. 10). Solomon (2018, s. 335)'a göre de farklı

seçeneklerin artıları ve eksileri düşünülüp tartıldığında kararlar rasyonel olarak verilmektedir.

Rasyonel verilen kararlarda, insanlar hem bildiklerini hem de mümkün olan en fazla bilgiyi yavaş ve dikkatlice bütünleştirmektedir. Böylece her alternatifin artıları eksileri özenle tartılarak tatmin edici bir karara varılmaktadır. Bu tür değerlendirmeler, bireyin yaşam kalitesini etkileyen ve detayların önemli olduğu karar durumlarında gerçekleşir (Solomon, 2018, s. 339). Yine rasyonel karar verme açısından Kahneman ve Tversky (2000, s. 17)'nin alternatif seçim teorisine göre de değer, kazanç ve kayıplarla ilgilidir. Kararın ağırlığı da olasılıklar açısından değerlendirilir. Kesinlik etkisi eğilimine göre, kesin olarak elde edilen sonuçlarla olası sonuçlar karşılaştırıldığında insanlar olası sonuçları daha hafife alır. Bu eğilim kişileri kesin kazançlar içeren seçimlerde riskten kaçınmaya ve kesin kayıplar içeren seçeneklerde risk aramaya yöneltir.

Katılımcılardan bazıları kararla ilgili edindiği yeni verileri/bilgileri zihinlerinde işlerken rasyonel davranmıştır. Bu süreçte kararla bağlantılı olabilecek önceden oluşturdukları şemalarından da yararlanmışlardır.

Katılımcılar, bu kararları alırken detaylı araştırma yaptıklarını, seçeneklerin artılarına-eksilerine baktıklarını/kâr-zarar hesabı yaptıklarını/ölçüp tarttıklarını ve istatistiki verilerden yararlandıklarını belirtmişlerdir (yukarıda verilen literatürdeki rasyonel kararlarda ortaya çıkan yoğun araştırma, artıları eksileri tartma, kazanç kayıpları karşılaştırma davranışları gibi). Yine uzun süreli/detaylı araştırmalar, değerlendirmeler ve karşılaştırmalar yaptıklarını belirten rasyonel ifadelere değinmişlerdir:

KATILIMCI 10: ...Belki faydası var ama yan etkisi faydasından daha çok. ...virüsünün %90'ı hatta %95'i canlı olduğu için...

KATILIMCI 20: Yani artılarına eksilerine baktığımızda...Erken çocukluk dönemi için bence çok çok çok büyük eksileri var yani okulun.

KATILIMCI 8: Beş yıl içerisinde o aşı olduğu rahatsızlığı geçirirse daha hafif atlatmasını sağlayacaktı onun haricinden pek bir olumlu yanı yok. Tek olumlu yanı bu...artılarını eksilerini çok araştırdım ben...Google'da da araştırmalar yaptım makalelere baktım istatistikleri değerlendirdim...Aynı şekilde şeylere de baktım yani aşılamaı savunan kişilere de baktım değerlendirme yaptım karşılaştırma yaptım yani...Yani sonuçta dediğim gibi

artılarını eksilerini hepsini değerlendirdiğimiz zaman yani kesinlikle riske atmaya geçecek bir durum değildi...

KATILIMCI 9: *... faydasını artılarını eksilerini araştırdık. Yani artışından çok eksisi çıktı. Salgın hastalıkları araştırdık geçmişten günümüze gelen salgın hastalıkları araştırdık yani yaptırmadığımız taktirde bir hastalık başımıza gelirse neler olur bunları araştırdık ve yani kâr zarar hesabı yaparak aşısızlığın bize daha çok kar getirdiğini anladık...Yani öyle hani bir anda tamam karar verdim olmuyor ama. Yani bunları okuya okuya şöyle daha doğrusu dedim ya artışını eksinini ölçüp tarttıktan sonra...*

KATILIMCI 3: *...çocuk vegan beslensin en güzeli bu biz de öyle yapalım deyip böyle tersten vegan olanlar da gözlemledim...Yani iki sene diyorum ben hep çünkü o iki sene hep gözleme, ölçme, tartma.*

...B12 zaten vegan olmayanlar için de yani vegan olmayan şey araştırma var işte vegan olanla olmayanların B12 seviyelerini ölçen aynı. %49 biri, biri %51 yani anlamlı bir fark yok...

Rasyonel karar vermenin yanı sıra sezgisel yöntemler, karar verme sürecinde birçok bilginin göz ardı edilebileceği gerçeğine rağmen, iyi ve doğru kararlar alınmasına yardımcı olur. Günümüzde, rasyonelliğin sınırlı olduğu ve salt rasyonelliğin ima ettiği mükemmel koşulların gerçekte var olmadığı kabul edilmektedir (Lacatus, 2018, s. 10). İnsanlar özünde irrasyonel varlıklardır ve karar verme süreci, bilgiye (kanıta) dayanmıyorsa, mantığa dayalı değilse irrasyonel hale gelir (Marwala, 2013, s. 9). Bilginin marjinalleştirilmesi teorisine göre; karar vermek için gereken bilgiler tam olmasa da (bu eksik bilgiler tamamlanmasa da) karar verme sürecine gidilebilir. Bu durumda karar verici, eksik bilgileri görmezden gelir veya marjinalleştirip karar verir (Marwala, 2013, s. 10-11). Rasyonelliğin yanı sıra duygular da seçimlerde etkilidir. Bir duruma duygular ile tepki verildiğinde duygular da insanları seçime yönlendirebilir (Solomon, 2018, s. 335).

Katılımcılardan bazıları verileri işlerken rasyonelliğin yanı sıra sezgilerine/duygularına da kulak vermiştir. Bilgi işleme sürecinde karşılaştıkları verilere duygusal yönden yaklaşmışlardır:

KATILIMCI 17: *...ama yani çıkartılan yerde birçok okul ve hapishane gibi gerçekten böyle yeşilliği yok şeyi yok ve ömürleri böyle geçiyor çocukların ya buna çok ağır gelmişti gerçekten...Hani çocuğun çocukluğunu doğada geçirmesi gerektiğinin ne kadar önemli olduğunu fark edince niye o binaya kilitleyeyim o çocuğu...*

KATILIMCI 18: *Çok okumayı çok seven bir insanım çok fazla ya araştırarak karar verdiğimi düşünüyorum ama en nihayetinde bir yerde de*

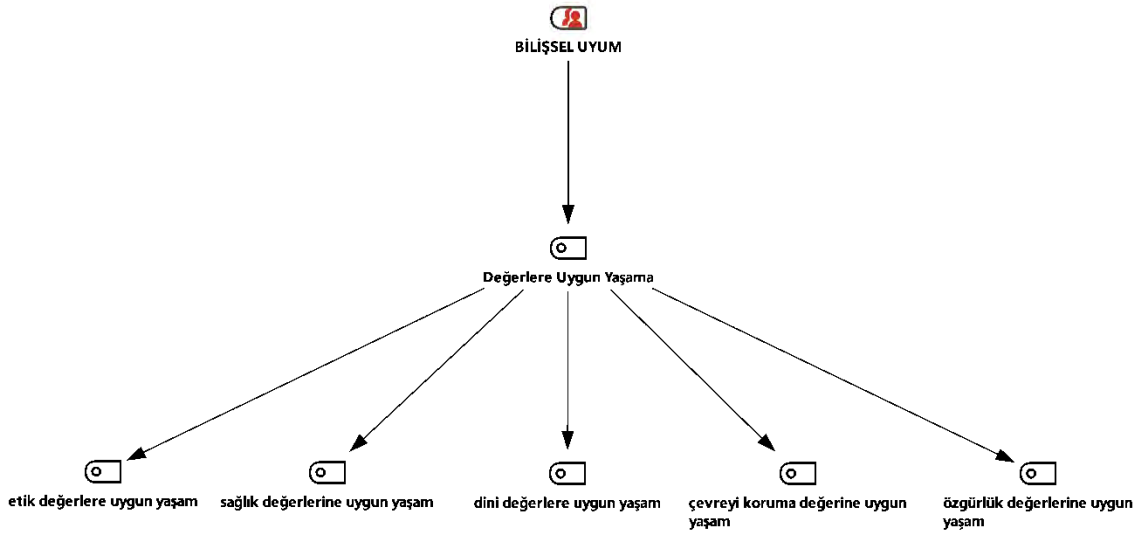
sezgilerim için içine giriyor nasıl hissettiğim de önemli oluyor. Bir yerde hani belki tam tersine de söylense tam tersi fikirler de alsam eğer onu yapmak bana hiç iyi hissettirmeyecekse orada olmak o şey vereceğim karar neyse bana iyi hissettirmeyecekse vazgeçebilirim...psikolojik olarak ona darbe vermeyecek kadar incitmedikleri sürece ne yapmak isterse...

KATILIMCI 11: *Önce okurum araştırdım mantık filtremden geçiyorsa ve içgüdüsel olarak tamam bu iyi diyorsa o şekilde karar alırım...Bu benim açımdan yani yaralamadır çünkü o çocuk kafaya yazıyor ben çok gördüm sadece doktor ya da eczacıyı görünce çırpınmaya başlayan bebekleri. Savunmasız bir şekilde isteği dışında canı acıyor...Ve annelik içgüdüsi her zaman doğru söyler...böyle bir kararsızlık bir mide bulantısı diyeyim sana öyle bir şey olunca bil ki doğrusun yani...hiçbir zaman yanılmaz hiç yanıldığını görmedim. Ve benim de her zaman aşıllara karşı hiç ısınmamıştım nasıl yaptıracağım nasıl ettireceğim yan etkileri ne olacak diye diye diye düşünme düşünme...*

KATILIMCI 5: *...Ama yani hani ya da yumurta işte hani o da bir yumurtaydı ve ben her ay yumurtluyorum aslında bu hayvanlar da yumurtluyorlar ve yumurtlatılıyorlar ya hani o süt her ay yumurtlama dönemimde memelerim acıyor her tarafım böyle şey regli döneminde başım ağrıyor bütün o geçtiğim bir aylık döngü içinde yaşadıklarımızı hormonlarla biz hayvanlara yaşıyoruz bir yandan...Ve bu çok acı verici bir şey bence yani bunu yapmadan eğer ki ben buna katkı sağlıyorum bu marketin içinde bu ekonomiye katkı sağlıyorum bu ürünleri tüketerek...*

4.2.2. Bilişsel uyum

Bilişsel uyum teması, katılımcıların bilişsel süreçte işlediği bilgilerle inançlarının/değerlerinin bilişsel uyumunu ifade etmektedir. Katılımcıların verileri doğrultusunda, etik değerlere uygun yaşama, sağlık değerlerine uygun yaşama, dini değerlere uygun yaşama, çevreyi koruma değerine uygun yaşama ve özgürlük değerlerine uygun yaşama birinci düzey alt kodlarından “değerlere uygun yaşama” ikinci düzey koduna ulaşılmış, bu kodlardan “bilişsel uyum” temasına gidilmiştir (Şekil 4.8.).



Şekil 4.8. *Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Bilişsel Uyum)*

Katılımcılar bilişleri (inanç, değer, bilgi) arasındaki uyumu, çocukları için veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk kararları olarak göstermiştir. Yani inanç, değer ve bilgileri ile eylemleri arasında uyumluluğu sağlamak için çocukları adına veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk kararlarını almıştır.

Bilişsel tutarlığa dair literatürde; denge teorisi (Heider, 1958), kendini doğrulama teorisi (Swann, 1983), öz tutarlılık teorisi (Aranson, 1968) gibi teoriler bulunmaktadır. Bunun yanı sıra literatürde Festinger (1962)'in temelini bilişsel tutarlık teorisinden alan bilişsel uyumsuzluk teorisi de bulunmaktadır.

Denge teorisine göre, insanlar tanıdık ve tutarlı olanı takip etmek için motive olur ve inanç sistemlerinin içsel tutarlılığa sahip olmasını ister. Kendini doğrulama teorisine göre, insanlar benlik kavramlarını doğrulayan bilgileri arar (Leahy, 2003, s. 88). Öz-tutarlılık teorisi; tutarlılığın bilişlerin, duyguların ve davranışların ana motive edicisi olduğunu ve kendi imajlarında tutarsızlıktan kaçınmaya çalıştıklarını varsaymaktadır (Wells ve Sweeney, 1986, s. 1). Bilişsel uyumsuzluk teorisinin ana noktası ise bireylerin görüşleri, tutumları, bilgileri ve değerleri arasında içsel uyum, tutarlılık sağlamaya çalıştığı fikrine dayanmaktadır. Yani bilişler arasında uyumluluğa doğru bir dürtü vardır (Festinger, 1962, s. 260).

Tüm bu teorilere birlikte bakıldığında; katılımcıların kararlarındaki bilişsel uyuma dair verilerinin literatür tarafından desteklendiği görülmüştür. Katılımcılar, karar verme sürecinde edindikleri bilgileri zihinlerinde işlerken ve nihai karara varırken inanç

ve değerleriyle uyumlu davranmayı tercih etmiştir. Yani uyumsuzluktan kaçınarak uyum yönünde güdülenmiş ve nihai kararı almıştır. Aksi halde sahip olunan inanç ve değerlerinin ve edinilen bilgilerin tersi yönde bir karar verilmesi, bilişsel tutarsızlık durumunun doğmasına yol açacaktı.

Katılımcı 4; inançları, değerleri ve bilgilerinin bilişsel uyumunu “kendi doğrularıyla çelişen bir durumu çocuğuma yaşatamam” şeklinde ifade etmekte, kendi etik ve sağlık değerlerine uygun şekilde çocuğunu büyütme kararı aldığını (bilişsel uyumu eylemleriyle göstermek için) belirtmektedir:

KATILIMCI 4: *Bu bildiklerim doğrultusunda ve emin olduğum şeyler doğrultusunda kendi doğrularıyla çelişen bir durumu çocuğuma yaşatamam bunu bu şekilde hani benimle çelişen ya da benim doğrularıyla çelişen bir yaşam tarzı benimsemediğim için onu uygulayamam. O yüzden bu kararı almış olmak bunu bu şekilde uyguluyor olmak benim için önemli. Olabildiğince onun vicdanlı, midesini temiz tutmakla yani bedenini temiz tutmakla yükümlü olduğuma inanıyorum. Benim doğrularım bu şekilde uygulamamı uygun görüyor.*

... Ya benim için aslında benim vegan olmamla birlikte ya da benim vegan olma sürecimle birlikte gelen bir şeydi. Ben hani veganken bir çocuk bir çocuğu vegan olmayan bir şekilde büyütmem diye ortaya çıktı yani bu benimle çeliştiği için benimki tamamen öyle.

Katılımcı 7; bilişsel uyumunu eylemleriyle göstermek için bu kararı aldığını etik değerlerine değinerek belirtmekte ve bunu “doğru bir şey olmadığını düşünürken çocuğuma kalkıp da ... başka birisinin bebeğini yedirmeyi doğru bulmuyorum”, “çocuğumu bunun bir parçası yapmak istemiyorum” sözleriyle de vurgulamaktadır:

KATILIMCI 7: *Bir kere çocuğuma başka bir çocuğu yedirmek istemiyorum. Kendi yemediğim bir şeyi çocuğuma yedirmek istemiyorum. Hayvanları yemenin doğru bir şey olmadığını düşünürken çocuğuma kalkıp da ondan daha ufak bir bebeği başka birisinin bebeğini yedirmeyi doğru bulmuyorum. Ahlaken çok yanlış ve bence çok çarpık bir şey...Dolayısıyla benim için söz konusu bile değil yani çocuğumu bunun bir parçası yapmak istemiyorum.*

Katılımcı 13; inançları, sağlık değerleri, bilgileri arasındaki bilişsel uyumu yaşam tarzıyla gösterebilmek için bu kararı aldığını aktarmaktadır:

KATILIMCI 13: *Bunların olma ihtimali yok neden yaptırayım, yaptırmadım. Bu şekilde ilerledi işte bir ay bir aylıkken yapılan aşular diğerleri tetanos, veremdi bunlar bu şekilde içeriklerini güvenli bulmadım ve gerekli bulmadığım için yaptırmadım. Çünkü bağışıklık sistemine güveniyorum yani bizim biz kendimizi koruyacak şekilde yaratıldık olan tek*

yapmamız gereken olan bağışıklığımızı güçlü tutmak. Az önce de belirtmişim dışarıdan bir müdahaleyle olacak iş değil yani evet ben aşı yaptırdım korunuyorum şeklinde değil...aşı benim için paketli ürün demek yani. Mesela nasıl ben cips yemiyorsam işte o zararlı şeyleri abur cuburları eve sokmuyorsam aşı da böyle onları da vücuduma sokmuyorum.

Katılımcı 17 ve Katılımcı 20; sisteme dair inançlarından bahsederek akabinde özgürlük değerlerine uygun yaşama noktasında çocukları için okulsuzluk kararı aldığını (inanç, değer, bilgi arasındaki uyumu karar vererek eylemlerinde gösterme) ifade etmektedir:

KATILIMCI 17: *Halbuki aslında akademik bilgiye ihtiyaçları olmayan o kesinlikle ihtiyaçları yok ve bunun şeyini araştırmaya başlamışım okulun tarihini, okul sisteminin nereden başladığını ne zaman işte tüm güne dönüşmesi ondan sonra neye hizmet ediyor aslında gerçekten o kadar korkunç şeyler çıkıyor ki insanın karşına okudukça ve biliyorsun ki bu gerçekten emperyalizme hizmet eden bir sisteme dönüşmüş artık... Çocuk hani böyle robot gibi bir "schedule"a tabi tutulmaması lazım...Yani yaradılışı hani fitratı neyse çocuğun o zaten ona saygı duyulması gerektiğine yani. Çocuğun kendi biyolojik saati vardır zaten yani acıktığında yemek yemesi lazım işte mesela hani öyle o tarz disiplin şeyleri var ya yemek saatinde yemek yenecek yoksa aç kalırsın hani ben buna karşıyım mesela yani okul da böyle bir şey sonuçta. O saati şimdi yemek saati diyor orada yemek yiyor hani bilmem ne saati onu yapmak zorunda ama çocuk bu çocuk kalıba uydurulmaya çalışıyor bence yani. Hani tamam büyük yaşlar için çalışır bu sistem belki ama çocuk için kesinlikle ben buna karşıyım...*

KATILIMCI 20: *Şimdi size soracak olsam ya da bana da soracak olsanız ortaokuldan, liseden öğrendiklerimizin tırnak içinde öğrendiklerimizin ne kadarı hala zihnimize dolayısıyla hepimiz ezber yöntemiyle yetiştik geldik. Ben de çocuklarıma bu bir çeşit zorbalık oluyor aslında bu zorbalığı yapmak istemiyorum. Kendileri istediği şekilde öğrensin, kendi hızlarında öğrensin istiyorum.*

4.2.3. Uygulama ve sürdürme

Uygulama ve sürdürme teması, bilgi işleme ve bilişsel uyum süreci doğrultusunda, katılımcıların kararı alarak uygulamaya başladıklarını ve mevcut durumda karara dair eylemlerini sürdürdüklerini ifade etmektedir.

Uygulama aşamasına geçmeden önce bir karar verilir ve kararı uygularken destekleyici eylemler ve seçenekler sürece dahil olur (Power, 2002, s. 43). Kararı uygulama ve sürdürme aşaması aslında literatürde yeniliklerin yayılması aşamaları olarak bilinen modelle de benzerlik göstermektedir. Yeniliklerin yayılması sürecinde alternatifler arasında bir karar verilir (bu aşama karar sürecinin zirve noktasıdır).

Bununla birlikte karar verme süreci uzun/karmaşık ya da hızlı/basit olabilir. Sonuç olarak karar verildiğinde karar uygulanmaya başlanır ve kararı destekleyen davranış sürdürülür (Power, 2002, s. 48). Yine, Oldenburg ve Glanz (2008, 318)'a göre de karar vericiler yeniliği uygulamaya koymak için kaynak ve destek ararlar.

Kararı sürdürme aşaması; karar vericinin kararı uygulama sorumluluğunu üstlendiği, kararın sonuçlarını değerlendirip izlediği aşamadır. Kararı izleme sırasında yeni problemler ortaya çıkabilir ya da tam tersi hiç problem yaşanmayabilir. Problemin ortaya çıktığı durumlarda, küçük düzenlemeler ve düzeltici eylemler gerekebilir. (Power, 2002, s. 48).

Katılımcı anneler vekaleten (ayırt etme gücünden yoksun küçük çocukları adına) karar alarak ve bu kararı uygulamaya koyarak zaten bu kararı uygulama sorumluluğunu üstlenmektedirler. Mevcut süreçte de katılımcı anneler kararı uygulamaya ve sürdürmeye devam etmektedir. Özetle bu tema geçiş noktası olduğundan katılımcıların eylemi izleme ve sürdürme aşamasında yaptıklarıyla bağlantılıdır. Katılımcı annelerin çocukları adına karar alıp, uygulayıp sürdürdüklerine dair ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

Katılımcı 16; çocuğu adına aldığı okulsuzluk kararıyla birlikte eşi ve kendisinin de öğrenme sürecinin başladığını, mevcut durumda kararını nasıl uygulayıp sürdürdüğünü aktarmaktadır:

KATILIMCI 16: *Yani bu kararla beraber biz de bir öğrenme sürecine girdik. Bu karar bizim kendimize yönelik farkındalığımızı çok arttırdı çocuğumuzla ilişkimize. Yani bu kararı almanın bizim için aslında kendi öğrenme yolculuğumuzun da başlangıcı gibi bir şey. Çünkü sisteme sistemin bizi törpülediği ya da kestiği, budadığı bütün dallar yeniden yeşerdi.*

...biz ise bu süreçle beraber yani kızımızı okula göndermeme ve beraber bunu üzerine düşünme süreçleriyle beraber özgürce öğrenmek nedir ve ihtiyaçla. Yani önce bize bir soru aklımızda oluşması içsel motivasyonla bir soru oluşması bir merak oluşması sonra da onun peşinden kendi kendimizi nasıl öğrenebildiğimizi izleme şansına kavuştuk. Dolayısıyla eşim de ben de şu an okulsuz öğrenciler olduğumuzu düşünüyoruz hayatla ilgili...

Katılımcı 13; aşısızlık kararının yaşamının bir parçası olduğunu, mevcut durumda uygulayıp sürdürdüğü bu kararla birlikte yaşamlarının iyi yönde değiştiğini belirtmiştir:

KATILIMCI 13: *Bu aşı süreci de bu resmin küçücük bir parçası. Benim için yani hayatıma kattığım çok iyi anlamda, olumlu yönde bir eylem diyeyim size...Çünkü bu süreç beraberinde birçok şeyi getirdi yani benim bizim yaşam tarzımı da değiştirdi.*

... çocukluk aşuları için dediğim gibi hiçbirine güvenmiyorum...hiçbir şekilde de yaptırmayı düşünmüyorum.

...Yani biz dışarıdan takviye almadığımız zaman herhangi bir şey yapmadığımız zaman mesela atıyorum ateşimiz çıktı ateş düşürücü almadan bizim vücudumuz ne yapabilir biz bunu deneyimledik, biz bağışıklık sisteminin mucizeliğini gördük öyle söyleyeyim... bu anlamda ya hala bunun ekmeğini yiyorum...

Katılımcı 2; verdiği kararı uygulayıp sürdürdüğünü, rutin doktor kontrolünden örnek vererek ve evdeki yaşam biçimlerini betimleyerek aktarmıştır:

KATILIMCI 2: *Ben kan testlerini yaptırıyorum her şeyi normal kilosunu iyi, boyu uzuyor yani hiçbir gerileme bir eksiklik yok dolayısıyla demek ki böylece sağlıklı, daha da iyi sağlıklı yani...*

...eşimin de eski eşinden iki tane oğlu var onlar da vegan değiller vejetaryen de değiller ama bizim evimize mesela onlar gelip kaldığında yine hiçbir zaman et ve süt ürünü girmez onları için de. Yani dolayısıyla evdeki benim büyük kızım da onları yiyip içmiyor evde.

4.2.4. Karar verme ve uygulamaya geçme aşamasındaki temalar arasındaki ilişkiler

4.2.4.1. Bilgiyi işleme-bilişsel uyum-uygulama ve sürdürme

Tablo 4.4. Kod İlişkileri Tarayıcısı (Bilgiyi İşleme-Bilişsel Uyum-Uygulama ve Sürdürme)

Kod Sistemi	Bilişsel uyum	Uygulama ve sürdürme
Bilişsel uyum		48
Bilgiyi işleme	26	12
Σ OPLAM	26	60

Katılımcıların bilgi işleme mekanizmaları ile bilişsel uyumları eş güdümlü olarak çalışmaktadır. Tablo 4.4.'ün ilk kısmında satırda bilgiyi işleme ana teması, sütunda bilişsel uyum temasının altında yer alan kodların kesişimi sayısal olarak gösterilmiştir. Bu tablonun ilk kısmı, bilgiyi işleme ana temasıyla bilişsel uyum ana temasının kaç defa ilişkili kodlandığını anlatmaktadır.

Bu araştırmada bilgiyi rasyonel/duygusal işleme ile bilişsel uyum arasındaki ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu nedenle ilgili literatüre kısaca değinilerek bu ilişkiye dair görüşmelerden alıntılar yapılacaktır.

Karar verme süreci; seçimleri, müzakere etmeyi, alternatifleri tartmayı ve değerlendirmeyi içeren karmaşık bir süreçtir ve bu süreçte rasyonelliğin amaca ulaşmada en uygun yol olduğu belirtilmektedir (Lacatus, 2018, s. 2; Simon, 1993, s. 393). Her ne kadar rasyonelliğin en uygun yol olduğu söylene de karar verme sürecinde deneyim, sezgi gibi rasyonel olmayan unsurlardan da yararlanılır. Bu tür kararlar duygusal kararlar olarak ifade edilir. Duygusal kararlar sezgiseldir ve ani ya da hızlı bir şekilde alınır (Solomon, 2018, s. 336; Lacatus, 2018, s. 2).

İnsanların genellikle bilişleri (inanç, değer, bilgi) ile eylemleri arasında uyuma doğru bir dürtü vardır. Bilişler arasındaki uyum dengesini bunlara uygun davranışlarla ortaya koyarlar (Leahy, 2003, s. 87; Festinger, 1962). Başka bir anlatımla karar verme açısından da bu bilişler arasındaki (inanç, değer, bilgi) ilişkiler süreç içinde oluşur ve böylelikle davranış ortaya çıkar (Oliveira, 2007, s. 16; Rizzo ve Whitman, 2018, s. 217). Bilişler aynı zamanda bilginin nasıl işleneceğini etkiler (Oliveira, 2007, s. 16) ve bilişler arasında uyum, bilgi işlemeyi daha hızlı ve daha verimli hale getirir (Leahy, 2003, s. 89).

Bu araştırmada katılımcıların bilgi işleme sürecinde hem rasyonel hem de duygusal güdülerini bir arada kullandığı (salt rasyonellikten ziyade) görülmüştür. Bu nedenle ancak katılımcıya göre rasyonelliğin/duygusallığın boyutunun/yoğunluğunun değiştiği iddia edilebilir. Bilgi işlemede duygusallığı ağır basan katılımcıların kararı daha hızlı, rasyonelliği ağır basan katılımcıların ise kararı uzun süreli gözlem, araştırma ve değerlendirmelerle aldığı söylenebilir. Bilişsel uyum durumu rasyonellikte daha aşıkardır. Bununla birlikte yoğun duygusal işleme olduğunda, uyum durumu için (kararı rasyonelleştirme için) daha fazla çaba gerekmiştir.

***ARAşTIRMACI:** Rasyonel karar verme durumunda mümkün olduğunca fazla bilgi toplanarak ve değerlendirilerek karar verilmeye çalışılmıştı. Görüştüğüm bazı annelerin (hepsinde değil) çocuk için bu kararı verirken birçok farklı kaynaktan bilgi toplamaya çalıştıklarını anımsadım. Bu kararın önemi, algılanan riski bazı anneleri yoğun bir araştırma ile karar verme durumuna da yöneltmiş olabilir...Görüştüğüm annelerin derinlemesine düşünme ve bilgi işleme süreçleri yani rasyonel işleme durumunda kararı almaları daha uzun sürmüştü... Duygusal işlemenin yoğun olması*

neticesinde bazı anneler kararı daha çabuk almıştı (Araştırmacı Günlüğü, Tarih: 03.05.2020, s. 171).

Katılımcı 3'ün veganlık kararına dair bilgi edinme sürecinde karşılaştığı kaynakları çoğunlukla rasyonel işlediği, 2 yıl süren araştırma süreci (Temas Özet Kağıdı, 21.02.2020) ve bu sürece eşlik eden sağlık inanç ve değerlerinin (“hayvansal içeriğin çocuğa verilmemesinin”) de uyumuyla karar aldığı görülmüştür:

KATILIMCI 3: Şimdi ben çocuğun beslenmesiyle ilgili okuduğumda, araştırdığımda zaten kaynakların birçoğunda hepsinde değil ama birçoğunda bu vegan olmayan doktorların bile önerisi... Çocukla ilgili yani nasıl bir yetişkin için bitkisel bütünsel beslenme en sağlıklıysa, bir çocuğun gelişimini de destekleyecek olan şey işte organik meyveler, sebzeler, tahıllar. Sırası geldikçe, zamanı geldikçe gelişimine uygun şekilde bunların verilmesi ve içinde bir sürü yabancı hormonun, bir sürü yabancı takviyenin olduğu bir hayvansal içeriğin çocuğa verilmemesinin doğru olduğunun kesin doğru karar olduğunu anlayarak bundan emin oldum diyeyim (Görüşmeden Alıntı).

Katılımcı 8; çevresinden ve internetten (Temas Özet Kağıdı, 07.07.2020) aşısızlık kararına dair bilgi edinmiş ve bu bilgi edinme sürecinde karşılaştığı verileri rasyonel ve duygusal olarak işlemiştir. Araştırma süreci ise yaklaşık 6-7 ay sürmüştür (Temas Özet Kağıdı, 07.07.2020). Görüşmede bağışıklık konusuna değinerek çocuğun hassasiyetine (“mikroplara karşı savunmasız olduğuna”) vurgu yapmıştır. Edindiği bilgileri işleme sürecine eşlik eden sağlık inanç (aşının olumsuz sonuçlar doğurması) ve değerlerinin (çocuk savunmasız olduğu için aşı yaptırmama) de uyumuyla aşı yaptırmama yönünde karar almıştır:

KATILIMCI 8: ...ben kendim de kendi ailemden çevremden baktım bir değerlendirme yaptım...aşılama olduğu için veya birçok ilaç takviyesi yapıldığı için çocukların bağışıklıkları yok denecek kadar az ve en küçük bir şeyde hasta oluyor benim yeğenlerim dahil buna. O yüzden ben de daha sonra araştırmaya koyuldum...çok olumsuz sonuçlar olduğunu gördük...Biz kendi çocuklarımızın e bütün kıyafetlerini, çorabına kadar zıbımına kadar bütün kıyafetlerini bile mite mikroplara karşı mite mikroplara karşı savunmasız oldukları için ütülüyoruz tamamen dezenfekte etmiş bir şekilde giydiriyoruz...onun hayatı, gelişimi, sağlığı, geleceği her şeyden öncelikli...izledik, araştırdık ve sonucunda karar verdik (Görüşmeden Alıntı).

