

**YOGA ETKİNLİĞİ PAZARLAMASI VE
ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ**

Melih Can TOYGU

(Yüksek Lisans Tezi)

Eskişehir, 2020

**YOGA ETKİNLİĞİ PAZARLAMASI VE ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN
İNCELENMESİ**

Melih Can TOYGU

T.C.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Pazarlama Bilim Dalı

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Eskişehir,2020

T.C.

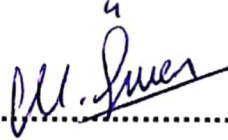
ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTİSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Melih Can TOYGU tarafından hazırlanan “YOGA ETKİNLİĞİ PAZARLAMA VE ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ” başlıklı bu çalışma 02.04.2020 tarihinde Eskişehir Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin ilgili maddesi uyarınca yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak, Jürimiz tarafından İşletme Anabilim/Pazarlama Bilim/ Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

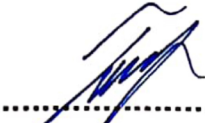
Başkan

Doç.Dr. Safiye İpek KURU GÖNEN

Üye

Doç Dr. Müjdat ÖZMEN

(Danışman)

Üye

Doç. Dr. Muhammet Ali TİLTAY

ONAY

Prof. Dr. Mesut ERŞAN

Enstitü Müdürü

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi hükümlerine göre hazırlandığını; bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Eskişehir Osmangazi Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla taranmasını kabul ettiğimi ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim. Yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması halinde ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

MELİH CAN TOYGU

ÖZET

YOGA ETKİNLİĞİ PAZARLAMA VE ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

TOYGU, Melih Can

Yüksek Lisans, 2020

İşletme Anabilim Dalı

Pazarlama Bilim Dalı

Yoga yapan insan sayısı arttıkça bu kitleyi hedefleyen beslenmeden turizme, takıdan giyime, ev eşyalarından dekorasyona kadar çok geniş bir yelpazede ürünler tasarlanmakta ve üretilmektedir. Hatta “Yoga” ismiyle tabletler ya da farklı ürün markaları piyasaya çıkmaktadır. Binlerce yıllık geçmişi olan bir kültür, doğduğu toprakların dışında neredeyse daha çok sahiplenilmekte, çeşitlendirilmekte ve günlük yaşamın bir parçası haline gelmektedir (Ercan, 2018:9). Ayrıca içerdiği felsefi anlamlarıyla, bir kaynak yönetimi tekniği olarak yoga, sağlık uygulaması olarak yoga, pazar odaklı yoga, küresel yoga, kültürel hakimiyet olarak küresel yoga ve ulusal miras olarak yoga gibi kullanımlarıyla yoganın küreselleşen bir moda ürünü haline geldiğini söylemek de mümkündür (Askegaard, Eckhardt, 2012). Bu araştırma yaygınlaşan, Dünya yoga tüketim kültüründeki mevcut durumu analiz ederken, yerelde yoga etkinliklerinin, aşamaları ve geleceği ile ilgilidir. Farklı yoga tüketicilerinin alacağı hizmetin biçimlerini, anlamada yardımcı olarak, yoga deneyimi ve pazarlama anlamında yapılacak yeni çalışmalara kapı açması hedeflenmiştir. Bu amaçla hizmet pazarlamasının pazarlama karmasından farklı olan üç ögesi insan, fiziksel olanaklar ve süreç üzerinde durulmuştur. Eskişehir ilinde yoga uzmanlığı yapan 5 gönüllü katılımcı ile yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu derinlemesine görüşmeler, nitel veri analizi yöntemlerinden Yerleşik Kuram (Grounded Theory-Miles & Huberman, 1990) dayalı Sürekli Karşılaştırmalı Yöntem kullanılarak iki ayrı kodlayıcı tarafından analiz edilmiş ve bu analiz

sonucunda çalışma amacına uygun olarak Eskişehir de yürütülen yoga faaliyetleri ve pazarlama konusunu açıklayıcı ana ve alt temalar elde edilmiştir. Tespit edilmiş temalar, yoga tüketicilerinin alacağı hizmetin biçimlerini anlamada yardımcı olarak, yoga deneyimini pazarlama anlamında yapılacak alışmalara kapı açması için ortaya konmuştur.

ABSTRACT**INVESTIGATION THROUGH YOGA EVENT MARKETING AND SAMPLE
of ESKİŞEHİR****TOYGU, Melih Can****Master's Degree, 2020****Department of Business Administration****Department of Marketing**

Since yoga has become an increasingly popular practice, a wide range of product types; including nutrition, tourism, jewellery, clothing, house supplies and decoration are produced and designed for this target group. There are even tablets and various product bands released into the market under the name “Yoga.” A cultural practice with thousands of years of history is almost more fully embraced, diversified and become incorporated with day-to-day life outside of the lands where it was born (Ercan, 2018:9). Also, it is possible to say that, yoga, has become a globalized fashion product with its uses, as a philosophica concept, as a resource management technique, market-driven yoga, gobal yoga as cultural dominance, and as national herritage (Askegaard, & Eckhardt, 2012). This study, while analysing the current state of the spreading yoga consumer culture in the World, is mainly focused on the phases and future of local yoga events. It aims to open new routes of yoga experience and marketing research, which will help understand the different types of service different types of yoga consumers require. To this end, it focuses on three components of service marketing, different to the marketing mix: people, physical evidence and process. Semi-structured in depth interviews were conducted with 5 voluntary participants, who work as yoga specialists in the city of Eskişehir. Two different coders using the Constant Comparative method based on Grounded Theory Theory-Miles &

Huberman, 1990 qualitatively analysed these in-depth interviews). Through analysis, the main and adjoining themes serving as descriptors for Yoga events and marketing in Eskişehir, according to the aim of the study, were determined. These themes have been put forward in order to better understand the services yoga consumers require and open new avenues of research about the marketing of the yoga experience.

ÖNSÖZ

Yoga globalleşmenin en başarılı ürünü olma yolunda emin adımlarla ilerlerken, doğduğum ve yaşadığım şehirdeki yansımaları üzerine bir çalışma yapmak benim için fazlasıyla yararlıydı. Edindiğim bilgileri aktarabilmek ve farklı bir bakış açısı yaratabilmek bu çalışmaya başlamamdaki temel motivasyondur. Öncelikle benim için manevi önemi de olan bu araştırmada eleştiri, yardım ve önerilerini esirgemeyerek beni yönlendiren ve yoğun programına rağmen benden ilgisini eksik etmeyip değerli görüş ve bilgilerinden yararlanmamı sağlayan danışmanım ve değerli hocam Doç. Dr. Müjdat ÖZMEN'e, analizler ve kontrolleriyle çalışmanın şekillenmesine katkıda bulunan kıymetli Doç.Dr. Safiye İpek KURU GÖNEN ve Öğr.Gör.Mehmet GÖNEN'e teşekkürlerimi sunarım. Tez jürimde yer alarak tez çalışmamla ilgili destek ve görüşlerini esirgemeyen sayın Doç.Dr. Muhammet Ali TİLTAY'a teşekkürlerimi sunarım. Öneri ve eleştirileriyle bana yardımcı olan Araş. Gör. Nazlı Nur UZ'a, her zaman hissettirdikleri anlayış, sevgi ve desteklerinden dolayı eşim Öğr.Gör. Simten DEMİRKOL TOYGU'ya ve aileme, yoga uzmanlık programı ile kendimi geliştirmem için beni motive eden Ece Dilek YILDIRIM'a, ve dostlarım, Doç Gökhan AYBULUS, Öğr. Gör. Furkan AKTAKKA, Öğr. Gör. Latif KOŞU, Erol ÖZTOPÇU, Şeref DİNÇER ve Utku ÖZGÜR'e teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	I
ABSTRACT	III
İÇİNDEKİLER	VI
TABLolar LİSTESİ	VIII
ŞEKİLLER LİSTESİ	IX
GİRİŞ	1
TANIMLAR	4
BÖLÜM I	6
SAĞLIKLI YAŞAM VE YOGA PAZARI	6
1.1. Güncel Bir Pazar Olarak Sağlıklı Yaşam Pazarı	6
1.1.1. Sağlıklı Yaşam Kavramının Gelişimi	8
1.2. Kadim bir Yaşam Pratiği Olarak Yoga	11
1.2.1. Jnana yoga	15
1.2.2. Bhakti yoga	16
1.2.3. Karma Yoga	15
1.2.4. Raja Yoga	15
1.2.5. Tantra yoga	17
1.2.6. Hatha Yoga	17
1.2.6.1. Asanalar	19
1.2.6.2. Nefes (Pranayama)	20
1.2.6.3. Meditasyon	20
1.3. Yoga pazarı	24
1.4. Eskişehir'deki Yoga Faaliyetleri	28
1.4.1. Kamusal Hizmetler	29
1.4.2. Yoga Festival ve Şenlikleri	30
1.4.3. Yoga uzmanlık programları	31
1.4.4. Yoga İnziva ve kampları	33
1.4.5. Bireysel ve Grup Sınıfları	35
BÖLÜM II	38
YOGA ETKİNLİĞİ PAZARLAMA VE ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ	38
2.1. Sorun ve Önem	38
2.2. Amaç	39

2.3. Yöntem	39
2.3.1. Katılımcılar	40
2.3.2. Veri Toplama Aracı	44
2.3.3. Veri Toplama Süreci	44
2.3.4. Veri Analiz Yöntemi	45
BÖLÜM III	48
BULGULAR DEĞERLENDİRMELER SONUÇ VE ÖNERİLER	49
3.1. İşlem Yönetimi	50
3.1.1. Uzmanlık Eğitimi	51
3.1.2. Eğitimci Seçimindeki Faktörler	51
3.1.3. Takip Edilen Yoga Aktiviteleri	54
3.2. Mekân Seçimi	55
3.2.1. Mekân Araştırması	56
3.2.2. Mekânda Aranılan Fiziksel Özellikler	57
3.2.3. Mekândaki Ses Özellikleri	58
3.2.4. Mekânın Aydınlatma Unsurları	60
3.2.5. Mekânın Acil Durum Önlemleri	61
3.2.6. Mekânın Havalandırması	62
3.2.7. Ekipman Seçimi	63
3.2.8. Giysi Seçimindeki Faktörler	63
3.2.9. Aksesuar Seçimindeki Faktörler	64
3.3. İnsan ve İçerik Özellikleri	66
3.4.1. Yoga Tüketici Kitleleri ve Özellikleri	66
3.4.2. Öğrenci Sayısını Etkileyen Unsurlar	69
3.4.3. Gün/Saat Özellikleri	70
3.4.4. Akış İçeriğinde Yoganın Anlamı	71
3.5. Sonuç ve Tartışma	73
3.6. Öneriler	76
KAYNAKÇA	78
ÖZGEÇMİŞ	84
EK1	85

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1 : 200 saatlik temel yoga uzmanlık eğitim içeriği.....	42
Tablo 2 : Katılımcılara ait demografik bilgiler.....	43
Tablo 3 : Temel araştırma noktalarına göre ortaya çıkan ana temalar	50
Tablo 4 : Eğitmen seçimleri	53
Tablo 5 : Takip edilen yoga aktiviteleri	54
Tablo 6 : Mekân tercihi	57
Tablo 7 : Mekânın Fiziksel Özellikleri	58
Tablo 8 : Mekânın Ses özellikleri.....	59
Tablo 9 : Mekânın Aydınlatma Özellikleri	60
Tablo 10 : Mekânın Acil Durum Önlemleri	61
Tablo 11 : Mekânın Havalandırması.....	62
Tablo 12 : Giysi Seçimindeki Faktörler	63
Tablo 13 : Aksesuar Seçimindeki Faktörler	65
Tablo 14 : Yoga Tüketici Kitleleri ve Özellikleri.....	68
Tablo 15 : Öğrenci Sayısını Etkileyen Unsurlar	69
Tablo 16 : Gün/Saat Özellikleri.....	70
Tablo 17 : Akış İçeriğinde Yoganın Anlamı.....	71

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 : Yoga'dan bahseden Google trendleri 2019	2
Şekil 2 : Yoga'dan bahseden Google trendleri 2019	2
Şekil 3 : Sağlıklı Yaşam Durumunu etkileyen unsurlar	8
Şekil 4 : Surya Namaskar, Güneşe selam serisi	19
Şekil 5 : 23.06.1968 Tercüman Gazetesi	28
Şekil 6 : Eskişehir ili kamusal yoga hizmetleri	29
Şekil 7 : Eskişehir yoga şenlik ve festivalleri	30
Şekil 8 : Eskişehir ili yoga uzmanlık programları	32
Şekil 9 : Eskişehir ili yoga İnziva ve kampları	33
Şekil 10 : Eskişehir ili Bireysel ve Grup Yoga Sınıfları	34
Şekil 11 : Eskişehir ili Bireysel ve Grup Yoga Sınıfları 2	35
Şekil 12 : Eskişehir ili Bireysel ve Grup Yoga Sınıfları 3	36

GİRİŞ

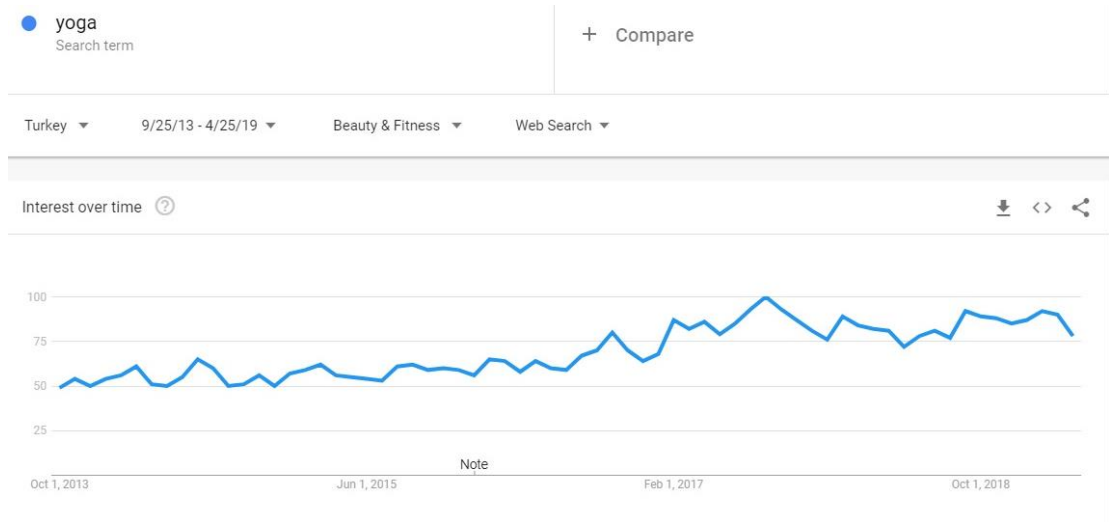
Fiziksel aktivite, sağlık, zindelik ve yaşam kalitesi ile yakından ilişkilidir. Çağımızda, yaşam tarzından kaynaklanan hastalıklardan korunma bağlamında fiziksel aktivitenin oynadığı rol, yapılan pek çok bilimsel araştırma tarafından ortaya konmuştur. Beden ve zihin zindeliğini sağlamaya yönelik olarak sınıflandırılabilcek bir tür eğlence-fiziksel aktivitesi de yogadır (hatha yoga). Temelleri binlerce yıl öncesine dayanan yoga, uygun şekilde yapıldığında, zihni ve bedeni bir araya getirerek bir farkındalık yaşanmasını sağlar. Daha bilimsel bir ifadeyle, yoganın hem psikolojik hem de fizyolojik faydaları vardır. Yoga'ya yeni başlayan birçok kişi için ilk hedef, kas-iskelet sistemi esnekliği ve hareket açıklığında bir artıştır. Bununla birlikte, yanlış talimat ve uygulamalarla yoga, eklemlere ve bağ dokularına zarar verebilir. Hatha yoga eğitimi "asana" denilen yoga duruşlarına yavaş veya hızlı ve düzgün bir şekilde girmek, duruşta kalmak ve çıkmaktan oluşur. Asanaların yanı sıra, bir yoga sınıfı ayrıca solunum egzersizlerini (pranayama) ve rahatlama egzersizlerini içerebilir (Grabara,2017s.65).

Hoyez (2007) tarafından açıklandığı gibi 'yoga, Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'nın birçok yerinde dünyadaki birçok ülke tarafından benimsenmiş ve hatta son zamanlarda moda haline gelmiştir. Asya'nın tarihinden öğrenilip yayılan savunma sanatları, akupunktur gibi yoga da artık kendi içinde bir kültür olacak kadar popüler hale gelmiştir.

Bauman'ın eserinin isminde olduğu gibi bireyselleşmiş toplum Günümüzde, modern yoganın izine, özellikle gelişmiş ve kozmopolit ülkelerde rastlanmaktadır. Gözle görülür şekilde genişleyen etki alanında yeni eğitmenler yetişirken, yoga stüdyoları açılmakta ve her gün farklı yoga stilleri geliştirilmektedir. Bununla birlikte, tarihçesi, özellikleri ve iç dinamikleri ile ilgili hala yaygın bir cehalet söz konusudur (Singleton, M. & Byrne, J. 2008 s.17).

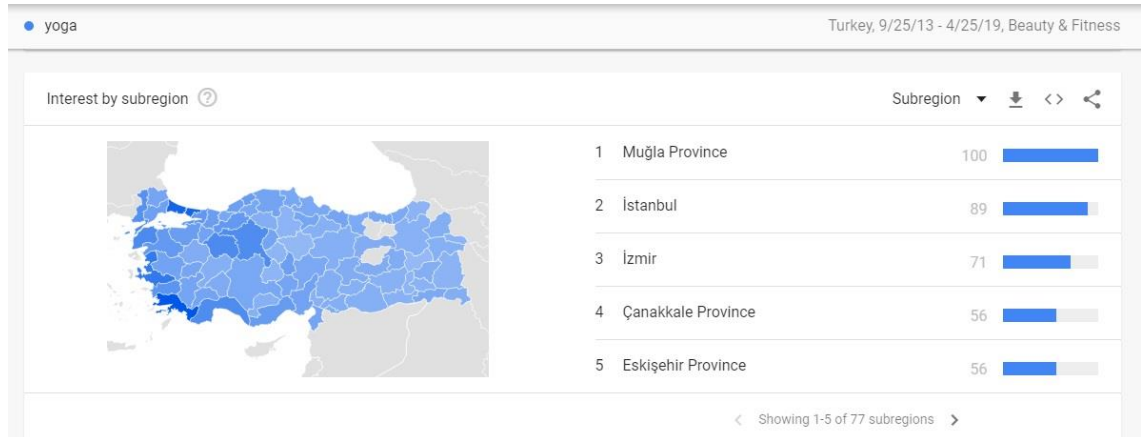
"Google Trends" zerinden Türkiye genelinde yapılacak ayrıntılı bir incelemede, "Yoga" kelimesinin arama eğrilerindeki dalgalanmalar, 2013 Eylül ayından itibaren gözle görülür şekilde yükseliş yönündedir.

Şekil 1 : Yoga'dan bahseden Google trendleri 2019



Aşağıdaki tabloda görülebileceği gibi bu tarihten itibaren yapılan aratmalarda araştırmaya konu olan Eskişehir bölgesi ilk 5 arama bölgesi içinde yer almıştır. İlk üç sırada yer alan İstanbul, Muğla, İzmir şehirlerinin nüfus yoğunluğu düşünüldüğünde bu durum Eskişehir’de yogaya yönelik büyük bir ilgi olduğunu düşündürmektedir.

Şekil 2 : Yoga'dan bahseden Google trendleri 2019



Türkiye genelinde, Eskişehir ve Çanakkale şehirlerinde genç nüfus oranının yüksek oluşu bu bağlamda yoganın yükselen trend olma durumunun akla gelen ilk sebebi olabilir. Fakat peşin hükümler, stratejik organizasyon kararları almak için kabul edilebilir kaynaklar değildir.

Bu araştırma yaygınlaşan, Dünya yoga tüketim kültüründeki mevcut durumu analiz ederken, yerelde yoga etkinlik hizmetinin, aşamaları ve geleceği

ile ilgilidir. “Alınan her ürün belirli bir kültüre tekabül etmekte veya tüketim içinde bulunulan kültürden kaynaklanmaktadır (Senemoğlu, 2017)”. Bu çalışmanın, yoga tüketicilerinin aldığı hizmetin biçimlerini anlamada yardımcı olması ve ürünleştirilen yoga deneyiminin kapısını, pazarlama alanında yapılacak çalışmalara açması hedeflenmiştir.

TANIMLAR

Akış: Üst üste uygulanan asanaların bir araya geldiği her bir yoga seansına verilen isim. Akış deneyimi içindeki birey, tamamıyla yapmakta olduğu eyleme ya da nefesi gibi odaklanması istenen bir duruma konsantre olmaya odaklıdır.

Asana: Tüm yoga duruşlarına verilen isim (Picozzi 2003:278, Johnson, 2004:197).

Bhagavad Gita: Yoga kelimesinin anlamıyla yer aldığı ilk metinlerden biri, "Rab'bin Şarkısı", on sekiz bölümden oluşan klasik Hindistan kutsal epik şiiri Mahabharata'nın bir parçası. Savaştan önce savaşçı Arjuna ile onun manevi danışmanı Krishna arasındaki konuşmaları anlatır. Hikâye, yaşamak için gerekli becerileri ve cesareti bulma ihtiyacını göstermektedir (Picozzi 2003:278, Johnson, 2004:198).

Çakra: İnsan omurgasının tabanından başının üstüne kadar uzanan, vücuttaki madde ötesi enerji bölgeleridir. Her birine karşılık gelen renk ve sembollerle yedi temel çakra vardır (Olivier, ve Machliss, 2013). Batı tıbbına salgı bezleriyle karşılaştırılabilir. Kökten itibaren yedi çakra omurga boyunca sıralanır: mulandhara (kök), svadisthana (cinsel bölge), manipura (karın), anahata (kalp), visuddha (boğaz), ajna (kaş), sahasrara (taç) çakra (Ercan, 2015:15).

Hatha yoga: Vurgunun fiziksel duruş, temizlik uygulamaları, nefes çalışması ve meditasyon olduğu yoga uygulamasıdır (Johnson, 2004:199). Hatha kelimesi kasıtlı veya kuvvetli anlamına gelir. Ha (güneş) ve Hatha yoga, cildi, kasları ve kemikleri hizalamak için tasarlanmış bir dizi duruş ve asana dizisini ifade eder (Olivier, ve Machliss, 2013).

Kalistenik: Vücut ağırlığıyla yapılan egzersizler. Direnç için vücut ağırlığını kullanır. Çekme, itme, bükme, atlama ya da sallanma gibi hareketlerle gibi hareketlerle gücü, zindeliği ve esnekliği arttırmaları amaçlanmaktadır (Stamford,1985).

Mantra: Farkındalığı uyandırmak için tasarlanmış meditasyon pratiği sırasında tekrarlanan belirli bir kelime veya cümle (Picozzi 2003:279).

Meditasyon: Düşüncelerin süspense edildiği ve aktif zihnin nefes, mantra ya da aşk, öfke ya da boşluk gibi belirli konularda yoğunlaşmaya yöneldiği sessizce yürütülen kasıtlı, bilinçli bir konsantrasyon aşamasıdır (Picozzi 2003:279).

Mindfulness: Bilinçli farkındalık.

Om: Tüm mantraların kökü, zihnin sessizliğini ve durgunluğunu temsil etmek için kullanılan mantraların en iyi bilinen ve popüler olanıdır (Picozzi 2003:279).

Pranayama: Zihni odaklayarak, kişinin enerjisini geliştirmek için ritmik solunumu düzenleyen ve uyumlu hale getiren yojik nefes uygulamasıdır (Picozzi 2003:280, (Johnson, 2004:202).

Pratyahara: Tefekkür veya kendini verme, beş duyunun dış duyu dünyasındaki uyaranlardan iç dünya inceliklerine doğru içe doğru çevrilmesidir. (Johnson, 2004:202, Picozzi 2003:280).

Samkhya Felsefesi: Evreni oluşturan elementlerin incelenmesini, sıralanmasını, sınıflandırılmasını, beden ve ruh arasındaki ilişkileri açıklayan Asya felsefesidir. Üç guna (üç hal) ile psişik görünümelerini ele alarak yorumlar yapar (Keith, A. 1918).

Yoga Sutraları: Patanjali'nin yoganın anlamı ve pratiği üzerine aforizmalar içeren klasik metni (Picozzi 2003:281). Dört bölüm ve 196 aforizmadan oluşur (Johnson, 2004:204).

Yogi: En katı anlamda, benliğin tam anlamıyla kavuşmasına ulaşmış olan anlamına gelir (Picozzi 2003:281). Çalışmanın kalanında “yoga felsefesini uygulayan kimse” anlamıyla yoga uygulayıcılarının geneli için kullanılacaktır.

Yogin: Erkek yoga uygulayıcısı yogin olarak bilinir (Picozzi 2003:281).

Yogini: Kadın yoga uygulayıcısı yogini olarak bilinir (Picozzi 2003:281).

BÖLÜM I

SAĞLIKLI YAŞAM VE YOGA PAZARI

Bu bölümünde araştırmanın kuramsal temellerine ve kavramların tanımlarına yer verilmiştir. İlgili literatürden faydalanılarak kavramlar ve aralarındaki ilişkilere değinilmiştir. Dünya genelinde yoga kavramının ürünleşme sürecinden bahsederken kavramsal çerçeve ortaya konmuştur.

1.1. Güncel Bir Pazar Olarak Sağlıklı Yaşam Pazarı

Dünya Sağlık Örgütü'nün tanımına göre "Sağlık, sadece hastalık ya da kusurun olmaması değil, fiziksel, zihinsel ve sosyal açıdan bütünsel bir iyi olma halidir (who.int)". Sağlık davranışı "sağlıklı olduğuna inanan bir kişinin hastalıkları önlemek ya da belirti düzeyinde yakalamak için yürüttüğü faaliyetler" şeklinde tanımlanmıştır. Sağlıklı yaşam algısı, biyomedikal (hastalık durumunun olmaması), fonksiyonel (günlük sorumlulukları yerine getirebilme) ve kendini iyi hissetme (canlılık) boyutlarından oluşmaktadır.

