

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**BOŞ ZAMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ
KAPSAMINDA MOBİL OYUNLARIN Z
KUŞAĞININ SEYAHAT ETME MOTİVASYONU
ÜZERİNE ETKİSİ**

Emrah İNALTEKİN

2501220331

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. Sevinç GÖKTEPE

İSTANBUL – 2024

ÖZ

**BOŞ ZAMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ KAPSAMINDA MOBİL
OYUNLARIN Z KUŞAĞININ SEYAHAT ETME MOTİVASYONU ÜZERİNE
ETKİSİ**

EMRAH İNALTEKİN

Boş zaman değerlendirme faaliyetleri, çeşitli faktörlere bağlı olarak değişim gösterebilen dinamik bir yapıya sahiptir. Bu faktörlerden en önemlilerinden biri de teknolojidir. Teknolojinin gelişimi ile bireyler için tercih edebilecekleri boş zaman aktivitelerinin sayısı da artış göstermiştir. Teknolojinin gelişimine bağlı olarak ortaya çıkan boş zaman faaliyetlerinden biri de mobil oyunlardır. Mobil oyunlar, kullanıcıların hayatlarına çeşitli yönlerden etki eden teknoloji tabanlı ve eğlence amaçlı kullanılan uygulamalar olarak değerlendirilmektedir. Mobil oyunlar, kullanım açısından yaygınlık kazanması ve özellikle bağımlılık yaratıcı etkisi sebebiyle literatürde sıklıkla işlenen bir konu haline gelmiştir. Buna karşın çalışma, mobil oyunların bağımlılık yaratıcı etkisinin yanı sıra boş zaman değerlendirme ve seyahat etme gibi faaliyetler açısından da değerlendirme yapmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Mobil oyunların yaygın olarak kullanıldığı bilinen Z kuşağı, mobil oyunların bağımlılık yaratıcı etkisiyle ilgili yapılan literatürdeki çalışmaların örneklem grubunu oluşturmuştur. Bu sebeple çalışma kapsamında da Z kuşağı bireyleri örneklem grubu olarak ele alınmıştır. Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda, çeşitli oyun platformlarında yer alan Z kuşağı bireyleri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların mobil platformlarını kullanım durumu, seyahat kavramına yönelik bakış açıları, ulusal ve uluslararası olarak düzenlenen mobil oyun etkinliklerine katılım durumları ve katılım sağlamaya yönelik tutumları gibi farklı konular üzerinde sorulan sorular ile veri toplama süreci gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Analiz edilen veriler, mobil oyun oynamanın Z kuşağı üzerinde seyahat etme motivasyonu açısından önemli bir etki potansiyeli taşıdığını göstermektedir. Katılımcıların önemli bir bölümünün, mobil oyun vasıtasıyla

düzenlenen etkinlikler ve mobil oyun platformu aracılığıyla kurdukları sosyal ağlar ile seyahat etmeye yönelik motivasyon kazandıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Boş Zaman, Mobil Oyun, Seyahat Motivasyonu, Z Kuşağı, Teknoloji



ABSTRACT

THE EFFECT OF MOBILE GAMES ON GENERATION Z'S MOTIVATION TO TRAVEL WITHIN THE SCOPE OF LEISURE TIME UTILISATION

EMRAH İNALTEKİN

Leisure time utilisation activities have a dynamic structure that can change depending on various factors. One of the most important of these factors is technology. With the development of technology, the number of leisure time activities that individuals can prefer has also increased. One of the leisure time activities that emerged due to the development of technology is mobile games. Mobile games are considered as technology-based applications that affect the lives of users in various aspects and are used for entertainment purposes. Mobile games have become a frequently studied topic in the literature due to their widespread use and especially their addictive effect. On the other hand, the study was carried out in order to evaluate the addictive effect of mobile games in terms of activities such as leisure time evaluation and travelling. Generation Z, which is known to use mobile games widely, constituted the sample group of the studies in the literature on the addictive effect of mobile games. For this reason, Generation Z individuals were taken as the sample group within the scope of the study. In the study, semi-structured interview method, one of the qualitative research methods, was used. In this context, interviews were conducted with Generation Z individuals on various gaming platforms. The data collection process was carried out with questions on different topics such as the participants' use of mobile platforms, their perspectives on the concept of travel, their participation in national and international mobile game events and their attitudes towards participation. The data obtained were subjected to content analysis. The analysed data show that playing mobile games has a significant impact potential on Generation Z in terms of motivation to travel. It was observed that a significant portion of the participants gained motivation to travel through the activities organised through the mobile game and the social networks they established through the mobile game platform.

Keywords: Leisure, Mobile Game, Travel Motivation, Generation Z, Technology

ÖNSÖZ

Z Kuşığı'nın anlaşılabilmesi için onların ilgi alanları ve dünya görüşlerinin içine dahil olmak ve fikirlerini alabilmek önemlidir. Bu durum, gerek sosyal hayatın güncel bir şekilde takip edilebilmesi gerekse toplumsal memnuniyeti geleceğe taşıyabilmek adına önemlidir. Bu kapsamda çalışma, Z Kuşığı'nın sosyal yönünü belirli bir açıdan anlayabilmek adına önemli bir fayda sunmaktadır. Z Kuşığı'nın seyahat motivasyonu ve seyahat alışkanlıkları gibi hususlar çalışmanın ana konularını oluşturmaktadır.

Öncelikle değerli fikirleri ve tecrübesiyle tez yazım sürecimde önemli katkılar sunan, yol gösteren ve ilgiyle yaklaşmış, pozitif tavsiyeler sunan çok kıymetli danışmanım Sayın Doç. Dr. Sevinç GÖKTEPE hocama saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

Tez konusu belirleme sürecinde kıymetli fikirlerinden ilham aldığım çok kıymetli hocam, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölüm Başkanı Sayın Prof. Dr. Fatma Füsun İSTANBULLU DİNÇER'e, tüm tez sürecimde manevi destekleri ile hiçbir yardımını esirgemeyen Balıkesir Üniversitesi Rektör Yardımcısı Sayın Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT hocama, Balıkesir Üniversitesi Rektör Yardımcısı Sayın Prof. Dr. Murat DOĞDUBAY hocama, Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Dekanı Sayın Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU hocama, Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Rekreasyon Yönetimi Bölüm Başkanı Sayın Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ hocama ve Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Rekreasyon Yönetimi Bölümü Öğretim Üyesi Sayın Prof. Dr. Barış ERDEM hocama saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

EMRAH İNALTEKİN

İSTANBUL, 2024

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
TABLO LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

BOŞ ZAMAN VE SEYAHAT MOTİVASYONU

1.1. Boş Zaman Kavramı	3
1.2. Boş Zaman ile İlgili Sınıflandırmalar	4
1.2.1. Süresine Göre Boş Zaman Faaliyetleri	4
1.2.2. Faaliyet Yapısına Göre Boş Zaman.....	7
1.2.3. Amacına Göre Boş Zaman Faaliyetleri.....	9
1.3.Boş Zaman Teorileri.....	11
1.3.1. Akış Teorisi	11
1.3.2.Öz Belirleme Kuramı	12
1.3.3. Boş Zaman Kısıtları Teorisi	13
1.3.4. Neulinger'in Boş Zaman Paradigması	13
1.3.5. Öz Yeterlilik Teorisi	14
1.4. Boş Zaman ve Seyahat Kavramlarının İlişkisi.....	15
1.5. Seyahat Etme Davranışını Etkileyen Faktörler	16
1.5.1. Seyahat Etme Niyeti Açısından Kişisel Gelişim Faktörü	17
1.5.2.Seyahat Etme Niyeti Açısından Sosyalleşme Faktörü	18
1.5.3. Seyahat Etme Niyeti Açısından Kültür Faktörü.....	19

1.5.4. Seyahat Etme Niyeti Açısından Özgürlük Faktörü	20
1.5.5.Seyahat Etme Niyeti Açısından Kimlik Geliştirme Faktörü.....	21
1.5.6. Seyahat Etme Niyeti Açısından Macera Tutkusu Faktörü	23
1.6. Seyahat Motivasyonu Teorileri	24
1.6.1. Boş Vakit Motivasyon Ölçeği	25
1.6.2. İtici ve Çekici Faktörler Teorisi	26
1.6.3. Artık Enerji Teorisi.....	26
1.6.4. Kararlı Denge Durumu Teorisi.....	27
1.6.5. Turist Tipolojisi Araştırmaları.....	28
1.6.6. Çift Faktör Teorisi	29

İKİNCİ BÖLÜM

Z KUŞAĞI VE MOBİL OYUNLAR

2.1. Kuşak Kavramının Tanımlanması ve Sınıflandırılması	31
2.2. Z Kuşağının Farklı Yönleri	32
2.3. Z Kuşağı ve Dijital Dünya	34
2.4. Z Kuşağı ve Oyun Olgusu.....	35
2.5. Mobil Oyun Kavramı	36
2.6. Mobil Oyunların Gelişim Süreci.....	37
2.7. Mobil Oyunların Sınıflandırılması.....	39
2.7.1. Oyuncu Sayısına Göre Mobil Oyunlar.....	39
2.7.2. Temalarına Göre Mobil Oyunlar	40
2.8. Z Kuşağının Seyahat Anlayışı Açısından Mobil Oyunların Yeri	44
2.9. Bir Boş Zaman Faaliyeti Olarak Mobil Oyunlar	45

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BOŞ ZAMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ KAPSAMINDA MOBİL OYUNLARIN Z KUŞAĞININ SEYAHAT ETME MOTİVASYONU ÜZERİNE ETKİSİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	47
3.2. Araştırmanın Yöntemi	48
3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları	49
3.4. Araştırmanın Modeli	50
3.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	51
3.6. Bulgular ve Analiz.....	51
3.6.1. Z Kuşağının Mobil Oyun Alışkanlığı.....	52
3.6.2. Z Kuşağının X ve Y Kuşağı'nın Seyahat Anlayışına Yönelik Algısı.....	54
3.6.3. Mobil Oyun Platformlarında Kurulan Sosyal İlişkilerin Z Kuşağının Seyahat Etme Davranışı ile İlişkisi	56
3.6.4. Z Kuşağı ve Mobil Oyun Temalı Etkinliklere Katılım Amaçlı Seyahat Anlayışı	58
3.6.5. Z Kuşağı'nın Mobil Oyun Temalı Hediyelik Eşyalara Olan Yönelimi....	59
3.7. Bulguların Genel Olarak Değerlendirilmesi	61
SONUÇ.....	65
KAYNAKÇA.....	69
EKLER.....	87

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. X, Y ve Z Kuşığı'nın Kişilik Özelliklerinin Karşılaştırılması	33
Tablo 2. Katılımcılara Ait Veriler	52



GİRİŞ

Zaman kelimesi, Yunanca "khronos" ve İngilizce "time" kelimeleriyle ifade edilir. Zaman, şimdi anının geçmişe dönüşmesine yol açan ve genellikle süre olarak düşünülen sürekli bir değişimin bir sonucudur. Geçmiş, şimdi ve gelecek gibi zaman dilimleri, kendisiyle sürekli bir bütün oluşturan bu değişimin parçalarıdır (Ağarı, 2023; Cevizci, 1999).

Zaman kavramı, yılın farklı dönemleri, mevsimleri, devirleri ve bir kişinin idari görevde bulunduğu zaman dilimleri için de yaygın bir biçimde kullanılmıştır (Ağarı, 2023). TDK(2023) tarafından yapılan tanıma göre zaman "bir eylemin, bir durumun içinde bulunduğu, geçtiği veya geçmekte olduğu süre; hengâm veya vakit" olarak açıklanır.

Tarihsel süreç içerisinde, zaman her dönemde insanların ilgisini çekmiş ve endüstri çağı ile akademik bir inceleme konusu haline gelmiştir. Zaman, doğa bilimleri, sosyal bilimler, edebiyat, sanat, dini inançlar, ekonomi, siyaset ve diğer disiplinlerle sıkı bir ilişki içerisinde olduğundan, düşünsel sorgulamaların ve günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası olmuştur. İşte bu nedenle zaman, insan zihnini en fazla meşgul eden kavramlardan biri haline gelmiştir (Bahadır ve Burnaz, 2023; Turetzky, 1998).

Farklı bilim dallarının sunduğu açıklamalar ve tanımlamalar, zaman kavramının oldukça geniş ve karmaşık bir konsept olduğunu açıkça göstermektedir. Bu karmaşıklıkla birlikte, zamanın yaşamın her yönüne etki ettiğini gösteren araştırmalar çeşitli zaman türlerinin varlığını vurgulamıştır. Örneğin, Tribe (2011), zamanı üç ayrı türde tanımlamıştır: Boş zaman, çalışma zamanı ve fiziksel zaman.

Fiziksel zaman, saatlerle ölçülebilen zaman aralıklarını ifade eder. Diğer yandan, biyolojik zaman, canlı organizmaların döngüsel davranışlarını düzenleyen ve biyolojik süreçleri kontrol eden biyolojik "saatler" tarafından tanımlanır. Fiziksel zaman gibi, biyolojik zaman da sürekli bir akışı temsil eder. (Koçak, 2022; Zakay, 2016). Çalışma zamanı, bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek ve maddi kaynaklarını elde etmek için çalıştıkları süreyi ifade eder. Boş vakit ise işin dışında

kalan ve bireylerin kendi tercihlerine bağlı olarak değerlendirebildikleri zaman dilimini temsil eder (Hacıoğlu vd., 2015).

Çalışma zamanının etkisiyle gün içerisinde iş yoğunluğu, stres ve monoton yaşam etkisinin sebebiyle bireylerin beden sağlığı ve psikolojik sıhhati tehdit altına girmektedir. Bu sebepten ötürü kişiler sağlığını muhafaza etmek, hayattan keyif almak ve tatmin düzeylerini arttırma hedefleriyle çalışma zamanı ve fiziksel zaman dışında kalan sürelerde türlü aktivitelere yönelim göstermektedir (Kaymaz ve Ulema, 2022).

Bireylerin boş zamanlarında yöneldiği türlü aktivitelere alakalı ilgi çekici olan durum ise katılımcıların bu aktivitelere hangi sebeplerle yneldiğidir. Bu bakımdan kişilerin boş zaman faaliyetlerine katılımlarıyla ilgili çok sayıda değişken olduğu ifade edilebilir. Birçok araştırma, boş zaman etkinliklerinin seçimi ve katılımının cinsiyete, yaşa, gelire, eğitim seviyesine, mesleğe, sosyal statüye, istihdam durumuna, çevresel faktörlere ve daha birçok değişkene göre değişiklik gösterdiğini göstermektedir (Sabbaoğ ve Aksoy, 2011).

Bu bağlamda çalışma, bir demografik değişken olarak yaş faktörü açısından yola çıkarak Z kuşağının boş zaman tercihleri açısından literatüre çeşitli yönlerden katkı sağlamayı amaçlamıştır. Çalışmanın ana omurgasını özellikle son dönemlerde popülaritesi artan mobil oyunların Z kuşağı bireylerinin seyahat motivasyonları üzerinde bir etkisi olup olmadığının ve bir etkisi varsa bu etkileşimin hangi yönde veya yönlerde olduğunun anlaşılmasını sağlama niyeti oluşturmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

BOŞ ZAMAN VE SEYAHAT MOTİVASYONU

Serbest zaman, kişilerin çalışma sürelerini ve temel fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamak için harcadığı süreler haricinde kalan boş vakitleri ifade eder (Gül, 2014). Buradan hareketle bireylerin çalışma sürelerinin azalmasının boş vakitleri arttırarak; onlara daha çok oyun, dinlenme ve eğlence gibi keyfi aktiviteleri yapmaya fırsat şansı tanımaktadır. Burada önemli olan husus ise sadece çalışma sürelerinin kısılmasının boş zaman aktivitelere olan yönelimi sağlamakta yetersiz kalacağı hususudur. Boş zaman aktivitelere olan yönelimi etkileyen en önemli unsurlardan bir diğeri de gelir düzeyidir. Bunların dışında kültür, uluslararasılaşma, göç, teknoloji ve eğlence algısının değişimi gibi faktörler de boş zaman aktivitelerine olan katılım düzeylerini ve şeklini güncellemektedir (Koçak, 2022).

1.1. Boş Zaman Kavramı

Çalışma zamanı dışında kalan serbest zaman aralığını tabir etmek için kullanılan “boş zaman” kavramın kökeni Antik Yunan dönemine değin uzanmaktadır. Antik Yunan döneminde ‘schole’ olarak ifade edilen boş zaman kavramı Antik Roma döneminde ise ‘otium’ kavramı ile açıklanmıştır (Kılıçlar ve Şahin, 2020).

Doğrudan bugün kullanıldığı anlamıyla ifade edilen "Boş zaman" kavramı ise, Latince "Licer" kelimesinden türetilmiş (Cordes ve İbrahim, 1999) ve "Leisure" kelimesinin çevirisi olarak "elde etme zamanı" veya "kazançlı zaman" şeklinde ifade edilebilir (Gül, 2014). Neumeyer'in (1958) tanımına göre ise boş zaman; güç gerektirmeyen, pasif bir ilişkilendirme olmayan, günlük zorunlulukları içermeyen ve fırsatlar sunan bir etkinlik türünü ifade eder. Bir başka tanıma göre boş zaman, kişinin içsel motivasyonlarına dayalı ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılan serbest zaman olarak tanımlamıştır (Crandall 1979).

Tüm bu tanımlar ışığında boş zaman kavramının “süresel” ve “niteliksel” boyutlara sahip olduğu anlaşılabilir. Boş zaman kavramının süresellik boyutu, bu zamanın ölçülebilir bir zaman aralığında yaşandığını ifade eder. Bireyin kendi iradesine dayalı olarak tercihlerde bulunabilmesi, boş zamanı iş ya da zorunlu görevlerden ayıran en önemli özelliktir. Nitelik boyutu da ölçülebilir bu zaman dilimi

içinde, bireyin eğlenme, dinlenme, kişisel gelişim gibi çeşitli aktiviteleri özgürce seçtiğini gösterir (Ardahan vd., 2017).

Boş zamanın değerlendirilmesi açısından sahip olduğu farklı özellikler mevcuttur. Bireyler, boş zamanları içerisinde boş zaman etkinlikleri olarak tabir edilen sayısız sayıda faaliyete katılabilir veya boş zaman süresi içerisinde herhangi bir başka faaliyete katılmazlar. Bu bakımdan ciddi boş zaman ve günlük boş zamanın ayrımını yapan Stebbins (1992) tarafından belirtildiğine göre, ciddi boş zaman, bir bireyin belirli bir etkinliğe kararlı bir katılım sergilediği ve bu etkinliği günlük boş zamandan ayıran altı ayırt edici özelliği içerir. Bu altı özellik şunlardır: azim, büyük önem, yoğun çaba, kariyer gelişimi, kalıcı kazanımlar, kimlik ve özel bir atmosfer. Bu nitelikler, ciddi boş zamanı günlük boş zamandan ayırmak için temel kriterler olarak kullanılır.

Boş zaman kavramının özelliklerine dair yapılan bir başka değerlendirmeye göre ise; boş zamanın bireyin doğası ile birleşmiş olan bir karar olduğu, verilen bu kararları harekete geçirmek adına bir yaratma süreci olduğu, hem gelişen hem değişen bir dinamik olarak eğlence ile yeniden inşa edildiği ifade edilmiştir (Veal, 2015).

1.2. Boş Zaman ile İlgili Sınıflandırmalar

Literatürde boş zaman, birçok farklı perspektifte değerlendirilerek farklı sınıflandırmalara tabi tutulmuştur. Zaman boyutundan eylem boyutuna, yapısal boyuttan multidisipliner yaklaşıma kadar birçok farklı boyuttan yaklaşımlar ortaya konulmuştur. Bu sınıflandırmaları ayrı bir başlık altına incelemek gerekirse; süresine göre boş zaman, faaliyet yapısına göre boş zaman, amacına göre boş zaman olmak üzere üç ayrı başlığı değerlendirmek mümkündür.

1.2.1. Süresine Göre Boş Zaman Faaliyetleri

Temel anlamda boş zaman, uzun süreli ve kısa süreli boş zaman olarak yapılan bir ayrıma tabi tutulur. Sahip olunan boş zaman eğer hafta sonu veya bayram tatili gibi aralıkları ifade ediyorsa buna kısa süreli boş zaman, çocukluk döneminde veya emeklilik döneminde elde edilen boş zamanı içeriyorsa buna da uzun süreli boş zaman şeklinde bir tanımlama yapmak mümkündür. Ne kadar zaman aldığı fark etmeksizin yapılan boş zaman aktivitelerinin; bireye eğlence vermesi, sosyallik katması veya bir beceri kazandırması gibi temel faydalar sağlayacağı öngörülür (Sevil vd., 2012).

Süresine göre boş zaman faaliyetlerini de kendi içinde farklı başlıklar altında incelemekte fayda bulunmaktadır.

- **Kısa Süreli Boş Zaman Faaliyetleri:** Sanayi Devrimi'nin meydana getirdiği etkiler, şehirleşme ve iş hayatındaki değişiklikler, insanların ihtiyaçlarını büyük ölçüde etkilemiştir. Emek, mal ve hizmet üretiminde kullanıldığından, insanların dinlenmeye olan gereksinimlerini artırmıştır (Deniz, 2011).

İlerleyen yıllarda, sanayileşmiş ülkelerde dinlenme ve tatil günleri, çeşitli biçimlerde hayata geçirilmiştir. Sanayi toplumlarında, fiziksel yenilenme anlayışıyla ele alınan tatil kavramı, toplumsal politikaların bir parçası olmuştur. Ayrıca, tatil günleri ulusal birlik vurgusunun önemli olduğu dönemlerde, devlet tarafından farklı zaman dilimlerinde uygulanmaya başlanmıştır.

Tatil hakkı daha sonraki yıllarda Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO, 2015) tavsiye kararları arasında yer almıştır. Uluslararası Çalışma Örgütü'nün ilgili yazısında kamu veya özel herhangi bir endüstriyel tesiste veya onun ek işlerinde çalışan herkesin, ardışık 7 günlük bir dönemde, kesintisiz en az 24 saat boyunca dinlenme hakkından yararlanacağına dair bir madde bulunmaktadır.

Tatil kavramı ve hafta sonu tatili anlayışı, Türkiye'deki sanayileşme sürecinin sonuçlarına rağmen farklı bir evrim göstermiştir. Osmanlı İmparatorluğu döneminde hafta sonu tatili için herhangi bir resmi düzenleme bulunmazken, bu tür düzenlemelerin tamamı Cumhuriyet döneminin ilk yirmi yılına aittir. İlk olarak, oldukça sınırlı bir biçimde, 1924 tarihli Hafta Tatili Kanunu ile resmi bir düzenleme yoluna gidilmiştir. Ancak, sanayinin gelişmesiyle birlikte, bu düzenleme artık ülkenin ekonomik yapısına ve iş dünyasına yeterli gelmemeye başlamıştır. Bu nedenle, 1935 yılında Ulusal Bayram ve Genel Tatiller Hakkında Kanun, Meclis tarafından kabul edilmiştir (Deniz, 2011).

Resmi zeminde oluşan bu istirahat süreleri, çeşitli boş zaman aktivitelerine olan gereksinimleri de beraberinde getirmiştir. Kısa süreli olarak geçirilen bu boş zaman süresi, genellikle sıradan olarak tabir edilen ve kişiye göre değişen faaliyetlere ayrılır. Anında elde edilen içsel tatminlere dayalı, kısa vadeli etkinlikler, temel olarak

eğlenmeyi amaçlar. Bu tür sıradan serbest zaman aktivitelerinden alınan tatmin de geçici olup kariyer fırsatları sunmaz. Geleneksel serbest zaman etkinlikleri büyük bir çeşitlilik gösterebilir; bu, parkta gezinmek, havai fişek gösterilerini izlemek, piknik yapmak veya öğleden sonra dinlenmek gibi basit aktiviteleri içerebilirken, daha özgün serbest zaman etkinlikleri de bu kategoriye dahil edilebilir. Bu tür etkinlikler arasında oyunlar (hem amatör hem de profesyonel), rahatlamak (oturmak, kestirmek, amaçsızca dolaşmak), pasif eğlence (televizyon izlemek, müzik dinlemek), aktif eğlence (şans oyunları, parti oyunları), sohbet etmek, duygusal tatmin (yemek yemek, içmek, gezinti yapmak) gibi şeyler bulunur (World Leisure Organization, 2001).

- **Uzun Süreli Boş Zaman Faaliyetleri:** Uzun süreli boş zamanlar, genel itibariyle çalışma hayatının dışında kalan bireylerin içerisinde bulunduğu periyotları ifade eder. Bu grup içerisinde çocuklar, emekliler ve uzun süreli işsizler yer almaktadır.

Bu gruptan ilki olan çocuklar, Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi ile on sekiz yaşına kadar olan yetişkinlik çağına dışında olan bireyler olarak tanımlanmıştır (Şirin, 2011). Bir başka açıdan ise çocuk kavramı, yaşları küçük olduğundan dolayı henüz yeterli olgunluğa erişmemiş ve ergin kabul edilmeyen bireyler olarak tanımlanır. Bu tanım, genellikle yaşları nedeniyle sorumluluktan muaf ve her türlü eylemi gerçekleştirmeye yetkili olmayan kişileri içerir (Reid, 2011). Bu bağlamda, yapılan tanımların ışığında çocukların zamanını sorumluluk alabilecekleri işlere yöneltemeyeceği anlamı çıkarılabilir. Özellikle çalışma hayatı açısından Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 138 Sayılı Sözleşmesi (ILO, 2015), istihdamda kabul edilebilir yaş konusunda çalışma yaşının, zorunlu eğitim yaşının alt sınırı olan 15 yaşından küçük olamayacağını belirterek çocukların çalışma hayatı dışında kalacağını vurgulamaktadır. Bu bilgiler çerçevesinde, çocukların her türlü çalışma ve sorumluluk alanının dışında yer almasından dolayı uzun süreli boş zaman periyotlarına sahip olduğu çıkarılabilmektedir.

Bir diğer uzun süreli boş zaman periyoduna sahip grup ise emeklilerdir. İş hayatındaki her bireyin belirli bir çalışma döneminin sonunda beklendiği bir evre olarak gördüğü emeklilik kavramı, çalışanlar için bir statü değişikliğini ve bireyin

yaşamında yeniden toplumsallaşma aşamasını temsil eder (İpek, 2017). Emekliler, çalışma hayatlarının sonuna geldikleri için tıpkı çocuklar gibi uzun süreli boş zaman periyotlarına sahip bir kesimdir.

Uzun süre boş zamana sahip olan bir diğer kesim ise uzun süreli işsizlerdir. İşsizlikle ilgili yapılan çeşitli tanımlar mevcuttur. Genel kabul görülen tanım ise Uluslararası Çalışma Örgütü'nün yapmış olduğu tanımdır. ILO'nun Cenevre'de 1982'de ortaya koyduğu işsizlik tanımı, üç temel öğeyi içermektedir. Bu tanıma göre ilk önemli unsur, bir bireyin iş talebinde bulunma arzusudur. İkinci faktör ise kişinin iş yapabilecek durumda olmasıdır. Son olarak, her iki koşulu da karşılayan bir bireyin hala işsiz olması, işsizliği açıklamak için temel belirleyici bir unsur olarak kabul edilir (Erol vd., 2010). Uzun süreli işsizlik için ise yine ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü) tarafından sunulan evrensel tanım, hala geçerliliğini sürdürmektedir (ILO, 2015). Bu tanıma göre, uzun süreli işsizlik, bir yıldan daha uzun süredir işsiz kalan bireyleri ifade eder. Tanımdan hareketle çalışma hayatından uzak kalan bu bireyler, tıpkı emekliler ve çocuklar gibi uzun süreli boş zaman periyotlarına sahiptirler.

1.2.2. Faaliyet Yapısına Göre Boş Zaman

Boş zaman ile ilgili yapılan sınıflandırma türlerinden bir başkası ise boş zaman faaliyetlerinin yapısı üzerinden gerçekleştirilmektedir. Boş zaman araştırmacıları, çeşitli serbest zaman etkinlik türlerini, boş zamanın farklı yönlerini, serbest zaman aktivitelerinin gruplarını ve gençler için düzenlenen serbest zaman etkinliklerini incelemişler ve farklı serbest zaman sınıflandırmalarını tanımlamışlardır. Bu sınıflandırmalar arasında "ciddi" ve "gündelik" serbest zaman türleri bulunmaktadır (Gould, 2008). Ayrıca yapılan başka bir ayrıma göre ise etkinlik türleri aktif ve pasif, kapalı ve açık, veya zihinsel ve fiziksel kategorilerine ayırmıştır (Duncan, 1978). Bu sınıflandırmaları ayrı başlıklar altında incelemek mümkündür.

- **Ciddi Boş Zaman Faaliyetleri:** Özel bir ilgi, beceri ve deneyim gerektiren, önemli ve tatmin edici bir alanda kariyer yapma amacı doğrultusunda seçilen hobiyi veya gönüllü etkinliği sistemli bir şekilde takip etmek için harcanan zaman dilimini temsil eder (Stebbins, 2012). Ciddi boş zamanın, kayıtsız boş zaman etkinliklerinden ayrılan birçok özelliği mevcuttur.

