



ANKARA

HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**GENÇ KUŞAĞIN MACERA REKREASYONU
ETKİNLİKLERİNE KATILIMINDA SANAL VE
GERÇEK DÜNYA ARASINDAKİ TERCİH VE
DENEYİMLERİ**

Berat Can KÖSE

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
REKREASYON YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
REKREASYON YÖNETİMİ BİLİM DALI**

EYLÜL 2024



**GENÇ KUŞAĞIN MACERA REKREASYONU ETKİNLİKLERİNE
KATILIMINDA SANAL VE GERÇEK DÜNYA ARASINDAKİ
TERCİH VE DENEYİMLERİ**

Berat Can KÖSE

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
REKREASYON YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
REKREASYON YÖNETİMİ BİLİM DALI**

**ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

EYLÜL 2024

ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Berat Can KÖSE

16.09.2024

TEZ ONAY SAYFASI

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Berat Can KÖSE tarafından hazırlanan “Genç Kuşağın Macera Rekreasyonu Etkinliklerine Katılımında Sanal ve Gerçek Dünya Arasındaki Tercih ve Deneyimleri” tez çalışması 16/09/2024 tarih ve 09:30 saatinde yapılan tez savunma sınavında aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak KABUL edilmiştir.

	Kabul	Ret
Başkan: Prof. Dr. Kutay OKTAY		
Kastamonu Üniversitesi	☒	☐
Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN		
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	☒	☐
Üye: Doç. Dr. Cemal Ersin SİLİK		
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	☒	☐

GENÇ KUŞAĞIN MACERA REKREASYONU ETKİNLİKLERİNE KATILIMINDA
SANAL VE GERÇEK DÜNYA ARASINDAKİ TERCİH VE DENEYİMLERİ
(Yüksek Lisans Tezi)

Berat Can KÖSE

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Eylül 2024

ÖZET

Araştırma, değişim ve dönüşümün birer unsuru olan teknoloji ve insan unsurlarının birbirini doğrudan ve sürekli halde etkileyen gelişmelerin ve bu iki unsur arasındaki yeni bir köprü olan sanal gerçeklik teknolojisinin bireyler üzerinde yaratabileceği tercih ve tatmin farklılıklarını konu edinmektedir. Çalışmanın amacı, genç kuşağın (Y ve Z kuşağı) macera rekreasyonu etkinliklerine katılımında sanal ve gerçek dünya arasındaki tercihlerinin, sanal ortamdan elde ettikleri tatmin düzeylerinin, etkinliklerde algıladıkları risk düzeylerinin, etkinliğe katılım engellerinin ve gelecekteki etkinliklere katılım eğilimlerinin (etkinliği tekrarlama isteklerinin) ortaya konulmasını ve alandaki paydaşlara yönelik yeni öneriler geliştirilmesini sağlamaktır. Ek olarak çalışmada rekreasyonun dijitalleşmesine ilişkin yeni bir “Dijital Rekreasyon” sınıflandırması gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında macera rekreasyonu etkinliklerinden üç farklı ortamda altı farklı etkinlik bireylerin sanal ortamda gerçekleştirebilmesi için seçilerek katılımcıların tercihlerine bırakılmıştır. Etkinliklerden bir tanesini seçerek deneyim yaşayan katılımcının sanal gerçeklik teknolojisi ile buluşmasının ardından gerçek hayatta bu etkinliği yapmaya yönelik düşünceleri ve eğilimlerinin ne yönde olacağı üzerine sorular yöneltilmiştir. Çalışmanın birinci aşaması deneyim öncesi soruların cevaplandırılmasını, ikinci aşaması sanal gerçeklik deneyiminin yaşatılmasını, üçüncü aşamasını ise deneyim sonrası soruların cevaplandırılması kapsamaktadır. Üç aşamanın ardından veri toplama süreci tamamlanmıştır. Toplanan veriler betimsel analiz ve kelime bulutu analizi yöntemleri kullanılarak, bulgular tablolar halinde sunulmuştur. Toplam 52 katılımcı ile gerçekleştirilen çalışmaya gönüllü olarak katılım gösterenlerden yalnızca 1 kişi daha önce sanal gerçeklik deneyimine sahiptir. Katılımcıların çoğunluğu gerçek hayattaki macera rekreasyonu etkinliklerine katılmayı tercih etse de sanal gerçeklik teknolojisi ile ilgili beklentileri ve sanal ortam ile gerçek hayatta etkinlik deneyimlemeye yönelik yorumları oldukça ilgi çekici ibareler içermektedir. Sanal gerçeklik teknolojisi henüz gerçek hayatta etkinlik deneyimlemenin yerine geçemese de insanlar için geleceğe yönelik yüksek beklentili bir teknolojik unsur olarak görülmekte ve çalışmada bu görüşler aracılığıyla tüm paydaşlara yönelik birçok öneriyi barındırmaktadır.

