



COVID-19 Pandemi Sürecinde Tıbbi ve Aromatik Bitki Tüketimi: Yükleme Kuramı Temelinde Bir Araştırma** (Medicinal and Aromatic Plant Consumption During The COVID-19 Pandemic: A Research Based On Attribution Theory)

* Neslihan ŞİMŞEK ^a, Yusuf Çağrı TÜRKSEVEN ^b, Celil ÇAKICI ^c

^a Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Mersin/Turkey

^b Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Mersin/Turkey

^c Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, Mersin/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 23.08.2022

Kabul Tarihi: 25.09.2022

Anahtar Kelimeler

COVID-19

Tıbbi ve aromatik bitki tüketimi

Yükleme kuramı

Öz

COVID-19 pandemisi sürecinde, bireylerin tıbbi ve aromatik bitki tüketimlerine ilişkin ilgi ve yönelimlerinin arttığı gözlemlenmiştir. Bu kapsamda Mersin’de yaşayan bireylerin COVID-19 sürecinde değişen tıbbi ve aromatik bitki tüketimleri yükleme kuramı çerçevesinde irdelenmiştir. Durum çalışması olarak tasarlanan bu araştırmada, araştırmanın amacı ve örnekleme göre “tanımlayıcı-keşfedici, içsel ve iç içe geçmiş tekli durum deseni” kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini; Mersin’de COVID-19 sürecinde aktarlarda çalışan, görüşmeyi kabul eden 20 kişi ile Mersin’de yaşayan ve COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitki tüketimine ilişkin ilgi ve yöneliminin arttığını beyan eden 33 kişi oluşturmuştur. Veriler, görüşme formu kullanılarak amaçlı örnekleme tekniğine göre 2022 Nisan-Temmuz ayları arasında toplanmış olup; içerik ve betimsel analize tabi tutulmuştur. Araştırmanın bulguları, tıbbi ve aromatik bitki tüketim nedenlerine çoğunlukla içsel yükleme yapıldığını, ancak aktar çalışanlarının tüketicilere kıyasla daha fazla dışsal yükleme yaptıklarını ortaya koymuştur. Çoğunlukla eğitim, yönetim ve pazarlama alanlarında çalışılan yükleme kuramının, tıbbi ve aromatik bitki tüketim nedenlerini açıklamada kullanılabileceği görülmüştür.

Keywords

COVID-19

Medicinal and aromatic plant consumption

Attribution theory

Abstract

It has been observed that the interest and tendency of individuals regarding the consumption of medicinal and aromatic plants has increased during the COVID-19 pandemic. In this context, the changing medicinal and aromatic plant consumptions of individuals living in Mersin during the COVID-19 process were examined within the framework of the attribution theory. In this study, which was designed as a case study, "descriptive-exploratory, intrinsic and single embedded case study" design was used according to the purpose and sample of the research. The sample of the study consisted of 20 people who agreed to interview and working in herbalists in Mersin and 33 people living in Mersin during the COVID-19 process. The data were collected between April and July 2022 according to the purposeful sampling technique by using the interview form. The collected data were subjected to content and descriptive analysis. The findings of the study revealed that the reasons for the consumption of medicinal and aromatic plants were mostly internal, but the herbalists attached more external attributions compared to the consumers. It has been seen that the attribution theory could be used to explain the reasons for medicinal and aromatic plants consumption.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: neslihansimsek@mersin.edu.tr (N. Şimşek)

DOI: 10.21325/jotags.2022.1111

**Bu makale, Uluslararası Anadolu Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Kongresi’nde sunulmuş olan bildirinin genişletilmiş halidir.

GİRİŞ

COVID-19, diğer adıyla yeni Koronavirüs felaketi kaynağının, Çin'in Hubei Eyaleti'ndeki Wuhan'da deniz ürünleri satan pazar ile ilişkili olduğu bilinmektedir (Ndereba & Akuma, 2020, s. 36). Zatürre olarak kendini gösteren COVID-19'a ilişkin vakalar, ilk olarak 31 Aralık 2019 tarihinde bildirilmeye başlanmıştır. Vakalarda yüksek ateşle birlikte öksürük ve zatürre belirtileri gözlemlenmiştir. Türkiye'de ilk vakanın tespit edilmesi ise 11 Mart 2020'dir. Çin dışında 113 ülkede hastalığın görülmesi sonucu, Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından 11 Mart 2020'de salgın (pandemi) ilan edilmiştir (Sağlık Bakanlığı, Bilim Kurulu Çalışması, 2020).

COVID-19'un bir salgın halini alarak yaygınlaşması, toplumlarda salgından korunmanın yollarının aranması çabalarını gündeme getirmiştir. Bu çabalar arasında geleneksel tıbbın önerdiği uygulamalar da bulunmaktadır. Bunlar arasında tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanımı da sayılabilir. Tıbbi ve aromatik bitkiler, hastalıkların önlenmesi, sağlığın sürdürülmesi, hastalıkların iyileştirilmesi için ilaç, gıda, besin takviyesi, bitkisel çay ve baharat olarak beslenmede faydalanılan bitkilerdir. Bu bitkiler doğadan toplananlar ve kültürü yapılanlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Tıbbi ve aromatik bitkilere keçiboynuzu, anason, karanfil, nane, zencefil, Şili biberi, fesleğen, kimyon, adaçayı, defne yaprağı örnek olarak verilebilir (Güzeloğlu, 2016; Acıbuca & Bostan-Budak, 2018). Patch, Sullivan ve Fenech (2006), antioksidan etkilere sahip olan tıbbi ve aromatik bitkilerin fenolik bileşikler¹ açısından zengin olduğunu, fenolik bileşenlerin ise pek çok hastalıktan korunmak için önem arz ettiğini belirtmiştir (akt. Karadağ, 2019, s.632).

COVID-19 sürecinde bireylerin tıbbi ve aromatik bitki tüketimlerine ilişkin ilgi ve yönelimlerinin arttığı gözlemlenmiştir. Bu nedenle bu araştırma, tüketicilerin COVID-19 sürecinde hangi tıbbi ve aromatik bitkileri neden tükettiklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Yerli (Kaplan, 2020; Özkan & Deniz, 2021; Işık & Can, 2021; Kadioğlu & Kadioğlu, 2021; Akbaş & Abdulveli-Bozlar, 2022; Gör & Duru-Aşiret, 2022; Koç-Güler, 2022) ve yabancı (Basiri, 2020; Saragih & Saragih, 2020; Desai vd., 2020; Hirvonen vd., 2020; Khadka vd., 2021; Chaachouayvd., 2021) alanyazında COVID-19 sürecinde tüketilen tıbbi ve aromatik bitkilere ilişkin araştırmalar mevcuttur. Durum çalışması olarak tasarlanan bu araştırmada ise, tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitki tüketim nedenleri aktar çalışanları ve tüketici ifadelerinden yola çıkılarak yüklenme kuramı çerçevesinden irdelenmiştir. Böylelikle çoğunlukla eğitim, yönetim ve pazarlama alanlarında çalışılan yüklenme kuramı, tıbbi ve aromatik bitki tüketim nedenini açıklamada kullanılarak alanyazına ve uygulama açısından da aktarlara katkıda bulunulması hedeflenmiştir. Bunun yanı sıra bu araştırmada, en çok hangi bitkilerin nasıl tüketildiği, tüketim miktarlarındaki değişim, tüketime ilişkin bilgi kaynaklarına da cevap aranmıştır. Bu kapsamda, hem aktarlar çalışanları hem tüketicilere tüketim nedenlerine ilişkin sorular sorularak, yüklenme kuramı çerçevesinde tüketim nedeninin karşılaştırmalı bir şekilde ele alınması sağlanmıştır.

Yüklenme Kuramı

İnsanın toplumsal hayat içerisinde kendisini ve çevresini anlamaya yönelik ihtiyacı, davranışların arka planında yatan nedenlere ilişkin yüklenme sürecini kullanmaya yöneltmiştir (Koçak, 1999, s. 109). Türkçe literatürde, "yüklenme kuramı" ve "ilişkilendirme kuramı" olarak geçen yüklenme kuramı (Temiz & Kurtoğlu, 2021, s. 366)

¹ Fenolik bileşikler; gıdalarda tat ve kokuya etki eden, renk ve değişimini sağlayan, antimikrobiyal ve antioksidatif özellikleri olan gıdaların kimyasal yapılarının adıdır (Kolaç, Gürbüz & Yetiş, 2017, s. 29).

insanların günlük hayatta çevresindeki bireylerin davranışlarını nasıl açıkladıklarını ve bu davranışlardan ne çıkarımsadıklarını ifade etmektedir (Heider, 1964, s. 59). Yükleme kuramının temellerini 1958’de atan Heider, yükleme kuramının insanların davranışlarını etkilediğini belirtmiştir (Hogg & Vaughan, 2014, s. 99). Sosyal psikologların konuyu farklı açılardan incelemeleri, farklı yükleme kuramlarını ortaya çıkarmış, bu durum da yükleme kuramının kuramsal yaklaşımlar bütünü olarak görülmesine neden olmuştur. Heider, naif psikologlar olarak adlandırdığı sokaktaki bireylerin çevresindeki insanların davranışlarını nasıl algılayıp açıkladığı ile ilgilenmiş (Üretmen, 2008, s. 43) ve insanların çevresindeki bireylerin davranışlarını içsel ve dışsal yüklemeler yoluyla anlamlandırdıklarını belirtmiştir. İçsel nedenler, kişilerin motivasyonları, çabaları, ilgileri, kişilik özellikleri, yetenekleri ve tutumlarını ifade ederken, dışsal yüklemeler kişinin dışında gerçekleşen şans, toplumsal baskı ile fiziksel ve sosyal şartlar gibi çevresine yönelik nedenlerdir (Üretmen, 2008, s. 44; Hogg & Vaughan, 2014, s. 99; Myers & Twenge, 2018, s. 75).

Yükleme kuramına yönelik çalışmalardan bir diğeri de Jones ve Davis’in “uyuşan çıkarımsamalar kuramı”dır. Bu kuram, Heider’in yükleme kuramından yola çıkılarak geliştirilmiştir (Üretmen, 2008, s. 46). Uyuşan çıkarımsamalar kuramına göre, gözlenen bir davranışı yapan bireylerin kişilik özelliklerine yönelik çıkarımsamalarda bulunmaktadır (Hogg & Vaughan, 2014, s. 99).

Yükleme kuramlarından bir diğeri olan “Kelley’in yükleme modeli”nde, bir davranışın içsel ya da dışsal kaynaklı olup olmadığına “birlikte değişim” ve “azaltma” ilkeleri göz önünde bulundurularak karar verilir. Birlikte değişim ilkesinde, bir davranışın nedeni, kendisiyle birlikte ortaya çıkan nedene yüklenir. Birlikte değişim ilkesinin olup olmaması ise tutarlılık, benzerlik ve belirginlik değişkenlerinden etkilenmektedir (Kelley, 1973; Üretmen, 2008, s. 49). Belirginlik, aktör tarafından diğer olaylara da aynı tepkinin verilip verilmediği; tutarlılık aktörün belli bir nesneye karşı her zaman ve her durumda aynı tepkiyi verip vermediği; yaygınlık ise belli bir nesne karşısında diğer insanların da aynı tepkiyi verip vermediği ile ilgilidir (Üretmen, 2008, s. 50). Belirginlik ve yaygınlığın yüksek olduğu durumlarda dışsal, düşük olduğu durumlarda içsel yükleme yapılmaktadır. Tutarlılık, benzerlik ve yaygınlık bilgilerine ilişkin çok fazla sayıda gözlem yapılması gerekmesi gibi nedenlerden ötürü Kelley’in yükleme kuramının kimi sakıncaları olduğu bilinmektedir (Hogg & Vaughan, 2014, s. 102).