Bunlar: Boş zaman etkinliklerinde süreklilik sağlama, kişisel gelişim ve başarı hedefleme, özveri ve istikrar, somut kazanımlar elde etme, benzersiz bir topluluk oluşturma ve bu gruba ait olma, seçilen etkinlikle derin bir bağ kurma gibi unsurları içeren bir bağlamda özetlenebilir (Gibson vd., 2002).

- **b) Kayıtsız Boş Zaman Faaliyetleri:** Ciddi serbest zaman etkinlikleri dışında kalan tüm faaliyetler gayri-ciddi veya ciddiyetsiz serbest zaman olarak tanımlanmıştır (Stebbins ,1997). Ciddi serbest zaman etkinliklerine göre daha az karmaşıklığa sahip olan gayri-ciddi serbest zaman etkinliklerinin temel aktiviteleri arasında arkadaşlarla sosyal sohbetler, manzaranın tadını çıkarma ve basit gönüllülük hizmetleri gibi faaliyetler öne çıkar.
- **Aktif Boş Zaman Faaliyetleri:** Aktif serbest zaman etkinlikleri hem fiziksel hem de zihinsel enerji harcamayı içerir ve örnekler arasında spor yapmak, yürümek, yoga yapmak ve satranç oynamak gibi aktiviteler yer alır (Özel ve Can, 2021).
- **Pasif Boş Zaman Faaliyetleri:** Pasif boş zaman etkinlikleri, önemli bir fiziksel veya zihinsel enerji gerektirmeyen faaliyetleri içerir ve bunlar arasında sinemaya gitmek, müzik dinlemek ve televizyon izlemek örnek olarak sayılabilir (Özel ve Can, 2021).
- **Açık Boş Zaman Faaliyetleri:** Açık boş zaman faaliyetleri; fiziksel, psikolojik ve sosyal açıdan yenilenmeyi teşvik eden faaliyetler aracılığıyla insanlar ile doğal çevre arasındaki etkileşimi içeren bir kavram olarak tanımlanır (Leitner, 1996). Açık hava aktiviteleri, kara, su, kar ve buz, hava olmak üzere dört ana kategoride gruplandırılmıştır (Ardahan vd., 2017).

Kara aktiviteleri arasında doğa yürüyüşü, dağcılık, kampçılık gibi faaliyetler bulunurken, su aktiviteleri arasında su kayağı, yelken, balık avlama gibi su üzerinde yapılan etkinlikler yer almaktadır. Kar ve buz aktiviteleri arasında kayak, buz hokeyi, kızakla kayma gibi kış sporları bulunurken, hava aktiviteleri paraşütle atlama, yamaç paraşütü, balonla gezinti gibi hava ile ilgili aktiviteleri içermektedir (Ardahan ve Kaplan Kalkan, 2017).

- **Kapalı Boş Zaman Faaliyetleri:** Kapalı mekandaki boş zaman faaliyetleri, insanların kapalı mekanlarda veya evde gerçekleştirebileceği

çeşitli etkinlikleri kapsar. Kapalı mekandaki boş zaman aktiviteleri, kulüp ve derneklerdeki çocuk ve gençlik etkinliklerinden sanat sergilerine, kongrelerden spor faaliyetlerine, kişisel gelişim kurslarından ev içi aktivitelere kadar çeşitli faaliyetleri içerir. Ayrıca bu etkinlikler arasında spor, sağlıklı yaşam, el sanatları, oyunlar ve ev içi eğlenceler gibi çok sayıda farklı aktivite bulunmaktadır (Sarıbaş, 2015).

1.2.3. Amacına Göre Boş Zaman Faaliyetleri

Başka bir ayrıma göre ise boş zamanın değerlendirilmesinin amaçları boyutundan yaklaşmıştır. Bu yaklaşıma göre boş zaman faaliyetleri; sportif boş zaman, yaratıcı boş zaman, sosyal boş zaman ve turistik boş zaman olmak üzere dört ayrı sınıflandırılmaya tabi tutulmuştur (Hazar, 2014).

- **Sportif Boş Zaman Faaliyetleri:** Spor, tarih boyunca insanların bilinçsizce uyguladığı fiziksel ve zihinsel aktivitelerin bir bilim dalı olarak gelişmesiyle, bireylerin fiziksel ve ruhsal sağlıklarını artıran bir alandır (Aracı, 1999; Duman vd., 2021). Bireyler boş zamanlarını farklı şekillerde değerlendirmektedir. Modern çağda, insanlar çeşitli spor dallarına katılarak hobi amaçlı zaman geçirirken, aynı zamanda birçok spor organizasyonunu da seyirci olarak takip etmektedirler (Başkan ve Başkan, 2022). Sportif aktiviteler; toplum içindeki kültürel birliği teşvik etme, bireylerin davranışlarını ve ilişkilerini olumlu yönde etkileme, boş zamanları etkili bir şekilde değerlendirme, sporun geniş kitlelere yayılması ve sağlıklı beden ve zihin gelişimine katkı sağlama amacıyla kullanılan bir araçtır (Keten, 1993; Hacıcaferoğlu ve Sümer, 2019).
- **Yaratıcı Boş Zaman Faaliyetleri:** Yaratıcılık, bireyler veya iş birliği yapan bir grup tarafından yeni ve faydalı fikirlerin üretildiği bir kavramdır (Sun, vd., 2012; Akgül, 2020). Yaratıcılık, farklı perspektiflerden ele alınabilen bir konsept olup, bireysel yaratıcılık, tarihsel yaratıcılık, toplumsal yaratıcılık ve kurumsal yaratıcılık gibi farklı yaratıcılık türlerini içeren bir genel kavramdır (Doğan, 2010).

Yaratıcılık, bireylerin veya grupların faydalı fikirler üretmelerini sağlamanın yanı sıra onları güdüsel olarak boş zaman etkinliklerine de yönlendirmektedir. Bu bağlamda resim, müzik, sinema ve heykel gibi birçok çeşitli sanat faaliyetleri bireylerin boş zaman içerisinde değerlendirebilecekleri aktivitelerdir (Hazar, 2014).

- **Sosyal Boş Zaman Faaliyetleri:** Doğası gereği, insan toplumsal bir varlık olarak varoluşunu sürdürür. Toplumdan kopuk bir yaşam sürdürmek ise hem fiziksel ihtiyaçlarının hem de psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarının yeterince karşılanmasını imkânsız hale getirir (Vatandaş, 2020). Bu nedenden kaynaklı olarak insanoğlu, diğer insanlarla ilişki kurma ihtiyacı hisseder. Bununla birlikte sosyal yetenekler, doğuştan var olan yetenekler değil, zaman içinde geliştirilen becerilerdir (Akın, 2019).

Sosyal yeteneklerin doğuştan edinilen beceriler olmaması durumu ve aynı zamanda sosyalleşmenin de bir ihtiyaç olduğu gerçeklerinin bir araya gelerek oluşturduğu ilişki ise insanın sosyalleşebilmesi adına belirli bir çaba göstermesi gerektiği yorumunu ortaya çıkarır. Gösterilmesi gereken bu çabalar, sosyal çevre ile uyumlu bir şekilde ve bir arada yaşayabilmenin temeli üzerine kuruludur. Bu bilgilerden hareketle, sosyal boş zaman olgusunu kişinin var olan sosyal çevresiyle bir araya gelmek veya yeni bir sosyal çevre edinmek amacıyla katıldığı etkinlikler bütünü olarak ifade etmek yanlış olmayacaktır (Hazar, 2014).

- **Turistik Boş Zaman Faaliyetleri:** Zorlu günlük yaşamın baskılarına karşı, bireyler boş zamanlarını daha iyi hissetmek amacıyla sıklıkla tatil yapmayı tercih ederler (Seabra vd., 2014). Bireylerin boş zamanlarında daha iyi hissetmek amacıyla seyahate çıkma eğilimleri özellikle ilgili koşulların daha iyi uygun hale gelmesiyle birlikte artmıştır. Örneğin, seyahat imkânlarının hız kazanması, çeşitli destinasyonların daha erişilebilir hale gelmesi ve yükselen gelir düzeyleri gibi faktörler, boş zamanın keyifli bir şekilde değerlendirilmesini daha da kolaylaştırmıştır (Bozdoğan ve Dağdelen, 2022).

Yüzyıllardır, insanların doğasındaki hareketlilik, yeni yerlerin keşfi, macera arayışı, boş zamanın tadını çıkarma, dinlenme, eğlenme, eğitim alma, yenilik arama, yeni insanlarla tanışma, alışveriş yapma, kültürü zenginleştirme ve sağlık gibi bir dizi

farklı nedenle bireysel veya toplu seyahatler yapmalarına ilham vermiştir (İçöz, 2000; Özkan ve Koleoğlu, 2019). Tüm bu faktörlerin bir araya gelmesiyle bireylerin boş zamanlarında seyahat etmeleri adına güçlü bir sebep oluşmuş ve bunun neticesinde turistik boş zaman adı verilen olgunun gelişimi hız kazanmıştır.

1.3.Boş Zaman Teorileri

Kişisel boş zaman, bireyin düşünce süreçlerini geliştirebilme, özgün bir şekilde kendini zenginleştirme, stresi azaltma veya keyif alma amacıyla ihtiyaçlarını serbestçe tatmin edebilme özgürlüğü sunar. Ekonomistler ve sosyologlar, genellikle boş zamanı anlama amacı taşıyan yaklaşımlar ve teoriler geliştirmektedirler. Bu çalışmalar, özellikle ekonomik faktörler ve toplumsal trendler üzerine odaklanmaktadır (Kraus, 1971).

1.3.1. Akış Teorisi

Akış teorisinin kökenleri, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'ne dayanmaktadır. Bu teori, hiyerarşinin en üst seviyesi olan "kendini gerçekleştirme" (Maslow, 1943) safhasına değinmektedir. Csikzentmihalyi'nin açıkladığı akış deneyimi, bireylerin yaptıkları eylemle tam anlamıyla kaynaşmalarını, bu deneyimden keyif almalarını ve aktivite sırasında yaratıcı olduklarını hissetmelerini içerir (Csikzentmihalyi, 2017).

Bireylerin, bir aktiviteye katılma veya katılmama kararları, genellikle bireyin yeteneklerine dair aldığı kararlardan daha çok düşünce süreçlerine bağlıdır. Yetenek, bireyin organizmasında merkezi bir role sahiptir ve büyük öneme sahiptir (Bandura, 1989; Ünlü ve Aydos, 2010). Bu doğrultuda yeteneklerine karşı güven duyan bireyler zorlu aktiviteleri seçmeleriyle kalmaz, aynı zamanda bu aktiviteleri başarabilmek için büyük bir azim ve özveri gösterirler (Bandura, 1997; Ünlü ve Aydos, 2010).

Aktivitenin zorluk seviyesi ile katılımcıların beceri seviyeleri arasındaki denge, bireylerin akış deneyimini en üst düzeye çıkarır. Başka bir deyişle, ototelik kişilik özelliklerine sahip bireyler, akış deneyimini daha etkili bir şekilde yaşayabilirler. "Ototelik kişilik" terimi, Yunanca kökenli "auto" ve "telos" kelimelerinden türetilmiş olup "içsel amaç" anlamına gelir. Bu kişilik özelliği, enerjik, içsel olarak motive olan ve belirli hedeflere odaklanan bireyleri tanımlar (Abuhamdeh ve Csikzentmihalyi, 2012).

Akış teorisi, kuruluşundan bu yana, temel olarak kanal tabanlı yaklaşımlar ve neden-sonuç modelleri olarak iki ana perspektif altında incelenmektedir (Özkara ve Özmen, 2016). Kanal modelleri içinde öne çıkan "3 kanallı model," ilk defa 1975 yılında Mihaly Csikszentmihalyi tarafından ortaya konmuştur. Bu model, bireylerin bir eylemi gerçekleştirirken deneyimleyebileceği üç temel durumu açıklar: bunlar can sıkıntısı, kaygı ve akış hali olarak tanımlanır. Kaygı, bireyin yeteneklerinin, karşılaştığı eylemin meydan okuma düzeyini aştığı durumda ortaya çıkar. Can sıkıntısı ise bireyin yeterliliğinin yüksek olduğu, ancak eylemin meydan okuma düzeyinin düşük olduğu durumlarda meydana gelir (Csikszentmihalyi, 2017; Orhun ve Gülcan, 2022).

1988'de Mihaly Csikszentmihalyi ve Isabella S. Csikszentmihalyi, "kayıtsız kalma/isteksiz olma" olarak adlandırdıkları bir değişkeni ekleyerek 4 kanallı bir akış modeli oluşturmuşlardır. Bu yeni model, akış deneyiminin düşük meydan okuma seviyeleri ve düşük yeterlilik düzeylerinde gerçekleşmeyeceğini, ancak bu koşullarda ilgisizlik durumunun ortaya çıkacağını öngörmektedir (Novak vd., 1997; Jones vd., 2003; Orhun ve Gülcan, 2022).

Bir diğer akış teorisi model yaklaşımı türü ise nedensel modellerdir. Nedensel modeller, öne sürülen ilişkilerin yönünü ve derecesini test etmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu tür modeller, akış deneyiminin belirleyici faktörleri ile alt boyutları arasındaki nedensel ilişkilere dikkat çeker ve bu ilişkilerin sosyal bilimler açısından önemini vurgular (Ghani ve Deshpande, 1994; Orhun ve Gülcan, 2022).

1.3.2.Öz Belirleme Kuramı

Deci ve Ryan'ın geliştirdiği Öz Belirleme Teorisi, bireyin etkileşimde bulunan aktif bir varlık olarak değerlendirilmesini savunur (Ryan ve Deci 2000). Bireyin toplumla entegre olabilmesi, iyilik halini sürdürebilmesi ve kişisel gelişimini destekleyebilmesi için üç temel psikolojik ihtiyacın karşılanması gereklidir. Bu ihtiyaçlar özerklik, yetkinlik ve sosyal bağlantılarla ilişkilidir. Özerklik, bir davranışın tamamen bireyin kendi iradesine bağlı olduğu durumu ifade eder (Deci, 1975; Sevinçli ve Aydoğmuş, 2022).

İkinci temel gereksinimi, aidiyet ihtiyacı olarak tanımlamak mümkündür. Aidiyet, bir bireyin katıldığı sosyal çevresindeki kişilerin onu değerli bulduğunu ve bu kişilerle bir bağ hissettiğini hissetmesi ile ilgilidir (Vlachopoulos ve Michailidou, 2006; Durmaz ve Akkuş, 2016).

Bireyler ayrıca, çevresel şartlar aracılığıyla hissettikleri bağ dışında yetkinlik ve yeterlilik duygusunu da deneyimlemelidir. Bu bakımdan çevresel koşulların, bu duyguları tetikleyecek enerjileri uyandırabilmek adına tamamlayıcı bir unsur olarak var olması önemlidir (Vaughan, 2005).

1.3.3. Boş Zaman Kısıtları Teorisi

1987 yılında sunulan teori, boş zaman etkinliklerini teşvik eden ve engelleyen faktörleri analiz ederek modern düşünceye yönelik seviyeleri boyutlarını belirlemiştir. Teori, boş zaman kısıtlılarının ortaya çıkması veya sürecin ilerlemesi için izlenen üç seviye olduğunu belirtir: bireysel, bireylerarası ve yapısal (Crawford ve Godbey, 2015).

İçsel kısıtlar, bedenin kondisyonu, algısal yetenekler ve motor becerilerindeki kısıtlamaları temsil ederken, yapısal faktörler toplumsal tutumlar, boş zaman aktivite olanakları, kurumsal yapılar, altyapı ve üstyapı gibi zorlukları içermektedir (Wade ve Hoover, 1985; İskender ve Güçer, 2018).

Kişilerarası sorunlar ise, grup veya beraberce bir şeyler yapacak kişilerin katılımını etkileyen şeyler olarak ifade edilir. Bu kısıtlamalar, grup üyelerinin etkinliğe katılmaktan isteksiz olması, etkinlik tercihlerinin birbirine uymaması veya yetersiz katılımcı olması gibi faktörleri içerebilir (Sert, 2019; Çetinkaya ve Akova, 2020).

Boş zaman etkinliklerine iştirak etmeyi düşünen fertler, engellerle karşılaştıklarında, bu engelleri aşmaya çalışarak bir etkinliğe katılabilirler veya katılmaya devam edebilirler. Dolayısıyla, bu engeller, çözümsüz engeller olarak kabul edilmemelidir (Jackson ve Rucks, 1995; Çetinkaya ve Akova, 2020).

1.3.4. Neulinger'in Boş Zaman Paradigması

Neulinger'e göre boş zaman, zihinsel bir faaliyetin belirginleştiği bir durumdur (Neulinger, 1974; İskender, 2017). Faydacı sayılmayan bir bakış açısına göre, boş

zamanın herhangi bir faydalı amacı yerine getirme zorunluluğu bulunmaz ve boş zaman kendi haklılığına sahiptir. Bu görüşün olumlu tarafı, boş zamanın tanımı konusunda daha esnek bir yaklaşım sunmasıdır. Neulinger'ın modeli, altı farklı aktivite türünü içerir. Bu aktivitelerin üçü boş zamanı içerirken, diğer üçü boş zaman dışı aktiviteleri kapsar. Boş zaman ve boş zaman dışı aktiviteler, algısal özgürlük (boş zaman) ve algısal zorunluluklar (boş zaman dışı) kavramları ile birbirinden ayrılır (İskender, 2017).

Bu bağlamda boş zaman faaliyetlerini incelemek üzere, aynı zamanda bir nitelikler alanı oluşturan iki temel boyutu içeren bir model önerdi. Bu model: Salt boş zaman (özgürce seçilmiş ve içsel olarak motive edilmiş)•Boş zaman -çalışma (özgürce seçilmiş ve hem içsel hem de dışsal olarak motive edilmiş)•Boş zaman -iş (özgürce seçilmiş ve dışsal olarak motive edilmiş)•Salt çalışma (özgürce seçilmemiş ve içsel olarak motive edilmemiş)•Çalışma-iş (özgürce seçilmemiş ve hem içsel hem de dışsal olarak motive edilmiş);•Salt iş (özgürce seçilmemiş ve dışsal olarak motive edilmemiş) gibi ayrı durumlardan oluşmaktadır (Neulinger, 1974).

Bu perspektif çerçevesinde yazar, davranışın birçok etkenle şekillendiğini ve özel aktivitelerin hem içsel hem de dışsal faktörler tarafından etkilendiğini dile getirir. Bu paradigmadaki ilk senaryo, bireyin özgür iradesiyle katıldığı ve kendi içsel amaçları doğrultusunda gerçekleştirdiği en saf boş zaman etkinliğini temsil eder. İkinci senaryoda ise Neulinger, boş zamanın tamamen karşıtı olan bir davranışı, koşullandırma ve zorunluluk altında, herhangi bir kişisel ödül beklemeden, bir etkinlik sırasında zihinsel durumda meydana gelebilecek olası değişikliklere vurgu yapar ve gerçek dünyada bu iki senaryo arasında benzer koşulların bulunmasının ne kadar güç olduğuna dikkat çeker (Güneş ve Gülcan, 2022).

1.3.5. Öz Yeterlilik Teorisi

Bandura'nın (1977) yaklaşımına göre, öz yeterlilik, bir kişinin gelecekteki koşulları kontrol etme hedefine yönelik olarak kendi yeteneklerine olan inancını, eylem planlarını hazırlama ve uygulama yeteneğini ifade eder. Bandura, net bir amaca ulaşmak için yapılması şart olan bir eylemin başarısız olmamasına yönelik güçlü öz

yeterlilik hissini yarattığı inanç aracılığıyla davranışsal değişimin meydana geldiğini savunmaktadır (Weinberg vd.,1979).

Bandura (1977), kişinin öz yeterliliğinin, çabalarını ve kararlılığını etkilediğini savunur. Bir görevi başarma konusunda düşük bir yeterlilik hissine sahip olan bireyler genellikle bu görevden kaçınır; kendilerine ve yeteneklerine inandıkları kişiler ise bu tür görevlere daha istekli yaklaşır. İşlerinde başarılı olduklarına inanan bireyler, yeteneklerinden şüphe edenlere göre zorluklarla karşılaştıklarında daha fazla çaba harcamaya ve daha uzun süre devam etmeye eğilimlidirler. Bireylerin öz yeterlilik seviyeleri ne kadar yüksekse, üstesinden gelebilecekleri durumların sayısı da o kadar fazla olur (Işık ve Çiçek, 2020).

Öz yeterlilik, bireyin deneyimleri sonucunda zaman içinde gelişen karmaşık, bilişsel, sosyal, dil ve/veya fiziksel yeteneklerin bir neticesidir. Bu bağlamda, Bandura (1986) öz yeterliliğin geliştirilmesinde deneyimlerin dört ayrı kategoride etkili olduğunu iddia etmektedir. Bu faktörler, bireylerin yeteneklerini değerlendirirken göz önünde bulundukları birincil deneyimler, dolaylı deneyimler, toplumsal ikna ve psikolojik-duygusal koşullar arasındaki süreçleri ifade etmektedir (Durmaz ve Ören, 2017).

Sonuç olarak, bireyin kişilik gelişimi süreci içerisinde, kişilik oluşumunu etkileyen temel faktörler arasında inançlar, kişisel beklentiler ve toplumsal normlar gibi elementler önemli bir role sahiptir. Bu gelişim sürecinde, bireyin öz-yeterlilik değerlendirmesi ise son derece etkili ve belirleyici bir etken olarak öne çıkmaktadır (Bandura, 1993; Bükey ve Gülcan, 2022).

1.4. Boş Zaman ve Seyahat Kavramlarının İlişkisi

Turizm, tüketicilerin farklı seyahat motivasyonları ile hareket ettiği bir endüstriyel yapıya sahiptir. Tüketiciler, her zaman yaşadıkları bölgeden farklı bölgelere gitmek; yenilenmek, dinlenmek, kültürel ve tarihi yapıları ziyaret etmek, yeni insanlarla tanışmak, macera arayışı ve sportif etkinliklere katılmak gibi motivasyonel araçlar ile seyahat olgusuna yönelmektedir (İçöz ve Kozak, 2002). Bu durum, seyahat motivasyonu açısından rekreasyonel faaliyetlerin önemini ortaya koymaktadır.

Rekreatif faaliyetler, iş zamanı dışında kalan boş sürelerde dinlenmek ve yenilenmek amacıyla yapılan etkinlikleri içermesinden dolayı rekreasyon ve seyahat arasındaki ilişkiye boş zamanı da dahil etmek mümkündür. Hazar (2014) tarafından yapılan sınıflandırma da bu ilişkiyi açıklamak açısından önemli bir örnektir. Bu sınıflandırmaya göre boş zaman; sportif boş zaman, yaratıcı boş zaman, sosyal boş zaman ve turistik boş zaman olmak üzere dörde ayrılır. Boş zaman ve seyahat olgusu arasındaki ilişkiyi açıklamak bakımından turistik boş zaman sınıflandırması, bireylerin çeşitli nedenlerle boş zaman olarak değerlendirilen zaman diliminde farklı bir şehre veya ülkeye gitmesi olarak tanımlanabilir.

Seyahat ve boş zaman arasındaki ilişkinin derin bir şekilde incelenmesinde ise farklı gerçeklerle karşılaşılabilir. Bu bakımdan bireyler, kısa süreli boş zaman aralıklarında gündelik etkinlik tabanlı faaliyetlere yönelirken, bir gün ve daha uzun süreler dahilinde sahip olduğu boş zaman faaliyetleri içerisinde ise seyahat güdüsüyle hareket edebilmektedir (Şen ve Öztekin, 2017). Bu durum, kişilerin boş zamana sahip olmasının yanında sahip olduğu boş zamanın niteliği ve niceliğinin de önemini gözler önüne sermektedir.

1.5. Seyahat Etme Davranışını Etkileyen Faktörler

İnsanlık tarihi boyunca bireyler farklı nedenlerle seyahat etmeye yönelmiştir. Seyahat etme davranışında ilkçağlarda din ve ticaret gibi temel nedenler rol oynarken, bugünlerde ise sağlık, spor ve eğlence gibi farklı faktörler seyahat etme davranışının temelini oluşturmaktadır. İnsanlığın içinde bulunduğu çağ gereği dinlenme ihtiyacının söz konusu olması ve beraberinde sosyal ihtiyaçların da devreye girmesiyle seyahat etme olgusu farklı bir boyuta ulaşmıştır (Çallı, 2015).

Paylaşılan bilgiler doğrultusunda, bireyleri seyahat etmeye iten sebepler tarih boyunca değişime uğramış olsa da bireylerin yer değiştirme ihtiyacı sürekli olarak varlığını sürdürmüştür. Çalışma açısından değerlendirildiğinde, Z kuşağı bireylerinin seyahat etme davranışına yönelik bir değerlendirme yapılması amacının varlığından ötürü seyahat etmeye yönelik motivasyon faktörlerinin dikkatli bir şekilde incelenmesi faydalı olacaktır.

Bireylerin seyahat etme davranışını etkileyen faktörlerle alakalı olarak literatürde çok sayıda birbirinden farklı çalışmalar mevcuttur. Bu çalışma açısından gerekli olan bilgiler çerçevesinde, daha genel ve kapsayıcı sebepler üzerinden gidilecektir. Bu açıdan kişisel gelişim, sosyalleşme, kültür, özgürlük, kimlik geliştirme ve macera tutkusu gibi sebeplerden bahsetmek mümkündür (Goldfrey, 2011).

1.5.1. Seyahat Etme Niyeti Açısından Kişisel Gelişim Faktörü

Kişisel gelişim, yaşam boyu öğrenme sürecini ifade eden kapsayıcı bir kavramdır. Kişiler, yaşadıkları deneyimler ve edindiği bilgiler doğrultusunda benliklerini sürekli olarak geliştirebilirler. Kişisel gelişim, bireylerin kendini tatminkâr ve mutlu hissetmesini sağlamasına destek olur (Özdemir, 2004).

Kişisel gelişimin belirgin özelliklerinden biri ise parçadan bütüne doğru bir yapıya sahip olmasıdır. Hayat boyu öğrenme olarak tanımlanan bu süreç, bireyin kendi hayatından başlayarak toplumun tümüne yayılan bir kapsama sahiptir. Bu durumun en temel açıklaması ise kişinin kendini geliştirilmesiyle hem şahsına hem de bulunduğu sosyal yapıya fayda sağlayacak bir birey haline gelecek olmasıdır (Gürel ve Özşenler, 2021). Topluma faydalı hale gelecek ölçüde gelişkin olma amacı taşıyan bir birey ise gelişim sürecini destekleyecek mekânsal ve zaman zarfına bağlı her türlü fedakarlığı yapabilecek bir bakış açısına erişmek durumundadır.

Anlayışlı olma, etkili konuşma, duyguların kontrol altına alınması ve pozitif olma gibi faktörlerin tamamı kişinin kişisel gelişim çabalarının temelini oluşturmaktadır (Genç ve Fidan, 2019). Bu çabaların güçlü bir karşılık vermesi adına bireylerin aynı sosyal çevre içerisinde sıkışmak yerine farklı farklı kişilerle tanışarak değişik bakış açılarına ve kültürel öğretilere merak beslemesi elzemdir.

Sosyal yönleri güçlü, duygusal zekâsı kuvvetli ve anlayışı güçlü bir birey olmak açısından empati kavramına da değinmekte fayda vardır. Empati duygusu, kişinin kendi bilişsel durumundan sıyrılması ve beraberinde muhatap aldığı kişi veya grupların içerisinde bulunduğu bilişsel durumu algılama düzeyine ulaşmasını ifade eder (Hoffman, 1984; Ersoy ve Köşger, 2016). Bu bilgiler ışığında, bireylerin kendi bilişsel durumlarından soyutlanarak başka insanları anlayabilecek bir bilinç düzeyine

ulaşmasında farklı kültürleri görüp yaşayış biçimlerini anlamaları adına yapacakları seyahatler önemli bir egzersiz olma potansiyeli taşımaktadır.

1.5.2.Seyahat Etme Niyeti Açısından Sosyalleşme Faktörü

İnsan doğası gereği sosyal bir varlık yapısına sahiptir. Varlığının gereği olarak farklı insanlarla bir araya gelerek bu ihtiyaçlarını giderme mecburiyetindedir. Bu bakımdan sosyal ihtiyaçlar tıpkı fizyolojik ve psikolojik ihtiyaçlar gibi elzendir. Birey, yalnız başına çeşitli yollarla yeme-içme ve barınma gibi temel ihtiyaçlarını karşılayabilmekte ancak kişisel becerilerinin önemli bir çoğunluğunu sosyal yaşantı sayesinde edinmektedir (Vatandaş, 2020). Bu bakımdan insanlar, çağlar boyunca çeşitli sosyal dürtüsel sebepler doğrultusunda bir araya gelmiştir.

