

## Araştırma Makalesi

## Giysilere Yüklenen Anlamlar ve Giyinmede Tekrarlı Davranışlar: Fenomenolojik Bir İnceleme

Arzu EVECEN<sup>1\*</sup>, Sinem BALTACI<sup>2</sup>, Birsen ÇİLEROĞLU<sup>3</sup>, Ezginur ÇELİK<sup>2</sup><sup>1</sup> Çankırı Karatekin Üniversitesi, Sanat Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı Bölümü, Çankırı, Türkiye<sup>2</sup> Yalova Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Psikoloji Bölümü, Yalova, Türkiye<sup>3</sup> Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Moda Tasarımı Bölümü, Ankara, Türkiye

## Makale Bilgisi

## Öz

## Anahtar kelimeler:

giysinin anlamı,  
giysi ile ilgili  
tekrarlı  
davranışlar,  
giyinme ile ilgili  
deneyimler

Giysiler, tarih boyunca insanların temel ısınma ve korunma ihtiyaçlarını karşılamının yanı sıra sosyal ilişkilerde önemli bir rol oynamış, toplulukları ayırt etme ve kişisel farklılıkları yansıtmaya işlevi görmüştür. Yapılan araştırmalar, giysi seçimlerinin sosyal algı üzerinde etkili olduğunu, bireylerin giysileri aracılığıyla bilinçli veya bilinçsiz olarak karşıya bir mesaj ilettiklerini göstermektedir. Giysi tercihleri, bireylerin sosyal algısını ve sosyal ilişkilerini önemli ölçüde etkileyen unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle giysilerin birey için anlamının ve bireyin giyinme davranışlarının derinlemesine incelenmesi, kendisi ve toplumla olan ilişkisini anlamada kritik bir rol oynayacaktır. Bu çalışmanın amacı, bireylerin giysilere yüklediği anlamı ve tekrarlayan giyinme davranışlarını derinlemesine incelemektir. Bu amaçla, giyinmeye dair tekrarlı davranışları olduğunu belirten altı katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yürütülmüştür. Görüşmelerin tamamı yazıya dökülmüş, kodlanmış ve yorumlayıcı Fenomenolojik Analiz ile incelenmiştir. Analiz neticesinde, katılımcıların giysilere yüklediği anlamların hem kişisel hem de toplumsal bağlamlarda çeşitlilik gösterdiği görülmüştür. Giysiyle ilgili tekrarlayan davranışlar satın alma, kullanma, temizleme, giyinme-soyunma ve saklama gibi alanlarda belirginleşmiştir. Satın almada tekrarlayan davranışlar, mantıksal ve duygusal seçim alt temalarına sahipken; kullanımda tekrarlar, sabitlik/ısrar ve değişiklik/esneklik alt temaları etrafında şekillenmiştir. Temizlikte tekrarlar, yeni satın alınan giysilerin veya kullanılan giysilerin yıkanmadan giyilmemesi; giyinme-soyunmada tekrarlar sağ taraftan başlayarak giyinme-soyunma ile alt bedenden başlayarak giyinme, üst bedenden başlayarak soyunma; saklamada tekrarlar ise giysinin kullanım yeri, türü, mevsim ve renk temalarında ortaya çıkmıştır. Bu bulgular, giysilerin kişisel ve toplumsal alanda farklı anlamlar taşıdığı ve giysiye dair tekrarlı davranışların oldukça farklı biçimde deneyimlendiğini göstermiştir. Elde edilen bulgular, psikolojik ve kültürel faktörler ışığında tartışılmıştır.

## Abstract

## Keywords:

the meaning of  
clothing,  
repetitive behaviors  
related to clothing,  
experiences related  
to clothing

Clothing has played a significant role in meeting people's basic needs for warmth and protection and social interactions, distinguishing communities, and reflecting personal differences. Research indicates clothing choices impact social perception by conveying messages through their clothes. Clothing preferences emerge as factors significantly influencing individuals' social perceptions and relationships. Therefore, it is believed an in-depth examination of the meaning of clothing for individuals and their dressing behaviors will play a critical role in understanding one's relationship with oneself and with society. This study investigated the meaning of clothing and the experiences of recurring clothing behaviors. For this aim, semi-structured interviews were conducted with six participants reporting repetitive clothing-related behaviors. All interviews were transcribed, coded, and analyzed by Interpretive Phenomenological Analysis. As a result of the analysis, it was found the meanings attributed to clothes varied in personal and social contexts. Repetitive behaviors emerged in purchasing, using, cleaning, dressing-undressing, and storing. While in purchasing, recurring behaviors had subthemes of logical and emotional choices, repetitions in using had subthemes of stability/insistency and variability/flexibility. Repetitions in cleaning included washing newly purchased or used clothing before wearing them; repetitions in dressing and undressing, dressing and undressing starting from the right side and dressing starting from the lower body, undressing beginning from the upper body; repetitions in storing had subthemes of place of use, type, season, and color. These findings showed clothing carried different meanings in personal and social realms, and clothing-related recurring behaviors were experienced differently. The results discussed considering psychological and cultural factors.

\*Sorumlu Yazar, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Uluyazı Kampüsü, Sanat Tasarım ve Mimarlık Fakültesi Binası Kat:1/Çankırı  
e-posta: arzuevecen@karatekin.edu.tr

DOI: 10.31682/ayna.1531964

Gönderim Tarihi (Received): 12.08.2024; Kabul Tarihi (Accepted): 18.09.2024

ISSN: 2148-4376

## **Giriş**

Giysiler, tarih boyunca insanın sadece ısınma ve korunma ihtiyacını karşılamakla kalmamış, aynı zamanda toplumsal kimlik oluşturma ve bireysel farklılıkları yansıtmaya işlevi görerek sosyal ilişkilerin önemli bir parçası haline gelmiştir. Giysiler; kabileleri, toplulukları veya grupları birbirinden ayırt etmeye, sınıflaşmaya veya takım oluşturmaya katkı sağlarken gruplar içerisindeki kişisel-özel farklılıkları yansıtan ipuçları da sunabilmektedir. Bu yönüyle giysilerin çeşitli ortamlar, durumlar ve koşullar içinde hem kişisel hem toplumsal ifadenin bir parçasına dönüştüğü belirtilebilir. Giysilerin kişinin öznelliğini yansıttığı konusunu Morris “Her giysi onu giyen kişi hakkında genellikle çok incelikli bir hikâye anlatır” şeklinde ifade etmektedir (aktaran Adotey ve diğerleri, 2016).

Giysilerin bir mesaj sunduğu varsayımından yola çıkarak giysi seçiminin sosyal algı ile ilişkisi sıklıkla bilimsel araştırmalara konu olmaktadır. Adotey ve diğerleri (2016), kişilerle ilk karşılaşmada, giydikleri kıyafetlerin bir mesaj içerdiğini, ilk görüntü-imağın karşıdaki kişiye bir mesaj verdiğini belirtmiştir. Bu mesajı, bireyin giysi tercihleri aracılığıyla bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde, diğerlerine ilettiği belirtilmiştir (Johnson ve diğerleri, 2002). Lightstone ve diğerleri (2011) ise yürüttükleri çalışmada öğrencilerin, resmi olmayan veya yarı resmi kıyafet giyen yükseköğretim elemanlarını, resmi kıyafet giyenlere göre daha az güvenilir algıladıklarını bulmuştur. Öğrencilerle ilgili eğitimcilerin görüşlerini inceleyen çalışmada ise Behling (1995) eğitimcilerin öğrencilerin zekâsı, akademik yeteneği ve davranışlarına ilişkin görüşlerinin öğrencilerinin giyiminden etkilendiğini belirtmektedir. Gille-Knauf ve Mittag (2008) kız öğrencilerin muhafazakâr (conservative) ve kışkırtıcı (provocative) kıyafetlerini inceleyerek, kıyafetler ile zekâ algısı arasında bir ilişki raporlamaktadır. Buna göre, Gille-Knauf ve Mittag’ın bulguları, kışkırtıcı giyinen kadınların muhafazakâr giyinenlere göre daha az zeki (to be less intelligent) olarak algılandığını göstermiştir.

Ortama uygun giysi satın alma ve giysi kullanımına bakıldığında, bireylerin iş yerinde giymeleri beklenen giysiler ile onların giymeyi tercih ettikleri giysiler arasındaki uyumsuzluk sonucunda hissedilen durumu rahatsızlık görünüm emeği olarak tanımlanmıştır (appearance labor; Peluchette ve diğerleri, 2006). Görünüm emeğini özellikle hayatının geçiş döneminde olan ve rol karmaşası yaşayan bireylerin (örneğin üniversitede okurken bir işte çalışma) deneyimlediği bilinmektedir (Kang ve diğerleri, 2011). Hem üniversite öğrencisi hem de mesleğini icra eden bir bireyin hangi rolüne yönelik giysi satın aldığı ve bu yolla hangi rolünü diğerlerine gösterme eğiliminde olduğu bu duruma bir örnek olarak verilebilir. Kang ve diğerleri (2011) yürüttükleri çalışmada, iş kimliği, görünüm emeği ve giysi satın alma davranışları arasındaki ilişkiye odaklanmışlardır. Araştırmacılar, iş yeri kimliğinin güçlüğünden (salience) ziyade iş kimliğine dair tamlik hissetmeyen çalışanların işe daha

uygun giysi satın alarak kendilerini tam hissetmeye çalıştıklarını belirtmişlerdir. İş deneyimi daha az olanların daha çok olanlara kıyasla iş yerine uygun giysiler kullanmakta zorlandıkları çünkü bu bireylerin diğer kimliklerinin daha baskın olabileceği ifade edilmiştir. Araştırmacılar, ek olarak, işe uygun giysi kullanım motivasyonunun yalnızca işe uygun sıfatlara (örneğin profesyonelizm, güvenilirlik, sorumluluk sahibi olma) sahip olduğunu göstermek olmadığını; bireylerin iş ortamında kendilerini daha iyi hissetmek için de bu şekilde seçimler yaptıklarını bulmuşlardır (Kang ve diğerleri, 2011). Diğer bir deyişle giysiler, sadece diğerlerinin bireye yönelik algısını etkilemekle kalmayıp hedonik bir amaca da hizmet etmektedir.