Yükleme kuramını geliştirerek günümüzde kullanılan son haline getiren Weiner (1985), insanların bir göreve ilişkin başarı ve başarısızlık nedenleri ile ilgilenmiştir. Bu kapsamda, bir görevi başarmaya ilişkin yüklemeleri konum (içsel-dışsal), kalıcılık (kalıcı-geçici) ve kontrol (kontrol edilebilir-kontrol edilemez) boyutları ile ele almıştır. Konum, performans durumun mu yoksa aktörün mü neden olduğu; kalıcılık, iç ve dış nedenin kalıcı olup olmadığı ve kontrol edilebilirlik, gelecekte yapılacak görev için aktör tarafından gösterilecek performansın ne kadar kendisinin elinde olduğunu ifade etmektedir (Hogg & Vaughan, 2014, s. 104). Kurama göre boyutlar, kişilerin başarı ya da başarısızlığa ilişkin yüklemelerinin nasıl olduğunu ortaya koymakla birlikte, gelecekte insanların yapacağı davranışlara ilişkin öngörülerini de vermektedir (Şimşek, 2015, s. 15). Weiner, davranışın kontrol edilebilir olduğu koşullarda bireylerin içsel yükleme yaparken, kontrol edilemez olduğu durumlarda dışsal yükleme yaptığını belirtmiştir (Weiner, 1985, s. 551). Bir başka deyişle, olumlu çıktılar içsel, kontrol edilebilir ve kalıcı nedenlere atfedilirken, olumsuz çıktılar ise dışsal kontrol edilemez ve geçici nedenlere atfedilmektedir (Hogg & Vaughan, 2014, s. 104).

Yükleme kuramı literatürde sıklıkla eğitim alanında öğrencilerin başarı ve başarısızlık durumlarına yükledikleri neden (Özmenteş, 2012; Kızılgın & Dalgın, 2012; Burak, 2013; Behti & Kula, 2020); yönetim alanında atfetme eğilimlerinin örgütsel sinizme etkisi (Taslak & Dalgın, 2015), hizmet kusuru (Srivastava & Gosain, 2020; Isabella, Hernani-Merino, Mazzon, Tarazona & Kuster, 2022); turizm alanında turistlerin yaşadıkları olumlu ve olumsuz deneyimler (Jackson, 2019), genişletilmiş ürün algısı (Şimşek & Koçak, 2020), yaşanan olumsuz deneyimlerden kaynaklı duygular (Zhang, Prayag & Song, 2021), destinasyon sosyal sorumluluk stratejileri ve turistlerin ziyaret etme niyetleri (Su, Gong, & Huang, 2020), kalabalık restorana ilişkin tüketici atfları (Tse, Sin & Yim, 2002); beslenme alanında algılanan sorumluluk, obezite ve stigma (damgalama) (Rodhain & Gourmelen, 2018), obezite ve fast food reklamları arasındaki ilişki (Harker, Harker & Svensen, 2007), stigma ve anoreksiya nervosa² (Zwickert & Rieger, 2013); pazarlama alanında yeni ürün değerlendirmelerini açıklamak (Richard & Yoshida, 1983) için kullanılmıştır. Yüklem kuramlarına ilişkin verilen bilgilerden yola çıkılarak, COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitki tüketim nedenlerine ilişkin tüketici ve aktarlardan toplanan veriler, Heider'in "naif psikologlar olarak insanlar" olarak adlandırdığı, gündelik olgu ve olaylara ilişkin davranışlara yüklenen nedenleri ele alan kuram çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bu kapsamda tıbbi ve aromatik bitki tüketiminin nedenleri, içsel ve dışsal yüklemeler olmak üzere iki ana tema bağlamında incelenmiştir.

Literatür Taraması

COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitki kullanımının ele alındığı bu araştırmada, pandemi döneminde kullanılan tıbbi ve aromatik bitkiler, kullanım nedenleri ve kullanıma ilişkin bilgi kaynağının ele alındığı araştırmalar incelenmiştir. Halen devam etmekte olan salgın sürecinde tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitki kullanımını %76 oranında artırdığı bulgulanmıştır (Kadioğlu & Kadioğlu, 2021). Başka bir araştırmada bu tarz bitki kullanımının pandemi öncesine kıyasla tüketiciler tarafından %30,5 oranında artırıldığı belirlenmiştir (Koç-Güler, 2022). Bazı ülkelerde de artış oranı verilmemekle birlikte tıbbi ve aromatik bitki tüketiminin arttığı yönünde gözlemler olduğu ifade edilmektedir (Khadka vd., 2021). Hatta sarımsağın Etiyopya'daki tüketiciler tarafından %46,5 oranında artırıldığı belirlenmiştir (Hirvonen, Abate & Brauw, 2020).

Tıbbi ve aromatik bitki tüketim nedenlerinin başında bağışıklığı güçlendirmek (Hirvonen, Abate & Brauw 2020; Kadioğlu & Kadioğlu, 2021; Koç-Güler, 2022) gelmektedir. Bunu stresi azaltmak ve endişeleri gidermek (Kadioğlu & Kadioğlu, 2021; Gör & Duru-Aşiret, 2022; Koç-Güler, 2022) izlemektedir. Ayrıca solunum sistemi hastalıklarını önlemek (Özkan & Deniz, 2021; Koç-Güler, 2022), sağlığı korumak (Kadioğlu & Kadioğlu, 2021; Gör & Duru-Aşiret, 2022), uyku problemlerini azaltmak (Kadioğlu & Kadioğlu, 2021; Koç-Güler, 2022), ağrıları gidermek (Gör & Duru-Aşiret, 2022; Koç-Güler, 2022) ve hastalığı yenmek (Gör & Duru-Aşiret, 2022) diğer nedenler arasında sayılmaktadır.

COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitkiler arasında en çok zencefilin (Saragih & Saragih, 2020; Hirvonen, Abate & Brauw, 2020; Kaplan, 2020; Özkan & Deniz, 2021; Khadka vd. 2021; Işık & Can, 2021; Akbaş & Abdulveli-Bozlar, 2022; Gör & Duru-Aşiret, 2022) tüketildiği belirlenmiştir. Bunu ada çayı ve yeşil çay gibi bitki çaylarının (Kaplan, 2020; Işık & Can, 2021; Özkan & Deniz, 2021; Kadioğlu & Kadioğlu, 2021; Gör & Duru-Aşiret, 2022)

² Anoreksiya nervosa, beden algısı bozukluğu ile ilişkili olarak kişinin beden sağlığını bozacak şekilde yememesi ve kilo vermeye çalışmasıdır (Tahiroğlu, Fırat, Diler & Avcı, 2005, s. 151).

izlediği ortaya çıkmaktadır. Çok tüketilenler arasında zerdeçal (Saragih & Saragih, 2020; Kaplan, 2020; Işık & Can, 2021; Akbaş & Abdulveli-Bozlar, 2022), limon (Kaplan, 2020; Saragih & Saragih, 2020; Hirvonen, Abate & Brauw, 2020; Gör & Duru-Aşiret, 2022;), sarımsak (Kaplan, 2020; Desai vd. 2020; Hirvonen, Abate & Brauw, 2020), ıhlamur (Özkan & Deniz, 2021; Akbaş & Abdulveli-Bozlar, 2022; Gör & Duru-Aşiret, 2022) ve kekiğin (Basiri, 2020; Akbaş & Abdulveli-Bozlar, 2022; Gör & Duru-Aşiret, 2022) de yerini aldığı mevcut bilgiler arasındadır.

Diğer tıbbi ve aromatik bitkiler arasında; soğan (Kaplan, 2020; Desai vd. 2020), portakal (Saragih & Saragih, 2020; Hirvonen, Abate & Brauw, 2020), çörekotu (Işık & Can, 2021; Akbaş & Abdulveli-Bozlar, 2022), nane (Kadioğlu & Kadioğlu, 2021; Gör & Duru-Aşiret, 2022), tarçın (Kadioğlu & Kadioğlu, 2021; Akbaş & Abdulveli-Bozlar, 2022) ve nim ağacı (Chaachouay vd., 2021; Desai vd. 2020) gelmektedir. Bunların dışında; COVID-19 sürecinde limon kabuğu, çörek otu, sirke ve sirkeli su (Kaplan, 2020), kuşburnu, sumak, udihindi, nar çiçeği, ısırganotu (Kadioğlu & Kadioğlu, 2021), mavi okaliptüs ve Ziziphus lotus (Chaachouay vd., 2021); mercanköşk ve gülhatmi (Basiri, 2020), kara helile, guduchi (giloy) ve muskat (Desai vd. 2020) ile Şili biberi ve balın (Hirvonen, Abate & Brauw, 2020) da tüketildiği alanyazında var olan bilgilerdendir.

Tıbbi ve aromatik bitkilerin özellikle zencefil ve zerdeçalın taze, kuru ve çay olarak (Kaplan, 2020; Koç-Güler, 2022), yemek ve çorbalarda baharat olarak (Kaplan, 2020; Saragih & Saragih, 2020) ve ayrıca tüketilen bitkilerin yaprak ve çekirdeklerinin öğütülüp kaynatılarak (Khadka vd., 2021) tüketildiği tespit edilmektedir.

COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanımı ile ilgili olarak sık başvuru bilgi kaynakları arasında eş-dost-akraba, internet, hemşire, kitap-dergi-gazete, tv-radyo ve doktor (Gör & Duru-Aşiret, 2022) gelmektedir. Ayrıca yerel topluluklar ve sosyal medya (Khadka vd., 2021) bilgi kaynakları arasındadır.

Araştırmanın Amacı

COVID-19 döneminde hastalığın seyrini azaltacağı öngörülen, hastalığı tedavi edeceği düşünülen tıbbi ve aromatik bitkilere ilişkin internette ve televizyonda pek çok haber ve paylaşım yapılmıştır (TRT haber, 2020; CNN Türk, 2020). Bununla birlikte pandemi döneminde, bireylerin tıbbi ve aromatik bitki tüketimlerine ilişkin ilgi ve yönelimlerinin arttığı gözlemlenmiştir (Gıda Teknolojisi Dergisi, 2020) ve akademik verilerle gözlem sonuçları desteklenmiştir (Dinçer & Kolcu, 2021). Buradan hareketle araştırmanın temel amacı; yüklenme kuramı kapsamında tüketicilerin COVID-19 pandemi sürecinde tükettiği tıbbi ve aromatik bitkilerin tüketim nedenlerinin aktar ve tüketici beyanlarına göre değerlendirilmesidir.

Araştırma amacına hizmet edeceği düşünülen, tıbbi ve aromatik bitkilerin nasıl tüketildiği, tüketimlerine ilişkin bilgi kaynakları ve tüketim oranlarındaki değişimin tespit edilmesi alt amaçlar olarak belirlenmiştir. Böylece konuyla ilgili literatürün (Kaplan, 2020; Basiri, 2020; Saragih & Saragih, 2020; Desai vd., 2020; Hirvonen vd., 2020; Özkan & Deniz, 2021; Işık & Can, 2021; Kadioğlu & Kadioğlu, 2021; Khadka vd., 2021; Chaachouay vd., 2021; Akbaş & Abdulveli-Bozlar, 2022; Gör & Duru-Aşiret, 2022; Koç-Güler, 2022) geliştirilmesine katkıda bulunulması hedeflenmiştir. Bu kapsamda aktarlara; COVID-19 sürecinde en çok satılan tıbbi ve aromatik bitkilerdeki talep artış oranları ile talep artışının nedenleri sorulmuştur. Tüketicilere ise aktarlara sorulan soruların benzerlerinin yanı sıra, bu bitkilerin kullanımına yönelik bilgileri hangi kaynaklardan edindikleri ve bu tıbbi ve aromatik bitkileri nasıl tükettikleri de sorulmuştur. Böylelikle, aktarlardan ve tüketicilerden elde edilen veriler yüklenme kuramına göre kategorilendirilerek irdelenmiştir.