Sosyal ihtiyaçların karşılanma biçimleri ve bu gereksinimlerin şiddeti ise tarihsel süreç içerisinde çeşitli değişimlere uğramıştır. Özellikle, Endüstri Devrimi ile birlikte meydana gelen şehirleşme olgusu ve daha küçük aile yapılarının oluşum süreci içerisine girmesiyle sosyal yapıda büyük değişimler meydana gelmiştir. Bir arada yaşayan toplulukların niceliksel olarak küçülmesi, bireylerin iş yerleri ve evleri arasında sıkıştığı monoton hayat biçiminin beraberinde getirdiği ruhsal çöküntüler neticesinde bireylerin farklı insan gruplarıyla bir araya gelme dürtüsü artmıştır (Karagüle ve Çaycı, 2014).

Endüstrileşen toplum içerisinde farklı insan gruplarının bir araya gelmelerinin ise bazı ön koşulları mevcuttur. Bunlar temel olarak: Bireylerin sosyal yaşantılarına ayırabilecekleri boş zamana sahip olmaları ve yer değiştirmeleridir. Bu koşullar çerçevesinde, sahip olunan boş zaman içerisinde kişiler, sosyal amaçlar etrafında güdülenerek bir araya gelmek amacıyla seyahat edebilmektedir.

İnsanların sosyalleşme niyeti ile bir araya gelmek için yaptıkları seyahatlerde genel olarak iki temel amaçtan bahsetmek mümkündür. Bunlardan ilki, yaşam alanları farklı ancak çeşitli yönlerden (kan bağı, dostluk vb.) kendilerini birbirlerine yakın hisseden kişilerin bir araya gelme amacıdır. İkincisi ise bireyler arasında kişisel bağlara dayalı bir sebep olmaksızın, ortak değerler veya iş birliği gibi çeşitli nedenler çerçevesinde taşıdıkları bir araya gelme amacıdır. Bireyler, doğal dürtüler neticesinde kişisel ilişkilerini sürdürmek amacıyla bir araya gelmek için seyahat

edebilir fakat iş birliği veya ortak değerler etrafındaki amaçlar doğrultusunda bir araya gelmek için seyahat etme niyetini incelemekte fayda vardır.

Kişisel bağlar etrafında gerçekleşmeyen sosyalleşme amaçlarından ilki ortak değerlerdir. Alman etnograf Van Gennep, ortak değerlere sahip insanların bir araya gelmesi amacını ritüellerle açıklamış ve bireylerin bu ritüellere katılması sürecini açıklamakta ise geçiş ritleri kavramını kullanmıştır. Van Gennep'in geçiş ritleri adı verdiği bu sürecin özü, bireylerin kendi kimlik değerlerini bir kenara bırakarak, adapte olacağı değerlere karşı saygı ile yaklaşması ve beraberinde adaptasyon sürecinin gerçekleşmesi şeklinde açıklanabilir (Tüncer, 2021).

Kişisel bağlar etrafında gerçekleşmeyen sosyalleşme amaçlarından ikincisi ise iş birliğidir. Bu bakımdan fertler, kendine yakın hissettiği kişi veya gruplar haricinde dernekler veya gönüllü kuruluşlar etrafında bir araya gelerek çeşitli etkinliklere katılabilirler. Bisiklet sürmek, konsere gitmek, kayak veya kamp yapmak gibi çeşitli faaliyetlerle iş birliği içerisinde aktiviteler yürüterek sosyalleşebilmektedir (Yayla ve Güven, 2019).

Kısacası, bireyler ihtiyaç duydukları sosyal eylemleri gerçekleştirebilmek amacıyla seyahat edebilmektedir. Bir araya gelecek kişi veya grupların daha önce birbirini tanıma zorunluluğu bulunmadığından, kişilerin sosyalleşme amaçlarıyla seyahat etme güdüleri çeşitlenebilmektedir.

1.5.3. Seyahat Etme Niyeti Açısından Kültür Faktörü

Kültür, kapsayıcılığı geniş ve üzerinde geniş anlam kalabalığı bulunan bir kavramdır. Kültür kavramı üzerinde yoğun bir terminolojik çalışma çeşitliliği bulunsa da bu kavram etrafında sınırlar belirlemek hala mümkün gözükmemektedir (Zeyrek, 2021). Bu sebeple çalışma açısından kültür kavramını değerlendirirken, kültürün kabul edilmiş belirgin bir boyutu üzerinden gidilecektir.

Kültür, kesin bir açıdan değerlendirildiğinde karşılıklı etkileşimlerin birleşerek oluşturduğu kapsayıcı bir ilişki boyutu olarak değerlendirilebilmektedir. Bu bakımdan kültür, birikimli olarak ilerleyen ve kendisini etkileyen değişkenlerin etkisi altında sürekli olarak değişen dinamik bir olgudur (Özdemir ve Özdemir, 2020).

Tarih boyunca yaşayan tüm topluluklar birbirleriyle hem içsel hem de dışsal olmak üzere çeşitli yollarla etkileşimler kurmuştur. Bu etkileşimler neticesinde hem somut hem de somut olmayan çeşitli kültürel miras unsurları ortaya çıkmıştır. Bu kültürel miras unsurları, bireylerin yaşadıkları bölgenin kültürünü öğrenmesi ve geleceğe taşınması açısından oldukça önemlidir. Ayrıca bu kültürel miras unsurları sayesinde, merak güdüsüyle başka toplulukların yaşayış biçimlerini ve kültürel tarihlerini öğrenmek isteyen kişiler de önemli bir fırsata sahip olmaktadır (Öztürk vd., 2021).

İnsanların taşıdığı merak dürtüsü ve deneyimlemek istedikleri farklı kültürleri öğrenme hazzı arasındaki yegâne köprüyü seyahat olgusu oluşturmuştur. Bu bakımdan bireyler, farklı kültürleri yakından görmek ve başka bölgelerdeki somut ve somut olmayan kültürel mirasın şahidi olma isteği ile seyahat etmeye başlamıştır. Kültür amaçlı seyahatlerin başlamasındaki merak haricinde bulunan diğer önemli sebep ise, insanların klasik turizm anlayışına dayalı (deniz-kum-güneş) boş zaman değerlendirme faaliyetlerinden sıkılarak farklı alternatif arayışına girişmiş olmasıdır (Keskin vd., 2020). Bu noktada, alternatif seyahat niyeti arayışları içerisinde kültür oldukça güçlü bir opsiyon haline gelmiştir.

Özetle, bireyler kendi kültürlerini korumak ve sürdürmenin dışında farklı yörelerin kültürlerine de ilgiyle yaklaşmışlardır. Bu ilgi gerek deneyim elde etme arzusu gerekse salt merak üzerinden farklı şekillerde açıklanabilmektedir. Deneyim elde etme ve yoğun merak dürtüsünün sonucu olarak ortaya çıkabilecek bir diğer arzu ise seyahat etmektir. Merak güdüsünün etkisiyle kişilerin seyahat algıları da şekillenmiştir. Bu bağlamda kültür olgusuna ilgi duyan bireyler ilgi duydukları farklı toplum kültürlerini deneyimlemek amacıyla seyahatler gerçekleştirmiş ve gerçekleştirmeye devam etmektedir.

1.5.4. Seyahat Etme Niyeti Açısından Özgürlük Faktörü

Özgürlük, anlam olarak üzerinde yoğun bir şekilde kavram tartışması yürütülen bir olgudur. Toplumsal açıdan, siyasi açıdan ve bireysel açıdan farklı perspektifler çerçevesinde türlü tanımlamalar yapılmıştır. Bireysel anlamda değerlendirildiğinde

yapılan kavram tartışmalarının genellemesi, kişinin kendi kararları üzerinde irade gücüne sahip olması şeklinde yapılabilmektedir (Urhan, 2016).

Kişinin özgür iradesiyle hareket edebilmesinin koşullarını ortaya koyan birçok kriter mevcuttur. Örneğin, sosyolojik boyuttan incelendiğinde kişinin sosyal çevresi ve özellikle ailesi ile olan ilişki yapıları akla makul bir kriterdir. Bağlı ve Sever (2015), yapmış oldukları çalışmada, kişinin hayata karşı duruşunu ve bakış açısını belirleyen rol ve statü gibi değişkenlerin aile ilişkileri açısından incelenebilir bir değişken olduğunu ifade etmişlerdir.

Bireyin ailesiyle ve içinde bulunduğu sosyal çevre ile kuracağı ilişkinin yönü her zaman pozitif olmak zorunda değildir. Bu çerçevede, bireyler kendini kısıtlanmış hissedebilmektedir. Kısıtlılığın beraberinde getirdiği en önemli sonuç ise, irade gücünün zayıflamasıdır. Biçer (2017), yapmış olduğu çalışmada irade gücü ve özgürlük arasındaki bağlantıları incelemiştir. Buradan hareketle, iradenin üzerinde etkili olan engelleyici faktörlerin de doğrudan veya dolaylı olarak kişinin özgürlüğü ile alakası olduğunu ifade etmek mümkündür.

Kısıtlayıcı faktörler ve irade ilişkisi çerçevesinde ifade edilmesi gereken bir diğer konu ise, kısıtlanmanın ve beraberinde gelen sıkıntıların insan psikolojisi üzerinde yarattığı itici güçtür. Bireyler, yaşadıkları kısıtlılığın ve sıkıntıların neticesinde bir çare arama çabasına girer. Bu çabalardan en önemlilerinden biri ise seyahat etme davranışıdır (Gülmez, 2020).

Bu bilgiler ışığında özgürlük ve seyahat etme davranışı arasında karşılıklı bir ilişki olduğunu ifade etmek mümkündür. Seyahat etmek, hareket ve zaman gerektiren bir davranış olduğu için bu kararı almak özgür bir irade gerektirmektedir. Bu ilişkinin diğer kolu ise bireylerin var olan hayatlarından memnun olmaması ve çeşitli yönlerden kişiyi baskı altına alan faktörlerin varlığını aşmak adına duyulan güçlü itilme gücüdür.

1.5.5.Seyahat Etme Niyeti Açısından Kimlik Geliştirme Faktörü

Kimlik, geniş bir kavramsal çerçevede içinde işlenen kapsamlı bir kavramdır. Özellikle sosyal bilim alanlarında kimlik üzerine kurulu çok sayıda çalışma gerçekleştirilmektedir. Çok sayıda çalışma alanının bir kavram üzerinde

incelemelerini sürdürüyor olması, bu kavramın bilimsel temelini zenginleşmesini sağlayan başlıca faktörlerdendir (Dalbay, 2018).

Kavram üzerinde yoğun miktarda inceleme yapılmasının zenginlik sağlamasıyla beraber bir yandan da kavramsal karmaşanın meydana gelmesi beklenebilmektedir. Bu açıdan Aydoğdu (2004), gerçekleştirdiği çalışmada kimlik kavramı üzerinde gerçekleştirdiği kavramsal incelemeler sonucunda “öz” kelimesinin ortak bir nokta yarattığını tespit etmiştir. “Öz” kelimesi, bir yandan kimlik kavramının birçok çalışma açısından uyumlu bir noktaya ulaşmasına kolaylık sağlarken diğer taraftan ise kimlik kavramının gerçekçi ve pratik bir şekilde çözümlenmesine fayda sağlayan bir kelime örneği olmuştur.

Kimlik kavramının etrafında şekillenen bir olgu olarak kimlik geliştirmek ise kendine ait olan nitelikleri keşfetmek olarak da ifade edilebilir. Öncelikle, bir anlayış biçiminde kimlik geliştirmenin keşif süreci olarak ifade edilebileceği gerçeğinden hareketle kendini keşfetme sürecinin tarif edilmesi gereklidir.

Kendini keşfetmek, bireyin çeşitli olay, olgu ve tecrübelerden faydalanarak bakış açısını geliştirmesi; benliğine dair yeni keşifler gerçekleştirmesi ve bu gelişim ve değişim birlikteliğinden faydalanarak kendine has bir kimlik geliştirme süreci içerisinde bulunmasını ifade eden çok aşamalı bir süreçtir (Hall, 2004; Çılgınoğlu, 2023).

Bu bakımdan kendini keşfetmenin bir kimlik geliştirme süreci adına oldukça önemli bir aşama olduğu gerçeğinden hareketle bu bağlantıyı kuran diğer olgulara da göz atmakta fayda vardır. Kişinin bakış açısını geliştirecek, benliğine dair yeni kazanımlar elde edip asli kimliğine doğru evrilecek bir sürece erişmesi için faydalanabileceği birçok araç mevcuttur. Bu bakımdan Aron vd., 2016 yılında yapmış oldukları çalışmada, bireyin kendini keşfetme süreci adına en elzem sürecin farklı insanlarla karşılıklı etkileşime girmeleri olduğunu ifade etmişlerdir. Dolayısıyla, bireyler özellikle yakın anlayışta oldukları kişilerle bir araya gelip iletişim kurarak ve birlikte farklı deneyimler yaşayarak kendi kişisel keşif sürecine katkı sağlayabilmektedir.

Bu noktada, bireylerin farklı bireylerle bir araya gelip farklı deneyimler elde etmesi durumu kapsamında değinilmesi gereken bir diğerk olgu ise seyahat etmektir. Bireylerin, kendinde ve çevresinde değışiklikler meydana getirmek ve istediğı yeniliklere adapte olmak gibi emellerine ulaşmaları adına seyahat etmek her zaman oldukça önemli bir araç olmuştur. Öyle ki bu durum bazı edebi yazarların eserlerine de yansımıştır. Büyüktuncay, 2023 yılında yayınlamış olduğı araştırma makalesinde Fransız yazar Leiris'in Otobiyografisini incelemiş ve yazarın kendini keşfetmek, yeni bir kültüre adapte olmak ve farklı bir heyecan aramak güdüsüyle Afrika'ya seyahat ettiğini belirtmiştir.

Tüm bu bilgilerin ışığında, bireylerin kendilerinin gelişim süreçlerini tamamlamak ve benliklerinde hissettikleri boşlukları doldurmak amacıyla farklı araçlar kullanarak kendilerini keşfetme güdüsü taşıdıklarını ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda, bireyler farklı insan grupları ve farklı kültürlerle kaynaşarak benliklerini besleme gayretine girmiştir. Dolayısıyla bu çaba, kişileri seyahat etme davranışına da yöneltmiştir.

1.5.6. Seyahat Etme Niyeti Açısından Macera Tutkusu Faktörü

İnsan, rutin yaşam içerisinde kendi konforunun rahatlığıyla hareket ettiğinde sıkılan bir varlıktır. Bu durumun tersi olarak bireyler, stres altında iken daha farklı düşünce mekanizmaları kullanarak farklı bir heyecan yaşamının coşkusunu hissetmektedirler. Bireyler bu heyecan dalgası altında iken macera arayışına girerler (Brendtro ve Stroner, 2007). Bu bakımdan, bireylerin macera arayışı sebepleri arasında hayat rutininden kaçmak ve değışiklik arzulamak gibi dürtüleri sıralamak mümkündür.

Macera tutkusu, kuşaklar içerisinde çeşitli biçimlerde sürekli olarak var olan dinamik bir olgudur. Macera kavramı, eski topluluklarda farklı bölgelere seferler düzenlemek veya merak duyulan bir gerçeğı öğrenmek adına çeşitli risklerle örülü seyahatlere çıkmak gibi farklı anlamlar taşımaktaydı. Bugün ise macera kavramı, toplumsal bir olgu olduğu kadar kişiselleştirilmiş bir olgu haline de gelmiş ve bireylerin kendi ilgi alanlarında bulunan yüksek arzularını tatmin etmek gibi farklı anlamlar da taşır hale gelmiştir (Gülcan, 2004).

İnsanların macera arayışı ve monoton yaşam biçiminden sıkılmış olması, seyahat etme motivasyonu kazanmaları bakımından önemli bir fırsat yaratmıştır. Yani bireyler, yaşadıkları sıkıcı hayat koşullarından uzaklaşmak adına veya macera arayışı doğrultusunda tatmin edici sebepler yaratan başka bölgelere ilgi duymak adına önemli bir sebebe ulaşmışlardır.

Bireylerin değişmekte olan yaşam algısı ve macera olgusuna olan yaklaşımının farklılaşması sonucunda seyahat sektöründe 1980'ler itibariyle türemeye başlayan alternatif turizm akımı çerçevesinde yenilikler meydana gelmiştir. Bu bakımdan, heyecan arayan ve riskle iç içe olan etkinlikler yapmaktan adrenalin duyan kişiler için de bu alternatif turizm piyasası içerisinde belirli bir hizmet yelpazesi oluşmuştur. Macera odaklı hizmetlere talep gösteren turistler ile bu temadaki hizmetleri üreten turizm endüstricilerinin bir araya gelmesi neticesinde ise macera turizmi piyasası oluşmuştur (Tokat ve Ekinci, 2017).

Salt güçlü macera odaklı hizmet tüketimi eğilimi yüksek olan tüketicilerin, bu ihtiyacı karşılayacak ve bir üretici bilinciyle destekleyerek bu coşkunun doğru bir kanaldan iletilmesini sağlayacak olan üreticilerin bir araya gelmesiyle güçlü bir pazar oluşmuştur. Bu bağlamda, farklı adrenalin bazlı spor dalları ve etkinliklerin profesyoneller tarafından tüketici beklentisini karşılayacak şekilde üretiliyor olması tüketicilerin var olan işlenmemiş tutkularını macera turizmi olgusu çerçevesinde örgütleyerek bir seyahat etme motivasyonu haline getirilmesini sağlamaktadır.

1.6. Seyahat Motivasyonu Teorileri

Seyahat olgusu, akademik literatür içerisinde birçok farklı çalışma ile çeşitli başlıklar altında ele alınmıştır. Bu başlıklardan biri de seyahat motivasyonudur. Akademisyenler, insanların hangi değişkenlerin etkisi altında seyahat etme kararına yöneldiğini farklı görüşler çerçevesinde araştırmış ve böylece bu alanda zengin bir literatür oluşmuştur.

Bu zengin literatürün oluşmasında ve farklı kitlelerin seyahat davranışının öngörülmesinde ise bu alandaki farklı teorilerden faydalanılmıştır. Seyahat motivasyonu alanında üretilen teorilerin temel amacı, bireylerin davranışlarını tahmin etmeyi kolaylaştırabilecek bir teorik ölçek oluşturmaktır. Bu süreç içerisinde özellikle

bireylerin içerisinde bulunduğu toplumla olan ilişkileri, kültürel altyapıları ve kişisel hayatlarında yaşamış oldukları deneyimleri ölçülü olarak değerlendirmek esas alınır. Böylelikle bireylerin seyahat etme davranışı, gerek içsel faktörler gerekse dışsal faktörler açısından incelenebilir ve anlaşılabilir bir konuma ulaşır (Crompton, 1979).

Seyahat motivasyonu alanında yapılan teorik çalışmalarda, bireyin seyahat davranışını belirleyen temel güdü unsurlarından bahsedilmiştir. Bu bakımdan bireyin cinsiyeti, sosyal yaşamı, iş durumu, eğitim düzeyi, yaşı ve toplumdaki pozisyonu gibi birçok unsur bireylerin seyahat etme davranışını doğrudan etkilemektedir (Mengü, 2017). Seyahat motivasyonu üzerine yapılan teorilerde de bu değişkenlerden faydalanmak suretiyle çeşitli ölçekler oluşturulmuş ve yapılacak diğer çalışmalar için kapsamlı çerçeveler oluşturulmuştur.

1.6.1. Boş Vakit Motivasyon Ölçeği

Beard ve Ragheb tarafından Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi üzerinden yapılan uyarlamalar neticesinde boş zaman ile mutluluğa erişilebilir erişilemeyeceği bilgisine erişmek amacıyla oluşturulmuştur. Boş vakit motivasyon ölçeği doğrultusunda bireylerin memnuniyetini temin edecek dört farklı sebep mevcuttur.

Bunlardan ilki, bireyin bilgi düzeyini arttıracak aktivitelerin mevcut olması, zihnen yeterli ve kabiliyetli hissettirecek ortamlarda bulunmak gibi bilişsel açıdan değerlendirilebilecek temaları içeren entelektüel sebeplerdir. İkincisi, kişinin sosyal çevresi ile olan bağlantılarını yoğun bir şekilde arttırabileceği ortamlarda bulunma ihtiyacından kaynaklı olarak ifade edilebilecek sosyal nedenlerdir. Üçüncüsü, kişinin belirli bir alanda uzmanlaşmasını veya bir beceri kazanmasını içeren yetkinlik nedenleridir. Sonuncusu ise, bireylerin tek başına kalma dürtülerinin yoğun basması, buldukları ortamdan sıkılmaları veya yabancılaşmaları gibi nedenlere bağlı olarak ortaya çıkan dürtüler olarak tanımlanan kaçınma nedenleridir (Ryan ve Glendon, 1998).

Ölçek ile amaçlanan yalnızca seyahat öncesi öngörülerini karşılamak değil, aynı zamanda tutundurma çalışmalarına katkı sağlamak, tatmin edici ve tekrar etme isteği uyandırıcı seyahat bileşenlerinin kişiye özel bir şekilde tespit edilerek belirgin hale getirilmesini sağlamaktır. Bu ölçek, özellikle turizm işletmeleri açısından

müşterilerinin sahip olduğu beğeni algısının belirlenmesi, ilk motive oldukları unsurların tespiti ve karşılama sürecinin önemli olması noktası sebebiyle ticari açıdan da kilit bir role sahiptir (Mengü, 2017)

1.6.2. İtici ve Çekici Faktörler Teorisi

Seyahat etmek, bireyin kendi içsel sürecini yansıtan sebeplerden veya bir destinasyon hakkında sahip olduğu izlenim, bölge hakkında sonradan edindiği bir bilgi ve bölgenin planlı bir şekilde geliştirmiş olduğu pazarlama çabalarının yarattığı etki dolayısıyla gelişen bir olgudur. Bu çerçevede, seyahat etmek adına çok sayıda nedenin bulunduğu geniş bir yelpazeden bahsedebilmekle beraber akademik literatürdeki çalışmalarda ağırlıklı olarak bu sebepler itici ve çekici faktörler olmak üzere iki başlık altında ele alınmaktadır (Kızılcık ve Taştan, 2019).

İtme ve çekme faktörleri, birbirinden temel ayrımlara sahiptir. İtmeye yönelik motivasyon faktörleri daha çok bireyin rahatlama, rutin yaşantıdan uzaklaşma, aile veya arkadaş özlemi gibi durumlara dayalı iken, çekici faktörler bölgenin estetiği, ulaşılabilirliği, rekreatif olanaklar ile doğal ve kültürel birikimleri gibi durumlar üzerinden okunmaktadır (Yoon ve Uysal, 2005).

Bu faktörler, bireyin seyahat dışında kalan deneyim ve algılarının toplamını ifade etmektedir. Kişi, çalışma veya eğitim hayatından bunalarak seyahat etme davranışına itilebilir veya bir bölgede bulunan maddi ve manevi unsurlara karşı kendi sahip olduğu estetik algısı doğrultusunda o bölgeye seyahat etme davranışına çekilebilir. Bu gibi örnekleri çoğaltmak mümkündür. Özet olarak, itici ve çekici faktörler teorisi aracılığıyla nihai sonucu birbirinden farklı olan birçok seyahat yaklaşımı ortak çatılar altında birleşme imkânı bulunurken, akademik literatür adına da bu teori etrafında bireylerin seyahat etme davranışını tespit etme ve sınıflandırmaya yönelik birçok çalışma yapılma fırsatı sağlanmıştır.

1.6.3. Artık Enerji Teorisi

Bireyler yaşamlarını sürmek için belirli bir miktarda enerjiye ihtiyaç duyarlar. Sahip oldukları bu enerji ile hayatını sürdüreceği ölçüde besin bulmak ve barınma ihtiyacını karşılamak için çalışırlar. Çalıştıkları bu süre zarfında enerjilerinin belirli bir kısmını harcayan bireyler, bu çalışma neticesinde elde ettikleri ile beslenme ihtiyacını

karşılıyarak kaybettikleri bu enerjiyi yeniden kazanırlar. Bu döngü bu şekilde sürüp gitmekle birlikte insanlar, çalışma zamanları ve fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamaya dönük zamanları dışında kalan belirli bir vakte ve enerjiye sahip olabilmektedir. Bireyler, bu boş zaman zarfında sahip oldukları enerjileri farklı biçimlerde kullanma isteği duymaktadır.

Bu yaklaşım çerçevesinde Atıl Enerji Kuramı, bireylerin yeme-içme, uyuma, barınma ve güvenlik ihtiyaçlarını karşıladıkları süreçler dışında kalan zamanlarda zevkli bulduğu, oyuna ve aktivite dayanan davranışlara olan yönelimin arttığını savunan bir teoridir. (Hurd ve Anderson, 2011).

Boş zaman değerlendirme faaliyetlerinden en önemlilerinden biri de seyahat etmektir. Dolayısıyla seyahat, bireylerin sahip oldukları fazla enerjiyi atmak adına zevkli buldukları eylemlere yönelirken değerlendirebilecekleri opsiyonlardan biridir.

1.6.4. Kararlı Denge Durumu Teorisi

Bireyler, yaşamın her döneminde benzer taleplerine karşı aynı ölçüde motivasyon duymayabilirler. Bu durumda farklı istek ve ihtiyaçlar baş göstermeye başlamaktadır. Bu bakımdan, bireylerin talep ve tatmin döngüsü içerisinde sürekli hareket ettiğini ancak her talep durumunun kendi karakteristiği içerisinde farklı şiddette gerçekleştiğini ifade etmek mümkündür. Bu gerçeğin etrafında yürütülen farklı modellemeler mevcuttur. Her alanda bu gerçek kapsamında yürütülen farklı çalışmaların mevcudiyeti noktasından çalışmaya özel bir perspektife doğru değerlendirme yapmak gerekirse, turizm yazınının motivasyonel denge durumu açısından yapılan bilindik en önemli çalışma Crompton (1979) tarafından yapılan “Kararlı Denge Durumu Teorisi” ‘dir.

Kararlı Denge Durumu Teorisi, motivasyonel açıdan dengesizlik durumuna giren bireylerin ihtiyaçlarının artacağını savunmaktadır. Bu bakımdan bireyler, tükenme durumlarında, aşırı heyecan veya tutku duymaları gibi durumlarda seyahat etme davranışı bir denge unsuru olarak ortaya çıkmaktadır. İnsanlar seyahat ederek tutkularını tatmin etmekte, kendini gerçekleştirmekte ve tükenmişlik gibi psikolojik sorunlarından arınabilmektedir (Güçlü, 2017).

Crompton, yapmış olduğu çalışmasında tıpkı Dann'ın çalışmasında olduğu gibi, bireylerin motivasyonel dengesizlik durumlarında yöneldiği seyahat davranışlarını sınıflandırırken itici ve çekici faktör ölçütünden faydalanmıştır. Bu bakımdan bireyin yalnızlık, tükenmişlik, stres ve aşırı sorumluluk gibi baskıcı zihinsel unsurlardan arınmak adına hareket ettiği davranış biçimleri itici faktörlerden kaynaklanırken, kültürel çekicilikler, doğal güzellikler ve marka imajları dolayısıyla tüketici zihninde oluşturulan destinasyon imgeleri aracılığıyla ortaya çıkan motivasyonel unsurlar ise çekici faktörler ölçütü altında sınıflandırılmıştır (Crompton, 1979).

1.6.5. Turist Tipolojisi Araştırmaları

Turistler, ortak bir tanım kümesi altında hareket eden ve somut nitelikleri sıralanmış bir şekilde değerlendirilmesine karşın bu durum, farklı sosyal bilim çalışmaları tarafından genişletilerek turistler çeşitli yönlerden kategorize edilmeye başlanmıştır. Bu bakımdan literatürde: Davranışlarına göre, motivasyonlarına göre, yaklaşımlarına göre ve seyahate dönük turist karakteristiklerine göre birçok ayırım üzerinden sınıflandırmaların yapıldığı turist tipolojisi çalışmaları mevcuttur.

Turizm alanında en bilindik araştırmacılarından biri olan Eric Cohen, yapmış olduğu çalışmada turistleri dört tip altında incelemiştir. Bunlardan ilki seyahat endüstrisi tarafından sunulan ürünleri hazır bir şekilde tüketen ve grup kimliğine bağlı olarak hareket eden organize kitlesel turist tipidir. İkincisi, grup aidiyeti organize kitlesel turist tipinden daha düşük düzeyde olan ancak yine de seyahat endüstrisinin üretmiş olduğu bazı bileşenleri satın alan turist kimliği kümesini oluşturan bireysel kitle turistleridir. Üçüncü tip olan kâşif turist tipi ise, seyahat endüstrisinden bağımsız olarak bireysel planlamalarla kendine has bir seyahat deneyimi yaşamayı arzulayan, tutku ve heyecan içeriği taşıyan hizmetlere yoğunlaşan, risk alan ve yerel halkın yaşam biçimine adapte olmuş dostane bir seyahat anlayışına sahiptir. Son olarak dördüncü turist tipi ise, bireylerin zaman ve mekân kaygısı içerisine düşmeyen, planlama süreçlerinden hoşlanmayan, kitlesel bir seyahat hareketi içerisinde yer almaktan memnun olmayan ve kendi istekleri doğrultusunda hareket etmeyi tercih eden başıboş turist olarak adlandırılmaktadır (Lowry, 2017).