Öte yandan, giysi ile ilişkili araştırmaların farklı perspektiflerden de ele alındığı görülmüştür. Örneğin, giysi nesnesi konusu, satın alma veya pazarlama alanında bireylerin tercihlerini etkileyen faktörlerin incelendiği çalışmalara daha sık konu olmaktadır. Çetin (2018) giysi satın alma davranışında bireylerin ekonomik şartlarına ve fiyat/performans olarak uygun olan ürünlere yöneldiklerini gösterirken; Ağaç ve Solak (2016), giysi satın almada bireylerin çevrimiçi platformlara da yöneldiklerini vurgulamıştır. Okutan ve diğerleri (2013) ise yenilikçi ve kompulsif satın alma eğiliminde olanların farklı satın alma davranışları gösterdiklerini bulmuştur. Bu çalışmaya göre, kompulsif şekilde satın alma eğiliminde olan bireylere kıyasla daha keşifsel/yenilikçi satın alma tarzı olanlar daha riskli seçimler yapmaya ve plansız ve hedonik şekilde giysi satın almaya eğilimlidir. Catalani ve Chung (2005) ise ikinci el kıyafet koleksiyoncularının ve vintage<sup>1</sup> kıyafet pazarlayanların ikinci el kıyafetlere yönelik duygusal bir bağ geliştirdiklerini belirtirken, Meyer (2001) sürdürülebilir giysi pazarlamının şirketlerin ekonomisine olan etkisini göstermektedir.

Alanyazın incelendiğinde giysi ve giyinme davranışı ile ilgili çalışmaların sıklıkla iletişim, moda ve pazarlama perspektiflerinin amaçları içerisinde incelendiği görülse de sosyolojik ve psikolojik bir yaklaşımla da incelenmesinin önemi açıktır. Giysi yalnızca bir nesne olmaktan ziyade, kişinin kendi ve toplumla ilişkilenebilmesinde aktif bir rol oynayan araç olarak işlev görmektedir. Bu bağlamda, insanın doğasını anlamaya çalışan, insanın kendisi ve diğerleri ile ilişkilenebilmesini ortaya koymayı amaçlayan çalışmalar için giysilerin önemli bir inceleme konusu olduğu görülmektedir. Bu yönüyle, giysilerin anlamını ve giysi davranışlarını derinlemesine incelemek, birçok disiplin için kapsamlı bir kavrayış ortaya koyacaktır. Buradan hareketle, mevcut araştırmanın temel amacı, bireylerin giysiye yükledikleri anlamı ve giyinmeyle ilişkili tekrarlanan davranış deneyimlerini derinlemesine incelemektir. Sözü edilen tekrarlı davranışlar, herhangi bir patolojik durumla ilişkilendirilmeksizin, yalnızca bireylerin

---

<sup>1</sup> Vintage: (ing, vintage) “Özellikle belirli markaların üretildikleri tarihe ait, kullanılmış kıyafetlerinin gündeme gelip, yeniden kullanıma alınması” (Ermert, 2019) olarak tanımlanmaktadır.

herhangi bir ortamda veya durumda belirli bir süredir var olan ve alışkanlık biçiminde tekrar eden (aynılık) davranışını birden fazla sergileme durumları için kullanılmıştır.

Davranış kavramı genel olarak “herhangi bir organizmanın, iç ve dış çevre uyaranlarına karşı verdiği cevapların toplamı” olarak tanımlanmıştır (Şimşek ve diğerleri, 2019). Tekrarlayan davranış özelinde bakıldığında ise bu kavram aynılıkta ısrar, basmakalıp hareketler ve ısrarlı ya da sınırlı ilgi alanları (Jinming ve diğerleri, 2022) olarak ele alınmaktadır. Davranış psikolojisi teorilerine bakıldığında, klasik koşullanma (Pavlov, 1904) ve ödül-ceza sistemiyle (Skinner, 1953) davranış öğrenilmektedir. Bu davranışların alışkanlık haline gelmesinde ise bilişsel sistemler rol oynamakta ve alışkanlık haline gelen davranışlar artık bilinçli bir seçim olmaktan çıkıp otomatik bir yanıt haline gelmektedir (Aarts ve diğerleri, 1998). Bu otomatik yanıtın bir amacı olması, bu yanıt sonucunda bir ödül alınması ve davranış-ödül ilişkisinin imgelenmesinin alışkanlık oluşumunda oldukça önemli olduğu bilinmektedir (Aarts ve diğerleri, 1998). Bu şekilde otomatik yapılan davranışlar, bir karar verilmesi gerektiğinde bilişsel yükü azaltmakta ve bireye zaman kazandırmaktadır. Giysi özelinde bakıldığında, bireylerin kendilerini yansıtan giysileri seçip zamanla kendi “stillerini” oluşturdukları ve giysiye dair tekrarlı davranışlarla hayatlarını kolaylaştırdıkları söylenebilir. Bu kapsamda, mevcut çalışmada kişilerin giysi ile ilişkili deneyimleri ve davranış kalıpları derinlemesine incelenecek ve öne çıkan tekrarlı davranış kalıpları belirlenecektir. Bu derinlemesine inceleme ile giysiye yüklenen anlamlar ve giysi hakkında davranışsal deneyimler hakkında detaylı bir bakış açısı ortaya konulacaktır. Dolayısıyla bu çalışmanın, giysi ve giysi modası odaklı araştırmaların yanı sıra psikoloji ve sosyoloji disiplinleri başta olmak üzere insan odaklı araştırmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

## **Yöntem**

Bu bölümde araştırmanın deseni, örneklem ve katılımcılar, veri toplama aracı, veri toplama yöntemi, verilerin analizi konuları ele alınmıştır.

### **Araştırmanın Deseni**

Bu araştırma, nitel bir metodoloji olan yorumlayıcı fenomenolojik analiz (YFA, Interpretative Phenomenological Analysis - IPA) üzerine yapılandırılmıştır. Van Manen’a göre (1990) fenomenolojik araştırma, yaşanmış olan deneyimlerin incelenmesini içerir. Fenomenolojik araştırmayı karakterize eden ilk şey de her zaman araştırmanın yaşam dünyasında başlamasıdır. Fenomenoloji çalışmaları, gündelik deneyimlerimizin doğası ve anlamı hakkında daha derin bir anlayış geliştirmeyi amaçlar. Mümkün olan her türlü insan deneyimi (olay, oluş, vaka, nesne, ilişki, durum, düşünce, duygu, vb.) fenomenolojik sorgulama

için bir konu olabilir. Fenomenolojiyi bu kadar büyüleyici kılan şey, sıradan bir deneyimi, onu günlük varoluşumuzdan kaldırıp fenomenolojik bakışımızla tuttuğumuzda oldukça sıra dışı hale getirme eğiliminde olmasıdır. Yaşadığımız hayatın belirli bir anının anlamını merak etmek, temel fenomenolojik soruya dönüşebilir: “Bu deneyim neye benziyor?” (Van Manen, 2007). Öyleyse fenomenolojik yaklaşım, belirli bir olgunun ne anlama geldiğini ve nasıl deneyimlendiğini anlamaya gayret eder (Van Manen, 1990). Böylece insanın tecrübelerini nasıl gerçekleştirdiği ve betimlediği üzerine yoğunlaşır (Patton, 2014).

YFA, felsefi köken olarak fenomenoloji, hermenötik ve idiyografiyle ilişkili olup (İlerisoy, 2023), katılımcıların kişisel ve sosyal dünyalarını nasıl anlamlandırdıklarını ayrıntılı olarak keşfetme amacıyla belirli deneyimlerin, olayların ve durumların katılımcılar için taşıdığı anlamlar üzerine odaklanmaktadır. Bu metodoloji, katılımcının yaşam dünyasının ayrıntılı incelenmesini içermesi açısından fenomenolojiktir ve kişisel deneyimi keşfetmeye çalışır. Nesnenin veya olayın kendisinin nesnel bir ifadesini üretme girişiminin aksine, bir bireyin nesne veya olaya ilişkin kişisel algısı veya açıklamasıyla ilgilenir (Smith ve Osborn, 2004).

Söz konusu araştırmada aşağıda yer alan sorulara yorumlayıcı fenomenolojik analiz yöntemi ile cevap aranmıştır:

- Kişiler giysilere nasıl bir anlam yüklemektedir?
- Giysilerin kullanımına yönelik tekrarlanan davranışlar nelerdir?
- Giyinme davranışlarında tekrar eden deneyimler nasıldır?
- Bu deneyimler karşısında ne hissedilmiştir?

### **Örnekleme ve Katılımcılar**

YFA’da amaçlı ve homojen bir örneklem oluşturmak (Smith ve Osborn, 2007) önemlidir. Amaca uygunluk, incelenen konu ve inceleme sorusunun cevabını verecek olan örneklem grubuna karar vermek üzerinedir (Sarı, 2022). Bir başka deyişle amaçlı örneklemede (purposive sampling) araştırmadaki amaca katkı sağlayıcı olduğu düşünülen kişilerin örneklem grubuna dahil edilmesi söz konusudur (Aziz, 1994). Bu karar neticesinde olabildiğince homojen olacak bir örneklem seçilerek araştırılan deneyimin belirli açıdan birbirine benzeyen bir grup üzerinde incelenmesi sağlanır. Söz konusu deneyimi yaşamış olan, bazı özellikleri benzer ve homojen bir grubun seçilmesine özellikle önem verilir (Sarı, 2022). Burada önemli olan nokta, belirlenen örneklemin hangi amaç ve kapsam doğrultusunda seçildiğinin net olarak açıklanmasıdır. Örneklem kriterleri her araştırmada amaç doğrultusunda belirlenir. Örneklem sayısının belirlenmesi konusunda ise Smith ve Osborn (2004) YFA analizinde 5 ila 6 katılımcının uygun olduğunu belirtmektedir. Sarı (2022) sadece

katılımcı sayısının değil, analiz edilen görüşme sayısının ve derinliğinin de dikkate değer olduğunu vurgulamaktadır.