Katılımcı 19; okulsuzluk kararına ilişkin olarak kendi öğretmenlik deneyimlerinden, kitaplardan, sosyal medyadan ve deneyim sahiplerinden (Temas Özet Kağıdı, 12.12.2020) bilgi edinmiş, araştırma süreci hamilelikten 1 yaşa kadar olan

süreçte yaklaşık 2 yıl sürmüştür (*Temas Özet Kağıdı, 12.12.2020*). Araştırma sürecinde edindiği bilgileri işlemeyle inanç ve değerlerinin (standartı kırmalıyız) de uyumuyla çocuğu adına okulsuzluk karar almıştır:

KATILIMCI 19: *Yani karar verme anım işte hani okumalarımınla beraber hani okumalarım sonucunda. Şey ve yaşadıklarım, tecrübelerim doğrultusunda farklı bir deneyim yaşamasına...ben gezmeyi çok seviyorum ama okul ve bir yere bağlı olmak bu yapacaklarımızı hep ertelememize de neden oluyor açıkçası. Bir an nasıl geldi bilmiyorum ama dediğim gibi araştırmalar sonucunda yani biz birçok şeyi erteledik hani ailelerimiz de hep buna yıllarca standart bu şekilde baktı biz artık ona bir orada şeyi kırmalıyız o karan biz olmalıyız deyip bu şekilde karar verdik.*

Özetle katılımcılar sahip oldukları mevcut inanç ve değerleriyle uyumlu bilgiler aramış, bu doğrultuda bilgileri işlemiş ve verecekleri kararın zeminini güçlendirmişlerdir. Bilişler arasındaki bu uyum durumunu davranışlarıyla da sürdürebilmek için çocukları adına veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk kararlarını almışlardır. Bunun aksi yönde seçim yapmış olsalardı karar sonrası çelişki yaşama durumu ortaya çıkacaktı (oysaki katılımcılar karar sonrası tatmin yaşamışlardır. Ayrıntılı bilgi için bkz. 4.3.2. *Karardan tatmin olma*). Çünkü ancak kişinin inançları, değerleri, bilgileri ile eylemleri uyumluysa tutarlılıktan söz edilebilir. Bu durum vekaleten karar verme sürecinde, uyum motivasyonunun güçlü etkisini ortaya koymaktadır. Bu uyum durumunu karar sonrası eylemleriyle sürdürmektedir. Bu nedenle aşağıda kısaca Tablo 4.4.'ün ikinci kısmından bahsedilecektir.

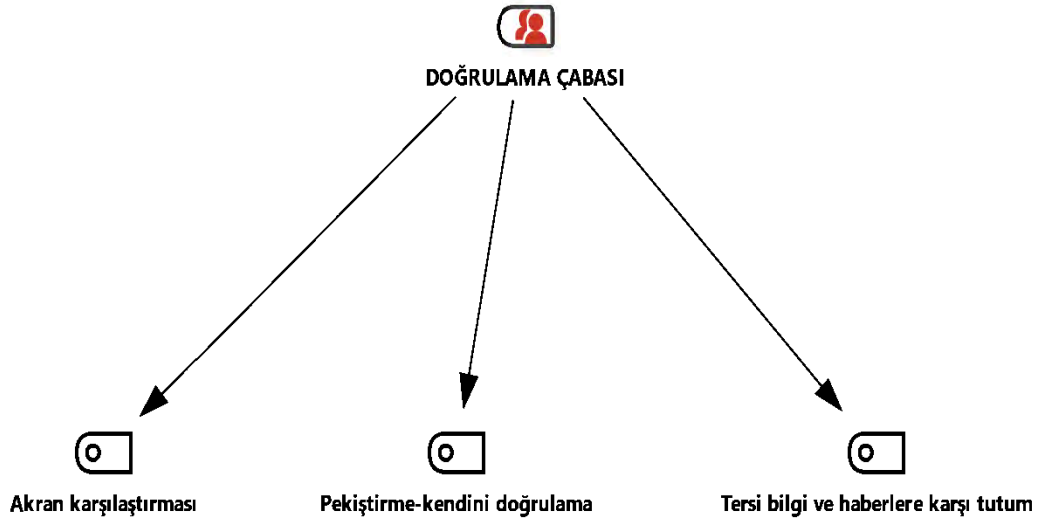
Tablo 4.4.'ün ikinci kısmında görüldüğü üzere, satırda bilişsel uyum ve bilgiyi işleme ana teması, sütunda uygulama ve sürdürme temasının altında yer alan kodların kesişimi sayısal olarak yer almaktadır. Bu tablo bilişsel uyum ve bilgiyi işleme ana temalarıyla, uygulama ve sürdürme ana temasının kaç defa ilişkili kodlandığını anlatmaktadır. Bu ilişki; “kararı verme ve uygulamaya geçme” aşamasından “eylemi izleme ve sürdürme” aşamasına geçiş noktasının “uygulama ve sürdürme teması (→)” olduğunu göstermektedir. Uygulama ve sürdürme temasında da değinildiği üzere (bakınız; uygulama ve sürdürme); uygulama aşamasına geçildiğinde destekleyici eylemler devreye girer ve uygulanan kararın sonuçları ölçülür ve değerlendirilir (ayrıntılı bilgi için bakınız; 4.3. Eylemi Sürdürme ve İzleme Aşamasına Dair Bulgular).

4.3. Eylemi Sürdürme ve İzleme Aşamasına Dair Bulgular

Analiz sürecindeki ikincil kodlama doğrultusunda, eylemi sürdürme ve izleme aşamasındaki ana temalara ulaşılmıştır. Bu temalar; “doğrulama çabası”, “karardan tatmin olma” ve “sosyal kimlik oluşturma”dır. Bu temalara dair verilere ve bu temalar arasındaki ilişkilere aşağıda yer verilmiştir.

4.3.1. Doğrulama çabası

Doğrulama çabası temasında, katılımcıların karar sonrasında kararlarını desteklemeye yönelik çabaları ve kararlarla çelişen görüşlere dair tutumları açıklanmaktadır. Literatür ve katılımcıların verileri doğrultusunda, “akran karşılaştırması”, “pekiştirme-kendini doğrulama” ve “tersi bilgi ve haberlere karşı tutum” olmak üzere üç alt koddan doğrulama çabası ana temasına ulaşılmıştır (Şekil 4.9.).



Şekil 4.9. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Doğrulama Çabası)

İnsanların eylemleri ve davranışları çeşitli yorumlara açıktır. İnsanlarda veya olaylarda en iyiyi görmeye motive olduysak, bunları olumlu bir şekilde yorumlama eğiliminde oluruz. Bireyler bir şeyi elde etmek için çok çabaladıysa buna yönelik beğenilerini de artırma eğiliminde olur. Bu durum çabanın gerekçesi (*justification of effort*) olarak ifade edilebilir (Aronson, Wilson ve Akert, 2013 s. 146). Bir başka kuram olan kendini doğrulama (*self verification*) teorisine göre insanlar kendilerini nasıl görüyorsa diğerlerinin de kendisi o şekilde görmesini ve algılamasını ister. Kişi, kendi benliğinin diğerleri tarafından doğrulanmasını istemektedir. Bu doğrultuda, kişi benlik

uyumunu sürdürebilmek için eyleme geçecektir. Yine bu teori, insanların kendi görüşlerini doğrulamak, sürdürmek, pekiştirmek ve korumak için güçlü bir motivasyona sahip olduklarını belirtir (Talaifar ve Swann, 2017, s. 1). Yukarıda verilen teorilerin yanı sıra doğrulama yanlılığı (*confirmation bias*) teorisi ise psikoloji literatüründe kullanıldığı şekliyle mevcut inançlara, beklentilere veya eldeki bir hipoteze kısmi yollarla kanıt aramayı veya yorumlamayı ifade eder (Nickerson, 1998, s. 175).

Nickerson (1998, s. 175), doğrulama yanlılığına farklı bir bakış getirmiştir. Ona göre, tarafsız bir sonuca varmak için kanıtları tarafsız bir şekilde değerlendirme ilk durumdur. İkinci durum ise önceden varılan bir sonucu haklı çıkarmak için bir sav oluşturmaktır. Her iki durum arasında farklılık olduğunu ifade etmektedir. İlk durumda, kişi sorunun tüm yönleriyle ilgili kanıt arar, onu olabildiğince nesnel olarak değerlendirir ve sonunda kanıtın götürdüğü sonuca varır. İkincisinde, kişi kendi konumunu destekleyen kanıtları seçerek toplar veya bunlara daha fazla önem verir ve buna karşı çıkacak kanıtları toplamayı ihmal eder veya dikkate almaz (Nickerson, 1998, s. 175).

Doğrulama yanlılığının, uzun süredir düşünce ve davranışın önemli bir belirleyicisi olduğuna inanılmaktadır (Nickerson, 1998, s. 176). Kararın önemiyle uyumsuzluk arasında doğrudan bir bağlantı vardır. Karar ne kadar önemliyse uyumsuzluk da o kadar büyük olmaktadır. Bunun yanı sıra bu durum, kararın ne kadar sürdürüleceğine yani bir karardan geriye dönmenin ne kadar zor olduğuna göre de değişir. Bu doğrultuda bir karar diğerlerine nazaran daha uzun süre sürdürülecekse ve bu karardan geri dönmek ne kadar zorsa, uyumsuzluğu azaltma ihtiyacı o kadar güçlü olacaktır (Aronson, Wilson ve Akert, 2013, s. 142). İnsanlar, kendilerini destekleyecek daha fazla kanıt elde ettikçe, görüşlerinden giderek daha fazla emin olmaktadır. Bu durum aynı zamanda kişinin davranışlarına rehberlik eder. Bunun yanı sıra insanlar kendini doğrulamaya çalıştığında bilgi işleme süreçleri de bundan etkilenir. Bundan dolayı bilgi sistemin ana noktasında insanların kendi görüşleri yer alır (Talaifar ve Swann, 2017, s. 2).

Bu araştırmada katılımcılar karar öncesinde daha objektif biçimde bilgi arama ve işleme süreçleri yürütmüş olsalar da karar sonrası süreçte kararlarını doğrulamak için çaba göstermiştir. Yukarıda verilen tüm bu teoriler, katılımcıların karar sonrası süreçte kararlarını doğrulamak ve desteklemek için çeşitli eylemlerde buldukları (davranışı

pekiştirmek, taraflı/tarafsız kanıt aramak, olumlu benlik imajını sürdürmek) bulgusunu desteklemektedir. Yine literatürdeki veriler, katılımcıların karar sonrası süreçte karşılaştıkları verileri algılama ve yorumlama süreçlerine (kararı doğrulayacak şekilde bilgiyi algılama ve yorumlama) dair kanıtlar da sunmaktadır. Katılımcılar karar sonrası süreçte kararlarla ilgili değerlendirmeler yapmakta, etraflarındaki kişilerin söylemleriyle, çevredeki örneklerle, buldukları kanıtlarla kendi kararlarını tekrar tekrar doğrulamakta ve desteklemektedirler. Bu doğrultuda, pekiştirme-doğrulama alt koduna dair katılımcılardan örnekler aşağıda sunulmuştur:

KATILIMCI 8: *Hatta biri şu anda e arkadaş olduk yani görüşme sağlıyoruz e o ama aşı yaptırmış ve çok pişman olmuş. Benim kuzenlerim de çok pişman bu arada keşke biz de başından beri aşı yaptırmıyaydık e sen çok doğru bir şey yapmışsın diyerekten beni destekleyen insanlar da oldu...*

KATILIMCI 11: *Hayatımın en önemli ve en doğru kararı diyebilirim. Çocuklarımların gelişimi birincisi, çocuklarımların daha sağlıklı oluşu, gün geçtikçe insan hiç doymuyor biliyorsunuz araştırıyor sürekli okuyor kitap olsun dokümanları olsun sürekli okuyup öğrendiği için bu kararımın ne kadar doğru ve düzgün bir karar olduğunu anlıyorum. Bu dayımın hanımı dediğim bu çok pımpirikli olan da benim yüzüme karşı demiyor da hani bir arkadaşımız birlikte olan bir arkadaşımız var ona diyormuş evet yani şey yaptırmıyor Barış da baya farklı zaten hani çok sakın çok hassas bir çocuk hassas yani çok sağlıklı bir çocuk diye söylemiş.*

KATILIMCI 3: *...Bu doktorda aslında böyle etik meseleleri olan bir doktor değil ama bütün böyle ömrünü beslenme üzerine araştırmaya adanmış Michael e soyadı neydi Greger herhalde onun kitabını okudum en son mesela o da çok tatmin ediciydi. Yani kesinlikle doğru bir şey yapıyorum...*

KATILIMCI 4: *Ya verdiğim kararlarla ilgili hiç şeye düşmedim hani acaba yapmasa mıydık ya da işte iyi mi yaptık kötü mü yaptık diye hiç düşünmedim hiç öyle bir düşünceye girmedim hep her seferinde karşıma çıkan örneklerle iyi ki yapmışsınız iyi ki böyle bir karar almışsınız diye düşündüm ve hala o noktadayım.*

KATILIMCI 17: *Hani burada okul kültürü var sonuçta hani her yerde tabi de mesela şey diyor locker “locker”ların nasıl yani “locker”ın ne olduğunu bilmeden mi büyüyecek bu çocuk “locker”ı bilmese ne olur yani şimdi komik geliyor bence. Ama bence o arkadaş sonra düşününce yani şimdi biraz bana hak vermeye başladı hatta fark ediyorum yani. Hani şey diyorlar mesela şimdi sen bir tecrübe et de bizde görelim. Şimdi insanlar beni izleyip başaracak mı başaramayacak mı? Büyük ihtimalle hani bunun şeyinde birçok arkadaş yani şimdi.*

İnsanlar bazen kendilerini başkalarıyla karşılaştırmakta ve diğerlerini bilinçli/bilinçsiz olarak bir karşılaştırma standardı olarak kullanabilmektedir. Yani

insanlar bazen başkalarını yargılarına dahil eder, bazen de dışlar. Dahil etme-dışlama modeline göre; insanlar yalnızca diğer kişileri kendilerine yakın hissediyorlarsa öz değerlendirmelerine dahil eder. Bir kişinin bağlamsal bilgiyi kendini değerlendirmek için bir standart olarak kullanıp kullanmadığı/özümseyip özümsemediği, bilgiyi o anda nasıl yorumladığının bir sonucudur (Oyserman, Elmore ve Smith, 2012, s. 85).

Katılımcılar karar sonrası süreçte çocuklarıyla akran diğer çocukları karşılaştırma eğilimindedir. Bu karşılaştırmalar aynı kararlarla büyütülmeyen diğer çocuklarla (vegan/aşısız/okulsuz olmayan diğer çocuklarla) yapılmaktadır. Katılımcılar, bu karşılaştırmalar sonrası değerlendirmelerde bulunmuş ve bu değerlendirmeler kararlarını pekiştirmeye/desteklemeye/güçlendirmeye yardımcı olmuştur:

KATILIMCI 17: *Evet yani evet ilginç bir tecrübe sonuçta ben de ilk defa tecrübe ediyoruz ve gözlemliyorum yani ben de şimdi dikkat ediyorum mesela okul mesela okula giden bir arkadaşın çocuğu bir lafı açıldı bu konu okula gitmiyor öyküsü falan mesela diyor ki annesine anne benim de homeschool yapmam lazım aslında falan. Çocuk çünkü okul ödev yapmak isteğinden sıkılmış. Mesela soruyorum arkadaşlara ödevle alakalı sorun yaşıyoruz diyor ödev yapmak istemiyor diyor çünkü ne oluyor akşam büyük ihtimalle annesi zorla yaptırmaya çalışıyor ödevini ve böyle ola ola çocuk soğuyor yani yapmak zorunda olduğu bir şey oluyor onun için. Ama belki bir sene geçse atıyorum ben şimdi kendi oğlum için düşünüyorum şimdi başlamasam 8 yaşında okumaya başlasa ya ne kaybedecek bu çocuk yani akademik anlamda hiçbir şey kaybetmeyecek biliyorum...*

KATILIMCI 9: *Yani şu anda örnek veriyorum aşı olan çocuklar aşı oldukları gün ateşleniyorlar halsiz oluyorlar, yorgun oluyorlar belki nöbet geçiriyorlar. Bu durumların hiç birisini benim bebeğim yaşamadı...yani bunların aşısızlıkla yaşanmadığını düşünüyorum...*

...hani benim akrabalarımın çok fazla kuzenlerim vesaire hepsi hepsinin çocukları mesela yaşlılar yani görüyorum onları da görüyorum kendi bebeğimi de görüyorum yani sağlık açısından bile çok çok farkları var yani hani onlar da farkındalar aslında. İnanın onlar da ya hani kızımın kendi çocuklarından farklı olduğunu hem zeka gelişimi olarak hem fiziksel gelişim olarak hem sağlık olarak gerçekten farklı olduğunun farkındalar ama cesaret edemiyorlar...

KATILIMCI 10: *Şu an şöyle söyleyeyim benim büyük kızım en ufak bir şeyde hastalanırken küçük kızıma hiçbir şey olmuyor çok şükür.*

Çok rahatım kafam çok rahat. Çünkü bir şey olduğu zaman mesela dışarıya çıkıyoruz yaşıt çocuklar salya sümük ortada gezerken benim çocuğum çok iyi durumda oluyor ve bu konuda verdiğim kararın ne kadar doğru olduğunu aslında bir kere daha anlıyorum.

Küçük kızım yani bilmiyorum çok farklı ikisi sağlık açısından vücut direnci açısından çok farklı. Hani dersiniz ki biri evlatlık biri üvey. İkisi de aynı anne babadan ama Merve'nin hastalanmadığı ortamda Aslı büyük kızım Aslı yatak döşek yatıyor.

KATILIMCI 5: *...Ali çok güzel büyüdü, değerleri anında değişti ve yaşutlarını çok hızlı geçti ve Ali neredeyse hiç nezle olmaz mesela grip olmaz. Çok büyük hastalık hiç bu otik dedikleri kulak şeyi hiç olmadı...*

KATILIMCI 6: *...tanıştığım vegan insanlar işte anne babalar ya da vegan hamilelik geçirmiş olanlarla tanıştığım zaman gördüğüm zaman onların çok daha sağlıklı yaşadığını, daha güzel sorunsuz hamilelik geçirdiklerini işte daha sorunsuz, sağlıklı çocukların daha iyi, daha sağlıklı olduğunu gördükçe bu kararımı zaten daha doğru olduğunu düşündüm. Kendi diğer taraftan vegan olmayanlara da bakıyorsun tabi ki hayatlarını işte izliyorsun ya da neler yiyip içtiğine bakıyorsun, çocukları ne kadar hastalanıyor ya da ne yiyip ne içiyorlar a bakıyorsun veganlık vegan olanların kesinlikle daha dikkatli olduklarını gördüm...*

...ben mesela şeyi fark ettim vegan beslenen çocuklar daha iştahları daha iyi beslenme şekli...Mesela benim çok arkadaşım var burada ya hiç sebze dokunmuyor diyor mesela ablamın çocukları kendi yeğenlerim sebze dokunmuyorlar...

KATILIMCI 11: *...etraftaki çocukları görüyorsun kreş de olsun dışarıda olsun e yakınındakileri görüyorsun bu etrafımızdaki çocuklar mesela aylık iki kere burun akması çok ağır bir akut türü derler ya öksürük ya da çok hassaslar hemen kusma oluyorlar...Maşallah Allah nazarlardan saklasın benim kızım en son soğuk algınlığını hatırlamıyorum ne zaman oldu.*

Aşılı bir çocuk görürsün sürekli öksürür yani burada da bir arkadaşı var oğlumun ayda iki kere ateşlenir okula gidemez. Ateş yani bildiğin 39 derece ayda iki kez olur mu ya sürekli öksürür ya bildiğin yetişkin gibi öksürür ...

...aşısız çocuklar... daha sağlıklılar, daha cıvıl cıvıllar böyle öğrenmeye, görmeye istekliler...

KATILIMCI 12: *Diğerlerinin bebeklik dönemine göre daha hastaliksız, daha güçlü, daha dinamik. Hastalansa bile değil ki hani hiç hastalanmıyor ama çabuk atlatır. Diğer çocuklarım bir on güne bunu yayarken bu bebeğim iki üç günde hemen kendi kendisine toparlayıveriyor. Bu benim için mesela açık ara bir fark diğerleriyle arasında.*

KATILIMCI 1: *Yani bağışıklıkların güçlü olduğuna inanıyorum. Yani aşılı çocuklara bakıyorum ve kendi çocuklarıma bakıyorum gerçekten en büyük rahatsızlıkları burun akıntısı yani çocuklarımin bugüne kadarki. Aşılı çocuklar ise çevremde bakıyorum hep acillerden çıkmıyorlar. Antibiyotikle büyüyorlar, bu da benim hani gerçekten doğru bir karar verdiğimi...*

KATILIMCI 20: *...hım mesela oğlum bana hiçbir zaman canım sıkıldı e ne yapsam şimdi, anne canım sıkılıyor ne yapayım şimdi dediğini hiç duymadım kendi kendini meşgul edebilir. E ya da gelip benim yaptığım bir*

şeye dahil olabilir e ama çocukların geneline bakacak olursanız uf sıkıldım uf canım sıkıldı işte hiç oyuncağım yok hiçbir şeyim yok bilmem neyim yok falan diye çünkü çocuklara işte şimdi gel şunu yapacağız şimdi gel bunu yapacağız diye e öğretiliyor. Dolayısıyla kendi kendilerine yetemiyorlar sonra...

KATILIMCI 8: *Çok doğru bir karar verdiğimi düşünüyorum... akrabalarımda, kuzenlerimin çocukları en küçük bir şeyden hasta oluyor şu anda. Ama hamdolsun 14 aydır e biz evladımızın e evladım sadece bir kez rahatsızlandı onda da normal seyrinde...*

Kişilerin karşısına çıkan bilgilere dair yaptığı değerlendirme olumluysa özümseme gerçekleşir. Aksi durumda yani kişinin karşısına çıkan bilgilere dair yaptığı değerlendirme olumsuzsa karşıtlık ortaya çıkar (Oyserman, Elmore ve Smith, 2012, s. 85). Bu doğrultuda insanların savunduklarını destekleyen argümanlara öncelikle dikkat etmesi beklenecektir. Bunun yanı sıra karşıt argümanlar da öne sürebilirler ancak bunu yalnızca karşıt durumun zayıflığına işaret etmek amacıyla yaparlar (Nickerson, 1998, s. 175).

Katılımcılar mevcut durumda kararı uygulamakta ve sürdürmektedir. Bu süreçte katılımcıların kararla zıt söylemler karşısında çeşitli tutumlar ve davranışlar sergilediği görülmüştür. Bunlar öfke, üzüntü, anlaşılmadığını hissetme gibi duyguların yanı sıra görmezden gelme, dikkate almama gibi davranışları da içermektedir. Bununla birlikte bazı katılımcılar tersi bilgi ve haberlerin reklam güdüsüyle yapıldığına dair söylemlerde de bulunmuştur:

KATILIMCI 17: *Olumsuz yorum gördüm birkaç tane bu okulsuzlukla ilgili yazı yazanlara yorum yapanları gördüm. Çok da üzülüm evet gördüm...O an anlaşılmadığımız için üzüliyorum aslında kızmıyorum bile. Anlaşılmamak sadece üzüyor. Niyetimizin anlaşılmadığını düşünüyorum...bu şekilde genellemelerine çok çok üzüliyorum ve bizimki çok büyük bir çaba ben öyle düşünüyorum. Bunun bu şekilde küçümsenmesi ya da anlaşılmaması beni çok üzüyor...onu hiç anlamadan yani araştırmadan hiç bu konuda bilgi sahibi olmadan bu şekilde rahatça ve kırıcı ve çok kırıcı konuşmalarına çok üzüliyorum.*

KATILIMCI 19: *...Ama zaten bunu karalamak ya da bunu hiç yaşamadan yorum yapanları zaten hiç dikkate almıyorum. Ama yapıp da hayatında olumsuz şeyleri de paylaşıyorlar zaten hepimiz kabul ediyoruz ki ne yaşarsak yaşayalım hangi hayatı tercih edersek edelim olumlu olumsuz olacaktır. Beni hiç bu anlamda hani geri çekmem anlamında etkilemiyor.*

KATILIMCI 10: *Etmiyorum kimin ne söylediği açıkçası kulağım tıkalı çünkü kendileri bile dedim ya az önce zaten bilgisi yetersiz bana elle tutulur gözle görülür bir şey söyle dediğimde karşımda susan bir ebenin benim*

çocuğumun aşısızlığının yan etkisini konuşabilecek bir kapasite demeyeyim de yetkide olduğunu düşünmüyorum...Gerçekten bir şey bilmeyen bir insanla diyaloga asla girmiyorum...Çıkıyor canım çıkıyor çıkmıyor değil çıkıyor ama geçiyorum direk bakmıyorum...Çünkü sinirlerim bozuluyor.

KATILIMCI 11: ...doktorlar hiçbir şey anlatmadan hiçbir şey göstermeden söylemeden direk vuruyor. Ve çok reklam yapılması çok fazla reklam yapılıyor ve çok böyle pohpohlandırıyor böyle güzel şirin göstermeye çalışıyorlar günümüzde şirin göstermeye çalışılan her şeyin arkasında maalesef kötü bir şey yatıyor...kızdırıyor ben biliyorum doktor ne kadar çok aşı yaparsa o kadar çok pramie (prim) alıyor. Atıyorum muayenesinden ne kadar çocuk varsa mesela bütün aşıları olmuş çocuklar kategorisi var ya da sadece şunu şunu olmuş yarım yamalak aşılarını olmuş çocuklarla ayırıyorlar ve bu muayene bu doktorun muayenesinde bütün aşılarını hiçbir eksiksiz olan çocuk varsa o adam daha fazla pramie alıyor. Pramie den kastım araba olsun tatil olsun farklı farklı şeyler. Zaten bu doktorlar aşılar sayesinde ayakta durabiliyor maddi yönden. Türkiye’de de şeymiş herhalde ebeler. Ebeler üstüne fazla alıyormuş...Propaganda olduğunu düşünüyorum reklam. Birilerinin bir yerden para aldığını düşünüyorum. Çünkü silah endüstrisinden sonra en güçlü endüstri ilaç endüstrisi ve ne öldür ne iyileştir arasında bırak ki her zaman.

KATILIMCI 5: Tabi ki de maruz kalıyorum. Hayır özellikle de girip araştırmıyorum. Bana geldiğinde de çok sinirleniyorum açıkçası...Sinirleniyorum yani çünkü bu şey indirgemeci bir yaklaşım aslında hani ama hani vegan beslenmek sizin gibi bakmak lazım biraz araştırmak lazım yani sadece e patates makarna değil çünkü yani hani vegan her şeyi bütün besinleri besin değerlerini tutturan, yeteri kadar kaloriyi, proteini işte yağı karbonhidratı, minerali, vitamini alabileceği bir dengeyi sağlamak lazım yani hani bunu hiç bakmadan yapmak mümkün değil ve yani böyle olduğu zaman da e kızmamak mümkün değil çünkü ama bu bir yandan sadece vegan aileler de olmuyor.

KATILIMCI 6: Olumsuz anlamda olaylar da hani siz de duymuşsunuzdur haberlerde işte çıkıyor vegan ailenin çocuğu işte öldü ya da işte vegan malnutrition oldu falan bu haberler e kararımı sorgulatmadı ama daha şey hani çileden çıkarttı diyebilirim çünkü tek taraflı bakılan haberler...ve seni hiçbir araştırma yapmadan şey yapıyor yargılıyor işte...Ve bu genelde süt endüstrisinin sponsor olduğu şeylerden çıkıyor mesela dediğim gibi o Death belgeseli mesela çok önemli bu konuda işte yoğurt, et kanser Cancer bakıyordum sayfasına kanser ne denir ona organizasyonlarının işte sponsorlarına bakıyorsun altında Danone, Nestle hani bu insanlar sponsor oluyorsa bunlardan ben ne kadar peer review gerçek inform bilgi alıyorum diye sorgulamaya başlıyordum yani o zamanlar. Şu an yani artık onu şey yapmıyorum bile ama araştırdığım zaman o çalışmalar nereden geliyor duyuordum o haberleri ama arkasının çok kuvvetli olduğunu görmüyordum...İşte o haberleri de izlediğim zaman işte...çok çarpıtıldığına inandığım için ve kesinlikle aynı fikirde olmadığım için okumuyorum bile yani okumuyorum.

KATILIMCI 13: Önceden takip ediyordum e ama böyle benim modumu düşüren, enerjimi düşüren e insanları...E aşuları savunan e doktorlar...E o doktorları takip ettiğim doktorlar vardı artık yok takip etmiyorum. E çünkü modum düşüyor.

...E hatta bununla ilgili e böyle bazı dedikodular dönüyor diyeyim e benim mesela duyduğuma göre e okuduğum bilgilere göre işte bazı e böyle influencer mı diyelim e yüksek takipçili, etkileşimi yüksek e sayfa sahiplerine belirli bir e ödenek veriliyor. E diyorlar ki işte aşığı öner, aşığı öv aşığı şöyle aşığı böyle. Tabi bu tamamen benim e duyduğum e yani kesin emin olduğumu söyleyemem tamamen benim duyduğum e bir şey. E mümkün müdür mümkün olabilir neden olmasın...

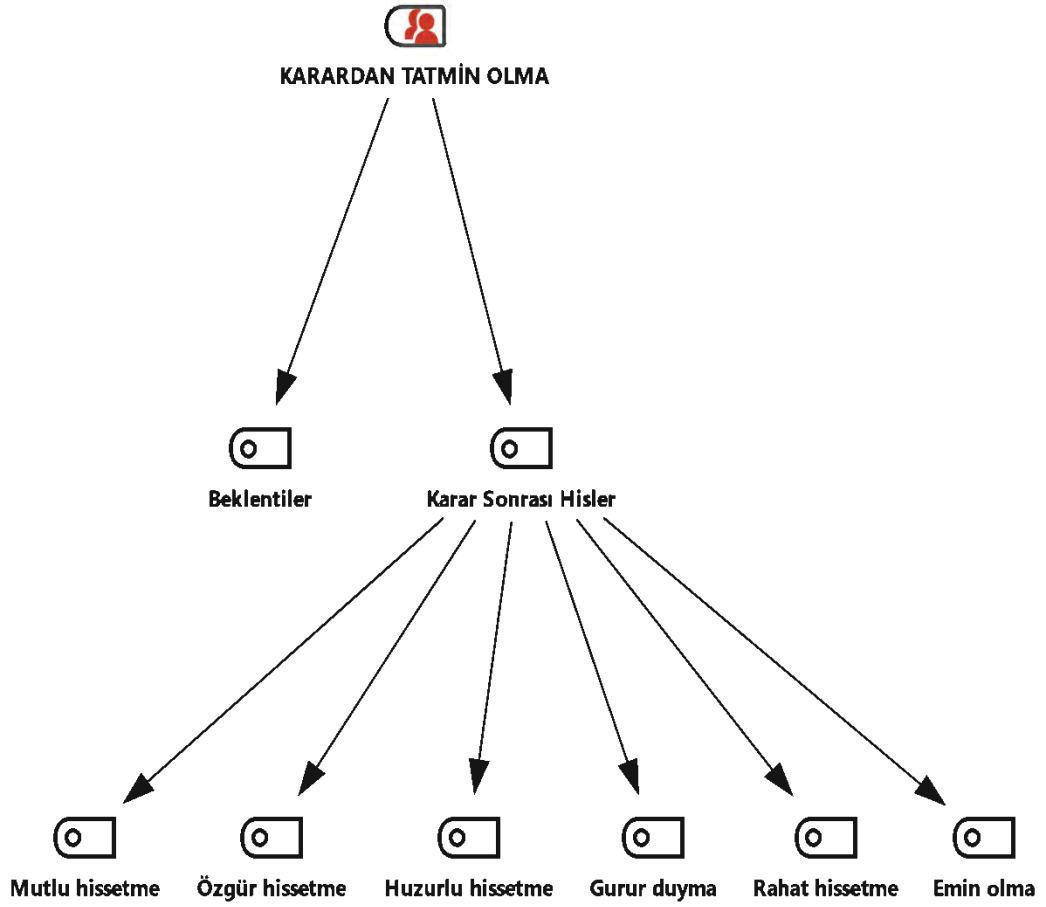
KATILIMCI 4: Yapılan yorumlar e çok altı dolu ya da işte bilinçli yorumlar ya da işte şey olmadığı için ve genelde yapılan e bu tarz haberler daha çok e insanın hassasiyetlerine saldırma şeklinde gerçekleştiği için ve işte özellikle dediğim gibi ilk başlarda biraz daha öfkeli yaklaşabiliyor böyle şeylere ama vakit geçtikçe aslında e bu bunun hani büyük haberlerse büyük medyalar tarafından yapılan haberlerse de biraz reklam ya da para kaygısı güttüğünü biliyorum artık ve beni çok etkilemiyor...