Shapley (2006) tarafından yapılan bir diğler turist tipolojisi çalışmasında ise, turistlerin karar alma süreçlerinde etkili olan motivasyon faktörleri incelenmiştir. Bu bakımdan ilk motivasyon faktörü olarak içsel süreçler: Eğitim durumu, yaş, gelir düzeyi gibi demografik değişkenlerin yanı sıra çeşitli psikolojik değişkenleri de kapsamaktadır. Bir diğler motivasyon faktörü olan dışsal süreçler ise: Seyahat uyarıcıları, destinasyon çekiciliğı ve fiziksel kanıtlardan oluşmaktadır. Üçüncü motivasyon faktörü olarak sosyal faktörler: Aile, arkadaş grupları ve mesleki çevre gibi gruplarla gerçekleşen etkileşimlere bağlıdır. Son olarak kültürel faktörler ise gidilecek bölgenin gelenek, görenek ve tarihine bağlı olarak çeşitli somut ve somut olmayan unsurların yarattığı motivasyonel durumu ifade etmektedir.

1.6.6. Çift Faktör Teorisi

Rekabet üstünlüğüne yönelik yapılan araştırmalarda uzun yıllardır en trend konulardan biri organizasyonel verimliliklerdir. Somut hizmet ve ürünlerde olduğu gibi memnuniyetin de üreticiden tüketiciye doğru gerçekleşeceğine dair bazı görüşler etrafında birleşen araştırmacılar, rekabet üstünlüğünü sağlamakta özel bir nokta olarak çalışan memnuniyetini sağlamanın da esaslı bir gösterge olacağını düşünmektedir (Nyugen, 2017).

Bu yaklaşım çerçevesinde, müşteri memnuniyeti sağlama noktasında çalışan sadakati ve memnuniyetini aracı olarak gören işletmeler sadece üretim niteliğı ve miktarına değil aynı zamanda üretim koşullarını da önemseyen bir yapıya doğru evrilecektir. Bu doğrultuda yöneticiler, çalışan memnuniyeti odaklı işletme politikalarını uzun süreli bir iş tatmini yaratmak amacıyla yeniden dizayn edeceklerdir.

Müşteri memnuniyeti bağlamında çalışan memnuniyetini temin etmek açısından ele alınan çalışmaların en önemlilerinden biri Herzberg'in çift faktör teorisidir. Teori, çalışanların memnuniyetiyle ilişkili unsurların iki faktör kategorisi altında değerlendirilmesi üzerine dayandırılmıştır. Buna göre, yokluğu durumunda çalışan memnuniyetini olumsuz yönde etkileyecek ve varlığı durumunda çalışanların performans ve motivasyonunu arttıracak unsurlar motive edici faktörler (içsel faktörler) içerisinde ele alınmıştır. Yokluğu durumunda tatminsizliğe sebebiyet verecek ve varlığı durumunda ise çalışan memnuniyeti ve performansını

etkilemeyecek unsurlar ise hijyen faktörleri (dışsal faktörler) içerisinde ele alınmıştır (Ateş vd., 2012).

Turizm açısından değerlendirildiğinde, bilindiği üzere potansiyel turistlerin güçlü bir seyahat motivasyonu taşıması, turizm işletmelerinin müşteri çekebilmeleri adına büyük bir önem arz etmektedir. Bu noktada, Herzberg'in Çift Faktör teorisinden yola çıkarak turizm işletmelerinin potansiyel müşterilerin seyahat motivasyonunu arttıracak üretim ve pazarlama gibi temel yönetim işlevlerini layığıyla yerine getirmek noktasında kendi çalışan sermayesinin memnuniyetini temin etmek mecburiyetindedir. Turizmde hizmet akışının çalışandan müşteriye aracısız ve işletme denetim birimlerinden çoğunlukla bağımsız bir şekilde gerçekleşmesinden dolayı çalışan memnuniyetini sağlayan işletmeler, çalışan ve müşteri arasındaki iletişim sürecine dolaylı bir katkıda bulunmuş olarak müşterileri üzerinde tatmin ve memnuniyete dayalı bir geri dönüştürülebilir seyahat motivasyonu algısı oluşturma avantajına sahip olabilmektedir.

Bu bölümde çalışmanın temel kavramlarından olan seyahat ve boş zaman kavramları üzerinde durulmuştur. Boş zaman kavramının açıklanması, sınıflandırılması ve boş zaman faaliyetlerinin temel özelliklerinin açıklanması, boş zaman kavramının seyahat kavramı ile olan ilişkisinin değerlendirilebilmesi açısından gereklidir. Seyahat kavramı ve seyahat motivasyonunu besleyen çeşitli faktörlerin değerlendirilmesi ise çalışmanın temel amacı olan mobil oyunların Z kuşağının seyahat motivasyonu üzerindeki etkisini ele almak açısından önemli bir başlık olması sebebiyle yapılmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

Z KUŞAĞI VE MOBİL OYUNLAR

Bu bölümde Z kuşağı ve mobil oyun kavramlarına değinilmiş, bu kavramlara ait çeşitli özellikler nitelenmiştir.

2.1. Kuşak Kavramının Tanımlanması ve Sınıflandırılması

Kuşak kavramı, belirli bir yaş süresini ortak bir dönem içerisinde gerçekleştiren tarihi ve sosyal olayları kapsayan kümeleri ifade etmektedir (Mannheim, 2013; Aydın, 2020). Bir başka tanıma göre ise kuşak kavramı, ortak bir doğum dönemini paylaşan ve yaşadıkları süre boyunca çeşitli önemli faktörleri etkileyen ve bu faktörlerden etkilenen bir insan topluluğunu ifade eder (Kupperschmidt, 2000).

Kuşak kavramı ile ilgili çeşitli sınıflandırmalar mevcuttur. Çalışma kapsamında ele alınan değişkenin Z kuşağı olmasından dolayı bu sınıflandırmalar arasında değişkene uygunluk faktörü göz önüne alınarak X,Y ve Z kuşaklarına dönük bir sınıflandırmaya odaklanılmıştır.

X kuşağı, 1965 ila 1979 yılları arasında doğmuş olan kuşağı tarif etmek için yapılan bir sınıflandırmadır (Alwin, 2002). Bu kuşak bireyleri, teknolojiden faydalanan; pragmatist, kinik düşünen, çalışma azmi yüksek, sorgulayıcı ve özgür ruhlu kişiler olarak tanımlanmaktadır (Reilly, 2012).

Y kuşağı ise, çoğu uzman tarafından 1980 ve 2001 yılları arasında doğan bireyleri tanımlamak için yapılan bir sınıflandırma olarak ele alınmıştır. Y kuşağı teknoloji içine doğan bir kuşak olarak nitelendirildiği için Y kuşağının daha önceki kuşaklardan en önemli farkı olarak teknoloji kavramı ele alınmaktadır (Skiba, 2005).

Son olarak Z kuşağı, halk arasında yeni nesil olarak adlandırılan ve birçok akademik çalışmanın evrenini oluşturan bir kitledir. Tanım olarak literatürde 2000 yılı ve sonrasında doğan bireyleri kapsayan küme Z kuşağı olarak tanımlanır (McCrimble ve Wolfinger 2010).

Z kuşağı bireyleri, doğdukları yıl aralığı itibariyle teknolojinin mevcut gelişimine en yakın süreç içerisinde doğmuş ve bu gelişimler çerçevesinde yetişmektedir. Bu durum, Z kuşağı bireylerinin iş ve uğraşlarını etkilediği ölçüde boş

zaman faaliyetlerini de etkilemesi beklenen bir niteliğe sahiptir. Bu izlenim, akademik literatüre de birçok sayıda farklı araştırmalar ile yansımıştır.

Ercan (2021) tarafından yapılan “Boş Zaman Değerlendirmesi Açısından Z Kuşağı: Necmettin Erbakan Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Nitel Bir Araştırma” adlı yüksek lisans tezi ęalıřması, öğrencilerin birlikte vakit geçirmekten haz duyduğu kişi ve mekanlar ile müzik tercihlerine varan geniş bir değişken ağında geręekleřtirilmiřtir. Necmettin Erbakan Üniversitesi bünyesinde yer alan 4 ayrı fakólleden 40 öğrenci ile yapılan ęalıřmada görüşme yöntemi ile toplanan veriler, betimsel analiz yöntemine tabi tutulmuştur. ęalıřma sonucunda, örneklem grubu üyelerinin algıları ile boş zaman değerlendirme faaliyetlerine olan yaklaşımları arasında ęeřitli farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre boş zaman değerlendirme faaliyetlerine yönelik olan algı ęalıřmasında elde edilen sonuçlar, Z kuşağı bireyelerinin seküler veya dindar bir algıda olmasının tercihlerini etkilediğini göstermiştir.

Tunay Hoyladı (2023) tarafından yapılan bir diğer tez ęalıřması olan “Z Kuşağı Bireyelerin Bir Rekreyon Aktivitesi Olarak Spor Salonlarından Faydalanma Bağlamında Yaşam Kalitesi Düzeyleri” adlı ęalıřma ise Z kuşağının boş zaman faaliyetlerine değerlendirmeye yönelik bir başka araştırma niteliği taşımaktadır. Araştırmanın evrenini Antalya ilinde yaşamakta olan Z kuşağı bireyleri kapsarken, araştırma örneklemini ise 300 kişilik bir grup kapsamaktadır. Veri toplama tekniği olarak ise, Dünya Sağlık Örgütü Yaşam Kalitesi ölçeği kullanılmış ve toplanan veriler yorumlandığında spor salonuna giden Z kuşağı gençlerinin daha pozitif bir yaşam algısına sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Yapılan ęalıřmalar incelendiğinde, Z kuşağı bireyelerinin yaşam biçimlerine göre değişmekle birlikte sosyal ortamlar içerisinde geręekleřen etkinlikler yoluyla kendilerini daha iyi hissettikleri ve yaşam kalitelerinin arttığını düşündükleri ortaya konmuştur.

2.2. Z Kuşağının Farklı Yönleri

Bireyelerin ęeřitli faaliyetlere olan yaklaşımı ve davranışları ile ilgili yürütölen ęalıřmaların birçoğunda ölçüt olarak doğum yılı faktörü kullanılmıştır. Bireyelerin doğdukları yıllar belirli aralıklar halinde gruplandırılarak kuşak adı altında toplanmış

ve gruplara çeşitli özellikler atfedilmiştir. Çalışmanın evrenini oluşturan Z kuşağı bireylerinin de birçok çalışmada atfedildiği üzere sahip olduğu birçok farklı özellik mevcuttur.

Şüphesiz Z kuşağı denildiğinde birçok çalışmanın da vurguda bulunduğu gibi ilk akla gelen huylardan biri teknolojiye yatkınlıktır. X kuşağı, teknolojiyle ilişkisi düşük olan bir kuşak olarak değerlendirilirken, Y kuşağı teknolojiyle büyüyen kuşak ve Z kuşağı ise teknolojinin içine doğan bir nesil olarak tanımlanır (Deneçli ve Deneçli, 2012).

Z kuşağı ve özellikle X ile Y kuşağı arasındaki farklılıkların sınıflandırılması zaman geçtikçe daha büyük bir kapsamda gerçekleşmeye başlamıştır. Eğitime yönelik ideallerden, satın alma davranışına ve liderlik davranışından kültürel boyuta kadar birçok başlık altında bulunan özellik, kuşaklar arası farklılıkları ortaya koymak açısından birer ölçüt olarak kullanılmıştır (McCrindle ve Wolfinger, 2010).

Bu ölçütlerin kendi aralarında ilişkiler kurmak da Z kuşağı hakkında başarılı çıkarımlar yapmak adına ciddi bir önem arz etmektedir. Örneğin, uyumlu ve kültürel zenginliğe açık bir kuşak olan Z kuşağı neslinin bu özellikleri dolayısıyla uluslararası katılımcılık özgüveninin de yüksek olduğunu ifade etmek mümkün olabilmektedir.

Z kuşağı, yaratıcılığıyla; birden fazla işi aynı süreç içerisinde yürütebilme adına sahip olduğu motor becerileriyle ve dijital dünyaya ait bir kuşak olarak tanımlanması itibariyle diğer kuşaklar arasında farklı bir yere sahiptir (Çetin ve Karalar, 2016). Z kuşağının dijital dünyaya yakın bir kuşak olarak birden fazla çalışma ışığında nitelendirilmesi, çalışmanın konusu olan boş zaman değerlendirme faaliyetleri kapsamında mobil oyunların seyahat etme motivasyonu açısından değerlendirilmesi adına Z kuşağının uygun bir evreni temsil ettiğini ifade etmek mümkün olabilmektedir.

Tablo 1. X, Y ve Z Kuşağı'nın Kişilik Özelliklerinin Karşılaştırılması

X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
Sadakat Duyguları Esnek	Düşük Sadakat Duygusu	Sadık Bir Profilden Uzak
Otoriteye Karşı İtaatkar	Otoriteye İkna Olması Zor	Emir-Komuta İlişisine Karşı

Yüksek İş Motivasyonu	İş Değişimi Yüksek	Bağımsız Çalışan
Uyumlu	Bireysel	Bireysellik Algısı Yüksek
Teknolojiden Uzak	Teknolojiyle Büyüyen	Teknolojinin İçine Doğan

Kaynak: (Deneçli ve Deneçli, 2012; Pekel vd., 2020:2).

Tablo 1’de Z kuşağının, X ve Y kuşaklarından temel farklılıkları ortaya konmuştur. Z Kuşağının bağımsız, teknoloji odaklı olması ve bireysellik algısının yüksek olması, X ve Y kuşakları ile olan en bariz farklarından birkaçıdır.

2.3. Z Kuşağı ve Dijital Dünya

Dijital kuşak olarak adlandırılan Z kuşağı, bu anlamda diğer kuşaklardan ayrı bir konuma sahiptir. Z kuşağı, teknolojik gelişmeleri takip ederek hayatta karşılaştıkları problemlerde pratik bir çözüm olanağı olarak teknolojiden ve buna bağlı dijital çözümlerden sıklıkça faydalanmaktadır. Z kuşağı, dijital evrenin sunmuş olduğu kolaylıkları hayata geçirebilmek ve bundan yüksek bir verimlilik sağlamak açısından da önemli bir beceri potansiyeline sahiptir (Kapil ve Roy, 2014).

Z kuşağının dijital dünyadaki becerisi ve ilgi düzeyi farklı denklemleri de beraberinde getirmektedir. Özellikle dijitalleşme ile birlikte ortaya çıkan kurgu odaklı düzen, esas itibarıyla gerçek dünya ve sanal evrenin bir karma boyutu haline gelmiştir. Bu düzeyde pratik yapma kabiliyetine ulaşan Z kuşağı bireyleri için ise dijital dünyanın gelişkinliği ile beraber gelişen kurgu yaratma imkânı oyun yoluyla birçok alanda pratik yapma fırsatını ortaya çıkarmıştır.

Oyunlar, geleneksel anlamda fiziksel dünyanın bir parçası olarak canlandırılırken teknoloji dünyasında yaşanan gelişmeler ile birlikte oyuna ait kurgu ve yansımalar dijital dünyanın içerisine de geçmiş ve dijital dünya içerisinde gerçekleşen oyunlar ciddi anlamda bir popülerlik kazanmıştır (Yengin, 2012).

Bu popüleritenin arttığı yıllar içerisinde oyun oynama çağı içerisinde bulunan Z kuşağı, kendini dijital oyunlar vasıtasıyla teknoloji dünyasının içerisinde bulmuştur. Daha önceki kuşakların geleneksel oyunlar ile kazandıkları becerilere karşın, Z kuşağı dijital oyun kurgularını yöneterek ve bir sanal dünya kullanıcısı olarak teknolojik becerilerini geliştirme eğiliminde olmuştur.

Dijitalleşmenin etkilediği bir diğer alan ise iletişimdir. Dijitalleşme ile birlikte iletişimin yapısal ve içeriksel olarak değişim gösterdiği görülmektedir. Bu anlamda teknolojinin içine doğan Z kuşağı, dijitalleşme ile beraber diğer kuşaklardan farklı bir iletişim yolu izlemiştir. İletişimin hayat boyu devam eden bir süreç olduğu gerçeğiyle beraber bir de internet kullanım süresi 7 saatleri bile geçebilen bir Z kuşağı hayat biçimi ortaya çıkınca iletişim süreci değişime uğramıştır. Öyle ki, 7 saat ve üzeri süre boyunca internette vakit geçiren bireylerin sosyal özgüveninin ve iletişim becerilerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşan çalışmalar bile olmuştur.

2.4. Z Kuşağı ve Oyun Olgusu

Z kuşağı, tabir edildiği gibi dijital evrenin bir parçası olarak yaşayan ve bu bakımdan diğer nesillerden farklı bir kuşaktır. Dijital evrende cezbedici bir şekilde var olmanın altın kuralı ise eğlence odaklı aktivitelerden geçmektedir. Bu bakımdan akla gelen ilk aktivite ise oyundur. Döngüsel bir ilişki içinde, oyun oynama isteği ile birlikte oyun oynamanın internet üzerinden kolaylıkla yapılabilmesi dijital mecraya olan talebi arttırmaktadır (Köksal, 2015).

Oyun olgusu, tüm nesillerden fertlerin ilgisini ve talebini üzerine çekmekle birlikte nesiller arasında bu olguya olan yaklaşımlarla ilgili farklılıklar yaşanmıştır. Z kuşağının haşır neşir olduğu dijital oyunlara karşın daha önceki nesiller geleneksel oyunlara ilgi duymuş ve oynama ihtiyacını bu yönüyle karşılamıştır. Bu durum, oyun oynama arzusunun dönemsel farklılıklara rağmen farklı boyutlarda gözlemlenebildiğini ortaya koymaktadır (Özkul ve Göktaş, 2023).

Geleneksel toplum yapılarından teknolojik doygunluğu deneyimlemiş toplum yapılarına kadar tüm süreçte farklı oyun anlayışları mevcuttur. Örneğin, X kuşağı açık alan ve fiziksel özgürlüğe odaklı bir mekân anlayışı etrafında kurguladığı gelişkin bir hayal dünyasına dayalı oyun anlayışına sahiptir. Y kuşağı da fiziksel oyun ortamına alışkın bir dönemin topluluğunu oluşturmasına karşın daha çok iç ortam odaklı bir mekân algılamasına sahiptir. Son olarak, Z kuşağı ise daha çok oyun pratiklerini ve sosyalleşme deneyimlerini dijital ortamda vakit geçirerek uygularlar (Yumrukuz, 2022).

Z kuşağının dijital mecra üzerine kurulu bir oyun anlayışına sahip olmasının bazı avantajları öngörülebilir. İlk olarak, dijital dünyanın fiziksel olarak kurulamayacak hız ve sayıda sosyal ağın kurulmasını; kurgusal bir varoluşa sahip olması sebebiyle gerçek hayatta deneyimlenemeyecek oyunların sanallaştırılması ve becerilerin daha risksiz bir şekilde kazanılması gibi avantajlar sunmaktadır. Ayrıca bir diğer avantajlı durum ise çocuklar ve ebeveynler içindir. Dijital mekân, Ebeveynlerin dış mekânda gerçekleştirilecek oyun aktiviteleri adına çocukları için duydukları endişenin azalmasına ve fiziksel anlamda daha güvenli bir oyun ortamı oluşmasına imkân sağlamaktadır.

Dijital ortamda oyun oynamanın avantajlı olduğu kadar dezavantajları da mevcuttur. Özellikle sanal dünyanın iç mekânlara karşı hapsedici bir bağımlılık geliştirmesiyle beraber psikolojik sağlık problemleri, fiziksel olarak hareket etme eyleminin oldukça kısıtlı olması sebebiyle fizyolojik sağlık problemleri ve ayrıca, dijital mecrada çok sayıda art niyetli kullanıcının; zorbalık, tehdit hatta şantaja varan davranışlara yönelmesi gibi tehditler ile hem fizyolojik hem de psikolojik anlamda sorunlar ortaya çıkabilmektedir.

2.5. Mobil Oyun Kavramı

Mobil oyunlar, 21. yüzyılın öne çıkan ticaret sahalarından biri olarak kesin bir şekilde tanınmaktadır. Bu sektör, teknolojik gelişmelerin katkısıyla sürekli büyümekte ve giderek artan ilgi ve talep, rekabetin daha da acımasız hale gelmesine neden olmaktadır. Özellikle, mobil cihazların güçlü donanımlarla donatılması ve Google, Unity gibi şirketlerin reklam ve teşvik çabaları, büyük video oyun şirketlerini mobil oyun endüstrisine yöneltmiştir. (Öztürk ve Bülbül, 2022).

Mobil oyun ve oyunculuk sektörü, cep telefonlarının kullanımının kolaylığı ve işlevselliği nedeniyle yıllar içinde daha da büyük bir ivme kazanmıştır. Bu gelişme, büyük bir oyuncu kitlesinin ilgisini çekmiş ve bu platformu tercih etmelerine öncülük etmiştir. Bu durum, sosyal bağlamda oyunların erişilebilirliği ve topluluklar arasında etkileşimi artırma potansiyeli taşımaktadır (Baldemir ve Övür, 2021).

Bu bilgiler ışığında, yepyeni sosyal olanaklarla iç içe bir şekilde gelişimini sürdüren mobil oyun endüstrisinin akademik literatür içerisinde de incelenmesi sürecinin sürdürüleceğine dair güçlü bir beklenti mevcuttur.

"Mobil" kelimesi, konumdan konuma geçişi veya bir yerden diğerine hareketi ifade eden bir terimdir (Aytar Sever, 2020; Torun, 2023). Oyun kavramı ise sözlük anlamı olarak "Yetenek ve zekâ geliştirici, belli kuralları olan, iyi vakit geçirmeye yarayan eğlence; baziçe." ifadeleriyle tanımlanmıştır (TDK, 2023).

"Mobil" ve "oyun" kavramlarının birleşim noktası olarak mobil oyun ise, taşınabilir elektronik aygıtlar için özel olarak geliştirilen oyunları içeren bir kavram olarak tanımlanabilir. Bu tür oyunlar, cep telefonları, tabletler, cep bilgisayarları ve el konsolları gibi taşınabilir elektronik cihazlar üzerinde oynanmaya elverişlidir. Mobil oyunların geliştirilme süreçleri, diğer video oyun türlerine kıyasla genellikle daha basit ve hızlıdır. Bu, oyun geliştiricilerinin hızla yeni içerikler üretebilmesini ve güncellemeleri kolayca dağıtabilmesini sağlar. Ayrıca, bu tür oyunların taşınabilir cihazlar üzerinde oynanabilme esnekliği, büyük bir oyuncu kitlesine erişim sağlama potansiyelini artırır (Çelik, 2023).

Mobil oyun kavramının daha iyi anlaşılabilmesi adına ayırt edici özelliklerinden bahsetmek gerekir. Bu bakımdan özellikle mobil oyunlar ile bilgisayar oyunları arasındaki ekonomik ve tüketim modellerindeki farklar önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Mobil oyunlar, çoğu zaman mobil uygulama mağazaları üzerinden ücretsiz olarak sunulurlar, bu da büyük bir oyuncu kitlesine erişim sağlar. Ancak, bu oyunlar oyun içi reklamlar veya mikro işlemler yoluyla gelir elde etme stratejileriyle finanse edilir (Dean, 2015; Çelik, 2023).

2.6. Mobil Oyunların Gelişim Süreci

Endüstrileşme, oyuncu kültürünü etkileyen önemli bir sosyal etkidir. Toplum özellikle, tarımdan sanayiye doğru geçiş süreci ile birlikte başlayan göç hareketleriyle geleneksel aile yapısının yok oluşuna şahitlik etmiştir (Şener, 2007). Bu durum oyun anlayışı ve etkileşimi üzerinde değişikliklere yol açmıştır. Endüstri devrimi sürecinin ardından oyun anlayışı üzerinde değişikliğe sebebiyet veren daha birçok yenilik yaşanmıştır.

Örneğin, 1940'lı yıllar ile beraber Soğuk Savaş dönemi neticesinde bilgisayarlar, askeri endüstride ve çeşitli mesleklerde kullanım alanı bulmaya başlamıştır. Bu süreçte, bilgisayarların eğlence sektöründe de nasıl kullanılabilceği konusunda çeşitli denemeler yapılmıştır (Canlı ve Demirarslan, 2020). Bu bağlamda sanal ortam, katılımcılara gerçek dünyanın kısıtlamalarından kurtularak, kendilerini özgürce ifade edebilecekleri bir alan sunmaya başlamıştır (Basat, 2011).

Sanal üretim anlamında, bugünlerde yoğun miktarda mobil alanında cihaz üretimi yapılmaktadır. Mobil cihaz üreticileri, bu cihazların sayısını arttırmakla kalmayıp aynı zamanda bilgisayar, fotoğraf makinesi ve kamera gibi araçlar yerine kullanılabilcek güçlü alternatifler olarak piyasaya sürmüşlerdir. Mobil cihazlar: Laptop, akıllı telefon, tablet bilgisayarlar ve akıllı saatler gibi değişik alternatifler kümesinden oluşmaktadır (Altuntaş ve Kararslan, 2017).

İnternet ve dijital teknolojilerin gelişmesi, iletişim ortamını köklü bir şekilde değiştirmiştir. Bu değişim, haberleşme araçlarından sosyal medyaya ve dijital yayıncılıktan mobil iletişime kadar birçok alanda kendini göstermiştir. Oyun kavramı da bu değişimden etkilenmiştir. Artık oyunlar sadece eğlence amaçlı oynamaktan çıkmıştır. Bu çerçevede oyunlar bilgi, eğitim ve pazarlama gibi farklı amaçlarla da oynanır bir hale gelmiştir. Bu değişimlerle beraber tüketicilerin alışkanlıkları ve beklentileri de değişim göstermiştir (İlgaz ve Abay, 2020).

Tüketici beklentilerinde ve üretim yöntemlerinde yaşanan değişimler neticesinde, piyasa açısından eskisinden de daha fazla öneme sahip olan oyun sektörü hızlı bir şekilde gelişimini sürdürmektedir. Sektör geliştikçe, oyun sektörünün yerleştiği platform sayısında da artış gözlemlenmiştir.

Bugünlerde dijital oyunlar, dört ana kategori etrafında ele alınmıştır: Bilgisayar, konsol, çevrimiçi ve mobil. Bazı uzmanlar, oynadıkları oyunları platforma göre değil de içeriği açısından da sınıflandırabilmektedir. Bu sınıflandırma çerçevesinde ilk olarak; aksiyon, spor, savaş ve strateji gibi çeşitli ölçütler bulunabilmektedir. İkinci olarak ise, oyuncu sayısına bağlı olarak çok oyunculu veya tek oyunculu oyunlar şeklinde ele alınmaktadır (Binark ve Bayraktutan Sütçü, 2008).

2.7. Mobil Oyunların Sınıflandırılması

Mobil oyunlar, farklı kriterlere göre ayrılabilir. Oyuncu sayısına göre oyunlar sınıflandırıldığında, tek oyunculu ve çok oyunculu gibi kategorilere ayırmak mümkündür (Tarlakazan ve Yavuz, 2018). Temalarına göre bir ayırım yapılacak olur ise, bu tür oyunlar arasında aksiyon/savaş oyunları, spor oyunları, simülasyon oyunları, strateji oyunları, eğitici oyunlar ve rol yapma oyunları gibi farklı kategoriler bulunmaktadır (Tarlakazan ve Yavuz, 2018).

2.7.1. Oyuncu Sayısına Göre Mobil Oyunlar

Çok oyunculu oyunlar, sosyalleşme ve rekabet güdülerini etrafında şekillenen bir yaklaşıma bağlıdır. Bu bağlamda, oyun deneyimlerini daha zenginleştirmek amacı taşıyan bir yaklaşım, oyun geliştiricilere oyun içi etkileşim ve rekabet unsurlarını birleştirmelerini önerir. Bu şekilde, oyuncular, başlangıçta yalnızca bireysel bir deneyim yaşadıkları oyunları, aniden rekabetçi bir atmosfer içinde deneyimleyebilirler. Özellikle çok oyunculu oyunlarda, çapraz platform oynama (cross-play) özelliği, farklı platformlardan gelen oyuncuların bir araya gelmesine olanak tanır. Ayrıca, oyuncuların hesaplarını farklı platformlar arasında bağlayabilme seçeneği, diğer oyuncularla her zaman ve her yerde iletişim kurma ve rekabet etme imkanını artırır. Bu, oyun dünyasının sosyal ve rekabetçi boyutlarını bir araya getirerek oyun deneyimini daha çekici hale getirir (Hew vd., 2023). Bu oyunlara: League of Legends, Warcraft, Metin 2, Knight Online, The Sims Online, Second Life gibi farklı oyun örnekleri verilebilir (Karaçor ve Öztürk, 2021).

Çok oyunculu oyunları sosyalleşme amaçları bağlamında değerlendirilebilmesinden ayrı olarak tek oyunculu oyunlarda tersi bir durum söz konusu olabilmektedir. Yani tek oyunculu oyunlar genellikle sosyalleşme niyeti taşımamaktadır. Dolayısıyla, bu oyunlar ile geçirilen vakitleri tek başına olma olgusu çerçevesinde değerlendirmek mümkündür. Tek başına olma davranışı içindeki insanlar incelendiğinde, negatif duygulardan ziyade kişinin pozitif bir ruh halini sürdürme ve kişisel bağımsızlığına vurgu yapma eğilimi gözlemlenir (Lay vd., 2019). Tek kişilik oyunlardan bazı örnekler vermek gerekirse: Witcher 3: Wild Hunt, Marvel's Spider-Man, Doom Eternal, Red Dead Redemption 2, The Outer Worlds ve Death Stranding (Digital Trends, 2023) gibi farklı oyun örnekleri verilebilir.