Bilim Kodu : 116910
Anahtar Kelimeler : Sanal, Sanal Gerçeklik, Rekreasyon, Dijital Rekreasyon, Kuşak
Sayfa Adedi : 251
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN

YOUNG GENERATION'S PREFERENCES AND EXPERIENCES BETWEEN VIRTUAL
AND REAL WORLD IN THEIR PARTICIPATION IN ADVENTURE RECREATION
ACTIVITIES

(M.Sc. Thesis)

Berat Can KÖSE

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF GRADUATE STUDIES

September 2024

ABSTRACT

The research focuses on the differences in preferences and satisfaction that technology and human factors, which are elements of change and transformation, developments that directly and continuously affect each other, and virtual reality technology, which is a new bridge between these two factors, may create on individuals. The objective of the study is to reveal the preferences of the young generation (Generation Y and Z) between the virtual and real world in their participation in adventure recreation activities, the satisfaction levels they obtain from the virtual environment, the risk levels they perceive in the activities, the barriers to participation in the activity, and their tendency to participate in future activities (their desire to repeat the activity) and to develop new suggestions for stakeholders in the field. Furthermore, a new classification of “Digital Recreation” regarding the digitalization of recreation was tried to be achieved in the study. Within the scope of the study, six different activities in three different environments from adventure recreation activities were selected for individuals to perform in a virtual environment and left to the preferences of the participants. After the participant, who had an experience by choosing one of the activities, met with virtual reality technology, questions were asked about their thoughts and tendencies towards doing this activity in real life. The first stage of the study included answering the questions before the experience, the second stage included the virtual reality experience, and the third stage included answering the questions after the experience. After the three phases, the data collection process was completed. The collected data were analyzed using descriptive analysis and word cloud analysis methods, and the findings were presented in tables. Only one of the participants who voluntarily participated in the study, which was conducted with a total of 52 participants, had a previous virtual reality experience. Although the majority of the participants prefer to participate in real-life adventure recreation activities, their expectations about virtual reality technology and their comments about experiencing activities in virtual environment and real life contain very interesting statements. Although virtual reality technology is not yet a substitute for experiencing activities in real life, it is seen as a technological element with high expectations for the future for people and this study contains many suggestions for all stakeholders through these views.

Science Code : 116910
Key Words : Virtual, Virtual Reality, Recreation, Digital Recreation, Generation
Page Number : 251
Supervisor : Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN

İTHAF

12 yaşında daha iyi bir geleceğe sahip olmak için kendi hayallerinin peşinden yola çıkan ve bana da iyi bir gelecek sunan canım babam Azmi KÖSE'ye...

Beni canından ayırt etmeden dünyadaki ilk saniyelerimden beri her koşulda yanımda olan canım annem Dilek KÖSE'ye...

Beraber büyüdüğüm dünyalar güzeli kardeşim Şüheda KÖSE'ye...

Elimizde büyüyen, ailemizin neşesi Ecrin Eda KÖSE'ye...

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitim dönemim boyunca bilgi ve deneyimlerini hoş görüşünü esirgmeden benimle paylaşan, yoluma ışık tutan çok kıymetli hocam Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN başta olmak üzere,

Değerli hocalarım Prof. Dr. Ece KONAKLIOĞLU, Prof. Dr. Kutay OKTAY, Doç. Dr. Cemal Ersin SİLİK ve yüksek lisans eğitimim boyunca emek ve desteklerini benden esirgemeyen tüm hocalarıma,