Amaçlı örnekleme yöntemi kapsamında, kendi giysilerine yönelik farklı ortam ve durumlara göre tekrarlı davranışlarının bulunduğunu belirten katılımcılar bu araştırmanın örneklem grubu olarak belirlenmiştir. Giysiler üzerine odaklanan bu çalışmada, yaş, cinsiyet ve iş deneyimi (Türk kültüründe ev hanımı-çalışan kadın ayrımıyla) gibi faktörlerin farklı sonuçlar doğurabileceği öngörülmüştür. Yapılan çalışmalarda cinsiyet etkisine bakıldığında çoğu kültürde erkeklere kıyasla kadınların giyime ve moda daha fazla ilgi gösterdikleri (Fettahoğlu, 2008) ve güven duydukları, markalara karşı daha fazla bağlılık/ilişki geliştirdikleri (Özdemir ve Tokol, 2008) bulunmuştur. Ev hanımı ve çalışan kadınların giysi seçimleri incelendiğinde çalışan kadınların serbest zamanlarında daha sık sıradan kıyafetler tercih ettikleri ancak ev hanımlarının serbest zamanlarında daha sık moda uygun kıyafetler seçtiği sonucuna ulaşılmıştır (Yajiri ve diğerleri, 1994). Görüldüğü üzere giysi seçimi birçok faktörden etkilenmektedir. Bu sebeple, homojen bir grup oluşturmak amacıyla, araştırmanın örnekleme kriterleri 30 ila 60 yaş arasında olan, iş hayatında önceden bulunmuş veya şu anda bulunan kadın katılımcılar olarak belirlenmiştir. Araştırma planı aşamasında, örneklem sayısı 5 ile 8 arasında belirlenmiş ve veri doygunluğuna ulaşıldığında, 6 katılımcı ile yapılan görüşmelerle araştırma tamamlanmıştır. Katılımcılar, gönüllülük esasıyla araştırmaya katılmış olup bilgileri aşağıdaki gibidir:

Tablo 1.

#### *Katılımcıların Demografik Bilgileri*

<b>Katılımcı Numarası</b>	<b>Katılımcı Kodu</b>	<b>Yaş</b>	<b>Meslek</b>
1	K1	60	Akademisyen
2	K2	40	Akademisyen
3	K3	36	Akademisyen
4	K4	43	Akademisyen
5	K5	43	Öğretmen
6	K6	37	Hizmet Sektörü

#### **Prosedür**

Bartın Üniversitesi etik kurulundan alınan onayın ardından “giysi ile ilişkilerinde tekrarlı giysi davranışlarının, bu davranışları nasıl deneyimlediklerinin, bu deneyimlerin kişilerde uyandırdığı duygu durumunun ve giysilere yükledikleri anlamların” inceleneceği bir araştırma daveti oluşturulmuştur. Bu çağrıya yanıt veren ve tekrarlı giysi davranışları olduğunu beyan eden gönüllü katılımcılarla görüşmeler planlanmıştır. Her bir katılımcıya bireysel görüşmeler başlamadan önce araştırmaya katılımın gönüllülük esasına dayalı olduğunu ve elde edilecek bulguların kişisel veriler gizli tutularak bilimsel amaçlarla

kullanılacağıının bilgilendirmesi yapılmıştır. Görüşmeler, katılımcıların kendilerini rahat hissedebilecekleri ortamlarda (ev-işyeri) gizliliği korumak adına üçüncü bir kişi olmaksızın yüz yüze yapılmış ve ses kayıtlarına alınarak arşivlenmiştir. Toplamda 6 katılımcı ile yürütülen görüşmelerin ses kayıtları, her bireyin soruları cevaplama süresi, katılımcının kendi düşünce süresine göre değişiklik göstererek toplamda 1 saat 20 dakika 26 saniye sürmüştür. Kayıtların deşifreleri yapılırken özel kurum ve marka isimleri, duygu ifade sesleri (gülme vb.), kekelemeler, anlamı olmayan tekrarlar (şey) ve sesler (hmm, eee) araştırmaya aktarılmamış, bunların dışındaki cümleler düzeltme yapılmaksızın birebir olarak yazıya aktarılmıştır. Katılımcıların kimlik bilgilerini korumak adına her bir katılımcı K1, K2, K3, K4, K5 ve K6 ile kodlanmıştır.

### **Veri Toplama Aracı**

Alanyazında fenomenolojik yöntemle yapılmış araştırmalar incelendiğinde veri toplama araçlarının derinlemesine ve çoklu mülakat (Creswell, 2023), görüşme, gözlem, odak grup görüşmeleri ve doküman incelemeleri (Kıral, 2021) gibi tekniklerle yapıldığı görülmektedir.

Görüşme tekniği, bir konuya ilişkin hazırlanan sorulara yönelik ilgili kişi (ler) den bilgi almaktır (Aziz, 1994). Yarı yapılandırılmış görüşmelerde görüşme soruları “incelenen deneyimin detaylı tarif edilmesine olanak sağlayacak” ve “söz konusu deneyimin katılımcılar tarafından anlamlandırılma biçimlerini ortaya çıkaracak açık uçlu” sorulardan oluşturulmaktadır (Ar-Karcı, 2022).

Bu araştırmada veri toplama tekniği olarak yarı yapılandırılmış bireysel görüşme formu kullanılmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın görüşme soruları araştırmacıların geliştirdiği sorulardan oluşmaktadır. Araştırmada üç pilot uygulama yapılmış ve bu uygulama neticesinde görüşme sorularına yeni revizyonlar getirilmiştir. Sonrasında düzenlenmiş sorular (örneğin “Giyinmenin anlamı size nedir?”, “Yeni bir giysiye sahip olduğunuzda onu ilk olarak nasıl kullanmaya başlarsınız?”, “Giysinizi muhafaza ederken neler sizin için önemlidir? Bununla ilgili hangi davranışları sergiliyorsunuz?”, “Giysilerinizi giyerken düzenli yaptığınız bir davranışınız var mı? Var ise bunlar neler?”, “Peki bu durum size ne hissettiriyor?...” ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

### **Verilerin Analizi**

Araştırmada tüm görüşmelere ait ses kayıtlarının transkriptleri çıkarılmıştır. Bu ses kayıtları araştırmacılar tarafından tekrar okunarak metinler üzerine notlar alınmış ve kodlamalar yapılmıştır. Kodlamalardan sonra alt ve üst temalar belirlenmiş, karşılaştırılmış ve ortak temalar gruplandırılmıştır. Temaların oluşturulmasında fenomenolojik yaklaşıma dayalı

olarak katılımcıların cevapları doğrultusunda tümevarımsal metodoloji uygulanmıştır. Alınan cevaplarda “çoğunlukla, sıklıkla, genellikle, hep, sürekli, her daim, her zaman, mutlaka, kesinlikle” gibi ifadeler özellikle tekrarlı davranışları betimleyen sözcükler olarak değerlendirilmiştir.

### Refleksivite

Bu çalışma, moda tasarımı alanında olan ilk araştırmacının, kişilerin giysilere yükledikleri anlam ve tekrarlı giyinme davranışları ile giyside anlam ve davranış ilişkisine dikkat çekmesi üzerine başlatılmıştır. İkinci araştırmacı klinik psikolog olmasından ve obsesif kompulsif yapılanma ile ilgili çalışmaları bulunduğundan araştırmaya davet edilmiş, çalışmanın psikoloji perspektifinden, nitel bir yöntem ile ele alınmasını sağlamıştır. Çalışmanın üçüncü araştırmacısı moda tasarımı alanında araştırmacı olup araştırmanın yapılandırılması süreçlerine katkı sağlamıştır. Çalışmanın dördüncü araştırmacısı ise klinik psikolog olmasından ve tekrarlı davranışlara (örneğin bozulmuş yeme davranışları) yönelik çalışmaları bulunmasından araştırmaya dahil edilmiştir. Bu sayede, giysiye dair anlamların ve tekrarlı davranışların hem moda hem de psikoloji perspektifinden derinleştirebileceği düşünülmüştür.

### Sonuç

Bu araştırmada, katılımcılar ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerin analizi sonucu ortaya konulan üst ve alt temalar aşağıdaki tabloda sunulmuştur (Tablo 2). Her bir tema başlığının altında yürütülen analiz altı örnekleri ile açıklanmıştır.

Tablo 2.

#### Üst ve Alt Temalar

Üst tema	1. düzey alt tema	2. düzey alt tema	3. düzey alt tema
Giysiye dair anlamlar	Kişisel alanda anlam		
	Toplumsal alanda anlam		
Giysiye dair tekrarlı davranışlar	Satın almada tekrarlı davranışlar	Mantıksal seçimler	İhtiyaca göre
		Duygusal seçimler	Bireye uygunluğuna göre
	Kullanımda tekrarlı davranışlar	Sabitlik/ısrar	Tarzı yansıma
		Değişkenlik/esneklik	Duygusal bağ Giysinin enerjisi
Temizleme tekrarlı davranışlar		Yeni almanları yıkamadan giymeme	



Tablo 2. devam

	Hemen hemen her kullanımdan sonra yıkama
Giyinme – soyunmada tekrarlı davranışlar	Sağ taraftan başlayarak giyinme – soyunma
	Alt bedenden başlayarak giyinme – üst bedenden başlayarak soyunma
	Düz taraftan giyinme – soyunma
Saklamada tekrarlı davranışlar	Kullanım yerine göre
	Türüne göre
	Mevsime göre
	Renge göre

## 1. Giysiye Dair Anlamlar

Çalışmanın amacına paralel olarak giysilerin bireyler için sahip olduğu anlam araştırılmıştır. Bu aşamada giysilerin bireyler için kişisel ve toplumsal alanda farklı anlamlar taşıdığı görülmüştür. Katılımcılar kişisel alanda giysilerin kimliği/kişiliği yansıttığını, giysilerin kişiye özgü bir enerji taşıdığını, toplumsal alanda ise bireylerin statü, dini tercih, sosyal ortam gibi faktörlerde kıyafetlerin belirli anlamlar ifade ettiğini belirtmişlerdir.

**1.1. Kişisel Alanda Anlam.** Katılımcılar kişisel alanda giysilerin kimliklerini ve kişiliklerini yansıttığından aşağıdaki alıntılarda söz etmektedirler:

*K1: Giyinmek yalnızca örtünmek değil, benim için. Tüm düşüncelerimi, yaşama bakış açımı, sevdiğimi her şeyi yansıtarak birleştirmek. Hatta bunun içine girdiğimde üzerimde taşıdığım da sadece giyindiğim değil takılar saç rengim ayakkabıma kadar baştan aşağıya beni yansıtmasını istiyorum.*

*K3: ....Beyaz giydiğimde daha temiz, daha iyi enerjide hissediyorum. Tercih etmediğim renk de kahverengi. Kahverengi giydiğimde de kendimi böyle çok hasta, yorgun böyle olumsuz, yaşlı böyle o kötü hissediyorum kahverengi giysi renginde.*

*K5: Kişinin kendi iç dünyasını yansıttığını düşünüyorum... Canlı renkler, sıcak renkleri tercih ederim sıklıkla. Kişiliğimi, enerjimi yansıtıyor benim için. Bej, nude kullanmam çok soluk çünkü o renkler, enerjimi tüketiyor.*

*K6: ....Ayrıca giysilerim benim için kesinlikle önemlidir. Başka insanlarla paylaşmayı sevmem. Onlar bana özel ve benim ruh halimi yansıtıyorlar. ...Mavi de aynı şekilde ben beni daha çok canlılık geliyor gibi hissediyorum maviyi kullandığımda. Aslında ben şöyle düşünüyorum, kıyafetlerin, insanların enerjilerini çok etkilediği. Ve yeşil renk bana huzur veriyor. Mavi de enerji veriyor bana göre.*

**1.2. Toplumsal Alanda Anlam.** Katılımcıların büyük bir çoğunluğu giysinin toplumsal alanda statü, dini tercih, sosyal ortam gibi faktörlerle belirli anlamlar ifade ettiğini belirtmişlerdir.