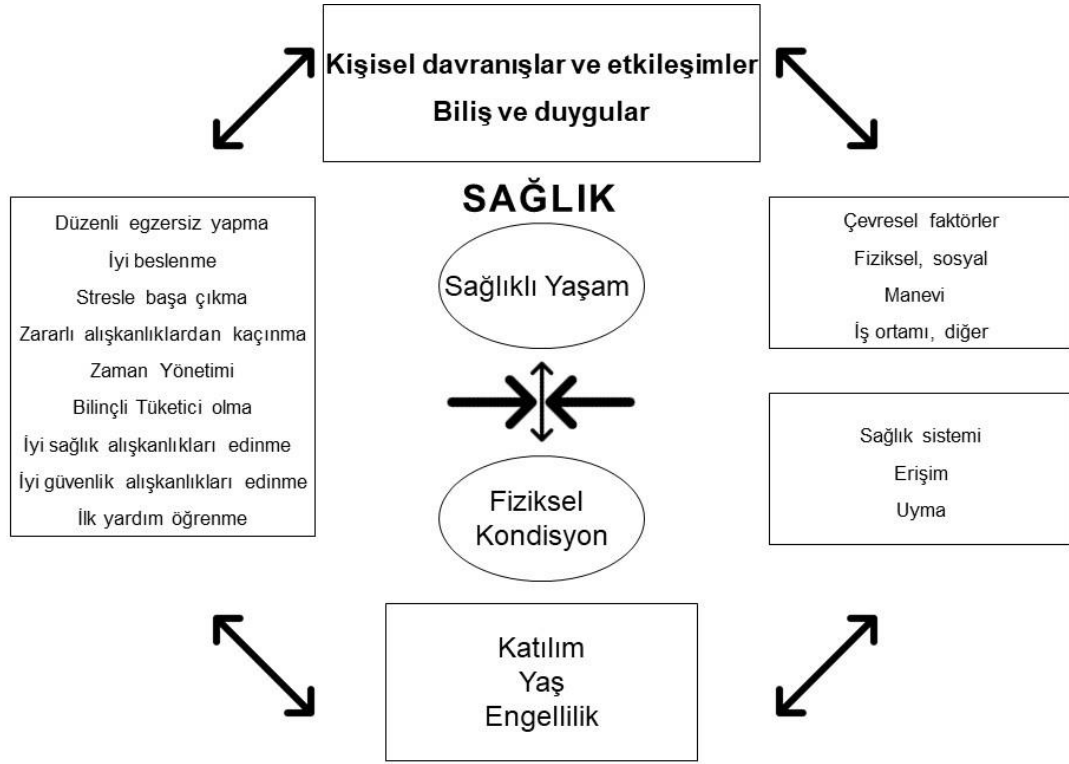
Sağlık harcamaları, tüm dünyada hızla artmaktadır. Ortalama yaşam süresi uzadıkça, sağlık hizmetlerine talep artmakta ve bu da mevcut kaynaklar üzerinde ek bir baskı yaratmaktadır. Örnek olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde 1990 yılında 714 milyar \$ iken 2008 yılında neredeyse üç katına çıkarak 2,3 trilyon \$'a yükselmiştir. Mevcut yükseliş dünya genelinde tüketicilerin sağlıklarını koruma konusunda nasıl teşvik edileceği konusunu önemli bir gündem konusu haline getirmiştir. Sağlık maliyetlerinin önemli bir kısmı, kalp ve şeker gibi kronik ve çoğu zaman önlenemez hastalıkların tedavisine ilişkindir. Türkiye'de de sağlık harcamaları belirli hususlarda benzerlik göstermektedir. 1999 yılında %4,8 olarak gerçekleşen toplam sağlık harcamasının gayrisafi yurtiçi hasılaya oranı, 2008 yılında %6,1'e yükselmiştir. Yine 2008 yılında, yıllık toplam sağlık harcaması içindeki kamu sağlık harcaması payı, 1999'dan sonraki en yüksek düzeyini görerek %73 oranında gerçekleşmiştir. (Bozkurt, 2015:10).

Bir ülkenin gelir seviyesi ile gerek kişi başına olsun gerekse de gayri safi yurtiçi hasıla yüzdesi olarak olsun sağlık harcama düzeyi arasında önemli bir ilişki vardır. Gelir düzeyi yüksek olan ülkeler sağlık hizmetlerine daha fazla harcama yapma eğilimine sahiptirler. 2007 yılında TÜİK tarafından yapılan bir araştırmada Türkiye’de kişi başına düşen sağlık harcaması benzer coğrafyalarda bulunan, orta gelirli ülkelerin yaklaşık 3 katı düzeyindedir. Öncelikle hangi ülkenin sağlık hizmetlerine ne kadar harcayacağı doğru çıkarımlar yapmak için yeterli değildir. Her ülkenin karşı karşıya kaldığı sağlık sorunları birbirinden son derece farklıdır. Ancak söz konusu maliyetlerin kaynak gereksinimi sağlıklı yaşam modeli ile azaltılabilir (Çelik, 2011:68,78).

Bilgi, sağlıklı yaşam modelini yönlendiren en temel unsurdur. Modern toplumda insanların bilgi düzeylerinin artmasında medyanın büyük bir etkisi vardır. Bugün sağlık, sağlıklı yaşam ve fitness alanlarında sayısız dergi çıkmaktadır. Ayrıca önemli haber mecralarında sağlık ve sağlıklı yaşam konulu özel haber, dosya hatta özel sayılar her geçen gün artmaktadır. Ayrıca kamu kurumları da sağlıklı yaşamı geliştirme konusunda düzenli çalışmalar sürdürmektedir (Bozkurt, 2015:11). Kamu spotları, billboard ilanları ve kamu alanlarındaki reklam ve ilanlar da son yıllarda büyük artış göstermektedir. Okullarda da buna yönelik eğitim ve ders içerikleri oluşturulmaktadır. Sağlıklı yaşam bilincini tüketici davranışına götüren pek çok etmen vardır.

Aşağıdaki tabloda sağlıklı yaşam durumunu etkileyen unsurlar ve birbirleriyle ilişkileri gösterilmiştir. Sağlıklı yaşam tarzı geliştirilmesi bağlamında beslenme, stres yönetimi, egzersiz, tinsellik, kişiler arası ilişki ve sağlık sorumluluğu gibi pek çok başlıkla yoganın temel disiplini ile yakinen ilgilidir.

Şekil 3 : Sağlıklı Yaşam Durumunu etkileyen unsurlar



Kaynak: C.B. Corbin, G. Welk, W.R. Corbin, & K. Welk. Concepts of Fitness and Wellness. McGraw-hill., 2008.s.10

Modelin merkezinde sağlık, sağlıklı yaşam ve fiziksel kondisyon başlıklarının bulunması çevresel başlıklarla en iyi bağlantıyı kurabilmek isteyen bireyin sahip olmak isteyeceği durumlardır. Kalıtım, yaş, engellilik başlıkları aslında bireyin kontrol edemeyeceği başlıklardandır. Bireyin sağlıklı yaşam durumunu etkileyen faktörlerden bireyin kontrolüyle etkileyebilecekleri sol tarafta listelenmiştir. Bireyin kendi sağlığı için içinde bulunduğu çevresel faktörlerin de iyileştirilmesi gerekmektedir. Bu faktörler modelin sağında listelenmiştir.

1.1.1. Sağlıklı Yaşam Kavramının Gelişimi

Sağlıklı yaşam kavramının kökeni binlerce yıl öncesine, özellikle de antik Çin, Hindistan, Roma ve Yunan uygarlıklarındaki tedavi yöntemlerine dayanmaktadır (Bozkurt, 2015:11).

Terapatik rekreasyon (bireyin genel sağlığını oluşturan bedensel, zihinsel, duygusal, ruhsal ve sosyal bileşenleri) konusunda kültürel antropologların antik çağlardaki uygulamaların günümüz aktivitelere uygun bir şekilde gerçekleştirilmesi hakkında aşağıda belirtilen bazı bulguları bulunmaktadır (Austin ve Crawford, 2001:24).

- Mısır kültüründe dans, konser ve sembolik ayinler hastalıkların tedavisinde kullanılmıştır.

- in kültüründe yaşlılar için derin nefes alma egzersiz teknikleri (T'ai Chi) geliştirilmiştir. Farklı tekniklerle kişilerin zihinsel tedavilerinde önemli yol almışlardır.

- Roma kültüründe akıl ve beden sağlığı için oyunlar geliştirilmiştir. Diyet ve egzersizin önemi üzerinde durulmuştur. Sirk ve seyirci aktiviteleri aracılığı ile sosyal sapkınlıkların önüne geçilmeye çalışılmış ve oluşturdukları hastane sistemi ile evdeki tedavi hizmetlerinin öncüsü olmuşlardır.

- Osmanlı kültüründe yer alan şifahanelerde de müzikle/su sesiyle tedavi gibi yöntemlere rastlanmaktadır.

- Yunan kültüründe Hipokrat'tan başlayarak tıpta sanatsal aktiviteler kullanılmıştır. Kütüphaneler, stadyumlar, tiyatrolar ve sanatoryumlar inşa edilmiştir. Zihinsel engelliler için müzik ile birlikte dans ve jimnastik figürleri kullanılmıştır (Sevil, 2015:38).

Batı tıbbının babası olarak bilinen Hipokrat, hastalıkları iyileştirmek yerine önlemeye odaklanan ve hastalıkların beslenme, yaşam tarzı ve çevresel unsurlarla ilişkili olduğunu savunan bilinen ilk doktor olmuştur. M 370 yılında Hipokrat 'Vücudun, belirli bir fonksiyona sahip tüm bölümleri, eğer ölçülü bir şekilde ve alıştıkları şekilde kullanılırsa, sağlıklı olurlar ve yavaş yaşanırlar. Fakat kullanılmaz ve tembel bırakılırsa hastalığa açık hale gelirler, yetersiz gelişirler ve çabuk yaşanırlar' diyerek, bedeninin doğru kullanılması gerektiğini belirtmiştir (Bozkurt, 2015:11).

Sağlıklı yaşam kavramının modern anlamda kullanımı, 1950'li yıllarda Dr. Halbert L. Dunn'ın 'yüksek Düzeyde Sağlıklı Yaşam' (High Level Wellness) adlı çalışmasında yerini bulmuştur. (Dunn, 1961)

Sağlıklı yaşam kavramıyla yakın ilişki içinde olan “yaşam kalitesi”, bireylerin, yaşadıkları kültür ve değerler sistemi içinde, hedefleri, beklentileri ve endişeleriyle ilişkili olarak yaşamdaki konumlarına yönelik algılamalarıdır (Bozkurt, 2015:11). İnsanlar günümüz toplumunda bahsi geçen algılarını kullanarak içtikleri suyun ph değerinden, giyeceklerinin elyaf yapısına kadar pek çok kriteri değerlendirerek tüketebilmektedir. Pazarlama alanında alınan kararlarda önemli etkileri olan tüketici davranışı, genel olarak tüketicilerin, neyi, nasıl, neden, ne amaçla ve hangi koşullarda aldığını inceleyen bir bilim dalıdır (Bozkurt, 2015:40). Sağlıklı yaşama isteği, içerdiği tüm unsurlarıyla kaçınılmaz olarak tüketimin bir parçası haline gelmiştir. Günlük tüketim ihtiyaçlarımızın ayrılmaz bir ögesi olarak bu alandaki alışkanlıklar, harcamalar, trendler ve yenilikler pazarlamanın konusu ve kapsamı içinde yer bulmaktadır. Pazarlama, ürün veya hizmetlerinizin satışı yoluyla ihtiyaç ve isteklerin karşılanmasıdır. Pazarlama araştırması ile müşteriler, rakipler ve iş ortamı hakkındaki verileri toplama, analiz etme ve yorumlama sağlanır. Bu süreç, hedefinizi belirlemeyi, hedefleri belirtmeyi ve metodolojiyi belirlemeyi içerir. Ürünün tanımı, değeri, satın alınma sebebi ve sıklığı yanında rakiplerin ürünlerinin durumu bilinmelidir (Grede, 2005:16,18).

Sağlıklı yaşam kültürünün ve pazarlamanın günümüzde yükselen trendlerinden biri de aslında binlerce yıldır var olan fakat son 40 yıldır yeniden yapılandırılan Yogadır. Yoga, ABD ve dünyada giderek daha popüler hale gelirken, yoga yapmayı seçen bireylerin özellikleri, tüketim alışkanlıkları, sağlık pazarı çerçevesindeki harcamaları ve bağıntıları hakkında çok az şey bilinmektedir. Yoga tüketici davranışları için Park C.L., Braun T. ve Siegel T. (2015) çalışmalarında, yüzlerce yayınlanmış ampirik yoga araştırmasının arasından, 55 araştırmayı tanımlayarak ve yoga pratiğinin korelasyonlarını, sosyodemografik, psikososyal özellikleri, zihinsel ve fiziksel iyilik hallerinde sınıflandırarak sistematik bir inceleme yapılmıştır. Başlangıçta bu çalışmalar yogilerin genellikle beyaz, üst sosyoekonomik statüde ve orta yaşta olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte, daha yakından incelendikten sonra, bu çalışmalar temel demografiden başka, yoga korelasyonları hakkında sınırlı sayıda anlamlı bilgi sağlamıştır. En büyük ve en temsili çalışmalar, katılımcıların bu kullanım özelliklerini (örneğin, uzunluk, sıklık, türü)

değerlendirmekten ziyade "yoga yapıp yapmadıklarını" (evet / hayır türü anket sorularıyla) iki yönlü olarak değerlendirmiştir. Araştırmanın sonucunda yoga tüketicilerini tanıma konusunda tamamen tutarlı olmayan, karışık bir tablo ortaya konmuştur (Park C.L., Braun T. ve Siegel T. 2015: 1,11)

Greenwell (2017) doktora tezinde, medya okuryazarlığı söz konusu olduğunda, dünya genelinde yogilerin reklamlardan etkilenmemek gibi genel ve büyük bir güdüye sahip olduklarını kaleme almıştır. İnternet tarayıcısında reklam engelleyicileri kullanmaktan ve markasız kıyafetler giymekten gurur duyuyorlardı. Yine de hızla uzmanlarla aynı marka matı almak gibi satın alma davranışları sergileyebilmekteydiler. Bu tür davranışlar bazı büyük mağazaların marka elçileri işe almasının sebebi olmuştur. Hedef kitlelerinin bir reklam panosuna cevap verme olasılıklarının, hayranı oldukları eğitmenlerinden daha düşük olduğu düşünülmüştür. Yoga uzmanları ürünlerini kullanmaya teşvik eder ve ürünleri sosyal medyada ve sınıflarda kullanırken görülür, uzmanlara yogileri etkilemek için göz önündeki ücretsiz ve düşük maliyetli ürünler kullanımları için verilir (Greenwell, 2017:6). Greenwell'in görüşmecilerinin çok azı bunun işe yaradığını itiraf etmiştir.

Yoga pratiği, özellikle son yüz yıl içinde yeniden canlanma ve coğrafi bir kaymadan geçti. Batı dünyasında ve bir dereceye kadar Hindistan'da yoga ruhsal, dinsel ve hatta kültürel tarihinden çıkıp biçimsizleştirilmiştir. Hindistan geleneğine dayanan manevi bir uygulama olarak tanırken artık özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde yoganın mevcut kültürel anlamını bulmak televizyon programlarında, reklamlarda ve sosyal medyada adeta bir ortak hedef haline almıştır (Greenwell, 2017:7).

Yoga pazarını daha iyi anlayabilmek, nasıl bir yenilenme ve dönüşüm içinde modern hayatlardaki sağlık pazarının yadsınamaz bir parçası haline geldiğini çözümleyebilmek için kadim bir öğreti olan Yoga'nın ne olduğunu iyice anlamak gereklidir.

1.2. Kadim bir Yaşam Pratiği Olarak Yoga

Anlatıya "Yoga" kelimesinin anlamına odaklanarak başlamak doğru olacaktır. Birleşmek, Yunanca Zeugma, Latince Jugum ve İngilizce yoke

kelimeleriyle aynı Sanskrit kökünden gelen Yeug (yuj) katılmak ve disiplin anlamlarına gelmektedir (Crowley 1939:31). Bedenin ve zihnin potansiyelini ortaya çıkartmak için vücudun kendi ağırlığı kullanılarak yapılan bir çeşit fonksiyonel egzersizler ve felsefi yargılarıyla bütünleşmeyi hedefler. Eski çağlardan günümüze teknoloji ve yaşayışın şekillendirdiği yaşamlarda insan vücudu aynı kalırken vücudun kullanımı da görece azalmıştır. Eski zamanlarda, işlerin çoğu gün boyu ayakta durmayı gerektiriyordu. Bugün, pek çok iş oturmayı gerektiriyor ve çoğumuz gün boyu oturuyoruz. Yemek yemek için masada oturmaktan, iş için seyahat eden araçta, işyerinde masa başında, eve dönmek için bir araçta ve yatmadan önce kanepede oturuyoruz (Frater, 2009).

'Modern Yoga' ifadesi, son 150 yılda, özellikle Hint dinlerine ilgi duyan Batılı bireylerin etkileşimi yoluyla gelişen belirli yoga türlerine atıfta bulunmak için teknik bir terim olarak kullanılmaktadır. Halen Batı'da uygulanmış ve öğretilmiş olan yogaların çoğu ve bazı çağdaş Hint yogaları bu kategoriye girmektedir. Dünya genelinde ve özellikle gelişmiş ülkelerin kentsel bölgelerinde yoga takipçileri milyonları buluyorken, 'Modern' tanımı, yaşını ve coğrafi / kültürel yayılmasını tanımlayacak kadar kesin görünmektedir (Michelis, 2004:2).

Yoganın nasıl olup da dünya genelinde dolaşımda olan bir tüketim uygulamasına dönüştüğünü anlamak için, özellikle Hindistan ve Batı'daki kültürel önemine odaklanarak, uygulamanın kökenlerini ve modern yorumlamalarını anlamak gerekir. Yoga; eski zamanlardan beri nefes, hareket, kas, kemik, sinir sistemi, zihin ve davranış gibi konularda farkındalık elde etmek için yüzyıllardır uygulanır. Özel bir alan ya da ekipmana ihtiyaç duymadan, kişinin sadece vücut ağırlığını direnç olarak kullandığı bir sistem olduğu için özellikle son 100 yılda modern dünyada hızla yayılmış ve daha fazla insanın ilgisini çekmeye devam etmektedir. Yoganın küreselleşmesindeki önemli bir dönüm noktası, Vivekananda'nın 1893 Chicago Dünya Fuarı'ndaki yoga uygulamaları sunumu ile ortaya çıkmıştır (Strauss, 2005).

Son dönemde faal olan kalistenik eğitimlerden daha fazlası olarak yoga, zihin için de meditasyon ve felsefi geleneğini de uygulayıcılarının hizmetine

sunar. Yoga Hint felsefesinin altı dogmatik sisteminden biridir (darsanas). Etkisi, diğer birçok Hint felsefesi okulları arasında yaygınlaşmıştır. Temel metni PATAÑJALI'nin (c. 200-?) yazdığı düşünülen Yoga Sutralarıdır (Doniger 2006:79).

Sutralarda ortaya konan altı Hindu sistemi (Darşana) şunlardır:

- Nyaya (Mantıkçı realizm)
- Vaisesika (Realist pluralizm)
- Samkhya (Gelişmeci düalizm)
- Yoga (Sistemli tefekkür)
- Purva Mimamsa (Vedalar'ın davranışa ilişkin ilk yorumları)
- Uttara Mimamsa (Vedaların bilgiye ilişkin yorumları) (Radhakrishnan – Moore 2004)

Yoga sistematik bilgi birikimi ile Dünya'nın en eski manevi ve fiziksel gelişim yöntemini temsil eder. Modern bilim adamları, yogayı, ruhunu ve varoluşu sınırlı olan birey ile sonsuz olan İlahi olan arasındaki birlik arayışıyla ilgilenen klasik Hint bilimi olarak tanımlamışlardır. Her bilimde olduğu gibi, yoga da mantıksal sonuçlara ve rasyonel akıl yürütmeye dayanan belirli temel ilkelere dayanmaktadır. Yoga bilimi eşsizdir çünkü insanın halleriyle ilgili her tür sorunu kapsar. (Picozzi 2003:14). Yoga, beden ve nefesin zihinle yakından ilişkili olduğu inancına dayalı bir sistemdir. Nefesi kontrol ederek ve vücudu sabit veya geçişli pozlar (asanalar) içinde tutarak uyum yaratır. Yoga beş ana unsurdan oluşur: yararlı egzersiz, doğru nefes alma, tam rahatlama, dengeli beslenme ve pozitif düşünme. Asanalar gerginliği azaltmaya, iç organları tonlamaya ve esnekliği arttırmaya yardımcı olur (Hamilton 2015). Yoganın, esneklik, kas gücü, denge gibi faydaları olsa bile zihin ve düşünce eşlik etmediği müddetçe gerçek doğasını ortaya çıkartmaya yönelik bütünleşme yönelimi sağlanamaz.

Önde gelen geleneksel yoga yaklaşımının sekiz kollu aydınlanma veya kurtuluş için, aşağıdaki gibidir:

1. Ahlaki disiplin- Yama

2. Öz disiplin- Niyama
3. Duruşlar- Asana
4. Nefes kontrolü- Pranayama
5. Duyusal engelleme- Pratyahara
6. Konsantrasyon- Dharana
7. Meditasyon- Dhyana
8. Doğru konsantrasyon (Ecstasy- Samadhi) (Feuerstein, ve Payne, 2010:13).

Ayrıca yoganın pratik yönleri, büyük ölçüde Samkhya felsefesine (varlıkları ve kavramları sayılarla belirleyen) dayanan entelektüel içeriğinden daha önemli bir rol oynamaktadır. Yoga, Samkhya ile birlikte, ruhsal kurtuluşun başarılmasının, öz cehalet ve yanılsama nedeniyle ortaya çıkan maddenin köleliğinden kurtulduğu zaman mümkün olduğunu gösterir (Doniger 2006:79).

Bu yönleriyle yoga, sadece mat üzerinde yapılan bir uygulama değildir. Günlük hayat içerisinde yoga, kişinin bedeni aracılığıyla bir tür araştırma halinde kalarak hayata dair elde etmeye çalıştığı bir farkındalık çalışmasıdır. Yoganın geleneğine kuşbakışı baktığınızda, her biri kendi alt bölümleri olan bir düzine büyük gelişme şeridi görmek mümkündür. Sekiz dallı dev bir ağaç olarak Yoganın her bir dalının kendine özgü bir karakteri vardır, ancak her biri aynı ağacın parçasıdır. İnsan pek çok farklı yolla, kişiliği, yaşam tarzı ve hedefleri için doğru olanı bulabilir (Feuerstein, ve Payne, 2010:12). Bu çalışmada, Yoga'nın en popüler kolu olan Hatha Yoga'ya odaklanıyoruz. Çünkü günümüzde dünyada en yaygın olarak uygulanan yoga tarzı Hatha Yoga ve onunla füzyona giren türev tarzlardır. Bunun belkide başlıca sebebi modern dünyada diğer tarzların hatha yogaya nazaran fazlasıyla manevi ve dinsel kalmalarıdır (Ercan, 2016:155). Hatha Yoga'yı sadece fiziksel form antrenmanına indirgeme konusundaki yaygın hatadan da kaçınıyoruz. Böylece, meditasyon ve Yoga'nın manevi yönlerinden de bahsetmek mümkün olabilecektir. "İster ruhani ister dinsel ister spor amaçlı olsun, isterse sadece ekonomik kaygılarla öğretiliyor olsun, yoganın her türü insan içindir (Ercan,

2016:155)”. Modern dünyada önüne gelen pek çok sıfat ile çeşitlendirilse de akli, ruhu ve bedeni birleştirmeyi amaçlayan altı ana yoga uygulama formu listelenebilir (Raja, Karma, Bhakti, Jnana, Tantra, Hatha) ve bu bileşenlerin hepsinde zihin meditasyon haline, şu an’a davet edilir.

Yoganın başlıca altı türü aşağıdaki bölümlerde açıklanmaktadır. Bu listeye, kendi Guru (goo-roo) Yoga’sını, bir Yoga efendisine (bilgi sunan ve birini uyanış yoluna yönlendiren bir manevi öğretmen) olan bağlılığının yoga’sı da eklenebilir.

1.2.1. Raja Yoga

“Raja” kelime anlamıyla kraliyet anlamına gelir. Yoganın sekiz kollu bileşenlerine sıkı sıkıya bağlı, sistematik bir yoga tarzıdır (Ercan, 2015:30). Bu bileşenler, diğer hatha yoga dallarında da bulunur. Raja yoga uygulaması tipik olarak, daha ileri eğitim aşamasının zorluklarına dayanması için vücuda gerekli sağlık ve gücü sağlayan hatha yoga ile başlar. Raja yoga, iç gözlemsel ve meditasyona ilgi duyan bireyleri kendine çeker. Bununla birlikte, bu yolu manastır veya münzevi bir yaşam tarzı önermekle birlikte, bir ashram veya manastıra girmek raja yoga uygulamak için bir ön koşul değildir. Bir din değil, bir yaşama biçimidir (Sturgess, 2015).

1.2.2. Karma Yoga

Kişinin çabaları için kişisel ödüller beklemeden dünyaya katkıda bulunan, özverili eylemlerin performansıdır. Karma yoga, "iş veya eylem yoluyla aydınlanma" olarak bilinir. Gerçek kimliğimizi gizleyen eylemlere yol açan arzulama güdümüzü azaltmayı amaçlar. Karma yoga, bencil olmayan ve başkalarına hizmet olarak yapılan çalışma disipliniyle bizi manevi özgürlüğe yönlendirmeye çalışır (Picozzi 2003:18). Karma Yoga’nın en önemli prensibi, bencil olmadan, bağlanmadan ve bütünlük içinde hareket etmektir. Karma Yoga uygulayıcıları, bedensel, vokal veya zihinsel olan tüm eylemlerin tam sorumluluk almaları gereken geniş kapsamlı sonuçlara sahip olduğuna inanmaktadır (Feuerstein, ve Payne, 2010:13). Gerek toplum yaşamının gerekse değah, aşram yaşamının gereği birçok yapılması gereken iş vardır;

örneğin birey yemek yapmak, öğretmenlik yapmak, temizlik yapmak gibi sayısız işi adanmışlık niyetiyle, yoga amacıyla yapar (Ercan, 2015:30). Günümüzde bir aş evinde yemek servisi için gönüllü olmak ya da Barış Gücü ne kaydolmak, karma yoga yoluyla ilişkili özverili hizmetin örnekleri olabilir.