KATILIMCI 14: E şöyle eskiden diyeceğim ama bir iki sene öncesi ya da öncesine kadar diyelim olumsuz bir şey çıktığında elim ayağım titriyordu. Çünkü çıkan olumsuz şeylerin e nasıl diyeyim sınırı yok e yani mesela nasıl anlatayım e nereden yakalarlarsa oradan hakaret etmeye çalışıyorlar...

Olumlu tepki aldığım oldu e bir yerde kasada tanıştığım bir hanımın daha sonra çocuklarıyla okulsuzluk yapmaya başladığını öğrendiğim oldu ilk defa benden duymuştum ben o kadar hatırlamıyorum ama gibi yani. E eskiden çok sinirleniyordum çünkü dediğim gibi okulsuzluk dışında da insanlar anında hakarete varan şeylerle aşağılamaya kalkıyorlar. Ama artık öyle bir şeye kalktıklarında e şöyle bir şey yapabiliyorum çünkü çok alıştım e sosyal medyadan da çok geliyor yazıyla cevap vermek daha kolay o insanı şey yapmıyor ama artık dediğim gibi çok alıştığım için olumlu olumsuz bütün tepkilere e mesela bir şeyler söylüyorlarsa peki diyorum ve bitiriyorum konuşmayı yani niye bağırayım.

4.3.2. Karardan tatmin olma

Katılımcıların karar sonrası süreçte karara dair olumlu hisleri, karardan tatmin olma teması altında açıklanmaktadır. Yine tatminin oluşmasında önemli rolü olan kişilerin beklentileri ve bu beklentilerin karşılanması da bu temanın altında incelenmiştir. Bu doğrultuda “beklentiler” ve “karar sonrası hisler” kodlarından karardan tatmin olma temasına ulaşılmıştır. “Karar sonrası hisler” altında ise “mutlu hissetme”, “özgür hissetme”, “huzurlu hissetme”, “gurur duyma”, “rahat hissetme” ve “emin olma” alt kodları yer almaktadır (Şekil 4.10.).



Şekil 4.10. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Karardan Tatmin Olma)

Beklentiler, öznel bir olasılık olarak tanımlanmaktadır (Westhoff, 1989 s. 183). Tüketici davranışları literatürüne bakıldığında beklentiler, tatmin durumunun ana merkezinde yer alır. Çünkü ürün performansına ilişkin değerlendirmeler için bir standart sağlar (Oliver, 2010, s. 86).

Westhoff (1989, s. 183)'a göre; beklenti, bireyin gelecekte meydana gelmesi olası olan bir olaya dair hayalidir. Oliver (2010, s. 65)'e göre; beklentiler, beklenen tatminleri içerebilir. Bu nedenle, bir tüketici bir satın alma sonucunu tahmin edebilir, ancak yalnızca gerçekleşeceğini umduğu bir tatmin düzeyini tahmin edebilir.

Beklentiler, satın alma sonrası süreçte karşılaştırma standardı olarak kullanılabilir (Oliver, 2010, s. 63). Tüketici satın alma sonrası süreçte, ürüne dair algıladığı performansı beklentileriyle karşılaştırılır ve bunun sonucunda ürünün performansı beklentilerini karşılayabilir, aşabilir ya da altında kalabilir (Moore ve Shuptrine, 1984). Ürün performansı beklentileri karşıladığında veya aştığında tatmin duygusu ortaya çıkar. Tatmin, bir değerlendirmedir (Oliver, 2010, s. 6).

Katılımcıların beklentileri karar sonrası süreçte tatmini belirlemede önemli bir rol oynamıştır. Katılımcılar karar sonrası duydukları tatmini açıklarken beklentilerine atıfta bulunmuşlardır. Beklentiler tatmini açıklamada bir değerlendirme/karşılaştırma standardı olarak rol oynamıştır. Aşağıda katılımcıların beklentilerine ve karardan tatmin durumlarına yer verilmiştir:

KATILIMCI 15: *İlgi alanlarını keşfedecek e o koşturmacanın içinde neye ilgisi var onu anlayamıyor çocuk. Yani neye ilgisi olduğunu ben de görebileceğim o da keşfedebilecek. Hiçbir kimsenin zorlaması baskısı olmadan kendi iradesiyle ne yapmak istiyorsa ona yönelecek...mutlu olacağını düşünüyorum mutlu bir yetişkin olacağını düşünüyorum. (Beklentiler)*

Oğlum çok sevindi çok çok mutlu oldu. Birden aslında özgürleştik de yani kafamız rahatladı ya acayip mutlu olduk böyle inanılmaz mutlu olduk, hemen planlar yapmaya başladık işte teknede kışın yaşayalım başka daha büyük tekne bakmaya başladık falan hani. Yapamadığımız her şey için ...yurtdışı gezilerimiz var planladığımız gidemiyoruz falan onları planlamaya başladık geleceğe dönük artık. Hani çok heyecanlandık mutlu olduk. (Tatmin)

KATILIMCI 17: *...öğrenme sevgisi her zaman olacak elinde çünkü hiçbir şey dayatılmayacak yani zorla öğrenmeyecek istemediği şeyi öğrenmek zorunda kalmayacak neyi öğrenmek istiyorsa onu öğrenecek yani bu çok önemli bir şey...Bu çok önemli hani mutlu insan yetişiyor olacak...çünkü mutlu olduğu şeylerle uğraşacak insanlar yani hani okulsuz çocuklarım için söylüyorum öyle olacağına inanıyorum. (Beklentiler)*

Yani şu an oğlum adına gerçekten en doğru kararı aldığımızı düşünüyorum...okul stresini atmış olmaktan dolayı çok büyük bir rahatlık var ve onun gerçekten mutlu olduğunu görüyorum ve mutlu büyüyor olması en önemli şey...şu an ona sunduğum imkanlarla mutlu olduğunu görebiliyorum bu çok önemli bir şey. Yani doğru bir karar aldığımı düşünüyorum gerçekten sadece ben hani benim için önemli olan şu bir çocuk için yani öğrenme sevgisi ve yükü sırtında bir yük olmadan yaşadığı bir çocukluk dönemi... (Tatmin)

KATILIMCI 9: *...hani hiçbir olumsuzluk yaşayacağımı düşünmüyorum. Daha aksine bunlarla bağışıklığının kuvvetleneceğini düşünüyorum. (Beklentiler)*

...yani çok mutluyum herhangi bir kimyasal herhangi bir zararlı madde içeren hiçbir şeyin bebeğimin vücuduna girmediği için çok mutluyum. Yani hiçbir şekilde hiçbir endişem yok şu an ki durumda...kuzenlerim vesaire hepsi hepsinin çocukları mesela yaşutlar yani görüyorum onları da görüyorum kendi bebeğimi de görüyorum yani sağlık açısından bile çok çok farkları var. (Tatmin)

KATILIMCI 10: ...ileride büyüdüğünde vücudu daha dirençli olacak ben inanıyorum daha sağlıklı bir vücuda sahip olacak...Ben ileride Almına'nın Nuray'dan daha dinç ve özünde bir vücut taşıyacağına inanıyorum. (Beklentiler)

Çok rahatım kafam çok rahat...Bence kızlarım için yapabildiğim kızım için Almına için yaptığım en büyük iyilik. Vücuduna hiçbir zehir girmedim...Çok huzurluyum, kızımın vücudunda hiçbir yabancı madde yok...Hele havale geçirdiğinde o bilincinin açık olduğunu gördükçe ne kadar doğru bir karar verdiğimi gördüm. (Tatmin)

KATILIMCI 1: *Çocuğum açısından ileride hani eminim ki bana minnettar olacak çünkü hayatında hiç zulüme bulaşmadan, kimseyi incitmeden hiçbir canlıyı büyümüş olacak...Hani bana teşekkür edecekler hayatları boyunca hiç dediğim gibi kimseye kimseyi incitmemiş olarak büyüyecekler. (Beklentiler)*

Yani dünyaya en az zararı veren, hem doğaya, canlılara, dünyaya en az zararı veren bir şekilde çocuklarını yetiştirmek beni gerçekten mutlu ediyor, onlar dünyaya hiçbir zarar, hani hiçbir demeyeyim de en minimum zarar veganlıktır hem çevresel açıdan hem hayvanlara hani hayvanın yani o yüzden bu beni mutlu ediyor...her anlamda çevreci işte doğayı hayvanları koruyan böyle bir nesil yetiştirdiğim için öyle bir anne olduğum için beni mutlu ediyor hani. (Tatmin)

KATILIMCI 7: *Onun yönünden bakacak olursak bir kere hayvanların her hayvanın eşit olduğunu, eşit yaşam hakkına sahip olduğunu ve bu bilinçle yaşayacak...Hepsinin eşit yaşama hakkına sahip olduğunu hepsini eşit derecede sevmemiz gerektiğini hepsinin aynı kediler köpekler gibi ineklerin de nefes alabildiğini onların da koşup eğlenebildiğini bilecek. Bu bilinçle büyümesi benim için çok önemli...yani hayvanlara adil dünyaya daha eşitlikçi bakabilen daha barışçıl bakabilen daha sevgiyle bakabilen bir çocuk yetiştirmek. (Beklentiler)*

Kendimle de gurur duyuyorum kızımın da gurur duyuyorum. E gayet güzel yani onun veganlığı seviyor olması çok hoşuma gidiyor onun bunu bir yaşam tarzı haline gelip bu yaşta bile hayvanlara olan yaklaşımı mesela işte sütün neden bize ait olmadığını biliyor olması bunun bilincinde oluyor olması çok hoşuma gidiyor. İnsanlara bunu dile getirmesi anlatıyor olması hoşuma gidiyor. Böyle bir şey markette bir şey gördüğü zaman baba bu vegan mı biz yiyebilir miyiz diye sorduğu zaman yani bu bilince sahip olması çok hoşuma gidiyor. Bunlar çok önemli şeyler. (Tatmin)

Tüketici tepkisi olarak da ifade edilen tatmin, üç temel bileşenden oluşur: Tüketici tatmini bir tepkidir (duygusal/bilişsel tepki), tepki belirli bir odağa ilişkindir (beklentiler/ürün/tüketim deneyimi vb.) ve tepki belirli bir zamanda gerçekleşir (karardan sonra/tüketimden sonra vb.) (Giese ve Cote, 2000, s. 1).

Satın alma sonrası süreçte, tüketiciler belirli duyguları deneyimleyebilirler (Oliver, 2010, s. 14). Hayatımız için önemli bir karar vermek belirgin ve tek bir duygu hissettirmekten ziyade karar verme sürecinin farklı aşamalarına yönelik çeşitli duygusal tepkiler (ayrı ayrı ya da bir arada) ortaya çıkartır (Matarazzo vd., 2021, s. 19). Yani karar sonucunda verilen duygusal tepkiler, olumlu (sevinç, mutluluk gibi) veya olumsuz (pişmanlık, hayal kırıklığı, üzüntü gibi) duygu kümeleri meydana getirir (Matarazzo vd., 2021, s. 3).

Katılımcıların karara dair tatminlerini anlatırken çeşitli hislerden bahsettiği görülmüştür. Bu hisler; özgür hissetme, mutlu olma, gurur duyma, emin olma, huzurlu hissetme, rahat hissetme gibi olumlu hislerden oluşmaktadır. Katılımcıların kararla ilgili olumlu hislerinin tatmin düzeyleriyle yakından ilişkili olduğu görülmüştür:

KATILIMCI 1: *Yani ben hani gayet rahatım. Çünkü dediğim gibi ileride hani bana gerçekten minnettar olacaklarından eminim...hani çocuğum açısından hiçbir pişmanlık duymuyorum...Yani hiçbir şey benim kararımı değiştiremez...Yani aslında hani güzel bir şey yani beni mutlu ediyor...daha erken vegan olsaydım keşke çocukluktan beri yetiştirilseydim böyle işte bu çocuklarım hiç böyle demeyecekler.*

KATILIMCI 2: *Valla çok doğru bir karar verdiğimi düşünüyorum kızım da gayet hatta tombik bile bir bebek yani hani geri kalmadığını düşünüyorum hiçbir şeyden yemeyi de çok seviyor çok şükür... içim çok rahat o anlamda. Yani doğru beslendiğini düşünüyorum.*

KATILIMCI 10: *Yaptırmadım pişman değilim asla da yaptırmayacağım.*

Çok huzurluyum, kızımın vücudunda hiçbir yabancı madde yok...Çok rahatım.

KATILIMCI 15: *Hiç pişmanlığım olmadı kesinlikle... en iyisinin bu olduğunu düşünüyorum... çok eminim yani artık pişmanlığım da yok... yani çok içim rahat çok mutluyum çok huzurlu hissediyorum evet çok huzurluyum.*

KATILIMCI 9: *...çok mutluyum herhangi bir kimyasal herhangi bir zararlı madde içeren hiçbir şeyin bebeğimin vücuduna girmediği için çok mutluyum. Yani hiçbir şekilde hiçbir endişem yok şu an ki durumda...Yani her şeyi tastamam yaptığımı düşünüyorum...şu anda tamamen tatmin ve ikna olmuş durumdayım.*

KATILIMCI 16: *Özgür ve rahat hissediyorum bu en net en net bunları söyleyebilirim. Çok özgür hissediyorum, çok rahat hissediyorum.*

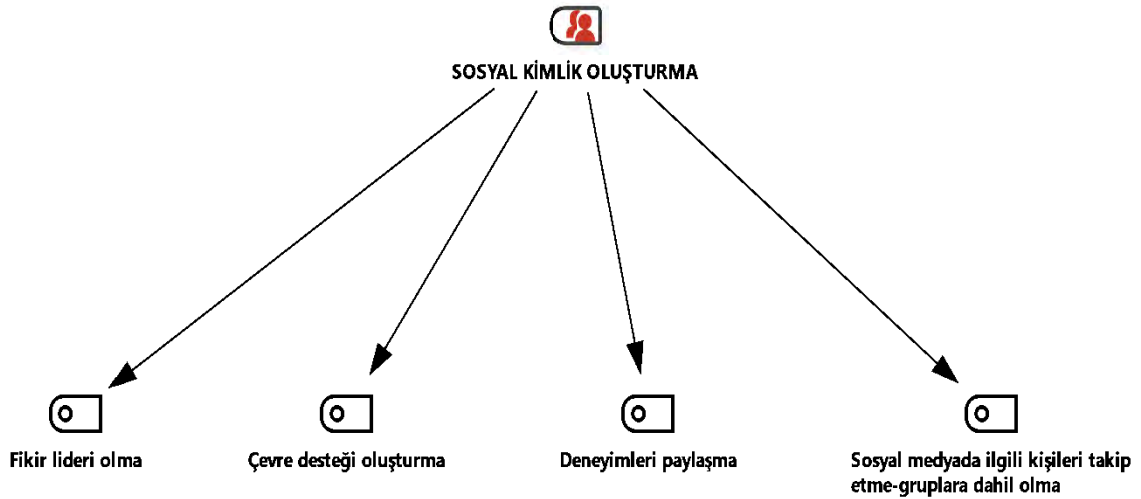
KATILIMCI 14: ...hiç pişmanlık duymadım hiç yani zerre kadar bile. ...pişmanlık ya da acaba mı diye bir şeyi ben hiç hissetmedim.

Çok mutluyum. Yani çok çok mutluyum...

KATILIMCI 17: ...ben kararımdan eminim yani hani bu yolda ilerleyen kesin inanarak gidiyorum...

4.3.3. Sosyal kimlik oluşturma

Sosyal kimlik oluşturma temasında, katılımcıların karar sonrası sosyal kimlik edinmeye dair eylemleri açıklanmaktadır. Katılımcıların verileri doğrultusunda sosyal kimlik oluşturma'nın çeşitli düzeyleri olduğu görülmüş ve literatürle beraber alt kodlardan bu temaya ulaşılmıştır. Bu alt kodlar; “fikir lideri olma”, “çevre desteği oluşturma”, “deneyimleri paylaşma”, “sosyal medyada ilgili kişileri takip etme-İlgili gruplara dahil olma davranışı”dır (Şekil 4.11.).



Şekil 4.11. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Sosyal Kimlik Oluşturma)

Kimlik; bir bireyin tutumları, kendini tanımlama şekli, benliği, sosyal rolleri, ilişkileri ve grup bağlantıları gibi özellikleriyle ilişkilidir. Bu özellikler bir araya geldiğinde kişinin kim olduğunu tanımlar. Kişinin görüşlerini etkiler ve aynı zamanda karar, değerlendirme ve davranış için itici güç sağlar (Guenther, Wilton ve Fernandes, 2016, s. 1).

Sosyal kimlik, kişinin kimliği açısından önemli olan sosyal grup bağlantılarını ön plana çıkarır (Guenther, Wilton ve Fernandes, 2016, s. 1). Sosyal kimlik; grup üyeliklerine ve bu üyeliklere atfedilen değere ve duygusal öneme karşılık gelen benlik kavramımızın bir yönüdür (Stroebe, Hewstone ve Jonas, 2015, s. 606). Sosyal kimlik,

bireyin kişisel olarak ilgili bulunduğu ve belirli bir zamanda duygusal olarak bağlı olduğu grubun özelliklerini ifade eder (Reddy, 2011, s. 5).

Sosyal kimlik; bir kişinin sosyal ilişkileri ve grup ilişkileri aracılığıyla oluşturulan ve sürdürülen kimliğidir. Grupların ve onlarla olan çeşitli bağlantılarımızın insanlara kendisini tanımlama duygusu aştığı fikri, sosyal kimlik teorisinin merkezinde yer alır. Bu teori bir bireyin sosyal kimliğinin, kendisini kişisel özellikleriyle tanımlamaktan ziyade grubun ortak özellikleri açısından tanımladığında inşa edildiğini iddia eder. Bir kişi belirli bir grupta ne kadar güçlü bir şekilde özdeşleşirse kendini tanımlarken grup üyeliğini o kadar çok vurgular (Guenther, Wilton ve Fernandes, 2016, s. 4).

Deneyim paylaşımı daha karmaşık sosyal davranışlarımızı yönlendiren temel bir sosyal bileşendir. Bireyler deneyimlerini sosyal bağlantılardan faydalanmak için paylaşabilir (Jolly vd., 2019).

Deneyimleri paylaşma motivasyonu yalnızca sosyal bağlantı arzusundan değil karar vermeyi kolaylaştırmak ve ortak bir bilgi havuzu oluşturmak için başkalarıyla deneyimsel bilgi alışverişinde bulunma arzusundan da kaynaklanabilir (Jolly vd., 2019).

Katılımcılar, toplumun çoğunluğunun aksi yönde aldıkları bu kararı diğer kişilerle paylaşma noktasında oldukça motivedir. Katılımcılar çocukları adına aldıkları kararları uygularken ve sürdürürken aynı zamanda diğer kişilerle de bu karara dair deneyimlerini paylaşmaktadır. Aşağıda deneyimleri paylaşma koduna dair katılımcılardan alıntılara yer verilmiştir:

KATILIMCI 14: *Şöyle yani net söyleyeyim aynı tarz kararı vermeleri için değil ama onlar zaten kararı verditse evet oldum ve çok sayıda insana oldum. Çünkü çok sayıda insan da bana yardımcı oldu bir şekilde.*

KATILIMCI 17: *Yani soranlar olursa yardımcı oluyorum...Bir de işte Instagram hesabımı public yaptım insanlar daha çok ne bileyim networkumu artırmak için bu. Ama insanlara yardımcı olmak için ya sadece edindiğim tecrübelerimi paylaşıyorum...Hani onla öğreniyorum ben de aslında hani bunun böyle kısa kısa videosunu çekmişim. Böyle kısacık bahsediyorum böyle yani uzun videolar çekmiyorum yani kısa kısa bahsediyorum merak eden olursa işte.*

KATILIMCI 9: *Evet sadece yaşadığım tecrübeyi anlatıyorum. Herhangi bir çocuğumun şimdiye kadar aşısız olduğu için herhangi bir zararı olmadığını aksine bağışıklık sisteminin kuvvetli olduğunu paylaşıyorum yani buradan anlayan anlar araştırır araştırır kendisi karar verir herkes...Deneyimimi*

paylaşıyorum bilgi aldığım kaynakları paylaşıyorum eğer bundan faydalanmak isteyenler olursa bunları paylaşıyorum. Bazen videolar paylaşıyorum...

KATILIMCI 2: *Evet evet çok soran oluyor yani Instagram hesabından özellikle işte hani şunun yerine ne yapayım işte mama bulamıyorum vegan ne yapayım işte kalsiyum için ne şey yapıyorsunuz işte ara öğünlerde nasıl şey veriyorsunuz, onu nasıl yapıyorsunuz, bunu nasıl yapıyorsunuz, çok soran oluyor tabii ki yardımcı da olunca seviniyorum.*

KATILIMCI 4: *...ama kendi deneyimimi de paylaşıyorum...kendim de kendi deneyimimden yola çıkarak ya da arkadaşımından yola çıkarak bunları gördüm isterseniz bu konuyu bir araştırın diye tavsiyede bulunabiliyorum ama tamamen tavsiye.*

KATILIMCI 19: *...kendi sayfamda e yani ara ara şöyle postlar paylaşıırken konuyla alakalıysa hani illaki içimden geçtiği için yazmadan edemiyorum. Ama okulsuzluk şöyledir böyledir değil de şu şekilde gözlemlerimiz oldu gibi daha çok kendi deneyimimizle alakalı...*

KATILIMCI 15: *...bu yönde çok fazla geri dönüş aldım. E kesinlikle kendi şeyimi söyleyerek yardımcı oluyorum evet. Çok etki etmek istemiyorum ama.*

Kanaat önderleri olarak da fikir liderleri, başkalarının yeniliklerle ilgili görüşlerini etkilemede liderlik eden kişilerdir. Fikir liderlerinin davranışları, bir yeniliğin sosyal bir sistemde benimsenme oranını belirlemede önemlidir (Rogers, 1983, s. 20-21). Bu araştırmada katılımcılardan bazılarının fikir lideri olduğu ya da bu yolda ilerlediği görülmüştür:

KATILIMCI 15: *...yani küçük yerde yaşıyorum. Bir yandan belki yazmamak iyi ama çok faydalandığım için yazarlardan ben de yazmayı uygun gördüm. Bir şeyleri değiştirmek istiyorsak bir farkındalık yaratmak istiyorsak...faydalı olduğumu düşünüyorum ve olmak da istiyorum.*

KATILIMCI 16: *...Bunlarla ilgili yani bazılarıyla ilgili Türkiye'de bilgi alınabilecek tek insan ben olduğum için beni ararlar falan. Şimdi yeni yeni gelen var mesela Magda Gerber'in RIE ...işte bunlar için mesela doktora öğrencileri bile beni arar konuşabilmek için çünkü Türkçe kaynak yoktu eskiden şimdi yeni çevriler yapılıyor falan...Daha çok bunun öncüleriydik bir grup ebeveyn. Dolayısıyla Türkiye'dekini de biz şekillendirdik diyebilirim...sonra o 20 bin kişilik falan bir gruba dönüştü orada öncü olan bir on kişi kadar ebeveyndik. Onların içerisinde de yine üç kişiye düşeriz yani en temelde üç dört kişiye...zaten öncü oluyorsunuz...Öncüler başkaları ne yapıyor diye düşünemezler çünkü başka yok...Yani şu an verdiğim danışmanlıklar tamamen bu bağlamda...farkındalık kazanmalarına yardım ediyorum...*

KATILIMCI 1: *Evet yani özellikle zaten sosyal medya kullanmamın amacımı bu zaten hani Instagram üzerinden vegan anne hesabım var Facebook üzerinden de elimden geldiğince yani her gün hani mesaj geliyor bana muhakkak insanlara gerçekten olumlu anlamda birçok anne yardımcı oldum, birçok kişinin vegan olmasını çevremde özellikle vejetaryen olmasını veganlık birkaç kişi var ama vejetaryenlik birçok arkadaşım mesela çevremde hani geçişlerini sağladım hani bu konuda herkese yardımcı oluyorum, amacım bu çünkü veganlığın çoğalmasını aktivizm...Kesinlikle bunu herkese aşıyorum her oturduğum ortamda mutlaka veganlıktan bahsediyorum, anlatıyorum her açıdan ama...Evet bildiğim 3 4 tane aile var hani benimle irtibata geçip te yazılarımdan etkilenip te çocuklarını vegan büyüten var yani...Instagram hesabında işte benim gibi annelerin çoğalması için çünkü Instagram daha çok yani insanlara ulaşan bir sosyal medya olduğu için o yüzden kurdum.*

KATILIMCI 6: *...açık bir şekilde hani paylaşıyorum insanlarla örnek olması için veganlığın işte sağlıklı olabileceğini göstermek için bu şekilde yani bende önemli olduğunu düşünüyorum paylaşmanın...benden esinlenip yani vegan olmasına yardımcı olduğum ya da senden esinlendik senin sayende vegan oldum diyen çok arkadaşım oldu çok arkadaşım var. Vegan yetiştirme değil de işte Mert sayesinde benim onu yetiştirme tarzım sayesinde çocuğuna daha çok sebze yediren ya da sebze yedirmenin yollarını bulan daha sağlıklı yetiştirmeye çalışan bunu sorgulayan var...hani aktif olarak ama şu an hani sosyal medyayı kullanarak bir şekilde aktivizm oluyor...kendi hayatını olumlu yönde insanlara gösterip örnek olup esinlendirmek aktivizmin bir kolu olduğunu düşünüyorum.*

Katılımcılar kararlarını uygulamaya ve sürdürmeye devam ederken etrafında bu kararlarını destekleyecek kişilere ihtiyaç duymaktadır. Yakın çevrelerinde ya da sosyal ortamlarda benzer karar alan kişilerle sosyal etkileşim içinde bulunmaktadır. Çevre desteği oluşturma koduna dair katılımcı verileri aşağıda sunulmuştur:

KATILIMCI 17: *...kendim gibi düşünen insanlar etrafımda toplanıyor artık yani gerçekten böyle bir networkum büyümeye başladı öyle olunca sadece Türkler arasında değil yabancılar, Amerikalılardan çok fazla.*

Ya ne bileyim gerçekten tek olsam bu fikri alan benim gibi düşünen insanlar çok az olsa o zaman çok kaygılanırdım çünkü gerçekten herkes öyle yaşarken ben tek başıma böyle yaşayacaksam yani çocuklarım ileride hani sosyal sıkıntılar yaşayabilir diye düşünürdüm belki de beni şu an rahatlatan çok fazla okulsuz insanın olması ve hani tek başına kalmayacak yani.

KATILIMCI 18: *Bir arkadaş grubum var çocuklarımıza hani haftanın bir günü buluşturup bizim de çay kahve sohbet dışarıda ormanda keyif yaptığımız onlarla sohbetlerimiz oluyor onlardan faydalanıyorum.*

Bu yani öğrendiğim bilgileri paylaştığım ortamlar oldu hani. Bahsettiğim arkadaş çevresinde birbirimize bilgi alışverişi yapmamız deneyimlerimizden faydalandığımız, onlarla ortaklaşa...

Evet ben zaten hani arkadaş grubuyla o şekilde görüşmeye başladık. (Görüşmecisi: Him sosyal medya üzerinden). Oradaki himhim evet. Ama dediğim gibi sonrasında arkadaşlarla hani yani oradan arkadaş olduk hani benzer fikirlerden sohbet ediyoruz...

KATILIMCI 19: *Normal aynen bir ormanda ... diye bir yerde fırsat buldukça buluşuyoruz. Oradaki aileler de genelde o mantıkta aileler bir araya geliyoruz.*

KATILIMCI 11: *Ayda bir kez o işte benim kafadarlarla diyeyim sana onlarla bir araya gelirim güncel konuları konuşuruz. Genellikle her hafta birini çağırır alternatif tıpçı olsun ne bileyim bu ya da işte bu konuyla ilgili birilerini çağırır onu dinleriz. Sonra bir araya gelir sohbet ederiz onlarla birlikte.*

KATILIMCI 1: *...'da özellikle ... işte Vegan İnisyatifi adı altında 15 20 kişilikte olsa bir grup kurduk WhatsApp grubu kurduk işte bazen görüşüyoruz.*

Dışarıda da bazen etkinlikler oldu, etkinlikler yapıyoruz kendimizce ya da daha yeniyiz aslında da işte yaza doğru vegan stantlar kurmayı düşünüyoruz.

KATILIMCI 6: *...Instagram'dan işte çok ulaşan oluyor başka vegan anne mesela Türkiye'de diyeyim vegan anneler var hani yüz yüze görüşsek de onlarla arkadaşlık yapıyoruz, fikirlerimizi, bilgilerimizi paylaşıyoruz...*

Katılımcılar karar sonrası süreçte kararları bağlantılı kişileri takip etmektedir ve çeşitli gruplara üyedirler. Üye olunan gruplar kararı destekleyen gruplardır. Takip edilen kişiler ise bazen konunun uzmanı bazen de benzer kararları alan deneyim sahibi kişilerdir:

KATILIMCI 19: *Uzmanlar da var. Uzman ve çocuk gelişimci himhim psikolojik danışman.*

KATILIMCI 20: *Yo hayır birebir okulla ilgili paylaşımlarında yer veren Nihan Kaya var...Özgür Bolat var.*

KATILIMCI 12: *Youtube'dan da Bekir Tok hocanın videolarını izliyorum ama sadece tabi aşıyla ilgili değil. Bu toksinsiz besinlerle ilgili falan bir sürü videosu var...Himhim Bekir hocayı Instagram'da da takip ediyorum...*

Sorgulayan Anne diye bir bayan vardı...Instagram hesabında himhim. İsuda diye birisi var...Himhim Bekir hocayı Instagram'da da takip ediyorum.

KATILIMCI 1: *Evet yani doktor Suat Erus var mesela kalp cerrahı o da genel cerrah işte Murat Kınikoğlu onun oğlu yine Oğuzhan Kınikoğlu...Evet bir de işte Mustafa Başaran'dı galiba evet o da kendisi çocuk doktoru İstanbul'da aynı zamanda aşısız aşığı da önermeyen bir doktor bunların yani*

takip ediyorum özellikle bu üç doktor Murat Kınıkoğlu, Oğuzhan Kınıkoğlu, Suat Erus...Evet var, özellikle Instagram'da gerçekten var vegan anneler onları da takip ediyorum...işte Vegan İnisiyatifi adı altında 15 20 kişilikte olsa bir grup kurduk WhatsApp grubu kurduk işte bazen görüşüyoruz..