*K2: Giyinmenin anlamı benim için öncelikle gidilecek mekâna göre giysilerin değiştiğini biliyoruz. Dolayısıyla giysilerin anlamı var. Benim için de giyim iş hayatı ve sosyal hayat*

olarak değişiyor ve anlam kazanıyor. Karşımdakini de giysisine göre değerlendirebiliyorum. Ona dair bir ön yargım oluşuyor. Dediğim gibi şıklık ve saygınlık oluşturabiliyor.

K3: Hani mesela yemek yemek için bir yere gitmeyi planlarız ya da işte bugün şunu yiyeyim diye bir şeyler planladığımız gibi ben de yapacağım her eylem için ne giyeceğimi planlarım....

K4: ....Giyinmenin anlamı tabi ki her şeyden önce toplumsal şeylerden dolayı, gerekliliklerden dolayı, tabi ki örtünme...

K5: Giyinmenin anlamı statüyü belli ediyor aslında kıyafet.

K6: ...örtünmek, kapatmak, güzel görünmek...

## 2. Giysiye Dair Tekrarlı Davranışlar

Giysilerin anlamının yanında, giysilere ait belirli konularda tekrarlı davranışların ortaya çıktığı görülmüştür. Bu tekrarlı davranışlar, giysileri satın almada, kullanımda, temizlemede ve saklamada tekrarlı davranışlar olarak belirlenmiştir.

**2.1. Satın Almada Tekrarlı Davranışlar.** Katılımcıların giysileri satın alırken mantıksal ve duygusal faktörlere göre seçimler yaptığı görülmüştür. Mantıksal seçimler, giysiye ihtiyaç duyulduğu için ve bireye uygun olduğu (bütçesine, statüsüne vb.) için satın almayı ifade etmektedir. Duygusal seçimler ise kıyafeti yalnızca almış olmak için, rahatlamak için, kıyafet almayı fırsat olarak gördükleri için satın almayı ifade etmektedir.

### 2.1.1. Mantıksal seçimler

Katılımcıların satın alma davranışlarında gösterdiği tekrarlı davranışlar, mantıksal seçimlere dayanmaktadır. Mantıksal seçimler ihtiyaca göre ve giysinin bireye uygunluğuna göre yapılan seçimler olarak belirmiştir.

**2.1.1.1. İhtiyaca göre.** Katılımcılar ihtiyaç duyduklarında giysi satın alma davranışına yöneldiklerini belirtmişlerdir. Örneğin, katılımcılardan bir tanesi bu yönelimini (K4) “...Muhakkak ihtiyaca göre de tabi... Ortamlara göre işte..., bir düşün olur, bir şey olur, ona göre hazırlık işte yeni parçalar alınabiliyor.” şeklinde; bir diğer katılımcı ise (K6) “...Genelde ihtiyacım olduğunda giysi satın almayı tercih ediyorum...” şeklinde ifade etmişlerdir.

**2.1.1.2. Bireye uygunluğuna göre.** Katılımcılar giysileri seçme nedenlerinden birisi olarak giysilerin onların bedenlerine ve bütçelerine uygun olmasını belirtmişlerdir.

K2: ....Bedenime uygun olması benim için önemli her zaman. Çünkü beden olarak üst omuzları geniş ve basenleri geniş biriyim. Dolayısıyla ince belli olduğum için her kıyafet olmuyor ve ten rengime de uygun olması gerektiğini düşünüyorum...

*K4: ... mesela beden ölçüsünde tam bedenime uyan, kalıpları bedenime uyan şeyler var, bazı mağazalar var. Genellikle ona...dikkat ederim....*

*K5: Yakışması ve bedenime uygunluğu önemli. Yani sevdiysem beğendiysen alıyorum. Hatta beğendiğim bir giysinin farklı renklerinden en az 2 tane alırım. Fiyatı da çok önemli. Bütçemi sarsmamalı...*

*K6: ...Bedenime yakışacak, beni hoş gösteren kıyafetleri almayı tercih ediyorum. Giysilerin moda ya da marka olması benim için hiç önemli değil... O yüzden cinsiyetime ve bedenime uygun giysileri almak her zaman birinci seçeneğim olur.*

### **2.1.2. Duygusal seçimler**

Katılımcıların satın alma davranışı etkileyen bir diğer faktör, duygusal olarak yaptıkları seçimlerdir. Katılımcılar, bir giysiye sahip olmak istedikleri, bir giysiyi beğendikleri, o giysinin içinde kendilerini rahat ve güçlü hissettikleri ve o giysiyi kaçırılmaması gereken bir fırsat olarak gördükleri için satın alma davranışı gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir.

*K1: Dikkatimi çeken, hoşuma giden....*

*K3: Yani her hafta alabilirim sanki çok sıkırım ben giysi (den) genellikle her hafta alıyorumdur.... Bir statü vermesine önem gösteririm ya da onu giydiğimde daha güçlü, daha temiz bir görünüm sağlayıp sağlamayacağına dikkat ederim...*

*K4: ...Bazen hiç hesapta olmayan şeyleri alıyorsun, bazen de hoşuna giden şeyleri alıyorsun.....hani üzerinde rahat olması kendini rahat hissettirmesi gün içinde yormayacak hani atıyorum etek boyudur, vesairedir böyle çekiştirmeyeceğin, daha çok hani rahat olmasına dikkat ederim...*

*K5: ... Beğendiğim ve bana yakışacağını düşündüğüm bir kıyafet varsa hele bir de indirim girdi ise mutlaka alırım.*

**2.2. Kullanımda Tekrarlı Davranışlar.** Giysi kullanımında katılımcıların sabitlik/ısrar ve değişkenlik/esneklik gösterdiği görülmüştür.

### **2.2.1. Sabitlik/Israr**

Katılımcıların bazı giysilerinin kendi tarzını yansıtmasından, giysiler ile duygusal bağ kurmalarından ve giysilerin enerjisi olduğuna inanmalarından ötürü belirli kıyafetleri kullanmada ve/veya kullanmamada sabitlik/ısrar gösterdikleri görülmüştür.

**2.2.1.1. Tarzı yansıtma.** Katılımcıların birkaçında tarzlarını yansıttıkları için belirli kıyafetleri kullanmada sabitlik/ısrar gösterdikleri belirlenmiştir.

*K1: (kullanım yerine göre giysi tercihleri farklılık) Göstermiyor. Her yerde benzer şeyleri giyiyorum...*

*K4: Aslında çok göstermez (kullanım yerine göre giysi tercihleri farklılık). Genellikle hani hep aynı tarz giyinmeyi severim.*

**2.2.1.2. Duygusal bağ.** Katılımcıların çoğu belirli kıyafetleri giydiklerinde daha güçlü ve güvende hissettikleri için bazı kıyafetlerden vazgeçemediklerini belirtmişlerdir.

*K2: Genel olarak zor beğenen biri olduğum için giysilerim ile duygusal bağ kurabiliyorum. Özellikle anısı olan bazı kıyafetlerim var dolabımda. Dolayısıyla onlardan vazgeçemiyorum. Ne kimseye verebilirim o kıyafetlerimi ne de çok sık kullanmasam da hatta hiç kullanmadığım bir ceketim var ve onu dolabımdan atamıyorum. Böyle bir ona, o ceketime karşı bir takıntım var. Ne vazgeçemiyorum ne giyebiliyorum ne de atabiliyorum. (O giysi) benim annemden kaldı...*

*K3: Evet, hatta böyle iki tane spor ceketim var. Onları nerdeyse her ortamda giymeye ve hani böyle çok alakasız şeyler olduğunda bile onları yanımda taşımaya dikkat ediyorum. Üstüme giymesem bile o gün mutlaka yanıma alıyorum. En azından ortamda giyemediğimde bile çıktığımda giymeye çalışıyorum. Çünkü onları giydiğimde daha güçlü ya da daha kendimmiş gibi hissediyorum. Manevi olarak da çok böyle onlarla bir duygusal bağım var gibi.*

*K3: Aynı yani biraz önce bahsettiğim şey aslında duygusal bir bağım var. ...İkisini de sanki onları giydiğimde daha kendimmiş gibi hissediyorum. O yüzden bulunmak istemediğim ya da böyle daha ciddi beni sıkan geren böyle tedirgin olacağım bir ortamsa bile orada giymesem de dediğim gibi çıktığımda onları giyip yine kendim gibi hissedebiliyorum. O gücü kendimde bulmuş oluyorum onlara genelde her yerde taşıyorum öyle yani arabaya falan mutlaka koyuyorum.*

*K4: Özellikle hani sosyal ya da kültürel ve duygusal bağım çok oluyor. Yani bir parçayı mesela çok severek aldysam çok severek kullanıyorsam paralanana kadar giyerim. Paralanana kadar, üstümden dökülene kadar ... giyerim, delik deşik olana kadar. Ya çok sevdiğim bir parçaysa kolay kolay vazgeçemem atamam öyle söyleyeyim...Hani üstümden yüz kere de görse ben onu yine giyerim çünkü seviyorumdur yani. O konuda biraz ... takıntılıyım. Eğer çok sevdiğim bir parçaysa.*

*K5: Var, Siyah atlet giymeden çıkamam asla. İlla siyah renk olması gerekiyor başka renk giyemem. Çok uzun zamandır böyle. Alışkanlık, hep tercihim böyle. Daha güvende hissederim kendimi...Giysilerimi yine kimselere vermem. Onlarla duygusal bir bağ kurarım. Kıyafetlerim bana aittir.*

*K6: Duygusal ve dini bağım var. Vücudumun çok açık olmamasını seviyorum çünkü o şekilde huzurlu oluyorum....*

**2.2.1.3. Giysinin enerjisi.** Kıyafetlerin enerji verdiğine inandıklarından katılımcıların hepsi özellikle belirli birkaç renkte kıyafet kullanmada sabitlik/ısrar gösterdiklerini belirtmişlerdir.