1.2.3. Bhakti yoga

İnanç ve adanmışlık yogasıdır. Doğruluğa, gerçekliğe tanrı aşkıyla ulaşmanın yolu olarak gösterilir (Ercan, 2015:30). İnsanları, tanrı ve tanrıçalar gibi doğalarına aşına olmalarına ibadeti teşvik eder. Bhakti yoga, açık bir kalp geliştirmeyi ve bencil olmayan sevgi ve her insanda ve şeyde mevcut olduğu gibi İlahi olana olan bağlılığı ile aydınlanma için bir yol yaratmaya çalışır (Picozzi 2003:19). Bhakti Yoga uygulayıcıları, yüce bir varlığın (İlahi) hayatlarını aştığına inanırlar ve bu yüce varlık ile bağlılık ve hatta tamamen birleştiğini hissetmektedirler. Bhakti Yoga, adaklar, övgü ilahileri söyleme ve İlahi olanı düşünme gibi uygulamaları içerir (Feuerstein, ve Payne, 2010:13). Bhakti yogiler, yollarını adanmışlıklarını her düşüncelerinde, sözlerinde ve eylemlerinde ifade ederler. Mahatma Gandhi bhakti yogilerinin en iyi bilinen örneğidir. Hayatı, bhakti yoganın yollarını, adanmışlık ve özverili hizmetlerini özetlemektedir. Günümüz şehir yaşantısında, bu denli uygulanması zor eylemleri içerebilen yaklaşımın da çok popüler değildir.

1.2.4. Jnana yoga

Bilgelik yogası da denilebilir. Kendini tanımaya adanmış kutsal yazıların incelemesi, yorumlanması, başka dillere çevrilmesi, gündelik yaşama ve çağa uyarlanmasıdır (Ercan, 2015:30). Bu öğreti, antik Hindu mistik metinleri Upanishad'ta öğretildiği gibi, gerçek olanı gerçek olmayandan veya gerçek mutluluğu küçük zevkten ayırt etmeyi öğreten bilgelik yoludur (Picozzi 2003:19). Jnana Yoga, gerçekliğin tekil olduğunu ve sayısız belirgin olayı algılamamızın temel bir yanılgı olduğunu anlatır (Feuerstein & Payne, 2010:13). Jnana yoga zorlu bir yoga yoludur. Güçlü arzu ve zihin gücü gerektirir. Ciddi bir çalışma içerir ve daha çok entelektüel eğilimli olanlara hitap eder. Bu yönleriyle çağımızda geniş kitlelere hitap etmemektedir.

1.2.5. Tantra yoga

Süreklilik yogası olarak da bilinen Tantra Yoga, Yoga'nın en karmaşık ve en yanlış anlaşılan dalıdır. Tantra Yoga aslında oldukça karmaşık ritüelleri ve tanrıların ayrıntılı görselleştirmelerini içeren katı bir manevi disiplindir. Kundalini, bir kişinin omurgasında uyuyan güçlü bir enerji olarak tanımlanır. Tantra'da Kundalini'nin biraz farklı bir anlamı vardır. Kundalini enerjisi enerjik özün sadece bir kısmıdır, her zaman uyanıktır ve akıştadır çünkü eğer olmasaydı, kişi hayatta olmazdı. (Feuerstein, ve Payne, 2010:16). Egzersiz yönüyle Hatha yoga asanalarını kullansa da Tantra yoga, cinselliği içeren kutsal ritüelleri yoluyla kendi kendini aşma yolunu temsil eder. İlahi ve dünyevi olan arasındaki bir fark olmadığını öğretir. İlahi olanın sıradan varoluşta bulunabileceğini öğretir (Picozzi 2003:18).

1.2.6. Hatha Yoga

Hatha Yoga, Hatha Vidya da denir. Siddha ve Natha geleneklerini, Tantrik uygulamaları, Patanjali'nin meditatif uygulamalarını ve felsefi eksenini, Şivacı geleneği, Hint halk inançlarını da kapsayan karma bir sistemdir (Ercan, 2016:154). İlk fiziksel yoga pozlarıyla ilgili metni, 14.yy da yazılan Hatha Yoga Pradipika'dır. Hatha ve fiziksel pratikleri yoga tarihinden çok sonra ortaya çıkmıştır. Hatha Yoga Pradika'da sadece 13 poz anlatılır, günümüzde yüzlerce poz mevcut ve gün geçtikçe yenileri üretilmekte. Batı toplumunda "yoga" olarak bilinen pratik genelde bu pozların 1 ya da 1,5 saat boyunca uygulanmasıdır (Saraswati, & Svātmārāma, 1998).

"Zorlu yol" olarak da adlandırılan hatha yoga, fiziksel iyiliğin yogasıdır. Modern Batı yaklaşımında, hatha yoga öncelikle bir fizik tedavi şekli olarak kullanılır. Asana (duruşlar), pranayama (nefes egzersizleri), pratyahara (sinir kontrolü), dharma (zihin kontrolü), dhyana'dan (meditasyon ve ruhsal aydınlanma) oluşur. Uygulama, yoga ahlak kuralının on kuralı olan yama-niyamalar tarafından gerçekleştirilir.

Yamalar;

- Ahimsa (Zarar vermemek, şiddet göstermemek)
- Satya (Dürüstlük)
- Asteya (Çalmamak)
- Brahmaçarya (Hayat enerjisini, canlılığı korumak)
- Aparigraha (Sahiplenmemek, biriktirmemek)

Niyamalar;

- Sauça (Saflık-temizlik)
- Santoşa (Yetinme-halinden memnun olma)
- Tapas (Ateşli çaba)
- Svadhyaya (Kendini eğitme)
- İshvara Pranidhana (Yaşamın kaynağını fark etmek,)

Hatha yoga batı dünyasında en çok uygulanan biçimdir (Picozzi 2003). Bunun sebebi modern hayat içinde sağlıklı yaşam pazarına en çok uyan yoga formu oluşu olabilir. Diğer yoga biçimlerinde bahsettiğimiz zorlu biçimlerden daha uygulanabilir olanıdır.

Günümüzde yoga ile ilgilenen bireylerin pek çoğu esneklik, stresle mücadele, fiziksel uygunluk ve sağlık için yogaya başlar. Yoga da aynı pek çok fiziki aktivite gibi doğru ve düzenli uygulandığında, bedende esnekliği artırabilir, dengeyi geliştirebilir ve kolesterolü azaltabilir. Yoganın yardım seçeneği sunabileceği alternatif durumlar için titiz çalışmalar pek fazla değildir. Amerika'da California San Francisco Üniversitesinde yapılan, rastlantısal fakat kontrollü bir çalışma (Prathikanti, Rivera, Tungol, Fayazmanesh, Weinmann, 2017), 8 haftalık bir hatha yoga pratiğini hafif-orta şiddette depresyon için tek müdahale olarak incelemiştir. 8 haftalık bir hatha yoga programına katılımın akut depresyon şiddetinde istatistiksel ve klinik olarak anlamlı düşüslere yol açabileceğini göstermektedir.

Hatha yoganın üç temel ögesi vardır.

Asanalar (Yoga pozları)

Pranayama (Nefes)

Meditasyon (Picozzi 2003:16)

1.2.6.1. Asanalar

Yoga duruşlarına asana denir. (Picozzi 2003:278, Johnson, 2004:197). Vücut ağırlığı ve yer çekimi kullanılarak çekme, itme, çevrilme ya da sallanma hareketleriyle gücü, zindeliği ve esnekliği arttırmaları amaçlanmaktadır. Asanaların uygulanması sırasında iç organlar gerilir ve sıkıştırılır, organlara bir nevi masaj yapılmış olur, böylece daha iyi çalışırlar. Asanalar ve geçiş hareketlerinde, omurganın belirli şekillerde bükülmesi ve gerilmesi, omurga ve beyinde sağlıklı kan dolaşımı ve sinir sistemine zemin hazırlar. Bu hareketlerle, sistematik bir şekilde gerilen ve büzülen tüm kas-iskelet sistemi, uygulayıcılara daha fazla güç ve esneklik sağlar. Gaz ve kabızlığın giderilmesine yardımcı olan bağırsağın peristaltik hareketini uyarır. Asanaların peşi sıra geçişleriyle uygulanışı ile yaşanan terleme, cildin gözeneklerini temizler (Vaibhav, 2012:224).

Modern dünyada farklı vücut odaklı egzersiz disiplinleri birbirinden etkilenerek yeni sistemler ortaya koyabilmektedir. Yoga uygulamalarında farklı

SURYA NAMASKARA



Şekil 4 : Surya Namaskar, Güneşe selam serisi



asanaların bir araya gelmesi ile farklı seriler uygulanabilir. Aşağıda örneği verilmiş olan Surya Namaskar veya güneş selamlamanın 12 fiziksel duruşu en bilinen geleneksel yoga uygulama serisidir. Seri, akış esnasında doğru kullanılan nefes uygulamaları ile birlikte periyodik ileri ve geri eğilmeleri kapsar (Vaibhav, 2012:225).

1.2.6.2. Nefes (Pranayama)

Günümüzde popülerleşmiş yoga sınıflarında, sıklıkla çeşitli postural yoga pozları (asanaların), veya bedensel duruş dizilerinden oluşan, pranayama veya “nefes kontrolü” yoluyla nefesle senkronize edilmiş dizilimlerden oluşan bir spor rejimi buluyoruz (Jain, 2015:1). Pranayama ("nefes kontrolü"). Patanjali'nin sekiz katlı Yoga'sının dördüncü koludur. Nefeste dikkatli düzenlemeler veya genişleme yapmayı hedeflemektedir (Feuerstein, 2002:608).

Yaşam gücünü etkilemenin en hızlı yolu olan nefes kontrolü (pranayama), Hatha-Yoga pratiğinin ana kalbidir. Bununla birlikte, nefesle ilgili uzun deneylerinde, erken dönem yoginleri, çoğu adayın nefes kontrolüne başlamadan önce az ya da çok kapsamlı bir saflaştırmaya girmesi gerektiğini keşfetti. Böylece, vücudu daha yüksek uygulama aşamalarının taleplerine hazırlamak için çok çeşitli temizlenme teknikleri (sinüslerini yıkamak gibi) icat ettiler (Feuerstein, 2002:518).

Pranayama ayrıca çok çeşitli hastalıkları tedavi etmek, omurganın altında, sarmal bir şekilde yattığı düşünülen yılan gücünün (kundalini) enerjisini arttırmaya dayanır. Nefes kontrolü bu enerjiyi uyandırmak veya keyifli bilinç halleri oluşturmak için de düzenlenir (Feuerstein, 2002:528).

1.2.6.3. Meditasyon

İngilizcede Mental development yani zihinsel gelişim anlamına gelir. Latince Meditatio yani derin düşünme kelimesinden türetilmiş bir kelimedir. Kişinin derin düşünme eylemine dalmasını anlatır. Aslında zihnin bir kısmının zihni gözlemlediği, analiz ettiği onunla ilişki kurup onu değiştirebildiği bir

aktivitedir. Zihni eğitmek ve analiz etmek ona yeni bir alışkanlık kazandırma eylemlerine meditasyon demek mümkündür. “Yoganın da temel amacı asanalar ya da bu asanalara doğru yerleşmek değil fiziki çalışmalar sayesinde meditasyon içinde daha uzun süre kalabileceğimiz güç ve esnekliğe erişmeye çalışmaktır” (Fiennes & Garratt, 2010).

Tarihine bakarsak insanlığın çok yabancı olduğu bir pratik değil aslında farklı çağlarda dinlerde farklı isim ve tekniklerde uygulanmıştır. Bilinen tarihi 2500 yıl öncesine kadar uzanır. Meditasyon ilk defa doğu kültürlerinde Hinduizm, Budizm, Zen gibi felsefi öğretilerde yoğun şekilde kullanılmaya başlamıştır. Günümüzde dini içerikli meditasyonlar hala uygulanmaktadır. Mantra isminde belli bazı duaların tekrarı, enerji ve çakra çalışmaları, dini semboller gibi öğeleri dışarıda bırakan meditasyon uygulamalarına seküler yani dini ve enerji çalışmaları içermeyen meditasyonlardır. Batı dünyasında çoğunlukla bu teze de konu olan dinden tamamen arındırılmış teknikler de kullanılmaktadır. 1950'nin sonunda Tibet'in işgali sonunda Hindistan'a göç eden Tibet toplulukları, 1970'li yıllarda çiçek çocukların da bölgeye yaptıkları seyahatler sonrasında Batı dünyasının ilgisini çekmeye başlamıştır.

1980'lerde, mindfulness bugünkü gibi dillere pelesenk olmadan önce, Zen (nefes, duruş ve konsantrasyon) ve Vipassana (kendini gözleme) meditasyonları üzerinde çalışan klinik psikolog Paul Fulton, Budist rahiplerin 'öz' kavramı üzerine doktora tezini yazarken mindfulness kelimesinin tıp çevrelerinde bilim adamları tarafında ağza dahi alınmadığını ve bunun hakkında konuşmanın oldukça 'küçük düşürücü' bir etkisi olduğunu belirtmekte.” Günümüzdeki kullanımını ve popülaritesini düşündüğümüzde ise Fulton artık Mindfulness kelimesine neredeyse yayılım ateşine tutulmadan evden bile çıkmanın mümkün olmadığını söylemekte. Sporcular, polisler, bankacılar ve ev kadınlarını kapsayan pek çok farklı grup mindfulness akımına kapılmış durumda. Genel inanın aksine, mindfulness düşünceleri ya da duyguları yok etmek değil onları yargılamadan farkına varmayı sağlayarak başa çıkmayı sağlama üzerine kurulu bir pratik. Mindfulness eğitimlerindeki bir katılımcının dediği gibi “Mindfulness her an her zaman pozitif olmak ya da bir mutluluk baloncuğunda la la la diye yüzmek demek değil. Bu an be an neler olduğunu fark etmekle ilgili, kolay olanı, zor olanı, acı vereni ve zevk vereni

hepsini fark etmekle ilgili. Bu sanki hayatınızda var olabilmek ve uyanık kalabilmek için geliştirdiğiniz bir kas gibi (Mineo, 2018).”

Meditasyonun, insan sağlığı ve mutluluğu üzerindeki etkilerini araştırmak üzere, Harvard Üniversitesi gibi saygı değer bilim kuruluşlarında araştırma merkezleri kurulmuştur. Yapılan araştırmalarda, her 10 Amerikalıdan 8'i hem iş hem de özel hayatlarında yaşadıkları stres nedeniyle bedenlerini rahatlatmada ve zihinlerini sakinleştirmede sorun yaşadıklarını belirtmekte. Bu da yüksek kalp krizi riski, felç ve obezite gibi pek çok hastalığa davetiye çıkardığından mevcut stresle baş etme yöntemi olarak yoga, meditasyon ve özellikle de mindful meditasyon yükselen trendler arasında yerini almakta. Mindfulness içeren dersler bugün okullardan hapisanelere ve spor takımlarına kadar pek çok mecraya yayılmış durumdadır (Mineo, 2018). Harvard üniversitesindeki yoga ve zindelik merkezinden sorumlu dekan Stephanie Robinson bu durumu şöyle özetliyor: “Zindelik ve iyi olma hali, öğrenciler için elzem bir durum, biz de bu merkezde öğrencilerimizin öz bakımlarına yardımcı olmak amacıyla onlara gerekli zaman ve mekânı yaratacak için bir kültürü aşılama çalışıyoruz.” Bu bakış açısıyla, yoga ve meditasyona büyük önem veren Harvard üniversitesinde hem öğrencilerin hem de öğretim elemanlarının kendi meditatif alanlarını yaratmaları ve korumaları amacıyla “Lütfen Sessiz Olun-Burada Meditasyon Yapılıyor” yazılı kartlar taşımaları Amerikan üniversitelerinde bu konulara son zamanlarda ne kadar önem verildiğinin bir göstergesidir (Cromie, 2018).

Harvard Üniversitesi Zindelik Merkezi'ne akupunkturist olarak çalışan Jeff Matrician, hastalarını nörolojik durumlar, astım, uyuşturucu kullanımı, alkolizm, kilo kontrolü, sigara, felç ve stres yönetimi gibi konularda tedavi ederken, bu rahatsızlıkların daha Doğu temelli bazı yaklaşımlarla daha rahat çözülebildiğini söylemekte. Matrician'a göre batı yaklaşımı vücuttaki problemlerin nedenlerine yönelik ortaya çıkan semptomları azaltmaya çalışırken Doğu tıbbı daha bütünsel bir yaklaşımla büyük resmi görerek sorunları ele alıyor. Bu doğrultuda, meditasyonun yükselen bir trend olarak pek çok mecrada karşımıza çıktığını görüyoruz. Harvard'da araştırmacı olarak çalışan Sara Lazar, 60'lar ve 70'lerde meditasyonun tıbbi çevreler tarafından ilgi alanı hale geldiğini ancak o yıllardaki uyuşturucu kültürünün bir parçası

olarak algılanıp asıl önemine büyük bir sekte vurulduğunu belirtmekte. Ayrıca, yine o yıllarda meditasyon deyince akla sadece mistik ve dini kavramların geldiğini bunun da aslında bu pratiğin güvenilirliğine zarar verdiğini ve bilimsel bir yöntem olarak kullanılmaktan vazgeçildiğini vurgulamaktadır. Lazar ve ekibi daha seküler bir platformda, ruhani ve mistik öğelerinden ayrılmış, stres ve bununla bağlantılı tıbbi semptomları azaltmayı hedefleyen klinik bir meditasyon programı yürütmekteler. MRI taramalarına dayalı kapsamlı bilimsel araştırmalar sonucunda, meditasyonun hippocampus gri materyalini arttırdığı bunun yanı sıra amygdala gri materyalini azalttığını ve geç yaşlanma ile bağlantılı prefrontal cortex üzerinde etkili olduğuna dair sonuçlar elde edilmiş. Lazar, meditasyonun ruhani yönünü reddetmediklerini ya da bunu azaltmayı hedeflemediklerini fakat meditasyonu daha uygulanabilir bir yöntem olarak beyin yapısını anlayabilmek için kullanılabilecek yegâne bir pratik olarak gördüklerini söylemektedirler (Rieders, 2014). Ayrıca 2009 Nobel ödüllü bilim insanı Elizabeth Blackburn da araştırması, meditasyonun yaşlanmayı önemli ölçüde geciktirdiğini göstermektedir. Meditasyon bu özellikleriyle karakterlerinin sakinleşme çabasıyla, Hollywood filmlerinden animasyonlara kadar kendine yer bulurken, sağlıklı yaşam pazarının da bir parçası haline gelmiştir.

Yoga konusunda dünya genelinde yapılan araştırmalar arasında, büyük bir çoğunluk nicel araştırmalardır ve çoğunlukla uygulamanın sağladığı sağlık yararlarına odaklanmıştır. Örneğin Polonya'da yapılan bir araştırma hatha yoga egzersizlerinin WHO (Dünya Sağlık Örgütü) ve ACSM (Amerikan Spor Sağlığı Yüksekokulu) tarafından önerilen fiziksel aktivite düzeyi için kriterleri yerine getirdiğini ortaya koymuştur. Kendinden önceki çalışmalara dayanarak, dinamik yoga egzersizlerinden (Suryanamaskar) güneş selamlama rutinlerinin, haftada en az 5 gün 30 dakika veya haftada 150 dakika yapılması halinde orta ve yoğun derecede fiziksel aktivite olarak değerlendirilebileceğini ortaya koymuştur. Yoga egzersizlerinin diastolik kan basıncında azalma sağladığı; kardiyorespiratuar sistemi ve metabolik parametreleri geliştirmek, duruş bozukluklarını düzeltmek, sırt ağrısını azaltmak, şişmanlığı önlemek; kan şekeri seviyesini düşürmek, stres ve depresyonu kontrolü, algılanan acıyı hafifletmek ve fonksiyonel zindeliği ve algılanan yaşam kalitesini iyileştirmek

için kullanılabileceğini belirtmiştir. (Grabara, 2016:10-16). Bununla birlikte, pek çoğu tüketicinin bakış açısını araştırmamış veya uygulamalarıyla ne anlama geldiklerini anlamayı denemiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nde insanların yoga yapmaya ve uygulamalarını sürdürmeye yönelik motivasyonlarını araştıran nitel bir çalışma yürütmüştür. Bu çalışma, “yoga pratiğini benimseme konusunda en sık onaylanan ana neden egzersiz, ardından esneklik ve stres” olduğunu ortaya koymuştur (Park et al., 2014:4). Benzer şekilde, Ivtzan ve Jegatheeswaran (2015), Birleşik Krallık'taki insanların, yoga uygulamasına ince bir vücuda, esnekliğe ve sağlığa sahip olma arzusuyla başladıklarını, ancak manevi tarafıyla çok fazla insana fazla meşgul olduklarını fark ettiren nicel bir çalışma yürütmüştür (Bondroui, 2016). Mevcut bulgular, bu tezde, yoganın Eskişehir ve yakın çevresinde gelişmekte olan pazarı araştırmak ve için de ilham vermiştir.

1.3. Yoga pazarı

Öğretmen-öğrenci bağlantısı tarihin her evresinde yoga geleneğinin merkezinde olmuştur. MÖ 870'e kadar uzanan, kelimenin tam anlamıyla 'yakın oturmak' anlamına gelen anahtar yoga metinlerinden olan Upanishadlar, üstatlar ve öğrencileri arasındaki yaşamın doğasına ilişkin ezoterik tartışmaların bir koleksiyonudur. Uygulamaların bilgisi genellikle sözlü olarak aktarılır, nadiren bu öğretiler kaydedilirdi ve anlayışın gurudan (öğretmen) shishya'ya (öğrenci) aktarılması bir inisiyasyon olarak görülür; bilginin mirası bir soy (parampara) oluştururdu (Johnson, 2004:198). Günümüzde yoga eğitmeni olmak için, eğitimleri ve okulları denetlenebilecek, dünya çapında en büyük kuruluş olan Yoga Alliance tarafından onaylanmış bir eğitim programında iki yüz saatlik bir eğitim gerektirir. Bazı ülkelerde bir stüdyoda veya spor salonunda ders vermek istiyorsanız, bu programlardan birinden mezun olmak şarttır. Temel iki yüz saatlik eğitmen eğitimi kursunuzu bir aylık sıkıştırılmış veya on iki hafta sonu süren programlarda alabilirsiniz. Eğitimin verildiği yerlerde, Yoga Alliance sertifikalı programların beş eğitim alanı sağlaması gerekmektedir: asana çalışmasının büyük bölümünün gerçekleştiği yüz saatlik teknik, eğitim ve uygulamalar; yirmi beş saatlik öğretim metodolojisi; yirmi saatlik anatomi ve fizyoloji; Bhagavad Gita ve Upanishadlar

gibi klasik metinlerin incelenmesini içerebilecek otuz saatlik yoga felsefesi, yaşam tarzı ve etik; ve bir öğrencinin sınıf arkadaşlarına önderlik edip geri bildirimde bulunacağı ve geri bildirim alacağı on saatlik uygulama. Kalan on beş saat, stüdyoya ilkeleri ve vurgusu gereği dağıtılması içindir. Bazıları bu saatleri yoga işi işletmeciliği veya sosyal medya eğitimine ayırabilmektedir. Programın sonuna doğru, katılımcılar, uygulamalı deneyim elde etmek için topluluk derslerinde stajyer eğiticilik fırsatını bulmalıdır. Eğitimin ortalama maliyeti yaklaşık 3000 dolardır (Greenwood, 2019). Tam akredite olmasa bile takip edilebilir sistemiyle Yoga Alliance'ın yukarıda bahsettiğimiz sistemi bu tez için yapılan görüşmelerde belirleyici bir faktör olarak görülmüştür. Günümüzde yerinizden bile kalkmanıza gerek kalmadan internet üzerinden videolarla sürdürülen ücretli ve sertifikalı eğitimler de mevcuttur. Aslında bu şekliyle yoga eğitimi, daha ilk aşamadan itibaren pazarlamaya kaynak oluşturmuştur.

Günümüz dünyasında yoga yapma düşüncesi, likralı giysilerle, terleyen vücutların, yoga matlarıyla dolu bir odada bir araya getirildiği ve günlük yaşamdan ayrı bir spor ritüelini akıllara getirmektedir (Jain, 2015:1). Yoga başlığıyla üretilen özel giysiler, matlar, bloklar, kemerler, yastıklar ilk etapta yoganın akıllara gelen ürünleri olarak listelenebilir. Söz konusu materyallerin malzeme, renk, doku gibi özellikleri çok çeşitli olduğu gibi, yeşil pazarlama konusu olacak ürün varyasyonları da mevcuttur.

Ürünleştirme anlamında anlamlı bir örnek olarak, dünyayı kapsayan bir Amerikan tüketim simgesi McDonald's, geçmişte, menüsünde yeterince sağlıklı seçenekler sunmamakla suçlanmıştı. Bu eleştiriye yanıt olarak McDonald's, menülerine daha fazla salata ve diğer sağlıklı ürünlerden koydu. McDonald's ayrıca yetişkinlere yönelik "Asya salatası" (mandalina portakal, soya fasulyesi ve zencefil soslu salata), Diyet Kola veya şişelenmiş su ve yoga DVD hediye Happy Meal (Mutlu Yemekler) benzeri bir menü yaratmıştır. Menü, Go Active! olarak adlandırılmıştır. (Demeter, 2006:45). Yoga yapan insan sayısı arttıkça bu kitleyi hedefleyen beslenmeden turizme, takıdan giyime, ev eşyalarından dekorasyona kadar çok geniş bir yelpazede ürünler tasarlanmakta ve üretilmektedir. Hatta "Yoga" ismiyle tabletler ya da farklı ürün markaları piyasaya çıkmaktadır. Binlerce yıllık geçmişi olan bir kültür, doğduğu

toprakların dışında neredeyse daha çok sahiplenilmekte, çeşitlendirilmekte ve günlük yaşamın bir parçası haline gelmektedir (Ercan, 2015:9).