Bu araştırma, tıbbi ve aromatik bitki tüketimi nedenlerini açıklamada ilk defa yükleme kuramının kullanılması, dolayısıyla alandaki olgu ve olayları açıklamada farklı bir teorinin kullanılması açısından önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra, bu araştırmadan elde edilen bulguların, gelecekte olası bir salgın durumunda tıbbi ve aromatik bitki tüketimi, tüketim nedenleri, mutfakta tüketim şekli ve bilgi kaynaklarına yönelik bilgi vermesi açısından hem alan yazına hem de uygulamaya yönelik katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma Modeli

COVID-19 döneminde hangi tıbbi ve aromatik bitkilerin tüketiminin arttığı, nasıl, neden veya hangi özelliğinden ötürü tüketildiği ve tüketimine ilişkin bilgi kaynaklarının ne olduğunun öğrenilmek istenmesi, araştırmanın durum çalışması olarak tasarlanmasını sağlamıştır. Durum çalışması, diğer adlarıyla vaka çalışması veya örnek olay çalışması, gerçek hayattaki olayları bütüncül bir şekilde ele alarak ve anlamlı özelliklere bürüyerek sosyal olayların kolaylıkla anlaşılmasını sağlamaktadır (Yin, 2002, s. 2). Durum çalışması, çeşitli araştırmacılar tarafından çalışmanın niteliğine ve hangi alanda yapılacağına göre farklı şekillerde sınıflandırılmışlardır (Paker, 2021, s. 125). Bu araştırmanın amacı ve örnekleme göre “tanımlayıcı-keşfedici, içsel ve iç içe geçmiş tekli durum deseni” kullanılmıştır. Tanımlayıcı durum çalışmaları, ele alınan durumun detaylarına inen, sınırlarını çizen ve duruma bir kuram çerçevesinden bakan (Tobin, 2010, s. 288), keşfedici durum çalışmaları ele alınan olguya ilişkin net bir sonuç olmadığı (Yin, 2002, s. 23) durumlarda kullanılan, içsel durum çalışmaları incelenen durumun detaylarına inen ve iç içe geçmiş tekli durum çalışmaları ise, tek bir durumu birden fazla örnekleme inceleyen (Paker, 2021, s. 128) durum çalışması çeşididir. Bu araştırmada COVID-19 sürecinde tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitki tüketimleri yükleme (atıf) kuramı kapsamında incelendiğinden tanımlayıcı, tüketim nedenlerini anlamaya ilişkin yeterli literatür bulunmadığından keşfedici, tıbbi ve aromatik bitki tüketim nedenlerinin anlaşılması için sorulan soruların detaylandırılması nedeniyle içsel, durumun daha iyi anlaşılmasında verilerin hem aktar hem de tüketicilerden toplanması nedeniyle iç içe geçmiş tekli durum deseni özelliği taşımaktadır.

Evren-Örnekleme

Araştırmanın evrenini COVID-19’den önce ve sonra aktarlarda çalışan bireyler ile COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitki satın alıp kullanan tüketiciler oluşturmaktadır. Bu doğrultuda Mersin’in merkez ilçelerinde (Akdeniz, Mezitli, Toroslar ve Yenişehir) bulunan aktarlar ve bu aktarlarda çalışanlar ile COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitki satın alan tüketiciler de çalışma evrenini oluşturmuştur.

Mersin’in merkez ilçelerinde bulunan aktarların sayısına ilişkin bilgi, 04.03.2022 tarihinde Mersin Bakkallar ve Bayiler Esnaf Odası ile yapılan görüşmeler neticesinde edinilmiştir. İlgili kurumdan alınan bilgiye göre, Mersin’in merkez ilçelerinde aktif 150 aktar bulunmaktadır. Bununla birlikte, aktarların listesine etik gerekçeler nedeniyle ulaşamamıştır.

Durum çalışmalarında örneklem sayısı genellikle küçük olmakla birlikte (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 295), Mason’un (2010, s. 8) değerlendirmelerine göre, durum çalışması için 1-95 katılımcının yeterli olabileceği anlaşılmaktadır. Ayrıca Dworkin (2012: 1379) de görüşme gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı araştırmalarda 5-50 katılımcının amaca hizmet edebileceğini belirtmektedir.

Çalışma evreni içinden 33 tüketici ve 20 aktar çalışanı amaçlı örnekleme tekniği ile örneğe alınmıştır. Tüketicilere “COVID-19 döneminde kullandığımız tıbbi ve aromatik bitki miktarı ve çeşidinde artış yaşadınız mı?” kontrol sorusu sorulmuş, olumlu cevap alındığı takdirde görüşmeye devam edilmiştir. Aktar çalışanlarına ise, “COVID-19’ dan önce de (bu) aktarda çalışıyor muydunuz?” kontrol sorusu yöneltilmiş, olumlu cevap alındığı takdirde görüşmeye devam edilmiştir. Aktar çalışanlarına bu sorunun sorulmasının sebebi, COVID-19 öncesi ve sonrası hangi tıbbi ve aromatik bitkilerin daha çok satıldığı ayırımına ilişkin geçerli bir cevap alınmak istenmesidir. Ayrıca, araştırmaya aktar çalışanlarının dahil edilmesinin sebebi, tüketicilere ilave olarak örnekleme çeşitlemesi yaparak, tıbbi ve aromatik bitki tüketimine ilişkin verilerin geçerliliğinin teyit edilmesini sağlamaktır.

Veri Toplama Aracı ve Süreci

Araştırmanın verileri, tüketiciler ve aktarlar için yarı yapılandırılmış iki ayrı görüşme formu kullanılarak toplanmıştır. Görüşme formlarında demografik soruların yanı sıra COVID-19 sürecinde en çok satılan tıbbi ve aromatik bitkilerin neler olduğu, COVID-19 öncesine kıyasla değişim oranları ve bu bitkileri tüketim nedenleri yer almaktadır. Tüketicilere ayrıca, bu bitkileri nasıl tükettikleri ve bilgi kaynaklarının neler olduğu da sorulmuştur. Görüşme formundaki sorular literatürden (Kaplan, 2020; Özkan & Deniz, 2021; Basiri, 2020; Saragih & Saragih, 2020; Desai vd., 2020; Hirvonen vd., 2020; Khadka vd., 2021; Chaachouay vd., 2021) yararlanılarak belirlenmiştir. Görüşme kılavuzunda yer alacak sorulara son şeklini vermek ve anlaşılabilirliği sağlamak için 2022 yılı Nisan ayı içinde peş peşe ön testler yapılmıştır.

Araştırmanın verileri toplanmadan önce, Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu’ndan 29/03/2022 tarih ve 133 sayılı karar ile etik açıdan uygunluk belgesi alınmıştır. Görüşmeler, 2022 yılı Nisan-Ağustos ayları arasında Mersin’de yapılmıştır. Tüketiciler ve aktar çalışanları, araştırmaya gönüllü olarak katılmışlardır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu ile 20 aktar çalışanı ve 33 tüketiciye ulaşılmıştır.

Veri Analizi

Görüşmeler yoluyla elde edilen veriler içerik ve betimsel analize tabi tutulmuştur. İçerik analizi için ana temalar yükleme kuramından yola çıkılarak belirlenmiştir. Böylelikle alt temalar “içsel” ve “dışsal” olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Ana temaların altında yer alan alt temalar ise, katılımcıların ifadelerinin değerlendirilmesi sonucu araştırmacıların verileri ayrı ayrı kodlamalarıyla ortaya çıkmıştır. Bu süreç sonucunda benzerliğin % 90 olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda ortaya çıkan bulguların değerlendirilmesini kolaylaştırmak amacıyla nitel verilerin analizinde kullanılan MAXQDA programından da faydalanılmıştır. Böylelikle, aktar ve tüketici bulgularının kelime görselleri vasıtasıyla kolaylıkla yorumlanması sağlanmıştır.

Bulgular

Görüşmeyi kabul eden tüketicilerin 18’i kadın, 15’i erkektir. Yaşlarının ortalaması, 47 (± 14) olup; gelir ortalaması 6483 (± 1882) TL’dir. 28’i evli, 5’i bekar. 2’si ilköğretim, 20’si lise, 8’i üniversite mezunu olup; 2’si lisansüstü dereceye sahiptir. 7’si ev hanımı, 2’si işsiz, 14’ü özel sektör ve 10’u da kamu çalışanıdır.

Görüşme yapılan aktar sayısı 20’dir. Aktarların 6’sı kadın, 14’ü erkektir. 16’sı lise mezunudur. Ortalama yaşları 41,7 ($\pm 11,3$) olup; ortalama olarak aktarlarda 15,7 yıldır ($\pm 10,6$) çalışmaktadırlar. Aktarlara göre COVID-19 sürecinde en çok satılan ürünler sırasıyla zencefil (%90), kekik (%70) ve zerdeçaldır (%50).

Görüşmeye katılan 33 tüketiciye ve 20 aktar çalışanına COVID-19 sürecinde en çok satın alınan tıbbi ve aromatik bitkiler sorulmuştur. Çok sık satın alınan ürünler Tablo 1’de özetlenmektedir. Tüketicilerin 28 farklı tıbbi ve aromatik bitki satın aldıkları, ancak bu süreçte en fazla kekik, zencefil, sarımsak, nane, sumak ve zerdeçalın satın alındığı ortaya çıkmıştır. Görüşmeyi kabul eden 20 aktar ise tüketicilerin 19 farklı ürün satın aldıklarını ifade etmişlerdir. Bunlar içinden tüketicilerin en fazla zencefil, kekik, zerdeçal, sumak ve adaçayı satın aldıkları beyan edilmiştir.

Tablo 1. COVID-19 sürecinde en çok tüketilen ve satın alınan ürünler

Tüketiciler (n:33)			Aktarlar (n:20)		
Adı	f	%	Adı	f	%
Kekik	22	66,67	Zencefil	18	90,00
Zencefil	18	54,55	Kekik	15	70,00
Sarımsak	17	51,52	Zerdeçal	14	50,00
Nane	15	45,45	Sumak	10	50,00
Sumak	14	42,42	Adaçayı	7	35,00
Zerdeçal	10	30,30	Çamkozalağı	4	20,00
Maydanoz	9	27,27	Karanfil	4	20,00

Görüşmeye katılan tüketici ve aktarların COVID-19 sürecine ilişkin tüketilen tıbbi ve aromatik bitkilere ilişkin beyanları Görsel 1’de görülmektedir. Tablolarda da görüldüğü üzere, pandemi sürecinde tüketiciler en çok kekik, zencefil ve sarımsak kullandığını; aktarlar ise zencefil, zerdeçal ve kekik sattığını belirtmişlerdir. Aktarların beyanlarının tüketici ifadelerini desteklediği de görülmektedir.



Görsel 1. COVID-19 Sürecinde Tüketilen Tıbbi ve Aromatik Bitkiler

Tablo 2’de tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitki kullanımlarındaki bilgi kaynakları yer almaktadır. Buna göre, tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitki tüketimlerinde en fazla arkadaş-komşu-aile tavsiyesinin (%87,88) etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Bir diğer bilgi kaynağı ise televizyonlardaki uzman tavsiyeleridir (%63,64). En sık başvuru üçüncü bilgi kaynağı ise Google’dan yapılan araştırmalardır (%21,21).