*K1: Birçok rengi çok seviyorum ama gri ve kahverenginin dışında. İçinde böyle grilik içeren bir renk varsa onları sevmiyorum, giymiyorum. Yani içinde ışık ağırlıklı, ışığı yüksek renkleri seviyorum, canlı. (Gri ve kahverengi) Çok nötr, kişilik olarak beni yansıtmıyor, rahatsız ediyor ya o nötrlük, herhangi bir değere oturmuyor, renk değiller zaten ne artıdalar ne eksideler, ortada bir yerdeler. Bende öyle biraz uçlarda olduğum için o nötrlüğü sevmiyorum, belirsizliği sevmiyorum. G: Renkli giydiğinizde K1: Kendimi iyi hissediyorum.*

*K2: Gri vazgeçilmez rengim grinin her tonu ve de. Her rengin grisi diyebilirim ama özellikle siyah, beyaz ve gri tonları vazgeçilmez renklerim... Bir takıntı haline geldi ama 4 yıldır neredeyse 4-5 yıldır bu halde tek rengin çeşitliliğini tercih ediyorum. Kendimi daha yüksek hissediyorum... Siyah tepeden turnağa siyah, gri ise tepeden turnağa gri tercih ediyorum...Evde de siyah giyiyorum genel olarak. Siyahı tercih*

ediyorum. Daha şık hissediyorum kendimi siyahın içinde. G: Evde de öyle? K2: Evet ve daha rahat hissettiriyor bana bu duygu... Ama mesela giymediğim renkler var. Kırmızı mesela asla giyemiyorum. Yılbaşı özel bir gün tamam bir kullanıyorum belli bir aksesuar ya da böyle bir kazağım var sadece mesela onu dikkat ettim, tek bir kazağım var kırmızı 3 yıldır onun üzerine başka kırmızı hiçbir şey almadım. Kırmızıya karşı bir antipatim var evet çok canlı renklere turuncu olabilir bu, mor olabilir. Yani kullanmadığım renkler. (Canlı renkler) Çok dikkat çeken renk olarak beni rahatsız ediyor yani. Hadi bugün bunu giyeyim diye çıktığım zaman evden huzursuz oluyorum. Kendimi iyi hissetmiyorum...

K3: Beyazı özellikle çok tercih ederim. Hatta bir şeylerin böyle beyaz serisini almaya çok yatkınım. Beyaz giydiğimde daha temiz, daha iyi enerjide hissediyorum. Tercih etmediğim renk de kahverengi. Kahverengi giydiğimde de kendimi böyle çok hasta, yorgun böyle olumsuz, yaşlı böyle, kötü hissediyorum kahverengi giysi renginde.

K4: Gri tonları, mavi tonları, siyah mesela, kullanırım çok. Severek alırım ve giyerim. Genellikle yumuşak pastel renklerdir ama dediğim gibi arada bir çılgınlığım tutuyor işte böyle cart maviler, kırmızılar, yeşiller o tür şeyleri de seviyorum...Tercih ettiklerim herhalde griler ve maviler en tercih etmediklerim de aslında hiç de denemedim öyle bir şey ama mesela sarı tonları. Düşünüyorum şu an gardırobunda herhalde sarı tonunda pek bir şey yok. Bir tane eteğim var...Ya açıkçası hani tercih ettiğim renkler olduğu için sürekli kullandığım renkler olduğu için kendim gibi hissettiriyor yani. Sanki böyle hani üzerine bir şey geçiriyormuşsun gibi değil de senin zaten bir parçanmış gibi hissettiriyor. O yüzden belki de hani alışıktıktan sonra ya da işte gardırobunda olmayan şeyler renkleri giydiğimde belki hani rahatsız oluyordumdur.

K5: Canlı renkler, sıcak renkleri tercih ederim sıklıkla. Kişiliğimi, enerjimi yansıtır benim için. Bej, nude kullanmam çok soluk çünkü o renkler, enerjimi tüketiyor.

K6: Ben bej rengini hiç sevmiyorum, çünkü birincisi ten rengime kesinlikle uymuyor. Beni ölü gibi gösteriyor. İkincisi bej rengi bana ölümü hatırlatıyor. Böyle bilmiyorum toprağa hatırlatıyor. Hiçbir zaman da kullanmadım. Yani çocukluğumda bile kullanmamışım hatırladığım kadarıyla. Yeşille mavi tonlarını çok seviyorum. Yeşil, yeşil bana sakinlik veriyor, huzurlu hissettiriyor, dinginlik veriyor. Mavi de aynı şekilde ben beni daha çok canlılık geliyor gibi hissediyorum maviyi kullandığımda. Aslında ben şöyle düşünüyorum, kıyafetlerin, insanların enerjilerini çok etkilediği ve yeşil renk bana huzur veriyor. Mavi de enerji veriyor bana göre.

### 2.2.2. Değişkenlik/Esneklik

Katılımcılar, kıyafet kullanımının girdikleri ortama göre değiştiğini ifade etmişlerdir.

K1: ...yani çok özel bir düğün, eğlence ortamıysa biraz daha farklı şeyler giydiğim oluyor evet, yakınlık, yakınlık durumuma göre. G: Yani bu durumda kullanım yerine göre giysi tercihleriniz farklılık gösteriyor diyebilir miyiz? K1: Evet, küçük bir anlamda diyebiliriz.

K2: Özellikle okulda farklı bir bakış geliyor, hayatımızda bakış geliyor. Daha rahat bütün gün aynı kıyafetle olduğum için çok dar kıyafet kullanmak istemiyorum. Rahat kıyafetler tercih etmeyi uygun görüyorum. Bir de tabii ki de iş yaşamımda çok fazla dikkat çekici ya da frیکik vereceğim kıyafetler giymek istemiyorum. Eril bir toplumdaki yaşıyoruz çünkü. Dolayısıyla bunlar dikkat ettiğim şeyler olabiliyor.

K3: ..ama tabii ki hani iş yerinde biraz daha resmi giysilerimin de bulunmasına dikkat ederim.

K5: Gündelik ve iş hayatımdaki giysiler farklıdır tabii her zaman. Yine özel günlerdeki kıyafetlerimi daha frapan tercih ediyorum.

*K6: Tabii ki de farklılık gösterir. Mesela bir düğün davetine katılacaksam orda daha sık giyinmeyi tercih ederim ama günlük hayatımda genelde spor giyinmeyi tercih ediyorum.*

**2.3. Temizlemede Tekrarlı Davranışlar.** Giysi temizliğinde katılımcıların hiç giyilmemiş (yeni alınan) ve kullanılmış giysilere göre tekrarlı davranışları olduğu görülmüştür. Katılımcıların yeni alınmış giysileri yıkamadan giymedikleri belirlenirken, kullanılmış giysileri hemen hemen her kullanımdan sonra yıkadıkları görülmüştür.

### **2.3.1. Yeni alınanları yıkamadan giymeme**

Katılımcıların hepsinin yeni aldıkları kıyafetleri giymeden önce onları yıkamaları gerektiğine inandıkları görülmüştür.

*K1: Yani çok temiz olduğunu düşünsem bile mutlaka yıkarım. Ütülerim. Ondan sonra rahatlıkla giydiğimi düşünüyorum.*

*K2: Yıkamasam giyemem onu ya da giydim diyelim mağazada alırken denemem gerekti aldım, giydim. Onu eve gelince yıkamam gerekir, ütülerim gerekir ve benim de duş almam gerekir. Eve gelir gelmez.*

*K3: Hemen yıkıyorum. Hemen yıkayarak kullanırım. Asla bir şeyi böyle yıkamadan kullanmam ama yani kullanmak zorunda olduğum bir durum olursa da ki çok nadir. Hani bir şey dökülür .... Ama yıkamadan giyemem.*

*K4: Tabii ki yıkayarak. Hani hijyenik koşullardan ötürü yıkamayı tercih ederim açıkçası... Hiç, bir kere bile giymem o haliyle. Bir de yani hijyenik sebeplerin yanında o giysinin üzerinde bir koku oluyor ya böyle bir kimyasal şeyi oluyor kokusu oluyor. Onu da çok tercih etmediğim için kesinlikle yıkamadan giymem.*

*K5: Hemen yıkarım. Yıkamadan giymiyorum hijyen için ya da artık uzun süre alışkanlık mı? Etiketini söküp ondan sonra yıkarım, sonra giyerim.*

*K6: Şöyle, yıkamadan kesinlikle giymem çünkü bu ürün üretilirken benden önce kimler denedi, nasıl dikildi, ne şartlarda boyandı ya da benden önce kimler denedi? Bu benim için çok önemli. Onu gelince kesinlikle yıkayıp o şekilde giyerim...*

### **2.3.2. Hemen hemen her kullanımdan sonra yıkama**

Katılımcıların hepsi yeni alınan kıyafetlerde olduğu gibi bir kıyafeti hemen hemen her kullanımdan sonra yıkamaları gerektiğine inanmaktadırlar.

*K1: Yani çok sık yıkıyorum yani dışarıdan geldiğimiz bir giysiyi, dışarıdan geldiğim giysiyi ayırıyorum. Eğer yani kendim için bir terlilik ya da herhangi bir koku hissetmiyorsam, kirlenmediğini düşünüyorsam 1-2 kere daha giyeceğim bir yerde duruyor ama çoğunlukla yıkıyorum. Ev ya da dışarıyı fark etmiyorum. Çoğunlukla her kullanımda.*

*K2: Yani dışarıdan gelip eve geldiğimde her defasında yıkıyorum ama bu hani uzun süreli bir yıkama programı olmuyor...Dolayısıyla ama illaki bir sudan geçmesi gerekiyor o kıyafetin.... Lise çağlarından beri başlamıştır herhalde ortaokul lise çağlarından beri bu (yıkama davranışı) böyle... Genelde evde de olsa 2 günde bir mutlaka değiştiriyorum.*

*K3: Giysilerimi sürekli yıkarım, çok uzun yıllardır yani kendimi bildim bileli bu şekilde devam ediyordum. Okul zamanlarımda da sürekli yıkamaya çalışırdım. Dışarıdan geldiğimde hemen yıkarım aslında şey, birçok zaman bunun çok titizlikle alakalı bir şey oldu. Temizlik takıntım olduğunu düşünmüştüm ama aslında öyle değil yani. Temizliğinden emin olsam bile o başka bir enerji yani giysiye giydim. O gün onun enerjisini tükettim ve onun yıkanıp yeniden sıfır bir enerjiyle başlaması gerekiyor gibi hissediyordum. Öyle olduğunda yani sanki o günün getirilerini ya da götürülerini giysi yanında taşıyormuş gibi geliyor ama yıkanıp yeniden giydiğimde yeni bir gün yeni bir giysi sıfırdan başlıyormuşum gibi oluyor...*