Ayrıca içerdiği felsefi anlamlarıyla, bir kaynak yönetimi tekniği olarak yoga, sağlık uygulaması olarak yoga, pazar odaklı yoga, küresel yoga, kültürel hakimiyet olarak küresel yoga ve ulusal miras olarak yoga gibi kullanımlarıyla yoganın küreselleşen bir moda ürünü haline geldiğini söylemek mümkündür (Askegaard, & Eckhardt, 2012).

Moda sistemi anlam aktarılması görevini karmaşık bir yapıda yerine getirir. Moda sisteminin işleyiş sürecinde çok sayıda anlam kaynağına, aktarım görevini üstlenen kişi ya da kuruma ve kitle iletişim araçlarına ihtiyaç olduğu söylenebilir. Radyo, televizyon, dergi ve gazetelerden tutun da fikir liderlerine kadar geniş bir yelpaze bu konuda görev alır. Özel amaçlı hedef kitlesi belirli olan moda dergilerinden, televizyonlarda gösterilen magazin, moda programları ve dergilerine kadar birçok çalışma modanın aktarılmasına aracılık yapar (Odabaşı, 1999:70). Anlam aktarılması görevi günümüzde sosyal medya vasıtasıyla da yerel tanınır kişilerin de söz sahibi olduğu bir mecraya kavuşmuştur. Tanınan kişilerin yoga yaptıklarının bilinmesi kadar, bir sebepten takip edilen bir kimsenin paylaşımları da tüketim kararı alınması konusunda destekleyici olabilmektedir.

Bu durum ülkemizde de araştırmacıların ilgisini çekmiştir. 2018 yılında Antalya'da yapılan 16. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresinde yayımlanan bir araştırmada "Yoga mı, moda mı?" sorusuyla yola çıkılmış; Türkiye'deki yoga katılımcılarının algı ve motivasyonlarını belirlemek, mevcut tüketicileri elde tutabilmek ve yenilerini kazanabilmek adına sektörün pazarlama stratejilerine yönelik bir araştırma yapılmıştır. Çalışmada yoga deneyimini moda olarak görenlerin yoganın özünü kavrayacak sürede devamlılık sağlamaması yoganın moda olarak devam etme şansının az olduğu düşüncesi ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin geliştirilmesinde yoga tüketicilerini elde tutmak için sağlık yönelimli rasyonel bilinçle ve spiritüel yönelimli felsefi bilinçle yogayı tercih edenlerin deneyimlerinden yararlanılabilir önerisinde bulunulmuştur. İşletmeler yoganın spiritüellik ve sağlık özelliklerini hedef tüketici pazarının istek ve ihtiyaçlarına göre farklılaştırabilir. Yoga

ürünün, Yoga pazarının Türkiye’de büyüyen yapısının girişimciler için bir fırsat olmasından ve tanıtım aşamasında moda, ürünün büyüme ve olgunlaşma aşamasında da spiritüel ve sağlık temelli rasyonel etkilerinden faydalanılabileceği gibi önerilerde bulunulmuştur (Çoknaz, Nurtanış Velioğlu, Karsu, Eroğlu, 2019).

Öte yandan, moda sistemi mütevazı biçimde olsa da yeni kültürel anlamlar oluşturmada etkin bir rol oynayabilmektedir. Yeni anlamlar oluşturmada fikir liderlerinin görevi önemlidir (Odabaşı, 1999:72). Söz konusu yoga olduğunda da Madonna, Sting ya da Jennifer Aniston gibi modern zamanın A listesindeki dünya çapında ünlülerin onayı elbette geniş kitleleri etkilemektedir (Love,2006). Hatta bu savıyla Love (2006) “Fear of yoga” başlıklı yazınında Times dergisine 2 kez kapak oluşu ile de yogayı tam bir Amerikan ürünü olarak tanıtmıştır. Bahsi geçen yazıda 1805 yılından günümüze Amerika kıtasında yoga ile ilgili çıkan haberlerden derlenen ve günümüzde popüler bir ürün halini alışına kadar yoganın kıtada ne tür farklı haberlere konu olduğu ele alınmaktadır.

Kültürel melezleşme kavramı, küreselleşmiş dünyanın sağladığı ve ürettiği kültürlerin karıştırılmasını, birbirine karışmasını ve kaynaşmasını anlatan bir ibaredir. Amerika’nın Yogayı, Hindistan ve Batı arasındaki diyalektik değişimler yoluyla yeniden yapılandığı ve ABD’nin coğrafi-kültürel alanında yeni biçimler ve anlamların ortaya çıktığı aşikardır. Amerika’daki yoga stüdyo zincirleri için Buda heykelleri ve etnik materyaller ile dekorasyon alışıla gelmişse de yoga ve heykel gibi yeni formlar da ortaya çıkartmaktadır. Küreselleşmenin tüketici kimlikleri, deneyimleri ve uygulamaları üzerindeki etkisi çok yönlüdür. Bu etki, küreselleşmenin etkileri ile ilgili evrenselleştirme ve özelleştirme eğilimlerinin eş zamanlı varlığını yakalamak için glocalizasyon terimi ile adlandırılmaktadır (Coskuner-Balli, & Ertimur, 2017). Küreselliğe adapte edilmiş bir yerel değer olarak yoga deneyimi kullandığı yeni ağlar sayesinde küreselleşen yoga bilgisini farklı alanlarda yerelleştirebilmektedir. Bu sayede gün geçtikçe Dünya genelinde daha çok merak edilir, takip edilir ve uygulanır olmaktadır. Tüketim içinde de bulunulan kültürden belirli ölçülerde etkilenmektedir.

1.4. Türkiye ve Eskişehir'deki Yoga Faaliyetleri

Ülkemizde, dünyanın pek çok ülkesiyle karşılaştırıldığında yoga oldukça yenidir. Popüler medyadan, magazin gibi sansasyonel gündemlerle dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yüzeysel haberlerle bile olsa yoga hakkında daha çok konuşulmaktadır. Genellikle stüdyoda ve çoğunlukla da eğitmen ve eğitim programlarıyla yoga yaygınlaşmaktadır (Ercan, 2015:9). Buna rağmen Türkiye'de yoga üzerine yapılmış büyük ölçekli bir alan araştırması bulunmamaktadır. Yoganın dünyada olduğu gibi Türkiye'de de giderek yaygınlaşması ve popüleritesinin artmasıyla, devlet tarafından 2010 yılında kurulan Herkes İçin Spor Federasyonu'na bağlanan yoga, Federasyon sporu olarak tanımlanmış, yoga antrenörü yetiştirmek üzere kademeler halinde kurslar açılmaya başlamıştır (Herkes İçin Spor Federasyonu [HİS], 2018). HİS Eskişehir ilinde 22 Ocak 2Şubat 2018 /19-30 Nisan 2019 tarihlerinde Yoga antrenörü yetiştirme kursları açmıştır. Ayrıca Türkiye'de 2013 yılında Uluslararası Yoga Federasyonu (UYF) ve 2019 yılında Türkiye Ulusal Yoga Federasyonu (ULUYOF) kurulmuştur.

Eskişehir ili basında, ulaşılabilen kaynaklarda, yoga uygulamaları ilk kez 1968 yılında Tercüman gazetesine başlık olmuştur. O tarihte Eskişehir merkezinde bulunan Tan Otel'de nefes, yoga ve masaj uygulamaları Kazım Gürbüz'ün uygulamalarıyla gündeme gelmiştir. Halk arasında da Yogi olarak tanınan Kazım Gürbüz çocuk felci gibi bazı rahatsızlıklara çare olduğunu iddia etmiştir (Yıldırım, 2015:46).

Şekil 5 23.06.1968 Tercüman Gazetesi



1.4.1. Kamusal Hizmetler

Yaklaşık 870.000 nüfuslu Eskişehir ilinde, merkezdeki iki büyük ilçe belediyesi ve Büyükşehir belediyesi ile kamusal sağlıklı yaşam faaliyetleri yürütülmektedir. Tepebaşı Belediyesi 2016, Odunpazarı Belediyesi de 2017 yılından beri yoga atölyeleri ile ücretsiz hizmetler verilmektedir.

Şekil 6 : Eskişehir ili kamusal yoga hizmetleri

Odunpazarı Belediyesi'nin yoga merkezine büyük ilgi

Odunpazarı Belediyesi Yenikent Mahallesi'nde bulunan Tenis, Pilates ve Yoga Merkezi'nde haftanın 4 günü kadınlara yönelik aerobik,yoga ve pilates dersleri düzenliyor



Odunpazarı Belediyesi, Yenikent Mahallesi'nde bulunan Tenis, Pilates ve Yoga Merkezi'nde haftanın 4 günü kadınlara yönelik aerobik, yoga ve pilates dersleri

The screenshot shows the website interface for Eskişehir Tepebaşı Belediyesi. The top navigation bar includes a home icon, a search bar with the URL 'tepebasi.bel.tr/hd.asp?hid=53', and social media icons for Facebook and Twitter. Below the navigation bar is the city logo and name 'ESKİŞEHİR TEPEBAŞI BELEDİYESİ'. A secondary navigation bar shows 'HABERLER' and 'HABER DETAY'. The main content area features a blue button labeled 'HABERLERE DÖN', a 'MENÜ AÇ' dropdown menu, and a large headline: 'YOGA VE PLATES'İN DE ADRESİ TEPEBAŞI SU SPORLARI'. Below the headline is a green circular icon with a person silhouette and the text 'Genel Haberler'. At the bottom, the date '14.6.2016' is displayed.

Eskişehir Merkez belediyeleri tarafından yürütülen düzenli kurslar ve Büyükşehir belediyesinin desteğiyle yürütülmüş olan spor şenliği ile kamusal hizmet kısmında da yoga etkinliklerinin düzenlendiği bir şehirdir. Belediyeler bünyesinde gerçekleştirilen kurslar sınırlı kontenjan ile sınırlıdır. Pilates ya da fitness gibi uygulamaların da yapıldığı salonlarda düzenlenmektedirler. Katılımcı kitlesi kadınlardan oluşmaktadır.

1.4.2. Yoga Festival ve Şenlikleri

Eskişehir genelinde açık hava şenlik ve festivalleri içerisinde yoga etkinlikleri bulunmaktadır.

Şekil 7 : Eskişehir yoga şenlik ve festivalleri



Müzik performansları, dans, meditasyon, nefes çalışmaları, yoga pratiği, zihin ve kalp açıcı konuşmaları ile şenlik ve festivaller, yogiler için buluşma ve tanışma fırsatları yaratmaktadır. Farklı branşlarla ortaklaşa isimlendirilse bile henüz sadece yoga temalı bir festival organize edilmemiştir. Katılımı tamamen ücretsiz olan 2019 Yoga & Bisiklet festivali kapsamında sosyal medya paylaşımlarını arttırmak için yerel cafe ve bağışçılar çekilişle küçük hediyeler dağıtmıştır. “yogayıpedalla” hashtagi (#) ile kullanılan, boşluksuz yazılan söz öbeği içeriği daha fazla kişiye ulaştırmak için kullanılmıştır. Yoganın belediyenin düzenlediği spor şenliğinde sadece bir başlık olduğu afişinden de görülmektedir.

Türkiye geleninde öne çıkan festivaller;

- Pastoral Vadi Eko Yoga Festivali, 15 – 19 Haziran 2019, Fethiye
- Dream Yoga Fest, 21 – 23 Haziran 2019, İstanbul

- 2019 yılında 5. edisyonu düzenlenen Kapadokya'da düzenlenen Cappadox, isimli müzik, çağdaş sanat, gastronomi gibi farklı disiplinlerin buluştuğu festivallerde yoga seansları yapılmaktadır.

2019 yılında Dünya genelinde düzenlenen bazı yoga festivalleri;

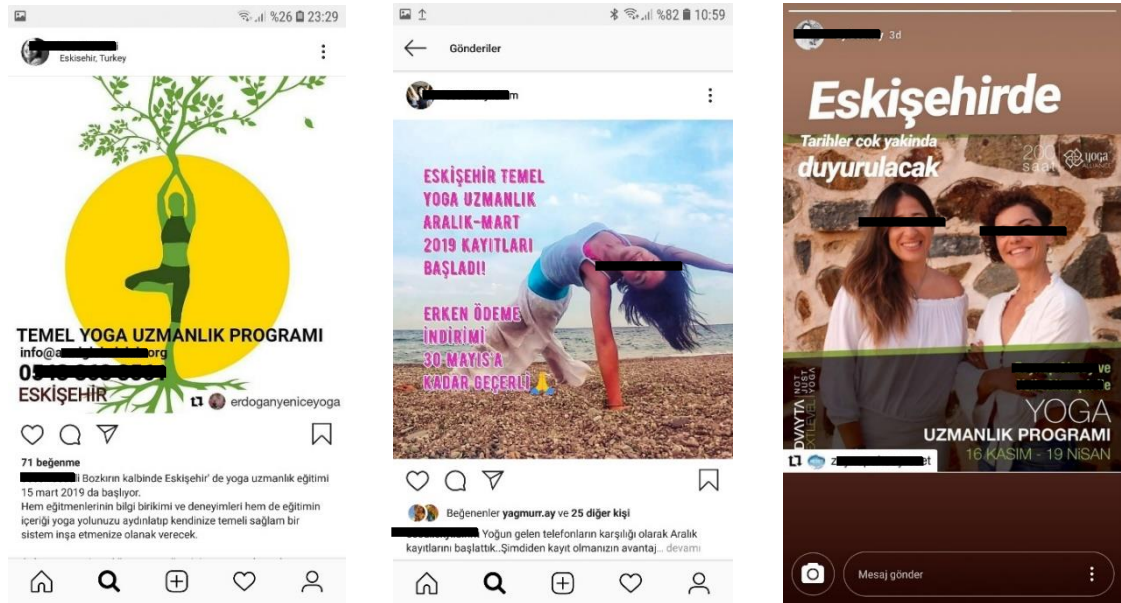
- Wanderlust, 18 – 21 Temmuz 2019 North Lake Tahoe, CA
- Udaya: Yoga ve Müzik İnzivası, 14 – 19 Ağustos 2019 Pravets, Bulgaristan
- Sound and Silence Festival, 8 – 15 Ağustos 2019 Algavre, Portekiz,
- Bhakti Festival: Yoga and Kirtan Müzik Festivali, 25 – 30 Eylül 2019 Joshua Tree, CA

Bu bağlamda Eskişehir ilinde düzenlenebilecek yoga için özelleşmiş bir festival programı halen gerçekleştirilebilecek bir pazarlama nişi olarak göze çarpmaktadır.

1.4.3. Yoga uzmanlık programları

Amerika genelinde 2012 yılında yogayı deneyimlediğini söyleyen kişi sayısı 20,4 milyondan 2016 yılında 36,7 milyona yükselmiştir (Yoga Journal and Yoga Alliance 2016). Yurdumuzda ve Eskişehir ilinde böyle bir araştırma yapılmış olmasa bile büyük kitlelerin yogayı merak ettiğini, düzenlenen etkinliklerin çeşitliliği ile söylemek mümkündür. Yoga Alliance onaylı yoga uzmanlık programları globalizasyon kelimesiyle anlatılan anlama uygun biçimde Amerika'nın sahiplendiği Doğunun yoga felsefesini Türkiye'de ve örneğimiz Eskişehir'de ilgilenenlere sunabilmektedir. Global işletmelerin kendilerini global bir işletme haline getirmeleri, mevcut global marka stratejilerini, yerel dokunuşlar içeren bir yapıya dönüştürmeleri anlamına gelmektedir. Yerel dokunuşların gerekliliği Eskişehir'de uzmanlık programları için öğrencilere yarı yarıya indirim yapılması ya da erken ödeme indirimleri ile kendini göstermektedir.

Şekil 8 : Eskişehir ili yoga uzmanlık programları



Eskişehir içinde yoga alliance onaylı uzmanlık sertifikaları ve HİS çerçevesinde Gençlik Spor bakanlığı onaylı yoga uzmanlık programları, özellikle son 2 yılda, farklı aralık ve mekanlarda gerçekleştirilmektedir. Uzmanlık programlarına Eskişehir yakınındaki il ve ilçelerden de katılımlar olmaktadır. Özellikle hızlı tren gibi ulaşım imkanlarıyla eğitim ya da workshoplar için eğitmenlerin de daha fazla ilgi göstermelerini sağlamıştır.

Her yıl yeni uzmanlık programlarına katılan pek çok uzman adayının %15 inin yoga dersleri vermeye devam ettiği tahmin edilmektedir. Yoga uzmanları arttıkça azalan kazanç, kişilerin kariyer planları ya da eğitimlerini daha derine taşımak istememeleri, Archer tarafından bu tercihlerini anlamlı hale getirmektedir. Yoga popülerlik kazanmaya devam ettikçe, okulların güvenli ve etkili bir şekilde öğreten eğitmenler üretmesini sağlamak için pazarın daha fazla öz düzenleme yapması gerekebilecektir (Archer, 2016). Şehir dışından belirli süreler için gelen uzman eğitmenleri yerlerini zamanla şehrin içinden yeni okullara bırakabilir.

Dünya genelinde tam olarak kaç yoga eğitmeni ya da uzmanı olduğuna dair net bir bilgiye ulaşılamamıştır. Yoga Alliance'dan sertifika sahibi olan uzmanlar sisteme kayıt olmak için gereken ekstra ödemeyi yapmayı gereksiz masraf olarak gördükleri için ülke ve şehirlere göre tam bir sayı elde etmek bu

kanalla bile mümkün olmamıştır. Rakamsal olarak uzman sayısını bilmek pazarın genişliği ile ilgili de bilgi verebilecekken unutulmamalıdır ki her konuda olduğu gibi derin bir yoga bilgisi geliştirmek için öğrenmenin ve gelişimin bir sınırı yoktur. Mevcut durumdaki belirsizlik sebebiyle yoga pazarı, üzerinde daha çok araştırma yapmaya değer yeni alanlardan birisidir. İlgi ve artan popülerite var fakat kesin rakamlar ya da tüketimde ne tür bir süreç takip edildiği henüz çözümlenmemiştir. Bu tez de anlamlı ve bir boşluğu doldurabilmek için bir başlangıç niyetiyle kurgulanmaya başlamıştır.

1.4.4. Yoga İnziva ve kampları

Yoga kamp ve inziva programları, bu alanda uzmanlaşmış eğitmenlerle yoga ve meditasyon yapmak isteyenlerin bulunduğu, genellikle şehirden uzak, doğayla iç içe olan mekanlarda, yoga yapmak isteyen herkesin katılım sağlayabileceği çeşitli yoga ve meditasyon öğretilerinin bireylere farklı aktiviteler aracılığıyla aktarmasını sağlayan bir organizasyon modelidir.

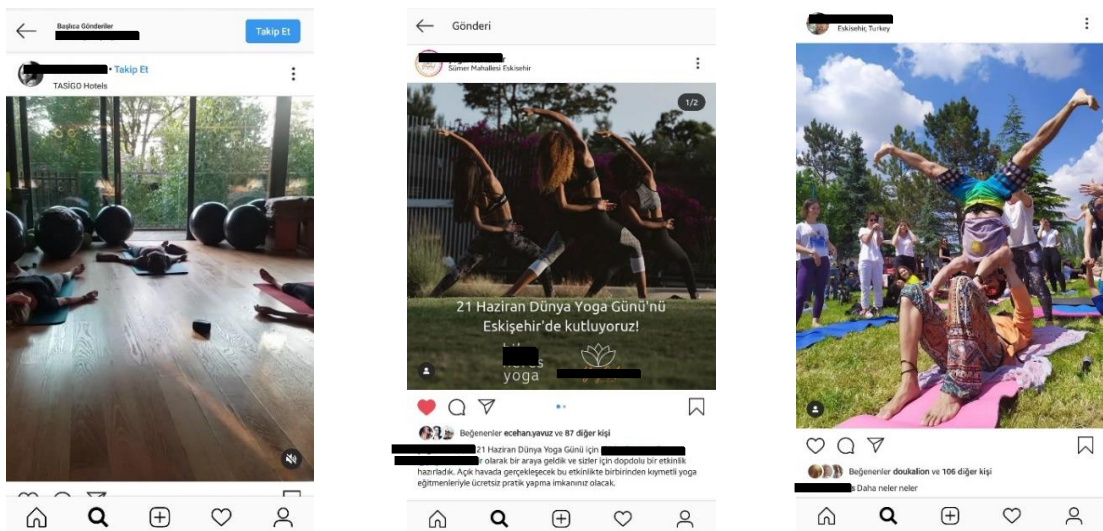
Şekil 9 : Eskişehir ili yoga İnziva ve kampları



Teknolojiden uzak durulan, doğa ile farklı bağlar kurulan, sağlık ve refah için uygulamalara odaklanmayı amaçlayan inziva programlarında, mevcut durumu değerlendirme becerisi farklı şekillerde deneyimlenebilir. Yoganın geleneksel hedefi zihnin derinlemesine odaklanmasını sağlayacaktır. İnziva programlarında, yoğun iş ya da ev yaşamından uzaklaşarak yoga pratikleriyle gevşemek ve meditasyon, sakinliği günün geri kalanına daha rahat taşıyabilir. Dikkatli yeme içme ve istirahat zamanları ve eğitmenle sınıf harici zaman geçirme fırsatı, katılımcılara ilham verebilir.

Türkiye sınırları içerisinde 15.01.2020 tarihinde erişilen <https://www.workshopix.com/> adresinde yapılan yoga kampları aramasında en uzak tarihlisi 29.08.2020 olan 47 adet planlı yoga kampı ilanına rastlanmıştır. Türkiye genelinde yoga inziva ve kampları, Antalya / Çıralı, Bolu / Gerede, İzmit / Nefesköy, Muğla / Datça, Balıkesir / Kazdağları, Fethiye / Kabak Koyu gibi alanlarda toplanmıştır. Eskişehir'in sınırları içerisindeki antik Friki kalıntıları içinde yer alan, Yazılı Kaya (Midas Anıtı) çevresinde farklı şehirlerden yoga inzivası için ekiplerin kamp kurdukları bilinmektedir. Benzer şekilde Eskişehir uzmanlık programlarından ya da farklı organizasyonlarla Eskişehir dışındaki şehirlere inziva ve kamp etkinlikleri düzenlenmektedir. Bu mecra artan katkılarıyla turizm pazarlaması anlamında da Eskişehir'e değer katabilecek başlıklardandır.

Şekil 10 : Eskişehir ili Bireysel ve Grup Yoga Sınıfları

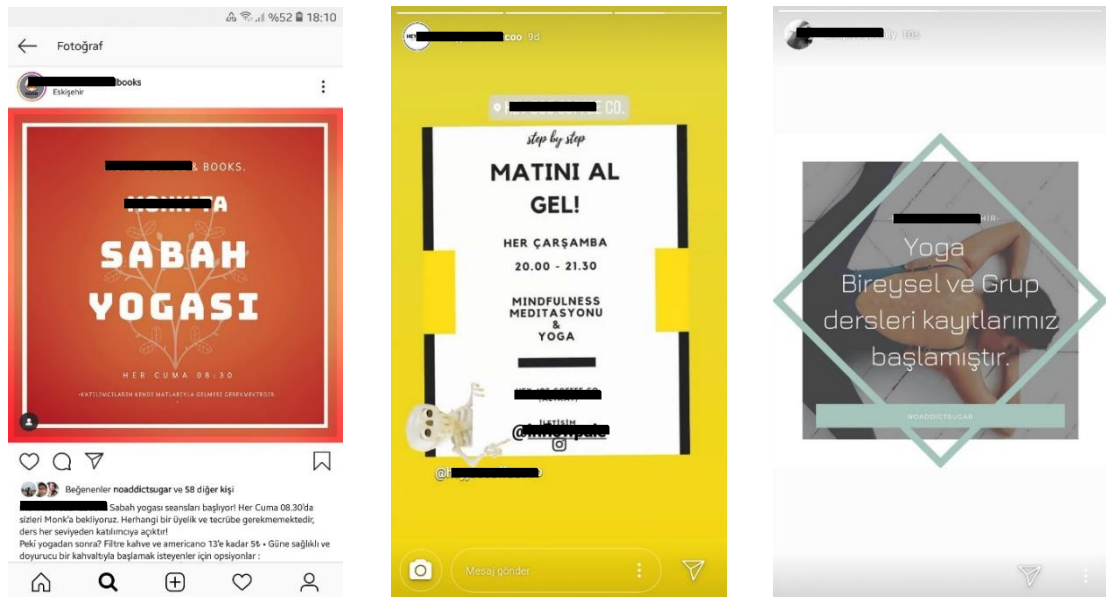


1.4.5. Bireysel ve Grup Sınıfları

Yoga Eskişehir il merkezinde yoga stüdyoları haricinde daha çok dans, pilates ve fitness merkezlerinde uygulanmaktadır. Ayrıca kent genelindeki parklarda açık hava organizasyonları düzenlenmektedir. Eskişehir, taklitlerle, hikayeler anlatılarak çocukları eğlendirirken vücut gelişimlerine katkıda bulunan çocuk yogasından, akrobasi ve yogayı birleştiren, eşli olarak uygulanan akro yogaya kadar geniş yelpazede hizmetin sunulduğu zengin çeşitlerle dikkat çeken bir pazardır.

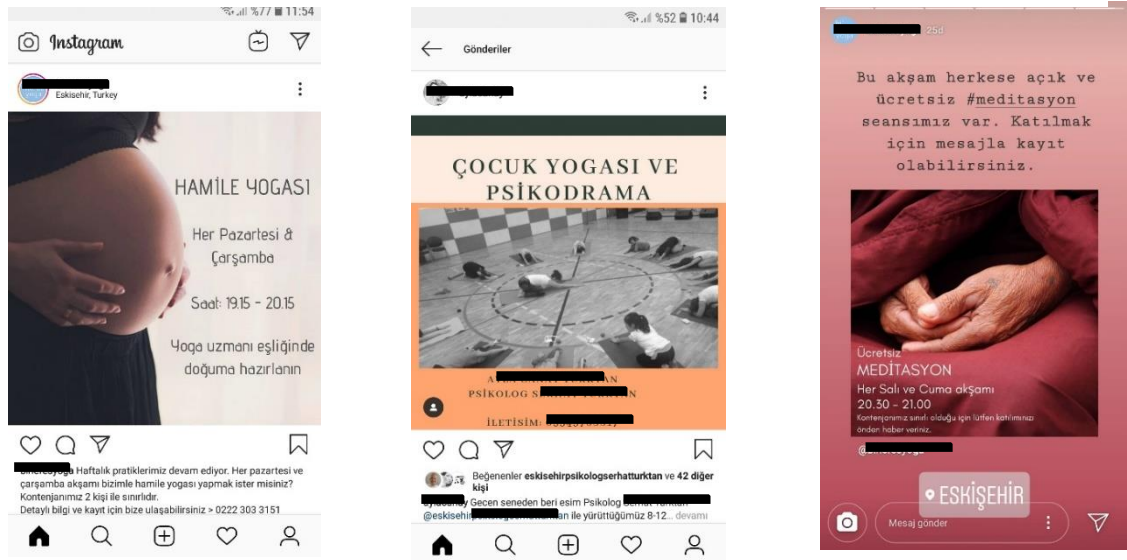
Şehir genelinde hamile yogası, çocuk yogası, yaşlılar için yoga, yetişkinler için bireysel ve grup yoga sınıfları, meditasyon sınıfları, açık hava etkinlikleri, akro yoga, kafelerde yoga günleri tertip edilmektedir.