KATILIMCI 9: *Takip ettiğim sayfalar var herhangi bir grup o şekilde yok ama yani örnek veriyorum takip ettiğim sayfalar var aynı benim gibi düşünen annelerin olduğu sayfalar var örneğin...Instagram'da...*

KATILIMCI 4: *Aynen Vegan Anneler WhatsApp grubumuz var. İçerisinde yine Suat Erus da var kendisinin de artık çocuğu olduğu için onun dışında özellikle yani genelde gruplar Facebook üzerinden yürüyor zaten. Instagramda sadece işte takip ettiğim yine Vegan Hamile Vegan Anne gibi gruplar var...Yani şu an mesela içinde bulunduğum bir WhatsApp grubu aslında WhatsApp grubumuz var içerisinde işte vegan anneler bulunan.*

KATILIMCI 17: *... Facebook'u e şey için açtım kullandım kullanıyorum homescool grupları bulmak için. Mesela takip ettiğimde ...bir sürü gruplar çıkıyor işte oradaki gruplara katıldım...*

KATILIMCI 10: *Aşı hakkındaki gerçekler var bir tane, aşı hakkında bilgiler var oraya üyeyim, aşı hakkındaki gerçekler var oraya üyeyim bir de aşının gerçek yüzü diye bir sayfa var oraya...Facebook'ta bunlar.*

4.3.4. Eylemi sürdürme ve izleme aşamasındaki temalar arasındaki ilişkiler

4.3.4.1. Doğrulama çabası-karardan tatmin olma-sosyal kimlik oluşturma

Tablo 4.5. *Kod İlişkileri Tarayıcısı (Doğrulama Çabası-Sosyal Kimlik Oluşturma-Karardan Tatmin Olma İlişkisi)*

Kod Sistemi	Doğrulama çabası	Karardan tatmin olma	Sosyal kimlik oluşturma
Doğrulama çabası		22	10
Karardan tatmin olma	22		5
Sosyal kimlik oluşturma	10	5	
Σ TOPLAM	32	27	15

Tablo 4.5.'de karardan tatmin olma, doğrulama çabası ve sosyal kimlik oluşturma temaları altında kodlanan kısımların kesişimi sayısal olarak gösterilmiştir. Bu tablo karardan tatmin olma, doğrulama çabası ve sosyal kimlik temalarının kaç defa ilişkili kodlandığını anlatmaktadır.

Bu araştırmada katılımcıların çocukları adına toplumun çoğunluğunun aksi yönde karar aldığına değinilmişti. Toplum genelinde bilinen geleneksel çocuk yetiştirme yöntemlerine nazaran daha yeni olarak ifade edilebilecek veganlık, aşısızlık

ve okulsuzluk kararları almıştır. Rogers (1983, s. 27)'a göre de fikir liderleri genellikle yenilikçi kişilerdir. Bu nedenle aşağıda literatürdeki yeniliklerin yayılma teorisine dair inovasyon karar süreci özetlenecektir. Yine sözü geçen teorideki karar sonrası onay aşamasının, bu araştırmadaki doğrulama çabası temasıyla ilişkilendirilebileceği görülmüştür.

İnovasyon karar süreci; bir bireyin (veya başka bir karar verme biriminin) bir yeniliğe ilişkin ilk bilgisinden yeniliğe karşı bir tutum oluşturmaya, benimseme/reddetme kararına, yeni fikrin uygulanmasına ve bu kararın doğrulanmasına kadar geçirilen süreçtir. Özetle süreçte; bilgi, ikna, karar, uygulama ve doğrulama aşamaları bulunmaktadır. Bilgi, bireyin bir yeniliğe maruz kaldığında, bu yeniliği işlemesiyle ve yorumlamasıyla ortaya çıkar. İkna, birey bir yeniliğe karşı olumlu veya olumsuz bir tutum oluşturduğunda ortaya çıkar. Karar, bireyin yeniliği benimseme veya reddetme seçimine yol açan davranışlarda bulunduğu anda gerçekleşir. Uygulama, birey bir yeniliği kullanıma sunduğunda gerçekleşir. Onay, birey yeniliğe dair verdiği kararının pekiştirilmesini istediğinde gerçekleşir (Rogers, 1983, s. 20-21). Bu teorideki onay aşaması, doğrulama çabası ana temasının altında yer alan temalarla (kararı desteklemek/pekiştirmek/güçlendirmek için oluşturulan tutumlarla ve gerçekleştirilen eylemlerle) yakından ilgilidir (ayrıntılı bilgi için bkz. 4.3.1. *Doğrulama Çabası*).

Doğrulama ihtiyacı; değerlendirme davranışıyla, benlik saygısıyla ve bilişsel tutarlılık durumuyla ilgilidir ve insanlar bilgileri kendi görüşlerini destekleyecek şekilde yorumlama eğilimindedir (Nickerson, 1998, s. 180; Talaifar ve Swann, 2017, s. 3). İnsanlar kendilerini doğrulayan sosyal dünyalarını yaratabilirler. Bunun için bazı süreçleri kullanabilirler. Bunlardan biri, insanların kendini doğrulayan yani ihtiyaçlarını karşılayan sosyal ortamlar oluşturmalarıdır. Örneğin, kendi görüşlerinin onaylayan ilişkiler arayabilir, kurabilir ve kendilerini doğrulama konusunda olumsuzluk oluşturan ilişkilerden ayrılabilirler. Bir diğer kendini doğrulama stratejisi ise bireyin kendi görüşlerinin başkalarına sistematik olarak iletilmesiyle ilgilidir. Örneğin, insanlar kimlik ipuçlarını -kim olduklarına dair oldukça görünür işaretler ve semboller-gösterebilirler (ayrıntılı bilgi için bkz. 4.3.3. *Sosyal Kimlik Oluşturma*) (Talaifar ve Swann, 2017, s. 2).

Riley ve Burke (1995, s. 24) insanların aktif olarak kimliklerinin anlamları ile eylemlerinin anlamları arasındaki uyumsuzluğu azaltmaya çalıştıklarını ve bunu

yaparken grubun diğer üyeleriyle uyum sağladıklarını öne sürmüştür. İnsanlar hem kendi kimliklerini doğrulayan/destekleyen hem de grubun hedefine ulaşmasına yönelik olarak gruba katkıda bulunan rollerini sürdürür (Riley ve Burke, 1995, 2-3).

Riley ve Burke (1995)'e göre, küçük bir gruptaki aktörler arasında, tüm üyelerin birbirlerinin davranışlarını benzer şekilde yorumlamalarına izin veren ortak bir anlam yapısı gelişir. Bu ortak anlayış grup üyelerinin kimliklerini doğrulama eğilimine hizmet eder. Talaifar ve Swann (2017, s. 4)'e göre de gruplar kendini doğrulama çabalarından yararlanabilir. Kendini doğrulama, insanların anlaşıldıklarını hissetmelerine yardımcı olur ve bu durum insanların kendilerini gruba daha bağlı hissetmelerini sağlar.

Kimliğin oluşturulması ve sürdürülmesi kendiliğinden meydana gelmez. Hem hangi bilgileri seçtiğimiz, işlediğimiz ve yorumladığımızla ilgilidir hem de kendini değerlendirme, kendini geliştirme ve kendini doğrulama güdüleriyle oluşabilir. Öz-değerlendirme, doğruluk ihtiyacı veya benlikle ilgidir. Kendini geliştirme, olumluluk ihtiyacından kaynaklanır. Bu ihtiyaç, olumlu benlik görüşleri oluşturma ve sürdürme arzusunu temsil eder. Kendini doğrulama güdüsü ise bilgileri yorumlamada uyum ve istikrar arayışından veya tutarlık ihtiyacından kaynaklanır. Sonuç olarak, birey bir kimlik oluşturduğunda, bunu doğrulamak için sosyal çevresinde bunu destekleyecek bilgileri, durumları arar/yorumlar. Bu sayede kimliğini güçlendirmeye çalışır (Guenther, Wilton ve Fernandes, 2016, s. 2). Kendini doğrulama çabaları, insanların yaşamlarına istikrar getirir. Böylelikle insanların deneyimleri daha tutarlı, anlaşılır gözükür ve psikolojik faydalar (rahatlama, kaygının azalması gibi) sağlar (Talaifar ve Swann, 2017, s. 4).

Sosyal kimlikler pek çok ihtiyacı karşılar. Bütüncül olarak yaklaşıldığında sosyal kimlik türlerindeki çeşitliliğin dikkate alınması gerekir (Deaux, 2000, s. 13). Sosyal kimlik teorisi, insanların olumlu bir sosyal kimlik oluşturmak ve sürdürmek için motive olduklarını ileri sürer. İnsanlar belirli bir grupla özdeşleştikten sonra grup içindekiler ve dışındakiler arasında kolayca ayırım yapar. Grup içi üyeleri diğerlerine tercih eder ve kendi grup üyeleriyle duygusal bir bağ hissederler (Guenther, Wilton ve Fernandes, 2016, s. 5). Sosyal kimlik teorisi, insanların mümkün olan en iyi benlik imajı için çabaladıklarını ileri sürer (Worchel vd., 2000, s. 28). Gruba yönelik dışarıdan bir eleştiri sunulduğunda, bu genellikle savunma tepkilerine yol açabilir ve gruba yapılan bir saldırı olarak algılanabilir (Guenther, Wilton ve Fernandes, 2016, s. 5). Yine kişinin

grubu tehdit edilir veya küçük düşürülürse sosyal kimliği zarar görebilir (Worchel vd., 2000, s. 28).

Tüketici davranışı literatürüne göre, tüketici tatmin olmak ister. Çünkü tatmin durumunda arzu edilen bir tüketim/hizmet deneyimlenir. Bu deneyim aynı zamanda pekiştiricidir ve zevklidir. Kötü bir kararın sonuçlarına katlanmak zorunda kalınmaz ve bundan dolayı kararın sonuçları telafi edilmeye çalışılmaz. Her iyi karar tüketicinin karar verme becerisini yeniden doğrulamasını sağlar (Oliver, 2010, s. 4). Sosyal psikoloji literatürüne göre de kimlik-eylem uyumu ve tatmin arasında ilişki vardır. Buna göre; insanlar gruptaki kimlikleriyle eylemlerini uyumlu hale getirmeye çalışırlar. Bu uyum tatmini doğurur. Tam tersi durumda iletmeye çalışılan kimlikle eylemler uyumsuzsa tatminsizlik oluşur (Riley ve Burke, 1995, 25).

Yukarıda verilen literatür, karardan tatmin olma, doğrulama çabası ve sosyal kimlik oluşturma arasındaki ilişkiye dair bulguyu desteklemektedir. Katılımcılar verdikleri karara dair tatmin duymaktadır. Gördükleriyle, kendilerine söylenenlerle, karşılaştırmalarıyla ve sonuç değerlendirmeleriyle kendilerini doğrulamakta ve kararlarını desteklemektedirler. Ayrıca hem karar deneyimlerini paylaşmakta ve fikirlerini iletmekte hem de kendilerine benzer kişilerin olduğu gruplara üye olarak ve bu grupta kimliklerini sürdürmektedirler.

Tüm bunlar katılımcıları kararını güçlendirmekte ve kararı uygulama ve sürdürmekte onlara güç sağlamaktadır. Bunun yanı sıra uç kararlarda, karar sonrası süreçte sosyal çevrede hissedilen baskı göz önüne alındığında, kimliklerini sürdürme imkanı buldukları bu gruplarda kendilerini yalnız hissetmemekte ve azınlık grubu olma açısından bu gruplar hem aidiyet hem de güç sağlamakta hem de tatminlerini yükselterek kararı uygulama ve devam ettirme noktasında motive etmektedir (Ayrıntılı bilgi için bkz. 4.4. *Tüm sürece yönelik unsurlar*; 4.4.2. *Sosyal Çevre Etikisi*). Doğrulama çabası, sosyal kimlik oluşturma ve karardan tatmin olma arasındaki bağlantılara işaret eden katılımcı ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

Katılımcı 6'nın çocuğunu vegan yetiştirdiği için karar sonrası süreçte de eylemleriyle uyum durumunu sürdürdüğü, desteklediği ve aynı zamanda bu durumdan tatmin duyduğu, dahil olduğu grupta sosyal kimliğini şekillendirdiği görülmektedir:

KATILIMCI 6: *Nasıl diyebilirim ya içim çok rahat diyebilirim yani sonuçta bir insan bir şeyi doğru yaptığına inaniyorsa o ona arkasında da ona*

kendini iyi hissettirir ...çünkü ağzınızdan çıkanyla ağzınızdan çıkan şeyle eğer davranışlarınız birbirine uymuyorsa bu biraz hani kendi içinizde de çatışma yaratıyor... (Doğrulama Çabası)

Veganlıkta işte hayvanlarını seviyorum hayatı, doğayı seviyorum işte küresel ısınmaya, çevre kirliliğine dair bir şeyler yapmak istiyorum deyip de hala işte bunun en büyük sebeplerine destek oluyorken hani kendimi dürüst hissetmedim. Ama şu an fikirlerimle davranışlarımın inline olduğunu düşündüğüm için çocuk yetiştirmek de aynı şekilde hani çocuğumun bu şekilde yetiştirilmesini doğru bulduğum için o şekilde yetiştiriyorum ve içim huzurlu diyebilirim (Doğrulama Çabası-Karardan Tatmin Olma).

Ne yediriyorsun yani bize de sorulan şey ne yiyorsun ki veganken ne yer ki insan hani merak ettikleri bu ya da dediğim gibi mesela vegan beslenen ben mesela şeyi fark ettim vegan beslenen çocuklar daha iştahları daha iyi beslenme şekli de öyle mesela tabi kaşıkla püreyle zorla besliyorsa aylarca tabi o da hani etkisi oluyor olumsuz yönde ama hani vegan bilinçli vegan yetiştirenler diyeyim bilinçli vegan besleyenler çocukları daha çok işte meyve, sebze yedikleri için mesela daha iyi yiyorlar. Mesela benim çok arkadaşım var burada ya hiç sebze dokunmuyor diyor mesela ablamın çocukları kendi yeğenlerim e sebze dokunmuyorlar mesela hani onlara nasıl yetiştiriyorsun kendi kuzenlerim Türkiye’de işte WhatsApp grubumuz var ne yediriyorsun işte Mert’e nasıl yiyor gördüm bamyaya yiyordu bamyayı nasıl yediriyorsun falan hani insanlar veganken soruyor çünkü onların da dikkatini çekiyor. A benim çocuğum hiç sebze yemiyor ama Mert nasıl bamyaya yiyor nasıl mantarı çok seviyor bu çocuk falan gibi dikkatlerini çekiyor (Doğrulama Çabası-Karardan Tatmin Olma-Sosyal Kimlik Oluşturma).

Katılımcı 12; kararı veren diğer kişilerin sayısı ile ilişkili olarak grup aidiyetine ve sosyal kimlik oluşturmaya vurgu yapmakta, aynı zamanda kendi çocukları arasında kıyaslama yaparak kararını doğrulamakta ve karardan tatmin olmaktadır:

KATILIMCI 12: *...Ama şu an için a ne kadar çokmuş diyorsunuz böyle tekken bir ben karşıyım herhalde diyorsunuz. Çünkü yaptırılanlar o kadar fazla. Ama o kişilerle birlikte, oraya gelen yorumlarla birlikte a tek ben değilmişim ya ne kadar fazlaymış da diyorsunuz (Sosyal kimlik oluşturma).*

Yani bir sevinç de oluyor esasında hani...pişman olmadım onu söyleyeyim çocukların arasında da farkı gördüm dün de bahsettim hani bebeklik çağı bu daha güçlü geçiriyor...bu bebeğimde hiçbir sıkıntı yaşamadım (Karardan Tatmin Olma-Doğrulama Çabası).

Katılımcı 14; mutluluk duygusuna vurgu yaparak karardan tatmin olduğunu, çocuğunu akranlarıyla kıyaslayarak doğrulama çabasını, diğer okulsuzlarla etkileşime geçerek sosyal kimlik oluşturma çabasını gözler önüne sermektedir:

KATILIMCI 14: Çok mutluym. Yani çok çok mutluym...Söylemişim bizim çok fazla çocuklu arkadaşımız var keza benim kendi kardeşimin oğlu var Arda'dan bir yaş küçük. Dolayısıyla çevremizde çok fazla çocuklu aile var yakın çevremiz uzak çevremiz vesaire...yaş itibariyle tabi ki onlar kreş yaşlarından itibaren hep okula başladılar ve biz aynı şekilde görüşmeye devam ettik... yani onların çocukları benim her biri benim yeğenim gibi...hemen hepsinden o çocukların ağzından şunu duymuşumdur anne okulu hiç sevmiyorum anne hiç gitmek istemiyorum...henüz benim çocuğum hayatında hiçbir yer için gitmek zorunda olup da burayı sevmiyorum anne deyip de hem öyle bir şey yaşamadı hem de hayır ama bak şimdi okul çok önemli senin için ya da hadi okul demeyelim de burası çok önemli senin için işte bu eğitimi alman seni şuraya taşıyacak bilmem ne falan gibi bir şeye en azından bu yaşına kadar hiç maruz kalmadı. İlerisini bilemem ama bunu düşünmek bile beni aşırı derecede mutlu ediyor yani (Karardan Tatmin Olma-Doğrulama Çabası)

Birkaç okulsuzluk yapan arkadaşım var. İnternet üzerinden tanıştım daha sonra gerçek hayatta da tanıştık...bloglar vasıtasıyla işte oradaki yorumlar onlar cevap verdiler vesaire o arada onların tavsiyesi de demeyeyim de onların yönlendirmesiyle belki o Facebook'ta bir okulsuzluk grubu var orayı keşfettim kapalı bir grup. Sağ olsunlar aldılar ondan sonra oradaki belki de her bir kadınla baya bir şey olduk. Kimisiyle gerçek hayatta tanıştık kimisiyle tanışmadık ama gerçek anlamda kanka olduk diyebiliriz... şunu fark ettim...azınlıkların yaşadığı bütün sorunları bu grubun da yaşadığını görmüş oldum...Yani ben o insanlarla tanışıp yazıştıkça bu iki hissi daha çok hissettim...Tabi aldığınız kararın...oradaki okulsuzluk topluluğu olarak destekleniyor olması evet o kararda belki daha sağlam adımlarla ilerlemek adına çok büyük bir destek sağladı (Sosyal kimlik oluşturma).

Şekil 4.1.'de kesikli çizgiyle gösterilen inanç, değerler ve karardan tatmin olma arasındaki ilişkiye dair tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 4.6. Kod İlişkileri Tarayıcısı (İnanç-Değerler-Karardan Tatmin Olma İlişkisi)

Kod Sistemi	Karardan tatmin olma
📌 inanç	22
📌 değerler	23
Σ TOPLAM	45

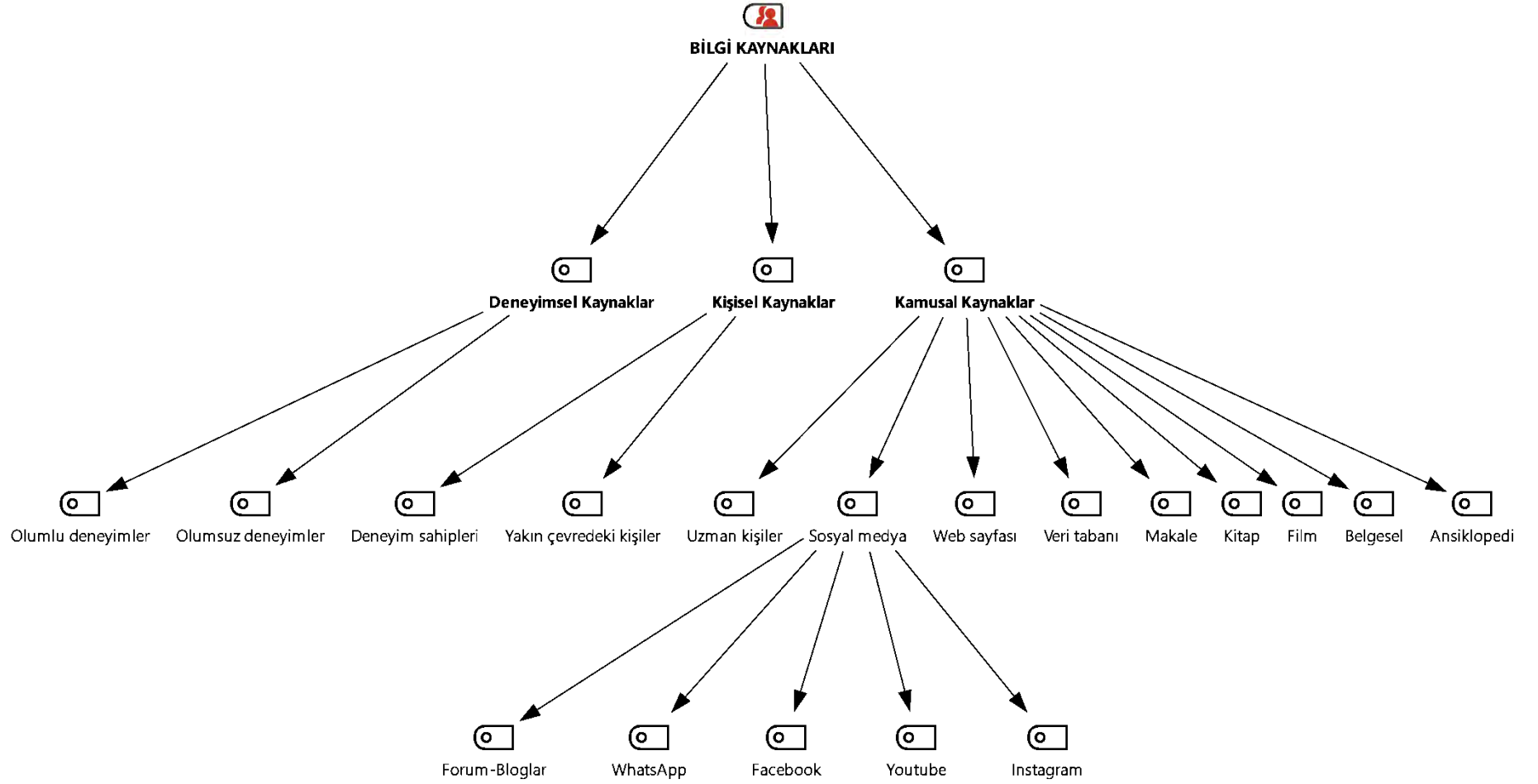
Tablo 4.6.'de inanç-değerler-karardan tatmin olma arasındaki ilişki gösterilmiştir. Şekil 4.1.'de bu ilişkiyi gösteren ok kesikli çizgi şeklindedir. Konuya ilişkin kısımda belirtildiği üzere inanç ve değerler ile uygun bir seçim yapmak ve bunu uygulamaya geçirmek uyum durumunu yansıtmaktadır. Uyum durumunu sağladığı anda kararını alan katılımcı, karar sonrası süreçte değerlendirme yaparken beklentilerine ve hislerine değinerek tatmin olduğunu aktarmakta aynı zamanda eylemleriyle de

(doğrulama çabası, sosyal kimlik oluşturma) uyum durumunu sürdürdüğünü göstermektedir.

4.4. Tüm Sürece Yönelik Unsurlar

4.4.1. Bilgi kaynakları

Bilgi kaynakları teması, katılımcıların karar öncesi/anı/sonrası yani tüm karar süreci boyunca karara dair bilgi edindiği kaynakları açıklamaktadır. Literatürde bilgi edinme kaynakları çerçevesi (Kotler vd., 1999) dikkate alınarak, katılımcıların verilerinden de hareketle alt kodlardan bilgi kaynakları temasına ulaşılmıştır. Bu bağlamda bilgi kaynakları teması altında “deneyimsel kaynaklar”, “kişisel kaynaklar”, “kamusal kaynaklar” olmak üzere ikinci düzey kodlar yer almaktadır. “Deneyimsel kaynaklar” kodu altında “olumlu deneyimler”, “olumsuz deneyimler”; “kişisel kaynaklar” kodu altında “yakın çevredeki kişiler”, “deneyim sahipleri”; “kamusal kaynaklar” kodu altında “ansiklopedi”, “belgesel”, “film”, “kitap”, “makale”, “veri tabanı”, “web sayfası”, “sosyal medya”, “uzman kişiler” alt kodları yer almaktadır. Bu temaya ve alt kodlara dair hiyerarşik kod-alt kod modeli Şekil 4.12.’de yer almaktadır:



Şekil 4.12. *Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Bilgi Kaynakları)*

Kotler vd. (1999, s. 255)'lerine göre, tüketici çeşitli kaynaklardan bilgi alabilir. Bunlar; kişisel, ticari, kamu ve deneyimsel olmak üzere sınıflandırılabilir. Kişisel kaynaklar; aile, arkadaşlar, komşular, tanıdıklardan oluşur. Ticari kaynaklar; reklam, satış görevlileri, satıcılar, paketleme, teşhir gibi unsurlardan oluşur. Kamu kaynakları; kitle iletişim araçları, tüketici derecelendirme kuruluşları gibi unsurları içermektedir. Deneyimsel kaynaklar; ürünü kullanma, inceleme, kullanmayla ilgili olmaktadır.

Yukarıda da değinildiği üzere bu araştırmada bilgi kaynakları, literatür ve katılımcıların verileri doğrultusunda deneyimsel, kişisel ve kamusal olmak üzere sınıflandırılmıştır.

Tablo 4.7.'de satırda bilgi kaynakları, sütunda ise karar süreci aşamalarının her birinde yer alan kodların kesişimi sayısal olarak gösterilmiştir. Bu tablo karar sürecinin ayrı ayrı her üç aşamasında (karara hazırlık ve derinlemesine düşünme süreci, karar verme ve uygulamaya geçme, eylemi sürdürme ve izleme) katılımcıların bilgi kaynağı kullanımını (başvurulan kaynağın tipi ve yoğunluğu) göstermektedir.

Tablo 4.7. Kod İlişkileri Tarayıcısı (Bilgi Kaynaklarının Karar Süreci Aşamalarıyla İlişkisi)⁴

Kod Sistemi	KARARA HAZIRLIK VE DERINLEMESINE DÜŞÜNME	KARAR VERME VE UYGULAMAYA GEÇME	EYLEMI SURDURME VE IZLEME
▼ BİLGİ KAYNAKLARI			
▼ Deneyimsel Kaynaklar	63	27	7
Olumlu deneyimler	5	2	2
Olumsuz deneyimler	58	24	5
▼ Kişisel Kaynaklar	81	36	22
Yakın çevredeki kişiler	11	5	3
Deneyim sahipleri	79	36	22
▼ Kamusal Kaynaklar	148	64	33
Ansiklopedi	2	2	
Belgesel	18	6	4
Film	1		
Kitap	35	22	7
Makale	14	6	
Veri tabanı	1		
Web sayfası	35	13	6
▼ Sosyal medya	67	24	17
Forum-Bloglar	13	3	3
WhatsApp	5	2	
Instagram	24	5	6
Youtube	24	5	6
Facebook	10	1	5
Uzman kişiler	72	36	16
Σ TOPLAM	766	319	164

⁴ Bu araştırmada kodlama sürecinde anlam bütünlüğünü korumak amacıyla tek başına “kelime” yerine “paragraflar” kodlama birimi olarak esas alınmıştır. Kodlama yapılan program aynı cümle içerisinde yer alan farklı iki unsuru; ayrı iki alt koda atılsa bile bunların çatısını oluşturan temada 2 yerine 1 defa saymaktadır. Bu nedenle örneğin; Tablo 4.7.’de “yakın çevredeki kişiler” (11) ve “deneyim sahipleri” (79) alt kodlarının toplamı (yani “kişisel kaynak” teması) 90 olarak hesaplanmasına rağmen 81 olarak gözükmektedir.

Tablo 4.7.'ye bakıldığında, karar verme sürecinin her üç aşamasında da en çok başvurulan bilgi kaynakları sırasıyla kamusal kaynaklar, kişisel kaynaklar ve deneyimsel kaynaklardır.

Katılımcıların karar süreci aşamalarında yararlandığı kamusal kaynaklara dair veriler aşağıda yer almaktadır. En çok uzman kişiler, sonrasında sosyal medya, web sayfası ve kitaplar yer almaktadır:

KATILIMCI 6: ...orada bir doktorun konuşmasını dinlemiştim kendi kitabından da bahsediyordu Avusturalya'da Yeni Zelanda'da çok ünlü bir doktor ...onun işte kendisinin de vegan olduğunu işte hayat tarzını, inanışını sadece veganlık değil de dediğim gibi toksinsiz yaşam ilaçlar bu şekilde şeyleri de sorguladığını da öğrendikten sonra ...bilgilerini almıştım ...

Güvendiğim doktorları önce ...belgeseldeki doktor ben izlediğim zaman ...gerçek bir kaynak sunuyorsa, bilimsel araştırmalardan bahsediyorsa hani onu düşünüp a bilimsel konuşuyor en azından ...eğer gerçekten beğeniyorsam onun kitaplarını alıyorum okuyorum ya da işte web sayfasını inceliyorum ya da işte sosyal medyadaki hesaplarını takip ediyorum...

KATILIMCI 8: Youtube'da birçok e sayfada yani Youtube kanalında mevcut zaten yabancı araştırmacılarda profesör doktorlar yani yabancı profesör doktorlar da Türk profesör doktorlar da ya sadece hani tek tip olarak araştırmadık zaten ulusal olarak profesör doktorların da söyleşilerini, röportajlarını, makalelerini okuduk, izledik bu şekilde araştırmamızı gerçekleştirdik.

Tabi internet üzerinden bir de...bir tane kitap vardı burada sağlıkla ilgili kütüphanede baktığımız kitap vardı... doktorun makalesi vardı orada da onu incelemiştik işte.

KATILIMCI 14: ...kaynak olarak yoğunlukta internet belki %80 %90 diyebilirim. %10 %20 o internetten edindiğim bilgilere istinaden kitaplar diyebilirim. İnternette de genel olarak çoğunluk hani şöyle sıralayacak olursam bu tercihi yapmış insanların tecrübelerini paylaştığı platformlardan ben çok fazla faydalandım ve bilgiyi de onlardan edindim. Yani sallıyorum mesela bu nasıl diyeyim ben daha önce hiç bakmamıştım mesela Özgür Bolat'ı tanıımıyordum ya da Sinan Canan'ı tanıımıyordum Nihan Kaya'yı tanıımıyordum bu isimleri en azından oradan öğrenip...işte Google'dan arama yapıp ne buluyorsam işte Youtube'da mı buluyorum Google'da mı buluyorum bir kitap ismi mi buluyorum neye ulaşıyorsam oradan o çorap söküğü gibi gider zaten yani...

... okuduğum kitap yazarı Ben Hewit Amerikalı bir aile Okulsuz Büyüme diye...Peter Gray orijinal adı Free to Learn olan kitabı...

KATILIMCI 15: ...Takip ettiğim birkaç Instagram hesabının çok faydası oldu.

Nihan Kaya'nın neydi İyi Aile Yoktur kitabında orada okulsuzluktan bahsediyordu ...

Okulsuzlukla ilgili Youtube'dan evet yararlandım izlediğim.

KATILIMCI 1: Bu dediğim doktorlar vardı işte Suat Erus bunlar çocuk doktoru değil yani işte vegan diyetisyen vardı yine onlardan tavsiye aldım sadece, kendileri de mesela Suat Erus'un kendi çocuğu da oldu, eşi vegan hamilelik geçirdi çocuğu da şu an vegan. Yani bunlardan hani destek aldım açıkçası.

...birçok dünyada sağlık örgütü bunu onaylıyor hani dengeli bir şekilde yani diyetisyende vegan diyetisyen var mesela kendisi Kevser Başkaya kendisi de bunun gerçekten en sağlıklı diyet biçimi olduğunu, çocuğun eğer hani dengeli bir şekilde yer beslenirse meyvesi, sebzesi, bakliyatı, tahılı, kuru yemişi kesinlikle bir terslik olacağını söylemedi ki olmadı da.

Bilgi edinmede kişisel kaynağa başvuran katılımcıların ifadelerinden örneklere aşağıda yer verilmiştir. Katılımcılar bu kaynaklar arasında en çok deneyim sahiplerinden bilgi edinme yoluna gitmiştir:

KATILIMCI 5: ...bu önemliydi... deneyimli annelerin ne söyledikleri. Hani şöyle hissediyorsanız bu şuna şey olabilir ondan sonra onun üzerine araştırma yapıyorsunuz.

Bizim burada bir tane şey var anne destek grupları oluyor...oradaki annelerle deneyimli annelerle oturup konuşabiliyorsunuz.