*K4: Her kullanımda yıkarım. Yani atıyorum, tişört pantolon da olsa atıyorum iç çamaşır çorap da olsa her giydiğimde muhakkak akşam o bir makineye atılır, ikinci kez asla giymem yani çok böyle hani mecbur kalacağım belki seyahatte bir şeyde olacağım da. Dışarıdan geldiğim zaman hemen yıkarım. O yüzden çabuk eskirler...Evdeler de aynı şekilde hani atıyorum işte pijamaydı, sabahlıklı vesaireydi sıklıkla yıkarım en az ya en fazla 2 gün giyerim bir pijamayı. Dışarıdan geldiye muhakkak her gün yıkanır. (Bu davranış) Ezelden beri. Çocukken de öyleydim yani.*

*K5: Ev kıyafetlerimi haftada 3 kez en az yıkarım. Her duştan sonra mutlaka yıkarım kullandığım giysilerimi bir daha giymem duştan sonra. Dışarıdaki giysilerimi ise havalandırır bir kez daha giyerim onu ama eğer lekeliyse ikinci kez giymem, hemen yıkarım onu da. Temizlik açısından da dışarıdaki kıyafetlerimle evde dolaşmam gelir gelmez çıkarırım üstümden zaten.*

*K6: Şöyle dışarıdan geldiğim kıyafetlerimi kesinlikle dışarıdan gelir gelmez çamaşırlığa atarım. Bununla kanepenin üstünde oturmam, evde dolaşmam hiçbir şekilde yatağımın üstüne oturmam. O kıyafetler ben dışarıdan geldiğim zaman çamaşır sepetine gider onların çünkü temiz olmadığını düşünüyorum. O yüzden onlarla hiçbir işimi yapmam. Şöyle evde kullandığım giysilerimi de 2 günde bir duş aldığım zamanlarda komple değiştiririm yani hani mesela diyelim çorabım kalsın ya da iç çamaşırım kalsın falan değil, komple şekilde kesinlikle değişecek. Böyle şeylerim vardır kesinlikle.*

**2.4. Giyinme-Soyunmada Tekrarlı Davranışlar.** Katılımcıların giyinme ve soyunma davranışlarında belirli örüntüleri takip ettikleri görülmüştür.

#### **2.4.1. Sağ taraftan başlayarak giyinme-soyunma**

Katılımcıların çoğunun giysilerini giyerken sağ veya soldan giyme konusunda hassasiyet gösterdikleri ve bu hassasiyete uymadıklarında olumsuz duygular deneyimledikleri görülmüştür.

*K2: Genelde kıyafetin önce sağ kol, sağ ayak şeklinde giymeye özen gösteriyordum...Bu hep böyle. Herhalde kültürel dini öğelerin de bizim bilinçaltımızda işlenmesiyle alakalı olabilir. O gün başıma kötü bir şey gelmemesi adına sağ ayakla giyerim mesela ayakkabıyı da sağ ayakla sağ üzerimi sağ kolumu geçiririm, ilk önce sağ bacağımla önce pantolonumu giyerim mesela önce sağ tarafı bu evet tercih ediyordum... Solla giysem de bir bismillah çekiyordum ya da çıkarma gereği duyuyordum. Hayır, bugün önemli bir işim var benim sağ tarafımla giymem gerekiyor deyip çıkarıyorum o kıyafeti. Tekrar sağla giymek için evet...G:Huzursuz mu hissediyorsunuz? K2: Evet huzursuz hissediyordum ama bak bugün sol tarafımda giymiştim de bunu yapmamıştım deyip bu yüzden başıma bu geldi diye bir kendimi örgütlenme halim var...*

*K3: Sağ tarafımdan giymeye çalışıyorum. Sağ tarafımdan giymezen özellikle ayakkabıyı falan da mutlaka sağ ayak giyip adımlama çalışıyorum. Bazen şey*

diyorum, hani bunlara aldırma bu tarz batıl inançların olmasın diye mesela soldan giyip devam etmeye çalıştığımda içim rahat etmiyor. İllaki bir noktada çıkarıp tekrar giyiyorum bir şekilde. Genellikle hep sağ taraftan, hatta genellikle değil her zaman hep sağ taraftan giyinmeye çalışıyorum. G: Bu durum sizde ne hissettiriyor? K3: Ashında kötü hissettiriyor yani çok takıntılı hissettiriyor ama dediğim gibi kendimi durduramıyorum, kötü şeyler olacaktı gibi. Yani böyle kötü bir şey başıma gelecekti gibi hissediyorum yapmadığımda.

K5: Ben hep sağ taraftan giyinmeyi tercih ediyorum. Eğer unuttuysam kesinlikle çıkarım yeniden giyerim. Uğursuz olacağını, işimi rast gitmeyeceğine inanıyorum. Çok huzursuz olurum.

K6: Şöyle giysilerimi giyerken sağ taraftan giymeye kesinlikle dikkat ediyorum. Çünkü bunun dini açılan o dini açıdan önemli olduğunu öğrendim. Öğrendiğim zamandan beri de bu hep benim artık yaşam biçimim haline geldi. Sağ taraftan giyiyorum çünkü o zaman daha huzurlu hissediyorum kendimi...

#### **2.4.2. Alt bedenden başlayarak giyinme-üst bedenden başlayarak soyunma**

Katılımcılar giysilerini giyerken veya çıkarırken giyinmeye alt beden, soyunmaya ise üst beden bölgelerinden başladıklarını belirtmişlerdir.

K2: ... önce alt mesela pantolon işte iç çamaşırı olsun, önce altımı giymeyi tercih ediyorum...Bu herhalde dediğim gibi, toplumsal, dini öğelerin bilinçaltımıza işlenme durumu olabilir. Utanma, ayıp gibi kavramların bize işlemeyle işlenmesiyle alakalı bir durum bence... İşte güven duygusu önce bedeninin alt tarafını örtmek. Önce üst bedenimi çıkarıyorum yine aynı şekilde.

K5: Alt kıyafetimden giyinmeye başlarım. Sanırım daha pratik olduğunu düşündüğüm için de olabilir...Hep üst giysimi çıkarırım. Atletle tişörtümü ya da üst giysimi iç çamaşırımla birlikte çıkarım.

K6: ...şöyle de bir durum var, giysi giyerken kesinlikle alt taraftan giyinmeye başlıyorum. Çünkü alt tarafım açık olduğunda çıplak olduğumu hissediyorum. Alt tarafımı hemen giyer giymez, pantolon olsun, eşofman olsun örtündüğümü düşünüyorum.

#### **2.4.3. Düz taraftan giyinme-soyunma**

Katılımcıların giysilerini giyerken veya çıkarırken giysinın ters veya düz görünümüne karşı çeşitli tekrarlı davranışlar geliştirdikleri belirlenmiştir.

K1: Çıkarırken ters çıkarmam hiçbir zaman. Elbiseleri aşağıdan yukarıya doğru çıkarıp düzgün, ters değil düz bir şekilde çıkarıp ya asıyorum ya yıkamaya atıyorum... Aşağıdan yukarıya çıkarsam da düzgün tutmaya çalışırım. Ters döndürmem hiç, döndüyse de düzeltirim. Toplarken de eğer ters atıldıysa makineye onu bir şekilde düzelterek koyuyorum.

K3: Giysilerimi çıkarırken genellikle dış yüzeyinin içe gelmesine dikkat ediyorum. Ters çıkarıyorum. Yani temizlik ve gene o böyle dışarının enerjisini içinde tutmasını amaçlıyorum böylelikle.

K5: ...Atletimi, çorabımı eğer ters giydiysen çıkarır, tekrar düzünü giyerim.



*K6: ...Asla ters şekilde de giymem, kıyafetlerimi öyle de bir durumum vardır. Ters giydiğim zaman bu iç çamaşırı da dahi olsa her ortam ne olursa olsun bunu değiştirip tekrar aynı haline düz haline getiririm. Giysilerimi hep düz tarafından giymeye dikkat ediyorum. Yani onu gördüğüm an kesinlikle değiştiririm.*

**2.5. Saklamada Tekrarlı Davranışlar.** Giysileri saklarken katılımcıların giysilerin kullanım yerine, türüne, giyildiği mevsime ve renklerine göre tekrarlı saklama davranışları olduğu görülmüştür.

### **2.5.1. Kullanım yerine göre**

Katılımcıların giysilerini kullanım yerlerine göre sakladıkları görülmüştür. Örneğin,

*K5: “..Gündelik kıyafetlerim en alt raftadır.” Şeklinde K6 ise “Şöyle benim dolabımı açtığım zaman dışarıda giyeceğim kıyafetler bir taraftadır. Evde kullandığım kıyafetler bir taraftadır... Özel alan ve sık kıyafetlerimi askıya koyarım.” şeklinde tekrarlı davranışlarını ifade etmişlerdir.*

### **2.5.2. Türüne göre**

Katılımcıların giysilerini türlerine göre bir arada sakladıkları ve bunlarla ilgili tekrarlı davranışları olduğu görülmüştür.

*K1: Örneğin yelek, ceket gibi şeyler, bazı pantolonlar kırıkmaması gereken hepsi belli bir yerdedir. Bluzler ütülü ve askılı bir şekilde ama bazı penye ve benzeri kolay katlanıp kaldırılması gereken yerlerde dolaplarda, raflarda üst üste...*

*K2: Mesela askı kıyafetlerim bellidir, ütülenmiş kıyafetler askıda olur. Yani günlük kullanıma dair penye, tişört gibi şeyler rafta olur dürülmüş bir şekilde ama onlar da kendi içinde siyah beyaz, gri olarak ayrılmıştır. Pantolonlarım en altta olur. Hep en altta olmasını isterim. Tek kat dürmek kaydıyla onlar da aynı şekilde gri, siyah beyaz olarak üçe ayrılmıştır pantolonlarda.*

*K3: ...biçimine göre ayırıyorum. Pantolonları ayrı, üst bedeni ayrı, şort ayrı, etek ayrı gibi orada çok dikkat etmiyorum açıkçası.*

*K4: ...mesela işte gardıropta ya da işte odada raflarda hep işte pantolonların, şortların yeri bellidir. Tişörtlerin işte mesela sıraya koyarım işte gömlekler, tişörtler atıyorum, kazaklar kışın gibi onlar hep kümelidir yani bir aradadır.*

### **2.5.3. Mevsime göre**

Katılımcılar giysilerini muhafaza ederken mevsim şartlarına dikkat ettiklerini ifade etmişlerdir.