Deneyin uygulanabilmesi adına karşılıksız olarak çalışmanın alan ve ekipman ihtiyacının karşılanmasını sağlayan öncelikle Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Sn. Mansur YAVAŞ'a ve sırasıyla bu sürecin hızlı, efektif ve kolay ilerlemesini sağlayan Bilgi İşlem Dairesi Başkanı Gökhan ÖZCAN, Proje İhale ve İdari İşler Şube Müdürü Fatih ÖZTÜRK, İdari Koordinatör Ahmet ÖZKAN, Teknoloji Merkezleri İdari Sorumlu Haydar ARIKAN ve Ofis Teknikeri Gökhan BODUR'a,

Yürüdüğüm yolların hepsinde bana hep daha özgüvenli, değerli ve güçlü hissettiren çok güçlü bağlarla bağlı olduğumuz, ömür boyu birlikte olacağımızı bildiğim maddi ve manevi tüm destekleriyle ikinci ailem olan Oğuzhan BİRCAN, Doğan BİRCAN, Gökhan YILMAZ, Emirhan ARSLAN ve Alper KAYA'ya,

Beni enerjisiyle sosyal hayatın içinde tutarak hayatımdaki entelektüel bilgi birikimime hep artı bir değer katan çok değerli Kübranur KAYA'ya,

Hayatımda benden daha kıymetli olan CANIM AİLEM'e,

Yürüdüğüm yolda, zihnimin içindeki karmaşıklıklarda hep doğruya eğilim göstermemi sağlayan, tüm tez sürecim boyunca çalışmamı titizlikle yürütmeme çok büyük destekleri ve emekleri olan en özel arkadaşım ve sırdaşım Fatma Zehra ALBAYRAK'a,

Ve Türk halkının barış ve özgürlük içinde yaşamasına, her ferdin çağdaş düzeyde eğitim alabilmesine imkan sağlayan cumhuriyetimizin kurucusu Ulu Önder Gazi Mustafa Kemal ATATÜRK ve silah arkadaşlarına sonsuz saygı, minnet ve teşekkürlerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
İTHAF	vi
TEŞEKKÜR.....	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLoların LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLERİN LİSTESİ	xiv
RESİMLERİN LİSTESİ	xv
1. GİRİŞ.....	1
2. REKREASYONA GENEL BAKIŞ	5
2.1. Zaman Kavramı	5
2.2. Boş Zaman Kavramı.....	9
2.2.1. Boş Zamanın Temel Fonksiyonları.....	10
2.2.2. Boş Zaman Etkinliklerine Katılımı Etkileyen Faktörler	11
2.2.2.1. Kültürel ve coğrafi faktörler.....	11
2.2.2.2. Eğitim faktörü.....	12
2.2.2.3. Sosyal ve ekonomik faktörler.....	13
2.2.2.4. Yaş ve cinsiyet faktörü.....	13
2.3. Rekreasyon Kavramı	14
2.3.1. Rekreasyonun Önemi ve Amacı	16
2.3.2. Rekreasyonun Özellikleri	17
2.3.3. Rekreasyon ve/veya Rekreasyon Etkinliklerinin Sınıflandırılması.....	20
2.3.4. Rekreasyon İhtiyacı, Rekreasyon Etkinliklerine Katılım Nedenleri ve Faydaları	24

2.3.5. Rekreasyon Etkinliklerine Katılımı Etkileyen Faktörler ve Katılım Engelleri	26
2.4. Macera Rekreasyonu	28
2.4.1. Macera Rekreasyonu Kavramı: Macera Rekreasyonuna Katılımı Etkileyen Faktörler ve Motivasyonlar	29
2.4.1.1. Macera rekreasyonuna katılımı psikolojik faktörlerin etkisi	30
2.4.1.2. Macera rekreasyonuna katılımı nörobiyolojik faktörlerin etkisi.....	31
2.4.1.3. Macera rekreasyonuna katılımı sosyal faktörlerin etkisi	32
2.4.2. Macera Rekreasyonu Türleri ve Sınıflandırılması.....	33
2.4.3. Macera Rekreasyonu Modeli (Adventure Recreation Model)	38
2.4.4. Macera Deneyim Paradigması.....	40
2.4.4.1. Macera rekreasyonlarında risk ve yeterlilik	42
2.4.4.2. Macera rekreasyonlarında zorluk	47
2.4.4.3. Macera rekreasyonlarında maliyet	50
3. REKREASYONA İLGİNİN KUŞAKLARA GÖRE ANALİZİ	53
3.1. Kuşak Kavramı.....	53
3.2. Kuşakların Sınıflandırılması: Genel ve Karakteristik Özellikleri	54
3.3. Kuşakların Farklılıkları	64
3.4. Kuşakların Rekreasyona Olan İlgileri ve Rekreasyona Katılımda Kuşakların Etkisi	66
4. DİJİTAL DEVRİM VE REKREASYONDA DİJİTALLEŞME EĞİLİMİ	69
4.1. Dijital Dönüşüm Etkisiyle Yaşamın Dijitalleşmesi: Endüstri 4.0 veya Toplum 5.0.....	71
4.1.1. Sosyal Yaşamda Dijitalleşme ve Sosyalleşmenin Dijitalleşmesi	75
4.1.2. Kültürel Yaşamda Dijitalleşme ve Dijital Kültür	96
4.1.3. Ekonomik Alanda Dijitalleşme.....	104