Tablo 2. Bitkilerin kullanımına yönelik bilgi kaynakları (n:33)

Bilgi Kaynakları	f	%
Arkadaş-komşu-aile tavsiyesiyle	29	87,88
Televizyonlardaki uzman tavsiyeleriyle	21	63,64
Google’da araştırma yaptım	7	21,21
TV reklamlarından	6	18,18
Sosyal medyadan	5	15,15
Gribe benzediği için, gripte kullandıklarımdan elde ettiğim deneyimle	3	9,09
Alışveriş yaptığım aktardan	2	6,06

Verilerin kodlanmasında yükleme kuramına önemli katkıları olan Heider'in kavramsallaştırmalarından yararlanılmıştır. Tıbbi ve aromatik bitki kullanımı, içsel ve dışsal yükleme olarak iki ana tema altında incelenmiştir. Bu ana temaların altında da alt temalar yer almaktadır. Alt temaların, ana temalar altında değerlendirilme nedenlerine aşağıda yer verilmiştir.

İçsel yükleme: Kişilerin motivasyonları, çabaları, ilgileri (Üretmen, 2008, s. 44; Hogg & Vaughan, 2014, s. 99; Myers & Twenge, 2018, s. 75), COVID-19 pandemi sürecinde bireylerin tıbbi ve aromatik bitkileri neden tükettiklerini, başka bir açıdan hangi motivasyonla hareket ettiklerini belirleyen bilgi kaynakları farklı olsa da, tüketicilerin bunu bir tutum veya inanç haline getirerek içsel bir nedene dayandırdığı düşünüldüğünde, içsel yükleme ana teması için bir zemin hazırlanmış olmaktadır. Bu zeminin oluşmasını “sokaktaki insan kuramı” (lay theory) kolaylaştırabilir. Sokaktaki insan kuramı; sosyal normlar, çevre ya da kişisel deneyimler yoluyla oluşabilen (Wood, 2010, s. 952), açık ve belirgin olmayan, muğlak, tutarsız ve değişken, tümevarımcı algılardır. Sokaktaki insan kuramında, bilgi açısından karmaşık olan durumları kolaylaştırmak asıl amaçtır (Plaks, Levy & Dweck, 2009, s. 1069) ve sıklıkla iki değişken arasında bir ilişkinin olduğu iddia edilir (Furnham, 1988, s. 2-5). Sokaktaki insan kuramı destekli içsel yükleme dikkate alındığında “bağışıklık sistemini güçlendirme, antibiyotik özelliği, antioksidan özelliği, rahatlatıcı-gevşetici etkisi, Koronavirüs semptomlarını-bulgularını azaltma, gribal enfeksiyon iyileşme sürecine ilişkin deneyim ve Koronavirüse yakalanma korkusu” alt temaları oluşturulmuştur.

Antioksidan özelliği: Katılımcılar, COVID-19 sürecinde kullandıkları tıbbi ve aromatik bitkilerin tüketim nedenlerini “antioksidan” özelliklerine dayandırmışlardır. Bu amaçla en çok sumak, karanfil ve maydanoz tüketildiği belirlenmiştir.

Bağışıklık sistemini güçlendirme: Katılımcılar, tıbbi ve aromatik bitkileri bağışıklıklarını güçlendirdiği için tükettiklerini belirttiklerinden bu alt tema oluşturulmuştur. Bağışıklığı güçlendirmede en çok kekik, sarımsak ve zencefil tüketildiği ortaya çıkmıştır.

Doğal antibiyotik özelliği: Katılımcılar, belirttikleri tıbbi ve aromatik bitkilerin doğal antibiyotik özelliğine sahip olduğunu, ilaç kullanmak istemediklerini, dolayısıyla belirttikleri bitkileri tükettiklerini ifade etmişlerdir. Bu kapsamda sarımsak ve kekik sık tüketilen ürünler olmuştur.

Gribal enfeksiyon iyileşme sürecine ilişkin deneyim: Katılımcılar, Koronavirüs hastalık belirtilerinin gribe benzediğini, gribe iyi gelen tıbbi ve aromatik bitkilerin Koronavirüse de iyi geleceğini düşündüklerini belirtmişlerdir. Gribal enfeksiyonla başetmede zencefil, nane, kekik, sarımsak ve sumanın sık sık evlere girdiği ortaya çıkmıştır.

Koronavirüs semptomlarını-bulgularını azaltma: Katılımcılar, belirttikleri tıbbi ve aromatik bitkilerin boğaz ağrısı, ateş, eklem ağrısı gibi semptomları ve bulguları azalttığını belirttiklerinden bu alt tema oluşturulmuştur. COVID-19'a semptomlarını azaltma amacıyla kekik, zencefil, ıhlamur, sarımsak ve nanenin çok tüketilen ürünler arasındadır.

Koronavirüse yakalanma korkusu: Katılımcılar, Koronavirüse yakalanmaya ilişkin bir korku ve endişe hali içerisinde olduklarını, “ne olur ne olmaz” düşüncesiyle bazı ürünleri tükettiklerini beyan etmişlerdir. Hatta bazı tüketiciler de acı ve keskin tadın COVID-19'u öldüreceğini ve lavantanın COVID-19'lu havayı temizleyeceğini ifade etmişlerdir. Bu kapsamda tedbirli olma düşüncesinden yola çıkarak belirttikleri tıbbi ve aromatik bitkileri

tükettiklerinden ötürü bu alt tema oluşturulmuştur. COVID-19'a yakalanmamak için kekik, sarımsak, nane, maydanoz ve zencefile ağırlık verildiği soğan ve pul biberin de ihmal edilmediği tespit edilmiştir.

Rahatlatici-gevşetici etkisi: Katılımcılar, tükettiklerini belirttikleri bitkilerin COVID-19 sürecinde rahatlama neden olduğunu, sakinleştirip rahat uyumalarına neden olduğunu belirtmişlerdir. Rahatlama amacıyla en sık başvurulan ürünler ıhlamur ve zencefil olmuştur.

Dışsal yüklenme: Kişinin dışında gerçekleşen şans, toplumsal baskı ile fiziksel ve sosyal şartlar gibi çevresine yönelik nedenlerdir (Üretmen, 2008, s. 44; Hogg & Vaughan, 2014, s. 99; Myers & Twenge, 2018, s. 75). Dışsal yüklenme ana teması altında değerlendirilen alt tema sadece “uzman tavsiyesi” olmuştur. Katılımcı ifadelerinden yola çıkılarak, bireylerin uzman tavsiyelerine göre alışveriş yaptıkları, dolayısıyla tüketilen tıbbi ve aromatik bitki çeşitleri ve tüketim nedenleri olarak uzman görüşlerini önemsedikleri düşünülmüştür. Buradan hareketle, tıbbi ve aromatik bitki tüketiminde uzman tavsiyesi alt teması, “dışsal yüklenme” ana teması altında değerlendirilmiştir.

Uzman tavsiyesi: Dışsal yüklenme olarak ele alınan bu boyutta katılımcılar, tıbbi ve aromatik bitki tüketimlerinde televizyondaki ve sosyal medyadaki uzman tavsiyelerinin etkili olduğunu belirtmişlerdir. İnsanlar COVID-19 sürecinde uzman tavsiyelerine bağlı olarak kekik, sumak, zerdeçal ve zencefile sıklıkla başvurmuşlardır.

Tablo 3’te tüketiciler ve aktarlara göre içsel ve dışsal yüklenme nedenlerinin çapraz ilişkisi görülmektedir. Buna göre tüketicilerin büyük çoğunlukla, %88,7 ile %96,6 arasında bir oranla içsel yüklenme yaptıkları ortaya çıkmaktadır. İçsel yüklenme nedenlerine ilişkin oranlar incelendiğinde, sadece COVID-19 semptomlarını ve bulgularını azaltma dışında, içsel yüklenme oranları aktar ifadelerine kıyasla daha yüksektir. Diğer taraftan dışsal yüklenme ana teması, aktarların uzmanlık (!) rollerini ortaya koyar niteliktedir. Aktarlara göre uzman tavsiyesini dikkate alan tüketici oranı %71,4’dür. Bu durum, tüketicilerin dışsal yüklenme anlamında aktar çalışanlarından bilgi aldıklarını ortaya koymaktadır.

Tüketici ifadeleri sonucu, tıbbi ve aromatik bitkilerin en çok bağışıklık sistemini güçlendirme amaçlı (%25,8) tüketildiği, bunu Koronavirüs semptomlarını-bulgularını azaltma (%23,4) amacının izlediği ortaya çıkmaktadır. Ayrıca tıbbi ve aromatik bitki tüketiminde, Koronavirüse yakalanma korkusu (%18,2), gribal enfeksiyon iyileşme sürecine ilişkin deneyim (%12,9), doğal antibiyotik özelliği (%8,0), rahatlatici-gevşetici etkisi (%3,2) ve antioksidan özellikleri (%1,7) nedenleriyle de tüketimlerin arttığı belirlenmiştir. Ayrıca araştırmada, tüketicilerin televizyonlardaki uzman tavsiyelerinden etkilenerek (%6,8) tıbbi ve aromatik bitkileri tükettikleri bulgulanmıştır.

Tablo 3. Tüketiciler ve aktarlara göre tıbbi ve aromatik bitki kullanım nedenleri

Tür	Nedenler	İstatistikler	Kitle		Toplam
			Tüketiciler	Aktarlar	
İÇSEL YÜKLEME	Bağışıklık sistemini güçlendirme	n	60	46	106
		Neden içinde %	56,6%	43,4%	100,0%
		Kitle içinde %	25,5%	26,1%	25,8%
	COVID-19 semptom ve bulgularını azaltmak	n	45	51	96
		Neden içinde %	46,9%	53,1%	100,0%
		Kitle içinde %	19,1%	29,0%	23,4%
	COVID-19'a yakalanma korkusu	n	44	31	75
		Neden içinde %	58,7%	41,3%	100,0%
		Kitle içinde %	18,7%	17,6%	18,2%
	Gribal enfeksiyon yakalanma sürecine ilişkin deneyim	n	35	18	53
		Neden içinde %	66,0%	34,0%	100,0%
		Kitle içinde %	14,9%	10,2%	12,9%

Tablo 3. Tüketiciler ve aktarlara göre tıbbi ve aromatik bitki kullanım nedenleri

Doğal antibiyotik özelliği	n	25	8	33	
	Neden içinde %	75,8%	24,2%	100,0%	
	Kitle içinde %	10,6%	4,5%	8,0%	
Rahatlatıcı - gevşetici etkisi	n	11	2	13	
	Neden içinde %	84,6%	15,4%	100,0%	
	Kitle içinde %	4,7%	1,1%	3,2%	
Antioksidan etkisi	n	7	0	7	
	Neden içinde %	100,0%	0,0%	100,0%	
	Kitle içinde %	3,0%	0,0%	1,7%	
DİŞSAL YÜKLEME	Uzman tavsiyesi	n	8	20	28
		Neden içinde %	28,6%	71,4%	100,0%
		Kitle içinde %	3,4%	11,4%	6,8%
Toplam	n	235	176	411	
	Neden içinde %	57,2%	42,8%	100,0%	
	Kitle içinde %	100,0%	100,0%	100,0%	
Pearson χ^2 : 29,193; s.d.:7, p<0,001; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %12,5; En küçük beklenen değer: 3,00; Olağanlık katsayısı C: 0,258; R türünden C: 0,364					

Tablo 4'te, tüketiciler ve aktarlara göre içsel ve dışsal yükleme oranlarının karşılaştırması yer almaktadır. Buna göre tüketicilerin genellikle içsel yükleme yaptıklarını teyit etmektedir. Tüketicilerin kendi ifadelerinde %60 oranına yakın içsel yükleme yaptıkları görülmekle birlikte, aktar çalışanlarında bu oran %40'tır. Tüketicilerin kendi beyanlarına göre dışsal yükleme oranı %30'a yakinken, aktarlar bunun %70 dolayında olduğunu düşünmektedir. Bu durumda tüketiciler ve aktar çalışanlarına göre içsel ve dışsal yüklemeler arasında bir ilişki (Yates düzeltilmiş χ^2 : 8,827; s.d.:1, p:0,003) bulunmakla birlikte, bunun önemsenmeyecek düzeyde bir ilişki (ϕ (Fi): 0,156) olduğu söylenebilir (Alpar, 2018, s. 288).