*K1: ...önce mevsime göre kışlıkları başka bir yere kaldırıyorum. Yazlıklar onun yerine geçiyor...*

*K2: Dolabımda kıyafetler yazlık kışlık olarak ayrılmış durumda...Mutlaka evet kış gelince ya da yaz gelince bu değişikliği yapıyorum. Yazlık kıyafetlerimi kış gelince poşetleyip kaldırıyorum temiz bir şekilde.*

*K3: ...Sezona göre ayırıyorum. Yazlık kışlık şeklinde.*

*K4: ...yazlık kışlık olarak ayırıyorum genelde...İşte kabanlar, kazaklar, vesaireler bir taraftadır...Yaz mevsimindeyse daha çok hani böyle elinin altında olması gereken tişört, şort gibi şeyler daha hani ön taraftadır....*

*K5: Kışlık yazlık ayırım...*

*K6: ...yazlık ve kışlık olarak her zaman ayırım.*

#### **2.5.4. Renge göre**

Katılımcıların, giysileri rengine göre sakladıkları görülmüştür. Örneğin, K1 “.....*giyim sırama göre bazı renkleri de benzer bir şekilde sıralamaya çalışıyorum.*” şeklinde, K2 ise “...*diğerleri (kullanılan giysi) ise renklerine göre ayrılmış bir şekilde dolabıma yerleştiririm.*” şeklinde tekrarlı davranışlarını ifade etmişlerdir.

### **Sonuç ve Tartışma**

Mevcut çalışmanın bulguları, giysinin yalnızca bedeni örtme işleviyle hayatımızda yer almadığını, aynı zamanda giysilere belirli anlamlar yüklendiğini ve giysilere dair tekrarlı davranışlar geliştirildiği görüşünü desteklemektedir. Katılımcıların giysilere yüklediği anlamlar kişisel ve toplumsal düzlemde farklılaşırken, giysiye dair tekrarlı davranışlar satın alma, kullanma, temizleme, giyinme-soyunma ve saklama alanlarında kendini göstermiştir. Satın almada tekrarlı davranışlar, mantıksal ve duygusal seçim alt temalarına sahipken; kullanımda tekrarlar, sabitlik/ısrar ve değişkenlik/esneklik alt temalarına sahiptir. Temizlikte tekrarlar, yeni alınan giysilerin yıkanmadan giyinmemesi ile kullanılmış giysilerin hemen hemen her kullanımdan sonra yıkanması temalarında ortaya çıkarken; saklamada tekrarlar kullanım yerine, mevsime ve renge göre farklılaşmaktadır.

Tekrarlı davranışlar, girici ve istenmeyen bilişlerin verdiği rahatsızlıktan kurtulmak için yapılan kompulsif eylemler olarak tanımlanmaktadır (American Psychiatric Assosication, 2022). Giysi özelinde bu tekrarlı davranışlar satın alma, kullanma, soyunma-giyinme, temizleme ve saklama alanlarında ortaya çıkmıştır. Bu noktalardan bakıldığında tekrarlı davranışların hangi istenmeyen bilişler sebebiyle ortaya çıktığı düşünülmelidir. Özellikle temizlemede görülen tekrarlı davranışlar, Obsesif Kompulsif Bozukluk'ta (OKB) görülen kirlenme obsesyonlarıyla (örneğin bir yere dokunduğunda mikrop kapacağına ve zarar göreceğine dair girici ve istenmeyen tekrarlı düşünceler) ilişkili olabilir. Bunun yanında OKB'de görülen dinsel obsesyonlar (örneğin cehenneme gitmeye dair veya ibadetleri doğru yapıp yapmadığına yönelik girici ve istenmeyen tekrarlı düşünceler) sağ tarafından giyinme ve ilk olarak alt bedeni kapatmaya yönelik giyinme-soyunma tekrarlı davranışlarını açıklar niteliktedir. Giyside görülen bu tekrarlı davranışların psikopatolojilerle olan ilişkisi bu açıdan önemli görülmektedir. Dinsel obsesyonlara ek olarak, dini değerlere fazlaca bağlı olan bir toplulukta yaşamak da bireylerde bu davranışların gelişmesine etki etmiş olabilir. Diğer

dinlere nazaran, Müslümanlıkta sağ elle yemek yemek, sağ ayakla bir yere girmek gibi birçok davranışı sağ yönden başlayarak yapmanın önemli bir değer olduğu bilinmektedir. Bireylerin sağ tarafından giyinmeye başlamaları bununla açıklanabilir. Diğer bir deyişle, psikolojik problemlere ek olarak toplumsal değerlerin de bu tekrarlı davranışlara etki ettiği söylenebilir.

Satın almaya dair tekrarlı davranışlara bakıldığında bireylerin mantıksal ve duygusal nedenler ile satın alma davranışını gerçekleştirdikleri görülmüştür. Mantıksal seçimlerin yanında duygusal seçimler de yapılması giysiye sahip olmanın bireylerin duygudurumlarına olan etkisini gösterir niteliktedir. Bireylerin kasıtlı olarak yapmayı seçtiği eylemlerin mutlu olmanın en verimli yollarından biri olduğu savunulmaktadır (Lyubomirsky ve diğerleri, 2005). Bu açıdan bakıldığında, bireylerin giysi satın almada aktif rol oynadığı ve satın almanın kasıtlı bir eylem olduğu görülmektedir. Buna dayanarak, bireylerin mutlu olmak için satın alma davranışına yöneldiği ve olumlu pekiştirme ile bu satın alma davranışının sürdürüldüğü (Skinner, 1953) söylenebilir. Buna göre, kafein tüketimi (Samar ve Erul, 2022), şekerli yiyecek tüketimi (Match ve Mueller, 2007) ve alkol tüketimi (Cox ve Klinger, 1988) gibi giysi satın alma da (giysi tüketimi de diyebiliriz) bireylerin olumsuz durumlarla başa çıkmak için ortaya çıkardığı tekrarlı davranışlar olarak nitelendirilebilir. Bunu destekler nitelikte, alışveriş bağımlılığı bir bağımlılık olarak güncel araştırmaların konusu olmaya başlamıştır (gözden geçirme çalışması için bakınız Niedermose ve diğerleri, 2021).

Giysiye yüklenen anlamın toplumsal alanlara göre değişmesi, bireylerin giysi kullanımına da etki ediyor gibi görünmektedir. Giysilerin statü, sosyal yaşam gibi alanlara dair anlamlarının olması, giysi kullanımında da bireylerin esnek yada kuralcı davranışlarına yol açıyor olabilir. Mevcut çalışmada görüldüğü üzere giysi kullanımında bireyler girdikleri ortama göre giysi seçimlerinde değişkenlik, diğer bir deyişle esneklik göstermektedir. Psikopatoloji açısından düşünüldüğünde, kişilerin psikolojik esnekliği veya katılığı belirli düzeyde ruhsal sıkıntının olup olmadığını belirleyen önemli bir değişken olabilir (Baird ve diğerleri, 2006; Baltacı ve Küçükkömürler, 2023). Giysilere yüklenen anlamın davranışa etki ettiği bir diğer nokta, kişisel olarak giysinin bireyi yansıttığına inanılması ile giysi kullanımında ve renk seçiminde yapılan tekrarlı davranışlardır. Bireylerin giysilerinin benliklerini yansıttığına ve enerji taşıdığına inandıkları için “olmazsa olmaz” dedikleri, “içlerini yansıtan”, daha “canlı” renkleri kullanmaya ve seçmeye dikkat ettikleri görülmüştür. Yüklenen anlamın davranışa olan etkisi bir diğer konuda da görülmektedir. Giyinmenin “örtünme” olarak anlamlandırılması, sağ yönden giyinme ve alt taraftan giyinme tekrarlı davranışları ile ilişkili olabilir.

Sonuç olarak giysilerin sadece bedeni örtme şeklindeki rasyonel amacı dışında, onlara yüklenen anlamların da önemli olduğu görülmüştür. Yüklenen bu anlamların, giysilere dair tekrarlı davranışların alt yapısını oluşturduğu söylenebilir. Giysi satın alımında, kullanımında,

giyinme-soyunmada, temizlemede ve saklamada görülen bu tekrarlı davranışların kişisel ve toplumsal değerlerden de etkilendiği görülebilir. Dolayısıyla, “giysi” birçok faktörün etkisiyle ortaya çıkan ve çeşitli anlamları içinde barındıran bir nesne işlevini temsil etmektedir. Giysi ile ilişkili tekrarlı davranışların ise hem giysiye verilen anlamlardan hem de psikolojik ve kültürel faktörlerden etkilendiği görülmektedir. Bu araştırmanın giysilerin anlamı ve bu anlam ile bireylerin davranışları arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılmasını sağlaması ve böylece ilgili tüm disiplinlere katkı sunması beklenmektedir.

---

**Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı:**

Yazarlar eşit oranda katkıda bulunmuştur.

**Çıkar Çatışması Beyanı:**

Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan etmiştir.

**Finansal Destek Beyanı:**

Yazarlar, bu çalışma için finansal destek alınmadığını beyan etmiştir.

**Etik Kurul Onayı:**

Bu çalışma Bartın Üniversitesi Araştırma ve Yayın Etiđi Kurulu tarafından, 17.08.2023 tarihinde 17 sayılı karar ile onaylanmıştır.