2.7.2. Temalarına Göre Mobil Oyunlar

Oyunların ayırma tabi tutulduğu bir diğer sınıflandırma ölçütü ise oyunların temalarıdır. Farklı temalar altında işlenen oyunlar, farklı özellikler etrafında birleştiği için ayrı ayrı incelenmelerinde fayda bulunmaktadır.

2.7.2.1. Savaş ve Aksiyon Oyunları

Savaş oyunları, modern savaş hikayelerini dijital oyunların çeşitli türleri ve biçimleriyle aktarmak amacıyla geliştirilmiştir. Bu oyunlar, savaşı temel bir tema olarak benimseyerek nişancı oyunlardan strateji oyunlarına kadar geniş bir yelpazede sunulur. Özellikle nişancı oyunlar, savaşı yoğun bir şekilde tasvir eder ve oyuncuları çatışma anlarının içine sokar. Ancak savaş oyunları, sadece savaşın silahlı çatışmalarla sınırlı olmayıp strateji oyunları gibi farklı yaklaşımları da içerir. Örneğin, "This War of Mine" gibi oyunlar, savaşı sivil halkın bakış açısından ele alır ve insanların savaşın insani yönleriyle başa çıkma çabalarını anlatır. Bu tür oyunlar, savaşın derin ve insani boyutlarını vurgular (Sayılğan, 2017).

ABD merkezli kültür endüstrisi, America's Army, Battlefield, Call of Duty, Medal of Honor gibi oyun serilerini geliştirmiş ve piyasaya sürmüştür. Bu oyunlar, birinci şahıs nişancı türünün savaş temalı en popüler ve rekabetçi örnekleri haline gelmiştir. Paul Virilio'nun tespitine göre, II. Dünya Savaşı dönemi, ses iletişimini öne çıkarmışken Vietnam Savaşı dönemi ise görsel iletişime odaklanmıştır. Ancak ABD'nin Ortadoğu'ya müdahalesini yansıtan Çöl Fırtınası Harekâtı, yeni bir eylem iletişim vizyonunun temsilcisidir. Bu oyun serileri, sadece savaşın etkileyici yönlerini değil, aynı zamanda Amerikan kültürünü küresel çapta yayma konusunda da önemli bir rol üstlenmiştir (Stahl, 2010; Sayılğan, 2017).

Amerikan kültürünün oyun piyasasında iyi bir hakimiyeti olmasına rağmen savaş oyunları, modern biçimine Prusya'da dönüşmüş ve askeri eğitimde etkili bir uygulama olarak kabul edilmiştir. Bu evrim, Moltke'nin 1858 yılında Genelkurmay Başkanı olduğu dönemde başlamıştır. Her yıl, Berlin Harp Akademisi'nde bulunan kurmay adayları ve Genelkurmay subayları için kurmay gezileri düzenlenmeye başlanmıştır. Bu geziler sırasında, askeri tarih incelemelerinin yanı sıra potansiyel savaş senaryoları da ele alınırdı. Moltke liderliğinde, katılımcılardan bir genel harekât

planı oluşturmaları istenirdi. Bu planlar, en düşük rütbeli subaydan başlayarak tüm katılımcıların görüşlerini içeren bir planın oluşturulmasıyla sonuçlanırdı. Ardından bu plana dayalı olarak görevler dağıtılır ve savaş senaryosunda yer alan iki ordu için komuta heyeti oluşturulurdu. Oyun sırasında Moltke, hakemlik rolünü üstlenirdi. Oyunun sonunda, arazi üzerinde küçük bir tatbikat yapılır ve sonuçlar harekât planına entegre edilirdi. Bu şekilde savaş oyunu, gerçek bir harekât planı olarak Genelkurmay tarafından kullanılabilir hale gelirdi.

2.7.2.2. Spor Oyunları

Spor oyunları denilince mobil oyun çerçevesinde bir değerlendirme yapmaya destek olan e-spor kavramı akla gelmektedir. "Espor" veya "Elektronik Spor" terimi, 1990'ların sonlarında türetilmiştir (Wagner, 2006).

Esporlar, video oyunları etrafında düzenlenen etkinliklerdir. Bu etkinlikler, profesyonel veya amatör takımlar arasında gerçekleştirilir ve genellikle iş organizasyonları tarafından desteklenir. Farklı ligler ve turnuvalar bu etkinlikleri organize eder, oyuncuların yeteneklerini sergilediği bu yarışmalar büyük bir izleyici kitlesi tarafından ilgiyle takip edilir. Zaman içinde, esporlar büyüyerek önemli bir sektör haline gelmiştir. Esporlar, oyuncular için kariyer fırsatları sunarken, izleyiciler için de keyifli ve rekabetçi bir deneyim sağlar. Bu etkinlikler, video oyunlarının yarışma ve eğlence alanlarını bir araya getirir (Hamari & Sjöblom, 2017).

Küresel ölçekte büyüyerek gelişen espor endüstrisi, büyük organizasyonların düzenlendiği bir platform olarak önemli bir ilerleme kaydetmektedir. Her geçen gün daha geniş bir izleyici kitlesi tarafından takip edilen bu sektör, ilgisini artırmaya devam etmektedir. Ayrıca, espor müsabakalarının büyük bir izleyici kitlesine sahip olduğu açıkça görülmektedir. Örneğin, League of Legends'ın üçüncü sezon şampiyonasının Amerika'da, Amerikan Futbolu Şampiyonası (BCS), Ulusal Basketbol Ligi (NBA) finalleri ve Beyzbol Şampiyonluk Serisi (World Series) gibi büyük spor etkinliklerini geride bırakarak daha fazla izleyici tarafından ilgiyle takip edilmesi, e-sporun hızla büyüdüğünü ve popülerlik kazandığını göstermektedir (Schwartz, 2014).

2.7.2.3. Simülasyon Oyunları

Simülasyon oyunları, katılımcıların belirli hedeflere ulaşma çabaları sırasında bilgi ve beceri kullanarak rekabet ettikleri, belirli ve kesin kuralların yönlendirdiği bir etkinliktir. Bu oyunlar, oyuncuların belirli hedeflere ulaşma sürecinde rastgele faktörlerin de etkili olduğu bir platform sunar. Oyuncular, bu kurallara göre oyunu sürdürürken stratejiler geliştirme, karar verme ve problem çözme yeteneklerini sergilerler. Bu tür oyunlar, karmaşık senaryoları simüle etme yetenekleri sayesinde, oyuncuların deneyimlerini geliştirmelerine ve çeşitli durumlarla başa çıkmalarına yardımcı olabilir (Boctor, 2013).

Simülasyon oyunları, çeşitli sahalarda, sosyal bilimlerden mühendisliğe kadar geniş bir alanda yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Modelleme tabanlı simülasyon oyunları, özellikle mühendislik disiplininde tercih edilen etkili bir araç olarak kendini göstermektedir. Eğitim odaklı simülasyon oyunları, sağlık, güvenlik, havacılık gibi sektörlerde eğitim amaçlarına hizmet etmektedir. Role-play simülasyon oyunları ise sağlık, dil eğitimi, sosyal hizmet gibi alanlarda oldukça yaygın bir şekilde uygulanmaktadır. Bu oyunlar, farklı disiplinlerdeki uygulamalar için etkili bir araç olarak kabul edilmekte olup, bu alanlardaki değişik eğitim ve uygulama gereksinimlerini karşılamak amacıyla kullanılmaktadır (Lean vd., 2006).

2.7.2.4. Eğitici Oyunlar

Son dönemlerdeki eğitim sahasındaki incelemeler, oyunun çocuğun gelişimine büyük katkı sağladığını ve etkili, kalıcı öğrenme için kullanılması gerektiğini göstermektedir. Bu düşünceler, saygın bilim insanları olan Donald Winnicott, Jean Piaget, Lev Vygotsky, Jérôme Bruner gibi kişiler tarafından da desteklenmektedir. Bu nedenle, "oyunla öğrenme" yaklaşımı eğitim sahasında hızla kabul görmektedir

Oyunlar, çocukların pedagojik bağlamda bilişsel, duygusal ve sosyal gelişimine önemli katkılarda bulunurlar. Bu oyunlar, dikkat, bellek, gözlem ve kelime dağarcığı becerilerini geliştirmeye yardımcı olurlar. Ancak, etkili pedagojik oyunlar, eğlendirme yanı sıra öğretme amacını da taşımalıdır. Son yıllarda, eğlendirici ve eğitici oyunlar arasındaki fark daha açık şekilde anlaşılmaktadır. Eğitici oyunlar, bilişsel, dil, zihinsel, sosyal ve fiziksel gelişimi hedefleyen pedagojik teorilere dayalı olarak

tasarlanır ve çocukların öğrenme süreçlerini desteklerler. Bu nedenle, eğitici oyunlar, çocukların gelişimine olumlu bir şekilde katkı sağlayan ve pedagojik hedeflere uygun biçimde oluşturulan oyunlar olarak değerlendirilebilir (Güneş, 2015).

Oyunların eğitici yönleriyle alakalı olarak iki karşıt görüş mevcuttur. Bunlardan ilki dijital oyunların öğreticilik açısından etkili olduğunu savunan eğitim bilimcilerin görüşlerine dayanmaktadır. Bu düşünce biçimine sahip olan eğitimciler, dijital olmayan oyunların sağladığı öğrenme fırsatlarının dijital oyunlarla da elde edilebildiğini ve hatta dijital oyunların çocuklar için yeni öğrenme fırsatları sunabileceğini vurgulamaktadırlar (Fleer, 2014). Doğal olarak karşıt görüşlere sahip olan eğitim bilimciler ise bu durumun tersini savunmaktadır.

Özet olarak, oyunun eğitim açısından sağladığı ilgi uyandırma ve kolaylık sağlama gibi pozitif faktörler mevcutken, öbür taraftan teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan dijital oyunlar yeni bir tartışma ortamı yaratmıştır. Bu açıdan, ortaya çıkan bu yeni nesil tartışmalar etrafında literatüre katkı sağlayacak çok sayıda çalışma potansiyelinin bulunduğunu ifade etmek mümkün olacaktır.

2.7.2.5. Rol Yapma Oyunları

Bu oyun türü olan Role Playing (RP), bir oyun yöneticisi tarafından kontrol edilen ve oyuncuların belirli bir senaryoya dayalı olarak hikâyeyi canlandığı bir etkinliktir. Oyuncular, ev, kafe gibi çeşitli mekanlarda bulunabilirler. Oyun, temelde hikâyeye anlatımına ve diyaloglara dayanırken, her oyuncu birden fazla karakteri canlandırır ve bu karakterlerin özelliklerini belirler. Yan karakterler genellikle oyun yöneticisi tarafından canlandırılır. Oyundaki kararlar ve sonuçlar, özel zar atışlarıyla belirlenir. RP oyunları, mitoloji, fantastik edebiyat, bilim kurgu gibi çeşitli temalara sahiptir ve temelde eğlence ve rahatlama amaçlarını taşırlar (Sarpkaya, 2019).

Rol yapma, öğrencilerin sözel ifade yeteneklerini, kendilerine olan saygılarını, liderlik kabiliyetlerini ve kültürel kavrayışlarını artırma konusunda oldukça etkili bir araçtır. Bu metot, öğrencilere farklı karakterleri gerçek yaşam senaryolarında canlandırarak empati yapma imkânı sunar. Bu şekilde, öğrenciler problemlerini, düşüncelerini ve endişelerini başka karakterlerin üzerinden dile getirme fırsatı bulurlar, bu da duygusal gevşeme sağlar (Pehlivan, 1997).

Rol yapma oyunları ile ilgili bazı tartışmalı konular mevcuttur. Örneğin, oyuncuların gerçek dünyayla oyun dünyasını karıştırmaları, günlük yaşamın büyük bir kısmını oyunların kaplaması, sosyal izolasyon, fiziksel ve ruhsal sağlık sorunları gibi meseleler üzerinden, bilgisayar oyunlarını kesin olarak reddeden muhafazakâr bakış açısı geliştirilmektedir (Osmanoğulları, 2016).

Rol yapma oyunları, kamuoyu tarafından tıpkı eğitici oyunlar gibi ikircikli bir konu olarak ele alınmaktadır. Bir kesim görüş, rol yapma oyunlarının özellikle sosyal beceriler kazanmak bakımından sahip olduğu olumlu etkiye dikkat çekerken diğer bir kesim ise rol yapma oyunlarının daha çok olumsuz yanlarına odaklanmıştır.

2.8. Z Kuşağının Seyahat Anlayışı Açısından Mobil Oyunların Yeri

Z kuşağı bireylerinin seyahat etme davranışı ile mobil oyunlar arasında iki zıt faktöre bağlı bir ilişki mevcuttur. Bunlardan ilki, mobil oyun şirketlerinin e-Spor kapsamında düzenlediği yarışmalar ve festivaller gibi çeşitli etkinlik gruplarına olan yönelimdir. Bu kapsamda bireyler, katılımcısı veya takipçisi olduğu mobil oyunlar adına düzenlenen etkinliklere yönelim duyabilmektedir. Bayram (2018) tarafından yapılan çalışmaya göre Z kuşağı bireylerinin bu tarz etkinlikler için en az 1 kere seyahat etme oranı tüm araştırma katılımcıları arasında %77.7'dir. Araştırmanın bulguları, Z kuşağı bireylerinin e-Spor, mobil oyun ve türevleri gibi faktörler sebebiyle seyahat etme oranlarının oldukça yüksek olduğunu göstermektedir.

İkinci faktör ise mobil oyunun bağımlılık yaratıcı etkisi ile seyahat etme eğilimleri arasındaki ters ilişkidir. Mobil oyun faaliyetleri, etkinlikler ve çeşitli faaliyetler aracılığıyla oyuncular arasında sosyal bağlar oluşturan ve pekiştiren bir yapıya sahip olma potansiyeli taşımasının tersi şekilde bireyleri internete ve mobil cihazlara hapsedme potansiyeli de taşımaktadır. Akkuş ve Demircan (2021) tarafından yapılan çalışmaya göre internet bağımlılığı olan Z kuşağı bireylerinin seyahat etmeme ve yalnızca yılda bir kez seyahate çıkmalarının ana kütleye oranı %66.1'dir.

Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde, Z kuşağı bireylerinin mobil oyunların bağımlılık yaratıcı etkisiyle boş zamanlarını nasıl değerlendirdikleri veya yine Z kuşağı bireylerinin e-Spor ve mobil oyun tabanlı etkinliklere katılım sağlamak amacıyla seyahat etme eğilimleri ele alınmıştır. Bu durum, mobil oyunların Z kuşağı

bireylerinin seyahat etme motivasyonu üzerine nasıl bir etki sağladığına dair bütüncül bir bakış açısı sunan herhangi bir çalışma olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla çalışma, Z kuşağı bireylerinin seyahat motivasyonlarını, hem mobil oyun bağımlılık faktörü çerçevesinde hem de mobil oyun etkinliklerine bağlı olarak seyahat etme arzuları noktasında ele alarak bütüncül bir bakış açısı oluşturmayı amaçlamaktadır.

2.9. Bir Boş Zaman Faaliyeti Olarak Mobil Oyunlar

Bireyler, boş zamanlarında deneyimlemeyi arzuladıkları duyguları tatmin edebileceği faaliyetlere yönelmeyi tercih edebilmektedirler. Ancak, bu faaliyetlere katılabilmenin çeşitli koşulları olabilmektedir. Örneğin, bireylerin katılacakları bazı faaliyetler türlü fiziksel veya zihinsel beceriler gerektirebilmektedir. Yani, bazı faaliyetlerin gerektirdiği beceriler, katılımcıda mevcut olmadığı müddetçe o faaliyetlere katılmak istese dahi bunu yapamayacaktır. Bu noktada iki opsiyon öne sürülebilmektedir. Bunlardan birincisi, kişinin bu faaliyetlere katılabilmesi için sahip olması gereken becerileri geliştirmesidir. İkincisi ise, kişilerin bu faaliyetler aracılığıyla deneyimlemeyi arzuladığı duyguları kısmen de olsa sanal bir ortamda deneyimlemesidir.

Her bireyin birbirinden farklı kişisel özellikleri olabilmektedir. Bazı bireyler, belirli faaliyetleri fiziksel olarak deneyimleyebilmek için o faaliyetlerin gerektirdiği becerileri öğrenme sürecini göze alabilmektedir. Örneğin, yüzme bilmeyen bir kişi bir yüzücülük simülasyonu oyunu oynamak yerine yüzme becerisi kazanmak için çaba harcayabilir. Buna karşın, başka bir birey ise çeşitli sebeplerle yüzmeyi öğrenmek için gerekli vakte sahip olmayabilir veya yüzmeye karşı fobisi olabilir. Bu durumda, kişinin en azından belirli ölçülerle bu deneyimi yaşayabilmesi için sanal platformlar, iyi bir alternatif olabilmektedir.

Bilgisayarlı teknolojiler aracılığıyla sanal ortamda, günlük hayatta deneyimlenebilen birçok duygusal deneyim gerçekçi bir şekilde simüle edilebilmeye başlanmıştır. Sanal ortamda bu rolü üstlenen çeşitli uygulamalar mevcuttur. Bunlardan biri de mobil oyunlardır. Mobil oyunlar, kullanıcıların farklı duyguları deneyimlemesini sağlayan ve farklı türlerde içeriklere sahip olan uygulamalardır (Öztürk ve Bülbül, 2022). Kullanıcılar, farklı türlerdeki mobil oyunları oynayarak,

fiziksel olarak katılım sağlanması gerektiği boş zaman faaliyetlerinde hissedebileceği duyguları deneyimleyebilmektedir.

Kullanıcılar için mobil oyunların teknolojik açıdan devam eden gelişim süreci de oyun oynamaya yönelik teşvik edici bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bu alanda kullanıcı deneyimini iyileştirmeye yönelik olarak birçok yeni araç üretilmiştir. Sanal gerçeklik gözlükleri, gerçekçi grafik modellemeleri, duyuasal hassasiyeti arttıran kulaklıklar ve titreşim özellikleri gibi yenilikler, kullanıcılara daha gerçekçi bir mobil oyun oynama deneyimi yaşatma konusunda destek sağlamaktadır. Bu da mobil oyunların tercih edilebilme ihtimalini güçlendirmektedir. Tüm bu gelişmeler ışığında mobil oyunlar, boş zaman değerlendirme faaliyetleri içerisinde güçlü bir konumda yer almaya başlamıştır.

Bu bölümde, kuşak kavramı ve kuşaklar arası farklılıklara değinilmiş ve aynı zamanda mobil oyun kavramı ve mobil oyun türlerinin sınıflandırılması gibi başlıklar üzerinde durulmuştur. Kuşak kavramının üzerinde durulması ve Z kuşağının diğer yaş kuşaklarından farklılıklarının ortaya konması, çalışmanın bir nevi varlığının anlam kazanabilmesi açısından önemlidir. Kuşaklararası farklılıkların var olması, farklı kuşakların seyahat motivasyonu faktörlerinin farklılaşmasında da temel bir nedendir. İkinci aşamada değinilen mobil oyun türleri konusu ise, mobil oyun sektörünün çok çeşitli oyun türlerini, tüketicilerin kullanımına açmış olmalarını gösterebilmek açısından önemlidir. Birden fazla oyun türünün bulunması, birden fazla platform üzerinde kullanıcı ağı bulunmasını ve bu anlamda farklı konularda çeşitli oyun etkinlikleri, yarışmalar ve sosyal toplulukların oluşumu anlamına gelmektedir. Bu bakımdan, çalışma kapsamında birden fazla oyun platformunda yer alan oyuncu kitlesinin örneklem kapsamında ele alınabileceğini ifade etmek mümkün hale gelmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BOŞ ZAMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ KAPSAMINDA MOBİL OYUNLARIN Z KUŞAĞININ SEYAHAT ETME MOTİVASYONU ÜZERİNE ETKİSİ

Araştırma, boş zaman ve mobil oyun alışkanlıkları ile seyahat motivasyonu olgusu arasındaki ilişki üzerine odaklanmıştır. Bu kapsamda ele alınan kitle Z kuşağıdır. Araştırma tek bir odak üzerinden değil, çıkarım yapılabilecek birden fazla amacın üzerinde durmaktadır. Toplanan veriler ile birlikte hem boş zaman ve mobil oyun ilişkisi içerisinde, hem mobil oyun ve seyahat etme motivasyonu düzeyinde hem de boş zaman ve seyahat etme motivasyonu ilişkisi çerçevesinde farklı nitelikte bulgulara ulaşma olanağı oluşmuştur.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Mobil oyun ile ilgili faaliyetlerin boş zaman yönetimi kapsamında ele alındığı çeşitli çalışmalar mevcuttur. Mobil oyun ve seyahat etme alışkanlıkları ilişkisi içerisinde de yapılan çeşitli çalışmalar vardır. Buna karşın yapılan çalışmaların ya boş zaman faaliyetleri açısından ya da seyahat etme alışkanlıkları üzerinden tek boyutlu bir ilişki çerçevesinde mobil oyun oynama alışkanlıkları ile ilişkilendirdikleri görülmüştür. Yine bu alanlarda üretilen çalışmalara bakıldığında çoğunlukla mobil oyunların bağımlılık yaratıcı etkisi varsayımı üzerinden tasarlandıkları görülmektedir.

Araştırma, mobil oyun oynama alışkanlıklarını hem boş zaman yönetimi hem de seyahat etme motivasyonu ilişkisi içerisinde ele alan çok boyutlu bir yapıda tasarlanmıştır. Bu kapsamda çalışma, Z kuşağı bireylerinin boş zaman değerlendirme anlayışları ile seyahat etme motivasyonu arasındaki ilişkide mobil oyun oynama alışkanlıklarının nasıl bir yer tuttuğunu göstermek açısından önem arz etmektedir. Araştırmanın bulguları ile literatürden farklı olarak, Z kuşağının mobil oyun oynama alışkanlıklarının yalnızca onları sosyal açıdan kısıtlayıcı bir rolü olduğu denklemi dışında, mobil oyunlar çerçevesinde tasarlanan yeni sosyal faaliyetler ile seyahat etme davranışı dürtüsünün de tetiklenip tetiklenemeyeceği ile ilgili sonuçlar üretilmiştir.

Elde edilen sonuçlar ile birlikte araştırma, turizm endüstrisi için mobil oyunlar ile yaygınlaşma potansiyeli taşıyan bir gelir kalemi oluşup olamayacağının görülmesi açısından gerçekçi bir bakış oluşturma fırsatı sunmaktadır. Araştırma, Z kuşağı açısından değerlendirildiğinde ise sektörel olarak kendi algı ve taleplerinin değerlendirilebilme fırsatının oluşması ile kendileri için turizme katılım eğilimlerini arttıracak ürün farklılaştırma metotlarının geliştirilebilme potansiyelinin varlığını temin edebilecektir.

Bu varsayımlardan hareketle araştırmanın, Z kuşağının turizme katılım potansiyellerinin değerlendirilmesi açısından yeni bir bakış açısı oluşturma niteliği taşıdığı ifade edilebilir. Böylelikle araştırmanın gerek sektörel olarak gerekse yapılacak yeni akademik çalışmalar için ilham verici bir potansiyel taşıdığını söylemek mümkündür.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma, bir nitel araştırma özelliği taşımaktadır. Nitel araştırmalar, bireylerin kendi niteliklerini tespit etmesi ve içsel keşifler yapmasını sağlamasının yanı sıra sosyal yapı ve sistemlerin detaylı bir şekilde analiz edilmesini sağlamaktadır (Morgan, 1996). Nitel araştırmada, bir problemi kendi dinamikleri doğrultusunda ele almak ve problemi değerlendirmede bireylerin yorumlarını temel almak gerekmektedir (Malterud, 2001).

Araştırma kapsamında, yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış mülakat, belirli bir soru formunun bulunduğu ancak görüşme esnasında araştırmacıya soru formuyla ilgili değişiklik yapma olanağı tanıyan bir tekniktir (Dömbekçi ve Akman, 2022). Yapılan araştırmalara göre mülakat yönteminde nicelikten ziyade nitelik önemlidir. Mülakatta tek bir katılımcıdan bile önemli ölçüde gerekli olan veri temini sağlanabilmektedir (Teddlie ve Yu, 2007).

Araştırma kapsamında yer alan 10 katılımcıya mülakat akışı çerçevesinde soru formunda yer alan sorular yönlendirilmiştir. Veriler, 12 Nisan – 15 Mayıs 2024 tarihleri arasında toplanmıştır. 7 katılımcı ile yapılan görüşme yüz yüze olarak gerçekleştirilmiştir. 3 katılımcı ile yapılan görüşme ise telefon ile gerçekleştirilmiştir.

Görüşmeler, katılımcı başına ortalama olarak 30 dakika kadar sürmüştür. Yüz yüze yapılan görüşmeler, Balıkesir, İstanbul ve İzmir şehirlerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, ses kaydı altına alınmıştır. Aynı şekilde telefon ile yapılan görüşmeler de katılımcının izni ve bilgisi dahilinde kayıt altına alınmıştır. Kayıt altına alınan sesler, bilgisayar ortamında yazılı bir formata dönüştürülmüştür. Elde edilen veriler, içerik analizine tabi tutulmuştur.

Çalışmada, 10 katılımcıya ulaşıldığında veri doygunluğu tespit edilmiştir. Katılımcıların sorulara tekrar eden nitelikte cevaplar vermeye başlamasıyla birlikte çalışmanın veri doygunluğuna ulaştığına kanaat getirilmiştir. Doygunluk, yeni bilgiler edinmenin zorlaştığı veya edinilen yeni bilgi sayısının çok az bir miktara düştüğü toplam veri setine ulaşmak olarak tanımlanmaktadır (Namey vd, 2016).

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın sınırlılıkları, örneklem açısından ve teknik açıdan iki şekilde alınabilir. Örneklem açısından değerlendirildiğinde Z kuşağı dahilinde yer alan her yaş grubundan ve her coğrafi bölgeden örnekleme erişim imkanının bulunmamasıdır. Mobil oyun oynayan kitlelerin doğrudan bir işletme veya kuruluş aracılığıyla erişilebilir niteliği taşıması, kitleye erişimin kişilerle ancak mobil oyun toplulukları gibi sanal ağlar ile sağlanabilmesine sebebiyet vermiştir.

Kitleye erişimin sağlanabildiği platformlar, doğrudan bir coğrafi filtreleme yapma imkanını da ortadan kaldırmıştır. Bu durum her fiziki bölgeden örnekleme erişim sağlanması olanağını güçleştirmiştir.

Teknik açıdan belirtilebilecek sınırlılık ise her mobil oyun topluluğunun dışarıdan erişime açık olmaması ile açıklanabilir. Özellikle uzmanlaşma esaslı olarak kurulan mobil oyun topluluklarına erişimde, söz konusu oyun kapsamında yer alan çeşitli lisans koşulları ve şifrelemeler gibi engeller ile karşılaşabilmektedir.

Bir diğer teknik sorun ise, yüz yüze görüşmeye gönüllü olmayan ve bilgisayar ortamında ise yalnızca yazışmaya dayalı görüşmeye gönüllü olan katılımcı kaynaklı sorundur. Bu sorun, bahsi geçen kitle ile görüşme yapılmamasını araştırmanın güvenilirliği kapsamında zorunlu kılmıştır.

3.4.Araştırmanın Modeli

Araştırma soruları, Z kuşağı bireylerinin mobil oyun oynama durumları ile seyahat motivasyonları arasındaki ilişkiyi değerlendirmek amacıyla oluşturulmuştur. Araştırma soruları bu amaç doğrultusunda iki aşamalı olarak ele alınmıştır. İlk kısımda, katılımcıların demografik özelliklerine yönelik sorular sorulmuştur. İlgili sorular şu şekildedir:

- Cinsiyetiniz nedir?
- Yaşınız kaçtır?
- Medeni durumunuz nedir?
- Eğitim durumunuz nedir?
- Hangi şehirde ikâmet ediyorsunuz?

İkinci kısımda ise literatürden de faydalanarak araştırmanın genel amacına yönelik sorular oluşturulmuştur. Literatürde ayrı ayrı olmak üzere hem mobil oyun hem de seyahat motivasyonu üzerine çalışmaların var olması, araştırma sorularının oluşturulma sürecini kolaylaştırmıştır. Bu bakımdan Güçlü (2017), Yalçın ve Bertiz (2019), Akkuş ve Demircan (2021) Baldemir ve Övür (2021) tarafından yapılan çalışmalar görüşme formu oluşturma aşamasında önemli bir kaynak rolü görmüştür. İlgili sorular yarı yapılandırılmış görüşme formu şeklinde tasarlanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formundaki sorular;

- Mobil oyun oynamaya ne zaman ve nasıl başladınız?
- Kendi seyahat anlayışınız ile X ve Y kuşağı bireylerinin seyahat anlayışı arasında ne gibi farklılıklar görüyorsunuz?
- Mobil oyun aracılığıyla tanıştığınız farklı şehir veya ülkede yaşayan bir arkadaşınızla fiziksel bir ortamda buluştuğunuz oldu mu?
- Yaşadığınız şehir/ülke dışında düzenlenen hangi mobil oyun etkinliklerine katıldınız veya katılmak ister miydiniz?
- Seyahat amaçlı gittiğiniz bir bölgede mobil oyunları temsil eden hediyelik eşya veya ürünler satın aldığınız oldu mu?