Tablo 4. Tüketiciler ve aktarlara göre içsel ve dışsal yükleme nedenleri

Tür	İstatistik	Kitle		Toplam
		Tüketiciler	Aktarlar	
İçsel yükleme	n	227	156	383
	Tür içinde %	59,3%	40,7%	100,0%
	Kitle içinde %	96,6%	88,6%	93,2%
Dışsal yükleme	n	8	20	28
	Tür içinde %	28,6%	71,4%	100,0%
	Kitle içinde %	3,4%	11,4%	6,8%
Toplam	n	235	176	411
	Tür içinde %	57,2%	42,8%	100,0%
	Kitle içinde %	100,0%	100,0%	100,0%
Yates düzeltilmiş χ^2 : 8,827; s.d.:1, p:0,003; Beklenen değeri 5'in altında olan hücre oranı: %0,0; En küçük beklenen değer: 11,99; ϕ : 0,156				

Tüketicilerin COVID-19 sürecinde "bağışıklıklarını korumak için" en çok sırasıyla, kekik, sarımsak, zencefil, nane, zencefil, zerdeçal ve sumak gibi bitkileri tükettikleri görülmektedir. Tüketiciler, Koronavirüs semptom ve bulgularını azaltmak için çeşitli tıbbi ve aromatik bitki tüketiminde bulduklarını belirtmişlerdir. Bu konuyla ilgili olarak T22 kodlu katılımcının ifadelerine aşağıda yer verilmiştir:

... İhlamuru vücuttaki ateşi düşürmek için kullandık. Boğaza da iyi geliyor. Korona ilacı almamak için bu şekilde doğal yollarla bitki ve baharatları kullandık... (T22).

Tüketiciler, Koronavirüs salgını sürecinde, hastalanmaktan korktuklarını, ne olur ne olmaz düşüncesiyle, hatta COVID-19'u öldürme düşüncesiyle de tıbbi ve aromatik bitkiler kullanarak önlem aldıklarını belirtmişlerdir. T2, T5, T17 ve T29 kodlu katılımcının ifadelerine yer verilmiştir:

...Kırmızı pul biber tükettik, acı pul kırmızıbiber. Hani acı ya, korona gelmez diye... Soğanı bir de... Halk arasında acıya gelmez diyorlar...(T2)

... Çünkü bunlar asitli ya, keskin ya, virüsü öldürüp atacağını düşündük. Mikrobu öldürdüğünü düşündüğümüz için. Gerçekten de soğan sarımsak doğal antibiyotik olduğu için dedik hani, vücutta bir mikrop varsa öldürsün. O amaçla yani...(T5)

...Bu dönemde zaman zaman evin Koronavirüslü havasını değiştirmek için lavanta ve lavanta yağını kullandık...(T17).

... Koronavirüs döneminde yaşadığımız korku nedeniyle bu bitkileri çok tükettik. Zaten COVID-19 döneminde üzerimizde genel olarak bir kırgınlık vardı. Önem gibi düşünebilirsiniz. Daha sağlıklı olmak için... (T29).

Tüketicilerin COVID-19'u belirtilerinden dolayı gribe benzettikleri, bu nedenle gripte kullandıkları bitkisel tedavi yöntemlerinin de COVID-19 semptom ve bulgularında işe yarayabileceğini düşündükleri söylenebilir. Buradan hareketle T32 kodlu tüketicinin ifadesine başvurulmuştur:

... Vücut direncini ve bağışıklığı artırdığını düşündüğüm için. Nane mideye ve gribe iyi geliyor... (T32).

Tablo 3 incelendiğinde, COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitkilerin fiziksel sağlığın yanı sıra zihnen rahatlatıcı ve gevşetici etkisi nedeniyle de tüketildiği görülmektedir. Bu amaçla ihlamur ve papatyanın satın alındığı tespit edilmiştir. T13 ve A9 kodlu katılımcının ihlamur tüketimine ilişkin ifadeleri şu şekildedir:

...Ihlamuru bu dönemde rahatlama için akşamları içiyorduk...(T13).

... Ihlamurun dinginleştirici özellikleri var. Aynı zamanda antidoksidandır... (A9).

Tüketici ve aktar beyanlarına ilişkin dikkat çeken noktalardan bir tanesi de, uzman tavsiyeleri olmuştur. Uzman tavsiyelerinin pandemi sürecinde tıbbi ve aromatik bitki tüketim nedeni olarak yer aldığı en çok aktar beyanlarında görülmüştür. Aktarlar, tüketicilerin televizyondan duydukları bitkileri ertesi sabah almaya geldiklerini bu nedenle tavsiye edilen ürünün bir sonraki gün yok sattığını belirtmişlerdir. Bu konuya ilişkin A2 ve A11:

...Televizyonlardaki doktorların açıklamaları etkili oldu... (A2)

...Tamamen televizyonlar uzmanların konuşmaları sonucunda insanlar duyduklarına göre gelip alıyorlar. İnsanlar araştırmadan televizyonda ne gördüyse, sabah o ürün yok satıyor...(A11).

Görüşmeye katılan tüketici ve aktarların COVID-19 sürecinde tüketilen tıbbi ve aromatik bitkilerin tüketim nedenlerine ilişkin beyanları Görsel 2'de görülmektedir. Tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitki tüketimine ilişkin tüketim nedenlerinde bağışıklık sistemini güçlendirme, Koronavirüs semptomlarını-bulgularını azaltma ve Koronavirüse yakalanma kaygısı ilk üç sırada yer almaktadır. Aktarların ifadelerine göre COVID-19 semptomlarını-bulgularını azaltma, bağışıklık sistemini güçlendirme ve Koronavirüse yakalanma kaygısının ilk üç sırada yer aldığı dikkat çekmektedir.

Tüketici Beyanları (n: 33)

Aktar Beyanları (n: 20)



Görsel 2. Tüketici ve Aktarlara Göre COVID-19 Sürecinde Tıbbi ve Aromatik Bitki Tüketim Nedenleri

Tüketicilere, COVID-19 döneminde tükettikleri tıbbi ve aromatik bitkilerin nedenlerinin yanı sıra, nasıl tükettikleri de sorulmuştur. Bu kapsamda tıbbi ve aromatik bitkilerin bir kısmının çiğ (soğan, sarımsak, maydanoz, nane) olarak tüketildiği ifade edilmiştir. Çiğ tüketime ilişkin T5, T13 ve T28 kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

...Soğanı da yemeklerin yanında kuru ve yeşilini bolca tükettik...(T5)

... Sarımsağı bazen tüm olarak yutuyordum, hap gibi...(T13)

...Sarımsağı COVID-19 döneminde günlük olarak yuttuk...(T28).

Tüketiciler tıbbi ve aromatik bitkileri, salata ve/veya piyazın ana malzemesi olarak (taze kekik salatası, soğan piyazı), salataların içerisinde baharat olarak (sumak, zencefil, kekik, fesleğen, nane), yemeklerin ve sosların içerisinde baharat olarak (çemenotu, karabiber, soğan, sarımsak, nane, kekik, pul biber, sumak, zerdeçal, zencefil, fesleğen, limon) kullandıklarını beyan etmişlerdir. Taze kekiğin salata ana malzemesi ve zencefilin salatalarda lezzetlendirici olarak kullanımına ilişkin T3, yemek ve sosların içerisinde karabiber ve çemen otunun baharat olarak kullanımına ilişkin T1, sumağın yemeklerde kullanımına ilişkin T5, keçiyoynuzunun çiğ ve pişmiş olarak tüketimine T32 kodlu katılımcıların ifadelerine sırasıyla aşağıda yer verilmiştir:

...Kekiğin her iki türüsünü de kullandık. Sabah kahvaltıda yeşil kekik salatası da yapıyordum hatta... (T3)

...Zencefili bazen ufak ufak tazesini salatanın içine rendeledim... (T3)

...Çemen otu ve karabiberi genellikle yemeklerimde aşırı kullanırım. Çemen otunu genelde soslarımın içine dahil ederim, yemek piştikten sonra dahil ederim. Nasıl diyeyim mesela bir makarna sosuna dahil ederim...(T1)

...Bir de tüm tohum sumağı sarmalarda, suyunu çıkarıp sarmalara dolmalara katıyorum. Bir de tahıllı çorbalara katıyorum suyunu... (T5)

... Keçiyoynuzunu yoğurda ve kekin içine falan koyuyoruz çok lezzetli oluyor. Acayip bir aroması var ve çok faydalı. Sert olduğu için direkt yemiyorduk öğüterek yoğurtla yiyorduk... (T32).

Tıbbi ve aromatik bitkilerin taze olarak, baharat ve salatalarda ana malzeme olarak tüketiminin yanı sıra çay olarak (nane, kekik, yeşilçay, zeytin yaprağı, zencefil, adaçayı, ihlamur, tarçın, kuşburnu ve papatya) ve içecek olarak (sumak suyu, zencefil suyu, maydanoz suyu) tüketildiğine de değinilmiştir. Bu konuyla ilgili olarak T2, T3, T21 ve T26 kodlu katılımcıların ifadelerine başvurulmuştur:

...Zeytin yaprağını, öğlen akşam sabah içiyoruz, kaynayan suyun içine atıp kaynatıp, demliyoruz...(T2)

...Bir de işlenmemiş sumaktan su yapıyoruz. Yalancı turşu gibi bir şey oluyor. İçine böyle biber ve patlıcan koyup o sumağın has suyuyla birlikte yemeklerin yanında onları çok tüketmeye çalıştık. Suyunu da çorba gibi içtik. Zaten Osmaniye yöresine ait bir şey. Ekşili turşu diyorlar...(T3)

...Maydanozu katı meyve sıkacağına suyunu sıkarak diğer içeceklerle karıştırıyorduk...(T21).

...Sumağı suyun içinde bekleterek tüketiyorduk. Kekik, nane ve maydanozu kaynatarak çayını içiyoruz...(T26).

Tüketiciler, tıbbi ve aromatik bitkileri balla karıştırarak da tükettiklerine değinmişlerdir. T18 kodlu katılımcının ifadelerine aşağıda yer verilmiştir:

...Zencefil balla karıştırarak tükettik...(T18).

Araştırmaya katılan 33 katılımcıya göre, COVID-19 sürecinde tüm tıbbi ve aromatik bitki tüketiminde en az %25, en fazla %90 oranında artış meydana gelmiştir. Ortalama ise %66,9'dur ($\pm 14,3$). Aktarlar da benzer yanıtlar vermişlerdir. Aktarlara göre artış oranı en az %30, en fazla %90'dır. Aktar cevaplarının ortalaması %66,5'tir ($\pm 16,7$). Böylece COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitkilerin satışında ortalama olarak en az üçte iki oranında bir artış olduğu, hem tüketiciler hem de aktar çalışanlarınca teyit edilen bir bilgi olmaktadır.

Araştırmaya katılan tüketicilere COVID-19 öncesine göre daha fazla satın aldıkları ve aktarlara da sattıkları tıbbi ve aromatik ürünlerdeki artış oranlarını belirtmeleri istenmiştir. Her iki kitleye de 48 adet ürün adı verilmiş olmakla beraber, görece az bir kısmındaki artış oranlarını ifade etmişlerdir. Tablo 5, tıbbi ve aromatik bitkilerin satışında/satın alımında COVID-19 sürecinde meydana gelen artış oranlarından dikkat çekenler görülmektedir. Tablo hazırlanırken, 33 tüketiciden en az 10'unun ve 20 aktardan en az 5'nin cevap verdiği bitkiler dikkate alınmıştır. Buna göre hem tüketicilere hem de aktarlara göre kekik satışı %70'den fazla artış göstermiştir. Zencefil ve sumak %65 ve zerdeçal da %60 dolayında artış göstermiştir. Tüketicilerin sumak ve nane tüketimlerini artırdıkları da ortaya çıkmaktadır. Aktarlar ise adaçayı ve ıhlamur gibi çay çeşitlerinde de artışa dikkat çekmişlerdir. Diğer taraftan satışı/satın alımı artan aromatik ve tıbbi bitkilere ilişkin Tablo 5'te verilen bulgular ile Tablo 1'de en çok satın alınan aromatik ve tıbbi bitkilere ilişkin bulguların paralellik gösterdiği de belirlenmektedir.