Şekil 11 : Eskişehir ili Bireysel ve Grup Yoga Sınıfları 2



Daha çok genç nüfusun takibinde olan cafelerin yoga seanslarını promosyon olarak kullandıkları zamanlar çoğunlukla aynı gün ve saatlere denk gelmemektedir.

Şekil 12 : Eskişehir ili Bireysel ve Grup Yoga Sınıfları 3



Ne tür yoga ya da meditasyon (nefes, duruş, konsantrasyon ya da gözleme dayalı gibi) uygulaması yapılacağı ilanlarda belirtilmemektedir. Dolayısıyla bu uygulamaları yapmak için gerekli teçhizatın ne olacağı (mat, battaniye, minder, blok, göz bandı vb.) çoğu yoga merkezleri tarafından karşılanırsa da farklı merkezler, farklı politikalar izleyebilir. Genel itibarıyla özellikle sosyal medyada verilen ilanlarda bu malzemelerin belirtilmediği gözlemlenmiştir. Genellikle mat temininin yapılmadığını gösteren “matını al gel” sloganıyla duyurulmaktadır.

Eskişehir de yerleşmiş bir sistematiğe işleyen bir yoga pazarı algısı yoktur. Şehrin guru temelli öğretilerle eski yıllarda tanıştığını yukarıdaki başlıklarda ortaya koymuştuk. Yoga alliance sertifikaları ile her yıl yeni uzmanların pazara giriş yaptığı ve kendi geçmişlerinden farklı bilgilerle donandıkları göz önünde bulundurulduğunda farklı yöntem, duruş ve meditasyon biçimlerinin geliştirilmesi için bir merkez halini alabileceği çıkarımı yapılabilir. Yoga uzmanlarının akılcı insanlar olduğu, yanlılıktan azade ve yeni fikirlere açık oldukları da belirtilmelidir. Ancak bu alanda da hayatın diğer bütün profesyonel alanlarındaki kadar korumacılık hissi söz konusudur. Kısa süreli geliştirilen ortak projeler bulunmaktadır. Ayrıca şehirdeki 3 devlet üniversitesinin bazı bölümlerinde yoga, hareket ve meditasyon dersleri

bulunmaktadır. Üniversitelerin araştırma-geliştirme merkezleri kurmaları durumunda yurt dışındaki örnekler gibi uzun soluklu projeler ortaya konabilir. Tasarım bölümleri sayesinde alt ürün gamları geliştirilebilir.

Pazarlama biliminin globalizasyon özellikleriyle hedefine giren, yoga pazarı, bilimsel temellerle araştırılabilir ve geliştirilebilir. Yoga gibi deneyim temelleriyle tutundurulabilecek bir ürün için hizmet özelliklerinin iyi kurulması gerekmektedir. Bu çalışma, ile Eskişehir'de mevcut yoga etkinliklerinin hizmet özelliklerini aktarabilmek üzere tespit etmek isteğiyle yürütülmüştür.

BÖLÜM II

YOGA ETKİNLİĞİ PAZARLAMA VE ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

2.1. Sorun ve Önem

Hint bilgeliğinin kadim kitaplarından Bhagavad Gita: “Yoga, benliğin, benlikten benliğe yolculuğudur” der. Binlerce yıllık geçmişi olan yoga pratiği, kendini tanımak ve bulmak için yola çıkan hemen herkesin bir şekilde yolunun kesiştiği bir disiplin modelidir. Günümüzde, sosyal medyada, “#yoga” kelimesini arattığınızda karşınıza çıkacak olan تنها bir plajda zarif ters duruşlar ve bazı egzersiz pozlarından daha öte, beden, zihin ve ruhun birlikte hareketini araştıran “mindfulness” (düşüncesel) bir felsefedir (Greenwood 2019:2).

Modern dünyanın getirisi olan ulaşım ve konfor imkanları bazı modern çağ rahatsızlıklarını da beraberinde getirmiştir. Obezite, şeker hastalığı ya da çeşitli kas eklem ağrıları bu alanda ilk akla gelenler olabilir. Bu tip rahatsızlıkları önleme ve iyileştirmede egzersizler etkili olabilmektedir. Bu anlamda yoga son on yıl içerisinde dünya genelinde popüleritesini çeşitli kanallardan arttırmış ve bir sektör haline dönüşmüştür. Yoga Alliance gibi büyük birlikler sertifika programları ile bu genişlemeye kuşkusuz ölçülebilir destek vermiştir. Sadece felsefi bir akımın getirisi olmanın yansıra yoga matları, blokları, kemerleri, giysileri ve hatta tütsülere kadar geniş bir pazar oluşturmuştur.

Yoganın dünya genelindeki durumuna benzer şekilde Türkiye’deki yükselişi ve hemen hemen her şehirde art arda açılan stüdyoları da bir anda çoğalan eğitmenleri de pazarı önemle incelenecek bir alan haline getirmektedir.

Yoga ve pazarlama bağlamında Eskişehir örneğini incelemek henüz kurulum aşamasındaki bir pazar hakkında sunacağı verilerle alanda değer yaratmak isteyen yeni girişimciler için bir rehber niteliği taşıyabileceği gibi Türkçe kaynak boşluğunu doldurmak için katkı sağlayabilecektir. Eskişehir coğrafi ve sosyo-kültürel konumu ve özellikleri sebebiyle, yoga pazarı ekseninde yapılacak çözümlerle daha derinlemesine

anlamlandırılabilir. Özelleştirilmiş stüdyolar ya da etkinlikler için geliştirilebilecek süreçlerin anlaşılmasını ve verilen yoga hizmetinin belirlenmiş başlıklar üzerinden kurulması ya da geliştirilebilmesini sağlayabilecektir.

2.2. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Sorusu

Bu tezin amacı Eskişehir ilinde yeni oluşmakta olan yoga ürününü pazarlama bağlamında tasvir etmektir.

Bu amaçla aşağıdaki soruların cevapları aranacaktır.

Eskişehir'deki yoga pazarının tanımı için;

- Eskişehir'de düzenlenen yoga etkinlikleri nelerdir ve uygulama alanlarının özellikleri nelerdir?
- Etkinlikleri düzenleyenlerin organize ettikleri hizmetlerin nitelikleri nelerdir?

2.3. Yöntem

Kerlinger (1973) araştırmayı doğal olgular arasında var olduğu düşünülen ilişkiler hakkında kurulan ifadelerin eleştirel, deneysel, kontrol edilmiş ve sistematik bir incelemesi olarak tanımlamıştır. Söz konusu çalışmada, yoga etkinlikleri/süreci ile ilgili olarak, nicelik bakımından sorulabilecek sorulardan önce bütün olarak genel tabloyu görmek gerekliliği düşünülerek nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma yapısal olarak betimsel bir araştırmadır. Olay ve durumu anlatmak için hedeflenen grupla doğrudan iletişime geçerek, grubun kültürel yapısını ve bu yapıyı oluşturan davranış ve deneyimleri araştırmaktır. Bu tür araştırmalarda, bireyleri ve ilişkili başka insanları gözlemleyerek ya da onlarla görüşme yaparak onların günlük deneyimlerini belgeleme ya da tasvir etme üzerinde durulur (Büyüköztürk, 2011).

Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel veri analiz yöntemi olarak içerik analizinde temel prensip verilerin açıklanması ve aralarındaki ilişkilerin ortaya çıkarılmasıdır.

Nitel araştırma gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde belirlenmesine yönelik nitel bir sürecin takip edildiği araştırma biçimi olarak tanımlanabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2000).

Temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmak için nitel veri analiz yöntemi olarak içerik analizi kullanılacaktır (Yıldırım ve Şimşek, s.259 2013). Böylece, katılımcıların her türlü duygu, düşünce ve deneyime dayalı fikirleri dikkate alınmış olacaktır.

Geleneksel araştırma tasarımları genellikle bir hipotez oluşumuna yol açan literatür taramalarına dayanır. Oluşan hipotezler daha sonra gerçek dünyada deneyler yapılarak teste tabi tutulur. Öte yandan, "Grounded theory" (yerleşik kuram), yaşamdaki gerçekleri araştırır ve verileri önyargılı hipotezler olmadan analiz eder (Glaser ve Strauss, 1967). Özünde, Grounded theory kodlaması, verilerin 'gürültüsü' arasındaki temel sorunları bulmak ve kavramsallaştırmak için bir içerik analizi biçimidir. Bir mülakatın analizi sırasında araştırmacı, anketörün araştırmaya önem veren veya ilgisini çeken bir kelime ve kelime öbeğini kullandığını fark edecektir. Bu durum not edilir ve kısa bir ifadeyle tarif edilir. Aynı veya benzer kelimelerle tekrarlar belirlenir ve ortak başlıklarla belirtilir. Bu işleme kodlama denir ve kısa tanımlayıcı kelime öbeği bir koddur (Allan, 2003).

Kodların tekrarları ile kategoriler oluşur. Belirginleşen kategoriler, ön yargısız şekilde kullanıldığında, insani olguları etkili ve hassas şekilde analiz edebilmeyi sağlar. GT, veri toplamanın, analiz etmenin ve anlamlı sonuçlar çıkarmanın güçlü bir yolu olarak önerilmektedir.

2.3.1. Katılımcılar

Çalışmaya Eskişehir ilinde aktif olarak yoga uzmanlığı ile faaliyet gerçekleştiren toplam 5 kişi katılmıştır. Katılımcıların belirlenmesinde elverişlilik örneği (Convenient Sampling) (Creswell, 2005) stratejisi kullanılmıştır. Katılımcılarla yapılan ön görüşmeler ve verilerin alınması sırasında sarf edilen emek, zaman ve parasal masraf istatistikî araştırmayı yapanın şahsi tercihlerine göre örnek seçiminde ön planda bulunacak;

araştırmacı şahsen kendine göre emek, zaman, para harcamalarını göz önüne alarak en elverişli katılımcıları seçilecektir. Bu örneklem seçim stratejisine göre, Eskişehir ilinde yoga faaliyetleri yapan, bu alanda en az 200 saatlik Yoga Alliance temel yoga uzmanlık sertifikasına sahip, ulaşılabilir yoga uzmanlarına ulaşılmış ve çalışmaya katılmayı, verilerinin bilimsel bir çalışma için kullanılmasını kabul edenlerle çalışma örneklemini oluşturulmuştur. Katılımcılara, verilerinin anonimliği ve çalışma dışında başka bir mecrada (sosyal medya, kurs, seminer vb.) kullanılmayacağına dair güvence verilmiş, ayrıca istedikleri anda çalışma veri setinden çıkabileceklerine dair karşılıklı bir protokol oluşturulmuştur. Katılımcıların isimleri gizli tutularak, görüşlerini derinlemesine verebilmek ve çalışma amaçları doğrultusunda bu görüşleri yorumlayabilmek amacıyla her bir katılımcıya rastgele bir sayı verilmiştir (örnek: K1, K2, K3. gibi).

Çalışma örneklemin daha iyi anlayabilmek ve yoga ile pazarlama ilişkisini ortaya koyabilmek için tüm katılımcıların sahip olduğu 200 saatlik temel yoga uzmanlık sertifikasının nasıl bir eğitim içeriğine sahip olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Bu temel yoga uzmanlık sertifikası dünya çapında yoga konusunda yetkili yegâne kuruluşlardan olan ve 20 yıllık bir geçmişe sahip olan Yoga Alliance onaylı olarak verilmektedir (daha fazla bilgi için www.yogaalliance.org). Bu kuruluş, yoga uzmanlarını tek çatı altında toplayarak aldıkları eğitimin standart ölçütlerini belirlemekte, kendi akredite ettiği eğitmenlerle uluslararası geçerli yoga uzmanlığı faaliyetlerinde bulunmak üzere sertifikalandırmaktadır. Katılımcılar, bu sertifikayı farklı zamanlarda farklı kişi ya da kuruluşlar bünyesinde almış olsalar da uluslararası geçerliğe sahip bu sertifikanın Yoga Alliance tarafından akredite edilmiş genel bir eğitim çerçevesi bulunmaktadır. 50 saatten 500 saate kadar eğitimler verilmekte olup yoga uzmanı olabilmek için en az 200 saatlik temel eğitimin tamamlanması beklenmektedir. Tüm katılımcı yoga uzmanlarının temel eğitim durumları hakkında bilgi verebilecek en az 200 saate karşılık gelen temel eğitimin içeriği şu şekildedir:

Tablo 1 : 200 saatlik temel yoga uzmanlık eğitim içeriği

Eğitim Programı/Modüller	Eğitim İçeriği
Yoga Felsefesi	Yoga Tarihi, Patanjali Sutraları, Yoga ile alakalı metinler ve felsefik incelemeleri (Bhagavad Gita, Hatha Yoga Pradiphika, Siddharta, vb.), Yoganın sekiz basamaklı yolu hakkında temel bilgiler; <ul style="list-style-type: none"> • Olumsuzluklardan arınma: Yamalar, • Olumlulukları güçlendirme: Niyamalar, • Duruşlar: Asanalar, • Nefes ve enerji: Pranayama, • Duyuların denetimi: Prathyahara, • Odaklanma teknikleri: Dharana, • Meditasyon: Dhyana, • Evrenle bütünleşme: Samadhi 'dir
Yoga Duruşları/Asanalar	Temel Hatha yoga duruşları (asanalar) ve hizaları, duruş varyasyonları, temel akış serileri (güneşe selam, aya selam, padottanasana, padangusthasana, vb.)
Nefes Teknikleri/Pranayama	Nefes farkındalığı, nefes çeşitleri, yogada nefes uygulamaları (ujjai nefesi, nadi shodana, aslan nefesi, kapalabhati nefesi, vb.), özgür nefes uygulamaları, bandhalar
Meditasyon/Zihinsel Farkındalık	Zihinsel farkındalık çalışmaları, Mindfulness, meditasyon teknikleri, yoga ve meditasyon, mantra ve mudralar
Yoga Anatomisi ve Fizyolojisi	İnsan bedeni temel anatomik özellikleri ve fizyolojisi, eklemler ve çalışma prensipleri, kas kemik sistemi, omurga özellikleri, duruşlarda anatomik özellikler, fizyolojik rahatsızlıklar ve dikkat edilmesi gerekenler, hizalanma, modifikasyonlar ve anatomi prensipleri
Öğretim Metod ve Pratikleri	Yoga uzmanında olması gereken özellikler, iletişim becerileri, uygun sınıf ortamı yaratma, temel ve orta düzeyde Hatha yoga ders akışı planlama, duruşları gözlemlene ve müdahale etme yolları, ses ve vücut dili kullanımı
Ödevler/Uygulamalar	Gözlem yapma, yoga ile temel konular üzerine araştırma yapma, çeşitli staj uygulamaları ve pratikler, günlük yoga pratikleri

Yukarıda tabloda belirtilen standart içeriğin yanı sıra, uzmanlık programları çakralar, elementler ve ayurvedik bir takım bilgi ve uygulamalar da içerebilmektedir. Ayrıca, katılımcılar arasında bu sertifikadan başka çok çeşitli

eğitimler alanlar bulunmaktadır. Bu da yoga pazarını anlayabilmek ve çalışma amaçları doğrultusunda sonuçlar ortaya koyabilmek için veri zenginliği yaratmaktadır.

Bu çalışma, katılımcıların görüşlerini derinlemesine incelemeyi ve bu yolla yoga ve pazarlama arasındaki ilişkiye ışık tutmayı amaçladığından, çalışmaya katılan yoga uzmanlarının demografik özelliklerinin verilmesi de gerekmektedir. Bu özellikler, katılımcıların neyi nasıl algıladıkları, yoga etkinliklerinde nelere dikkat ettikleri ve kendi yoga eğitimlerini nasıl pazarladıklarını anlayabilmek için de son derece önemlidir. Aşağıdaki tabloda katılımcıların yaş, cinsiyet, tecrübe, eğitim ve meslek geçmişleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

Tablo 2 : Katılımcılara ait demografik bilgiler

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Tecrübe	Sertifikalar	Mesleki Geçmiş
K1	36	Erkek	5 Yıl	Vinyasa Yoga, Anatomi	İnşaat Mühendisi
K2	42	Kadın	8 Yıl	İleri Seviye Yoga Uzmanlık, Nefes Koçluğu, Holoterapi	Dans
K3	30	Kadın	3 Yıl	İleri Seviye Yoga Uzmanlık, Yoga Terapi	Grafik Tasarım
K4	46	Kadın	5 Yıl	İleri Seviye Yoga Uzmanlık, Yoga Terapi	Seramik
K5	37	Kadın	1 Yıl	Pilates Uzmanlık	Makine Mühendisi

Çalışmanın katılımcıları genel itibariyle mesleki bir doygunluğu yaşamış, lisans ve hatta yüksek lisans yaptıkları branşlarında sahip oldukları kariyer üzerine yoga alanında da bir kariyer inşaa etmişlerdir. Katılımcıların 30 yaş ve üstünde olmaları raslantısal olsa bile Eskişehir genelinde uzmanlık belgesi olan 20'li yaşlardaki bireylerden araştırma için belirlenen en az aktif bir yıl deneyim sahibi olmak ön şartına sahip olanlara ulaşılamamış ya da ulaşılanlar gönüllülük esasını kabul etmemiştir.

Genel itibariyle lisans eğitimlerinin katılımcılara yoga hizmeti konusunda da yön vermektedir. Dolayısıyla bireylerin geçmiş hayatlarında edindikleri deneyimlerin yoga alanlarına yansımaları söz konusudur. Ancak çalışmada göz önünde bulundurulmamıştır.

2.3.2. Veri Toplama Aracı

Yoga uzmanlarının Eskişehir’de düzenledikleri yoga sınıflarında kodladıkları zorlukları ve değer pazarlamasında karşılaşılabilecek zorlukları araştırmak için yarı yapılandırılmış görüşmeler kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler, "görüşmeci tarafına yanıtları sorgulama ve genişletme fırsatı sunarak derinlik sağlanmasına izin verir (Rubin & Rubin 2005)."

Nitel araştırmalarda gerçekleşen şekliyle görüşmeler araştırmacının rehberliğinde sürdürülen süreçler biçimindedir. Önceden belirlenmiş ve art arda belirli soruların sorulduğu görüşmeler yerine, sorular araştırmacının yönlendirmesinden de etkilenerek süreç içinde ortaya çıkmaktadır. Belirlenen bir kontrol listesinin ardından görüşmeyi yapmak, "görüşmecinin çalışmanın amacı tarafından izlenen parametreler içinde kalmasını sağlamak" için görüşmeyi sürdürmesini sağlar (Berg, 2007). Süreç içinde görüşmeyi yapan araştırmacı önyargısız şekilde, araştırma içinde biçmiş olduğu role uygun olarak görüşmeyi biçimlendirecektir. Böylelikle nitel araştırmanın ruhuna uygun olarak araştırmacı sorguladığı duruma açıklık getirmeye çalışmış olacaktır (Yin, 2002). Katılımcıların deneyimleri ve yoga öğretimi için kişisel yorumları hakkında ayrıntılı bilgi toplamak için açık uçlu sorularla yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bu süreçte soruların yöneltildiği katılımcı içeriden birisi olarak, gerektiği yerde kendi yorumlarını ve duygularını da katabilecektir. Ayrıca katılımcı, görüşme sürecinde doğru soruları sormasında araştırmacıya bu esneklik sayesinde destek de olabilmektedir (Yin, 2003). Araştırma yöntemine ve konusuna uygun başlıklar belirlenmiş ve sorular düzenlenmiştir.

2.3.3. Veri Toplama Süreci

Veri toplama prosedüründe aşağıdaki adımlar takip edilmiştir:

1. İlk olarak, görüşülecek katılımcıları tanımak, Eskişehir’deki yoga stüdyolarının koşullarını anlamak, yoga tüketicilerinin özelliklerini ve

ekipmanlarını anlamaya yönelik açık uçlu sorular hazırlandı. Hazırlanan sorular tezin ek bölümünde verilecektir.

2. İkinci olarak, ulaşılabilen Eskişehir’de aktif olarak dersi açan yoga alliance sertifikalı yoga uzmanlarına yapılacak araştırmanın bilgisi verilerek katılımcı olmaları konusunda görüşmeler yapıldı (Katılımcılara, verilerinin anonimliği ve çalışma dışında başka bir mecrada kullanılmayacağına dair güvence verilmiştir).
3. Alınan bilgilerin gizliliği garanti edilen katılımcı yoga öğretmenlerinden hazırlanan açık uçlu soruları cevaplamaları istendi. Görüşmeler cep telefonu ses kayıt özelliğiyle kayıt altına alınırken yazılı notlar da tutulmuştur. Görüşmelerden sonra, katılımcıların isimleri gizli tutularak, görüşlerini derinlemesine verebilmek ve çalışma amaçları doğrultusunda bu görüşleri yorumlayabilmek amacıyla her bir katılımcıya rastgele bir sayı verilmiştir. Yapılan görüşmelerin sesli kayıtları www.happyscribe.co adresinden yazılı hale çevrilmiştir. Yoga kavramından, yoga stüdyolarının fiziki koşullarına ve yoga öğretirken karşılaştıkları sorular hakkındaki soruları cevapladılar. K4 haricindeki tüm katılımcılarla Eskişehir’de ders verdikleri stüdyolarda görüşme yapılmıştır. Katılımcı 4 ile Anadolu Üniversitesi Japon Bahçesinde görüşülmüştür.

2.3.4. Veri Analiz Yöntemi

Bu çalışma, Eskişehir ilinde çalışmaya gönüllü olarak katılan yoga uzmanları ile bire bir gerçekleştirilen kapsamlı yarı-yapılandırılmış görüşmeler doğrultusunda Eskişehir ilindeki yoga pazarlaması faaliyetleri kapsamındaki yoga ve pazarlama arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma amaçları doğrultusunda gerçekleştirilen yarı-yapılandırılmış görüşmelerin analizinde nitel veri analizini temel alan içerik analizi kullanılmıştır. Böylece, katılımcıların her türlü duygu, düşünce fikirlerinin altı çizilmiş ve bunlardan yola çıkarak çalışma sorularının cevabı katılımcıların görüşlerini ayrıntılı yansıtabilecek şekilde aktarılmaya çalışılmıştır. Nitel veri analiz yöntemi olarak içerik analizinde temel prensip verilerin açıklanması ve aralarındaki ilişkilerin ortaya çıkarılmasıdır. Bu doğrultuda asıl hedef, birbirine benzeyen ve birbiri ile

uyumlu verileri bir araya getirerek kavramlara ve oradan da temalara ulaşmak ve böylece ortaya çıkarılan kavram ve temaları okuyucuya organize bir biçimde sunmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Bu şekilde verilerin karmaşık bir yığından ziyade anlamlı ve kendi içinde organize sistematik değerlendirmesi mümkün hale gelmektedir (Falkingham & Reeves, 1998).

İçerik analizini mümkün kılan farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bu çalışmada, yarı-yapılandırılmış görüşmeleri detaylı olarak inceleyebilmek ve buradan araştırma sorularına cevap verebilmek için Sürekli Karşılaştırma Yöntemi (Constant Comparison Method) kullanılmıştır. Sürekli Karşılaştırma Yöntemi, yerleşik kuram (grounded theory) temelli bir yöntemdir ve bu analiz tekniği Glaser ve Strauss (1967) tarafından oluşturulmuştur. Sürekli Karşılaştırma Yönteminin ana amacı veri setinde birbiri ile benzeyen verileri bir araya getirerek bu verilerden türeyen temaları ortaya çıkarmak ve bunları temel alarak bir kuram oluşturmaktır (Constant Comparison Method-Boeje, 2012; Leech ve Onwuegbuzie, 2007; Glaser ve Strauss, 1967; Miles Haberman,1994). Tamamen toplanan verilerdeki bulgulara dayalı olarak kavramsal kategorilere ulaşmayı hedefleyen bu analiz yöntemi ile katılımcıların neyi, nasıl ve ne şekilde ilişkilendirdikleri detaylı ve sistematik olarak ortaya konabilmektedir.

Sürekli Karşılaştırma Yöntemi ile verilerde belirlenen en küçük iletişimsel birimler ya da kodlar, kategoriler/temalar oluşturulana dek karşılaştırılmaktadır (Fram, 2013; Lincoln & Guba, 1985). Bu analiz yöntemi veriyi önceden belirlenmiş ya da yapılandırılmış var olan kategorilere göre değil, veriden ortaya çıkan örüntülerin kodlanmasına, gruplanmasına ve parçalar arası bağlantı kurulmasına olanak sağlamaktadır (Leong, Joseph & Boulay, 2010). Sürekli Karşılaştırma Yöntemini aşağıdaki basamaklar doğrultusunda gerçekleştirilmektedir:

Aşama 1: Araştırma konusu doğrultusunda veri seti baştan sona taranarak araştırılan konu ile ilgili tüm kodlar belirlenir. Burada, araştırma için kod kavramı ile ne kast edildiği önemlidir. Araştırılan konu ile ilgili toplanan verinin en küçük iletişimsel birimine kod denir ve

katılımcının duygu ve düşüncelerini belirten kelime veya kelime öbeği olarak tanımlanabilir (Allan, 2003).

Aşama 2: Tüm veri seti kodlandıktan ve bu kodlar listelendikten sonra, birbirine benzeyen kodlar karşılaştırılarak bir araya toplanmaya başlanır. Bu sürekli karşılaştırma döngüsü defalarca, birbirine benzer kod kalmayınca kadar tekrar ettirilir. Bu karşılaştırma sonucu, araştırma soruları doğrultusunda benzer kod öbeklerinin bir araya getirilmesi ile alt temalar ortaya çıkmaya başlar.