3.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni, mobil oyun oynayan Z kuşağı olarak ele alınan yaş grubundaki bireylerin tamamından oluşmaktadır. Buna karşın araştırmanın örneklemini ise, ulusal düzeyde mobil oyun topluluklarında yer alan Z kuşağı bireylerinden oluşmaktadır.

Araştırmanın örneklemini belirlemek adına çoğunlukla nitel araştırmalarda kullanılan amaçlı örnekleme yöntemlerinden faydalanılmıştır. Amaçlı örnekleme, araştırma için kasıtlı olarak alanında profesyonel olarak değerlendirilen kişilerin seçilmesini içeren bir yöntemdir (Yağar ve Dökme, 2018). Bu kapsamda, oyun topluluklarında yer alan bireyler bu amaç kapsamında değerlendirilebilmektedir.

Araştırmanın temsil gücünü arttırmak adına birden fazla mobil oyun topluluğu katılımcıları ele alınmış ve farklı türde oyunlar oynayan bireyler örnekleme dahil edilmiştir. Bu şekilde elde edilecek yanıtlar ile bulguların çeşitlilik kazanması amaçlanmıştır.

Çalışma kapsamında yapılan bir ön inceleme ile topluluk bünyesinde yer alan filtrelemelerle hedeflenen örneklemin ilgi düzeyi araştırılmıştır. Bu kapsamda kullanıcıların oyun oynama süreleri, toplulukta yer alan genel sohbet odasındaki mesajları ve topluluktaki üyelik tarihi gibi bilgiler incelenmiştir. Bu şekilde, belirlenen örneklem tekniğine uygun bir seçim sağlanmıştır.

3.6. Bulgular ve Analiz

Katılımcılar ile yapılan görüşmeler neticesinde kayıt altına alınan görüşme kayıtları bilgisayar ortamında yazı formatına dönüştürülmüştür. Sesten yazıya dönüştürülen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Katılımcılara ait demografik veriler tablo haline getirilmiştir. Ayrıca, katılımcıların önemle değindikleri konular ise çalışma kapsamında başlıklar halinde incelenmiştir.

Tablo 2. Katılımcılara Ait Veriler

KATILIMCI	CİNSİYET	YAŞ	MEDENİ DURUM	MESLEK	YAŞADIĞI ŞEHİR
K1	Erkek	21	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Tekirdağ
K2	Erkek	24	Bekar	Öğretmen	İstanbul
K3	Erkek	21	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Ordu
K4	Erkek	20	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Bursa
K5	Erkek	20	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Bursa
K6	Kadın	20	Bekar	Üniversite Öğrencisi	İstanbul
K7	Erkek	21	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Ankara
K8	Kadın	24	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Balıkesir
K9	Kadın	24	Bekar	Sosyal Medya Uzmanı	Balıkesir
K10	Erkek	22	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Gaziantep

3.6.1. Z Kuşağının Mobil Oyun Alışkanlığı

Z kuşağının mobil oyunlar ile olan etkileşimi kapsamında çeşitli çalışmalar mevcuttur. Yapılan bir çalışmada Z kuşağı bireylerinin mobil oyunlar ile tanışma yaşının oldukça küçük olduğunu ve global düzeyde itibara sahip mobil oyunların Z kuşağı üzerine çeşitli olumsuz etkilerinin bulunduğu belirtilmiştir (Yılmaz vd., 2022). Buna karşın bir başka akademik çalışmada ise, erken çocukluk döneminde bazı sanal tabanlı oyunların bireylere çeşitli faydalar sağlayabileceği ifade edilmiştir (Gözüm ve Kandır, 2021). Bu iki anlayış üzerine kurulu ifadeler dışında söylenmesi gereken durum ise aslında bireylerin erken yaşta hangi oyunları oynamalı, ne kadar süre oynamalı ve oynayacağı oyunların içeriğinin ne olduğu gibi soruların cevaplanmasıdır (Kars, 2010).

Bu bilgiler kapsamında katılımcılar ile yapılan görüşmelerde katılımcılara mobil oyun oynamaya ne zaman ve nasıl başladıkları sorulmuştur. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler, örneklem kitlesinin mobil oyunlarla tanışmalarının oldukça erken yaşlarda olduğunu göstermektedir. **Bazı katılımcılar mobil oyun oynamaya kendi telefonları ile başlamışken bazıları ise ebeveynlerinin veya akrabalarının telefonları ile başladıklarını ifade etmişlerdir.**

Mobil oyun oynamaya kendi cihazları ile başlayan katılımcılardan K2 " 10 yaşında başladım. Kendi telefonum olmadığı için babamın telefonu ile oynadım." ifadelerini kullanmıştır. Bir diğer katılımcı olan K4 " Mobil oyun oynamaya 8 yaşında, kendi telefonum ile oynamaya başladım." ifadelerini kullanmıştır. K5 ise " Mobil oyun oynamaya 10 yaşında başladım. Kendi telefonum aracılığı ile oynamaya başlamıştım." demiştir. Buna karşılık K7 "Mobil oyun oynamaya 8.sınıfa giderken kendi telefonumla başladım. Sınıf arkadaşlarım ile başlamıştık" ifadelerini kullanmıştır. Kendi cihazları ile mobil oyun oynayan dördüncü ve son katılımcı olan K8 " 8 yaşında kendi tabletim ile oynamaya başladım ve o şekilde devam etti." ifadelerini kullanmıştır.

Mobil oyun oynamaya ebeveynlerinin cihazları ile başlayan katılımcılardan K1 " Mobil oyun oynamaya henüz 6-7 yaşlarındayken başladım. Teyzemin tableti vardı. Önce o tableten oyun oynamaya başladım. Şu ana kadar da kesintisiz olarak mobil oyun oynamaya devam ettim." ifadelerini kullanarak mobil oyun oynamaya henüz kendine ait bir cihazın bile olmadığı bir dönemde başladığını dile getirmiştir. Bu durumun bir diğer örneği ise K3'ün ifadelerinde mevcuttur. K3 " Mobil oyun oynamaya 5 yaşında ebeveynlerimin akıllı telefonlarıyla başladım." ifadelerini kullanmıştır. K6 ise mobil oyuna başladığı yaştan tam olarak emin olmamak ile "8 yaşlarındaydım. Mobil oyun oynamaya ailemdeki akıllı telefonlar ile başladım." şeklinde konuşmuştur. Bir diğer örnek olarak K9 " 6-7 yaşlarındaydım. Kendi tabletim ile oynamaya başladım." ifadelerini kullanmıştır. Son olarak, K10 ise " Mobil oyun oynamaya 8-10 yaşlarındayken başladım. Çevremdeki arkadaşlarım ile başlamıştım." biçiminde ifadelerini beyan etmiştir.

Katılımcıların paylaştığı bilgilerden anlaşılacağı üzere mobil oyun oynamaya en erken yaşta başlayan katılımcı 5 yaşındadır. Buna mukabil en geç yaşta mobil oyun oynamaya başlayan katılımcı 14 yaşında iken başlamıştır. Katılımcıların mobil oyun oynadıkları cihazlar ise ebeveynlerine veya kendilerine ait olan tablet ve telefonlar olarak belirlenmiştir. Yine elde edilen bulguların gösterdiği noktalardan bir diğeri de katılımcıların belirli bir kısmının arkadaş çevreleriyle etkileşimli olarak mobil oyun oynamaya başladıklarını göstermektedir.

3.6.2. Z Kuşağının X ve Y Kuşağı'nın Seyahat Anlayışına Yönelik Algısı

Yapılan görüşmelerde, katılımcılara yöneltilen soru üzerine kendilerinden yaşça büyük olan X ve Y kuşaklarının seyahat anlayışları ile kendi seyahat anlayışlarına yönelik olarak algıladıkları farklılıklara dönük çeşitli yanıtlara ulaşılmıştır. Elde edilen veriler çözümlendiğinde **iş ve eğlence anlayışına dönük farklılıklar** ile **durağanlık ve hareketliliğe dönük farklılıklar** olmak üzere iki farklı tema üzerinden yanıtların yoğunlaştığı görülmektedir. İş ve eğlence anlayışına dönük farklılıklara dikkat çeken yanıtlara bakıldığında:

K2 “Ben yaşımın da getirisi olarak eğlenmeyi seyahatlerimde temel amaç olarak ediniyorum. Tatil yapmak ve eğlenmek benim için çok önemli. Buna karşın yaşı büyük olan X ve Y kuşakları özellikle iş hayatlarında daha aktif oldukları için iş amaçlı seyahatlere daha fazla yöneliyor olabilirler.” ifadelerini kullanmıştır.

K5 “Bizler genç kuşak bireyler olarak daha çok gezmek, görmek ve eğlenmek amacıyla seyahat ediyoruz. Buna karşın bizden yaşça büyük olan yani X ve Y kuşağı olan kişilerin daha çok iş seyahati yaptığını düşünüyorum.” diye yanıt vermiştir.

Benzer şekilde K8 “ Onların daha çok iş amaçlı seyahatler gerçekleştirdiklerini düşünüyorum. Bizim seyahat anlayışımız ise daha çok eğlence odaklı olduğunu düşünüyorum. Temel farklılık bana göre bu.” şeklinde cevap vermiştir.

Katılımcılardan K10 ise “ Biz gençler olarak eğlenmek ve gezmek amacıyla seyahat ediyoruz. Bizlerden yaşça büyük olan kuşaklar ise bana göre tarihi yerleri görmek, kültürel ziyaretler ve iş amaçlı olarak seyahat ediyorlar bana göre.” demiştir.

Elde edilen verilerin incelenmesi sonucu durağanlık ve hareketlilik teması altında değerlendirilen yanıtlar ise aşağıdaki gibidir:

K1 “Benim kendi seyahat anlayışına yönelik bakış açım eğlence faktörü üzerine kurulu. Benden yaşça büyük olan diğer kuşakların seyahat anlayışlarına baktığımda ise onların daha çok rahatlama güdüsü ile seyahat ettiklerini düşünüyorum.” ifadelerini kullanmıştır. Katılımcının rahatlık faktörünü vurgulaması ile kendinden yaşça büyük olan farklı kuşak bireylerin seyahat anlayışı ile kendi

seyahat anlayışı arasında gördüğü en temel motivasyonel faktörün konfor ve eğlence anlayışı üzerine odaklı olduğu görülmektedir.

K3 ise kendisine yöneltilen ilgili soru üzerine “ Kendimden yaşça büyük olan kuşak bireylerin aksine ben konaklamadan ziyade seyahatimin hareketli olmasına önem veriyorum. Gezme, görme ve eğlence amaçlı bir seyahat anlayışına sahibim.” Cevabını vermiştir. Katılımcının verdiği yanıtta anlaşılacağı üzere katılımcının algısı, kendisinden yaşça büyük olan X ve Y kuşağı bireylerinin seyahat anlayışı içerisinde farklı deneyimler elde etmekten ziyade konaklama olanaklarına daha fazla önem verdiği ve buna karşın kendi seyahat anlayışının ise hareketliliğe ve deneyim kazanmaya dönük olduğu şeklindedir.

Katılımcılardan K4 de benzer şekilde “ Benden yaşça büyük olan bireylere kıyasla ben daha çok eğlenmek için geziyorum. Onların daha çok konaklama için seyahat ettiklerini düşünüyorum” ifadelerini kullanmıştır.

Yine katılımcılardan K6” Bizler daha çok gezmek ve eğlenmeye dönük bir seyahat anlayışına sahipken, bizden yaşça büyük olan diğerlerinin daha çok dinlenmek amacıyla seyahat ettiklerini düşünüyorum.” şeklinde yanıt vermiştir.

K7 ise kendisine yöneltilen soru üzerine “ Onlar genellikle kafa dinlemek için seyahat ediyorlar. Bizlerse arkadaşlarımızla beraber daha çok eğlenmek maksadıyla seyahat ediyoruz. Gördüğüm temel farklılık bu” şeklinde yanıt vermiştir.

Son olarak katılımcılardan K9 “ Kendi seyahatlerimde hareketli planlar yapmaya özen gösteriyorum. Eğlenmek ve yeni yerler ziyaret etmek temel gayelerimden biri oluyor seyahatlerimde. Buna karşın kendimden yaşça büyük olan kişilerin gerek yaşam tarzları gerek ailevi sebeplerle daha çok dinlenme ve rahatlama gayesi taşıdıklarını düşünmekteyim.” şeklinde cevap vermiştir.

Katılımcılardan elde edilen veriler incelendiğinde tüm katılımcıların, X ve Y kuşağı bireyler ile kendi seyahat anlayışları arasında farklılıklar gördükleri anlaşılmaktadır. Z kuşağı bireyleri vermiş oldukları yanıtlar ile bu durumu, hayata dönük beklentilerinin ve ihtiyaçlarının farklılığına dönük sebeplerle açıklamıştır.

3.6.3. Mobil Oyun Platformlarında Kurulan Sosyal İlişkilerin Z Kuşağının Seyahat Etme Davranışı ile İlişkisi

Katılımcılara yöneltilen “ Mobil oyun aracılığıyla tanıştığınız farklı şehir veya ülkede yaşayan bir arkadaşınızla fiziksel bir ortamda buluştunuz oldu mu?” sorusu ile onların mobil oyun oynama alışkanlıklarının sosyal yaşamına ve arkadaş çevresine olan etkilerinin anlaşılabilmesi amaçlanmıştır. Alınan cevaplar ışığında, katılımcıların mobil oyun aracılığıyla tanıştıkları farklı bölgelerde yaşayan arkadaşları ile kendi aralarında bağlar kurabildiği, iletişimlerinin ilişkilerini belirli bir süreklilikte tutabilecek ölçüde geliştiği hatta iletişimlerini sanal ortamdaki fiziksel bir ortama aktararak bir araya geldikleri anlaşılmıştır. Katılımcıların bu anlamda özellikle sanal ortamda kurdukları iletişimleri pasif bir şekilde sanal ortamla sınırlamak yerine fiziksel olarak bir araya gelmek için yer değiştirme eylemine girişmesi ve bu yolla seyahat hareketine katılması önemli bir durumdur.

İlgili veriler değerlendirilirken tüm katılımcıların mobil oyun vasıtasıyla seyahat etme davranışına yöneldiği görülmektedir. Bu bakımdan katılımcıların bir kısmı yurtiçinde seyahat ederken bir kısmı ise yurtdışında seyahat etmiştir. Bu sebeple katılımcılardan toplanan veriler, **yurtiçi seyahatler ve yurtdışı seyahatler olmak üzere iki ayrı tema altında değerlendirilmiştir**. Yurtiçi seyahatler teması altında değerlendirilen katılımcı yanıtları şu şekildedir:

K1 “Mobil oyun ortamında tanıştığım ve farklı yerlerde yaşayan çok arkadaşım oldu. Bu arkadaşlarımdan bazılarıyla fiziksel ortamda bulduğum da oldu. O arkadaşlıklarım halen de devam ediyor.” Şeklinde bir yanıt vermiştir.

Benzer şekilde K4 “ Evet. Türkiye içinde oldu. Kars'ta olsun, Zonguldak'ta olsun tanıştığım arkadaşlarım oldu. Onlarla farklı yerlerde fiziksel olarak da bir araya geldik.” İfadelerini kullanmıştır.

Yine K5 katılımcısı ise “Evet oldu. Mobil oyun aracılığıyla tanıştığım bir sürü arkadaşım var. Fiziksel olarak ise Mardinli bir arkadaşım ile Bursa'da buluşmuştum. Bu ziyaretleri karşılıklı şekilde sürdürdük.” Şeklinde cevap vermiştir.

Katılımcılardan K6, mobil oyun aracılığıyla farklı bir şehirden tanıştığı ve bulduğu arkadaşıyla buluşmasıyla ilgili fazla detay vermek istemeyerek “Evet, mobil

oyun aracılığıyla tanışıp ve fiziksel ortamda da bir araya geldiğim arkadaşlıklarım oldu.” Şeklinde yanıt vermiştir.

Yine mobil oyun aracılığıyla tanıştığı ve arkadaşlıklar kurduğu dostları olduğunu ifade eden K7 “Evet oldu. Sanal ortamdan görüşüyorduk. Birçok kez farklı farklı yerlerde bir araya da geldik bu arkadaşlarımla. Sanaldık reel olduk.” Sözleriyle bu durumu ifade etmiştir.

Benzer şekilde K8 “Ülke içinde mobil oyun vasıtasıyla tanıştığım çok arkadaşım var. Farklı yerlerde buluşuyor, görüşüyor ve iletişim kuruyoruz. Birbirimizde iletişim numaralarımızda mevcut.” Şeklinde bir yanıt vermiştir.

Yurtiçinde mobil oyun vasıtası ile arkadaş edinip bunu fiziksel ortama taşıyan son katılımcı olarak K10 ise “Evet oldu. Mobil oyun vasıtasıyla Artvin’de yaşayan tanıştığım arkadaşlarım oldu. Hatta beraber buluştuk bir araya geldik onlar da Gaziantep’e geldiler.” İfadelerini kullanmıştır.

Yurtdışı seyahatler teması altında değerlendirilebilecek şekilde katılımcı verileri ise şöyledir:

K2 “Mobil oyun oynarken tanıştığım yabancı bir arkadaşım olmuştu. Brezilya’da düzenlenen bir mobil oyun festivalinde bir araya geldik ve orada da tanıştığım arkadaşlarım oldu.” Yanıtını vermiştir.

Benzer şekilde K3 “Mobil oyunun yanında bilgisayar oyunları da dahil olmak üzere oyun platformlarında Almanya, Amerika ve İtalya tarafında arkadaşlıklarım oldu. Bunlarla fiziksel ortamda da buluştum ve hatta birlikte tatil bile yaptım.” İfadelerini kullanmıştır.

Yurtdışı seyahatler teması kapsamında değerlendirilebilecek son veriyi paylaşan K9 “Mobil oyun oynadığım arkadaşlarla çoğunlukla iletişimimiz sanal bir ortamda kaldı. Buna karşın Kanadalı bir oyun arkadaşımın ülkemizi ziyaret ettiği sırada buluşmuştuk. Daha sonrasında ben de iadeziyaret gerçekleştirdim Kanada’ya.” Şeklinde bir yanıt vermiştir.

3.6.4. Z Kuşağı ve Mobil Oyun Temalı Etkinliklere Katılım Amaçlı Seyahat

Anlayışı

Katılımcılara yöneltilen bir sonraki soru ile kendilerinin mobil oyunlar ile bağlantılı etkinliklere katılıp katılmadıklarını ve bu tarz etkinliklere katılmak amacıyla seyahat edip etmediklerine dair verilerin toplanması amaçlanmıştır. Elde edilen veriler, katılımcıların mobil oyun bazlı etkinliklere katılım göstermelerine karşın kendi yaşadıkları bölge dışındaki etkinliklere katılım göstermediklerini ortaya koymaktadır. Buna karşın, bazı katılımcıların ise hem mobil oyun bazlı etkinliklere katıldıklarını hem de bu tarz etkinlikler için farklı bölgelere seyahat ettiklerini de göstermektedir. Son olarak diğer bir katılımcı grubunun ise herhangi bir mobil oyun etkinliğine katılmadığını ortaya koymaktadır. Bu noktada verilerin analiz edilmesi ile iki farklı tema ortaya çıkmıştır. Bu temalar: **Yerel mobil oyuncu ve gezgin mobil oyuncu** şeklinde sıralanmıştır.

Yerel mobil oyuncu teması altında sıralanan verilere göz atmak gerekirse K1 katılımcısı “Evet bu tarz etkinliklere katıldım. E-Spor odaklı turnuvalarda bulundum ama bu çok uluslararası nitelikte bir şey değildi. Sadece okullar arası düzenlenen bir etkinliğe katılmıştım.” Şeklinde bir yanıt alınmasının üzerine katılımcıya ek olarak yöneltilen “Hangi şehirlerde düzenlenen mobil oyun etkinliklerine katılmıştınız?” sorusuna ise K1 katılımcısı “Lise dönemindeyken Tekirdağ’da yapmıştık.” Yanıtını vermiştir. Bu noktada, K1 katılımcısının hali hazırda Tekirdağ ilinde ikamet etmesinden ötürü yaşadığı şehir dışında bir etkinliğe katılmadığı anlaşılmıştır.

Benzer şekilde K4 “Çeşitli mobil oyun turnuvalarına katıldım ve bu alanda düzenlenen farklı yarışmalara da katıldım ancak bu amaçla farklı bir yere seyahat etmedim.” Şeklinde cevap vermiştir.

Yine K7 katılımcısı, mobil oyun temalı etkinliklere katılım amaçlı seyahat etmemiş olan katılımcılardan biridir. K7 katılımcısı “Evet katıldım. Ankara’da düzenlenen PUBG ve League of Legends olmak üzere iki farklı oyuna ait turnuvalara katılmıştım. Bununla birlikte bu turnuvalarda herhangi bir başarı elde edemedik.” Cevabını vermiştir.

Gezgin mobil oyuncu teması altında değerlendirilen verilere göz atıldığında ise K3 katılımcısı “ Ülkede içinde düzenlenen internet kafeler arası ve çeşitli mobil oyun lig turnuvaları gibi farklı etkinliklere katıldım.” Yanıtını vermiştir.

K5 katılımcısı ise “ Mobil oyun üzerine farklı turnuvalara katıldım. Ayrıca oyun ekibi olarak Avrupa Server’ı üzerinde kayıtlı ilk 100 içerisinde yer aldığımız bir derecemiz var. Bu şekilde ilerlemiş durumdayız.” Yanıtını paylaşmıştır.

Bir diğer katılımcı olarak K6 katılımcısı “Ülkede içerisinde düzenlenen bir ulusal PUBG turnuvasına ekip olarak katılmıştık ancak bu alanda bir derece elde edemedik maalesef.” Şeklinde bir cevap vermiştir.

K2 katılımcısı ise “Uluslararası boyutta düzenlenen çeşitli mobil oyun etkinliklerine katıldım. En son katıldığım turnuva bir önceki soruya da verdiğim cevapta geçtiği üzere Brezilya’da düzenlenen bir yarışmaydı.” Yanıtını vermiştir.

Son olarak K9 ise “Farklı şehirlerde düzenlenen mobil oyun turnuvalarına izleyici olarak katılmıştım. Bu tarz turnuvalara aktif oyuncu olarak da katılmak isterim.” Şeklinde bir ifade kullanmıştır.

3.6.5. Z Kuşağı’nın Mobil Oyun Temalı Hediyelik Eşyalara Olan Yönelimi

Katılımcılara yaptıkları seyahatler içerisinde mobil oyun amaçlı hediyelik eşyalara olan taleplerini ortaya koyabilmek adına yöneltilen bir diğer soru üzerine çeşitli yanıtlar alınmıştır. Burada toplanan veriler ışığında dört farklı tema ele alınmıştır. Bunlar: **Koleksiyoner satın alıcılar, ilgili satın alıcılar, üreticiler ve ilgisizler** şeklindedir.

Koleksiyoner satın alıcılar, belirli bir oyuna ait figürleri veya belirli bir karaktere ait farklı oyun figürlerine dair çeşitli eşyaları satın alan gruba ifade etmektedir. Bu gruba dahil olacak biçimde verileri analiz edilmiş farklı yanıtlar mevcuttur. Örneğin K2 katılımcısı “Sevdiğim oyun karakterlerine ait figürleri toplamayı seviyorum. Bir karaktere ait birden fazla farklı figür olarak koleksiyon halinde biriktiriyorum.” Yanıtını paylaşmıştır.

K3 ise “Evet aldım. Biblolarım oldu oyunlara dair. Aynı şekilde grafik tasarımlı ürünler oluyordu o hediyelik eşyalardan alıyordum kendime. Biraz daha koleksiyon amaçlı bu ürünleri biriktiriyordum.” Biçiminde bir yanıt vermiştir.

İlgili satın alıcılar ise, belirli bir oyuna veya oyun karakterine ait figürleri içeren hediyelik eşyaları satın alma gayreti içerisinde düşmeden, denk gelmiş oldukları ve beğendikleri eşyaları satın alan grubu ifade etmektedir. Bu gruba dahil olan katılımcılar ise:

K1 “Evet bu tarz bir alışveriş yaptım. Geçen yıl Zonguldak’a giderken yol esnasında bir dinlenme tesisinde oyun temalı anahtarlık biçiminde bir ürün satın almıştım. Çok da hoşuma gitmişti.” Cevabını vermiştir.

Benzer şekilde K6 ise “Evet. Genelde oyun karakterlerinin figürlerini içeren ürünler görünce bunları satın alıyorum. Bu şekilde.” Şeklinde bir yanıt vermiştir.

Bu tema altında yer alan bir başka yanıt ise K7 katılımcısına aittir. K7 “ Evet. Farklı oyun karakterlerine ait oyuncakları ve fotoğrafları alıp odamda tasarımsal olarak kullanmaktayım.” Cevabını vermiştir.

Benzer şekilde K8 “Evet aldım. Genellikle oyunların simge ve karakterlerine denk geldikçe ve beğendikçe satın alıyorum.” Biçiminde bir yanıt vermiştir.

Üreticiler grubu, mobil oyun ve mobil oyun karakterlerine dair figürleri içeren hediyelik eşyaları satın almaktan ziyade bu oyunlarda kendisine veya takımlarına ait olarak yer alan farklı logoları, isimleri veya simgeleri içeren hediyelik eşyaları kendileri üretmektedir. Bu grup altında değerlendirilen yanıtlar şu şekildedir:

K5 “Kendimiz satın almadık. Fakat kendi mobil oyun takımımızın logosunu bir tişört üstüne bastırarak bunları kendi takım oyuncularımıza ve meraklılarına dağıttık.” Şeklinde soruyu cevaplamıştır.

Son olarak ilgisizler grubu ise, mobil oyunlara ve mobil oyun karakterlerine dair herhangi bir hediyelik eşyaya ilgi duymayan grubu ifade etmektedir. K4, K9 ve K10 katılımcıları daha önce herhangi bir mobil oyunla ilgili hediyelik eşya almadıklarını ve bu ürünlere ilgi de duymadıklarını ifade etmelerinden ötürü bu gruba dahil olmaktadır.

3.7. Bulguların Genel Olarak Değerlendirilmesi

Z kuşağının mobil oyunlar ile geçirmiş olduğu vakit ve bu anlamda kendisinden önceki kuşaklar ile farklılaşan çocukluk ve gelişim süreçleri birçok açıdan tartışma yaratan bir konu haline gelmiştir. Mobil oyunların bağımlılık yaratıcı yönü, bu bağımlılığa sahip olduğu düşünülen bireylerin sosyal yaşamlarındaki değişiklikler ve buna bağlı olarak boş zamanın verimliliği ile seyahat anlayışı gibi konular birçok araştırmanın konusu olarak işlenmiştir. Bu bakımdan çalışma, kapsamlı bir şekilde Z kuşağının mobil oyun alışkanlıkları, mobil oyun anlayışına bağlı olarak seyahat anlayışlarının ne ölçüde değişim gösterdiği ve yine mobil oyun alışkanlıklarına bağlı olarak sosyal yönlerinin ne ölçüde etkilendiği ile turistik tüketim anlayışlarına varana kadar detaylı bir şekilde inceleme yapma anlayışı ile hazırlanmıştır.

Araştırmanın ortaya koyduğu dikkat çekici bulgulardan ilki, katılımcıların mobil oyun oynamaya hangi yaşta ve ne şekilde başladığı ile ilgilidir. Katılımcıların tamamının oldukça küçük yaşlarda mobil oyun oynamaya başladığı ve halen devam ettiği hatta birçoğunun bunu kendi sahip olduğu mobil cihazlar ile yaptığı görülmektedir. Bu durum, mobil cihazların Z kuşağı bireylerinin çocukluktan yetişkinliğe varana kadar uzun bir sürede hayatlarının bir parçası olarak var olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır. Bu durum, beraberinde mobil cihazlar ve oyunlar ile uzun süreli etkileşim halinde bulunan Z kuşağının sosyal anlayışlarında ve seyahat alışkanlıklarında ne gibi değişiklikler olabileceği ile ilgili bir soruyu da ortaya çıkarıyor.

Bu noktada Z kuşağının kendi algısı ile X ve Y kuşakları ve kendi aralarında, seyahat anlayışları bakımından ne gibi farklılıklar gördükleri tespit edilmeye gayret gösterilmiştir. Mobil oyun alışkanlıkları mevcut olan bu katılımcı grubu, kendilerini macera, eğlence ve deneyim odaklı bir seyahat anlayışı içerisinde görmektedir. Yalçın ve Karaman (2024) ise yapmış oldukları “Z Kuşağı Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ile Turistik Ürün Tercihi Arasındaki İlişkide Seyahat Motivasyonlarının Etkisi: Denizli Örneği” adlı çalışmada mevcut araştırma ile benzer sonuçlar elde etmiştir. Özellikle, seyahat etme motivasyonu açısından heyecan ve kendini keşfetmek gibi bulgular bu açıdan araştırma bulguları ile benzerlik göstermektedir. Gök vd. (2021) tarafından yapılmış olan “Yalnız Seyahat Eden Turistlerin Seyahat Motivasyonu ve Deneyimi: Z

Kuşağı Örneği” adlı çalışmada Z kuşağının seyahat etme motivasyonlarına yönelik heyecan, yeni yerler görme ve macera gibi mevcut araştırma ile benzer bulgular ortaya koymuşlardır. X ve Y kuşağının daha çok dinlenme, rahatlama ve konfor arayışı çerçevesinde bir seyahat anlayışına sahip olduğunu düşünmektedir.