Tablo 5. COVID-19 sürecinde tüketiminde ve satışında artış olan tıbbi ve aromatik bitkiler

Bitki Adı	Tüketiciler					Bitki Adı	Aktarlar				
	n	En az	En fazla	Ort.	SS		n	En az	En fazla	Ort.	SS
Kekik	23	40	100	76,3	17,3	Kekik	15	50	90	70,7	17,5
Sarımsak	18	40	100	75,6	15,4	Sumak	10	50	90	68,5	14,5
Zencefil	16	30	90	66,3	18,6	Adaçayı	7	40	90	65,7	22,3
Sumak	13	30	90	66,3	17,6	Zencefil	18	40	90	63,3	14,9
Zerdeçal	10	40	70	62,0	10,3	Zerdeçal	13	40	90	60,0	16,8
Nane	14	40	90	61,4	16,6	Ihlamur	5	20	60	40,0	18,7

Sonuç

Tüketicilerin COVID-19 sürecinde hangi tıbbi ve aromatik bitkileri neden tükettikleri ve tüketim nedenlerine ilişkin yüklemelerinin incelendiği araştırmaya 33 tüketici ve 20 aktar katılmıştır. İçsel ve dışsal yüklemeler ana temaları altında değerlendirilen alt temalar, dolayısıyla tüketim nedenleri incelendiğinde, tüketiciler ve aktarlar "bağışıklık sistemini güçlendirme, Koronavirüs semptomlarını-bulgularını azaltma, Koronavirüse yakalanma

kaygısı, gribal enfeksiyon iyileşme sürecine ilişkin deneyim, doğal antibiyotik özelliği, rahatlatıcı-gevşetici özelliği, antioksidan etkisi ve uzman tavsiyesi” nedenlerinden ötürü tıbbi ve aromatik bitkilerin tüketildiğine değinmişlerdir. Konuya ilişkin literatür incelendiğinde, Özkan ve Deniz (2021), solunum sistemi rahatsızlıkları nedeni ile aromatik bitkilerin tüketildiğini bulgularken, Kadioğlu ve Kadioğlu (2021), bağışıklığı güçlendirmek, sağlığı korumak, uyku problemlerini rahatlatmak, stresi azaltmak için tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanıldığına işaret etmiştir. Diğer yandan Gör ve Duru-Aşiret (2022), hastalığı yenmek, sağlık durumunu korumak, endişeleri ve ağrıları gidermek gibi nedenlerden ötürü bitkisel tedavi yöntemlerinin tercih edildiğini bulgulamışlardır. Koç-Güler (2022) ise, COVID-19 ile mücadelede bağışıklığı güçlendirmek, soğuk algınlığına karşı, sakinleştirici ağrı kesici amaçlı, uykusuzluk problemlerine karşı bitkisel ürünlerin kullanıldığını bulgulamışlardır. Khadka vd., (2021) ile Chaachouay, Douira ve Zidane (2021), tıbbi ve aromatik bitkilerin COVID-19’u önlemek için kullanıldığını bulgulamıştır. Kaplan (2020), bitkilerin virüsten korunma, bağışıklık sistemini güçlendirme, tedbir amacıyla tüketim, televizyondaki uzmanlar ile aileden etkilenme ve doktor tavsiyesi nedenleriyle tüketildiğini belirtmiştir. Elde edilen veriler kıyaslandığında, sonuçların literatürle kısmen örtüştüğü söylenebilir.

COVID-19 sürecinde en çok tüketilen bitkilerin kekik, zencefil, zerdeçal, nane, sumak, ihlamur ve adaçayı olduğu literatürde de (Kaplan, 2020; Khadka vd., 2021; Özkan & Deniz, 2021; Işık & Can, 2021; Kadioğlu & Kadioğlu, 2021; Akbaş & Abdulveli-Bozlar, 2022; Gör & Duru-Aşiret, 2022) bulgulanmıştır. Literatürden farklı olarak, bu çalışmada, “udihindi, havlıcan, hibisküs ve çam kozalağı”nın da tüketildiği dikkat çekmiştir. Bu farklılığının nedenini ise aktarların COVID-19’a ilişkin tüketicilerle iç içe olmasından ve işleri gereği pek çok tıbbi ve aromatik bitki bilgisine sahip olmalarından, dolayısıyla örneklem farklılığından kaynaklandığı söylenebilir. Ayrıca, yabancı literatürde COVID-19 sürecinde farklı bitkilerin tüketimine de değinilmiştir. Bu araştırma ile yabancı literatür arasındaki kısmi farklılığın iklim ve bitki örtüsünden kaynaklı olduğu söylenebilir.

Tıbbi ve aromatik bitkilerin tüketim miktarlarına ilişkin değişim oranı incelendiğinde, artışın en az %25, en çok %90 arttığı görülmüştür. Tüketicilerin ortalama taleplerinin ise %66 arttığı bulgulanmıştır. Kadioğlu ve Kadioğlu (2021), Erzurum’da Koronavirüs salgınında halkın tıbbi ve aromatik bitki kullanımlarına ilişkin elde ettiği sonuçlarda, tüketimin %76 arttığını bulgulamıştır. Ayrıca Koç ve Güler’in (2022) yaptığı çalışmada da katılımcıların %30,5’inin pandemi öncesi döneme göre tıbbi ve aromatik bitki tüketimlerinin arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma bulgusunun, bu anlamda literatür ile uyduğu, COVID-19 süreci ile birlikte bireylerin tıbbi ve aromatik bitki tüketiminde artış olduğu söylenebilir.

Bitkilerin kullanımına yönelik bilgi kaynakları incelendiğinde, arkadaş-komşu ve aile tavsiyeleri ile birlikte, televizyonlardaki uzman tavsiyelerinin de tüketicilerin bitki kullanımı ve satın alımında en etkili bilgi kaynakları olduğuna işaret etmektedir. Khadka vd. (2021), bireylerin bu süreçte bitki kullanımına yönelik bilgi kaynaklarının yerel topluluklar ve sosyal medya olduğunu belirtmiştir. Kaplan (2020) televizyon, gazete ve doktorların COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitki kullanımına yönelik bilgi kaynaklarının ön planda olduğunu bulgulamıştır. Gör ve Duru-Aşiret (2022), tamamlayıcı tıp uygulamalarında bilgi kaynaklarının sırasıyla eş-dost-akraba, internet, hemşire, kitap-dergi-gazete, tv-radyo, ve doktor gibi kaynaklar olduğunu bulgulamıştır. Her iki araştırmanın sonuçlarının birbirleri arasında gösterdikleri benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır. Gör ve Duru-Aşiret’in (2022) çalışmasında örneklem grubu olarak hemşireler alınmıştır. Ancak bu çalışmada yer alan örneklem literatürdeki gibi konuyla ilgili uzman bireylerden oluşmamaktadır. Özellikle Gör ve Duru-Aşiret’in çalışmasındaki “internet, hemşire, kitap-dergi-

gazereve doktor” gibi bilgi kaynakları açısından ağır basması bu çalışmadan farklılık göstermektedir. COVID-19 pandemisi başlangıcından bu yana, pandeminin seyri, çeşitli önlemler ve beslenmeye ilişkin dikkat edilmesi gerekenler üzerine televizyonlarda çeşitli yayınlar ve programlar yapılmaktadır. Televizyonun bu süreçte pandemiye ilişkin en yaygın bilgi alınan kitle iletişim aracı olduğu düşünüldüğünde, elde edilen sonuçların literatürle benzeştiği söylenebilir.

COVID-19 sürecinde kullanılan tıbbi ve aromatik bitkiler çiğ-taze olarak tek başlarına, salata ve piyazda ana malzeme olarak, yemeklerde ve soslarda baharat olarak, çay olarak, yemeklerin yanında içecek olarak ve karışım şeklinde tüketilmiştir. Khadka vd., (2021), Fas'ta yaptığı çalışmada COVID-19 sürecinde Koronavirüsten korunmak ve tedavi amaçlı olarak zencefilin su ile kaynatılıp süt ilave edilerek tüketildiğini, ayrı ayrı defne yaprağı, nim ağacı yaprağı, okaliptüs yaprakları ve zeytin ağacı yaprağı ile çörekotu çekirdeklerinin su ile kaynatılıp tüketildiğini bulgulamıştır. Işık ve Can (2021), COVID-19 sürecinde en çok kullanılan tamamlayıcı tıp uygulamalarının sırasıyla bitki çayı içmek, zencefil, zerdeçal ve çörekotu yemek veya yemekle tüketmek, bol soğan, sarımsak tüketmek olduğu sonucuna erişmişlerdir. Chaachouay, Douira ve Zidane (2021), pandemi sürecinde Fas'ta en çok okaliptüs, nim ağacı yaprağı ve Ziziphus lotus bitkisinin yapraklarından demleme ve kaynatma yöntemiyle çay yapıldığını bulgulamışlardır. Koç ve Güler (2022), COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitkilerin daha çok çay olarak, kurutulmuş ve taze olarak tüketildiğine işaret etmişlerdir. Elde edilen sonuçlar literatürle uyumlu olmakla birlikte, yabancı literatürden elde edilen bulgularla kısmen örtüşmediği görülmektedir. Bu durumun sebebi iklim ve coğrafya faktörüyle açıklanabilir. Ayrıca, literatürden kısmen farklı olarak, bu süreçte kullanılan tıbbi ve aromatik bitkilerin yoğunlukla yemeklerde ana malzeme, soğuk içecek, baharat ve balla birlikte karışım şeklinde kullanıldığı da görülmüştür.

Kuramsal Çıkarımlar

COVID-19 sürecinde satın alınan ve satılan tıbbi ve aromatik bitkilerin satın alma nedenleri, tüketici ve aktar ifadelerinden elde edilen veriler sonucu, “içsel yüklenme” ve “dışsal yüklenme” şeklinde iki ana tema altında toplanarak analiz edilmiştir. Tüketiciler, tıbbi ve aromatik bitki tüketim nedenlerinin büyük çoğunluğunu (%96,60) kendilerine atfederken, küçük bir kısmını (%3,40) ise uzmanlara, diğer bir deyişle dışarıya/çevreye yüklemişlerdir.

Spilka, Shaver ve Kirkpatrick (1985, s. 4), bireylerin herhangi bir duruma ilişkin yüklemde bulunmalarının nedenini, olumlu sonuçların olabilirliğini artırmak ve olumsuz sonuçlardan kaçınma girişiminden kaynaklandığını belirtmiştir. Ayrıca, bireylerin, olayların nedenlerine ilişkin yapılan yüklemelerde, bireyin kendini yüceltme gayreti ile birlikte, olası tehlikelere karşı bireyin kendini koruma çabasından oluştuğunu belirtmiştir. Araştırmacıların yaptıkları açıklamalar doğrultusunda, bireylerin tıbbi ve aromatik bitki kullanma nedeni olarak doğrudan ve dolaylı yollarla kendilerine yüklemde bulunmalarının nedeni açıklanabilir. Bu doğrultuda, tüketiciler pandeminin başlangıcında henüz tedavi yöntemi bulunmadığından, kendi deneyimlerinden ve edindikleri bilgilerden yola çıkarak kendilerince baş etme stratejisi geliştirmişlerdir. Dolayısıyla, kendilerini Koronavirüs bulaşma ihtimali (Koronavirüse yakalanma kaygısı) ve olası semptomlardan (COVID-19 semptom ve bulgularını azaltmak) koruma, diğer bir deyişle kendi doktorlarının kendileri olabileceğini düşündükleri söylenebilir. Buradan hareketle, pandeminin başlarında henüz ilacı bile bulunmayan hastalıkla baş etme konusunda, Spilka, Shaver ve Kirkpatrick'in (1985, s. 4) değindiği “hem fiziksel tehditlere karşı kendilerini koruma altına alma”, “kendini yüceltme” ve hem de “pozitif kendilik algısı” oluşturma çabalarını geliştirmiş olabilecekleri düşünülmektedir.