...Hani oradaki o destek grubu aslında çok işe yaradı ondan sonra Facebook'ta vegan anneler ile ilgili bir grup vardı oradan destek aldım.

...araştırdığında, biraz daha baktığında, okuduğunda işte yapanlarla, bunu deneyimleyenlerle konuştuğunda...

KATILIMCI 11: ...Bir annenin ...okumuştum tecrübesini birinci çocuğu aşılı ikinci çocuğu aşısız. Birinci çocuğu kreşten suçüçeği kapıyor...aşısız olan çocuğu da kapıyor ama ...daha hafif atlatıyor.

...Ailesi şöyle diyeyim bir şokun içindeydiler pek konuşmuyordular. Aileye de doktorlar neden nasıl hani o çocuğun neden ve nasıl bu hale geldiğini de anlatamamışlardı...

...orada bir yaşlı çift vardı o iki çiftin de çocukları zihinsel özürlüydü. Onların çocukları da yüzde yüz kanıtlanmış ...aşından dolayı çocuk zihinsel engelli kalmış o iki ailenin çocukları...

KATILIMCI 14: ...Ben ilk önce Ceyhan Witzel'e denk geldim okulsuzluk yapan bir aile onlarda...Onların eşiyle birlikte e internette bir röportajlarını okudum...çocuklarının küçüklüklerinden beri Amerika'da yaşayan bir Türk aile vardı yaban elma diye bir hem sosyal medya blogları var zaten internette Hüsrâ Hanım ve eşi. Hüsrâ Hanım'ın bloğunu okudum... tecrübeleri, yaşadıkları, fark ettikleri... diğer okulsuzların tecrübeleriyle ilgili verdikleri bilgiler...tetikleyici olan diğerlerinin paylaştığı şeylerdi deneyimlerdi.

...kendi bloğunda kendi çocuklarıyla ilgili paylaştığı deneyimlerini okudum...Çocuklarıyla birlikte okulsuzluk yapan annelerden en çok onlardan faydalandım diyebilirim. Onun dışından da bu konuyu yazan insanlardan yani Peter Gray gibi vesaire gibi. Onlar da zaten yine kendi yani aslında %99 kendi tecrübelerini paylaşan insanlardan.

Katılımcıların kullandıkları deneyimsel kaynaklara dair veriler aşağıda sunulmuştur. Katılımcıların karara dair en çok olumsuz deneyimlerinin olduğu görülmüştür. Bu bulgu, vekaleten karar verme sürecinde katılımcıların bellekte olumsuz deneyimlerini arayıp/hatırladığını yani olumsuz deneyimlerin bir iç bilgi kaynağı olarak kullanıldığını göstermektedir:

KATILIMCI 15: Annem benim çok mükemmeliyetçiydi yani çok fazla beni çok zorladı okul konusunda. Başarılı bir öğrenciydim ama öyle olmak zorundaydım yani Türkçeden beş değil dört alıyordum heyecanla annemi arıyordum o kartım vardı işte aşağı inip telefonla annemi arıyordum neden beş değil diyordu bana kızılıyordu. Ya ben mutlu olacağını düşünüyordum neden beş almadın diye kızılıyordu. Ya da ilkokul birinci sınıf mıydı neydi ...evde bana testler hazırlardı okulda işte getirirdi akşamları çözerdi falan sürekli ek çalışmam için bir şeyler getirirdi... İşte onu 1819 işaretlemişim yanlışlıkla...hiç unutmuyorum sinirinden hani böyle eli titriyor falan ya böyle büyüdüm maalesef çok zorluyordu...aşırı zorluyordu onları düşündüm. Mutsuz oluyordum hani mutlu değildim.

KATILIMCI 4: ...yani ben öncesinde hayvansal benim ailem hayvansal besinlerle besleyerek büyüttü ve ben bunun sağlıksal açıdan da duygusal açıdan da pek çok sıkıntısını çektim.

Benim anemim vardı zaten bir türlü aşamadığımız bir anemi problemi vardı ve çok yorgun çok bitkin hissediyordum kendimi sürekli ne kadar uyursam uyuyayım ya da hangi takviyeleri kullanırsam kullanayım aslında bunun beslenme şeklimi düzelttikten sonra yani vegan beslenmeye geçtikten sonra daha enerjik daha zinde daha nasıl desem aydınlık yani daha iyi düşünebiliyor olduğumu fark ettim ve bağırsak problemlerim vardı...onlar düzeldi mesela.

...ben mesela öncesinde vegan olmadan öncesinde çok yeni tatlılara da kapalı biriydim yeni bir şeyler denemeye çok açık değildim ve bununda işte hayatımda çok sıkıntılarını yaşadım benim ailem benim annem kendisi ne yemiyorsa yani neyi yiyorsa değil de ne yemiyorsa bize de onu

yedirmede...benim ailem annem tereyağı dışında herhangi bir yağ tüketmeyen biri.

...yani benim şu an yediğim içtiğimle çok zıt bir yaşam ...o yüzden biraz da işte hani ilk zamanlar taşındığımda, yalnız yaşamaya başladığımda falan çok zorlandım yemek konusunda adaptasyon konusunda ve işte bu benim sosyal yaşantımı çok etkiledi.

KATILIMCI 12: *...Ve şeyi de karşılaştırdım aşılı çocuğumla aşısız çocuğumun arasında üst solunum yolu enfeksiyonu çok fazla oldu, alerjik reaksiyonlar çok fazla oldu diğer iki çocuğumu büyütürken, çabuk mikrop kapıyorlardı...*

Şimdi benim çocukluğum on dört yaşına kadar şeyle geçti üst solunum yolu enfeksiyonu bronşit onunla geçti. Onunla ilgili de çok sıkıntı yaşadım zaten. Sonu da alerjik astımla bitti. Şu anda bir astımla ilgili yüksek bir şey yaşamıyorum ama vücudumda bir güçsüzlük var, alerjik astım var diğer insanlara göre bir ortamdan, bir şeyden bir kalabalık şeyden, kokudan, şundan bundan daha fazla etkileniyorum ben...benle akran bu son işte aşıları tam yapmış nesilde aynı problemler var.

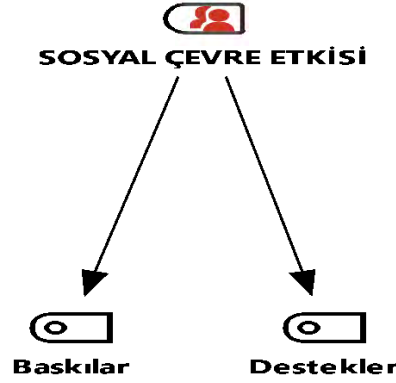
Sonuç olarak, katılımcılar en çok karara hazırlık ve derinlemesine düşünme sürecinde bilgi kaynağına başvurmuştur. Bu aşamayı karar verme ve uygulamaya geçme aşaması takip etmektedir. En az bilgi kaynağına ise eylemi sürdürme ve izleme aşamasında başvurulmuştur.

Katılımcıların en çok karar öncesi süreçte bilgi edinme çabasında olması, çocuk adına ilk kez bu kararların (veganlık, aşısızlık, okulsuzluk) alınmasıyla yakından ilişkilidir (ayrıntılı bilgi için bkz. 4.1. Karara Hazırlık ve Derinlemesine Düşünme Süreci). Diğer karar süreci aşamalarıyla karşılaştırıldığında, katılımcılar karar sonrası süreçte bilgi kaynaklarını daha az talep etmiştir. Bu durum katılımcıların karardan tatmin olmaları ile de ilişkili olabilecektir (ayrıntılı bilgi için bkz. 4.3.2. Karardan tatmin olma). Yine bu durum katılımcıların kararı doğrulama çabalarıyla da ilgili olabilir. İlgili başlıkta katılımcıların ifadelerinde belirtildiği üzere, “görmezden geliyorum”, “okumuyorum”, “dikkate almıyorum” şeklindeki söylemler de bu duruma işaret etmektedir (ayrıntılı bilgi için bkz. 4.3.1. Doğrulama çabası).

4.4.2. Sosyal çevre etkisi

Katılımcıların tüm karar süreci boyunca kararlarına destek/baskı oluşturan unsurlar “sosyal çevre etkisi” temasında açıklanmaktadır. Tüm bu destek ve baskılar kararı almadan önce, karar verme aşamasında ve karar sonrası kararı uygulama ve

sürdürme aşamasında etkili olmaktadır. “Sosyal çevre etkisi” ana teması altında “baskılar” ve “destekler” alt kodları yer almaktadır (Şekil 4.13.).



Şekil 4.13. Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modeli (Sosyal Çevre Etkisi)

Toplumsal yaşamda uyma davranışı temel bir gereksinimdir. Bunun yanı sıra, azınlık etkisi olarak bilenen bir gerçeklik de vardır (Taylor ve Anne Peplau, 2020, s. 221). Grup baskısı hissedildiğinde (uyma yönünde) kişinin farklılığına tehdit olarak da algılanabilir. Uyma, bireysel özgürlüğün ve hakimiyetin kaybedilmesi anlamına gelmektedir (Taylor ve Anne Peplau, 2020, s. 215).

Sosyal baskı; baskı uygulayan insanların kendi onaylamadıkları şeyleri yapan veya söyleyen diğer insanlara yönelik yorum, eleştiri, tutum ve duygularından oluşur. Hem "mikro" düzeyde (yani tanıdıklar, arkadaşlar ve aile arasında) hem de "makro" düzeyde (bir sosyal mühendislik ve kontrol tekniği olarak) diğer insanların davranışlarını değiştirme ve kontrol etme yöntemidir.

Sosyal baskı kavramı iyi ya da kötü herhangi bir amaç için ve herhangi bir ahlaki/politik konumu desteklemek ya da bunları baskılamak için kullanılabilir (http-22).

Sosyal destek, sosyal ilişkilerin önemli işlevlerinden biridir. Sosyal desteği gösteren kişi her zaman karşısındakine yardımcı olmayı amaçlar. Bu amaç, sosyal desteği baskı gibi olumsuz etkileşimlerden (rahatsız etme, kızdıran eleştiri, baltalama gibi) ayırır (http-23).

House (1981), sosyal desteğin dört tür destekleyici davranışla sınıflandırılmaktadır: Duygusal ilgi (hoşlanma, sevgi, empati), araçsal yardım (mallar veya hizmetler), bilgi desteği (çevre hakkında), değerlendirme (öz-değerlendirme ile

ilgili bilgiler). Buna göre; sosyal destek bunlardan bir ya da daha fazlasını içerir (Wilcox ve Vernberg, 1985, s. 4).

Tablo 4.8’de satırda sosyal çevre etkisi, sütunda ise karar süreci aşamalarının her birinde yer alan kodların kesişimi sayısal olarak gösterilmiştir. Bu tablo, karar sürecinin her bir aşamasında (karara hazırlık ve derinlemesine düşünme süreci, karar verme ve uygulamaya geçme, eylemi sürdürme ve izleme) sosyal çevrenin etkisini göstermektedir.

Tablo 4.8. Kod İlişkileri Tarayıcısı (Sosyal Çevre Etkisinin Karar Süreci Aşamalarıyla İlişkisi)

Kod Sistemi	KARARA HAZIRLIK VE DERİNLEMESİNE DÜŞÜNME	KARAR VERME VE UYGULAMAYA GEÇME	EYLEMİ SÜRDÜRME VE İZLEME
▼ SOSYAL ÇEVRE ETKİSİ			
Baskılar	65	33	37
Destekler	30	15	10
Σ TOPLAM	95	48	47

Tablo 4.8.'e bakıldığında, en çok baskının karara hazırlık ve derinlemesine düşünme sürecinde yaşandığı görülmüştür. Yine desteğin de en çok bu aşamada hissedildiği tabloda gözükmemektedir. Karar verme ve uygulamaya geçme, eylemi sürdürme ve izleme aşamalarında ise benzer oranlarda sosyal çevrede baskı ve destek algılandığı görülmektedir.

Katılımcı 15 ise hem kararı verme sürecinde hissettiği çevre baskısından hem de karar sonrasında arkadaş çevresinin sosyal baskısından söz etmiştir:

KATILIMCI 15: ...hani yani hiç kimsenin onaylamadığı bir şey yapacağım nasıl yapacağım hani çok desteğim yok gibi görünüyor çok bu konuda onay alamayacağım belli falan...hani yakın çevre zaten küçük yerde yaşıyoruz bunu onlara nasıl açıklayacağım durumu falan oldu yani e kolay olmadı aslında...şu an çok önemsemiyorum başkalarının ne düşündüğünü ama...çevreden var öyle arkadaşlarımız çok etikete önem veren. Ne yapacak o çocuğa o çocuk okula gitmeyecek de ne yapacak hangi üniversiteye gidecek ya da nasıl olacak ne öğreniyor olur mu öyle şey bütün gün evde çocuk ne yapar falan.

Katılımcı 17; ailesi uzakta olsa bile kararlar ile ilgili baskılarını yakından hissettiğini ifade etmekte ve bu süreçte eşinin desteğine değinmektedir. Yine Katılımcı 20 de aile baskısından ve çevre baskısından söz etmektedir:

KATILIMCI 17: Yani bizim çevre baskısı çok fazla...Yani ailem mesela uzakta yani onların bile ekranda görüşmemiz de bile bir etkisini hissediyorum...Yani başlarda kaldım Türklere özellikle zaten yabancıardan yok öyle bir şey de. Yani e yani ne olabilir işte nasıl sosyalleşecek hani şey diyen çok oldu...ailemden mesela önce bir şok oldular tabii olur mu öyle şey mesela hemen şey diyorlar işte biri Amerika'da hem Amerika'dasın hem okula niye göndermiyorsun...Mesela şimdi de şu var annelerde diyorlar ki işte artık okumayı öğretmeye başlasan geride kalıyorsun...hep eşimle onla da tanıştırdım tanıştığım aileleri falan...bu eğitim işinde olduğumu bildiği için daha iyi bildiğimi düşündüğünden dolayı diyeyim destekliyor...

KATILIMCI 20: Aile bireylerinin, büyüklerinin hiçbir etkisi, katkısı yok bu kararda. Hatta olumsuz yönde etkilemeye çalışsalar da karar almamızda bir şeyleri yok rolleri yok. Eşimin ailesi eşimin ailesi henüz böyle bir karar aldığımızı bilmiyor bile. Herhalde kalp krizi geçirirler öyle bir şey duysalar...Benim ailemde desteklemiyor kösteklemeye de çalışmıyor dediğim gibi anlamaya çalışıyorlar...annem abime anlattı önümde okula göndermeyecekler şöyle olacak diye orada da şeyi gördüm hani şikayet ediyor gibi anlatıyordu...Dolayısıyla tersi bir deneyim yaşamak of yani ve yapmadıysanız bu sizde aşıklık kompleksine neden olabilir, kendinizi farklı bir sınıfa, sosyal sınıfa bile sokuyor olabilirsiniz...böyle bir şeyi nasıl yapabiliyorsunuz ama işte çocuğun eğitim hakkını elinden alıyorsunuz bu

çocuk nasıl sosyalleşecek işte nasıl diploma alacak, nasıl meslek sahibi olacak gibi...

Katılımcı 10 ve Katılımcı 13; kararlar ilgili çok yoğun çevre baskısı yaşadığını aktarmıştır:

KATILIMCI 10: *Şöyle aslında eşim önce eski eşim diyeyim. Bu konuda bütün sorumluluğu bana yükledi. İleride bu çocuğun dedi aşısıyla alakalı aşısızlıktan dolayı başına bir şey gelirse iki elim yakanda olur hani mecazi anlamda o şekilde bütün sorumluluğu bana verdi. Çok tepki aldım çok aşırı tepkiler aldım. Tıptan daha mı iyi biliyorsun bu kadar çocuklar aşılı ondan sonra çok tepkiler aldım buna babaannesi de dahil. Benim kendi babam da dahil yaptır aşırı falan ama yaptırmadım...Aşırı yaptırmalısın şeklinde çok afaki tepkiler aldım...Benim ailem de istemedi...Dedim ki ben aşırı vurdurmayacağım. İşte saçmala beni tehdit etti seni mahkemeye vereceğim dedi. Dedim verebilirsin yani beni mahkemeye verince senin bu şekilde yasal bir hakkın yok çocuğumun sağlığını tehlikeye atmamak için ben bunu yapıyorum istediğin mahkemeye verebilirsin dedim hani cahil bir insan zannetti...*

KATILIMCI 13: *...Tabi çok linç linç edildik resmen yani işte 21. yy.'da yaşıyoruz aşısızlık olur mu vesaire hatta keşke tüm yeni doğanları tüm aşılı yeni doğan döneminde yapsak gibi bir şey söyleyen bir hekim bile oldu...*

Katılımcı 1; toplumdan tepki aldığını, bu süreçte eşinin desteğini az da olsa hissettiğini anlatmıştır. Katılımcı 12 de ailenin baskına değinerek, en büyük destekçisinin eşi olduğunu vurgulamıştır:

KATILIMCI 1: *Yani hem çevre açısından hem şey olarak toplumda biraz böyle hasta olarak görüliyorum. Hasta bir insan deli, kafayı yemiş yani insanlar çok rahat oldukları için çocuğun eline tablet ver otursun ver işte abur cubur koy yesin ne uğraşıyorsun...Oluyor psikolojikman. Eşim bazı şeyleri hani benim gibi düşünmüyor ailesi de alt katta oturuyorum onlarla birçok şeyi maalesef karşı çıkıyorlar tabii anlamıyorlar ama işte onlarla uğraşmak gerçekten çok zor ama yine de yılmıyorum beni yıldırıyor aslında...Yani o yüzden hasta diyorlar insan et yemez mi süt içmez mi bu çocuklarının günahı nedir diyorlar...Eşim yani bir konuda her konuda bana destek veriyor hak veriyor ama o daha çok hani topluma tam benim gibi karşı çıkabilen bir insan değil...çevresel etmen mesela hani beni tek zorlayan o yani çevre yoksa hani ben bu kararımdan gerçekten hani gayet iyi araştırdığım için eminim hani çocuğum açısından hiçbir pişmanlık duymuyorum.*

KATILIMCI 12: *...ama karışılıyor mu diye sorarsanız evet aile büyükleri anneanne, babaanne gibi onlar karışıyorlar...Ya şimdi şey çoğunluk aşırı yaptırdığı için...etraftan tepki aldım...Yaptırmayacağım ben böyle düşünüyorum dediğimde özellikle 40 küsur yaşındaki insanlar çok tepki*

vermişti biz hani geçmişteki bu hastalıkları falan bilmiyorsunuz, aşı biraz da bizi rahatlattı, şimdi ne güzel imkan var ama siz bu kez de değerlendirmiyorsunuz gibi tepkiler aldım...o da en büyük destekçim zaten eşim.

Katılımcı 2; ailesinden ve çevresinden baskı hissettiğini yaşadığı bir olaydan örnek vererek aktarmıştır:

KATILIMCI 2: *hani şöyle karşıma çıkıyor insanlar diyor bak vegan çocuk ölmüş bak işte çocuğu mahrum ediyorsun şundan bak şöyle böyle yani ben babamla kavga ettim geçen mesela lahmacun yerken çocuğa uzattı benim çocuğum zaten affedersiniz pislik olsa yiyecek o kadar her şeyi yemek istiyor babamla kavga ettim niye uzatıyorsun diye yani hani lahmacunu. Dolayısıyla yani yakınlarımdan maruz kalıyorum.*

Özetle katılımcılar karar sürecinin tüm aşamalarında (yoğunluğu aşamalara ve katılımcılara göre değişmekle birlikte) yakın çevreden (eş, aile, arkadaş gibi) hem destek hem de baskı hissetmişlerdir. Bununla birlikte yine karar sürecinin tüm aşamalarında (yoğunluğu aşamalara ve katılımcılara göre değişmekle birlikte), uzak çevrenin (toplumun) etkisini hissederek, kararla ilgili baskı algılamışlardır.

5. SONUÇ, SINIRLILIKLAR VE ÖNERİLER

Vekaleten karar sürecine dair yapılan çalışmalara bakıldığında, literatürün, sağlık alanında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu alan, multidisipliner çalışmaların yapılabileceği zengin bir alandır. Bu araştırmada vekaleten karar verme süreci, annelerin çocukları adına verdiği kararlar üzerinden incelenmiştir. Araştırma kapsamındaki kararlar, toplum genelinin aksine verilen uç kararlardır. Bu araştırmada veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk uç kararları üzerine durum çalışması tasarlanmıştır. Bu kapsamda toplamda 20 katılımcıyla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada durum çalışmasının tercih edilmesiyle vekaleten karar verme sürecinin bütüncül perspektifte anlaşılabilmesi ve vekaleten verilen kararlarda etkili olan ortak unsurların keşfedilebilmesi amaçlanmıştır.

Bu araştırmada, annelerin veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk karar durumları bağlamından yola çıkılarak vekaleten karar verme sürecine dair teorik bir model sunulmuştur. Bu modelin oluşturulmasında tüketici karar yolculuğuna dair literatürden yararlanılmıştır. Teorik modelin oluşturulabilmesi için kodlama yapılarak temalara ulaşılmış ve ardından temalar arasındaki ilişkileri açıklayabilmek amacıyla ilişki analizi yapılmıştır. Bu bulgular ve literatür doğrultusunda vekaleten karar verme sürecinin üç aşamadan oluştuğu görülmüştür. Bu aşamalar; “karara hazırlık ve derinlemesine düşünme”, “kararı verme ve uygulamaya geçme” ve “eylemi sürdürme ve izleme”den oluşmaktadır. Her bir aşamada yer alan temalara dair bulgulara aşağıda sırasıyla yer verilmiştir.

Karara hazırlık ve derinlemesine düşünme sürecinde sırasıyla; yetki ve özerklik, inanç, algılanan risk, değerler, bilgi arama ve kırılma noktası temaları bulunmaktadır. Bu araştırmada katılımcıları vekaleten karar verme sürecine iten motivasyonun yetki ve özerklik olduğu görülmüştür. Katılımcıların inançları, değerleri ve karara dair algıladıkları riskler karar öncesi süreçte etkili olmanın yanı sıra bilgi arama davranışına da etki etmiş ve süreci yönlendirmiştir. Tüm bu temalar -katılımcıları karar aşamasına götüren- kırılma anına yol açmıştır.

Kararı verme ve uygulamaya geçme sürecinde sırasıyla; bilgiyi işleme, bilişsel uyum ve uygulama ve sürdürme temaları bulunmaktadır. Bilgi arama sürecinde edinilen bilgiler rasyonel ve/veya duygusal olarak işlenmiş ve kişinin bilişsel uyum durumuna da etki etmiştir. Vekaleten karar verme sürecinin karar anındaki en önemli motivasyonun

uyum motivasyonu olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcılar inanç ve değerleriyle uyumlu bilgileri aramış, algıladıkları riskleri bu bilgilerle azaltmış ve işlemiştir. Bu süreç doğrultusunda bilişleri arasındaki uyum davranışa dönüşmüş yani anne kararı olarak uygulamaya koymuştur.

Eylemi sürdürme ve izleme aşamasında ise doğrulama çabası, karardan tatmin olma ve sosyal kimlik oluşturma temaları bulunmaktadır. Katılımcılar aldıkları karardan tatmin olmuş, kararı doğrulama çabasında bulunmuş ve sosyal kimlik oluşturmaya yönelmiştir. Yani karar anındaki bilişsel uyuma varma durumu, karar sonrasındaki süreçte de eylemlerle devam ettirilmiştir. Verilen kararı uyum içinde sürdürme çabası tatmin, doğrulama çabası ve sosyal kimlik edinme davranışıyla yakından ilişkilidir. Toplumun çoğunluğunun aksi yönde verilen kararlar açısından bu durum önemli bir bulgudur. Nitekim katılımcılar karar sonrası süreçte karara dair deneyimlerini paylaşarak, çevreye bu deneyimlere ilişkin fikirlerini iletmekte aynı zamanda benzer kararların alındığı gruplara üye olarak sosyal kimliklerini inşa etmekte ve sürdürmektedir.

Tüm karar sürecine etki eden temalar ise bilgi kaynakları ve sosyal çevre etkisidir. Katılımcıların verilerine bakıldığında, karar sürecinin her üç aşamasında da çeşitli kaynaklardan bilgi edinme yoluna gidildiği görülmüştür. Bu kaynaklar her üç aşamada da en fazla başvurulandan en az başvurulana doğru sırasıyla şu şekildedir; kamusal, kişisel, deneyimsel kaynaklar. Bununla birlikte karar sürecinin karara hazırlık ve derinlemesine düşünme aşaması en çok bilgi kaynağına başvuru alan aşamadır. Bu aşamayı karar verme ve uygulama aşaması takip etmektedir. En az bilgi talep edilen aşama ise eylemi izleme ve sürdürme aşamasıdır. Bu durum vekaleten kararlar açısından en çok başvuru alan bilgi kaynağının kamusal kaynaklar olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda bu durum, çocuk adına vekaleten ilk kez böyle bir karar alınacağı için en çok “karara hazırlık ve derinlemesine düşünme aşamasında” bilgiye ihtiyaç duyulduğunu ortaya çıkarmaktadır. Akabinde eylemi sürdürme ve izleme aşamasında ise karardan duyulan tatmin ve kararı doğrulama çabası, kararla ilgili bilgi talebini azaltmıştır.

Sosyal çevre etkisi açısından katılımcılar karar sürecinin her üç aşamasında da destek ve baskı hissetmiştir. En çok desteğin ve aynı zamanda en çok baskının hissedildiği aşama, karara hazırlık ve derinlemesine düşünme aşamasıdır. “Kararı verme

ve uygulama” ile “eylemi sürdürme ve izleme” aşamalarında ise benzer düzeylerde destek/baskı hissedilmiştir. Ayrıca karar sürecinin her üç aşamasında desteğe nazaran daha büyük oranda baskı hissedilmiştir. Bu bulgu -büyük oranda hissedilen baskı-, vekaleten karar verme sürecindeki uç kararlar açısından beklenen bir sonuçtur.

5.1. Teorik Açıdan Katkılar

Tüketici davranışları alanında, 1960’lardan itibaren, tüketici karar sürecine yönelik çeşitli modeller (Nicosia Modeli, Engell, Kollat ve Blackwell Modeli, Howard ve Sheth Modeli gibi) geliştirilmektedir. Bu modellerin temellerini 1910’da John Dewey’in beş aşamalı karar süreci modelinden aldığı görülmektedir. Bu nedenle tüketici davranışları alanındaki yaygın bu modeller; ihtiyacın belirlenmesi, bilgi arama, alternatif değerlendirme, satın alma ve satın alma sonrası durum olmak üzere benzer beş temel aşamadan oluşmaktadır (Lee, 1990, s. 6-7). Bu doğrultuda da alanda yapılan çalışmalar (Lee, 1990; SueLin Tan, 2010; Karimi, 2013; Ivanov vd., 2021) çoğunlukla tüketici karar sürecini beş aşamalı olarak ele almıştır. Bu araştırmada, Lemon ve Verhoef (2016)’un ortaya koyduğu üç aşamalı karar yolculuğu yaklaşımının karar sürecini birbirine bağlı ve geçişken olarak yansıttığı ve bu yaklaşımın vekaleten karar verme süreci açısından da uygun olduğu görülmüştür. Ayrıca bu durum karar sürecinin her üç aşamasının farklı ilişkisel süreçleri içerdiğini göstermiştir. Bahsi geçen üç aşama, vekaleten karar verme sürecini hem bütünsel perspektifte hem de geçişken bir şekilde sunarak literatüre teorik bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Tüketici karar verme sürecine yönelik kullanılan yaygın modellerde yer alan ilk aşama ihtiyacın belirlenmesidir. Bu aşama, satın alma eyleminin gerçekleşmesini sağlayacak önemli bir başlangıç adımı olarak kabul edilir. Bu aşamada tüketici mevcut ya da arzuladığı bir durumdan tetiklenir (Lee, 1990, s. 7). Yaygın olandan farklı bir şekilde, bu araştırmada, vekaleten karar verme süreci ihtiyacın belirlenmesi adımıyla başlamamıştır. Yoğun bir sorumluluk duygusuyla tetiklenen yetki ve özerklik motivasyonu, kararı başlatma görevini üstlenmiştir. Literatürde yer alan hissedilen duyguların farklı türdeki kararlarda itici güç oluşturabildiği (Lerner vd., 2015), duyguların insan davranışı için birincil motivasyon sistemi oluşturduğu (Izard, 2009) yönündeki savlar bu bulguyu destekler niteliktedir. Yine yaygın modellerdeki ikinci aşama olan seçeneklerin belirlenmesi şeklindeki aşama ise bu araştırmada ön plana çıkmamıştır. Nitekim araştırma kapsamındaki kararlar göz önüne alındığında vegan

büyütmek/büyütmemek, aşı yaptırmak/aşısızlık ve okul tercihi/okulsuzluk tercihi şeklinde alternatifi olmayan karar biçimleri olduğu açıktır.

Bireylerin bilişleri ile eylemleri arasındaki uyuma doğru dürtü vardır. Bir başka ifadeyle bireyler bilişler arasındaki uyum dengesini bunlara uygun davranışlarla ortaya koyarlar (Leahy, 2003; Festinger, 1962). Bu araştırmada vekaleten verilen kararlarda bilişsel uyuma ulaşma çabasının, diğer kararlardan çok daha yoğun olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu durum, bir başkası adına alınan uç kararlarda bireyin bilişleri ile eylemleri arasındaki tutarlığa dikkat çekmektedir. Simon vd. (2004) de insanların nasıl karar verdiğini anlamada ve insan davranışını gerekçelendirmede bilişsel tutarlılık teorilerinin daha büyük bir rol oynaması gerektiğini ileri sürmektedir.

Tüketici satın alma karar sürecine yönelik çalışmalar genellikle benlik genişletme ve gösterişçi tüketim perspektiflerinde yoğunlaşmıştır. Bu araştırmada ise karar verme süreci daha bütüncül açıdan ele alınmış ve karar vericilerin benlik genişletme sürecinin ötesinde sosyal kimlik oluşturma sürecine daha fazla eğilim gösterdikleri bulgusuna ulaşılmıştır.

Sosyal kimlik, benlik kavramının bir alt sistemidir (Tajfel, 1982, s. 21). Sosyal kimlik, benlik kavramının “biz” yönüdür ve grup üyeliğiyle ilişkilidir (Myers, 2002, s. 41). Sosyal kimlik kuramında da bireyin belirli bir gruba üye olmasından ortaya çıkan benlik üzerine vurgu yapılır (Sakallı, 2001, s. 179). Bireyler sınıflandırma yaparak kendileri ve diğerleri arasında kategorik olarak ayırım yaparlar. Diğer grupları kendi içinde buldukları grupla karşılaştırarak dahil oldukları grubun değerini/anlamını bulmaya çalışır. Olumlu bir sosyal kimlik edinmeye çabalarlar (Sakallı, 2001, s. 197). Bu araştırmada katılımcıların sosyal kimlik oluşturma süreci hem karardan duydukları tatmini hem de kararı doğrulama çabalarını etkilemektedir. Katılımcılar sosyal kimlik edindiği/edinmeye devam ettiği ortamlarda kararlarından daha fazla tatmin olmakta ve kararlarını doğrulamaktadır. Nitekim bu süreç; karar verme noktasında ortaya çıkan uyum durumunun, karar sonrası süreçte de sürdürüldüğünü göstermektedir.