Aşama 3: Ortaya çıkarılan ve kavramsal olarak artık ayrışan alt temalar da yeniden birbirleri ile karşılaştırılarak benzer olanlar birleştirilir ve ana temalara ulaşıncaya kadar veri analizi döngüsel bir süreçte devam ettirilir. Ana temalar alt temaların sürekli karşılaştırılmasıyla oluşturulur.

Burada da görüldüğü üzere, Sürekli Karşılaştırma Yöntemi ile nitel özelliğe sahip veriler incelenmekte ve birbirleriyle döngüsel bir süreç içerisinde karşılaştırılmaktadır. Bu tekrar tekrar işleme konan süreç sonunda ana temalar, araştırma konusundaki esas kavramlar temel alınarak çıkarılmakta ve bu temalardan önerme cümleleri oluşturulup araştırma konusu ile ilgili önermeler ileri sürülebilmektedir (Have, 2004, s.136).

Sürekli Karşılaştırma Yöntemi ile analiz edilen verinin güvenilirliği için veri farklı iki değerlendirici tarafından kodlanmakta, bu kodlar gruplandırılmakta ve temalara ulaşılmaktadır. Değerlendiriciler arası güvenilirlik için Tawney ve Gast (1984) tarafından önerilen formül uygulanmıştır. Buna göre: Uzlaşma sayısı/ uzlaşma sayısı (x) uzlaşamayanların sayısı 100 ile çarpılmıştır. Bu çalışmada ortaya çıkarılan kodlar, nitel analiz ve Sürekli Karşılaştırma Yönteminde uzman iki ayrı değerlendirici tarafından yukarıdaki aşamalar izlenerek analiz edilmiş ve değerlendiriciler arası geçerlik. 87 olarak bulunmuştur. Bu geçerlik yüzdesi, veri analizinin güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

2.3.5. Araştırmanın Kısıtları ve Güvenilirliği

Araştırmada 5 katılımcı ile görüşülmüş olması, henüz gelişmekte olan ve mesleki denetimi yeterince kurumsallaşmamış olan yoga etkinliği alanında, eğitmenlik tanımı sınırlarının oldukça bulanık bir konu olmasından kaynaklanmaktadır. Daha açık ifade etmek gerekirse, Eskişehir ili sınırları içinde yoga eğitmenliğinin bahsettiğimiz kriterlerine uygun eğitmen sayısı sınırlıdır.

Bu kısıtın ortaya çıkarması olası olumsuzlukların, araştırmacının kendisinin de sertifikalı bir eğitmen olması ve her bir mülakatı kendi iç gözlemleri ile desteklemesi yoluyla, ortadan kaldırılması kısmen mümkün olacaktır. Araştırmacının kendi iç gözlemlerinin, araştırmaya etik-emik perspektifler açısından bir denge oluşturması da mümkün olmuştur. Ayrıca, araştırmacının bizzat kendisinin de aynı dünyadan olması ile deneyime yakın bir bakış açısına sahip olması, beş mülakat ile tartışma konusu olabilecek teorik doygunluğa ulaşılması sorununu kısmen çözmektedir.

Mülakatlar Eskişehir bağlamında inşa edilmekte olan yoga kültürünün anlamlandırılmasında en değerli veri kaynakları olarak görülebilir. Diğer yandan araştırmacının kendi iç gözlemleri, yoga mekanlarında yeterince gerçekleştirilmesi mümkün olmayan alan gözlemlerinin kısmen yerine geçmiştir. Araştırmacının sahip olduğu yoga eğitmenliği deneyimi aynı zamanda geçmişten gelen bir alan gözlemi deneyimi olarak da değerlendirilebilir.

Ayrıca araştırma verilerinin kodlanması sürecinde kısmen konuya ve eğitim alanına yakın, nitel analizin kodlama sürecinde deneyimli olan araştırmacıların devreye girmiş olması da kodlama sürecini ve analizi güvenilir hale getirmektedir.

Yukarıda kısaca özetlenen araştırma alanının kendine özgü kısıtlarına rağmen, veri çeşitlendirme mülakatlar, kısıtlı gözlemler ve araştırmacının kendi iç gözlemleri ile sağlanmıştır.

BÖLÜM III

BULGULAR, DEĞERLENDİRMELER, SONUÇ VE ÖNERİLER

Eskişehir örnekleme bağlamında yoga ve pazarlama arasındaki ilişkiye ışık tutmayı amaçlayan bu çalışma kapsamında, Eskişehir ilinde yoga uzmanlığı yapan 5 gönüllü katılımcı ile yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu derinlemesine görüşmeler, nitel veri analizi yöntemlerinden Yerleşik Kuram (Grounded Theory-Miles & Huberman, 1990) dayalı Sürekli Karşılaştırmalı Yöntem kullanılarak iki ayrı kodlayıcı tarafından analiz edilmiş ve bu analiz sonucunda çalışma amacına uygun olarak Eskişehir de yürütülen yoga faaliyetleri ve pazarlama konusunu açıklayıcı ana ve alt temalar elde edilmiştir.

Çalışma amaçları doğrultusunda, Eskişehir’de faaliyet gösteren yoga uzmanlarının uzmanlık eğitiminde seçimlerini etkileyen etmenler, yoga yaptırdıkları Mekânların seçiminde üzerinde durdukları özellikler, ekipman seçiminde neleri göz önüne aldıkları ve Eskişehir’de yoga yapan kişilerin ve yoga etkinliklerinin içerikleri araştırılmıştır. Bu araştırma noktalarının her biri ayrıntılı olarak sorgulanmış ve yürütülen kapsamlı nitel analiz sonuçlarına göre, katılımcıların görüşleri araştırma noktalarının her biri için kodlanmıştır. Veri analiz sonuçları, dört temel araştırma noktasına yoğunlaşan toplam 569 kod ortaya çıkarmıştır. Burada koddan kast edilen katılımcıların araştırılan noktalar hakkında görüş bildirdikleri her bir düşünce, duygu ve durumdur. Bu kodlar, temel araştırma noktalarına yönelik olarak 14 ana tema ve 55 alt tema altında toplanmıştır. Bu bölümün geri kalanında tüm araştırma noktalarına bağlı kalınarak, her bir temel araştırma noktasına yönelik olan ana ve alt temalar ayrıntılı olarak incelenecektir. Aşağıdaki tabloda temel araştırma noktaları ve bunlara dair ana temalar verilmektedir.

Tablo 3 : Temel araştırma noktalarına göre ortaya çıkan ana temalar

Temel Araştırma Noktaları	Ana Temalar	Kod*
Uzmanlık Eğitimi	Eğitmen Seçimindeki Faktörler	72
	Takip Edilen Yoga Aktiviteleri	56
Yoga Yapılan Mekân	Mekân Araştırması	21
	Mekânda Aranılan Fiziksel Özellikler	45
	Mekândaki Ses Özellikleri	42
	Mekânın Aydınlatma Unsurları	25
	Mekânın Güvenlik Önlemleri	24
	Mekânın Havalandırması	17
Ekipman	Giysi Seçimindeki Faktörler	41
	Aksesuar Seçimindeki Faktörler	43
Öğrenci ve İçerik Özellikleri	Öğrenci Kitleleri Özellikleri	69
	Öğrenci Sayısını Etkileyen Unsurlar	40
	Gün/Saat Özellikleri	27
	Ders İçeriğinde Yoganın Anlamı	47
		569
TOPLAM		

*Kod sayıları

Araştırma soruları geliştirilirken, hizmet pazarlaması karması için işlem/süreç, fiziksel mekan, insan, başlıkları için sorulan sorulara verilen cevaplar bu 3 başlık altında sınıflandırılmıştır.

3.1. İşlem/Süreç Yönetimi

İşlem yönetimi, hizmetin tüketicinin gereksinim duyduğu zamanda hazır bulundurulmasını ve belli bir kalitede sunulmasını içermektedir. İyi bir işlem yönetimine sahip olmanın bir işletmeye sağlayacağı en önemli fayda, hizmet arzının ve talebinin dengede tutulmasıdır. İşlem yönetiminin uğraştığı konular;

hizmet için talebin en üst düzeyde olduğu dönemleri yönetmek ve hizmet kurumundaki uzmanlık düzeyleriyle farklı müşteri gereksinimlerini karşılamaktır (Magrath, 1986:48).

3.1.1. Uzmanlık Eğitimi

Katılımcıların nasıl bir uzmanlık eğitiminden geçtiği, bu eğitime karar verirken hangi faktörlerden etkilendikleri, kendi eğitimlerini devam ettirmek ve geliştirmek için hangi yoga aktivitelerini takip ettiklerini ve neleri dikkate aldıklarının incelenmesi çalışma kapsamındadır. Bu kapsam doğrultusunda, katılımcıların görüşleri incelendiğinde iki ana tema ortaya çıkarılmıştır. Bu iki ana tema **Eğitmen Seçimindeki Faktörler** (72 kod) ve **Takip Edilen Yoga Aktiviteleri** (56 kod) olarak karşımıza çıkmaktadır. Aşağıdaki alt bölümlerde, iki ana faktör katılımcıların görüşmeler sırasında verdikleri cevaplardan alıntılar yapılarak içerdikleri dokuz alt tema ile birlikte verilmektedir. Uzmanların seçimlerinde gösterdikleri eğilimlerin başlangıç seviyesindeki yoga tüketicilerinin seçimlerine de ışık tutabileceği düşünülmektedir.

3.1.2. Eğitmen Seçimindeki Faktörler

Bazı organizasyonlar tarafından geliştirilen iddialara rağmen (ulusal veya global olarak) Yoga'yı yöneten merkezi bir otorite yoktur. Yoga, eski çağlarda Hindistan'da ortaya çıkan, farklı kaynaklardan yayılan bir grup fiziksel, zihinsel ve manevi pratiklerden oluşmuş bir disiplindir. Dolayısıyla, Yoga, düzenlenebilir bir aktivite değildir. "Yoga Alliance" adını kullanan çok sayıda ulusal ve uluslararası yoga organizasyonu mevcuttur. Bu kuruluşlar, kuruldukları ülke yasalarına göre yasal olarak ayrı varlıklar olduklarından, aday üyelerin bu farklı kuruluşlar ve yoga öğretmenlerinin ve okulların tescil geçerliliği hakkında açık olması önemlidir. Türkiye'de yoga stüdyosu açmak için HİS sertifikası gerekliliği yoga uzmanlarının bu sertifika olmadan hareket ettikleri ve uluslararası geçerliliği olan Yoga Alliance sertifikalarını almayı yeğledikleri net biçimde gözlemlenebilmektedir. Yasal düzenlemeler HİS gibi alanlarda alınan belgeleri zorunlu tutuyor olsa da Eskişehir bölgesindeki uzmanlar genel olarak bu belgelere sahip değiller. Bu sebeple yoga stüdyosu

açmak yerine var olan alanları ve salonları kiralama yoluna yönünde bir strateji izlemeleri muhtemel gibi görünüyor. Katılımcılarla yapılan görüşmelerden alınan aşağıdaki alıntı uzmanların zorunlu tutulan belgeler için farklı yaklaşımlar geliştirilebileceğine yönelik görüşü temsil etmektedir.

[00:25:44.300] – K4

İzledikleri politikaları hafta sonu kurs vererek insanlara sertifika veriyorlar. Yani ben spor akademisinde de Yoga dersleri veriyorum. Genellikle oradaki öğrencilerden çok fazla şey öğreniyorum. Mesela onların bir hafta sonu gidip yoga sertifikası alması çok kolay. Hiçbir pozu bilmeden üstüne üstlük şöyle Bir şey geliştiriyor insanlar ben gideyim oradan Sertifikayı alayım sonra nasılsa yoga eğitimi alırım diye düşünüyorlar.

[00:26:24.300]- MelihCanToygu

Ya da bu sertifika olmadan yer açamaz kimse en kötü sertifikamı kullanırım diye

[00:26:29.100] – K4

Aynen öyle düşünüyorlar ve bu tarz hareketlerin yani aldığımız sertifika bütün dünyada geçerli olan bir sertifika iken burada aldığımız bir sertifika yani Türkiye’de bunun kabul edilmemesi Ayrıca bir şey istemeleri Çok saçma böyle bir dayatmayı çok saçma buluyorum ama maalesef başka şansımız yok şu an

Araştırma katılımcıları eğitmen seçimlerini yaparken aldıkları kararları aşağıdaki tablodaki başlıklara dayandırmaktadır. Eğitmenlerin kendi eğitimleri için aldıkları kararlar hem süreç için hem de yoga tüketicilerinin seçecekleri uzmanlar için ne tür karar aşamalarından geçebileceğine ışık tutmaya yöneliktir.

Tablo 4 : Eğitmen seçimleri

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Yoga konusunda uzman olması	Farklı alanlarda (anatomi dans vb.) uzmanlaşması, bilgi sahibi, eğitime katkı sağlayan kişi olması, kariyerinin olması, öylesine kurs açmaması	19
Online platformlardaki paylaşımlar	Sosyal medyadaki (instagram, facebook ve internet siteleri) kendi paylaşımları, videolar, hakkında yapılan yorumlar	18
Yakın tarz/kişilik sahibi olması	Eğitmen ile uyumlu hissetmek, bağ kurmak, kişiliklerin ve tarzın uyması	13
Yogaya olan bakış açısı	Yogayı bütünleştirici (zihin/beden bütünlüğü odaklı) görmesi, egosal farkındalık sahibi, ilham veren, meditasyon pratiği olması	9
Deneme dersleri/referanslar	Atölye ve derslere katılıp denemek, daha önce eğitim alan olumlu referans kişilerin olması	7
Diğer	Şans eseri yolunun kesişmesi, yaşanılan yerde eğitim olanağı çıkması	6
Toplam		72

*Kod sayıları

Çalışmada Eskişehir'deki yoga uzmanlarının kendi eğitmenleri hakkında görüşlerini almak ve bu noktayı olası iletişim içerikleri konusunda inceleyebilmektir. Katılımcıların kendi eğitmenlerini seçerken ilk etken olarak, **konusunda uzman insanları** tercih ettikleri yönünde bir tema ortaya çıkmıştır (19 kod). Anatomi, dans ya da kendilerine has bir branşta kariyer yapmış insanları tercih ettikleri söylenebilir. Sonrasında ortaya çıkan, **online platformlardaki paylaşımlar** (18 kod) **yakın tarz sahibi olmaları** (13 kod), **yogaya bakış açıları** (9 kod) temaları, kararlarını çevirim içi kaynaklara dayanarak yogaya yeni başlayacak tüketiciler açısından manipülasyon

tehlikesi taşır. Yukarıdaki tabloda sözü edilen sosyal medya vb. paylaşımlardan kasıt kariyer tahlili yapılabilecek profesyonel paylaşımlardır ancak yeni başlayanlar için bunun ayırdına varmak kolay değildir. Takip eden temalardan **deneme dersleri/referanslar** (7 kod), **diğer** (6 kod) bu çıkarımı destekler niteliktedir.

3.1.3. Takip Edilen Yoga Aktiviteleri

Yoga ve meditasyon, dünya genelinde şehir hayatının karmaşasından uzaklaşmak, stres seviyesini kontrol altında tutmak ve hem ruhen hem de bedenen rahatlamak için çoğu insanın yaşam tarzına dönüşmektedir. Bu aktivitelerden haberdar olmak ve tüketimi için işin içindeki uzmanlar tarafından ne tip aktivitelerin takip edildiği örnek oluşturabilecektir. Türkiye’de de bu konularda hizmet veren çok sayıda kurum ve organizasyon bulunmaktadır. Yoga ve sağlıklı yaşam festivalleri, Yoga öğretilerini insanlara aşılacak için kurulan merkezler, spor salonlarında gerçekleştirilen yoga ve meditasyon seansları, beden ve ruh arasındaki korelasyonu sağlamaya çalışan kişileri bir araya getirmektedir. Ayrıca bu aktivitelerin pek çoğunun internet üzerinden paylaşılan türevleri de bulunmaktadır.

Tablo 5 : Takip edilen yoga aktiviteleri

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Sosyal medya paylaşımları	Teorik paylaşımlar, pozlara hazırlayan, bölümleyen post ve videolar, pozların vücut üzerindeki etkisini gösteren paylaşımlar, yogayı bütünsel olarak ve yaşam biçimi olarak uygulayan kişilerin paylaşımları, anatomi/sinir sistemi ve yoga üzerine paylaşımlar, üretken ve yeni bilgi veren paylaşımlar, yoga ve duygularla ilgili paylaşımlar, uzun paylaşımlar, kısa notlar	36

Atölye ve eğitimler	Yin Yoga, Hatha Yoga, hamile ve çocuk yogası gibi atölyeler, sertifika programları, İstanbul-Ankara-İzmir gibi büyük şehirlerdeki eğitimler (iyi eğitimlerin büyük şehirlere gelmesi) ve buralarda çeşidin bol olması, uzmanlardan alınan eğitimler	14
Uzman kişi ve okulların internet siteleri	Bilinen kişi ve okulların (özellikle yurt dışındakiler) videoları, internet sitelerine üyelikle gelen bilgilendirme ve olanaklar (online eğitimler gibi)	6
Toplam		56

*Kod sayıları

Hatha Yoga'nın temel kitabı, Swatmarama tarafından yazılan Hatha Yoga pradi-pika (1350) beden ve enerji odaklı 13 asana anlatmaktadır. Günümüzde yüzlerce varyasyonu olan yoga pozları zaman içerisinde yoga uzmanları tarafından anatomi bilgisi ve odaklandıkları bölgelere göre çeşitlendirilmiştir. Uzmanların özgün yöntemler ya da spesifik gelişimler için kendilerini sürekli geliştirmeleri gerekmektedir. Yukarıdaki tabloda **Sosya medya paylaşımları** (26kod) ve **Uzman kişi ve okulların internet siteleri** (6 kod) kodları bir şekilde bilgiye erişme kolaylığıyla ilişkilendirilebilir. Ancak unutulmamalıdır ki özellikle asanalara giriş ve çıkışlardaki duruşlar online yollarla her zaman tecrübe edilemeyebilir. Bu tür durumlar için yeni **Atölye ve eğitimler** (14 kod) kendini geliştirmek isteyenler için takip gerektirmektedir.

3.2. Fiziksel Mekân Seçimi

Hizmet pazarlaması karması elemanı olarak fiziksel olanaklar, hizmetin sunulduğu işletme ile müşterinin etkileşimde bulunduğu çevre ve koşulları ifade etmektedir. Fiziksel olanakların hizmet işletmelerine yönelik önemi, tüketicinin satın alma kararına ulaşmasında, satın aldığı hizmetten tatmin olmasında ve hizmeti tekrar satın almasında oynadığı rolden

kaynaklanmaktadır (Üner, 1994:6). Yoga yapılan alanın fiziksel olanakları dahilinde hem hizmetin verildiği yerin ses, aydınlatma, havalandırma, ekipman gibi hizmetin bütününe içine alan nesnelere hem de verilen yoga akışı sırasında yoga tüketicisinin eşyalarını güvende tutacak dolaplar gibi hizmeti temsil eden koşullar bu başlıkta incelenmiştir. Hizmeti veren işletmenin fiziki koşulları, müşterilerin tatmini ve olumlu imaj yaratılması yanında işletme çalışanlarının başarısında ve iş tatmininde de etkili olmaktadır. Bu yüzden müşteri ve personelin bir arada bulunduğu ortam hem kurumsal amaçlar hem de pazarlama amaçları göz önünde bulundurularak düzenlenmelidir.

Bu çalışmada araştırılan ana noktalardan biri de Eskişehir örneğinde çalışmaya katılan yoga uzmanlarının yoga yapılacak alanı seçerken göz önünde bulundurdıkları hususları belirlemek böylece Eskişehir örneğinde nasıl mekânlarda yoga faaliyetlerinin yapıldığını ortaya çıkararak bu araştırma noktasının pazarlama ile bağlantısını kurabilmektir. Katılımcıların mekân hakkındaki görüşleri, sahibi oldukları veya kiraladıkları mekânlarda tercih ettikleri özellikleri ve dolayısıyla yoga hizmetinin aktarıldığı alanların özelliklerini göz önüne sermektedir. Bu amaca bağlı kalınarak katılımcıların görüşlerine bakıldığında, yoga yapılan mekânlarda tercih edilen ya da vurgulanan özellikler hakkında altı ana tema belirlenmiştir. Buna göre, **Mekân Araştırması** (21 kod), mekânda tercih edilen ve istenen **Fiziksel Özellikler** (45 kod), **Ses Özellikleri** (42 kod), **Aydınlatma Unsurları** (25 kod), **Güvenlik Önlemleri** (24 kod) ve **Havalandırma Özellikleri** (17 kod) ana temaları oluşturmaktadır. Bu ana temalar altında hepsini açıklayan toplanan 20 alt kategori olduğu ortaya çıkarılmıştır.

3.2.1. Mekân Araştırması

Farklı biçimlerde ifade etseler de tüm katılımcılar şehir merkezinde bulunan Mekânları tercih ediyor. Eskişehir'de sürekli olarak doğa içinde ve şehir yaşamından uzakta mekân tercihi yapan uzman araştırmada bulunmuyor. Özellikle ulaşım ve şehir yaşamına entegre olabilmek için uzmanların seçimlerini toplu taşıma seçeneklerine, merkezi iş yerlerine

yakınlık gibi unsurlar etkili rol oynamaktadır. Sadece kısa süreli atölyeler ve etkinlikler için doğadaki alanlar tercih edilmektedir.

Tablo 6 : Mekân tercihi

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Merkezi lokasyon tercihi	Toplu taşıma araçlarına yakınlık, merkezdeki iş yerlerine yakınlık, iş yerlerinin olduğu mahalleler, cadde üzeri mekân olması, otopark imkanının olması, sadece kısa atölyeler için doğa içi mekân isteği	16
Online platformlardaki mekân görüntüleri	Instagram, facebook ya da online mekân kiralama sitelerindeki ilanlardaki Mekânın özelliklerine dair fotoğraf ve videolar	3
Kiralanan mekânın malzeme imkânı	Kiralanan yoga stüdyosunun sağladığı malzemeler, yoga için ekipman imkanının (mat, kemer, blok vb.) olması	2
Toplam		21

*Kod sayıları

Konulandırma her zaman bir iş kurmanın önemli bir unsuru olmuştur. Bir işletme olarak başarınız, ne kadar iyi bulunacağınıza bağlıdır. Bir işletmenin adresi, işletmenin algılanması açısından da önemli bir faktördür. Bulunduğu semt ve ulaşım imkanları tüketicilerin algısını etkilemektedir. Eskişehir özelinde yerleşim alanlarından çok, yoga yapılan alanların şehrin merkezi denebilecek semtlerinde konumlandırıldıklarını ifade edilmelidir.

3.2.2. Mekânda Aranılan Fiziksel Özellikler

Araştırmada yoga yapılacak mekânda aranılan fiziksel özellikler için elde edilen kodlar tablo 7'de detaylandırılmıştır. Yoga pratiği yapılan stüdyolarda sınıflara ses geçirmeyen bekleme alanlarının bulunması pratiğin akışında uygulayıcıların dikkatlerinin dağılmaması açısından önemlidir. Yeni kayıt alımı, akıştaki yakınıni bekleyenler ya da bir sonraki akış için erken gelenler için

ayrılacak böyle bir alan aynı zamanda insanların yoga ile ilgili paylaşmak istedikleri bilgileri paylaşabilecekleri ve beklerken bu alanda yazılan dergi ya da kitapları okuyarak zaman geçirecekleri bir alana dönüştürülebilir. Eskişehir içinde yoga uygulama alanları standart bir apartman dairesi içinde yapılandırıldıysa çoğu zaman küçük bir odası bekleme alanı olarak konumlandırılmaktadır.

Tablo 7 : Mekânın Fiziksel Özellikleri

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Kişiyeye özel giyinme alanı	Kilitli ve güvenli dolap olması, kişisel eşyaların konacağı alan, soyunma kabini ya da alanı ihtiyacı	17
Genişlik ve zemin uygunluğu	Duruşları yapmak için geniş alan ihtiyacı, zemin döşemelerinin yoga yapmaya elverişliliği	13
Bekleme alanı	Ders öncesi vakit geçirilecek alan, dinlenme, okuma ve sohbet imkanını sağlayacak bekleme alanına olan ihtiyaç	12
Hijyenik uygunluk	Mekânın genel olarak temizliği, tuvalet gibi ortak kullanım alanlarının hijyeni	3
Toplam		45

*Kod sayıları

Kişiyeye özel giyinme alanlarının bulunması ve kişisel eşyalarını güvende bırakabilecekleri bir dolap sistemi stüdyoda akışta olan pratisyenlerin akıllarının meşgul olması istenmeyen tedirginlikleri azaltmak açısından da önemlidir. Spor salonları ya da benzeri alanların içinde yoga uygulaması için ayrılan alanların zemin özellikleri ya da alanın büyüklüğü belli bir kontrole tabi değildir.

3.2.3. Mekândaki Ses Özellikleri

Her sabah alarmımızın çaldığı andan uykuya girmek için ışığımızı tıklattığımız ana kadar çok ve çeşitli sesler duyuyoruz. Günün her saniyesinde,

ses ve çevre gürültüsüyle karışık bir ses kokteyli kulaklarımızın sürekli çevresinde yerini almaktadır. Bir insanın sese tepki verme süresi 0.146 saniyedir (Staff, 2017). Bu durum pazarlamanın kuvvetli markalar ya da deneyimler yaratmak için çalışma alanlarındandır. Aşağıdaki tabloda yoga yapılan mekânın ses özellikleriyle ilgili analiz edilen görüşmelerden çıkan kodlar ifade edilmiştir.