---

## Kaynakça

- Aarts, H., Verplanken, B. ve Knippenberg, A. (1998). Predicting behavior from actions in the past: Repeated decision making or a matter of habit?. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1355-1374. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01681.x>
- Adotey, A. J., Pongo, A. N. ve Obinnim, E. (2016). The relationship between clothes and first impressions: Benefits and adverse effects on the individual. *International Journal of Innovative Research and Advanced Studies*, 3(12), 229-234.
- Ağaç, S. ve Solak, Ö. C. (2016). Üniversite öğrencilerinin online giysi alışveriş davranışlarının incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 36, 142-151.
- American Psychiatric Association. (2022). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5. Basım, Rev.). American Psychiatric Association Publishing.
- Ar-Karcı, Y. (2022). Yorumlayıcı fenomenolojik analiz uygulamalarında araştırma sorusu oluşturma ve örneklem seçimi. İçinde T. Gençöz (Ed.), *Psikolojide nitel araştırma yöntemleri: Yaklaşımlar, veri analizi ve uygulama örnekleri* (ss. 19-28). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Aziz, A. (1994). *Araştırma yöntemleri-teknikleri ve iletişimi* (2. Basım). Turhan Kitapevi.
- Baird, B. M., Le, K. ve Lucas, R. E. (2006). On the nature of intraindividual personality variability: Reliability, validity, and associations with well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(3), 512-527. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.3.512>
- Baltacı, S. ve Küçükkömürler, S. (2023). Variability in personality: A Preliminary study on exploring contextualized patterns. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*, 85(3), 487-493. <https://doi.org/10.7816/Ulakbilge-11-85-02>
- Behling, D. U. (1995). Influence of dress on perception of intelligence and scholastic achievement in urban schools with minority populations. *Clothing and Textiles Research Journal*, 13(1), 11-16. <https://doi.org/10.1177/0887302X9501300102>
- Catalani, A. ve Chung, Y. (2005). *Vintage or fashion clothes? An investigation inside the issues collecting and marketing second-hand clothes* [Yayımlanmamış çalışma makalesi]. University Of Leicester.
- Cox, W. M. ve Klinger, E. (1988). A motivational model of alcohol use. *Journal of Abnormal Psychology*, 97(2), 168-180. <https://doi.org/10.1037//0021-843x.97.2.168>
- Creswell, W. J. (2023). *Nitel araştırma yöntemleri* (3. Basım). Siyasal Kitabevi.
- Çetin, K. (2018). Satın alma davranışlarında kadınların giysi markası tercihlerini etkileyen faktörler. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 354-366.
- Ermert, E. (2019). *Ansiklopedik giyim-kuşam ve moda sözlüğü* (1. Basım). Hayalperest Yayınları.
- Fettahoğlu, H. S. (2008). *Tüketicilerin satın alma davranışlarında özel markaların tüketici tutumları üzerindeki etkileri* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Gille-Knauf, T. R. ve Mittag, R. M. (2008). Smart and Sexy? Major and Clothing's Influence on Perceptions of Intelligence. *UW-L Journal of Undergraduate Research XI*, 1-9.
- İlerisoy, M. (2023). Yorumlayıcı fenomenolojik analiz. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(46), 509-527. <https://doi.org/10.46298/iticusbe.1176444>
- Jinming, X., Xujun, D., Yao, M., Lei, L., Xintue, H. ve Huafu, C. (2022, 16-18 Aralık). Atypical dynamics of sub-networks predict restricted repetitive patterns of behaviors in children with autism spectrum disorder [Konferans Sunumu]. 9th International Computer Conference on Wavelet

- Active Media Technology and Information Processing (ICCWAMTIP), Chengdu, China. <https://doi.org/10.1109/ICCWAMTIP56608.2022.10016510>
- Johnson, K. P. K., Schofield, A. N. ve Yurchisin, J. (2002). Appearance and dress as a source of information: A qualitative approach to data collection. *Clothing and Textiles Research Journal*, 20(3), 125-137. <https://doi.org/10.1177/0887302X0202000301>
- Kang, M., Sklar, M. ve Johnson, K. P. K. (2011). Men at work: Using dress to communicate identities. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 15(4), 412-427. <http://doi.org/10.1108/13612021111169924>
- Kıral, B. (2021). Nitel araştırmada fenomenoloji deseni: Türleri ve araştırma süreci. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 92-103.
- Lightstone, K., Francis, R. ve Kocum, L. (2011). University Faculty Style of Dress and Students Perception of Instructor Credibility. *International Journal of Business & Social Science*, 2(15), 15-22.
- Lyubomirsky, S., Sheldon, K. M. ve Schkade, D. (2005). Pursuing happiness: The architecture of sustainable change. *Review of General Psychology*, 9(2), 111-131. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.9.2.111>
- Macht, M. ve Mueller, J. (2007). Immediate effects of chocolate on experimentally induced mood states. *Appetite*, 49(3), 667-674. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2007.05.004>
- Meyer, A. (2001). What's in it for the customers? Successfully marketing green clothes. *Business Strategy and the Environment*, 10(5), 317-330. <https://doi.org/10.1002/bse.30>
- Niedermoser, D. W., Petitjean, S., Schweinfurth, N., Wirz, L., Ankli, V., Schilling, H., Zueger, C., Meyer, M., Poespodihardjo, R., Wiesbeck, G. ve Walter, M. (2021). Shopping addiction: A brief review. *Practice Innovations*, 6(3), 199-207. <https://doi.org/10.1037/prio000152>
- Okutan, S., Bora, B. ve Altunışık, R. B. (2013). Keşifsel satın alma eğilimleri ve bu eğilimlerin plansız, kompulsif ve hedonik satın alma tarzıyla olan ilişkilerin incelenmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(13), 117-136.
- Özdemir, E. ve Tokol, T. (2008). Kadın tüketicilere yönelik pazarlama stratejileri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 58- 66.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri* (3. Basım). Pegem Akademi.
- Pavlov, I. (1904). Physiology of digestion. İçinde F. Nobel (Ed.), *Nobel lectures: Physiology or medicine* (ss. 141-155). Elsevier.
- Peluchette, J. V., Karl, K. ve Rust, K. (2006). Dressing to impress: Beliefs and attitudes regarding workplace attire. *Journal of Business Psychology*, 21(1), 45-63. <https://doi.org/10.1007/s10869-005-9022-1>
- Samar, E. ve Erul, B. (2022). The relationship between caffeine consumption status and happiness levels of students in the faculty of sports sciences. *Journal of Educational Issues*, 8(1), 356-368. <https://doi.org/10.5296/jei.v8i1.19657>
- Sarı, S. (2022). Yorumlayıcı fenomenolojik analiz ile örneklemeden analiz basamaklarına: İnfertilite deneyimi yaşayan kadınların duygusal deneyimleri. İçinde T. Gençöz (Ed.), *Psikolojide nitel araştırma yöntemleri: Yaklaşımlar, veri analizi ve uygulama örnekleri* (ss. 1-16). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Skinner, B. F. (1953). *Science and human behavior* (1. Basım). Macmillan.

- Smith, J. A., ve Osborn, M. (2004). Interpretative phenomenological analysis. İinde G. M. Breakwell (Ed.), *Doing social psychology research* (ss. 229–254). Blackwell Publishing, British Psychological Society.
- Smith, J. A., ve Osborn, M. (2007). Pain as an assault on the self: An interpretative phenomenological analysis of the psychological impact of chronic benign low back pain. *Psychology & Health*, 22(5), 517–534. <https://doi.org/10.1080/14768320600941756>
- Şimşek, Ş., Çelik, A. ve Akgemci, T. (2019). *Davranış bilimleri* (10. Basım). Eğitim Kitabevi.
- Van Manen, M. (1990). *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy* (1.Basım). State University Of New York Press.
- Van Manen, M. (2007). Phenomenology in its original sense. *Qualitative Health Research*, 27(6), 810-825. <https://doi.org/10.1177/1049732317699381>
- Yajiri, S., Takaoka, T., Akane, Y., Oeda, C., Narumi, T. ve Kobayashi, S. (1994). Kadınların normal giyim gereği ve psikolojik etkileri. Evli olmayan işiler, yarı zamanlı ev hanımları ve tam zamanlı ev hanımları arasındaki farklar. *Tekstil Makineleri Dergisi*, 47(2), 38-45. <https://doi.org/10.4188/transjtmsj.47.T38>

## **Meanings Attached to Clothes and Repeated Behaviors in Dressing: A Phenomenological Investigation**

### **Summary**

Clothing is one of the fundamental needs of humans as social beings, and its function is not limited to covering the body. Although clothes were initially perceived as spiritless and static, they have essential clues about one's identity. This becomes more apparent as individuals reflect on their differences within various environments, situations, and conditions, turning clothing into a part of personal expression. From this perspective, clothing-related behaviors should be examined from both fashion and marketing perspectives and sociological and psychological perspectives. However, the number of in-depth psychological studies related to clothing is limited. This research aimed to examine the meaning attributed to clothing and repeated behaviors related to clothing. For this purpose, semi-structured interviews were conducted with six participants aged between 30 and 60 who indicated repeated clothing-related behaviors. All interviews were transcribed, coded, and examined with Interpretative Phenomenological Analysis. The findings showed clothing had different meanings in personal and societal contexts. In personal domains, clothing reflects identity/personality and carries a unique energy for individuals, whereas in the societal domains, clothing carries specific meanings that consider status, religious preferences, and social environment. Besides, there were repetitive behaviors in some areas, such as purchasing, using, cleaning, dressing-undressing, and storing clothes. For purchasing, logical and emotional choices were made. Logical choices included purchasing clothing because of being needed and fitting one's body, while emotional choices involved buying clothes just for the sake of it, for relaxation, and because of seeing it as an opportunity. Moreover, the participants were persistent in using and/or not using certain clothes because of reflecting their style, establishing an emotional bond, and carrying energy, whereas they were flexible in using clothes regarding the setting one is going to. Furthermore, it was observed that the participants did not wear newly purchased clothes without washing them and that they washed them after almost every use. Additionally, specific patterns were followed in dressing and undressing, such as wearing clothes from the right or left side, dressing from the lower body parts, undressing from the upper body parts, and various repetitive behaviors related to the reverse or straight appearance of the clothes. Finally, the participants had repeated storage behaviors considering the place of use, type, season of wear, and colors of the clothes. Since repetitive behaviors were defined as compulsive actions taken to eliminate the discomfort caused by intrusive and unwanted cognitions, it should be considered which unwanted cognitions can lead to these repetitive behaviors. Those behaviors, especially related to cleaning, may be



related to contamination obsessions seen in Obsessive Compulsive Disorder (OCD). Likewise, religious obsessions seen in OCD could explain the repetitive behaviors of dressing on the right side and dressing and undressing primarily to cover the lower body. From a different viewpoint, since it is an important value in Islam to start many behaviors from the right side, the behavior of dressing on the right side at first can be explained. Considering that purchasing behavior is a deliberate action in which individuals play an active role, it can be said individuals may tend to purchase clothes frequently to be happy. This behavior is maintained with positive reinforcement. Repetitive behaviors seen in the use of clothing may be related to the meaning attached to clothing, considering social areas. Having different meanings of clothes in some areas may lead to flexibility in using clothes. Additionally, because clothes reflected one's true self and carried the energy, they tended to use and choose more "vibrant" colors that "reflect their inner selves." The interpretation of dressing as "covering" and its association with the repetitive behaviors of dressing from the right side and dressing from the bottom side was another issue where the meaning of clothing influenced the repetitive behavior. In summary, besides their rational purpose, the meanings attached to clothes were important. These meanings and psychological and cultural factors may form the underlying structure of repeated clothing-related behaviors. This study contributes to a better understanding of the meaning of clothing and its relationship with individuals' behaviors, thereby providing insights for various related disciplines.