4.1.4. Turizm Endüstrisinin Dijitalleşmesi	105
4.2. Rekreasyonda Dijitalleşme ve E-Rekreasyon	109
4.2.1. Rekreasyonda Dijitalleşme Eğilimi ve Dijital Talep	113
4.2.2. Dijital Uygulamalar: Sanal ve Artırılmış Gerçeklik ile Metaverse Evreni	114
4.2.3. Dijital Rekreasyon Türleri	122
4.2.3.1. Dijital oyunlar: E-spor ve e-oyunlar.....	128
4.2.3.2. Dijital kültürel amaçlı rekreasyon etkinlikleri.....	137
4.2.3.3. Dijital sportif amaçlı rekreasyon etkinlikleri.....	139
4.2.3.4. Dijital eğlence amaçlı rekreasyon etkinlikleri.....	140
4.2.3.5. Farklı amaçlara hitap eden dijital tabanlı macera rekreasyonları	140
4.3. Dijitalleşmeye Yönelik Eleştiriler ve Karşı Tutumlar	141
4.3.1. Dijital Huzursuzluk	142
4.3.2. Dijital Yabancılaşma.....	142
4.3.3. Dijital Bölünme	144
4.3.4. Deepfake.....	145
5. YÖNTEM.....	147
5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	147
5.2. Araştırma Problemi ve Araştırma Soruları	147
5.3. Araştırma Modeli (Türü) ve Deseni	149
5.3. Çalışma Grubu.....	152
5.4. Veri Toplama	153
5.4. Pilot Uygulama.....	161
5.5. Veri Analizi.....	162
5.6. Kapsam ve Sınırlılıklar.....	164

	Sayfa
6. BULGULAR	167
6.1. Betimsel Analize İlişkin Bulgular	167
6.1.1. Demografik Bilgilere Yönelik Elde Edilen Veriler	167
6.1.2. Deneyim Öncesi Sorulan Sorulara Yönelik Elde Edilen Veriler	169
6.1.3. Deneyim Sonrası Sorulan Sorulara Yönelik Elde Edilen Veriler	178
6.2. Kelime Frekans Analizine İlişkin Bulgular	184
6.2.1. “Sanal” Ortam Tercihi Yapan Katılımcılara Ait Kelime Analizi ve Ortak Temalar	185
6.2.2. “Gerçek” Ortam Tercihi Yapan Katılımcılara Ait Kelime Analizi ve Ortak Temalar	189
7. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	201
KAYNAKÇA	221
EKLER.....	247
ÖZGEÇMİŞ	251