Elde edilen bulgulara göre bir diğer sonuç, Z kuşağının sosyal ilişkiler bağlamında seyahat etmeye yönelik davranışları ile ilgilidir. Bu noktada bakıldığında katılımcıların önemli bir kısmı mobil oyun aracılığıyla tanıştıkları arkadaşları ile buluşmak için ulusal veya uluslararası seyahatler gerçekleştirmiştir. Buna karşın Erten (2019) ise “Z Kuşağının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumları” adlı çalışmasında mobil cihazlar dahil olmak üzere dijital cihaz kullanımının tembelliğe yol açabileceği ve buna çözüm olarak ise daha sosyal faaliyetlere yönelim gösterilmesi gerektiği durumu ifade edilmiştir. Mevcut araştırmadaki katılımcıların dijital araçlar vasıtasıyla tanıştıkları arkadaşları ile gerçek ortamda da buluşmuş olmaları bu diğer çalışma kapsamında elde edilen bulgular ile çelişmemek ile farklı bir noktayı gözler önüne sermektedir. Bu farklılık, bireylerin dijital cihazlar ile uzun süreli vakit geçirmek yerine vakitlerinin bir kısmını sosyal faaliyetler ile değerlendirmesinde yine bu cihazların faydalı olabileceği şeklindedir.

Katılımcıların mobil oyun çerçevesinde değerlendirilebilecek çeşitli etkinliklere katılım sağlamak amacıyla seyahat edip etmedikleri çalışmanın bir diğer ayağı olmuştur. Bu bakımdan katılımcılardan elde edilen veriler ışığında yapılan analizler ile yerel mobil oyuncu ve gezgin mobil oyuncu olmak üzere iki farklı oyuncu tipini niteleyen temalar elde edilmiştir. Bu kapsamda yerel mobil oyuncular teması ile ele alınan oyuncuların daha çok kendi ikamet ettikleri şehirlerde veya sadece kendi evlerinde mobil oyun oynamaya alışkın oldukları görülürken, gezgin mobil oyuncular olarak değerlendirilen oyuncuların ise mobil oyun etkinliklerine katılım sağlamak amacıyla şehir dışı veya uluslararası seyahatlere katılım sağladıkları görülmektedir. Araştırma ile benzer bulgulara sahip bir başka araştırma olan Bayram (2018) tarafından yapılan “Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde E-spor Turizmine Katılma Niyeti” adlı çalışmada ise belirli mobil oyun platformlarında aktif olarak yer alan katılımcılardan elde edilen veriler ışığında son bir yıl içerisinde e-Spor amaçlı olarak hiç seyahat etmeyen ve e-Spor amaçlı olarak son bir yılda 1-2 kez seyahat etmiş

olan katılımcıların çoğunlukta olduğu görülmektedir. Neticede, bu çalışmada elde edilen bulgular ile mevcut araştırmadaki bulguların benzer şekilde olduğu ifade edilebilir.

Benzer şekilde, Yıldırım ve Tamer (2022) tarafından yapılan “Elektronik Spor Turizmi: Elektronik Spor İzleyicileri Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmada ise e-Spor oyuncularının yurtiçi ve yurtdışı olmak üzere e-Spor etkinliklerine katılım eğilimlerini içeren bulgular paylaşılmıştır. Bu bulgulara göre katılımcıların büyük çoğunluğu daha önce herhangi bir e-Spor etkinliğine katılmamıştır. Yine katılımcıların bir kısmı daha önce bir yurtiçi e-Spor etkinliklerine katılım göstermiş durumdayken katılımcıların çok daha az bir kısmı yurtdışı e-Spor etkinliklerine katılmıştır. Bu çalışmanın bulguları, mevcut araştırmanın bulgularına göre katılımcıların e-Spor etkinliklerine katılım sağlama sıklıkları bakımından bir benzerlik göstermemektedir.

Araştırmanın bir diğer bulgusu ise Z kuşağının gerçekleştirdikleri seyahatlerde mobil oyun ile alakalı hediyelik eşya benzeri ürünler satın alma eylemi ile ilgilidir. Bu kapsamda literatürde benzer nitelikte bir çalışma bulunmamasına karşın Z kuşağının seyahat ettikleri bölgelerde ne tür hediyelik eşya aldıklarına yönelik çalışmalar mevcuttur. İlhan vd. (2023) tarafından yapılan “Z Kuşağının Turistik Deneyimine Bütüncül Bir Bakış” adlı çalışmada Z kuşağı bireylerinin seyahat ettikleri bölgede daha çok mücevherat, kupa bardağı ve magnet gibi ürünler satın almaya yöneldiğine yönelik bulgular paylaşılmıştır.

Bampatzia vd. (2016) tarafından yapılan “Ciddi Oyunlar: Kültürel Miras için Değerli Araçlar” adlı çalışmada ise mobil oyun şirketlerinin, kendi pazarlama faaliyetleri dahilinde ürettiği hediyelik eşyalar ele alınmıştır. Bunlardan bazıları kıyafet tasarım oyunları kategorisinde yer alan oyunları üreten bazı oyun şirketlerinin, kullanıcıların oyun sırasında tasarladıkları kıyafetleri satın almasına imkan sunması, “Yüzün Bir Heykelin Üzerinde” adlı bir oyunda ise antik çağlara ait çeşitli heykel figürlerinin tüm parçalarına ek olarak yüz kısmı için kullanıcılarına kendi yüzlerinin bir fotoğraf aracılığıyla heykele uyarlanması ile beraber bu ürünü bir hediyelik eşya olarak satın alabilmesine de olanak sunulmaktadır. Mevcut araştırmadaki katılımcılar daha çok bir mobil oyunu oyunun karakterlerine veya özelliklerine dair temsiliyet

özelliğine sahip hediyelik eşyalar satın aldıklarını ifade ederken, bu çalışmada yer alan ürün grupları ise oyunu oynayarak elde edilen ve kişiye özel niteliğe sahip ürün gruplarının varlığına işaret etmiştir.



SONUÇ

İnternet çağının gelişim süreci içerisinde teknolojik ürün yelpazesine dahil olan mobil cihazlar, bireylerin yaşamlarına etki eden bir niteliğe sahip olmuştur. Bireyler, mobil cihazlar aracılığıyla hayatlarını kolaylaştıracak birçok imkana sahip olurken aynı zamanda eğlenmek ve boş zaman geçirmek gibi güdülerle giriştikleri faaliyetlerde de mobil cihazlardan faydalanmaya başlamışlardır. Mobil cihazların ve buna bağlı olarak ortaya çıkan mobil oyunların cazibesi, özellikle çocukluk ve gelişim süreçlerini bu teknolojiler ile geçiren Z kuşağı üzerinde etki sahibi olmuştur.

Çalışma, gelişim sürecini mobil teknolojilerin ve mobil oyunların bulunduğu bir ortamda geçiren Z kuşağının bu yeniliklere bağlı olarak boş zaman davranışlarının ve seyahat anlayışlarının ne şekilde etkilendiği hususu üzerine odaklanılmış bir çalışmadır. Bu kapsamda mobil oyun platformlarında aktif olarak yer alan 10 ayrı katılımcı ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve toplanan veriler, içerik analize tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgular, literatürdeki bazı bilgileri tasdik ederken aynı zamanda ilgili konu kapsamında yeni sonuçların da ortaya konmasını sağlamıştır.

Genel olarak, Z kuşağı da dahil olmak üzere çeşitli mobil kullanıcılarının bu teknolojileri kullanım biçimi ve süresi üzerinden verimli bir kullanım yakalanması ile kullanıcıların hayatlarına bu teknolojiler aracılığıyla çeşitli kolaylıklar sağlanabileceği üzerine kurulu olan ilgili literatür, mobil cihazların bağımlılık yapıcı özelliğine de sıklıkla değinen bir bulgu havuzuna sahiptir. Bu bakımdan çalışma, mobil oyunların ve buna bağlı olarak mobil cihazların kullanımı ile katılımcıların boş zaman değerlendirme ve seyahat motivasyonları gibi değişkenler arasındaki ilişkileri ölçümlemesi açısından literatüre bir çeşitlilik kazandırma niteliğine sahip olmaya adaydır.

Elde edilen bulgular göstermektedir ki Z kuşağı bireyleri, mobil oyun oynayarak geçirdikleri vakit ile yalnızca sanal aktiviteler gerçekleştirmemekte; aynı zamanda bu platformlardaki çeşitli sosyal ağlara dahil olmakta, yeni insanlar ile tanışmakta, fiziksel ortama da taşınacak arkadaşlık ilişkileri gerçekleştirmekte ve mobil oyun şirketlerinin hazırladığı farklı ulusal ve uluslararası bölgelerdeki etkinliklere de katılım sağlayabilmektedir.

Bu durum, mobil oyun oynama alışkanlığının izole bir yaşam biçimi oluşturduğu algısına ters olarak farklı sosyal olanakların değerlendirilmesi açısından da çeşitli imkanlar yarattığını göstermektedir.

Mobil oyunlara bağlı olarak gelişen sosyal faaliyetler ve etkinlikler, bireyleri sadece teknolojik cihazlarla vakit geçirmekten alıkoymanın yanı sıra farklı bölgelere seyahat etme motivasyonu yaratmakta da etkilidir. Katılımcıların vermiş olduğu cevaplar bu durumu ortaya koymaktadır. Katılımcılardan bazıları mobil oyun temalı etkinliklere katılım sağlamak amacıyla şehir dışına çıkarak farklı ulusal seyahatler gerçekleştirirken, bazıları ise uluslararası mobil oyun etkinliklerine katılmak üzere seyahat ederek gittikleri yerlerde hem yeni sosyal bağlantılar kurup hem de turizm hareketine katılmaktadırlar.

Turizm bölgelerinde turistlerin en tipik satın alma davranışlarından birini açıklayan hediyelik eşya veya hatıra niteliği taşıyan ürünler satın alma davranışı da yine mobil oyun oynayan ve mobil oyunlara bağlı olarak gerçekleştirilen seyahatlere katılan kişilerde de görülmektedir. Çalışmadaki katılımcılar, farklı bölgelere gerçekleştirdikleri seyahatlerde oynadıkları oyunlara yönelik çeşitli figürleri ve oyuncakları satın aldıklarını ifade etmişlerdir. Hatta bazı katılımcılar, satın aldıkları mobil oyunlara dönük hediyelik eşyaları koleksiyon olarak biriktirdiklerini ifade etmişlerdir. Bu durum, katılımcıların farklı yerlerde mobil oyunlara dönük hediyelik eşya satın alma davranışının tekrar edilebilir olduğunu gözler önüne sermektedir. Neticede mobil oyunlar ile ilgili farklı bölgelerde hediyelik eşyalar satın alma davranışının, bireyler için özellikle koleksiyon yapmak gibi çeşitli satın almayı tekrarlayabilecek sebeplerin var oluşu ile beraber farklı bölgelere seyahat etme davranışını olumlu şekilde destekleyebilecek bir faktör olduğunu ifade etmek mümkündür.

Çalışmanın birinci kısmında yer alan seyahat motivasyonu açısından özgürlük ve macera faktörü, çalışmanın bulgularını açıklar niteliktedir. Katılımcıların, kendi başlarına ve arkadaşlarıyla birlikte olmak üzere eğlence ve macera güdüleriyle seyahat ettikleri anlaşılmaktadır.

Çalışmanın ikinci kısmında yer alan farklı mobil oyun türleri, araştırma katılımcılarının tercihlerini de yansıtmaktadır. Katılımcılar tek bir oyun kullanımı üzerine yoğunlaşmamış ve birbirlerinden farklı türde oyunlar oynadıkları anlaşılmıştır.

Çalışmanın ilk iki bölümünde anlatılanların, çalışmanın bulgularını destekleyici ve yansıtıcı bir nitelikte olması durumu çalışmanın kendi içinde tutarlı olduğunu göstermektedir. Bu durum, çalışmanın bütünlüğü açısından önemlidir.

Çalışmanın bulgularına dayanarak paydaşlar açısından sunulabilecek öneriler şunlardır:

- Özellikle devletlerin veya çeşitli özel kuruluşların teknoloji bağımlılığı ile ilgili önleyici faaliyetlerinde, bireyleri teknolojik cihazlardan uzaklaştırmaya dönük önlemlerin yanı sıra doğrudan teknoloji temelli ve teknolojiye bağlı olarak düzenlenebilecek çeşitli sosyal faaliyetlerle de bireylerin teknolojik cihazlar ile geçirecekleri zamanı azaltacak önlemler yaratılabilir. Bu hususta yeni önlemlerin gerekli hale gelmesi, teknolojik cihazlardan uzaklaştırma yaklaşımının günlük hayatta teknoloji kullanımının zorunlu hale gelmesi ile beraber imkânı olmayan bir opsiyon olmaya yüz tutmasına bağlı olarak gerçekleşmiştir. Bu durum, teknoloji bağımlısı olarak tanımlanan kesimin bağımlılık düzeylerinin düşürülmesinde yine teknoloji ile bağlantılı faaliyetlerin kullanılmasını son derece önemli kılmaktadır.

- Bir diğer öneri ise destinasyon yönetimleri için geçerlidir. Z kuşağı bireylerinin mobil oyunlara bağlı olarak veya mobil oyun temasıyla düzenlenen etkinliklere katılım sağlamaya eğilimli olması, mobil oyun temalı etkinliklere ev sahipliği yapan, bu etkinlikleri düzenlemek için gerekli altyapı ve üstyapı olanaklarına sahip olan ve mobil oyun etkinlikleri ile ilgili hizmetleri etkin bir şekilde yürütebilecek insan kaynağına sahip olan destinasyonları avantajlı bir konuma geçirmektedir. Bu bağlamda, özellikle turizm pazarından gelir elde etme ve rekabet avantajı sağlama ihtiyacı duyan ülkeler, mobil oyun temalı etkinlikleri düzenleyebilecek altyapı ve üstyapı yatırımlarını arttırarak, bu alandaki pazarlama faaliyetlerini arttırarak ve

gerekli yetkinlikte beşerî kaynağı yaratacak eğitim olanaklarını sağlayarak bir adım öne çıkabilirler.

- Mobil oyun endüstrisi açısından da sunulabilecek bir öneri mevcuttur. Mobil oyun şirketlerinin bilgisayarlı sistemler üzerinden sunduğu hizmetlerin yanı sıra oyuncularını sosyal olarak da bir araya getirebilecek farklı etkinlikler tasarladığında, çalışmanın bulgularından da anlaşılacağı üzere oyuncular bu tarz etkinliklere rağbet gösterebilmektedir. Bu durum, mobil oyun şirketleri için önemli bir potansiyel gelir kaynağı yaratmaktadır. Bu bakımdan, mobil oyun şirketleri, piyasa içerisinde rekabet avantajı sağlamak için pazarlama ve araştırma geliştirme faaliyetlerinde sosyal faaliyetlere de önemli ölçüde yer vermelidir.

- Çalışmanın bir diğer önerisi ise turizm ve mobil oyun literatürü ile ilgili araştırmalar yapan akademisyenler ile ilgilidir. Akademik çalışmalarda, belirli bir kesimin seyahat motivasyonunu ölçümlemek açısından katılımcıların sahip olduğu farklı motivasyonel unsurları ortaya koymak önemlidir. Aksi takdirde potansiyel turistlerin seyahat motivasyonları sınırlı başlıklar dahilinde ölçülecek ve dolayısıyla katılımcıların beklentileri net bir şekilde ortaya konamayacaktır. Bu bakımdan çalışma, bireylerin seyahat motivasyonlarının ölçülmesinde farklı bir motivasyonel unsuru ortaya çıkarmıştır. Sonuç olarak, özellikle Z kuşağının seyahat motivasyonunu ölçümlemeye yönelik çalışmalarda mobil oyun temalı etkinliklerin de değerlendirme kapsamına alınması, yapılacak çalışmaların verimliliğini arttırabilir.

KAYNAKÇA

Abuhamdeh, Sami; Csikszentmihalyi, Mihaly.:	The Importance Of Challenge For The Enjoyment Of Intrinsically Motivated, Goal-directed Activities. Personality And Social Psychology Bulletin , 2012, 38/3, pp. 317-330.
Ağari, Murat.:	Zaman Kavramı: Nedir-Ne Değildir?. Karabük Türkoloji Dergisi , 2023, 6/1, s. 123-148.
Akgül, Volkan.:	Gönen Termal Turizm Merkezindeki Otel İşletmelerinde Personel Güçlendirme ve Yaratıcılık İlişisine Yönelik Bir Uygulama. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi , 2020, 15/60, s. 790-805.
Akın, Mahmut Hakkı.:	Sosyal Etkileşim ve Sosyal Benlik Kaynağı Olarak Aile. Medeniyet ve Toplum Dergisi , 2019, 3/1, s. 1-14
Akkuş, Çetin; Demircan, Göksu.:	İnternet Bağımlılığı ve Turizme Katılma Motivasyonu İlişkisi: Z Kuşağı Üzerinde Bir Değerlendirme. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi , 2021, 10/2, s. 99-115.
Altuntaş, Başar; Kararlan, Mustafa Halit.:	Kullanıcıların Mobil Oyun Tercihleri Üzerinde Etkili Olan Faktör Düzeylerinin Öneminin Belirlenmesi. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi , 2017, 19, s. 277- 298.
Alwin, Duane F.:	Generations X, Y and Z: Are They Changing America?., Contexts , 2002, 1/4, pp. 42-51.
Aracı, Hikmet.:	Okullarda Beden Eğitimi . Ankara: Bağırhan Yayınevi, 1999, 31.
Ardahan, F., Karaküçük, S., Çetinkaya, G., Akgül, B. M., Ve Kaplan, A. K.:	Açık Alan Rekreasyonu . Ankara: Detay Yayıncılık, 2017.
Ardahan, Faik; Kaplan Kalkan, Ayşe.:	Açık Alan Rekreasyonu ve Doğa Sporları. Açık Alan Rekreasyonu (1. Baskı) , Ankara: Detay Yayıncılık, 2017, s.1-26.

Aron,A.; Steele,J.L.; Kashdan, T.B.; Perez, M.:	When Similar Do Not Attract: Tests of a Prediction From Self-Expansion Model. Personal Relationships , 2006, 13/4, pp. 387-196.
Ateş, H., Yıldız, B., Yıldız,H.:	Herzberg'in Çift Faktör Teorisi Kamu Okullarında Çalışan Öğretmenlerin Motivasyon Algılarını Açıklayabilir Mi? Ampirik Bir Çalışma. Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi , 2012, 7/2, s.147-162.
Aydın, Ali Emre.:	Kuşak Çatışmalarındaki Tartışmalı Konulara İlişkin Bir Değerlendirme. Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi , 2020, 8/1, s. 17-34.
Aydoğdu, Hüseyin.:	"Modern Kimlikte Öznenin Ölümü". Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi , 2004, s. 116-117.
Bağlı, Mazhar; Sever, Aysan.:	Tabulaştırılan/ Tabulaşan Kurumun (Ailenin) Kurbanlıklar Edinme Pratiği: Levirat ve Sorarat. Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi , 2005, 8/8, s.9-23.
Bahadır, Ayar.; Burnaz, Şebnem.:	Tüketici Davranışında Zaman Kavramı. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi , 2023, 16/2, s. 341-38.
Baldemir, Hilal; Ayten, Övür.:	Dijital Oyun Bağımlılığının Yeni Yüzü Olarak PUBG MOBILE. İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi , 2021, 1/2, s. 139-153.
Bampatzia, Stavroula.; Bourlakos, Ioannis.:	Serious Games: Valuable Tools for Cultural Heritage." Games and Learning Alliance: 5th International Conference, Utrecht, The Netherlands, December 5–7, 2016, Proceedings 5. Springer International Publishing , 2016.
Bandura, Albert.:	Perceived Self-efficacy In Cognitive Development and Functioning, Educational Psychologist , 1993, 28/2, pp. 117-148.
Bandura, Albert.:	Self-efficacy: The Exercise Of Control WH Freeman And Company, New York, Ny , 1997, s. 41.
Bandura, Albert.:	Self-efficacy: Toward A Unifying Theory Of Behavioral Change. Psychological Review , 1978, 84/2, pp. 139 -161.

Bandura, Albert.:	Social Foundations Of Thought And Action. Englewood Cliffs, Nj , 1986, pp. 23-28.
Basat, Ezgi Metin.:	Modern Dünyanın Sanal Mitleri: Bilgisayar Oyunları. Milli Folklor , 2011, 23/92, s. 143-151.
Başkan, Aytekin Hamdi; Başkan, Asiye Hande.:	Z Kuşağında Yer Alan Öğrencilerin Spora Yönelik Tutumları ve Buna Etki Eden Faktörler. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi , 2022, 9/4, s. 365-386.
Bayram, Ali Turan.:	Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde E-Spor Turizmine Katılma Niyeti. Turizm Akademik Dergisi , 2018, 5/2, s. 17-31.
Biçer, Ramazan; Sezgin, Osman.:	Teo-Psikolojik Açından Maturidi’de İrade Özgürlüğü. Bilig , 2017, 80, s. 239- 263.
Binark, Mutlu; Bayraktutan-Sütçü, Günseli.:	Silkroad Online’da Sanal Cemaat İnşası ve Türk Klan Kimliği. İnet-tr’08-XII İnternet Konferansı Bildirileri , 2008, s. 105-114.
Boctor, Lisa.:	Active-Learning Strategies: The Use of a Game to Reinforce Learning in Nursing Education. A Case Study. Nurse Education In Practice , 2013, 13/2, pp. 96-100.
Bozdoğan, M.;	Seyahat, Çalışma ve Boş Zamanın Kesişiminde Yeni Bir Grup: Dijital Göçebeler. International Journal Of Humanity Mobility , 2022, 2/2, s. 270-297.
Özuz Dağdelen, E.:	
Brendtro, L.K.;	Back to Basic Through Challenge and Adventure. Reclaiming Children and Youth , 2007, 16/1, pp. 2-6.
Stroner, M.A.:	
Bükey, Aziz; Gülcan, Bilgehan.:	Turizm ve Rekreasyonda Bandura’nın Öz-yeterlilik Teorisinin Bibliyometrik Analizi. Journal of Tourism & Gastronomy Studies , 2022, 10/3, s. 2296-2313.
Büyüktuncay, Mehmet.:	Erginlik Yaşı: Etno-Poetik Bir Arama Metin Olarak Leiser’ın Biyografisi. Nesir: Edebiyat Araştırmaları Dergisi , 2023, 4, s. 1-25.
Canli, Sinem Kahya;	Çocuk Oyun Alanlarının Tarihi Gelişimi. Çocuk ve Gelişim Dergisi , 2020, 3/6, s. 60-75.

Demirarslan, Deniz.:	
Cevizci, Ahmet.:	Felsefe Sözlüğü (3. Baskı) . İstanbul: Paradigma Yayınları, 1999, s. 37.
Cordes; Kathleen A.; Hilmi, İbrahim.:	Applications In Recreation And Leisure: For Today And The Future . Mcgraw-hill Book Company Europe, 1999.
Crandall, Rick.:	Social Interaction, Affect And Leisure. Journal Of Leisure Research , 1979, 11/3, pp. 165-181.
Crompton, J.:	Motivations of Pleasure Vacations. Annals of Tourism Research , 1979, 6/4, pp. 408- 424.
Csikszentmihalyi, Mihalyi.:	Akış: Mutluluk Bilimi , (Çev. Barış Satılmış). Ankara: Buzdağı Yayınevi, 2017.
Çallı, Didar Sari.:	Uluslararası Seyahatlerin Tarihi Gelişimi ve Son Seyahat Trendleri Doğrultusunda Türkiye'nin Konumu. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi , 2015, 4/1, s. 4-28.
Çelik, Emin.:	Mobil Oyunların Fikri Mülkiyet Hukukunda Korunması. Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi , 2023.
Çetin, Canan; Karalar, Serol.:	X, Y ve Z Kuşağı Öğrencilerin Çok Yönlü ve Sınırsız Kariyer Algıları Üzerine Bir Araştırma. Yönetim Bilimleri Dergisi , 2016, 14/28, s. 157-197.
Çetinkaya, Öznür; Akova, Orhan.:	Boş Zaman Kısıtları ve Yaşam Doyumu İlişkisi. Journal Of Recreation And Tourism Research , 2020, 7/3, s. 375-391
Çılğınoğlu, Hakkı.:	Öz Uyum ve Kendini Geliştirme Duygusunun Marka Deneyimi Üzerine Etkisi: Gastronomi Şehri Afyonkarahisar Örneği (Effect of Self-Congruit and Self-Expansion on Brand Experiment: The Case of Gastronomy City Afyonkarahisar. Journal of Tourism&Gastronomy Research , 2023, 11/3, s. 1809-1826.
Dalbay, R.Saim.:	“Kimlik ve Toplumsal Kimlik” Kavramı. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 2018, 31, s. 161-176.

Dean, Drew S.:	Hitting Reset: Devising a New Video Game Copyright Regime. U. Pa. L. Rev. , 2015, pp. 164-1239.
Deci, Edward L.:	Conceptualizations of İntrinsic Motivation. In: Intrinsic Motivation . Boston, MA: Springer US, 1975, pp. 23-63.
Deneçli, Ceyda; Deneçli, Sevda.:	Nabza Göre Şerbet, Kuşğa Göre Etkinlik: Eğlencenin Pazarlanması ve Kuşaklar. Pi Dergisi , 2012, 40, s. 29-33.
Deniz, Önder.:	Cumhuriyet Döneminde Tatil Kavramı ve 1935 Tarihli Ulusal Bayram ve Genel Tatiller Kanunu. Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi , 2011, 11/23, s. 57-72.
Digital Trends.:	“The Best Single Games”, (Çevrimiçi) https://www.digitaltrends.com/gaming/best-single-player-games/ , Kasım 1, 2023.
Doğan, Nuri.:	Eğitimde Yeni Yönelimler . (Editör: Özcan Demirel). Pegem Akademi, 2010.
Dömbekçi, Hilal Akman; Erişen, Mehmet Akif.:	Nitel Araştırmalarda Görüşme Tekniği. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 2022, 22/2, s. 141-160.
Duman, Savaş; Şahin, Hacı Murat; Uluç, Ender Ali; Bulut, Çilem.:	Spor Turizminin Türkiye Açısından Ekonomik Boyutu. Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi , 2021, 6/4, s. 367-383.
Duncan, David J.:	Leisure Types: Factor Analyses Of Leisure Profiles. Journal Of Leisure Research , 1978, 10/2: 113-125.
Durmaz, Malik; Akkuş, Recai.:	Öz Belirleme Kuramı Perspektifinden Matematik Kaygısı, Motivasyon ve Temel Psikolojik İhtiyaçlar. Eğitim ve Bilim , 2016, 41/183, s.111-127.
Durmaz, Şerife; Ören, Kenan.:	Öz Yeterlilik ve Öz güvenin İşgücü ve İstihdama Etkisine Bir Bakış. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 2017, 9/1, s. 109-120.
Ercan, Emir Mehmet.:	Boş Zaman Değerlendirmesi Açısından Z Kuşığı: Necmettin Erbakan Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Nitel bir

	Araştırma , Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Konya, 2021.
Erol, Hatice; Özdemir, Abdullah; Yurdakul, Elif Meryem.:	Türkiye'de İşsizliğin Yol Açtığı Olumsuz Sonuçların Giderilmesinde 4447 Sayılı İşsizlik Sigortası Kanununun İşlevi. Tisk Akademi , 2010, 5/10, s. 6-36.
Ersoy, Elif; Köşger, Ferdî.:	Empati: Tanımı ve Önemi/Empathy: Definition and Its Importance. Osmangazi Tıp Dergisi , 2016, 38/2, s. 9-17.
Erten, Pınar.:	Z Kuşağının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumları. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 2019, 10/1, s. 190-202.
Güneş, Firdevs.:	Oyunla Öğrenme Yaklaşımı. Journal of Turkish Studies , 2015, 5/1, s.1-21.
Fleer, Marilyn.:	The Demands And Motives Afforded Through Digital Play In Early Childhood Activity Settings, Learning, Culture And Social Interaction , 2014, 3/3, pp. 202-209.
Genç, Mustafa; Fidan, Yahya.:	Öğrencilerin Kişisel Gelişim Yönelimlerinin Kariyer Uyum Yeteneklerine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Örneği. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 2019, 35, s. 151-178.
Ghani, Jawaid A.; Deshpande, Satish P.:	Task Characteristics And The Experience Of Optimal Flow in Human—Computer Interaction. The Journal Of Psychology , 1994, 128/4, pp. 381-391.
Gibson, Heather; Willming, Cynthia; Holdnak, Andrew.:	“We’re Gators... Not Just Gator Fans”: Serious Leisure And University Of Florida Football. Journal of Leisure Research , 2002, 34/4, pp. 397-425.
Godbey, Geoffrey; Crawford, Duane; Xiangyou, Shen.:	20 Yıl Sonrasında Hiyerarşik Boş Zaman Kısıtlar Teorisini Değerlendirmek. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi , 2015, 26/1, s.114-129.
Goldfrey, Jane.:	The Grass is Greener On The Other Side: What Motivates Backpackers to Leave Home and Why They Choose New

	Zealand As A Destination , PhD Thesis. University of Otago, 2011.
Gould, J., Moore, D., Mcguire, F., Ve Stebbins, R.:	Development Of The Serious Leisure Inventory And Measure. Journal Of Leisure Research , 2008, 40/1, pp. 47-68.
Gök, Hatice Sarı; Aylan, Fatmanur Kübra; Şalvarcı, Simge.:	Yalnız Seyahat Eden Turistlerin Seyahat Motivasyonu ve Deneyimi: Z Kuşağı Örneği. Yaşar Üniversitesi E-Dergisi , 2021, 16/62, s. 698-717.
Gözüm, Ali İbrahim Can; Kandır, Adalet.:	Digital Games Pre-Schoolers Play: Parental Mediation and Examination of Educational Content. Education and Information Technologies , 2021, 26/3, pp. 3293-3326.
Güçlü, Caner.:	Bilgi Kaynaklarının Seyahat Motivasyonları Üzerindeki Etkisi: Alanya Örneği. Alanya Akademik Bakış , 2017, 1/3, s. 61-79.
Gül, Tolga.:	Rekreasyon Olgusuna Genel Yaklaşım. Rekreasyona Giriş . Ankara: Detay Yayıncılık, 2014, s. 1-67.
Gülcan, B.:	“Macera Turizminin Kapsamı ve Macera Turizminde Kaza Riski”. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakülteleri Dergisi , 2004, 1, s. 18-38.
Gülmez, Çiğdem.:	Müslümanların Seyahat Motivasyonları: Pozitif Psikoloji Perspektifinden Bir Değerlendirme. Journal Of Analytic Divinity , 2020, 4/2, s.166-193.
Güneş, Cemalettin; Gülcan, Bilgehan.:	Turizm ve Rekreasyon Alanlarıyla İlişkisi Bağlamında Neulinger’in Boş Zaman Teorisinin Bibliyometrik Analizi, Journal of Tourism & Gastronomy Studies , 2022, 10/4, pp. 3684-3698
Gürel, Emet; Özşenler, Selma Didem.:	Türkiye’de Kişisel Gelişim Yazını; Meta-Tematik Bir Analiz. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi , 2021, 20/78, s. 1096- 1116.