COVID-19 sürecinde tüketiciler tıbbi ve aromatik bitki tüketimlerini farklı gerekçelerle açıkladıkları görülmektedir. Yükleme kuramına göre kişisel motivasyonlar içsel yüklemenin gerekçelerini oluştururken, dışsal faktörlere dayalı yüklemeler dışsal yüklemenin zeminini oluşturmaktadır (Hogg & Vaughan, 2014, s. 104). COVID-19 sürecinde tüketicilerin çok farklı kaynaklardan bilimselliği tartışılır bilgiler aldığı da bir gerçektir. Bilgi kirliliğinin çok fazla yaşandığı süreçte, tüketicilerin bilgi kaynaklarının güvenilirliğine ve kendi kişisel özelliklerine bağlı olarak edindikleri bilgileri inanç şekline dönüştürdükleri ve bunun da satın alma tutumuna yansıdığı, dolayısıyla da içsel yüklemeye yaptıkları çıkarımında bulunulabilmektedir. Bu çerçevede tüketicilerin COVID-19 sürecindeki tıbbi ve aromatik bitkileri neden satın aldıkları sorusunun cevabının, yükleme kuramı temelinde irdelenebileceği ortaya çıkmaktadır. Bunun çalışmanın en önemli kuramsal çıkarımı olduğunu söylemek olasıdır.

COVID-19 sürecinde aromatik ve tıbbi bitkilerin neden satın alındığını açıklamada sokaktaki insan kuramından da yararlanılabileceğinin ipuçlarının elde edilmiş olmasıdır. Sokaktaki insan kuramı; esas itibarıyla bireylerin bilgi açısından karmaşık olan durumları kolaylaştırmak amacıyla (Plaks, Levy & Dweck, 2009, s. 1069) inançlarını sosyal normlar, çevre ya da kişisel deneyimlere dayalı olarak oluşturması (Wood, 2010, s. 952) anlamına gelmektedir. COVID-19 sürecinde farklı kaynaklardan özellikle kendi sosyal çevresi de dahil uzman önerilerinden gelen bilgileri dışsal yüklemeye için bir gerekçe oluşturmalarıdır. Hatta COVID-19 sürecinde, zeytin yaprağını çay gibi demleyip içme örneğinde olduğu gibi bu dışsal yüklemeye ile başlayıp, içsel yüklemeye dönüşen bilgi- inanç-tutum-satın alma-tüketim sürecinin izlendiği çıkarımı yapılabilmektedir. Böylece COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitkilerin neden tüketildiği sorusu, sokaktaki insan kuramı ile de desteklenerek yüklemeye kuramı ile daha kolay açıklanabileceği söylenebilir. Bu durum, çalışmanın kuramsal açıdan ikinci önemli katkısını ortaya koyar niteliktedir.

Uygulamaya Dönük Çıkarımlar

Elde edilen bulgular, yükleme kuramı çerçevesinden değerlendirildiğinde; bireylerin COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitki tüketimlerini arttırdıkları, tüketim nedenlerini ise içsel yüklemelere bağlı olarak açıkladığı görülmüştür. Yükleme kuramı, bireylerin davranışlarını açıklayarak gelecekte de bu davranışların tekrarını tahmin etmeye dayanmaktadır (Koçak, 1999, s. 110). Vaka ve vefat sayılarının tekrardan artışa geçtiği göz önüne alındığında (T.C. Sağlık Bakanlığı COVID-19 Bilgilendirme Platformu, 2022), tüketicilerin ilaç kullanımının yanı sıra tıbbi ve aromatik bitki tüketimine de yönecekleri öngörülebilir. Dolayısıyla Sağlık Bakanlığının farklı kaynaklardan toplum arasına yayılan bilgilerin güvenilirliği ve COVID-19'a faydası konusunu gündemine alarak kamuoyunu doğru şekilde aydınlatmalarında fayda vardır. Ayrıca aktarların da sahip oldukları bilgilerin geçerliği konusunda şüpheli davranışları, bu konuda bilimsel uyarıları dikkate almaları gerektiği önerilebilir. Bu çerçevede Sağlık Bakanlığı'nın tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanım koşulları ve varsa faydaları konusunda halkı daha iyi aydınlatması gereği de ortadadır.

Akademik Öneriler

Araştırma, ilgi alanları sağlık bilimleri veya farmakoloji olmayan araştırmacılar tarafından yürütülmüştür. Bu durum, doğaldır ki, tıbbi ve aromatik bitki tüketiminin COVID-19'la ilgili olarak insan sağlığı üzerindeki olumlu veya olumsuz etkilerine ilişkin bilimsel bilgi düzeyinin yetersizliğine ve bilgi kirliliğine yol açmıştır. Dolayısıyla COVID-19 vakalarının artma eğiliminde olduğu ya da başka bir salgının ortaya çıkması halinde yapılacak benzer araştırmalarda sağlık alanından araştırmacılarla işbirliği içinde kanıt temelli araştırmalar yapılmasında, başka bir ifadeyle disiplinlerarası bir yaklaşım sergilenmesinde fayda görülmektedir. Ayrıca tüketicilerin tıbbi ve aromatik

bitki tüketimlerine ilişkin açıklamalarının köken itibarıyla nereye dayandığı, inanç-tutum-davranış sırasının nasıl gerçekleştiği derinlemesine görüşmelerle ortaya konabilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKLAR

- Acıbuca, V., & Bostan-Budak, D. (2018). Dünya’da ve Türkiye’de tıbbi ve aromatik bitkilerin yeri ve önemi. *Çukurova Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 33(1), 37-44.
- Akbaş, S., & Abdulveli-Bozlar, M. (2022). İstanbul'daki aktarlarda çok satılan bitki ve bitkisel ürünlerin incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 10(2), 603-615. <https://doi.org/10.33715/inonusaglik.1019940>.
- Alpar, R. (2018). *Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinde Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik-Güvenilirlik* (5.b.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Basiri, M. R. (2020). Theory about treatments and morbidity prevention of corona virus disease (Covid-19). *Journal of Pharmacy and Pharmacology*, 8, 89-90. <https://doi.org/10.17265/2328-2150/2020.03.004>.
- Behti, K., & Kula, N. (2020). Sınav başarısına ve başarısızlığın yapılan tabiatüstü yüklemeler üzerine bir alan araştırması. *Türk Din Psikolojisi Dergisi*, 1 95-118.
- Burak, S. (2013). İlköğretim öğrencilerinin müzik derslerindeki başarı ve başarısızlıklarının nedenlerine yönelik inançları. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2), 139-156.
- Chaachouay, N., Douira, A., & Zidane, L. (2021). COVID-19, prevention and treatment with herbal medicine in the herbal markets of SaléPrefecture, North-Western Morocco. *European Journal of Integrative Medicine*, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.eujim.2021.101285>.
- CNN Türk (2020). 07.09.2021 tarihinde <https://www.cnnturk.com/saglik/Covid-19a-karsi-bagisikligi-zimba-gibi-yapiyor-sofranizdan-eksik-etmeyin?page=1> adresinden alınmıştır.
- Desai, A., Desai, C., Desai, H., Mansuri, A., & Desai, J. (2020). Possible role of medicinal plants in COVID-19 a brief review. *International Journal of Scientific Development and Research*, 5(4), 205-209.
- Dinçer, S., & Kolcu, M. (2021). Covid-19 Pandemisinde toplumun beslenme alışkanlıklarının incelenmesi: İstanbul örneği. *Türkiye Diyabet ve Obezite Dergisi*, 5(2), 193-201. <https://doi.org/10.25048/tudod.928003>.
- Dworkin, S. L. (2012). Sample size policy for qualitative studies using in-depth interviews. *Archives of Sexual Behavior*, 41, 1319-1320. <https://doi.org/10.1007/s10508-012-0016-6>.
- Furnham, A. (1988). *Lay Theories: Everyday Understanding of Problems in The Social Sciences*. London: Pergamon Press.

- Gıda Teknolojisi Dergisi, (2020). 07.09.2021 tarihinde <https://abuder.org.tr/wp-content/uploads/2020/12/GıdaTeknolojisi1220.pdf> adresinden alınmıştır.
- Gör, F., & Duru-Aşiret, G. (2022). Hemşirelerin COVID-19'a yönelik tamamlayıcı ve alternatif tedavi kullanım durumu ve tutumu. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 15(2), 117-127. <https://doi.org/10.46483/deuhfed.960498>.
- Güzeloğlu, F. (2016). *Ülkemizde Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Pazarı ve Konya'daki Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Konya Ticaret Odası Karatay Üniversitesi, Konya.
- Harker, D., Harker, M., & Svensen, S. (2007). Attributing blame: Exploring the link between fast food advertising and obesity in Australia. *Journal of Food Products Marketing*, 13(2), 33-46. https://doi.org/10.1300/J038v13n02_03.
- Heider, F. (1964). *The Psychology of Interpersonal Relations* (3 b.). United States of America: John Wiley & Sons, Inc.
- Hirvonen, K., Abate, G. T., & Brauw, A. (2020). *Food and Nutrition Security in Addis Ababa, Ethiopia During COVID-19 Pandemic*. Addis Ababa: The Federal Democratic Republic of Ethiopia Policy Studies Institute.
- Hogg, M., & Vaughan, G. M. (2014). *Sosyal Psikoloji* (7 b.). (İ. Yıldız, & A. Gelmez, Çev.) Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Isabella, G., Hernani-Merino, M., Mazzon, J. A., Tarazona, E., & Kuster, D. (2022). The effect of casual attribution on a service failure model. *Journal of Business Management*, 62(6), 1-22.
- Işık, M. T., & Can, R. (2021). Bir grup hemşirelik öğrencisinin COVID-19 riskine yönelik koruyucu, geleneksel ve tamamlayıcı tıp uygulamaları. *Lokman Hekim Dergisi*, 11(1), 94-103. <https://doi.org/10.31020/mutftd.790805>.
- Jackson, M. (2019). Utilizing attribution theory to develop new insights into tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 176-183. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.04.007>.
- Kadioğlu, B., & Kadioğlu, S. (2021). Koronavirüs salgınında tüketicilerin tıbbi ve aromatik bitkileri tüketim alışkanlıkları. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 52(3): 325-334. <https://doi.org/10.17097/ataunizfd.860913>.
- Kaplan, M. (2020). COVID-19: Küresel salgın sürecinde geleneksel ve tamamlayıcı tedavi uygulamaları. *Milli Folklor*, 16(127), 35-45.
- Karadağ, A. (2019). Türkiye'deki bazı tıbbi ve aromatik bitkilerin antioksidan potansiyelleri ve fenolik kompozisyonları. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 16, 631-637. <https://doi.org/10.31590/ejosat.592711>.
- Kelley, H. H. (1973). The processes of causal attribution. *American Psychologist*, 28(2), 107-128. <https://doi.org/10.1037/h0034225>.
- Khadka, D., Dhamala, M. K., Li, F., Chandra-Aryal, P., Magar, P. R., Bhatta, S., . . . Shi, S. (2021). The use of medicinal plants to prevent COVID-19 in Nepal. *Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine*, 17(26), 1-17. <https://doi.org/10.1186/s13002-021-00449-w>.