Tablo 8 : Mekânın Ses özellikleri

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Pratiğe göre değişen ses	Hareketli pratikte (vinyasa gibi) ses ve müzik kullanımı, hafif ve içe dönmeyi sağlayan pratikte sessizlik tercihi, bağlı olunan ekole göre ses tercihi, sadece bedene odaklanırken sessizlik, dersin akışına göre hareketli ya da yavaş müzik kullanımı, meditasyon ve savasanadan uyandırma için çan kullanımı	14
Ses sistemleri ve mobil uygulama kullanımı	Cep telefonu, taşınabilir bluetooth hoparlör, ses sistemi kullanımı, radyo kullanımı, spotify gibi dinleme listeleri oluşturulabilecek mobil uygulamalar	14
Lokasyon nedeniyle ses problemleri	Merkezi lokasyonda gürültü sorunları, spor salonunda farklı spor alanlarından gelen seslerin yarattığı rahatsızlık	10
Önemi yok	Hiç olmayabilir, şehrin içinde gürültüde de yoga yapılabilmesi	4
Toplam		42

*Kod sayıları

Günlük yaşantının bir parçası olan ses kirliliği, yoga ve meditasyon alanlarında korkuyla kaçılan bir unsur değildir. Uzmanlar tarafından kişinin bu durumla mücadele etmesi yerine fark etmesi yönünde talimatlar da verilebilir.

Ancak elbette daha rahat iletişim kurabilmek ve huzurlu bir ortam yaratmak için uzmanların bazı önlemler aldığı aşağıdaki tablodan görülebilir. Bu anlamda cep telefonları, taşınabilir bluetooth hoparlörler gibi ses sistemlerinin kullanımı, söz konusu donanımlar için bir pazar oluşturmaktadır. Alana özel kullanımlarda, radyo uygulamalarının ve spotify gibi müzik uygulamalarının kullanımları da özel pazardır. Alanda çeşitli gonklar, Tibet çanları, ukulele gibi özelleşmiş müzik enstrümanları da kullanılmaktadır.

3.2.4. Mekânın Aydınlatma Unsurları

Katılımcıların, Eskişehir’de yoga pratiği yaptıkları mekânlarda tercih ettikleri aydınlatma özelliklerinin, **yumuşak** (12 kod) ve **yerden aydınlatma** (11 kod) özelliklerine sahip olduğu ortaya çıkmıştır.

Tablo 9 : Mekânın Aydınlatma Özellikleri

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Yumuşak aydınlatma	Sarı ışık, rahat hissettiren ortam için yumuşak ve kısık ışık tercihi	12
Yerden aydınlatma	Lambader, ayaklı abajur, ayarlanabilir dimmer sistemi tercihi, yukarıdan ve spot aydınlatma dışındaki aydınlatma biçimi	11
Doğal ışık	Gün ışığı ile olduğu gibi aydınlatma, karartma perde ile doğal ışığın ayarlanması	2
Toplam		25

*Kod sayıları

Yoga için özelleşmiş alanlarda genellikle endirekt aydınlatmalar ve dimer kontrolleri uygulamaların içeriğine göre yogilerin hizmetine sunulmaktadır. Spor salonları ya da kiralanan dans atölyelerindeki beyaz ve güçlü aydınlatmaların, yogiler için elde edilmek istenen ambiyansı sağlayamadığının altı çizilmektedir.

3.2.5. Mekânın Acil Durum Önlemleri

Bu alt temada eğitimcilerin güvenlik önlemlerine öncelikli olarak dikkat etmediği, düşünmedikleri ya da mekânın acil durum açısından genel olarak bir endişe taşımadıkları gözlemleniyor. İl Sağlık Müdürlüğü ve Gençlik ve Spor Müdürlüğü mekânlar için gerekli kontrolleri yaparak izin çıkartmaktadır. İzin belgeli işletmeler bu nedenle bu konuyu hiç düşünmüyor olabilirler. Konu ile ilgili katılımcı 5 in görüşleri aşağıda verilmiştir.

[00:04:56.700]- MelihCanToygu

Yangın çıkışı ilk yardım dolabı gibi acil durum tedbirleri ile ilgili kontrol ettiğiniz özel birtakım sistemler var mıdır?

[00:05:06.480] – K5

Bu yine stüdyoyu açarken İl Sağlık Müdürlüğü de belediyede Gençlik Spor Müdürlüğü de dikkat ediyor ve bunlar olmadan izin vermiyorlar. Bizim stüdyomuzda da mevcut hepsi

Tablo 10 : Mekânın Acil Durum Önlemleri

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Önemi yok	Eğitmen olarak önemsiz, yogada yaralanma ihtimali düşük, bir şey olmayacağına dair eğitmenin güveni var, genel olarak dikkat edilmiyor	10
Önemli	Stüdyo sahibi ve öğrenci için önemli, eğitmenin rahat hissetmesi için önemli	9
Acil durum önlemleri	İlk yardım dolabı ve yangın çıkışı olmasına dair görüşler	5

Toplam**24**

*Kod sayıları

Katılımcıların verdikleri cevaplardan gelişebilecek herhangi bir acil durum için alınması gereken önlemler konusunda genel bir tedbirsizlik durumu olduğunun anlaşılmaktadır.

3.2.6. Mekânın Havalandırması

İl Sağlık Müdürlüğü ve Gençlik ve Spor Müdürlüğü'nün zorunlu yaptığı kontroller bu madde için de geçerlidir.

Tablo 11 : Mekânın Havalandırması

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Doğal havalandırma	Mekândaki camlarla havalandırma, oda parfümü, tütsü gibi yapay havalandırma dışında yoga alanının doğal havasının korunması	13
Endüstriyel havalandırma	Klima kullanımı, özellikle geniş Mekânlarda endüstriyel klima tercihi	2
Önemi yok	Mekânın havalandırma özelliklerinin herhangi bir öneminin olmaması	2
Toplam		17

*Kod sayıları

Genel olarak yoga uzmanlarının bu konuda özel bir tutumu olmadığı görülmektedir. Mekânın hava özelliklerine dair belirli bir görüşleri olmadığı görülüyor. Özellikle spor salonlarında konfor parametresi olarak sıcaklık, bağıl nem, CO₂, CO ve toplam uçucu organik bileşikler ölçümlenebilmekte ve gerekli şekillerde ayarlanabilmektedir. Bu tür sistemlerin kullanıldığı bir stüdyo çalışmanın yapıldığı tarihlerde Eskişehir'de henüz faaliyet göstermemektedir.

3.2.7. Ekipman Seçimi

Eskişehir’de çeşitli Mekânlarda yoga eğitimi veren uzmanların nasıl ekipmanları tercih ettikleri, yoga için kullanılan malzeme seçiminde neleri önemsedikleri ve kendi öğrenci kitlelerinden neleri beklediklerine dair görüşlerinin alınması da çalışma kapsamında araştırılan ana noktalardandır. Bu araştırma bağlamında, yoga için kullanılacak ana malzemeler olan yoga matı, kemer, blok ve aksesuar tercihleri sorgulanmış ve tercihleri yoga ve pazarlama ilişkisi içerisinde değerlendirilmiştir. Nitel analiz sonuçlarına göre, ekipman seçimi araştırma noktası için iki ana tema ortaya çıkarılmıştır. Bu ana temalar **Giysi Seçimindeki Faktörler** (41 kod) ve **Aksesuar Seçimindeki Faktörler** (43 kod) olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu iki ana tema altında, katılımcıların görüşleri toplam dokuz alt tema içerisinde toplanmıştır.

3.2.8. Giysi Seçimindeki Faktörler

Araştırma katılımcılarının giysi seçimlerinde tahmin edilebileceği gibi ortam şartlarına uygun, **pozları rahatlıkla uygulamayı sağlayan, rahat giysiler** kadar yogilerin uygulama sırasında uzmanın vücut konumlamalarını rahatlıkla görebilecekleri giysiler de seçici faktörlerdendir (20 kod). Her şekilde hareket akışının sağlanması bu anlamda ortak belirleyici bir özelliktir.

Tablo 12 : Giysi Seçimindeki Faktörler

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Hareket akışının sağlanması	Dolaşımı etkilemeyecek kıyafet, dar ya da çok bol olmayan kıyafet tercihi, enerji akışına engel olmayacak kıyafet, öğrencinin hareketi nasıl yaptığının görülebileceği kıyafet, omurganın gözlemlenmesine izin veren giysiler,	20

	fermuarlı ve kapüşonlu olmayan kıyafet tercihi	
Rahatlık	Pozlarda rahatlık sağlayan giysiler, kendini bırakabilmek için rahat hissettiren kıyafet, rahat ve basit kumaş, penye kumaş tercihi	17
Ortam ısısı	Ortam ısısına göre terletmeyecek ya da üşütmeyecek kıyafet tercihi	4
Toplam		41

*Kod sayıları

Greenwell'in (2017) doktora tezinde, dünya genelinde yogilerin hem yoga malzemeleri hem de genel kullanımları için reklamdaki etkilenmeme gayretine karşılık markaların yoga uzmanlarını reklam yüzü seçme stratejisinden bahsetmiştir. Yazarın gözlemlerine dayanarak yaptığı çıkarımda Eskişehir'de özellikle yeni başlayan yoga tüketicilerinde kendi uzmanlarının ya da internet fenomenlerinin giysi ya da aksesuarlarını satın alma davranışı sıklıkla görülmektedir.

3.2.9.Aksesuar Seçimindeki Faktörler

Yoga uzmanlarının bahsettiği yegâne aksesuar yoga matıdır. Bu nedenle görüşlerin büyük çoğunluğu yer ile teması kesen hareketlerin çoğunun üstünde uygulandığı bu aksesuar ile ilgili. Mat dışında başka aksesuarlar çok elzem görülmediği için tercih ettikleri ya da önerdikleri bu noktada yoğunlaştırdıkları düşünülebilir. Yoga kemeri olarak kullanılan malzemenin herhangi bir kumaş ya da kemer ile büyük farkları bulunmamaktadır. Bolster olarak bilinen destekleyici malzemelerin yeri bir şekilde küçük yastıklarla doldurulabilir. Yoga bloklarının verdiği destek için kalın kitaplardan ya da benzeri cisimlerden yararlanılabilir.

Tablo 13 : Aksesuar Seçimindeki Faktörler

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Bütçe	Fiyat/performans değişkenine göre öğrencinin karşılayabileceği fiyatta aksesuarlar, özellikle blok ve kemer gibi aksesuarlarda marka tercihi yok, evdeki kemer/kumaş da kullanılabilir, yüksek bütçe gerektirmeyen matlar tercih sebebi	19
Kaymayan, kaliteli mat	Terleme problemi nedeniyle özellikle yoğun pratikte kaymayan ve kaliteli mat tercihi	10
Pratiğe göre değişen aksesuar	Akışın niteliğine göre değişen mat tercihi, pratiğin derinliğine ve gelişimine göre ihtiyaçların değişmesi doğrultusunda ortaya çıkan aksesuar ihtiyacı, meditasyon için aksesuar kullanımı	6
Kolaylık	Kolay temizlenen ve taşınabilen mat ve aksesuarlar, konforlu ve hareketleri kolaylaştırıcı aksesuar tercihi	4
Doğaya duyarlık	Doğaya uyumlu, doğada çözünebilen materyalden yapılmış aksesuarlar, ekolojik malzemeden yapılmış aksesuarlar, ahşap blok kullanımı	4
Toplam		43

*Kod sayıları

Şehir genelinde, uygulama alanlarında sağlanmadığı için ya da hijyenik sebeplerle yogilerin kendi matlarıyla uygulama alanlarına ulaştıkları gözlemlenebilir. Bu durum sebebiyle taşıma ve kullanım kolaylığı açısından hem eni hem de genişliği daha küçük matların yogiler tarafından tercih edildiğini söylemek mümkündür.

3.3. İnsan ve İçerik Özellikleri

Hizmetin ulaştırılmasında yer alan ve hizmet alıcısının algılamalarını etkileyen tüm bireyler hizmet pazarlama karmasının insan ögesini oluşturmaktadır. Söz konusu bireyler işletmenin personeli, müşteriler ve hizmetten yararlanabilecek diğer müşterilerdir (Öztürk, 1998:21). Nitelikli hizmet verebilmek için hem hizmeti sağlayan hem de alan kişilerin tatminlerinin sağlanması çok önemlidir. (Schlesinger ve Heskett, 1991:72)

Çalışmanın üzerine eğildiği bir diğer araştırma noktası da Eskişehir'deki yoga uzmanlarının yoga yapmak isteyen kitle ve yoga seanslarının içerikleri hakkında görüşlerini almak ve bu noktayı yoga ve pazarlama ilişkisi ışığında incelemektir. Bu amaç doğrultusunda, katılımcılara yoga sınıflarına katılan kitlenin özellikleri ve tercih edilen katılımcı sayısı ile ilgili sorular yöneltilmiş, ayrıca gün ve saat tercihleri sorgulanmıştır. Bunun yanı sıra, yoga derslerinin içeriğini hazırlarken nelerin üzerinde durdukları da ayrıntılı olarak incelenmiş ve tüm bunların yoga etkinliklerinin pazarlanması açısından değerlendirilmiştir. Bu noktaları içeren sonuçlar incelendiğinde, öğrenci ve içerik seçimindeki faktörler açısından dört ana tema ortaya çıkarılmıştır. Bu ana temalar **Öğrenci Kitlesi Özellikleri** (69 kod), **Öğrenci Sayısını Etkileyen Unsurlar** (40 kod), **Gün/Saat Özellikleri** (27 kod) ve **Ders İçeriğinde Yoganın Anlamı** (47 kod) olarak ortaya çıkarılmıştır. Dört ana temayı açıklayıcı olarak ise toplam 18 alt tema tespit edilmiştir.

3.4.1. Yoga Tüketici Kitlesi ve Özellikleri

Eskişehir ilinde yoga yapan kitle çoğunlukla kadınlardan oluşmaktadır. Eskişehir'de yoga yapan kitle her ne kadar çoğunlukla yoğun iş yaşamı olan kişilerden oluşsa da yine de diğer büyük şehirlerdeki gibi trafik ve ekonomik karmaşa fazla olmadığından çok bunalmış bir kitle değil ve ekonomik güçleri de genel olarak ortalama durumdadır. Aşağıdaki alıntıda net biçimde Eskişehir yoga tüketici kitesinin ana hatları katılımcı 2 tarafından betimlenmiştir.

[00:24:18.400]- MelihCanToygu

Peki ders verdiğiniz ya da gözlemlediğiniz kitle ile ilgili bir gruplama yapmak istesek

[00:24:28.100] – K2

Kadınlar dünyası Erkekler dünyası değil işte sen bir tanesin aralarında. Çok yaşlı kesim gelmiyor yani 50'nin üstünde rahatlayamıyorum çok genç kesimde Eskişehir'de SB Anadolu Üniversitesi şimdilerde 20 arkadaşlarla çalışıyorum hayatında bir şeyleri değiştirmek isteyen ve hep telefonda şöyle muhabbetler var ben artık olsun istiyorum Her şey yani farklı olsun. Tıkandım diyor. Psikolojik açıdan ve bunun yolunun da yoga ile olacağını biliyorum ve çok heyecanlı Hani enerji aldım bu da benim Klişe m'dir. Hani size çektik galiba insanlar işte o enerji dedikleri şey neye ihtiyaç duyduğunu ve o böyle evden iş evden işe evreni şef bu böyle durgun enerjinin yaşamın ta kendisi olmadığını yaşamın başka bir şeyler de ihtiva etmesi gerektiğini ama bunu nasıl yapacağız noktasında elinin kolunun bağlı olduğu bir yerde yoga çıkıyor karşısına

[00:25:45.000]- MelihCanToygu

Hani yoga kendi kelime anlamı ile birlik bütünleşmek Birlik anlamına geldiği için yani bilinçsel bir farkındalığın ötesinde bedensel bir gelişmenin ötesinde. Eskişehir'e özel bir odaklanma yaşasak İnsanların genel anlamda bir belli vücut tipi olabilir mi? Ya da işte bu spiritüel bir yaklaşımda bulunmaya yönelik bir yaklaşım olabilir diye sorsam...

[00:26:19.700] – K2

E bunalmış değiller. İstanbul'daki öğrenciler çok bunalmış. Kafalar çok karışık Dolayısıyla buradaki gelen kitleyi daha sakin buluyorum. Ben daha net buluyorum ama yine de tabii. Hani Patanjeli bile demiş ya yani hani sen bu işte içimdeki bu işte egoyu megoyu bunlarla baş etmedikçe mutlu olamayacaksın falan o dönemlerde bile yani İnsanların hayatında teknoloji yokken Toprak varken Yalın yaşarken falan o dönemlerde bile ruhsal mutsuzluk var Dolayısıyla Eskişehir sakin olması insanların da o kadar sakin olmasını gerektirmiyor. Ama İstanbul'a böyle bir kıyas yapabilirim. Daha rahat bir şehirde birçok yoğun bir stresleri yok. Gidiş gelişleri daha rahat o yüzden de

daha fazla daha çalışacağım ise sen şimdi bugün geldim. Böyle bir ders verdin. Bunun arkasında bir sürü kitap okuma zamanı Yarattın kendine bir sürü inceleme yaptın falan İstanbul'da böyle çıkmıyorlar. Karşıma böyleyim ben Allah'ım onları çalıştırmak için Ekstra yöntemler buluyorum. Eskişehir çalışarak geliyor.

Özellikle Türkiye'nin en büyük nüfuslu ili olan İstanbul ile Eskişehir yoga tüketicileri arasında yapılan mukayeseye dikkat çekmek gerekir. Eskişehir'in bir metropole kıyasla daha ferah yaşamaya alışan halkının yoga yapılan alanlar için de bu alışkanlığını koruduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 14 : Yoga Tüketici Kitleleri ve Özellikleri

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Kendini iyi hissetmek isteyenler	Hayatında yoga ile değişiklik yapmak isteyenler, psikolojik tıkanma yaşayanlar, enerjisini yükseltmek isteyenler, yoga ile dinleneceğini düşünenler, zayıflama, sıkılaşma beklentisi olmayanlar, sakinlik arayanlar	17
Yoğun iş yaşamı olan kitle	Özel kuruluşlarda gün boyu kapalı mekânda çalışanlar, uzun saatler yoğun tempoda çalışanlar	13
Sosyal medyada paylaşım yapmak isteyenler	Instagram, facebook gibi platformlarda kendini çevresine karşı göstermek isteyenler, sosyal medyadaki havalı tabir edilen hareketleri yapmaya hevesli kitle, fiziksel zorluk gerektiren hareketleri yapmaya ve yayınlamaya özenenler	10
Üniversite öğrencileri	Eskişehir'in üniversiteler kenti olması sebebiyle artan üniversite öğrencisi talebi	8

Ev hanımları	Zamanı olan ve evde sıkılan kadınlar, özellikle ora yaş ve üzeri çalışmayan kadınlar	7
Sağlık problemi yaşayanlar	Özellikle bel, boyun, sırt ağrıları olan ve bunlara farklı çözüm önerileri arayanlar, doktor ve çevre tavsiyesi ile fiziksel sağlık problemlerini çözmek isteyenler	6
Dezavantajlı bireyler	Engelli bireyler, özellikle otistik çocuklar	5
Yoga hakkında farklı algıları olanlar	Yoga yaparak aydınlanacağını ya da tüm sorunlarının çözüleceğini düşünenler	3
Toplam		69

*Kod sayıları

3.4.2. Öğrenci Sayısını Etkileyen Unsurlar

Eskişehir'deki yoga yapılan mekânların fiziksel durumları ve sınırlıkları buradaki tercihleri etkileyen faktörlerin başında geliyor. Genelde eski konutlardan dönüştürülmüş ya da içinde farklı sporlar yapılan (pilates, boks, dövüş sporları vb.) gibi Mekânlarda yoga yapılıyor. Bu yüzden de mekânın özelliklerine göre mecburi birtakım tercihler gelişebiliyor. Ayrıca, Eskişehir'deki genel ekonomik yapı itibarı ile bireysel dersten çok grup dersi tercih ediliyor.

Tablo 15 : Öğrenci Sayısını Etkileyen Unsurlar

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Grup dersi yapma tercihi	Bireysel dersten ziyade grup dersi yapma tercihi, genel olarak 4-10 kişilik grup dersi tercihi, ticari açıdan belli bir sayıda öğrenci olması talebi, derse devam için grup olunması tercihi,	17

	asistan yardımı ile daha büyük gruplar olabilir	
Geniş alan talebi	Öğrencilerden gelen geniş mekân talebi, rahatlık ve sıkışık olmama isteği, ferahlık talebi	12
Mekânın fiziksel özellikleri	Stüdyonun kapasitesi ve genişliğine göre mecburi olarak belirlenen öğrenci sayısı. Genelde küçük ve dar Mekânlar ve buna göre kısıtlı sayıda öğrencinin katılabildiği dersler	8
Ders akış özellikleri	Ders akış özelliklerine göre sayı değişebilir, derse göre kullanılan malzeme (booster, prop, blok vb.) ve bunların kişi bazında temini kişi sayısını belirlemede etkili	3
		40

Toplam

*Kod sayıları

3.4.3. Gün/Saat Özellikleri

Yogilerin genelinin çalışan kesimden oluştuğu düşünüldüğünde düzenlenen aktivitelerin genelde akşam 18.00-20.00 saatlerinde öbeğlendiğini söylemek mümkündür. Ancak genel itibariyle tüm yogilere, uzmanlar tarafından günlük bir pratik rutini oluşturmaları salık verilir. Hatha yoganın temel akış planlarından olan güneşe selam ya da aya selam formasyonları bu konuda sıklıkla tercih edilir.

Tablo 16 : Gün/Saat Özellikleri

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Tercih edilen gün/saatler	Çalışan kitlenin iş çıkış saatleri, genel olarak akşam 18.00-20.00 saatleri, gündüz saatleri tercih edilmiyor, hafta	15

	sonu yoğunluğunu atmak için hafta içi gün tercihi, hafta sonları ise tercih akşam üstleri	
Gün saatine göre beden özelliklerinin rolü	Akşam saatlerinde ısınmış ve esnemiş, gevşeme için uygun beden avantajı, sabah saatlerinde katı ve kapalı beden ve açılmak için daha fazla zaman ihtiyacının getirdiği dezavantaj, sabah hafif pratik için uygunluk	12
Toplam		27

*Kod sayıları

3.4.4. Akış İçeriğinde Yoganın Anlamı

Günümüzde insanların içinde buldukları ekonomik, politik durumların belirsizliği, iş dünyasında hırslı ve imaj odaklı hareket temelleri insanların zihnen zinde kalmalarını zorlaştırmaktadır. Görüşmelerin genelinde net bir şekilde ifade edilmiş olmasa bile yoganın akış içeriklerinde aktarılmaya çalışılan anlamında bu durumun çeşitli farkındalıklarla aktarılmaya çalışıldığı gözlemlenmiştir. Yoganın genel yaklaşımı içinde kontrol etmekten çok kişinin kendi bedenini, duygularını tanıması, kabullenmesi ve farklı açılardan kendisi ile yeni bağlar kurabilmesi üzerinedir. Toplam 47 kod bulunan bu alanda aşağıdaki tabloda yer verilen başlıkların bu hedef için farklı yaklaşımlar içerdiği görülebilir.

Tablo 17 : Akış İçeriğinde Yoganın Anlamı

Alt Tema	Açıklayıcı İfadeler	Kod*
Farkındalık geliştirme	Kendi bedenini tanıma, kendini kabullenme, duygularını kabullenme ve	17

	olduğu gibi yaşama farkındalığı kazandırma, neler yapabildiğinin farkına vardırma, duyarlılık geliştirme, özgüven sağlama, yoga felsefesi ile farkındalık yaratma	
Zihin-beden bütünlüğü yaratma	Bedensel koordinasyon ve zihin bütünlüğü sağlama, bedeni ve zihni temizleme, bedeni güçlendirme	12
Anda kalmayı sağlama	Var olmayı, matın üzerinde karmaşık zihin örüntülerinden çıkarak anda kalmayı deneyimleme, bırakabilme, hizalar ve bakışlarla şimdiki zamanda kalmayı destekleme	11
Ruhsal değişim yaratma	Stres ve anksiyetenin azalmasına yardım etme, rahatlamayı sağlama, olumlu ruhsal dönüşüm sağlama, hayat tarzını dönüştürerek değişikliğe yol açma	7
Toplam		47

*Kod sayıları

3.5. Sonuç ve Tartışma

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın kısa özeti ve araştırmanın bulgularına dayalı olarak sonuçları sunulmakta ve literatür bağlamında tartışılmaktadır.

Bu çalışma yoga etkinliklerinin yoga tüketim kültüründeki mevcut durumu analiz ederken, yerelde yoga etkinliklerinin, aşamaları ve geleceği üzerinde durulmuştur. Farklı yoga tüketicilerinin alacağı hizmetin biçimlerini, anlamada yardımcı olarak, yoga deneyimi ve pazarlama bilimi alanında yapılacak yeni çalışmalara kapı açması hedeflenmiştir. Bu amaçla hizmet pazarlamasının pazarlama karmasından farklı olan üç ögesi insan, fiziksel olanaklar ve süreç üzerinde durulmuştur. Eskişehir il merkezinde yürütülen araştırmada halen hizmet vermekte olan yoga alliance sertifikalı en az bir yıl tecrübeli beş yoga uzmanı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Yarı-yapılandırılmış görüşmeleri detaylı olarak inceleyebilmek ve buradan araştırma sorularına cevap verebilmek için Sürekli Karşılaştırma Yöntemi (Constant Comparison Method) kullanılmıştır ve sürekli karşılaştırma yöntemi ile iki profesyonel analizci tarafından analiz edilmiştir. Sürekli Karşılaştırma Yöntemi, yerleşik kuram (grounded theory) temelli bir yöntemdir.

Pratikte insanların yoga eğitmenine karar vermeden önce, eğitim almayı düşündükleri uzmandan birden fazla ders almaları tavsiye edilir. Çünkü uzmanın ne zamandır yoga yaptığı, kaç tane eğitim aldığı, sosyal medyada kaç fotoğrafının olduğu gibi sorularla cevaplanamayan bir ortak deneyim yaşanır yoga stüdyolarında. Uzman ve uygulayıcılar aynı ambiyans içerisinde bir akışı deneyimlerler. Her insanın günlük duygu durumunun değişebildiği gözden kaçırılmamalıdır. Günümüzde teknolojinin sunduğu imkanlarla eğitmenlerin deneyimini ya da stüdyo performanslarını takip etmek mümkündür. Ancak manipülatif olarak kullanılacakları unutulmamalıdır. Ayrıca Eskişehir özelinde pek kullanılsa bile, Dünya çapında üyelerin kabulü için çalışan asistanlar ve özelleştirilmiş internet siteleri akla gelen soruları yanıtlayabilmektedir. Hizmet pazarlama karmasında Süreç yönetimi başlığıyla incelendiği gibi hizmetin, müşterilere sunulmasına kadar olan tüm

aşamaların, analiz edilmesi, planlanması ve gerekli personel ya da ekipmanın konuya özel hazırlanması gerekliliği kendini göstermektedir.