Vekaleten karar verme literatürü çoğunlukla sağlık alanında yoğunlaşmış ve bu alandaki çalışmalarda daha yaygın bilinen modeller ve teoriler temel alınmıştır. Bu alanda çoğunlukla başvuru alan modeller ve teorik yaklaşımlar: Sağlık İnanç Modeli, Sosyal Öğrenme Teorisi, Sosyal Bilişsel Teori, Sebep Eylem Teorisi, Planlı Davranış Teorisi, Değişimin Aşamaları Modeli, Sosyal Pazarlama ve Ekolojik Modellerdir

(Glanz vd., 2008). Vekaleten karar verme sürecinin araştırıldığı bu tezde, vekaleten karar verme sürecine yönelik özgün teorik bir model sunulmuştur. Araştırma sonucunda sunulan teorik modelin bilhassa vekaleten karar verme alanına yönelik olması literatüre teorik katkı sağlamaktadır.

5.2. Uygulamacılara Yönelik Katkılar

Vekaleten karar verme sürecinin üç aşamalı olarak sunulduğu bu çalışmada yer alan aşamalar ve içerisindeki temalar; vekaleten karar verme sürecinin nasıl başladığını, karar vericinin kararına nelerin etki ettiğini ve mevcut durumda kararını nasıl sürdürdüğünü ortaya koymuştur. Bu bulgulardan yola çıkarak sektördeki pazarlamacılar ve iletişimciler, başkası adına karar verme davranışının nasıl ortaya çıktığını, nelerden etkilendiğini dikkate alarak hedef kitlelerinde yer alan karar vericilerin davranışlarına yönelik stratejiler geliştirebilirler.

Diğer kararlara nazaran toplum genelinin aksi yönde verilen kararlarda hedef kitleye daha farklı davranılması gerekebilir. Araştırma konusu kararlara ilgili çalışmalar yürüten sivil toplum kuruluşları (beslenme, sağlık, eğitim alanındaki kuruluşlar) bu kararların nasıl verildiğini dikkate alarak davranış değiştirmeye yönelik daha seçilmiş kampanyalar tasarlayabilir. Örneğin; bu çalışmada vekaleten karar verme sürecini başlatan yetki ve özerklik motivasyonunu, hissedilen yoğun sorumluluk duygusu ve anne olma tetiklemiştir. Buradan yola çıkarak bu kuruluşlar, davranışın ortaya çıkmasını sağlayabilecek uyarıcılarla karar ve davranışa yön verebilirler.

Bu çalışmada vekaleten verilen kararlarda algılanan riskin, karar vericinin bilgi arama sürecine rehberlik ettiği bulgusuna ulaşılmıştır. Pazarlamacılar ve iletişimciler, bu tür kararlara yönelik iletişim stratejilerini oluştururken riski azaltıcı bilgilere yer verebilir, iletişim kampanyaları tasarlayabilirler.

Çoğu farklı türdeki karar (kişisel olsun ya da kamusal nitelikte olsun) karar vericinin inançlarına ve değerlerine dayalıdır (Von Winterfeldt, 2013). Bu çalışmada, inanç ve değerlerin karar verme sürecinde oldukça etkili olduğu görülmüştür. Pazarlamacılar ve reklamcılar, araştırmalarla hedef kitlelerinde yer alan karar vericilerin kararlarının altında yatan inanç ve değer dinamiklerini ortaya çıkartabilir. Bu çalışmada veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk kararları araştırılmıştır. Bu kararların her birinin sonucunda bir ürün ya da hizmet talep etme/etmeme durumu ortaya çıkmaktadır.

Pazarlamacılar ve reklamcılar bir ürün ya da hizmet talep etme/etmemenin altında inanç ve değer gibi çok derin anlamların yattığını dikkate alarak, ürünlerinin/hizmetlerinin tercih edilme/edilmeme nedenlerini daha derinlemesine araştırıp, daha stratejik ve hedefe yönelik kampanyalar tasarlayabilir. Ayrıca, kararın ve davranışın ortaya çıkmasını kolaylaştıracak biliş-eylem uyumunu yansıtacak reklam kampanyaları da tasarlanabilir.

Bu araştırmada vekaleten karar verme sürecinde, karar vericiler; kamusal, kişisel ve deneyimsel kaynaklar çatısı altındaki kanallardan bilgi edinmiştir. Bu kanallardan karar sürecinin her aşamasında önemi değişen ölçüde yararlanılmıştır. Bilgi edinilen kanallar arasında Instagram, Facebook, WhatsApp, Youtube gibi sosyal medya araçları; doktor, diyetisyen, eğitmen gibi uzman kişiler; benzer türde karar alan diğer deneyim sahibi kişiler ve gruplar dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda pazarlamacılar ve reklamcılar, karar vericilerle bağlantı kurabilecekleri temas noktalarını keşfedebilir ve iletişim stratejilerini düzenleyebilirler.

Karar vericiler, karar sürecinin tüm aşamalarında sosyal çevreden destek ve baskı hissetmiştir. Fakat bu süreçte baskının çok daha yoğun hissedildiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bir başkası adına yoğun sorumluluk üstlenilerek alınan bu tür kararlarda bir yandan karar vericiye destek olacak öte yandan da baskıyı azaltmaya yardımcı olacak karar destek birimleri kurulup annelere rehberlik edilebilir.

Bu araştırmada karar sonrası süreçte karardan tatmin olma, doğrulama çabası ve sosyal kimlik oluşturma davranışlarının ortaya çıktığı bulgusuna ulaşılmıştır. Pazarlamacılar ve reklamcılar, beklentilerle/gerçekleşenleri karşılaştıracak ve hissedilen duyguları açığa çıkaracak uygulamalarla hedef kitlelerinde yer alan karar vericilerin karardan tatmin olma durumunu değerlendirebilir. Ayrıca tatmin durumunun sürdürülmesinde doğrulama çabasının etkisi de iletişim stratejilerine yön verebilir. Yine sosyal kimlik oluşturma sürecinde iletişim içinde bulunan kişiler, üye olunan gruplar ve fikir lideri olma gibi davranışlar uygulamacılara yön gösterebilir.

5.3. Yeni Araştırma Önerileri ve Sınırlılıklar

Bu araştırma, pazarlama literatürü içinde vekaleten karar verme sürecine ilişkin bir model sunması açısından özgün değer taşımaktadır. Kişinin kendisi adına aldığı kararlardan farklı dinamiklere sahip vekaleten karar verme sürecinin anlaşılması ve

teorik bir model sunulmasının, pazarlama literatürü içinde yeni bir alan açacağı ve özellikle yeni çalışmalara taban oluşturabileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda aşağıda araştırmanın bulgularından ve sınırlılıklarından yola çıkılarak, tartışmalar ışığında, ileriki araştırmalara yönelik öneriler sunulmuştur:

- Ebeveyn ve/veya anne kararları pazarlama literatüründe farklı perspektiflerden ele alınmış bir konudur. Özellikle ebeveynlik stili, eşlerin ve çocukların karara etkisi ya da sembolik ve gösterişçi tüketim bağlamlarında ele alınmıştır. Bu araştırmada vekaleten karar verme süreci farklı bir bakış açısı ile ele alınmıştır bu sayede konunun literatüre zenginlik katacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte bu araştırma kapsamında elde edilen bulguların yeni sorular yaratacağı ve dolayısıyla yeni çalışmalara ışık tutabileceği düşünülmektedir.
- Araştırmanın literatüre olası katkılarından biri de pazarlamada yeni bir yaklaşım olan “tüketici yolculuğu” bakış açısını kullanılmasıdır. Özellikle literatürde anneler üzerine “tüketici yolculuğu” yaklaşımı ile gerçekleştirilmiş bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu anlamda da bu yaklaşımla literatüre katkı sağlanacağı ve yeni çalışmalara fikir vereceği düşünülmektedir.
- “Tüketici yolculuğu” yaklaşımı, annelerin çocukları adına verdikleri karar süreci içindeki temas noktalarını (bilgi kaynakları, sosyal çevre) ortaya koymaktadır. Bu anlamda vekaleten karar verme süreci içinde annelerin hangi temas noktalarından geçerek karar aldığı konusunda önemli bir bilgi sunmaktadır.
- Her ne kadar vekaleten karar verme süreci bu araştırmada uç kararlar açısından incelenmiş olsa da ortaya koyduğumuz karar modeli ileriki araştırmalarda ekonomik anlamda değeri olan ürün ve hizmetlerin satın alımı çerçevesinde incelenebilir. Katılımcıların inanç ve değerlerinin vekaleten verilen kararlardaki önemi göz önüne alındığında gelecekteki araştırmalar bu inanç ve değerlerin çocukla ilgili ürün/hizmet satın alımlarında nasıl etkili olduğunu araştırabilir. Bunun yanı sıra bu karar modeli farklı sosyal alanlarda da fayda sağlayabilir.
- Bu araştırmada vekaleten karar verme sürecini bütünsel perspektifte sunabilmek için bu süreçte etkili olan ortak unsurlar belirlenmeye çalışılmıştır. Nitekim veganlık, aşısızlık ve okulsuzluk karar bağlamlarının kendi dinamikleri her bir

karar için ayrı ayrı çalışabilir. Her bir karar içerdiği riskler açısından ele alınabilir.

- Bu araştırmanın katılımcıları uç kararlar almış bireylerden oluşmaktadır. İleriki araştırmalar çocuk adına alınan daha yaygın/bilinen kararları (beslenme, giyim, eğitim, sağlık) çalışabilir. Bunun yanı sıra uç olmayan diğer kararlar açısından da bu karar modeli üzerinde çalışılabilir. Vekaleten karar verme sürecinin bu tür kararlarda farklılaşıp farklılaşmadığı incelenebilir.
- İleriki araştırmalarda, vekaleten karar verme sürecine ilişkin olarak anneler ile babalar bir arada ya da yalnızca babalar örneklem olarak seçilebilir. Bu araştırmanın örnekleme sadece annelerden seçilmiştir. Her ne kadar bu araştırmanın örnekleminde yer alan katılımcı anneler karar sürecinde birincil karar verici konumunda olsalar da kararı başlatan baba olabilir ya da karar anı aşamasında eş desteğini almak önemli olabilir. Böylelikle ortaklaşa karar verme durumunda vekaleten karar verme sürecinin nasıl değişeceği araştırılabilir.
- Bu çalışmada katılımcıların çocukları karar verme yetisinden yoksun çok daha küçük çocuklardan oluşmaktaydı. Diğer araştırmalar yine karar verme yetisinden yoksun fakat daha ileri yaştaki çocuklar açısından çocuğun karar sürecindeki rolünü de çalışabilir.
- Bu araştırmanın sonuçları doğrultusunda mevcut verilerle bilgi işlemenin rasyonel ve duygusal olmak üzere iki yolla gerçekleştiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte tutum değişimine yönelik bir model olan İknanın Detaylandırma Olasılığı Modeline göre bilgi işlemede merkezi ve çevresel yollar da mevcuttur. Bu modelde ikna, merkezi ve çevresel olmak üzere iki farklı yolla oluşabilir. (Kubat ve Aksoy, 2015, s 501). Merkezi yol yoğun bir bilişsel çabayla gerçekleşir; bilgiler detaylıca incelenir ve değerlendirilir. Çevresel yolda ise daha az bilgi incelenir ve değerlendirme için çok çaba gösterilmeden basit ipuçlarıyla tutum değişimi gerçekleşir (Kubat ve Aksoy, 2015, s. 502). Belirtildiği üzere bilgi işlerken bu yollar da izlenebilmektedir. Fakat mevcut veriyle böyle bir çıkarımda bulunmak mümkün olmamıştır. Eldeki veri bunu söyleyebilmek için elverişli değildir. İleriki araştırmalar bilgi işleme sürecinde hangi yollardan geçildiğini daha detaylı modellerle irdeleyebilir.

- Bu araştırma nitel bir araştırma olduğu için küçük bir örneklem üzerinde derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Her ne kadar örnek olaylar betimsel ve zengin veriler sunsa da bulguların genellenebilirliği bu araştırmanın kısıtını oluşturmaktadır. İleri araştırmalar daha büyük örneklem üzerinde nicel bir çalışma yaparak karar modelini deneyebilir ve test edilebilir.
- Bu araştırmanın katılımcıları çocukları adına araştırma kapsamındaki uç kararları alan annelerdi. İleriki araştırmalarda karar verme yetisi sınırlı olan daha ileri yaştaki “yaşlılar” grubu hedef alınabilir ve bu grup adına karar alan kişiler örneklem olarak seçilebilir. Bu gruptaki kişilerle ilgili temel bakıma dair kararlar, ilaç, tıbbi tedavi gibi sağlık hizmeti alanındaki kararlar, finans yönetimi ve bankacılık hizmetleri gibi pek çok alandaki kararlar onlar adına karar alan kişiler açısından vekaleten karar modeli çerçevesinde araştırılabilir.
- Bu araştırmanın örneklemini seçilirken sosyal medya kanalından yararlanılmıştır ve araştırmanın örneklemini oluşturan tüm katılımcılar sosyal medya kullanıcısıdır. İleriki araştırmalar bu tür kararları alıp sosyal medya kullanıcısı olmayan kişiler üzerinde vekaleten karar verme sürecinin farklılaşp/farklılaşmadığını, farklılaşıyorsa da hangi yönlerden farklılaştığını araştırabilir.
- Bu araştırmanın katılımcıları hali hazırda araştırma konusu kapsamındaki kararları almış ve uygulayan kişilerdir. Araştırma bulgularında da değinildiği üzere karardan tatmin durumundadırlar ve net bir şekilde bu karar yolculuğunu sürdürmektedirler. İleriki araştırmalar karardan tatmin olmama ve/veya kararı alıp karardan vazgeçme gibi durumları araştırabilir. Bu gibi durumlarda vekaleten karar verme sürecinin nasıl oluştuğu incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Adler, R. H. (2022). Trustworthiness in Qualitative Research. *Journal of Human Lactation*, 38 (4), 598-602.
- Afifi, W. A., Dillow, M. R. and Morse, C. (2004). Examining predictors and consequences of information seeking in close relationships. *Personal Relationships*, 11, 429-449.
- Ahmad, R.S., Sulaiman, Z., Nik Hussain, N. H., Noor, N. M. (2022). Working Mothers' Breastfeeding Experience: A Phenomenology Qualitative Approach. *BMC Pregnancy and Childbirth*, 22 (85), 1-8.
- Akgül, D. (2019). Hoşgeldin Bebeğim: Alıyorum Öyleyse Anneyim. 24. *PPAD Pazarlama Kongresi*, Aydın: Kuşadası, s. 22-27.
- Ali, A. ve Batra, D. K. (2011). Children Influence On Parents Buying Decisions in Delhi (India). *European Journal of Business and Management*, 3 (11), 19-28.
- Allen, J. D., Othus, M. K., Shelton, R. C., Li, Y., Norman, N., Tom, L. ve del Carmen, M. G. (2010). Parental Decision Making about the HPV Vaccine. *Cancer Epidemiol Biomarkers & Prevention*, 19 (9), 2187-2198.
- Amery, J., Marston, J. and Ngidi, N. (2009). Ethics and Law. J. Amery (Ed.), *Children's Palliative Care in Africa* in (pp. 305-324). New York: Oxford University Press.
- Araujo, C. (2013). Moments of Truth: The Future of the Customer Experience. *A Professional Journal for the Technical Service and Support Community, ThinkHDI*, 21-23.
- Aronson, E., Wilson, T. D. and Akert, R. M. (2013). *Social Psychology* (8th Edition). New Jersey: Pearson.
- Asch, D. A., Baron, J., Hershey, J. C., Kunreuther, H., Meszaros, J., Ritov, I., Spranca, M. (1994). Omission Bias and Pertussis Vaccination. *Medical Decision Making*, 14 (2), 118-123.

- Avcu, A. U. (2015). 0-2 Yaş Bebeği Olan Annelerin Oyuncak Tercihlerinin İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2 (4), 37-46.
- Bao, Y., Fern, E. F. ve Sheng, S. (2007). Parental Style and Adolescent Influence in Family Consumption Decisions: An Integrative Approach. *Journal of Business Research*, 60, 672-680.
- Baroni, L., Goggi, S., Battaglino, R., Berveglieri, M., Fasan, I., Filippin, D., Griffith, P., Rizzo, G., Tomasini, C., Tosatti, M. A., Battino, M. A. (2019). Vegan Nutrition for Mothers and Children: Practical Tools for Healthcare Providers. *Nutrients*, 11 (5), 1-16.
- Batra, R. and Keller, K. L. (2016). Integrating Marketing Communications: New Findings, New Lessons, and New Ideas. *Journal of Marketing*, 80 (6), 122-145.
- Baybars, M. ve Dedeoğlu, A. Ö. (2019). Annelerin Tüketici Harcamaları Öz Kontrolünün Çocukları ve Kendileri İçin İncelenmesi. *24. PPAD Pazarlama Kongresi*, Aydın: Kuşadası, s. 417-423.
- Baydaş, A., Gökdeniz, İ., Canitez, M. ve Güngör, T. (2008). Tüketicinin Satın Alma Karar Sürecinde Aile Bireylerinin Etkinliğine Yönelik Bir Çalışma. *Journal of Social Sciences*, 5 (1), 69-90.
- Bayraktar, A. (2015). Yeniliklerin Yayılması Teorisi. M. İ. Yağcı ve S. Çabuk (Ed.), *Pazarlama Teorileri içinde* (2. Baskı, s. 85-112). İstanbul: MediaCat.
- Belk, R. W. (1979). Gift-giving Behavior. J. N. Sheth (Ed.), *Research in Marketing in* (pp. 95-126). Greenwich: JAI Press.
- Beresford, B. ve Sloper, T. (2008). *Understanding the Dynamics of Decision-Making and Choice: A Scoping Study of Key Psychological Theories to Inform The Design and Analysis of the Panel Study*. University of York: Social Policy Research Unit.
- Berkman, E. T. and Lieberman, M. D. (2011). What's outside the Black Box?: The Status of Behavioral Outcomes in Neuroscience Research. *Psychological Inquiry*, 22 (2), 1-13.

- Bettencourt, L. A., Harmeling, C., Bhagwat-Rana, Y., Houston, M. B. (2022). Consumer Job Journeys. *Journal of Service Research*, 25 (3), 347-370.
- Bivi, D., Di Chio, T., Geri, F., Morganti, R., Goggi, S., Baroni, L., Mumolo, M. G., de Bortoli, N., Peroni, D. G., Marchi, S., Bellini, M. (2021). Raising Children on a Vegan Diet: Parents' Opinion on Problems in Everyday Life. *Nutrients*, 13 (6), 1-14.
- Bolişik, B., Bal Yılmaz, H., Yavuz, B. ve Tural Büyük, E. (2014). Yetişkinlerin Çocuklar İçin Oyuncak Seçimine Yönelik Davranışlarının İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3 (4), 976-990.
- Bolinder, M. and Boström, P. (2019). *Exploring the Customer Journey: An exploratory study Investigating the Customer Journey*. Unpublished Bachelor Thesis. Kristianstad: Kristianstad University.
- Braun M. and Krutzinna, J. (2022). Digital Twins and the Ethics of Health Decision-Making Concerning Children. *Patterns*, 3, 1-7.
- Brown, C. (2022). *Preservation of Autonomy in Pediatric Decision-Making*. Unpublished Master of Arts Dissertation. Missouri: University of Missouri-St. Louis.
- Brown, K. F., Long, S. J., Ramsay, M., Hudson, M. J., Green, J., Vincent, C. A., Kroll, J. S., Fraser, G., Sevdalis, N. (2012). UK Parents' Decision-Making About Measles-Mumps-Rubella (MMR) Vaccine 10 Years After the MMR-Autism Controversy: A Qualitative Analysis. *Vaccine*, 30, 1855-1864.
- Buchanan, A. E. and Brock, D. W. (1998). *Deciding For Others: The Ethics Of Surrogate Decision Making* (4th). New York: Cambridge University Press.
- Camerinia, A-L., Divianib, N., Faddaa, M., Schulza, P. J. (2019). Using protection motivation theory to predict intention to adhere to official MMR vaccination recommendations in Switzerland. *SSM - Population Health*, 7, 1-11.

- Caruana, A. ve Vassallo, R. (2003). Children's perception of their influence over purchases: the role of parental communication patterns. *Journal of Consumer Marketing*, 20 (1), 55-66.
- Cengiz, E. (2009). Satın Alma Kararlarında Ailedeki Eşlerin etkisi ve Bu Etkiyi Şekillendiren Değişkenler. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23 (1), 207-228.
- Cerminara, K. L. (2009). Three Female Faces: The Law of End-of-Life Decision Making in America. J. L. Werth, Jr. and D. Blevins (Ed.), *Decision Making near the End of Life* in (pp. 95-118). New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Chaudry, A., Henly, J. ve Meyers, M. (2010). *Conceptual Frameworks for Child Care Decision-Making. Office of Planning, Research and Evaluation, Administration for Children and Families*. Washington DC: U.S. Department of Health and Human Services.
- Chaudhary, M. (2013). *Role Of Children in The Family Buying Process*. Unpublished Doctoral Disseration. India: Jaypee Institue Of Information Technology.
- Chaudhary, M. (2016). Involvement of Children in the Family Buying: A Review. *Pacific Business Review International*, 8 (11), 54-62.
- Chaudhary, M. ve Gupta, A. (2012). Children's Influence in Family Buying Process in India. *Young Consumers*, 13 (2), 161-175.
- Chikweche, T., Stanton, J. ve Fletcher, R. (2012). Family purchase decision making at the bottom of the pyramid. *Journal of Consumer Marketing*, 29 (3), 202-213.
- Chisty, M. A., Islam, M. A., Munia, A. T., Rahman, M., Rahman, N. N., Mohima, M. (2021). Risk perception and information-seeking behavior during emergency: An exploratory study on COVID-19 pandemic in Bangladesh. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 65, 1-11.
- Chowdhury, A. I. (2010). *Consumer Behavior*. J. Hossain (Ed.). Bangladesh: Bangladesh Open University.

- Clarke, P. and McAuley, A. (2010). Parental Evaluation of Popular Brand Names Given As Christmas Gifts And Sources of Information Used in These Decisions. *Journal of Consumer Marketing*, 27 (6), 534-542.
- Coffey, T. J., Siegel, D. L. ve Livingston, G. (2006). *Marketing to the New Super Consumer: Mom and Kid*. Ithaca: Paramount Market Publishing.
- Cohen, L. J. (2019). *A'dan Z'ye Psikoloji: Psikoloji Biliminin Tarihi, Bölümleri, Kapsamı ve Tüm Ayrıntıları* (Çev. M. Doğan, 2. Baskı). Ankara: Say Yayınları.
- Collin, C., Benson, N., Ginsburg, J., Grand, V., Lazyan, M., Weeks, M. (2016). *Psikoloji Kitabı* (Çev. E. Lakşe). İstanbul: Alfa.
- Colon-Emeric, C. S., Hecker, E. J., McConnell, E., Herndon, L., Little, M., Xue, T., Berry, S. (2022). Improving Shared Decision-Making for Osteoporosis Pharmacologic Therapy in Nursing Homes: A Qualitative Analysis. *Arch Osteoporos*, 17 (1), 1-16.
- Connelly, L. M. (2016). Trustworthiness in Qualitative Research. *MEDSURG Nursing*, 25 (6), 435-436.
- Court, D., Elzinga, D., Mulder, S., Vetvik, O. J. (2009). The Consumer Decision Journey. *McKinsey Quarterly*, 3, 1-11.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (2nd Edition). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd Edition). California: SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni* (3. Baskı, Çev Ed.: M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Cullen, S. (2019). *Territorial Ethical Decision Making Framework*. Northwest Territories Health and Social Services Authority: Yellowknife.

- Dal, N. E. ve Dal, V. (2015). Çocukların Tüketici Olarak Sosyalleşme Sürecinde TV Reklamlarının ve Ailenin Rolü Hakkında Teorik Bir Çalışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (13), 371-388.
- Damnjanovic, K., Graeber J., Illic, S., Lam, W. Y., Lep, Z., Morales, S., Pulkkinen, T., Vingerhoets, L. (2018). Parental Decision-Making on Childhood Vaccination. *Frontiers in Psychology*, 9 (735), 1-14.
- Damnjanovic, K., Ilic, S., Pavlovic, I., Novkovic, V. (2019). Refinement of Outcome Bias Measurement in the Parental Decision-Making Context. *Europe's Journal of Psychology*, 15 (1), 41-58.
- Darian, J. C. (1998). Parent-child decision making in children's clothing stores. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 26 (11), 421-428.
- Darley, W. K. ve Lim, J-S. (1986). Family decision making in leisure time activities: an exploratory investigation of the impact of locus of control, child age influence factor and parental type on perceived child influence. *Advances in Consumer Research*, 13, 370-374.
- Deaux, K. (2000). Models, Meanings and Motivations. R. Brown and D. Capozza (Ed.), *Social Identity Processes: Trends in Theory and Research* in (pp. 1-14). London: Sage Publications.
- Deml, M. J., Buhl, A., Huber, B. M., Burton-Jeangros, C., Tarr, P. E. (2021). Trust, Affect, And Choice In Parents' Vaccination Decision-Making And Health-Care Provider Selection in Switzerland. *Sociology of Health & Illness*, 44 (1), 41-58.
- Devettere, R. J. (2010). *Practical Decision Making in Health Care Ethics: Cases and Concepts* (3rd Edition). Washington, D.C.: Georgetown University Press.
- Doğrul, Ü. (2021). Öz-Belirleme Teorisi. M. İ. Yağcı ve S. Çabuk (Ed.), *Pazarlama Teorileri 2* içinde (s. 303-330). İstanbul: MediaCat.
- Donald, O., Andrews, J. E., Johnson, J. D., Allard, S. L. (2005). Avoiding versus seeking: the relationship of information seeking to avoidance, blunting, coping,

- dissonance, and related concepts. *Journal of the Medical Library Association*, 93(3), 353-362.
- Dotson, M. J. ve Hyatt, E. M. (2005). Major Influence Factors in Children's Consumer Socialization. *Journal of Consumer Marketing*, 22 (1), 35-42.
- Douglas, S. P. (1993). Examining Family Decision-Making Processes. *Advances in Consumer Research*, 10, 451-453.
- Dunn, L. B., Hoop, J. G., Misra, S., Fisher, S. R., Roberts, L. W. (2011). A Feeling That You're Helping: Proxy Decision Making for Alzheimer's Research. *Narrative Inquiry in Bioethics*, 1 (2), 107-122.
- Dutta, T., Meyerson, B. E., Agley, J., Barnes, P. A., Sherwood-Laughlin, C., Nicholson-Crotty, J. (2020). A Qualitative Analysis of Vaccine Decision Makers' Conceptualization and Fostering of "Community Engagement" in India. *International Journal for Equity in Health*, 19 (185), 1-14.
- Ekstrom, K. M., Tansuhaj, P. S. ve Foxman, E. R. (1987). Children's Influence in Family Decisions and Consumer Socialization: a Reciprocal View. *Advances in Consumer Research*, 14, 283-287.
- Ekström, K. M. (2007). Parental consumer learning or -keeping up with the children-. *Journal of Consumer Behaviour*, 6, 203–217.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D. and Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th Edition). New York: Dryden Press.
- Erkan, İ. (2021). Bilgiyi Benimseme Modeli. M. İ. Yağcı ve S. Çabuk (Ed.), *Pazarlama Teorileri 2* içinde (s. 113-129). İstanbul: MediaCat.
- Ertemel, A. V. ve Başçı, A. (2015). Effects of Zero Moment of Truth on consumer buying decision: An exploratory research in Turkey. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (2), 526-536.

- Family First, (2018). *Why Mothers Matter Report to Family First New Zealand, Mother's Day 2018*. New Zealand, 1-32. <https://familyfirst.org.nz/wp-content/uploads/2018/05/Why-Mothers-Matter.pdf> Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Festinger, L. (1962). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Finnegan Jr., J. R. and Viswanath, K. (2008). Communication Theory and Health Behavior Change. K. Glanz., B. K. Rimer and K. Viswanath (Ed.), *Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice* in (4th Edition, pp. 363-387). San Francisco: Jossey-Bass.
- Fischhoff, B. (2009). Risk Perception and Communication. R. Detels., R. Beaglehole., M. A. Lansang., M. Gulliford (Ed.), *Oxford Textbook of Public Health* in (5th Edition, pp. 940-953). Oxford University Press.
- Flurry, L. A. (2007). Children's Influence in Family Decision-making: Examining the Impact of the Changing American family. *Journal of Business Research*, 60, 322-330.
- Forster, A. S., Rockliffe, L., Chorley, A. J., Marlow, L. A. V., Bedford, H., Smith, S. G., Waller, J. (2016). A qualitative systematic review of factors influencing parents' vaccination decision-making in the United Kingdom. *SSM - Population Health*, 2, 603–612.
- Forsythe, A. (2022). *Parental Factors in Medical Decision-Making for Their Children with Functional Abdominal Pain Disorders: Testing Utility of the Health Belief Model*. Unpublished Master of Science Dissertation. Michigan: University of Michigan-Dearborn.
- Foxman, E., Tansuhaj, P., Ekstrom, K. M. (1989). Family Members' Perceptions of Adolescent' Influence in Family Decision Making. *Journal of Consumer Research*, 15, 482-491.

- Fulmer, K. A. (1997). Parents' Decision-Making Strategies When Selecting Child Care: Effects of Parental Awareness, Experience, and Education. *Child & Youth Care Forum*, 26 (6), 390-409.
- Gadsden, V. L., Ford, M. and Breiner, H. (2016). *Parenting Matters: Supporting Parents Of Children Ages 0–8*. A Report of National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. Washington, D.C.: The National Academies Press, 1-524.
https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK402024/pdf/Bookshelf_NBK402024.pdf (Erişim tarihi: 29.12.2022).
- Garner, T. I. and Wagner, J. (1991). Economic Dimensions of Household Gift Giving. *Journal of Consumer Research*, 18 (3), 368-379.
- Gelperowic, R. ve Beharrell, B. (1994). Healthy Food Products for Children: Packaging and Mothers' Purchase Decisions. *British Food Journal*, 96 (11), 4-8.
- Giese, J. L. and Cote, J. A. (2000). Defining Consumer Satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 1, 1-27.
- Giray, C., Yon, B., Alniacik, U., Giriskan, Y. (2022). How Does Mothers' Mood Matter on Their Choice of Organic Food? Controlled Eye-Tracking Study. *Journal of Business Research*, 144 (11), 1175-1185.
- Glanz, K., Rimer, B. K., Viswanath, K. (2008). Theory, Research, and Practice in Health Behavior and Health Education. K. Glanz., B. K. Rimer and K. Viswanath (Ed.), *Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice* in (4th Edition, pp. 23-40). San Francisco: Jossey-Bass.
- Gluckman, P. (2016). *Making decisions in the face of uncertainty: Understanding risk*. PMCSA Risk Series (Part 2). New Zealand, 1-27.
<https://dpmc.govt.nz/sites/default/files/2021-10/pmcsa-Risk-paper-2-Nov-2016-.pdf> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- Godwin, S. (2015). Against Parental Rights. *Columbia Human Rights Law Review*, 47 (1), 1-83.