- Kızgın, Y., & Dalgın, T. (2012). Atfetme kuramı: öğrencilerin başarı ve başarısızlıklarını değerlendirmedeki atfetme farklılıkları. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 8(15), 61-77 .
- Koç-Güler, S. (2022). COVID-19 pandemisi sürecinin tıbbi ve aromatik bitki ya da ürünlerinin kullanımına etkilerinin değerlendirilmesi. *Manas Journal of Agriculture Veterinary and Life Sciences*, 12(1), 1-10. <https://doi.org/10.53518/mjavl.968005>.
- Koçak, A. (1999). Davranışların nedenlerini algılama: Yükleme kuramları. *Selçuk İletişim*, 1(1), 108-120.
- Kolaç, T., Gürbüz, P., & Yetiş, G. (2017). Doğal ürünlerin fenolik içeriği ve antioksidan özellikleri. *İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 5(1), 26-42.
- Mason, M. (2010). Sample size and saturation in PhD studies using qualitative interviews. *Forum: Qualitative Social Research*, 11(3), 1-19.
- Myers, D. G., & Twenge, J. M. (2018). *Social Psychology* (13 b.). McGraw Hill Education.
- Ndereba, E., & Akuma, J. (2020). Effective and health ways of minimizing eruption of COVID-19. *European Journal of Preventive Medicine*, 8(4), 36-42.
- Özkan, O., & Deniz, T. (2021). Aktarların bakış açısıyla tıbbi bitki talebinin analizi. *Turkish Journal of Forestry*, 22(1), 25-32. <https://doi.org/10.18182/tjf.880588>.
- Özmenteş, S. (2012). İlköğretim müzik eğitimiinde yükleme kuramı perspektifinde nitel bir inceleme. *International Journal of New Trends in Arts, Sports & Science Education*, 1(2), 91-101.
- Paker, T. (2021). *Durum Çalışması*. F. N. Seggie, & Y. Bayyurt (Eds.). Nitel Araştırma Yöntem, Teknik, Analiz ve Yaklaşımları içinde (ss. 124-140). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Plaks, J. E., Levy, S. R., & Dweck, C. S. (2009). *Lay theories of personality: Cornerstones of meaning in social cognition*. *Social and Personality Psychology Compass*, 3(6), 1069-1081. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2009.00222.x>.
- Richard, F., & Yoshida, S. (1983). Consumer use of information and confidence in making judgements about a new food store: An attribution theory analysis. *Advances in Consumer Research*, 10, 40-44.
- Rodhain, A., & Gourmelen, A. (2018). Obesity: the link between stigma and perceived responsibility. *Journal of Marketing Management*, 13(15-16), 1418-1439. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2018.1550105>.
- Saragih, B., & Saragih, F. M. (2020). Description of community food habits in the Covid-19 Pandemic Period, 20.04.2022 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/340830940_GAMBARAN_KEBIASAAN_MAKAN_MASYARAK_AT_PADA_MASA_PANDEMI_COVID-19_Description_of_Community_Food_Habits_in_the_Covid-19_Pandemic_Period adresinden alınmıştır.
- Spilka, B., Shaver, P., & Kirkpatrick, L. A. (1985). A general attribution theory for the psychology of religion. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 24(1), 1-20.
- Srivastava, M., & Gosain, A. (2020). Impact of service failure attributions on dissatisfaction: Revisiting attribution theory. *Journal of Management Research*, 20(2), 99-112.

- Su, L., Gong, Q., & Huang, Y. (2020). How do destination social responsibility strategies affect tourists' intention to visit? An attribution theory perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.102023>.
- Şimşek, M. (2015). *Genişletilmiş Ürün Algısı ile Güven İlişkinin Yükleme Kuramı Açısından İncelenmesi: Restoran Müşerileri Üzerine Bir Araştırma*, Doktora tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Şimşek, M., & Koçak, G. N. (2020). Augmented product perception and attribution theory in tourism. *Journal of Tourism, Leisure and Hospitality*, 2(2), 71-82.
- Tahiroğlu, A. Y., Fırat, S., Diler, R. S., & Avcı, A. (2005). Erkek çocuklarda yeme bozuklukları; bir anoreksiya nervosa vakası. *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, 48, 151-157.
- Taslak, S., & Dalgın, T. (2015). Çalışanların atfetme eğilimlerinin örgütsel sinizm davranışları üzerindeki etkisi: Sağlık çalışanları üzerine bir araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 16, 139-158.
- T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, (2020). COVID-19 (SARS-CoV-2 enfeksiyonu) (Bilim Kurulu Çalışması) genel bilgiler, epidemioloji ve tanı. Ankara : T.C. Sağlık Bakanlığı.
- T.C. Sağlık Bakanlığı COVID-19 Bilgilendirme Platformu. (2022). Genel koronavirüs tablosu. 12.08.2022 tarihinde <https://Covid19.saglik.gov.tr/TR-66935/genel-koronavirus-tablosu.html> adresinden alınmıştır.
- Temiz, S. & Kurtoğlu, R. (2021). Hizmet hatası, hizmet telafisi ve atıf teorisi: kavramsal bir çalışma. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (2), 360-383. <https://doi.org/10.17218/hititsbd.975219>.
- Tobin, R. (2010). Descriptive case study. In A. J. Mills, G. Eurepos, & E. Wiebe (Eds.), *Encyclopedia of Case Study Research* (pp. 288-289). Thousand Oaks,: SAGE Publications, Inc. <https://dx.doi.org/10.4135/9781412957397>.
- TRT Haber (2020), COVID-19 sürecinde tıbbi ve aromatik bitkilere talep arttı. 07.09.2021 tarihinde <https://www.trthaber.com/haber/ekonomi/Covid-19-surecinde-tibbi-aromatik-bitkilere-ilgi-artti-484320.html> adresinden alınmıştır.
- Tse, A. C., Sin, L., & Yim, F. H. (2002). How a crowded restaurant affects consumers' attribution behavior. *Hospitality Management*, 21, 449-454. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(02\)00035-X](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(02)00035-X).
- Üretmen, S. (2008). *Cinsiyet, Yalan Söyleme ve Çıkar Elde Etmenin Yalana İlişkin Yükleme Etkisi*. Yayınlanmamış doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Weiner, B. (1985). An attributional theory of achievement motivation and emotion. *Psychological Review*, 92(4), 548-573. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.92.4.548>.
- Wood, S. (2010). The comfort food fallacy: Avoiding old favorites in times of change. *Journal of Consumer Research*, 36(6), 950-963. <https://doi.org/10.1086/644749>.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10 b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yin, R. K. (2002). *Case study research design and methods* (3 b.). Sage.
- Zhang, Y., Prayag, G., & Song, H. (2021). Attribution theory and negative emotions in tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 40, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100904>.

Zwickert, K., & Rieger, E. (2013). Stigmatizing attitudes towards individuals with anorexia nervosa: an investigation of attribution theory. *Journal of Eating Disorders*, 1, 1-5. <https://doi.org/10.1186/2050-2974-1-5>.

Medicinal and Aromatic Plant Consumption During the COVID-19 Pandemic: A Research Based on Attribution Theory

Neslihan ŞİMŞEK

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin/Turkey

Yusuf Çağrı TÜRKSEVEN

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin/Turkey

Celil ÇAKICI

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin/Turkey

Extensive Summary

Purpose: The main purpose of this study is to evaluate consumer's consumption reasons of medicinal and aromatic plants according to herbal and consumer statements within the scope of attribution theory during the COVID-19 pandemic process. The sub-objectives were determined as how the medicinal and aromatic plants are consumed, the sources of information regarding their consumption and the determination of the change in consumption rates that are thought to serve the purpose of the study.

Method: The research was designed as a case study because of desiring to find out which medicinal and aromatic plants were consumed during the COVID-19 period, how, why or for what feature they were consumed, and what were the sources of information regarding their consumption. According to the purpose and sample of this research, "descriptive-exploratory, intrinsic and single embedded case study" design was used. This study was descriptive because of examining consumption of medicinal and aromatic plants during the COVID-19 period; exploratory, since there was not enough literature on understanding the reasons for consumption; intrinsic due to the elaboration of the questions asked to understand the reasons for the consumption of medicinal and aromatic plants; single embedded case study due to the collection of data from both herbalists and consumers to better understand the situation.

The first sample of the study was the herbalists who worked in the herbalist before and during the COVID-19 period; therefore the herbalists were determined by the purposive sampling method. A total of 20 herbalists that are working in 20 different herbalists were included in the first sample. The second sample of the study was the consumers who declared that they increased the use of medicinal and aromatic plants during the COVID-19 period; therefore the consumers were selected by purposive sampling method. 33 consumers were included in the second sample group.

The data that obtained through interviews were subjected to content and descriptive analysis. For content analysis, the main themes were determined based on the attribution theory, and thus the sub-themes were divided into two as "internal attribution" and "external attribution". In order to facilitate the evaluation of the findings of the research, the MAXQDA program was also used in the analysis of qualitative data.

Findings: It had been revealed that consumers consumed thyme, ginger, garlic, mint, sumac and turmeric the most during the COVID-19 process. 20 herbalists who agreed to be interviewed stated that consumers mostly bought ginger, thyme, turmeric, sumac and sage. It is understood that the recommendation of friends-neighbours-family

(87.88%) has the most effect on the consumption of medicinal and aromatic plants. In line with the data that obtained from both samples; the reasons for consumers to consume medicinal and aromatic plants is collected under the main theme of "internal attribution" and under seven sub-themes that are "antioxidant feature, strengthening the immune system, natural antibiotic feature, experience in the healing process of influenza infection, reducing coronavirus symptoms-findings, fear of catching coronavirus, relaxing effect. The main theme of "external attribution" consisted of only the sub-theme of "expert recommendations". As a result of the chi-square analysis of the data, it was seen that the consumers made 60% and 40% of herbalists internal attribution in their statements about the reasons for the consumption of medicinal and aromatic plants. In addition, it has been found that consumers have attached external attribution close to 30% in their own statements and 70% of herbalists. As a result of the analysis, although there is a relationship between internal and external attributions (Yates corrected χ^2 : 8,827; df.:1, p:0.003) according to consumers and herbalists, it is seen that this is a negligible relationship (ϕ (Fi): 0.156). In line with the findings obtained from both samples, medicinal and aromatic plants were used raw (e.g onion, garlic, parsley, mint), as the main ingredient of salad and piyaz (e.g: sumac, ginger, thyme, basil, mint), in meals and sauces (e.g: fenugreek, black pepper, onion, garlic, mint, thyme, paprika, sumac, turmeric, ginger, basil, lemon) used as tea (e.g: mint, thyme, green tea, olive leaves, ginger, sage, linden, cinnamon, rosehip and chamomile) and as a beverage (eg sumac juice, ginger juice, parsley juice).

Originality: In academic literature it is seen that the attribution theory, which is mostly studied in the fields of education, management and marketing, can be used to explain the reason for the consumption of medicinal and aromatic plants. In addition, clues have been obtained that the lay theory can also be used to explain why aromatic and medicinal plants are purchased during the COVID-19 process.

Suggestions: It would be beneficial for the Ministry of Health to inform the public correctly regarding plant's benefit to COVID-19 by considering the reliability of the information that disseminated among the society from different sources. In addition, it can be suggested that herbalists should be skeptical about the validity of the information that they have and pay attention to scientific warnings. In this context, it is obvious that the Ministry of Health needs to better inform the public regarding the conditions of use and if there are any benefits of using medicinal and aromatic plants. It would be beneficial to conduct evidence-based research in cooperation with researchers from the field of health in similar studies to be conducted in case of an increase in COVID-19 cases or in the event of another outbreak. In other words, an interdisciplinary approach regarding consumption of medicinal and aromatic plants would be advantageous. In addition, the origin of consumers' explanations regarding their consumption of medicinal and aromatic plants, and how the belief-attitude-behavior sequence takes place can be revealed through in-depth interviews.