Yoga yapılan mekanların tercihi konusunda toplu taşıma araçlarına yakınlık, merkezdeki iş yerlerine yakınlık, yerleşim merkezlerinin bulunduğu mahalleler, cadde üzeri mekân olması, otopark imkanının olması, gibi başlıklar şehir yaşantısının yoga hizmeti konusunda lokasyonun önemini vurgulamaktadır. Sadece kısa atölyeler için doğa içi mekân tercihi göze çarpmaktadır. Eskişehir'de doktor muayenehanelerin fazlaca bulunması nedeniyle halk arasında Doktorlar Caddesi olarak tabir edilen cadde gibi, hamamların bulunduğu Hamamyolu ya da Emlakçılar Sokağı gibi popüler istikametler ileride, şehrin gürültüsünden uzak bir yoga merkezi kurulması için coğrafi bir fırsata dönüştürülebilir.

Yoga pratikleri yapılan mekanlarda, kilitli ve güvenli eşya dolapları, soyunma kabini ya da alanı ihtiyacı uygulamalar esnasında yogilerin zihnini uygulamada tutmak için önemli kıstaslardandır. Asanalar için geniş alan ihtiyacı, zemin döşemelerinin yoga yapmaya elverişli oluşu yoga akışı sırasında rahatlık sağlayabilecektir. Özellikle İstanbul'da yoga deneyimi olan katılımcıların, Eskişehir özelinde belirttikleri daha geniş ve ferah alanlarda yoga yapma istekleri şehir özelinde kayda değerdir. Akış öncesi vakit geçirilecek alan, dinlenme, okuma ve sohbet imkanını sağlayacak bekleme alanına olan ihtiyaç uygulayıcıların akış harici geçirecekleri zamanı rahat geçirmelerini sağlayabilir. Mekânın genel olarak temizliği, tuvalet gibi ortak kullanım alanlarının hijyeni de mekânın diğer fiziki özellikleri alanın konforu için büyük gerekliliktir.

Yoga pratikleri yapılan mekandaki ses özellikleriyle ilgili olarak, genellikle hareketli pratiklerde (vinyasa gibi) ses ve müzik kullanımı, hafif ve içe dönmeyi sağlayan pratiklerde sessizlik tercihi göze çarpmaktadır. Meditasyon ve savâsana pozundan çıkarken çan kullanımları görülmektedir. Ürün anlamında cep telefonu uyumlu taşınabilir bluetooth hoparlörler ve çevirim içi radyo ya da spotify gibi dinleme listelerinin kullanımı yaygındır. Ses sistemlerinin kullanımı merkezi lokasyonda bulunan mekanların gürültü sorunları, spor salonu ve farklı spor alanlarından gelen seslerin yarattığı

rahatsızlığın ambiyansı bozmasını engellemek için de kullanılabilir. Şehir yaşantısında tam anlamıyla izole edilmiş bir alan yaratmak öncelikli hedefler arasında da yer almaz.

Yoga alanlarının aydınlatması konusunda katılımcıların verdikleri cevaplara bakılarak bir genelleme ile şiddetli beyaz ışığın tercih edilmediği çıkarımını yapmak mümkündür. Kapalı ortamlarda daha çok kontrol fırsatı verdiği için dimmer kontrollü, endirekt, sistemler ve sarı (day light) ışık kaynaklarının tercih edildiğini söylemek mümkündür. Eskişehir genelinde güney cephe yapılarında kışın ısınma sorunu olmazken yaz aylarında ışık sebebiyle sorunlar yaşanabilmektedir. Bu durum da yapıların perdeleri sabah saatleri için aydınlatmayı kontrol imkânı sağlamaktadır.

Genel olarak acil durum tedbirleriyle ilgili, uygulanan yoga pratiklerinde ekstrem bir sakatlanma beklenmemesi pratiklerin risk taşıması ile ilgili gibi düşünülse de dışarıdan gelebilecek herhangi bir olağan üstü durum için de hazırlıklı olunmadığı anlaşılmaktadır.

Yoganın 3 ana unsurundan olan doğru nefes olduğu halde uygulama alanlarındaki havanın kalitesi konusunda doğal havalandırmaya güvenilmesi ilgi çekicidir. Dünya genelinde “hot yoga” ismiyle anılan, oda sıcaklığının 40 dereceye sabitlendiği yoga akışları yapılan stüdyolar gibi nefes farkındalığı ile ilgili tüm yoga alanlarında havanın içeriği denetlenebilir.

Eskişehir’de yoga yapan kitle çoğunlukla kadınlardan oluşmaktadır. Ekonomik yapı itibari ile bireysel dersten çok grup dersi tercih ediliyor. Genellikle 4 ila 10 kişi arasında değişen gruplar mevcut. İl genelinde yoga deneyimine tutkuyla erişmek isteyen kitleyi katılımcılar, kendini iyi hissetmek isteyen, yoğun iş yaşamı olan kitle olarak tanımlamaktadır. Özellikle günlük yaşamda sportif herhangi bir faaliyeti olmayan insanlarda yoga ve meditasyonun etkilerinin daha bağlayıcı olduğu gözlenmiştir. Uygulayıcıların çoğunun çalışan kesimden olduğu düşünüldüğünde düzenlenen aktivitelerin genelde 18.00-20.00 saatlerinde düzenlendiğini söylemek mümkündür. Sosyal medyada paylaşım yapmak isteyen hızlı tüketici kesimin daha çok üniversite öğrencilerinden olduğu düşünülse de öğrenci kenti olarak bilinen Eskişehir’de bu kitlenin katılım talebi gün geçtikçe artmaktadır. Sağlık problemi yaşayanlar

ve dezavantajlı bireyler için özelleştirilmiş uygulamaların fazla bulunmaması göz önünde bulundurulmalıdır. Bel, boyun fıtığı gibi rahatsızlıklarda yoga akla geliyor olsa bile özellikle yurt dışında diyabet ya da kanser gibi hastalıklar için geliştirilmiş özel programlar bulunmaktadır. Çalışmanın literatür kısmında bahsettiğimiz yurtdışında kurulan araştırma merkezleri gibi Eskişehir özelinde akademik açıdan tıp fakültesi, beden eğitimi yüksek okulu ve pazarlama bölümleri olan üç üniversitenin ortak araştırmalar yürütebilecekleri merkezler, gelecekte Eskişehir'in kendi motiflerini global bir ürün olan yogaya aktarmasını sağlayabilir.

3.4. Öneriler

Özellikle uzmanlık sınıfları glocalizasyon ögesi olarak Eskişehir'e yoga deneyiminin son iki yılda yükselişe geçen bir trend olmasının nedenlerinin başında gelmektedir. Programlardan sertifika alan uzmanların Eskişehir'de sınıflar açacakları göz önünde bulundurulmalıdır. Bu durum göz önünde bulundurularak şehrin kendi kültür özelliklerini yoga deneyiminin bir parçası haline getirmek için yeni araştırmalar yapılabilir.

Türkiye genelinde pek çok şehirde olduğu gibi Eskişehir'de de yoga alliance onaylı uzmanlık programları açılmaktadır. HİS çerçevesinde Gençlik Spor bakanlığı onaylı yoga uzmanlık programları da belirsiz, farklı aralık ve mekanlarda gerçekleştirilmektedir. Yoga alliance uzmanlık sertifikasına sahip uzmanlara, HİS uzmanlık belgelerinin temini düzenlenecek kısa sözlü ya da yazılı sınavlarla sağlanabilse ve belki bir miktar fiyat indirimi sağlansa ülke genelinde devletin sertifika programına rağbetin artabileceği düşünülmektedir.

Yoga uzmanları bir ortak çatı altında, yoga uzmanlarının ortak ihtiyaçlarının belirlenmesi ve çalışma şartlarının kolaylaştırılması için teşkilatlanabilir. Böyle bir konsorsiyum, yoga tüketicileri ve uzmanlarının yoga deneyimini daha doğru mekanlarda yaşamaları adına kararlar alınmasını sağlayabilir. Aynı zamanda böyle bir topluluk, yoga uzmanlarının birbiriyle ve Eskişehir halkı ile olan ilişkilerinde de dürüstlüğü hâkim kılarak bir uygulama disiplini sağlayabilir. Eskişehir ve civarı için ücretsiz çevrimiçi atölye

çalışmaları ve daha pek çok bilgilendirici içerik bu sayede daha kapsayıcı şekillerde derlenebilir.

Genellikle gözden kaçan bir husus da akış öncesi bekleme ve akış sonrası toparlanma süreçlerinde salonların bekleme alanlarıdır. Eskişehir gibi hava koşullarıyla özellikle kış aylarında soğuk olan yerleşimler için bu alanlar iyi organize edilmelidir. Yalınayak yapılan bir faaliyet olan yoga için ayakkabı ve çorapların çıkarıldığı oturma birimleri, giyinme kabinleri, çıkarılan giysilerin konulacağı kilitli dolaplar, yoga yapılan zamanı tüketicilerin odaklanarak değerlendirmesinde kolaylık sağlayabilir. Bu konuda kendi bünyesinde mimarlık ve iç mimarlık bölümleri bulunan Eskişehir üniversitelerinde, coğrafyasına has alanlarının tasarlanması konusunda projeler yürütülebilir.

Genel olarak yoga uygulamalarının büyük risk taşımaması özellikle ilk yardım çantası gibi güvenlik tedbirlerine fazla özen gösterilmemesini haklı çıkartmaz. Dışarıdan gelebilecek herhangi bir olağan üstü durum için de hazırlıklı olunmalıdır.

KAYNAKÇA

- Allan G. (2003). *A critique of using grounded theory as a research method* Department of Information Systems and Computer Applications, Portsmouth University, UK
- Archer, S. (2016). *Yoga Instructors On Every Corner?*(Çevrimiçi) Erişim 02.11.2019 <https://www.ideafit.com/uncategorized/yoga-instructors-on-every-corner/>
- Askegaard, S., & Eckhardt, G. M. (2012). Glocal yoga: Re-appropriation in the Indian consumptionscape. *Marketing Theory* 12(1) 45–60 mtq.sagepub.com SAGE
- Berg, B. (2007) *An Introduction to Content Analysis*. In: Berg, B.L., Ed., *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*, Allyn and Bacon, Boston, 238-267.
- Bondriou, O. I. (2016). *Yoga Reconstructions among Western Consumers Study on the meanings associated to yoga among international consumers, located in Denmark* Master Thesis Culture, Communication and Globalisation Aalborg University May 2016
- Bozkurt, F. (2015). *Sağlıklı yaşam ve pazarlama: 21. yüzyılın en hızlı büyüyen trendlerinden birinin pazarlama çerçevesinde değerlendirilmesi*. İstanbul: Beta.
- Büyüköztürk, S. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Corbin, C.B., Welk, G., Corbin, W.R. & Welk, K. (2008). *Concepts of Fitness and Wellness*. McGraw-hill.s.10
- Coskuner-Balli, G., & Ertimur, B. (2017). *Legitimation of hybrid cultural products: The case of American Yoga*. *Marketing Theory*, 17(2), 127–147. <https://doi.org/10.1177/1470593116659786>
- Creswell, J. (2005). *Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Boston: Pearson.
- Cromie, W.J. (2018). *Meditation changes temperatures: Mind controls body in extreme experiments*. The Harvard Gazette. (Çevirimiçi)

<https://news.harvard.edu/gazette/story/2002/04/meditation-changes-temperatures/>

- Crowley, A. (1939). *Eight Lectures on Yoga. By Mahatma Guru Sri Paramahansa Shivaji. Being The Equinox Volume III, Number Four.* London. Western Printing Services Ltd., 31-35
- ÇELİK, Y. (2011). *Türkiye Sağlık Harcamalarının Analizi ve Sağlık Harcama Düzeyinin Uygunluğunun Değerlendirilmesi: Sosyal Güvenlik Dergisi, Sayı :1, 68,78*
- Çoknaz D., Nurtanış Veliolu M., Karsu S., Eroğlu Y. (2019). *AUMMM! Listening the Voices of Perceptions and Motivations in Yoga Path.* Conference: 16th. International Sport Sciences Congress Antalya
- Demeter, M. E. (2006). *"The commodification of yoga in contemporary U.S. culture" Graduate Theses and Dissertations.* (Çevrimiçi) <http://scholarcommons.usf.edu/etd/2500>
- Doniger, W. (2006). *Britannica encyclopedia of world religions.* Chicago, IL: Encyclopaedia Britannica, Inc.79-80
- Dunn, H. (1961). *High-level wellness : a collection of twenty-nine short talks on different aspects of the theme "High-level wellness for man and society.* Arlington, Va: Beatty.
- Ercan, B. (2015). *1. Kitap Surya'dan Patanjeli'ye Yoga* İstanbul: Paloma Yayınevi
- Ercan, B. (2016). *2. Kitap Buda'dan Hatha Yoga'ya Yoga* İstanbul: Paloma Yayınevi
- Falkingham, Leslie & Reeves, R. (1998). *Context analysis- A technique for analysing research in a field, applied to literature on the Management of R&D at the Section Level.* Scientometrics. 42. 97-120. 10.1007/BF02458351.
- Feuerstein, G. & Payne, L. (2010). *Yoga for dummies.* Hoboken, NJ: Wiley Pub.
- Feuerstein, G. (2002). *The yoga tradition: its history, literature, philosophy and practice.* Delhi: Motilal Banarsidass Pub.
- Fiennes, M. & Garratt, S. (2010). *Yoga for real life.* London: Atlantic.

- Fram, S. M. (2013). *The Constant Comparative Analysis Method Outside of Grounded Theory*. *The Qualitative Report*, 18(1), 1-25. Retrieved from <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol18/iss1/1>
- Frater J. (2009) *Top 10 Modern Human Addictions* (Çevrimiçi) Erişim (10.10.2019) <https://listverse.com/2009/10/15/top-10-modern-human-addictions/>
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Grabara, M. (2016). *Could hatha yoga be a health-related physical activity?* *Biomedical Human Kinetics*, 8, DE gruyter open 10–16
- Grede, R. (2005). *Naked marketing: the bare essentials*. Milwaukee, Wis: Marquette University Press.
- Greenwell D.M. (2017) *Consuming Yoga: Promotional Culture and the Media Representation of Yoga*. Doktora tezi Drexel University Philadelphia
- Greenwood, E. (2019). *Becoming a yoga instructor*. New York, NY: Simon & Schuster.
- Hamilton, J. (2015). *Yoga*. New York, New York: DK Publishing.
- Have T. P. (2004). *Understanding Qualitative Research and Ethnomethodology*. London, etc.: Sage, 199
- Herkes İçin Spor Federasyonu (2018). *Yoga*. (Çevrimiçi) Erişim: 09 Kasım 2019, <http://www.his.gov.tr/yoga> 01.06.2016
- Jain, A. (2015). *Selling yoga: from counterculture to pop culture*. Oxford New York: OXFORD University Press.
- Johnson, A. (2004). *Yoga: the essence of life*. Crows Nest, N.S.W: Allen & Unwin.
- Keith, A. B. (1918). *The Samkhya System a History of the Samkhya Philosophy*. Assoc. Press.
- L. T. Falkingham, R. Reeves (1998) *Context analysis—A technique for analysing research in a field, applied to literature on the management of R&D at the section level*, *Scientometrics*, Volume 42, Number 2, Page 97

- Leong, P. W. K., Joseph, S., & Boulay, R. A. (2010). *Applying Constant Comparative and Discourse Analyses to Virtual Worlds Research*. Journal of Virtual Worlds Research, 3, 3–26.
- Lincoln, YS. & Guba, EG. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Love R. (2006). *Fear of Yoga* Columbia Journalism Review https://archives.cjr.org/essay/fear_of_yoga.php (Çevrimiçi) 05.06.2019
- Michelis, E. (2004). *A history of modern yoga: Patañjali and Western esotericism*. London New York: Continuum.
- Miles, M. & Huberman, A. (1994). *Qualitative data analysis : an expanded sourcebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1994) *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd. Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Mineo, L. (2018). *With mindfulness, life's in the moment*. The Harvard Gazette.(Çevrimiçi) <https://news.harvard.edu/gazette/story/2018/04/less-stress-clearer-thoughts-with-mindfulness-meditation/> (Çevrimiçi) 03.09.2019
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim kültürü: yetinen toplumun tüketen topluma dönüşümü*. İstanbul: Sistem.
- Olivier, S. & Machliss, B. (2013). *Applied anatomy and physiology of yoga*. Waverley, NSW: Yoga Synergy Pty Ltd.
- Onwuegbuzie, A. J., & Leech, N. L. (2007). *Sampling Designs in Qualitative Research: Making the Sampling Process More Public*. *The Qualitative Report*, 12(2), 238-254.(Çevrimiçi) <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol12/iss2/7>
- Park C.L., Braun T., Siegel T. (2015) *Who practices yoga? A systematic review of demographic, health-related, and psychosocial factors associated with yoga practice*. Springer Science+Business Media New York 2015
- Picozzi, M. (2003). *Yoga: the perfect companion*. New york, NY: Black Bog & Leventhal Pub.

- Prathikanti S, Rivera R, Cochran A, Tungol JG, Fayazmanesh N, Weinmann E (2017) *Treating major depression with yoga: A prospective, randomized, controlled pilot trial*. PLoSONE12(3)
- Radhakrishnan S.- Moore C. A. *Hint düşüncesine genel bir bakış* DÎVÂN: İlmî Araştırmalar Dergisi 2004/1 S.4
- Rieders, M. (2014). *Calming the working mind: From meditation to yoga, Harvard finds new paths to wellness*. The Harvard Gazette. (Çevirimiçi) <https://news.harvard.edu/gazette/story/2014/05/calming-the-working-mind/>
- Rubin, H. J., & Rubin, I. S. (2005). *Qualitative Interviewing: The Art of Hearing Data* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage
- Senemoğlu, O. (2017) *Tüketim, Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü: Karşılaştırmalı Bir Analiz* İnsan&İnsan, Yıl/Year 4, Sayı/Issue 12, Bahar/Spring 2017, 66-86 e-ISSN: 2148-7537 (Çevirimiçi)
- Saraswati, M., Saraswati, S. & Svātmārāma. (1998). *Hatha yoga pradipika = Light on hatha yoga including the original Sanskrit text of the Hatha yoga pradipika with translation in English*. Munger, Bihar, India Yoga Publications Trust.
- Sevil T. (2015). *Terapatik Rekreasyonel Aktivitelere Katılımın Yaşlıların Algıladıkları Boş Zaman Tatmini, Yaşam Tatmini Ve Yaşam Kalitesine Etkisi*. Doktora Tezi Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, s:16
- Singleton, M. & Byrne, J. (2008). *Yoga in the modern world: contemporary perspectives*. London New York: Routledge.
- Staff, M.D. (2017). *Sonic Branding and the Buyer Experience of the Future*. (Çevirimiçi) <https://www.businessnewsdaily.com> 29.11.2019
- Stamford, B. (1985) *What Happened to Old-Fashioned Calisthenics?* The Physician and Sports medicine (Çevirimiçi) <http://dx.doi.org/10.1080/00913847.1985.11708935> 07.11.2019
- Strauss, S. (2005). *Teaching as a natural cognitive ability: Implications for classroom practice and teacher education*. In D. Pillemer and S.

White (Eds.), *Developmental psychology and social change* (pp. 368-388). New York: Cambridge University Press.

- Sturgess, S. (2015). *The supreme art and science of Raja and Kriya yoga: the ultimate path to self-realisation*. London England Philadelphia Pennsylvania: Singing Dragon.
- Vaibhav, A. (2012). *Surya Namaskar (Sun Salutation): A Path to Good Health* International journal of pharmacological research.Hindistan (Çevirimiçi) ISSN: 2277-3312 21.09.2019
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2010). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, F. (2015). *90'lık delikanlı Yogi Kazım*. İstanbul: Doğan Egmont Yayıncılık ve Yapımcılık.
- Yin, R. (1994) *Case study research: Design and methods* (2nd ed.), Beverly Hills, CA, Sage Publishing.
- Yin, R. K. (2002). *Case study research: Design and methods*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Yoga Journal and Yoga Alliance. (2016). *2016 Yoga in America Study conducted by Yoga Journal and Yoga Alliance reveals growth and benefits of the practice*. (Çevrimiçi) erişim: 21.12.2019. <http://broadcaster.ailmedia.com/dm?id=20B861A775D3CD5BD7A18C94761132B6>.

ÖZGEÇMİŞ

Melih Can TOYGU

Yüksek Lisans

Eğitim

Yüksek Lisans: Anadolu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Endüstriyel Sanatlar Anabilim Dalı Moda Tasarımı Programı (2018)

Lisans: Anadolu Üniversitesi, Endüstriyel Sanatlar Yüksek Okulu, Moda Tasarımı Bölümü (2002-2006)

Kişisel Bilgiler

Doğum Yeri ve Yılı: Eskişehir / 3 Eylül 1982

Yabancı Dil: İngilizce- Orta Düzeyde

Yayımlar

• Use Of Information And Communication Technologies In Fashion Design Education (Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Moda Tasarımı Eğitiminde Kullanımı) Assoc. Prof. Nilay ERTÜRK- Melih Can TOYGU 8.International Educational Technology Conference- I.E.T.C. 2008 -Proceedings Staff Development Matters 6-7-8-9 May 2008 Tübitak Anadolu University

Projeler

- 2006-2011 [Eskişehir Anadolu Üniversitesi] Misafir Öğr. Gör.
- 2008-2010 107K497 no'lu [TÜBİTAK] projesi paydaşı
- 2010-2011 [Ankara Atılım Üniversitesi] Misafir Öğr.Gör.
- 2012-2013 [Eskişehir PRISON BAR] Program Afişleri
- 2014 [Anadolu Üniversitesi Devlet Konservatuvarı] Etkinlik Afişleri
- 2015 [İzmir Müziksev] Konser Afişleri
- 2015 [Akira Works Ajans] Motto Müzik Kanalı viral reklamları Sanat Yönetmeni
- 2015-2018 [Anadolu Üniversitesi Devlet Konservatuvarı] “Kara Tavuk“, “Katliam Tanrısı“, “Kuşlar Meclisi” Tiyatro Oyunu Dekor-Kostüm-Afiş-Broşür Tasarımı
- 2016 [Rol Sahne Özel Tiyatro Topluluğu] Maskeliler oyunu Dekor- Kostüm- Afiş- Broşür Tasarımı
- 2016-2020 [Eskişehir Osmangazi Üniversitesi] Görsel İletişim Tasarımı Bölümünde Sahne ve Dekor Tasarımı Öğr.Gör.
- 2017 [Tiyatro Anadolu] “Kundakçı”, “Şeylerin Şekli”, “Bahar Noktası”, Tiyatro Oyunları Dekor-KostümAfiş-Broşür Tasarımı
- 2010-2017 [TRT OKUL] Kostüm Tasarımı
- 2017-2020 [A.Ü. TV YAPIM MERKEZİ] Kostüm Tasarımı
- 2018 [Eskişehir Fraktal Studios] Kısa Film Mercan Sanat Yönetmeni
- 2019 [Eskişehir Anadolu Tazelenme Üniversitesi] “yogacip” Yoga Etkinlik Tasarımları
- 2020 [Eskişehir Odunpazarı Modern Müze] “yogacip” Çello Eşliğinde Yoga Etkinliği Tasarımı

EK1 (Araştırma Soruları)

Tarih __/__/__ Saat __. __ Yer

Yoga Etkinliği Pazarlama ve Eskişehir Örneği Üzerinden İncelenmesi

Görüşülecek kimsenin tanıtılması

KATILIMCI TANIMA

Yoga eğitmenliğine ne zaman ve nasıl başladınız?

Ne tür sertifikalarınız var?

Kendi yoga eğitmeninizi seçerken, hangi ortamlardan nasıl bir araştırma yapmıştınız?

Sosyal medyada yoga aktiviteleriyle ilgili ne tip paylaşımları beğenirsiniz, neden?

Sizce yoga dersi için en ideal günler, saatler hangileridir, neden?

MEKÂN KOŞULLARI

Kiraladığınız stüdyoyu hangi ortamlarda nasıl araştırırsınız?

Stüdyoda soyunma kabini, kullanıcı dolabı, bekleme salonu gibi özellikler için ne düşünürsünüz?

Eğitimlerinizde öğrenci sayısına nasıl karar verirsiniz?

Ders verdiğiniz stüdyonun aydınlatma özelliklerini nasıl tercih edersiniz?

Ders verdiğiniz stüdyonun havalandırılması sizin için ne denli önemlidir?

Yoga dersi verdiğinizde ortamın ses bakımından nasıl olmasını yeğlersiniz, tamamen sessiz olması mı yoksa kullandığınız bir müzik aleti ya da ses sistemi var mıdır?

Stüdyoda yangın çıkışı, ilk yardım dolabı gibi acil durum tedbirlerinin varlığını kontrol eder misiniz?

KATILIMCI ÖZELLİKLERİ

Farklı insanlarla çalışıyorsunuz. Hangi kavramları öğretmek konusunda zorlanıyorsunuz?

Eskişehir'de kimler yoga yapıyor? Ders verdiğiniz ya da gözlemlediğiniz kitleyle ilgili nasıl bir gruplama yaptınız? [Yaş, ekonomik durum, cinsiyet, eğitim seviyesi, vücut koşulları, amaçları (kilo vermek, zinde kalmak, felsefi bütünlük vb.)]

YOGA EKİPMANLARI

Yoga yaparken kullanmayı tercih ettiğiniz giysi tipini tarif eder misiniz?

Mat, blok, kemer gibi yoga aksesuarları ve kıyafetleri için tercih ettiğiniz, ya da sıklıkla tercih edildiğini gözlemlediğiniz marka ve modeller var mı?

VERİLEN CEVAPLARI DERİNLEŞTİRMEK İÇİN

“Bu konuyu biraz daha açar mısınız?”

“Örnek verebilir misiniz?”

“Bunun hakkında ne düşünüyorsun”

“Bunun hakkında nasıl hissediyorsun”

“Kulağa enteresan geliyor nasıl çalışıyor?”

Hata olasılıklarına karşı ses kaydı kontrol edilmeli!