Hacicaferoğlu, Serkan; Sümer, Handan.:	Okul Spor Faaliyetlerinin Sporcu Öğrencilerin Sosyalleşmelerine Yönelik Katkısını Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi , 2019, 5/2, s. 704-716.
Haciođlu, Necdet; Gökdeniz, Ayhan; Diñç, Yakup.:	Boş Zaman & Rekreasyon Yönetimi:(Örnek Animasyon Uygulamaları) . Detay Yayıncılık, 2009.
Hall, D.T.:	Self-Awareness, Identity and Leader Development, Leader Development for Transforming Organization. Growing Leaders for Tomorrow , 2004.
Hamari, Juho; Sjoblom, Max.:	What is eSports and Why Do People Watch It?. Internet Research , 2017, 27/2, pp. 211-232.
Hazar, A.:	Rekreasyon ve Animasyon (4. Baskı) . Ankara: Detay Yayıncılık. 2014.
Hew, J.J., Lee, V.H., T'ng, S.T., Tan, G. W.H., Ooi, K.B., ve Dwivedi, Y. K.:	Are Online Mobile Gamers Really Happy? On the Suppressor Role of Online Game Addiction, Information Systems Frontiers , 2023, pp. 1-33.
Hoffman, Martin L.:	Interaction of Affect and Cognition in Empathy. Emotion, Cognition and Behavior , 1984, pp. 103- 131.
Hoyladı, Tunay.:	Z Kuşağı Bireylerin Bir Rekreasyon İşletmesi Olarak Spor Salonlarından Faydalanma Bağlamında Yaşam Kalitesi Düzeyleri , Yüksek Lisans Tezi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, 2023.
Hurd, A.R.;; Anderson, D.M.:	The Park and Recreation Professional's Handbook . Champaign, Human Kinetics, 2010, s.78.
İlgaz, Ceyda; İnci, Abay.:	Türkiye'de Yeni Medya Ortamı ve Dijital Oyun Olgusu, Yeni Medya Elektronik Dergisi , 2020, 4/1, s. 1-9.

ILO.:	“14 Nolu Haftalık Dinlenme Sözleşmesi”, Haziran 18, 2015, (Çevrimiçi), https://www.ilo.org/ankara/conventions-ratified-by-turkey/WCMS_377241/lang--tr/index.htm , 25 Ekim 2023
ILO.:	“138 Nolu Asgari Yaş Sözleşmesi”, Haziran 18, 2015, (Çevrimiçi), https://www.ilo.org/ankara/conventions-ratified-by-turkey/WCMS_377287/lang--tr/index.htm , 25 Ekim 2023
ILO.:	"KILM 11. Long-term Unemployment", Kasım 16, 2015, (Çevrimiçi), https://www.ilo.org/publications/11-long-term-unemployment , 25 Ekim 2023.
İskender, Ali.:	Neulinger Boş Zaman Paradigması ve Boş Zaman Katılım Motivasyonları Üzerine Nitel Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 2017, 21/3, s. 819-825.
İskender, Ali.; Güçer, Evren.:	Yaşam Doyumu İle Boş Zaman Kısıtlayıcıları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesinde Hiyerarşik Boş Zaman Teorisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. Ekonomi Bilimleri Dergisi . 2018, 10/2, s. 1-16.
Işık, Metin; Çiçek, Berat.:	Planlı Davranış Teorisi Perspektifinden Girişimcilik Niyeti Üzerinde Sosyal Sermaye Öz Yeterlilik ve Öz Saygının Rolü. Turkish Studies-Economics, Finance, Politics , 2020, 15/1, s. 185-206.
İçöz, O.:	Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü , 2. Baskı, Ankara: Turhan Kitapevi. 2000.
İçöz, O.; Kozak, Nazmi.:	Turizm Ekonomisi . Ankara: Turhan Kitabevi, 2002.
İlhan, Öznur Akgiş; Balyalı, Tuğçe Özoğul; Günay, Semra.:	A Holistic View of the Tourist Experience of Generation Z. Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR) , 2023, 11/3, s. 341-370.

İpek, Cemalettin.:	Emeklilik Hayatında Uyum Sorunu ve Emeklilik Eğitimi. Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 2017, 3/1, s. 60-72.
Jackson, Edgar L.; Rucks, Victoria C.:	Negotiation of Leisure Constraints By Junior-High and High-school Students: An Exploratory Study. Journal Of Leisure Research , 1995, 27/1, pp. 85-105.
Jones, Christopher D.; Hollenhorst, Steven J.; Perna, Frank.:	An Empirical Comparison of the Four Channel Flow Model and Adventure Experience Paradigm. Leisure Sciences , 2003, 25/1, pp. 17-31.
Kapil, Yagbala; Roy, Anuja.:	Critical Evaluation Of Generation Z At Workplaces, International Journal Of Social Relevance & Concern , 2014, 2/1, pp. 10-14.
Karaçor, Süleyman; Öztürk, Muammer.:	Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Oyunlarda Ürün Yerleştirme: Bir İçerik Analizi. Selçuk İletişim , 2021, 14/1, s. 165-188.
Karagülle, Ayşegül Elif; Çaycı, Berk.:	Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma. Turkish Online Journal of Design Art and Communication , 2014, 4/1, s. 1-9.
Kars, Gözde Bahar.:	Şiddet İçerikli Bilgisayar Oyunlarının Çocuklarda Saldırganlığa Etkisi . 2010, Master's Thesis. Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
Kaymaz, Elif., Ulema, Şevki.:	Rekreasyon: Kavram ve Uygulamalar . Ankara: Detay Yayıncılık, 2022.
Keskin, İshak; Furat, Fahri; Güler, Ceyhan.:	Kültürel Miras Turizminin Neden Arşivlere İhtiyacı Var?. Bilgi ve Belge Araştırmaları , 2020, 14, s.43-84.
Keten, Mustafa.:	Türkiye'de Spor (2. Baskı) . İstanbul, Polat Ofset, 1993.
Kılıçlar, Arzu; Şahin, Ayşe.:	Zaman Kavramına Bir Bakış: Boş Olan Zaman Mıdır Yoksa İnsan Mı?(A Research On The Concept Of Time). Journal Of Tourism & Gastronomy Studies , 2020, 8/3, s. 2263-2276

Kızılcık, Onur; Taştan, Hülya.:	Mağara Turizminin Motivasyon Faktörlerinin Belirlenmesi: Karaca Mağarası Örneği. Çukurova Sosyal Bilimler Dergisi , 2019, 28/3, s. 240-251.
Koçak, F. :	Kadınların Fiziksel Aktiviteye Katılımında Serbest Zamanın Anlamı ve Kültür. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi . 2022, 13/1, s. 112-123
Köksal, Beyhan.:	Ortaöğretim Kurumlarında Okuyan Öğrencilerde Dijital Oyun Bağımlılık Düzeyleri, İnternet Bağımlılık Düzeyleri ile Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi , İstanbul, Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Ana Bilim Dalı, 2015.
Kraus, Richard.:	Recreation And Leisure In Modern Society. The CV Mosby , 1971, pp. 1-7.
Kupperschmidt, Betty R.:	Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management. The Health Care Manager , 2000, 19/1, pp. 65-76.
Lay, J. C., Pauly, T., Graf, P., Biesanz, J. C., & Hoppmann, C. A.:	By Myself and Liking It? Predictors of Distinct Types of Solitude Experiences in Daily Life. Journal of Personality , 2019, 87/3, pp.. 633-647.
Lean J, Moizer J, Towler M, Abbey C.:	Simulations and Games: Use and Barriers in Higher Education. Active Learning in Higher Education , 2006, 7/3, pp.. 227-242.
Leitner, J.M., ve Leitner F.S.:	Leisure Enhancement . London: The Haworth Press. (1996).
Lowry, L.L.:	"Tourism Planning", The Sage International Encyclopedia of Travel and Tourism , ed. Linda L. Lowry, Thousand Oaks, Sage Publications Inc, 2017, pp. 1253-1257.
Malterud, Kirsti.:	Qualitative Research: Standards, Challenges, and Guidelines. The Lancet , 2001, 358/9280, pp. 483-488.
Mannheim, Karl.:	Essays on the Sociology of Knowledge . Routledge, 2013.

Maslow, A. H.:	A Theory of Human Motivation. Psychological Review , 50/4, pp. 370- 1943.
McCrinkle, Mark, and Emily Wolfinger.:	Generations defined. Ethos , 2010, 18/1, pp. 8-13.
Mengü, Cüneyt.:	Turizm Motivasyon Stratejileri. Journal of Human Sciences Research , 2017, 4 /15, s. 1987-1999.
Morgan, David L.:	Focus groups as qualitative research . Sage Publications, 1996.
Namey, E., Guest, G., McKenna, K., & Chen, M.:	Evaluating Bang for the Buck: A Cost-Effectiveness Comparison between Individual Interviews and Focus Groups Based on Thematic Saturation Levels. American Journal of Evaluation , 2016, 37/3, pp. 425-440.
Neulinger, John.:	The Psychology Of Leisure: Research Approaches To The Study Of Leisure. Springfield, 1974, 11, pp. 295-306.
Neumeyer, H. M.;	Leisure and Recreation . Newyork: Ronald Press. 1958.
Esther S. N.:	
Novak, T. P.;	Modeling The Structure of the Flow Experience among Web
Hoffman, D. L.;	Users. Marketing Science And The Internet Mini Conference
Yung, Y-F.:	MIT , 1997, pp. 1-14.
Nyugen,M.L.:	The Impact of Employees Motivation on Organizational Effectiviness . Master Thesis of Business Economics. Vaasan Ammattikorkeakoulu University of Applied Sciences, 2017. pp. 1-57.
Orhun, Beste Nisa.;	Turizm ve Rekreasyonda Csikszentmihalyi'nin Akış Teorisinin
Gülcan, Bilgehan.:	Bibliyometrik Analizi. Journal of Gastronomy , 2022, 5/3, s. 959-970.
Osmanoğulları, Fırat.:	Kimlik Oyunu: Gerçeklik Deneyimdir. Trt Akademi , 2016, 1/1, s. 316-318.
Özdemir, G.:	Kişisel Gelişim ve Kurumsal Diyalog Yönetiminde İletişim Eğitiminin Rolü. In: 2nd International Symposium

	Communication in The Millenium A Dialogue Between Turkish and American Scholars , İstanbul, 2004, s. 605-626.
Özdemir, Nebi; Özdemir, Tuğba.:	Yaratıcı Kentler ve Yaşayan Kültür. Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi , 2020, 3/4, s. 2-23
Özel, Çağıl Hale & Can, İpek İtir.:	COVID-19 pandemisi sürecinde boş zaman aktivitelerinin dönüşümü. Turar Turizm ve Araştırma Dergisi , 2021, 10/2, 63-98.
Özkan, Ç.;; Koleoğlu., N.:	Turistlerin Seyahat Motivasyonları ve Memnuniyet Düzeyleri Arasındaki ilişki: Kanonik Korelasyon Analizi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi . 2019, 21/3, s. 981-994.
Özkara, Behçet Yalın.; Özmen, Müjdat.:	Akış deneyimine ilişkin kavramsal bir model önerisi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi , 2016, 11/3, s. 71-100.
Özkul, Ramazan F.;; Göktaş, P.;;Öztürk, B.N; Bülbül, S.:	Mobil Oyun Pazarında Marka Kimliği İncelemesi: Tencent Games Örneği. Alanya Akademik Bakış , 2022, 6/3, s. 2885-2912.
Öztürk, Bilge Nur; Bülbül, Serdar.:	Mobil Oyun Pazarında Marka Kimliği İncelemesi: Tencent Games Örneği. Alanya Akademik Bakış , 2022, 6/3, s. 2885-2912.
Öztürk, S.;; Işınkaralar, Ö.Yılmaz, D.;; Çılgınoğlu, H.:	Bir Kültür Turizmi Destinasyonu Olarak Hasankeyf Örneğinde Ziyaretçi Memnuniyeti. Bartın Orman Fakültesi Dergisi , 2021, 23/2, s. 359- 369.
Pehlivan, İnyet.:	“Okula Aile Katılımı”, Yaşadıkça Eğitim Dergisi , 1997, 53, s.4-7.
Pekel, Behçet, et al.:	Z kuşağı Öğrencilerinin İş Hayatı Kişilik Özelliklerinin ve İş Beklentilerinin Belirlenmesi: Ankara Üniversitesi Örneği. Sağlık Hizmetlerinde Kuram ve Uygulama Dergisi , 2020, 1/1, s. 1-9.
Reid, A.S.:	“Age Of Responsibility”, Ed: J.W. Chambliss. Juvenile Crimeand Justice , Los Angeles: SAGE, 2011, pp: 1-11.

Reilly, Peter.:	Understanding and Teaching Generation Y. In: English teaching forum. US Department of State. Bureau of Educational and Cultural Affairs, Office of English Language Programs, SA-5, 2200 C Street NW 4th Floor, Washington, DC 20037, 2012. p. 2-11.
Ryan, Richard M.; Deci, Edward L.:	Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. American Psychologist , 2000, 55, pp. 1- 68.
Ryan,C; Glendon, I.:	Application of Leisure Motivation Scale to Tourism. Annals of Tourism Research , 1998, 25/1, pp. 169-184.
Sabbağ, Ç.; Aksoy, E.:	Üniversite Öğrencileri ve Çalışanların Boş Zaman Etkinlikleri: Adıyaman Örneği. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi , 4, 2011, s. 10-23.
Sarıbaş, Ö.:	Turistlerin Rekreasyon Faaliyetlerine Katılımlarını Etkileyen Unsurlar: Antalya ve İzmir Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir. 2015
Sarpkaya, Seçkin.:	Kam, Meddah, Oyun Yöneticisi: Yeni Bir Anlatıcı Olarak Rol Yapma Oyunlarındaki Oyun Yöneticileri, Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi , 2019, 14/1, s.379-387.
Sayılgan, Özge.:	Dijital Oyunlarda Savaş Anlatısı ve Muhalif Bir Öznellik Biçimi Olarak ‘Kurbanı Oynamak’: This War of Mine. Moment Dergi , 2017, 4/2, s. 374-395.
Schwartz, N.:	More People Watch eSports than ,Watch The World Series or NBA Finals. Obtenido de For The Win from USA Today Sports: http://ftw.usatoday.com , 2014.
Seabra, C.; Vicente. M.; Silva. C.; Abrantes, J. L.:	Motivation And Involvement In International Tourism. International Journal Of Multidisciplinarity In Business and Science . 2014, pp.11.
Sever, İldem Aytar.:	Covid-19 Pandemisi Sonrası Normalleşme Sürecinde Mobil Mekanların Mimari Tasarım Ölçütleri ve Bir Çözüm Önerisi. Mimarlık ve Yaşam , 2020, 5/2, s. 477-485.

Sevil, T. Şimşek, K.Y., Katırcı, H., Çelik, O. Ve Çeliksoy, M.A.:	Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını , 2012.
Sevinçli, Mehmet Can.; & Aydoğmuş, Melike Eğer.:	Öz Belirleme Kuramı Temelinde bir Müdahale Aracı Olarak Video Oyunları. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar , 2022, 14/2, s. 207-220.
Shapley, R.:	Travel and Tourism , London: Sage Publications, 2006.
Skiba, Diane J.:	The Millennials: Have They Arrived At Your School Of Nursing?. Nursing Education Perspectives , 2005, 26/6, pp. 370-371.
Stahl, R.:	Savaş Oyunları AŞ (Y. Alogan, Çev.) İstanbul: Ayrıntı. 2010.
Stebbins, R. A.:	Amateurs, Professionals, and Serious Leisure . McGill - Queen's University Press: Montreal. 1992.
Stebbins, R.A.:	Casual Leisure: A Conceptual Statement. Leisure Studies , 1997, 16, pp. 17-25.
Stebbins, R.A.:	Unpaid Work of Love: Defining the Work-Leisure Axis of Volunteering. Leisure Studies , 2012, pp. 1-7.
Sun, L. Y.; Zhang, Z.; Qi, J.; Chen, Z. X.:	"Empowerment and Creativity: A Cross-level Investigation". The Leadership Quarterly , 23/1, 2012, pp. 55-65.
Şen, Ferahnur Özgören; Öztekin, M. Yaman.:	Boş Zaman Pazarlaması Kapsamındaki Faaliyetlere Genel Bir Bakış. Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 2017, 6/3, s. 58-71.
Şener, Tülin.:	Çocukların Kültürel Etkinlikleri . Ankara: Sobil Yayınları, 2007.
Şirin, M.R.:	" BM Çocuk Hakları Sözleşmesi Kitabı ", İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları. 2011.
Tarlakazan, Elif; Yavuz, Erkan.:	Üniversite öğrencilerinin mobil oyun profili ve oynama alışkanlıkları. Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi , 2018, 4/2, s. 149-163.

TDK.:	“Oyun Kelimesi”, Türk Dil Kurumu Sözlükleri , (Çevrimiçi), https://sozluk.gov.tr/ , 30 Ekim 2023
TDK.:	“Zaman Kelimesi”, Türk Dil Kurumu Sözlükleri ,(Çevrimiçi) https://sozluk.gov.tr/ ,20 Ekim 2023.
Teddlie, Charles; Yu, Fen.:	Mixed Methods Sampling: A Typology with Examples. Journal of Mixed Methods Research , 2007, 1/1, Pp. 77-100.
Tokat, Fatma; Ekinci, Elif.:	Macera Turizm Potansiyeli: Türkiye ve Çeşitli Ülke Örnekleriyle Birlikte İncelenmesi. Young Scholars Union , C.I, 2017, s. 209-213
Torun, Firdevs Kulak.:	Mobil Mekânlar Kapsamında İç Mimarlık Perspektifinden Karavan Tasarım Önerileri. International Journal of Social Humanities Sciences Research , 2023, 10/98, s. 2082-2099.
Tribe, J.:	The Economics of Recreation Leisure and Tourism. Elsevier . 2011, pp. 56.
Tuncer, M. Umut.:	Ağ Toplumunun Çocukları: Z Kuşağının Kişilerarası İletişim Becerilerinin Çok Boyutlu Analizi. Atatürk İletişim Dergisi , 2016, 10, s. 33-46.
Turetzky, P.:	Time . London, Routledge. 1998.
Tüncer, Emrah.:	Ritüel, Eşitsellik ve Dayanışma: Çori Bori Ziyaret Evi Örneği. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 2021, 2/42, s. 25-34.
Urhan, Veli.:	Siyaset Felsefesinde Adalet, Eşitlik, Özgürlük. Kaygı. Bursa Uludağ Üniversitesi Fen- Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi , 2016, 26, s. 103- 119.
Ünlü, Hüseyin; Aydos, Latif.:	Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Yeterlilikleri Üzerine Bir Derleme. Milli Eğitim Dergisi , 2010, 40/187, s. 172-192.
Vatandaş, Saniye.:	Sosyalleşme ve Sosyalleşmenin Sosyal Medya Mecralarındaki Anlamsal ve İşlevsel Dönüşümü. Erciyes İletişim Dergisi . 2020, 7/2, s. 813-832.
Vaughan, A. L.:	An İnteraction of Teacher and School Variables: Assessing Influences on Secondary Teacher Motivation, Retention,

	School Participation and Professional Development. The University of Texas at Austin. 2005, s.37.
Veal, Anthony James; Darcy, Simon; Lynch, Rob.:	Australian Leisure. Pearson Higher Education Au, 2015, pp 24.
Vlachopoulos, Symeon P.; Michailidou, Sotiria.:	Development and Initial Validation of a Measure of Autonomy, Competence, and Relatedness in Exercise: The Basic Psychological Needs in Exercise Scale. Measurement In Physical Education And Exercise Science , 2006, 10/3, pp. 179-201.
Wade, Michael G., Hoover,j.H.:	Mental Retardation as a Constraint on Leisure. Mental Retardation As A Constraint On Leisure. In M. G. Wade (Ed.), Constraints on Leisure , 1985, pp. 83-110.
Wagner, Michael G.:	On the Scientific Relevance of eSports. In: International Conference on Internet Computing . 2006, pp. 437-442.
Weinberg, Robert; Gould, Daniel; Jackson, Allen.:	Expectations and Performance: An Empirical Test of Bandura's Self-Efficacy Theory. Journal of Sport and Exercise Psychology , 1979, 1/4, pp. 320-331.
World Leisure Organization.:	“Working Document on Casual Leisure” , (Çevrimiçi) , www.worldleisure.org .,25 Ekim 2023.
Yağar, Fedayi; Dökme, Sema.:	Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik ve Güvenirlik. Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi , 2018, 3/3, s. 1-9.
Yalçın, Mehmet; Karaman, Sebahattin.:	Z Kuşağı Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ile Turistik Ürün Tercihi Arasındaki İlişkide Seyahat Motivasyonlarının Etkisi: Denizli Örneği. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi , 2024, 21/1, s. 133-148.
Yalçın, Seda; Bertiz, Yasemin.:	Üniversite Öğrencilerinde Oyun Bağımlılığının Etkileri Üzerine Nitel Bir Çalışma. Bilim Eğitim Sanat ve Teknoloji Dergisi , 2019, 3 /1, s. 27-34.

Yayla, Özgür; Güven, Yiğit.:	“Rekreasyon ve Ekoloji”, Rekreasyon Yönetimi (Güncel Animasyon Uygulamaları). Detay Yayıncılık , 2019, s.27.
Yengin, Deniz.:	Dijital Oyunlarda Şiddet , Beta Yayınları, 2012
Yıldırım, Ümit; Elif Tuba Tamer.:	Elektronik Spor Turizmi: Elektronik Spor İzleyicileri Üzerine Bir Araştırma. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi , 2022, 6/3, s. 728-743
Yılmaz, Eymen; Tutgun-Ünal, Aylin; Tarhan, Nevzat.:	Player unknown's battle grounds (PUBG) oyunu ile diğer çevrimiçi oyunları oynayan Z kuşağının çevrimiçi oyun bağımlılığının karşılaştırılması. Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying , 2022, 9/1, s. 1-27.
Yoon, Yooshik. ; Uysal, Muzaffer.:	An Examination of The Effects of Motivation And Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model. Tourism Management , 2005, 26 /1, pp. 45-56.
Yumrukuz, Özlem.:	Çevrimiçi Çok Oyunculu Oyunlarda Z Kuşağının Oynama Pratikleri. Yazıt Kültür Bilimleri Dergisi , 2022, 2/2, s.274-298.
Zakay, Dan.:	Psychological Time . Philosophy And Psychology of Time, 2016, 53-66.
Zeyrek, Selin.:	Kültürel Çalışmalara Kültür Kavramı Ekseninde Bir Bakış. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi , 2021, 7 /1, s. 139- 147.

EKLER

EK 1. GÖRÜŞME SORULARI

- Cinsiyetiniz nedir?
- Yaşınız kaçtır?
- Medeni durumunuz nedir?
- Eğitim durumunuz nedir?
- Hangi şehirde ikâmet ediyorsunuz?
- Mobil oyun oynamaya ne zaman ve nasıl başladınız?
- Kendi seyahat anlayışınız ile X ve Y kuşağı bireylerinin seyahat anlayışı arasında ne gibi farklılıklar görüyorsunuz?
- Mobil oyun aracılığıyla tanıştığınız farklı şehir veya ülkede yaşayan bir arkadaşınızla fiziksel bir ortamda buluştuğunuz oldu mu?
- Yaşadığınız şehir/ülke dışında düzenlenen hangi mobil oyun etkinliklerine katıldınız veya katılmak ister miydiniz?
- Seyahat amaçlı gittiğiniz bir bölgede mobil oyunları temsil eden hediyelik eşya veya ürünler satın aldığınız oldu mu?

EK.2. İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU KARARI

Tarih ve Sayı: 05.08.2024-2763923



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu
Başkanlığı



Sayı :E-35980450-663.05-2763923
Konu :Emrah İNALTEKİN

Sayın Emrah İNALTEKİN

İlgi : 13.06.2024 tarih, 2610158 sayılı yazı

Sorumlu araştırmacılığını üstlendiğiniz 2024/268 dosya numaralı "Boş Zamanın Değerlendirilmesi Kapsamında Mobil Oyunların Z Kuşağının Seyahat Etme Motivasyonu Üzerine Etkisi" başlıklı çalışma, Kurulumuzun 24.06.2024 tarih ve 07 sayılı toplantısında görüşülerek etik yönden uygun bulunmuş olup, karar ekte sunulmuştur.

Bilgilerinize sunarım.

Başkan

Ek:Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Kararı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BS533853FYP Pin Kodu :57233

Belge Takip Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/istanbul-universitesi-ebys>

Istanbul Üniversitesi Merkez Kampüsü

34452 Beyazıt/Fatih-Istanbul

Tel : 0212 440 20 89 Faks : 0212 440 20 88

e-posta : sosyalbilimleretikkurul@istanbul.edu.tr Elektronik Ağ : www.istanbul.edu.tr

Keş Adresi: istanbuluniversitesi@hs01.kep.tr

Bilgi için : Arzu ÜSTÜNEL TAŞKIN



Bu belge 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5. Maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER
ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU BAŞKANLIĞI

Tarih ve Sayı: 10.07.2024-26.40224



İlgili makama,

İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı Öğrencisi **Emrah İNALTEKİN** "Boş Zamanın Değerlendirilmesi Kapsamında Mobil Oyunların Z Kuşağının Seyahat Etme Motivasyonu Üzerine Etkisi" başlıklı, 2024/268 dosya numaralı, 14.06.2024 tarih, 2610158 sayılı başvurusu ile İ.Ü. Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'na başvurmuştur. 24.06.2024 tarihinde gerçekleştirilen inceleme sonucunda, adı geçen çalışmada etik açıdan bir sorun olmadığına oybirliği ile karar verilmiştir. Gereğini bilgilerinize saygılarımızla sunarız.

Unvanı / Adı / Soyadı	Kurumu	Araştırma ile ilgili	Karar	İmza
	İktisat Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	İstanbul Tıp Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	İktisat Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Edebiyat Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Hukuk Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Hukuk Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	İZİNLİ
	İktisat Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	İşletme Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	İZİNLİ
	Edebiyat Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Bahriyat Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	İZİNLİ
	İktisat Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Devlet Konservatuarı	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Benzersiz Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Edebiyat Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Edebiyat Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	İstanbul Tıp Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Edebiyat Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Edebiyat Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Siyasal Bilimler Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	
	Edebiyat Fakültesi	E ● H ●	<input checked="" type="radio"/> Oney <input checked="" type="radio"/> Katılmadı <input checked="" type="radio"/> Ret <input checked="" type="radio"/> M.Katılmadı	