- Goodwin, C. Smith, K. L., Spiggle, S. (1990). Gift Giving: Consumer Motivation and the Gift Purchase Process. M. E. Golberg, G. Gorn and R. W. Pollay (Ed.), *Advances in Consumer Research* in (pp. 690-698). Provo: UT.
- Griffioen, A. M., Glynn, S., Mullins, T. K., Zimet, G. D., Rosenthal, S. L., Fortenberry, J. D. ve Kahn, J. A. (2012). Perspectives on Decision Making About Human Papillomavirus Vaccination Among 11- to 12-Year-Old Girls and Their Mothers. *Clinical Pediatrics*, 51 (6), 560-568.
- Grolnick, W. S. (2015). Mothers' motivation for involvement in their children's schooling: Mechanisms and outcomes. *Motivation and Emotion*, 39 (1), 63-73.
- Guneri, B., Yurt, O., Kaplan, M. D. ve Delen, M. (2009). The Influence of Children on Family Purchasing Decisions in Turkey, *Asian Journal of Marketing*, 2 (1), 20-32.
- Guenther, C., Wilton, E. and Fernandes, R. (2016). Identity. V. Zeigler-Hill and T. K. Shackelford (Ed.), *Encyclopedia of Personality and Individual Differences* in (pp. 1-10). Springer International Publishing.
- Haan, E. D., Kannan, P. K., Verhoef, P. C. ve Wiesel, T. (2015). *The Role of Mobile Devices in the Online Customer Journey*. Marketing Science Institute Working Paper Series, Report No. 15-124. <https://www.msi.org/working-papers/the-role-of-mobile-devices-in-the-online-customer-journey/> (Erişim Tarihi: 15.12.2022).
- Halvorsrud, R., Kvale, K., Folstad, A. (2016). Improving Service Quality through Customer Journey Analysis. *Journal of Service Theory and Practice*, 26 (6), 840-867.
- Hamilton, K. (2009). Consumer Decision Making in Low-income Families: The Case of Conflict Avoidance. *Journal of Consumer Behaviour*, 8, 252-267.
- Hamilton, K. ve Catterall, M. (2006). Consuming Love in Poor Families: Children's Influence on Consumption Decisions. *Journal of Marketing Management*, 22 (9-10), 1031-1052.

- Hardwig, J. (2007). The Problem of Proxies with Interests of Their Own: Toward a Better Theory of Proxy Decisions. L. P. Francis (Ed.), *Death, Dying and the Ending of Life, Volumes I and II* in (pp. 317-324). Cornwall: Routledge.
- Hastürk, E. Y. (2012). Çocuk Mobilyası Satın Alımında Ailelerin Etkisi ve Çocukların Tercihleri. *Politeknik Dergisi*, 15 (2), 105-110.
- Hein, N. (2022). Factors Influencing the Purchase Intention for Recycled Products: Integrating Perceived Risk into Value-Belief-Norm Theory. *Sustainability*, 14 (7), 1-15.
- Holiday, S., Norman, M. S., Cummins, R. G., Hernandez, T. N., Holland, D., Rasmussen, E. E. (2018). Television Advertising's Influence on Parents' Gift-giving Perceptions. *Journal of Consumer Marketing*, 35 (7), 665-675.
- Horwood, C., Luthuli, S., Pereira-Kotze, C., Haskins, L. Kingston, G., Dlamini-Nqeketo, S., Tshitauzi, G., Doherty, T. (2022). An Exploration of Pregnant Women and Mothers' Attitudes, Perceptions and Experiences of Formula Feeding and Formula Marketing, and the Factors that Influence Decision-Making about Infant Feeding in South Africa. *BMC Public Health*, 22 (393), 1-10.
- Hung, K-T and Tangpong, C. (2010). General Risk Propensity in Multifaceted Business Decisions: Scale Development. *Journal of Managerial Issues*, 22 (1), 88-106.
- Hynes, C., Hodges, V. J., Wyld, L., Mitchell, C. (2022). Cancer Treatment Decisions for People Living with Dementia: Experiences of Family Carers, A Qualitative Interview Study. *Health Expectations*, 25, 1131-1139.
- Ikoja-Odongo, R. and Mostert, J. (2006). Information seeking behaviour: A conceptual framework. *SA Jnl Libs & Info Sci*, 72(3), 145-158.
- İnan, H. (2015). Beklenti Teorisi. M. İ. Yağcı ve S. Çabuk (Ed.), *Pazarlama Teorileri* içinde (2. Baskı, s. 283-295). İstanbul: MediaCat.

- Ivanov, A. V., Akiba, E. A. G., Konov, K. K. (2021). *The Smartphone Consumer Decision-Making Process of University Students in Sweden: The Case of iPhone*. Unpublished Bachelor Thesis. Jönköping: Jönköping University.
- Izard, C. E. (2009). Emotion Theory and Research: Highlights, Unanswered Questions, and Emerging Issues. *Annual Reviews of Psychology*, 60, 1-25.
- Jackson, C., Cheater, F. M., Harrison, W., Peacock, R., Bekker, H., West, R., Leese, B. (2011). Randomised Cluster Trial to Support Informed Parental Decision-Making for the MMR Vaccine. *BMC Public Health*, 11 (475), 1-11.
- Jansson-Boyd, C. V. (2010). *Consumer Psychology*. New York: Open University Press.
- Javadifar, N., Majlesi, F., Nikbakht, A., Nedjat, S., Montazeri, A. (2016). Journey to Motherhood in the First Year After Child Birth. *Journal of Family and Reproductive Health*, 10 (3), 146-153.
- Jolly, E., Tamir, D. I., Burum, B., Mitchell, J. P. (2019). Wanting without enjoying: The social value of sharing experiences. *PLoS ONE*, 14 (4), 1-23.
- Jonas, D., Scanlon, C. and Bogetz, J. F. (2022). Parental Decision-Making for Children With Medical Complexity: An Integrated Literature Review. *Journal of Pain and Symptom Management*, 63 (1), 11-123.
- Jonas, E. and Schulz-Hardt, S. (2001). Confirmation Bias in Sequential Information Search After Preliminary Decisions: An Expansion of Dissonance Theoretical Research on Selective Exposure to Information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80 (4), 557-571.
- Jorge, A., Maropo, L., Coelho, A. M., Novello, L. (2021). Mummy Influencers and Professional Sharenting. *European Journal of Cultural Studies*, 25 (1), 166-182.
- Kahneman, D. and Tversky, A. (2000). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. D. Kahneman and A. Tversky (Ed.), *Choices, Values and Frames* in (pp. 17-43). New York: Cambridge University Press.

- Karimi, S. (2013). *A Purchase Decision-Making Process Model of Online Consumers and Its Influential Factor a Cross Sector Analysis*. Unpublished Doctoral Dissertation. Manchester: University of Manchester.
- Kaur, P. ve Singh, R. (2006). Children in Family Purchase Decision Making in India and The West: A Review. *Academy of Marketing Science Review*, 8, 1-30.
- Kesberg, R and Keller, J. (2018). The Relation Between Human Values and Perceived Situation Characteristics in Everyday Life. *Frontiers in Psychology*, 9, 1-15.
- Kılıçer, T. ve Uğur, U. (2017). Tüketim İletişiminin Çocukların Yiyecek Tercihlerindeki Rolü: Ebeveynlerin Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (1), 417-442.
- Kim, H. and Schnall, S. (2021). Profit for Friends, Fairness for Strangers: Social Distance Reverses the Endowment Effect in Proxy Decision Making. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 1-33.
- Kim, S., Lim, A., Jang, H., Jeon, M. (2021). Life-Sustaining Treatment Decision in Palliative Care Based on Electronic Health Records Analysis. *Journal of Clinical Nursing*, 32, 163-173.
- Kim, S. Y., Karlawish, J. H., Kim, H. M., Wall, I. F., Bozoki, A. C., Appelbaum, P. S. (2011). Preservation of the Capacity to Appoint A Proxy Decision Maker: Implications for Dementia Research. *Arch Gen Psychiatry*, 68 (2), 214-220.
- King, M. and Carruthers, P. (2022). Responsibility and Consciousness. D. K. Nelkin and D. Pereboom, *The Oxford Handbook of Moral Responsibility* in (pp. 448-467). Oxford: Oxford University Press.
- Kiracı, H. (2014). Tüketici Pazarları ve Tüketici Davranışları. B. Z. Erdoğan (Ed.), *Pazarlama: İlkeler ve Yönetim* içinde (s. 145-175). Bursa: Ekin.
- Kiral, B. (2019). The Rights and Responsibilities of Parents According to the Views of Teachers. *Asian Journal of Education and Training*, 5 (1), 121-133.

- Koç, E. (2016). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım* (7. Baskı). Ankara: Seçkin.
- Kolodziejcki, L. R. (2020). Beyond the “Hullabaloo” of the Vaccine “Debate”: Understanding Parents’ Assessment of Risks When Making Vaccine Decisions. *Rhetoric of Health & Medicine*, 3 (1), 63-92.
- Korkmaz, S., Eser, Z. ve Öztürk, S. A. (2017). *Pazarlama: Kavramlar-İlkeler-Kararlar* (3. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (Global Edition). Pearson.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V. (1999). *Principles of Marketing* (2nd European Edition). Prentice Hall Europe.
- Köksal Araç, S. (2021). Bilgi İşleme Teorisi. M. İ. Yağcı ve S. Çabuk (Ed.), *Pazarlama Teorileri 2* içinde (s. 89-111). İstanbul: MediaCat.
- Köksal, M. H. (2007). Consumer behaviour and preferences regarding children's clothing in Turkey. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 11 (1), 69-81.
- Krijestorac, H., Garg, R., Konana, P. (2021). Decisions Under the Illusion of Objectivity: Digital Embeddedness and B2B Purchasing. *Production and Operations Management*, 30 (7), 2232-2251.
- Kubat, U. ve Aksoy, Ş. (2015). İknanın Detaylandırma Olasılığı Modeli. M. İ. Yağcı ve S. Çabuk (Ed.), *Pazarlama Teorileri* içinde (2. Baskı, s. 499-528). İstanbul: MediaCat.
- Kurdi, B. A. (2017). Investigating the Factors Influencing Parent Toy Purchase Decisions: Reasoning and Consequences. *International Business Research*, 10 (4), 104-116.
- Lacatus, M. L. (2018). Rational and irrational processes in decision making: An economic perspective. *Mental Health Global Challenges*, 1 (1), 1-11.

- Lackman, C. ve Lanasa, J. M. (1993). Family Decision-Making Theory: An Overview and Assessment. *Psychology & Marketing*, 10 (2), 81-93.
- Larcher, V., Craig, F., Bhogal, K., Wilkinson, D., Brierley, J. (2015). Making decisions to limit treatment in life-limiting and life-threatening conditions in children: a framework for practice. *Arch Dis Child*, 100 (2), 1-23.
- Leahy, R. L. (2003). *Overcoming Resistance in Cognitive Therapy*. New York: Guilford Press.
- Lee, C. K-C. ve Beatty, S. E. (2002). Family Structure and Influence in Family Decision Making. *Journal of Consumer Marketing*, 19 (1), 24-41.
- Lee, C. K-C. ve Collins, B. A. (2000). Family Decision Making and Coalition Patterns. *European Journal of Marketing*, 34 (9/10), 1181-1198.
- Lee, S. H. (1990). *An Application of a Five-Stage Consumer Behaviour Decision Making Model: An Exploratory Study of Chinese Purchasing of Imported Health Food*. Unpublished Master of Business Administration Dissertation. Shanghai: Shanghai University of Finance and Economics.
- Lemon, K. N. ve Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing: AMA/MSI Special Issue*, 80, 69-96.
- Lerner, J. S., Li, Y., Valdesolo, P., Kassam, K. (2015). Emotion and Decision Making. *Annual Review of Psychology*, 66, 799-823.
- Lipstein, E. A., Brinkman, W. B., Britto, M. T. (2011). What is Known About Parents' Treatment Decisions? A Narrative Review of Pediatric Decision Making. *Medical Decision Making*, 32 (2), 246-258.
- Lucas-Thomson, R. G., Graham, D. J., Ullrich, E. ve MacPhee, D. (2017). General and food-selection specific parenting style in relation to the healthfulness of parent-child choices while grocery shopping. *Appetite*, 108, 353-360.

- Lung Choo, S. Z., Rosli, N., Teo, S. P. (2022). Audit of advance care planning documentation for Alzheimer's disease in Brunei. *Palliative Medicine in Practice*, 16 (1), 66-68.
- MacNevin, W., MacDonald, A., Hong, P., MacLellan, D. L., Anderson, P. A., Romao, R. L. P. (2022). Shared Decision-Making for Pediatric Elective Penile Surgery. *Canadian Urological Association Journal*, 16 (10), 340-345.
- Mangleburg, T. F. (1990). Children's Influence in Purchase Decisions: A Review and Critique. *Advances in Consumer Research*, 17, 813-825.
- Martensen, A. A. ve Grønholdt, L. (2008). Children's Influence on Family Decision Making. *Innovative Marketing*, 4 (4), 14-22.
- Martinez, E. ve Polo, Y. (1999). Determining Factors in Family Purchasing Behaviour: An Empirical Investigation. *Journal of Consumer Marketing*, 16 (5), 461-481.
- Marwala, T. (2013). Flexibly-bounded Rationality and Marginalization of Irrationality Theories for Decision Making. *Cornell University Library arXiv.org*.
- Matarazzo, O., Abbamonte, L., Greco, C., Pizzini, B., Nigro, G. (2021). Regret and Other Emotions Related to Decision-Making: Antecedents, Appraisals, and Phenomenological Aspects. *Frontiers Psychology*, 12, 1-19.
- Maxwell, J. A. (2018). *Nitel Araştırma Tasarımı: Etkili Bir Yaklaşım* (3. Baskı, Çev. Ed.: M. Çevikbaş). Ankara: Nobel.
- Mead, E., Roser-Renouf, C., Rimal, R. N., Flora, J. A., Maibach, E. W., Leiserowitz, A. (2012). Information Seeking about Global Climate Change among Adolescents: The Role of Risk Perceptions, Efficacy Beliefs and Parental Influences. *Atlantic Journal of Communication*, 20 (1), 1-23.
- Mengarelli, F., Moretti, L., Faralla, V., Vindras, P., Sirigu, A. (2014). Economic Decisions for Others: An Exception to Loss Aversion Law. *PLOS ONE* 9 (1), 1-6.

- Merriam, S. M. (2009). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Merriam, S. M. and Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation* (4th Edition). San Francisco: Jossey-Bass.
- Meszaros, J. R., Asch, D. A., Baron, J., Hershey, J. C., Kunreuther, H., Schwartz-Buzaglo, J. (1996). Cognitive Processes and the Decisions of Some Parents to Forego Pertussis Vaccination for Their Children. *Journal of Clinical Epidemiology*, 49 (6), 697-703.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (2016). *Nitel Veri Analizi* (2. Baskı, Çev. Ed.: S. Akbaba Altun ve A. Ersoy). Ankara: Pegem Akademi.
- Moore, E. M. and Shuptrine, F. K. (1984). Disconfirmation Effects on Consumer Satisfaction and Decision Making Processes. *Advances in Consumer Research*, 11, 299-304.
- Moryossef, I. G. (2014). *Predictive Factors in Fashion Involvement of First Time Mothers Concerning their Newborn's Clothes*. Unpublished Doctoral Dissertation. Pecs: University Of Pecs, Doctoral School in Business Administration.
- Moryossef, I. G. ve Shtokman, N. (2018). Fashion Involvement of the First-Time Mother: Online Purchasing or Face-to-Face Purchasing. *Journal of Health Science*, 6, 264-273.
- Mosher, K. (2018). *How Consumers Create Alternative Consumer Journeys Via Imaginative Mental Experiences*. Doctoral Dissertation. Ontario: Queen's University Kingston.
- Moustakas, C. (2004). *Phenomenological Research Methods*. London: Sage.
- Myers, D. G. (2002). *Social Psychology* (7th). New York: Mc Graw Hill.

- Nakata, C., Izberk-Bilgin, E., Sharp, L., Spanjol, J., Shaojie Cui, A., Crawford, S. Y., Xiao, Y. (2019). Chronic Illness Medication Compliance: A Liminal and Contextual Consumer Journey. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47, 192-215.
- Ndubisi, N. O. ve Koo, J. (2006). Family structure and joint purchase decisions: two products analysis. *Management Research News*, 29 (1/2), 53-64.
- Neeley, S. E. (1973). *Personality And Consumer Behavior*. Unpublished Master of Business Administration Dissertation. Texas: Texas Tech University.
- Nelson Niehues, A., Bundy, A., Broom, A., Tranter, P. (2013). Parents' Perceptions of Risk and the Influence on Children's Everyday Activities. *Journal of Child and Family Studies*, 24 (3), 809-820.
- Newby, H. (1997). Risk Analysis and Risk Perception: The Social Limits of Technological Change. *Process Safety and Environmental Protection*, 75 (3), 133-137.
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of General Psychology*, 2 (2), 175-220.
- Niederhauser, V. P., Baruffi, G. ve Heck, R. (2001). Parental Decision-making for the Varicella Vaccine. *Journal of Pediatric Health Care*, 15, 236-243.
- Niemiec, C. P., Ryan, R. M. and Deci, E. L. (2010). Self-determination theory and the relation of autonomy to self-regulatory processes and personality development. R. H. Hoyle (Ed.), *Handbook of personality and self-regulation* in (pp. 169-191). Blackwell Publishing.
- Noble, G., Stead, M., Jones, S., McDermott, L. ve McVie, D. (2007). The Paradoxical Food Buying Behaviour of Parents: Insights from the UK and Australia. *British Food Journal*, 109 (5), 387-398.
- Nordenstedt, H. and Ivanisevic, J. (2010). Values in risk perception: Studying the relationship between values and risk perception in three countries. *Jamba: Journal of Disaster Risk Studies*, 3 (1), 335-345.

- Nyström, K and Ohrling, K. (2004). Parenthood experiences during the child's first year: literature review. *Journal of Advanced Nursing*, 46 (3), 319-330.
- Odabaşı, Y. ve Barış G. (2015). *Tüketici Davranışı* (15. Baskı). İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Oldenburg, B. and Glanz, K. (2008). Diffusion of Innovations. K. Glanz., B. K. Rimer and K. Viswanath (Ed.), *Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice* in (4th Edition, pp. 313-333). San Francisco: Jossey-Bass.
- Oliveira, A. (2007). A Discussion of Rational and Psychological Decision-Making Theories and Models: The Search for a Cultural-Ethical Decision-Making Model. *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 12 (2), 12-17.
- Oliveira, A. C. M. and Jacobson, S. (2020). (Im)patience by Proxy: Making Intertemporal Decisions for Others. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 182, 83-99.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd Edition). New York: Routledge.
- Olofsson, A., Öhman, S. and Rashid, S. (2007). Differences in risk perception among different groups in society and the impact of basic values and experiences of vulnerability. *Risk & Rationalities*, Cambridge: Queens' College, 1-19.
- Ouvrein, G. (2022). Mommy influencers: Helpful or Harmful? The Relationship between Exposure to Mommy Influencers and Perceived Parental Self-efficacy among Mothers and Primigravida. *New Media & Society* (Doi: 10.1177/14614448221086296).
- Oyserman, D. Elmore, K. and Smith, G. (2012). Self, Self-Concept, and Identity. M. R. Leary and J. Price Tangney (Ed.), *Handbook of self and identity* in (2nd Edition, pp. 69-104). New York: Guilford Press.

- Parise, S., Guinan, P. J., Kafka, R. (2016). Solving the Crisis of Immediacy: How Digital Technology Can Transform the Customer Experience. *Business Horizons*, 59 (4), 411-420.
- Patton, M. Q. (2018). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (2. Baskı, Çev. Ed.: M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Pegem Akademi.
- Pendry, L. (2015). Social Cognition. M. Hewstone., W. Stroebe ve K. Jonas (Ed.), *An Introduction To Social Psychology* in (6th Edition, pp. 93-122). Chichester: Wiley.
- Pennycook, G., Cheyne, J. A., Koehler, D. J., Fugelsang, J. A. (2020). On the belief that beliefs should change according to evidence: Implications for conspiratorial, moral, paranormal, political, religious, and science beliefs. *Judgment and Decision Making*, 15 (4), 476-498.
- Polman, E. (2012). Self-other decision making and loss aversion. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 119, 141-150.
- Pourhaje, F., Peyman, N., Delshad, M. H., Fahimeh Pourhaje, F. (2016). Application of the Protection Motivation Theory in Predicting Preventive Behaviors from Children's Accidental Falls in Mothers with Children Less than Three Years Old Referred to Health Centers. *Health Education and Health Promotion*, 4 (1), 63-75.
- Power, D. J. (2002). *Decision Support Systems: Concepts and Resources for Managers*. Westport, Connecticut: Quorum Books.
- Prendergast, G. ve Wong, C. (2003). Parental influence on the purchase of luxury brands of infant apparel: an exploratory study in Hong Kong. *Journal of Consumer Marketing*, 20 (2), 157-169.
- Prinds, C., Mogensen, O., Hvidt, N. C., Bliddal, M. (2018). First child's impact on parental relationship: an existential perspective. *BMC Pregnancy Childbirth*, 18 (157), 1-7.

- Reddy, K. S. (2011). *Benefits of belonging: Dynamic group identity as a protective resource against psychological threat*. Unpublished Doctoral Dissertation. Colombia: Columbia University, Graduate School of Arts and Sciences.
- Riley, A. and Burke, P. J. (1995). Identities and Self-Verification in the Small Group. *Social Psychology Quarterly*, 58 (2), 1-38.
- Riley, G. (2020). *Unschooling: Exploring Learning Beyond the Classroom*. Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Rizzo, M. J. and Whitman, G. (2018). Rationality as a Process. *Review of Behavioral Economics*, 5, 201-219.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (3rd Edition). New York: Free Press.
- Rose, K. K. ve Elicker, J. (2008). Parental Decision Making About Child Care. *Journal of Family Issues*, 29 (9), 1161-1184.
- Rose, K. K., Vittrup, B. ve Leveridge, T. (2013). Parental Decision Making About Technology and Quality in Child Care Programs. *Child Youth Care Forum*, 42, 475-488.
- Rosenbaum, M. S., Otolara, M. L. ve Ramirez, G. C. (2017). How to create a realistic customer journey map. *Business Horizons*, 60 (1), 143-150.
- Ross C, Brown P, Brown C, Chopra, A., Adshead, G., Tracy, D., Towers, K., McKay, C., Black, I., Forsberg, L. (2022). COVID-19 Vaccination in those with mental health difficulties: A guide to assist decision-making in England, Scotland, and Wales. *Medicine, Science and the Law*, 62 (4), 275-282.
- Rostami, M., Kim, J. P., Turner-Essel, L., Roberts, L. W. (2022). Maternal Perceptions of Safeguards for Research Involving Children. *Journal of Child and Family Studies*, 31, 1220-1231.

- Sadighi, A., Safaie, N., Mirzaei, M. (2022). The Impact of Behavioral Biases in Financial Markets and the Role of Personal Characteristics: A Case Study of Tehran Stock Exchange. *12th International Conference of Modern Research in Management, Economics and Development*. s. 1-22.
- Sakallı, N. (2001). *Sosyal Etkiler: Kim kimi nasıl etkiler?* Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Sakar, S. ve Karaduman, İ. (2018). Türkiye’de Oyuncak Sektöründe Tüketici Tercihine Etki Eden Faktörler Üzerine Bir Araştırma. *ABMYO Dergisi*, 48, 1-22.
- Saldana, J. (2022). Kod ve Kodlama Sürecine Giriş (Çev. S. N. Şad). A. Tüfekçi ve S. N. Şad (Ed.), *Nitel Araştırmacılar için Kodlama El Kitabı* (2. Baskı) içinde (s. 1-42). Ankara: Pegem Akademi.
- Santos, S. and Gonçalves, H. M. (2021). The Consumer Decision Journey: A Literature Review of the Foundational Models and Theories and a Future Perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 1-14.
- Sezgin, N. (2008). *İlköğretim İkinci Kademe Öğrencileri ve Annelerinin Yiyecek Satın Alma Davranışları ve Bunu Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sharma, A. ve Sonwaney, V. (2014). Theoretical modeling of influence of children on family purchase decision making. *Social and Behavioral Sciences*, 133, 38-46.
- Shepherd, V. (2022). (Re) Conceptualising ‘good’ proxy decision-making for research: the implications for proxy consent decision quality. *BMC Medical Ethics*, 23 (75), 1-11.
- Shepherd, V., Wood, F., Gillies, K., O’Connell, A., Martin, A., Hood, K. (2022a). Recruitment interventions for trials involving adults lacking capacity to consent: methodological and ethical considerations for designing Studies Within a Trial (SWATs). *Trials*, 23 (756), 1-7.

- Shepherd, V., Hood, K., Gillies, K., Wood, F. (2022b). Development of a measure to assess the quality of proxy decisions about research participation on behalf of adults lacking capacity to consent: the Combined Scale for Proxy Informed Consent Decisions (CONCORD scale). *Trials*, 23 (843), 1-13.
- Shoham, A. ve Dalakas, V. (2003). Family Consumer Decision Making in Israel: The Role Of Teens and Parents. *Journal of Consumer Marketing*, 20 (3), 238-251.
- Shoham, A. ve Dalakas, V. (2006). How Our Adolescent Children Influence Us As Parents to Yield to Their Purchase Requests. *Journal of Consumer Marketing*, 23 (6), 344-350.
- Siebert, A., Gopaldas, A., Lindridge, A., Simoes, C. (2020). Customer Experience Journeys: Loyalty Loops Versus Involvement Spirals. *Journal of Marketing*, 84 (4), 45-66.
- Simon, D., Snow, C. J., Read, S. J. (2004). The Redux of Cognitive Consistency Theories: Evidence Judgments by Constraint Satisfaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86 (6), 814-837.
- Simon, H. A. (1993). Decision Making: Rational, Nonrational, and Irrational. *Educational Administration Quarterly*, 29 (3), 392-411.
- Smith, S. E., Sivertsen, N., Lines, L., De Bellis, A. (2022). Decision making in vaccine hesitant parents and pregnant women-An integrative review. *International Journal of Nursing Studies Advances*, 4, 1-14.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being* (12th Edition). United States: Pearson.
- Sondhi, N. ve Basu, R. (2014). Role of children in family purchase across Indian parental clusters. *Young Consumers*, 15 (4), 365-379.
- Sorrell, J. (2014). Ethical Issues Related to Health Promotion. C. L. Edelman, E. C. Kudzma and C. L. Mandle (Ed.), *Health Promotion Throughout the Life Span* (8th) in (pp. 389-470). Canada: Elsevier.

- Stankevich, A. (2017). Explaining the Consumer Decision-Making Process: Critical Literature Review. *Journal of International Business Research and Marketing*, 2 (6), 7-14.
- Stein, A. ve Ramaseshan, B. (2016). Towards the identification of customer experience touch point elements. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 8-19.
- Streukens, S., Van Hoesel, S., De Ruyter, K. (2011). Return on marketing investments in B2B customer relationships: A decision-making and optimization approach. *Industrial Marketing Management*, 40 (1), 149-161.
- Stroebe, W., Hewstone, M. and Jonas, K. (2015). Glossary. In M. Hewstone., W. Stroebe ve K. Jonas (Ed.), *An Introduction To Social Psychology* (6th Edition, pp. 597-608). Chichester: Wiley.
- Sturm L. A., Mays, R. M. ve Zimet, G. D. (2005). Parental beliefs and decision making about child and adolescent immunization: from polio to sexually transmitted infections. *Journal of Developmental and Behavioral Pediatric*, 26 (6), 441-452.
- SueLin Tan, C. (2010). Understanding Consumer Purchase Behavior in the Japanese Personal Grooming Sector. *Journal of Yasar University*, 17 (5), 2821-2831.
- Suwandinata, H. (2011). *Children's Influence on the Family Decision-Making Process in Food Buying and Consumption: An Empirical Study of Children's Influence in Jakarta-Indonesia*. Unpublished Doctoral Dissertation. GieBen: Universitatsbibliothek.
- Swinyard, R. W. ve Sim, C. P. (1987). Perception of children's influence on family decision processes. *Journal of Consumer Marketing*, 4 (1) 25-38.
- Şen, Ş. ve Boyraz, E. (2017). Annelik Rolü ve Çocuk İçin Tüketime Yansımaları: Kadınların Ebeveynlik Tutumları ve Hedonik Tüketim Eğilimi Üzerine Bir Araştırma. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (2), 347-370.

- Tadesse, S., Kershaw, M., Knapp, R., Gizaw, R., Biadgilign, S., Feleke, A., Dessalegn, Y., Abuye, C., Kennedy, E. (2021). Household Decision-Making: Implications for Production, Consumption, and Sale of Nutrient-Rich Foods. *Food Nutrition Bulletin*, 43 (1), 3-13.
- Tajfel, H. (1982). *Social Identity and Intergroup Relations*. Newyork: Cambridge University Press.
- Talaifar, S. and Swann, W. B. (2017). Self-Verification Theory. V. Zeigler-Hill and T. K. Shackelford (Ed.), *Encyclopedia of Personality and Individual Differences* in (pp. 1-9). Springer International Publishing.
- Taylor, S. E. and Anne Peplau, L. (2020). *Sosyal Psikoloji* (Çev: A. Dönmez). Ankara: İmge Kitabevi.
- Thomson, E. S., Laing, A. W. ve McKee, L. (2007). Family Purchase Decision Making: Exploring Child Influence Behaviour. *Journal of Consumer Behaviour*, 6, 182-202.
- Tickner, S., Leman, P. J. ve Woodcock, A. (2007). It's just the normal thing to do: Exploring parental decision-making about the "five-in-one" vaccine. *Vaccine*, 25, 7399-7409.
- Tinson, J., Nancarrow, C. ve Brace, L. (2008). Purchase decision making and the increasing significance of family types. *Journal of Consumer Marketing*, 25 (1), 45-56.
- Tubachi, P. S. (2018). Information seeking behaviour: An overview. https://www.researchgate.net/publication/330521546_INFORMATION_SEEKING_BEHAVIOR_AN_OVERVIEW (Erişim tarihi:10.11.2022).
- Uzelac (2019). *Transitions to Vegetarianism: An Incongruent Consumer Journey*. Unpublished Master Dissertation. Copenhagen: Copenhagen Business School.

- Van de Poel, I. And Fahlquist, J. N. (2012). Risk and Responsibility. S. Roeser, R. Hillerbrand, M. Peterson, P. Sandin (Ed.), *Handbook of Risk Theory: Epistemology, Decision Theory, Ethics, and Social Implications of Risk* in (pp. 877-907). Springer.
- Varnali, K. (2018). Understanding Customer Journey from the Lenses of Complexity Theory. *The Service Industries Journal*, 39, 820-835.
- Vazquez, S., Munoz-Garcia, O., Campanella, I., Poch, M., Fisas, B., Bel, N., Andreu, G. (2014). A Classification of User-Generated Content into Consumer Decision Journey Stages. *Neural Networks*, 58, 68-81.
- Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., Schlesinger, L. A. (2009). Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies. *Journal of Retailing*, 85, 31-41.
- Von Winterfeldt, D. (2013). Bridging the gap between science and decision making. *Suppl.*, 110, 14055-14061.
- Voorhees, C. M., Fombelle, P. W., Gregoire, Y., Bone, S., Gustafsson, A., Sousa, R. ve Walkowiak, T. (2017). Service encounters, experiences and the customer journey: Defining the field and a call to expand our lens. *Journal of Business Research*, 79, 269-280.
- Vyas, V. S. (2008). Buying Behaviour of Mothers and Housewives for Milk Additives. *Journal of Marketing & Communication*, 3 (3), 64-68.
- Wadhawan, N. ve Seth, A. (2018). Understanding Consumer Buying Behavior: A Study with respect to Baby Care Industry. *International Journal of Scientific Research in Science and Technology*, 4 (5), 1595-1601.
- Ward, M. K. and Chan, C. (2016). Gift Giving. M. I. Norton, D. D. Rucker and C. Lamberton (Ed.), *The Cambridge Handbook of Consumer Psychology* in (pp. 398-418). New York: Cambridge University Press.
- Wells, L. E. and Sweeney, P. D. (1986). A Test of Three Models of Bias in Self-Assessment. *Social Psychology Quarterly*, 49 (1), 1-10.

- Westhoff, K. (1989). Expectations and Decisions. A. Upmeyer (Ed.), *Attitudes and Behavioral Decisions* in (pp. 183-206). New York: Springer-Verlag.
- Wilcox, B. L. and Vernberg, E. M. (1985). Conceptual And Theoretical Dilemmas Facing Social Support. I. G. Sarason and B. R. Sarason (Ed.), *Social Support: Theory, Research and Applications* in (pp. 3-20). Netherlands: Martinus Nijhoff Publishers.
- Williams, G. C. and Deci, E. L. (1996). Internalization of Biopsychosocial Values by Medical Students: A Test of Self-Determination Theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70 (4), 767-779.
- Wisnblit, J. Z., Priluck, R. ve Pirog, S. F. (2013). The Influence of Parental Styles on Children's Consumption. *Journal of Consumer Marketing*, 30 (4), 320-327.
- Wolny, J. ve Charoensuksai, N. (2014). Mapping customer journeys in multichannel decision-making. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 15 (4), 317-326.
- Worchel, S. Iuzzini, J., Coutant, D., Ivaldi, M. (2000). A Multidimensional Model of Identity: Relating Individual and Group Identities to Intergroup Behaviour. In R. Brown and D. Capozza (Ed.), *Social Identity Processes: Trends in Theory and Research* (pp. 15-32). London: Sage Publications.
- Wrigley A. (2018). Consent for others. A. Müller and P. Schaber (Ed.), *The Routledge Handbook Of The Ethics Of Consent* in (pp. 322-333). London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Wut, T. M. ve Chou, T-J. (2009). Children's Influences on Family Decision Making in Hong Kong. *Young Consumers*, 10 (2), 146-156.
- Xia, Y., Ahmed, Z. U., Ghingold, M., Hwa, N. K., Li, T. W. ve Ying, W. T. C. (2006). Spousal influence in Singaporean family purchase decision-making process: A cross-cultural comparison. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 18 (3), 201-222.

- Yakut, E. (2021). Sosyal Bilişsel Teori. M. İ. Yağcı ve S. Çabuk (Ed.), *Pazarlama Teorileri 2* içinde (s. 431-452). İstanbul: MediaCat.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (10. Baskı). Ankara: Seçkin.
- Yin, R. K. (2017). *Durum Çalışması Araştırması Uygulamaları* (Çev. İ. Günbayı, 3. Basımdan Çeviri). Ankara: Nobel.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th Edition). London: SAGE.
- Yorgancılar, N. (2015). *Tüketici Davranışı Nörolojisi: Nöroekonomi-EEG Yöntemi ile Nöromarketing Uygulaması*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Yuanli, G., Yanjin, L., Lina, G., Xiaofang, D., Caixia, Y., Min, W., Huanhuan, G., Peihua, L., Keke, M. (2022). Decision-Making Psychological State And Characteristic Of Proxies Of Thrombolytic Patients: A Pilot Study. *Scientific Reports*, 12 (10345), 1-10.
- Zhao, C.-X., Shen, S.-C., Li, Y., Liu, X. (2021). Effects of Self-Other Decision-Making on Time-Based Intertemporal Choice. *Journal of Behavioral Decision Making*, 1-11.

İnternet Kaynakları

- http-1** :<https://www.facs.nsw.gov.au/families/parenting/responsibility-and-rights/parent-duties> (Erişim tarihi: 20.12.2022).
- http-2** :<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/baby-products-market> (Erişim tarihi: 25.12.2022).
- http-3** :<https://www.statista.com/topics/7365/baby-products-market-worldwide/#topicOverview> (Erişim tarihi: 25.12.2022).
- http-4** :<https://www.statista.com/topics/3735/baby-care-market-in-europe/#topicOverview> (Erişim tarihi: 25.12.2022).

- http-5** :<https://www.ekonomist.com.tr/makale/bebek-ekonomisi-2-7808> (Erişim tarihi: 25.12.2022).
- http-6** :<https://healthwaymedical.com/a-mothers-role-in-early-childhood-development/> (Erişim tarihi: 26.12.2022).
- http-7** :<https://vegnews.com/2022/7/parents-plant-based-protein-children> (Erişim tarihi: 26.12.2022).
- http-8** :<https://www.livekindly.com/study-raising-kids-vegan/> (Erişim tarihi: 26.12.2022).
- http-9** :<https://www.cdc.gov/globalhealth/immunization/data/fast-facts.html> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- http-10** :<https://www.statista.com/statistics/665547/is-it-important-for-parents-to-get-children-vaccinated-us/> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- http-11** :<https://www.diken.com.tr/prof-dr-ceyhan-cocuk-felcinin-turkiyeye-gelmesinden-korkuyorum/> (Erişim tarihi: 27.12.2022).
- http-12** :<https://www.independent.ie/life/family/learning/more-families-unschooling-children-by-teaching-at-home-30121449.html> (Erişim tarihi: 28.12.2022).
- http-13** :<https://healthresearchfunding.org/20-incredible-unschooling-statistics/> (Erişim tarihi: 28.12.2022).
- http-14** :https://www.salon.com/2018/01/07/increasing-numbers-of-us-parents-are-choosing-to-unschool-their-kids_partner/ (Erişim tarihi: 28.12.2022).
- http-15** :<https://www.financialexpress.com/industry/why-parents-are-choosing-to-unschool-their-children/1489915/> (Erişim tarihi: 28.12.2022).
- http-16** :<https://www.posta.com.tr/ekonomi/vegan-pazarinda-buyuk-sicrama-2429107> (Erişim tarihi: 10.02.2023).
- http-17** :<https://www.paradergi.com.tr/sectorler/2022/12/28/dunyada-vegan-sayisi-79-milyona-ulasti> (Erişim tarihi: 10.02.2023).

- http-18** :<https://www.pazarlamasyon.com/yeni-donemin-yildizi-vegan-pazarlama-olacak> (Erişim tarihi: 10.02.2023).
- http-19** :<https://www.posta.com.tr/yazarlar/sadik-gultekin-le-dogru-tercih/okulsuz-egitim-nedir-2281815> (Erişim tarihi: 11.02.2023).
- http-20** :<https://parentsdergisi.com/bebekcocuk/okullulastiramadiklarimizdan-misiniz/> (Erişim tarihi: 11.02.2023).
- http-21** :<https://e-justice.europa.eu> (Erişim tarihi: 08.10.2022).
- http-22** :https://www.massline.org/Philosophy/ScottH/social_pressure.htm (Erişim tarihi: 18.11.2022).
- http-23** :<https://www.med.upenn.edu/hbhe4/part3-ch9-key-constructs-social-support.shtml> (Erişim tarihi: 18.11.2022).

EK-1. Görüşme Kılavuzu

- 1. Sizi tanıyabilir miyiz? (Demografik bilgiler)**
 - a. Yaş**
 - b. Aile yapısı ile ilgili bilgiler (Çocuğun yaşı, Medeni durum)**
 - c. Gelir (Kendisi ve eşi)**
 - d. Meslek (Kendisi ve eşi)**
 - e. Eğitim (Kendisi ve eşi)**
- 2. Anne profiline yönelik sorular;**
 - a. Hayatınızda aldığımız önemli kararlarda genelin dışında karar verdiğiniz durumlar oldu mu?**
 - b. Kendinizi nasıl bir karar verici olarak tanımlarsınız?**
 - c. Kaç yaşında anne oldunuz?**
 - d. Evlilikten kaç sene sonra anne oldunuz?**
 - e. Çocukla ilgili kararları alırken ne kadar özgürsünüz/rahat hissediyorsunuz?**
- 3. Bu karar sizin için neden önemliydi?**
 - a. Bu kararın çocuğunuz açısından önemi ne?**
 - b. Bu kararı neden almak zorunda hissettiniz?**
 - c. Bu kararın anlamı neydi?**
 - d. Kararınızın nasıl etkileri olabileceğini düşünüydünüz?**
- 4. Kararınız öncesinde bu kararla ilgili nasıl bir süreç yaşadınız? Bu süreci bize detaylıca anlatabilir misiniz? (Gerekli görüldüğü hallerde aşağıdaki sorulara başvurulacaktır)**
 - a. Bu ihtiyaç nasıl doğdu?**
 - b. Bu kararla bağlantılı geçmişten gelen bir deneyiminiz var mıydı?**
 - c. Bilgi toplama süreciniz nasıl oldu?**

- d.** Ne kadar araştırdınız?
- 5.** Karar verme aşamanızı bize anlatabilir misiniz? (Gerekli görüldüğü hallerde aşağıdaki sorulara başvurulacaktır)
- a.** Kararı nasıl verdiniz?
- b.** Nelerden/kimlerden etkilendiniz?
- c.** Kararsızlık yaratan unsurlar oldu mu?
- d.** Karar vermeniz ne kadar sürdü?
- 6.** Kararınız sonrasındaki süreçte neler yaşadınız? (Gerekli görüldüğü hallerde aşağıdaki sorulara başvurulacaktır)
- a.** Verdiğiniz bu kararla ilgili ne hissediyorsunuz?
- b.** Yeniden bu kararı verecek olsanız neyi farklı yapardınız?
- c.** Bu kararınız yüzünden hiç pişmanlık duydunuz mu? Kendinizi sorguladınız mı?
- d.** Bu karar sonucu elde ettiğiniz deneyimleri, benzer bir karar için başkalarına yardımcı olmak için kullandınız mı? Nasıl?
- 7.** Bu kararınızla ilgili sosyal medyada takip ettiğiniz/içinde olduğunuz gruplar var mı?
- 8.** Bu kararın tersi haber ve bilgileri takip ediyor musunuz? Maruz kalıyor musunuz? Karşınıza bu haberler çıkıyor mu/Bunlarla karşılaştığınızda ne hissediyorsunuz? Ne düşünüyorsunuz?

Sormak istediğim şeyler sona erdi. Ekleme istediğiniz bir şey var mı?

EK-2. Araştırmacı Gnlg

Tarih: 03.09.2021

Sayfa: 680

Tabloyu doldurmaya devam ettim. ‘‘Dışarıdan müdahale’’ konusu, görüşmelerde çok fazla önüme ıktı. Bunun kararlara yansımaları aşı olsun, okul olsun ya da vegan beslenme şeklinde olsun özünün çok daha derin bir felsefeye dayandığını düşünüyorum. Aşıda, vcudada dışarıdan bir eylemin gerekli olmadığı düşünülüyor. Okulsuzlukta, ocuğun okul olmadan da kendi akışında öz öğrenmesini gerçekleştirebileceğine inanılıyor. Vegan beslenmede, vcudada hayvansal gıdalar (tüm hayvansal kaynaklı ürünler tktme dahil giyim vb. de alınmadan) girmeden de güçlü ve dengeli bir şekilde hayatın devam edilebileceği savunuluyor.

Genel atı açısından baktığımda, sistemin günümüzde doğru ve yaygın olarak sunduğu her şeyin yerine; aksi yönde düşünce ve eylemlerle, çok daha iyi bir hayat sürülebileceği de bir anlamda bu tür kararlara kanıtlanıyor (sistem aşıyı öneriyor ama aşısız çocuğum daha sağlıklı gibi, aşılara, firmalara karşı para kazanma gayesi açısından eleştiriler, okul sistemi çocuğunun alanını kısıtlıyor, alan açmak için doğal akışı, ilgisi dahilinde öğrenmeli, daha uçlarda ise okul sisteminin ortaya çıkmasında görünenin dışındaki amaçlar olduğunu kabul etme, eleştiriler, sistemin hayvansal kaynakları kullanması, hayvanların istismar edildiğinin düşünülmesi, hayvansal kaynaklı sadece gıda değil kozmetik, giyim vb. her şeyin yaşanılabilir bir dünyayı tehdit etmesi vb. görüşler, sisteme dair olumsuz tutumlar). Yine, özellikle yeni doğmuş olan bebekler açısından baktığımda; ocuk doğduğundan itibaren sistemden ayrımlaşmış oluyor ve anneler de bu motivasyonla geleceğe dair böyle bir ocuk yetiştirmenin gururunu yaşıyor (bu durumun araştırma rneklemiminin hepsi için değil ama özellikle daha uç örnek olaylarım için geçerli olduğunu söyleyebilirim).

EK-3. Temas Özet Kağıdı

Görüşmeci ad-soyad	Sevdenur KAPUSUZ
Takma isim	Katılımcı 7
Anne yaşı /çocuk yaşı	44/7 yaş/kız
Temas tarihi	30.04.2020
Bugünün tarihi	30.04.2020
Yazar	Sevdenur KAPUSUZ

1. Bu temasta karşınıza çıkan ana sorunlar ve temalar neydi?

Görüşme oldukça akıcı ve keyifli geçti. Anne neşeli ve keyifliydi. Görüşmede genel olarak daha önce duyduğum ifadeleri çokça duydum veganlık kararına dair verilerimin artık doyuma ulaştığını düşünüyorum. Bu annenin vejetaryenlikten başlayıp veganlığa uzanan yaklaşık 30 yıllık çok uzun bir deneyimi vardı. Veganlık kararının zaten bir yaşam tarzı, yaşam felsefesi olduğunu kendisi iletti. Bu nedenle zaten bu hayatının akışında bu çocuğa dair veganlık kararını vermeli miyim tarzında bir sorgulaması olmamıştı. Bu nedenle aslında karar anı dediğimiz o an bu annede çok belirgin değil. Yine daha önceki görüşmelerde olduğu gibi bu kararda da karar öncesi ve karar anı iç içe geçmiş gibi yani hayatın akışında olağan bir durum olarak gerçekleşmişti. Net olarak bu süreci bu annenin kararı açısından ayırmaştırmak zor olacak... Yine benlik, doğal bağımsızlık, etik nedenler, etik bilinci ve sorumluluğu olan çocuk yetiştirme gibi konular ön plana çıktı.

2. Bu temasa ilişkin sorularınızın her birine yönelik elinizdeki (ya da elde edemediğiniz) bilgileri özetleyin.

Katılımcı annenin evlilik ya da diğer konularda toplumun geneli dışında verdiği kararlar çok yoktu. Sadece bu karara dair İstanbul'dan yine İstanbul'un diğer bir ilçesi olan kendi ifadesiyle çok küçük bir yerleşim yerine taşınmasını örnek verdi. Anne çok net bir karar vericiydi ve bu veganlık kararında da oldukça baskın konumdaydı hatta kendi başına almıştı bu kararı yani onun süregelen uzun veganlık deneyimiyle olağan bir akışta gerçekleşmişti. Anne kararlarını alırken gayet rahat ve özgürdü. Bu veganlık kararında kendisi öncüydü zaten diğer kararlar da aileden kimseler hiç dahil olmuyordu sadece eşiyile birlikte karar veriyordu. Zaten kendi ifadesiyle uzun yıllardır süreçteki deneyimine kimsenin

bir şey deme hakkı yoktu. Eşi vegan değildi ama bu konuda herhangi bir sıkıntı ya da çatışma ortamı yaşanmadığını örneklerle anlattı. Karar anne açısından ve çocuk açısından yoğun bir şekilde etik öneme sahipti. Zaten yaşam tarzına uygun olarak kendi yemediğini çocuğuna yedirmenin yanlış olduğunu ifade etti. Bunu diğer görüşmelerde de duymuştum. Literatürden de okumuştum. Veganlık kararı kişinin değerlerini ve inançlarını davranışlarına yansıtmasıydı. Yani değerler ve inançlar ile davranışlar uyumluydu. Her vegan anne için bunu genellemek yanlış olabilir ama bu görüştüğüm anne gerçekten bunun bir örneğini temsil edebilir. Çünkü kendi yaşam tarzıydı ve buna uygun olmayan bir şeyi kendi parçası olan çocuğuna da yaptırmak istemiyordu. Anne 44 yaşındaydı, kızı 7 yaşındaydı. Evlilikten 10 yıl sonra anne olmuştu ve hayatının genelinde çocuğa dair öncesinde çok düşüncesinin olmadığını geç anne olduğunu belirtti. Kararın yine anne için etik anlamı büyüktü. Etik sorumluluğu ve bilinci olan birey yetiştirmek anneyi gururlandıran bir durumdu. Kararın etkileri açısından ise olumlu yanları yine etik bilinç ve sorumluluğu olan bir birey yetiştirmektir. Olumsuz açıdan ise veganlık toplumda eleştirilebildiği için bu tür olumsuzluklarla karşılaşma ihtimalinin olmasıydı. Şu anda kızı okula gidiyordu ve bu açıdan herhangi bir sorun yaşayıp yaşamadığını sordum. Şu ana kadar herhangi bir sorun yaşamadıklarını hatta kızı okulda tek vegan olsa bile işte vegan keklerin falan okulda yapılabildiğinden bahsetti. Yine bu süreçte vegan olan bir öğretmenine kızının çok sevindiğini söyledi. Karar öncesi sürece dair zaten anne 30 yıldır bu sürecin içinde olduğundan çocuğunu vegan büyütme kararı kendi deneyimiyle ortaya çıkmış bir karardı. Daha önceden kendisi hariç vegan olan kimse ya da bir deneyim yoktu. Anlamak adına kendi serüvenine nasıl başladığını sordum. Katılımcı anne 14 yaşlarındayken işte kesilen, kurban edilen hayvanlardan yola çıkmasıyla başlayan kendi içinde ahlaki sorgulamalarla oluşan etik bir karardı. Yine orada abisini bir kazada kaybetmişti ve bu da anne için önemli bir dönüm noktası olmuştu. Şöyle tarif ettiğini hatırlıyorum “abimin ölü bedeni arkada yatıyor işte kurban edilen hayvanların bedeni diğer yerde yatıyor”... Bu süreç onu vejetaryenliğe başlatmıştı. Yaklaşık 17 yıl sonra vegan olmaya karar vermiş internet üzerinden yaptığı araştırmalarda bulduğu, izlediği videolarda gördükleri bu kararına dair onu etkilemişti ve ona aslında sütünde vb. ürünlerinde hayvanlardan elde edilmesinin yanlış olduğu düşündürmüştü. Anne hamilelik

sürecinde yaklaşık bir iki aylık ne yemeli ne almalı tarzında internet üzerinden biraz araştırma yapmıştı. Yine anlattıklarından ilk çocuğu olduğu için yani ilk deneyimi bu nedenle sorumluluğu çok daha fazla hissetmişti. Belki ikinci üçüncü çocuğum olsa bu şekilde hissetmezdim tarzında söylemleri oldu. Zaten edindiği bilgiler neticesinde hatta ne yiyorsanız bu süreçte daha fazla yiyin tarzında bir tavsiyeyi uygulayınca hamilelikte oldukça kilo aldığımı esprili bir şekilde anlattı. Olumsuz türde okuduklarına dair ise dipsiz bir kuyu şeklinde tasvir etti ve çok da fazla dikkate almanın doğru olmadığını düşünüyordu. Kararı verme aşamasında ise zaten yukarıda da değindiğim üzere, oturup bir karar verme durumu hiç olmamıştı. Çünkü kendisi vegandı ve böyle yaşıyordu bunun aksi onun için uygun olmayacaktı. Yani bu kararda oldukça baskın ve netti. Kararsızlık yaratan unsurlar olmamıştı. Bir ara ikilemden bahsetti ama bu genel olarak anlattığı, ilk defa çocuğa sahip olmakla ilgili bir endişesiydi. Yani çocuğunun onun bir parçası olması nedeniyle tüm sorumluluğu kendinde hissetmesiyle ilgiliydi. Veganlığa dair kafasını kurcalayan gelgitleri olmamıştı. Çocuğu vegan büyütmeyle ilgili kimseler olmadığını daha ziyade kendi içinde bu kararın oluştuğunu sadece takdir ettiği doktorlar olduğunu ifade etti. Ama bu süreçte etkin rolde değillerdi. Çocuğunu vegan büyütmeyle ilgili gereken bir durum olarak gördüğünden karar verme süresine dair net bir cevabı yoktu. Karar sonrasında ilgili olarak ise verdiği bu karardan gurur duyuyordu, yeniden kararı verecek olsa farklı pek bir şey olmayacağından bahsetti. Sadece hamilelik öncesi kan değerleriyle ilgili bir test yapılabildiğinden böylelikle hamilelik öncesi bir eksiklik veya sorun var mı tarzında görülebildiğinden bahsetti. İkinci çocuğum olsa kesin böyle yapardım dedi. Hamilelik sürecinde yapılan rutin testlere dair bu kadar yaptırmayabilirdim falan dedi. Karara dair bir pişmanlığı yoktu. Çocuk büyütme konusunda kendisine çok fazla sorulmadığını ama kendi veganlığına dair öncesinde başkalarına yardımcı olduğunu belitti. Kendi veganlığına dair açtığı bir bloğu vardı ama burada şu ana kadar çocukla ilgili bir deneyim pek paylaşmadığını aktardı. Bunun anladığım kadarıyla pek özel bir sebebi yoktu zamansızlıktan ya da sürekli sonraya ertelemekten kaynaklıydı. Yedi yıl öncesine kadar işte sosyal medyada bu kadar fazla veganlığın yaygın olmadığından bahsetti. Bu süreçte genellikle internet üzerinden veganlıkla ilgili sitelere, bloglara daha çok yabancı sitelere, forumlara

baktığını söyledi. Kendi bloğunda çevirisini yaptığı makalelerden yararlanan çoğu kimsenin olduğunu anlattı. Araştırmaları ise artık yok denecek kadar azdı. Tersine yönde haberleri özellikle takip etmemekle birlikte karşısına çıktığında değersiz olarak görüyordu. Daha önceki görüşmelerde de duyduğum mesela çocuğu obez olan birinin haberi çıkmıyor ama veganlık bilincine erişmemiş yanlış beslenmeyle çocuğu zarar gören kimselerin haberleri basında yer alıyor tarzında söylemleri oldu. Genel olarak endüstriye ve sisteme dair güvensizlik duyuyordu ve bu tarz haberlerde bunların da etkili olduğunu (endüstri işte üretici iş birliği vb.) ifade etti. Ek olarak babası vegan olmadığı için çocuğun tepkilerini sordum genellikle aynı masada yemek yedikleri için ara sıra babasını bu konuda sıkıştırdığından bahsetti. Ama bu konuda yaşamları dengeli bir şekilde sürüyordu. Baba hayvansal gıdayla beslense de yine aynı masada yemek yiyorlardı. Bu karara dair zorunluluk olmaması gerektiğini zaten görüşmede ara ara vurguladı.

3. Bu temasta gözünüze çarpan veya ilginç, aydınlatıcı ya da önemli bulduğunuz başka bir şey var mı?

Bu kararı neden almak zorunda hissettiniz sorusunu sorarken anne zorunda hissetmedim gerekliydi dedi. Zaten etik değerleri ve yargılarına uygun olarak yaşamını sürdürüyordu. Bu çocuğu vegan büyütme kararı da zaten yaşamında olması gerekendi. Bundan sonra diğer kararlarla ilgili annelerle görüşürsem bu soruyu annenin ifade ettiği gibi sormam yararlı olabilir diye düşündüm. Bu kararı neden alma gerekliliği hissettiniz diye sorarsam belki daha ılımlı bir soru olabilir.

Yine daha önceki bazı katılımcılara benzer bu anne de çocuğuna hiç aşı yaptırmamıştı. Nedenin kısaca sorduğumda ise doğal bağışıklıkla vurgu yaptı.

Bu anneyi biraz ilk görüştüğüm vegan anneye benzettim. Kararlarda ikisi de oldukça baskın ve netti.

5. görüştüğüm annede de yaptığım bir çıkarımı bu görüşmede de gördüm. Çocuğun yaşı büyüdükçe (bu görüşmede 7 yaşında) ve çocuktan bu karara dair olumlu dönütler alındıkça, annelerin karara dair hissettikleri o ağır sorumluluk yavaş yavaş hafifliyor olabilir. Bu durum karara dair endişeler varsa azaltıcı bir etki yapıyor olabilir.

Bir de adına karar verilen çocuğun annenin ilk çocuğu olması durumunda (ikinci ya da üçüncü çocuğu olmasına kıyasla) anne kararları daha zor, daha riskli algılanıyor olabilir (Deneyim kazandıkça daha kolay, risksiz hale gelmesi).

4. Bu sahada bir sonraki temasın değeriendirilmesine yönelik olarak elinizde hangi yeni (veya elde kalan) sorular var?

Yok. Veganlık kararına dair verilerim doyuma ulaştı diye düşünüyorum.

EK-4. Gönüllü Katılım Formu

Bu çalışma, **Vekaleten Karar Verme Süreci: Anneler Üzerine Durum Çalışması** başlıklı bir araştırma çalışması olup annelerin çocukları adına verdikleri karar sürecini anlama amacını taşımaktadır. Çalışma, Doç. Dr. F. Zeynep Özata ve Öğr. Gör. Sevdenur Kapusuz tarafından yürütülmekte ve sonuçları ile vekaleten karar sürecine ilişkin bir model ortaya konacaktır.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda, görüşme yapılarak sizden veriler toplanacaktır.
- İsminizi yazmak ya da kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz/araştırmada katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında toplanan veriler, sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır.
- Sizden toplanan veriler araştırma bitiminde imha edilecektir.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabilirsiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.

Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederim. Çalışma hakkındaki sorularınızı aşağıdaki telefonda bizlere iletebilirsiniz.

Araştırmacı Adı : Sevdener Kapusuz

Adres: ---

Cep Telefonu: ---

Bu çalışmaya tamamen kendi rızamla, istediğim takdirde çalışmadan ayrılabileceğimi bilerek verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını kabul ediyorum.

(Lütfen bu formu doldurup imzaladıktan sonra veri toplayan kişiye veriniz.)

Katılımcı Ad ve Soyadı:

İmza:

Tarih:

EK-5. Temalar ve Kodlar

TEMALAR	KODLAR
Yetki ve özerklik	<ul style="list-style-type: none">• Korumacılık• Annelik
İnançlar	<ul style="list-style-type: none">• Genel inançlar• Sağlık inanışları• Dini inançlar
Algılanan risk	<ul style="list-style-type: none">• Algılanan sağlık riski• Algılanan sosyal risk
Değerler	<ul style="list-style-type: none">• Etik değerler• Sağlık değerleri• Dini değerler• Çevreyi koruma değeri• Özgürlük değerleri
Bilgi arama	<ul style="list-style-type: none">• Bilgi kaynaklarından bilgi arama
Kırılma noktası	<ul style="list-style-type: none">• Tesadüfi bağlantılar• İnanç değişimi-Dönüm noktası
Bilgi kaynakları	<ul style="list-style-type: none">• Deneysel Kaynaklar<ul style="list-style-type: none">○ Olumlu deneyimler○ Olumsuz deneyimler• Kişisel Kaynaklar<ul style="list-style-type: none">○ Deneyim sahipleri○ Yakın çevredeki kişiler• Kamusal Kaynaklar<ul style="list-style-type: none">○ Uzman kişiler○ Sosyal medya<ul style="list-style-type: none">▪ Forum-Bloglar▪ WhatsApp▪ Facebook▪ Youtube▪ Instagram○ Web sayfası○ Veri tabanı○ Makale○ Kitap○ Film○ Belgesel○ Ansiklopedi

EK-5. (Devamı) Temalar ve Kodlar

Bilgiyi işleme	<ul style="list-style-type: none">• Rasyonel• Duygusal
Bilişsel uyum	<ul style="list-style-type: none">• Değerlere uygun yaşama<ul style="list-style-type: none">○ Etik değerlere uygun yaşam○ Sağlık değerlerine uygun yaşam○ Dini değerlere uygun yaşam○ Çevreyi koruma değerine uygun yaşam○ Özgürlük değerlerine uygun yaşam
Doğrulama çabası	<ul style="list-style-type: none">• Akran karşılaştırması• Pekiştirme-kendini doğrulama• Ters bilgi ve haberlere karşı tutum
Karardan tatmin olma	<ul style="list-style-type: none">• Beklentiler• Karar Sonrası Hisler<ul style="list-style-type: none">○ Mutlu hissetme○ Özgür hissetme○ Huzurlu hissetme○ Gurur duyma○ Rahat hissetme○ Emin olma
Sosyal kimlik oluşturma	<ul style="list-style-type: none">• Fikir lideri olma• Çevre desteği oluşturma• Deneyimleri paylaşma• Sosyal medyada ilgili kişileri takip etme-gruplara dahil olma
Sosyal çevre etkisi	<ul style="list-style-type: none">• Baskılar• Destekler

EK-6. Kod Matris Tarayıcısı ⁵(karar grupları bazında)

(Kod frekanslarının belge grupları arasında dağılımını gösteren tablo)

Kod Sistemi	VEGANLAR	AŞISIZLAR	OKULSUZLAR	TOPLAM
✓ <input checked="" type="checkbox"/> EYLEMİ SÜRDÜRME VE İZLEME	7	6	7	20
<input checked="" type="checkbox"/> Karardan tatmin olma	7	6	7	20
<input checked="" type="checkbox"/> Doğrulama çabası	7	6	7	20
<input checked="" type="checkbox"/> Sosyal kimlik oluşturma	7	6	7	20
✓ <input checked="" type="checkbox"/> KARAR VERME VE UYGULAMAYA GEÇME	7	6	7	20
<input checked="" type="checkbox"/> Bilgiyi işleme	7	6	7	20
<input checked="" type="checkbox"/> Bilişsel uyum	7	6	7	20
<input checked="" type="checkbox"/> Uygulama ve sürdürme	7	6	7	20
✓ <input checked="" type="checkbox"/> KARARA HAZIRLIK VE DERİNLEMESİNE DÜŞÜNME SÜRECİ	7	6	7	20
<input checked="" type="checkbox"/> Yetki-özerklik	7	6	6	19
<input checked="" type="checkbox"/> İnanç	7	6	7	20
<input checked="" type="checkbox"/> Algılanan risk	7	6	4	17
<input checked="" type="checkbox"/> Değerler	7	6	7	20
<input checked="" type="checkbox"/> Bilgi arama	7	6	7	20
<input checked="" type="checkbox"/> Kırılma noktası	7	6	6	19
✓ <input checked="" type="checkbox"/> TÜM SÜRECE YÖNELİK UNSURLAR	7	6	7	20
<input checked="" type="checkbox"/> BİLGİ KAYNAKLARI	7	6	7	20
<input checked="" type="checkbox"/> SOSYAL ÇEVRE ETKİSİ	7	6	7	20
Σ TOPLAM	126	108	121	355

⁵ EK-6.'da karar grupları -veganlık, aşısızlık, okulsuzluk- bazında kod frekanslarının dağılımı yer almaktadır. Bu araştırmada veganlık kararı için 7, aşısızlık kararı için 6 ve okulsuzluk kararı için 7 katılımcı anneye görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Örneğin; “karardan tatmin olma” temasının; veganlık kararı alan 7 katılımcının, aşısızlık kararı alan 6 katılımcının ve okulsuzluk kararı alan 7 katılımcının her birinde yer aldığı görülmektedir.

EK-7. Katılımcıların Araştırma Kapsamındaki Diğer Kararlarına Yönelik Özet Tablo⁶ (V: Vegan, A: Aşısız O: Okulsuz, X: Yok)

	Veganlık	Aşısızlık	Okulsuzluk
Katılımcı 1	V	A	O
Katılımcı 2	V	X	X
Katılımcı 3	V	X	X
Katılımcı 4	V	X	X
Katılımcı 5	V	X	X
Katılımcı 6	V	A	X
Katılımcı 7	V	A	X
Katılımcı 8	X	A	X
Katılımcı 9	X	A	X
Katılımcı 10	X	A	X
Katılımcı 11	X	A	X
Katılımcı 12	X	A	X
Katılımcı 13	X	A	X
Katılımcı 14	X	X	O
Katılımcı 15	X	X	O
Katılımcı 16	X	X	O
Katılımcı 17	X	X	O
Katılımcı 18	X	X	O
Katılımcı 19	X	A	O
Katılımcı 20	X	A	O

⁶ EK-7.'de her bir katılımcı annenin araştırma kapsamındaki diğer kararlar için tercihini göstermektedir. Örneğin; Katılımcı 1 ile veganlık kararına dair görüşülmüş, görüşme akışında katılımcıya yöneltilen sorular doğrultusunda ayrıca çocuğu için aşısızlık ve okulsuzluk kararları aldığı da öğrenilmiştir.