TABLoların LİSTESİ

Tablo	Sayfa
Tablo 2.1. Rekreasyon Tanımları.....	15
Tablo 2.2. Rekreasyonun Sınıflandırılması.....	21
Tablo 2.3. Rekreasyona Duyulan İhtiyacın Nedenleri ve Rekreasyon Etkinliklerinin Faydaları.....	26
Tablo 2.4. Türkiye'nin MTGİ (Macera Turizmi Gelişim İndeksi) Sıralamasındaki Yeri	35
Tablo 2.5. Pomfret (2006)'in Macera Turizmi Sınıflandırması.....	36
Tablo 3.1. Kuşakların Farklı Kaynaklardaki Zamansal Olarak Sınıflandırılması	57
Tablo 3.2. Sessiz Kuşağın İçinde Yer Alan Kuşaklar.....	59
Tablo 3.3. Kuşaklar ve Kuşakları Birbirinden Ayıran Özellikler	65
Tablo 4.1. Turizm Sektöründeki Geleneksel ve Dijital Yöntem ve Hizmetlerin Sınıflandırılması	106
Tablo 4.2. Turizm Endüstrisinde Yer Alan Yapay Zekâ ve Robot Örnekleri.....	108
Tablo 6.1. Araştırmaya Dahil Olan Katılımcıların Kuşaklara Göre Dağılımı	167
Tablo 6.2. Araştırmaya Dahil Olan Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı	168
Tablo 6.3. Araştırmaya Dahil Olan Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı	168
Tablo 6.4. Araştırmaya Dahil Olan Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı	168
Tablo 6.5. Gerçek hayatta farklı etkinliklerdeki risk alma düzeyinizi nasıl tanımlarsınız?.....	169
Tablo 6.6. Deneyimlemek istediğiniz VR etkinlik türünü seçiniz	170
Tablo 6.7. Seçilen etkinliğin gerçek hayattaki risk düzeyi sizce hangi derecededir?	171
Tablo 6.8. Seçilen etkinliğin gerçek hayattaki fiziksel zorluk derecesi sizce nedir?	173
Tablo 6.9. Seçilen etkinliğin gerçek hayattaki katılım maliyeti düzeyi sizce nedir?	174
Tablo 6.10. Seçilen etkinliği daha önce gerçek hayatta deneyimlediniz mi?	176

Tablo	Sayfa
Tablo 6.11. Seçilen etkinliği daha önce sanal ortamda deneyimlediniz mi?	177
Tablo 6.12. Sizce bu sanal etkinlik deneyimi ne derece tatmin ediciydi?	178
Tablo 6.13. Sanal ortamda aynı deneyimi tekrar yaşamak ister misiniz?	180
Tablo 6.14. Bir sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olmak ister misiniz?.....	182
Tablo 6.15. Bu sanal deneyimden sonra aynı etkinliği gerçek hayatta deneyimleme konusunda motivasyonunuz arttı mı?	183
Tablo 6.16. Bu etkinliği hem sanal hem gerçek hayatta yapma imkânınız olsaydı tercihiniz çoğunlukla hangisi yönünde olurdu? Soruya verdiğiniz cevabın başlıca üç gerekçesini yazınız.....	184
Tablo 6.17. Sanal Ortam Tercihi Yapan Katılımcılara Ait Belirlenen Kodlar	186
Tablo 6.18. Sanal Ortamda Deneyimleme Eğilimi Gösteren Katılımcıların İfadeleri.....	187
Tablo 6.19. Gerçek Ortam Tercihi Yapan Katılımcılara Ait Belirlenen Kodlar.....	190
Tablo 6.20. Gerçek Ortamda Deneyimleme Eğilimi Gösteren Katılımcıların İfadeleri.....	192

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. Zamanın Sınıflandırılması	7
Şekil 2.2. Çağdaş Anlayış Biçimi ile Serbest Zaman.....	9
Şekil 2.3. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi.....	24
Şekil 2.4. Macera Rekreasyonu Modeli	40
Şekil 2.5. Macera Deneyim Paradigması	41
Şekil 2.6. Risk Rekreasyon Modeli.....	44
Şekil 4.1. Dijitalleşme Araçları.....	73
Şekil 4.2. Endüstri 4.0 ve Toplum 5.0 Kavramlarının Yaşadığı Gelişim Süreçleri ve Toplum 5.0 ile Endüstri 4.0 Gelişim İlişkisi	75
Şekil 4.3. Aylan ve Aylan (2020)'in Çalışmasına Göre Dijital Rekreasyon Etkinliklerinin Sınıflandırılması	125
Şekil 4.4. E-Spor Endüstrisinin Paydaşları	133
Şekil 4.5. Dijital Kültürel Amaçlı Rekreasyon Etkinlikleri	138
Şekil 4.6. Dijital Sportif Amaçlı Rekreasyon Etkinlikleri	139
Şekil 4.7. Dijital Eğlence Amaçlı Rekreasyon Etkinlikleri.....	140
Şekil 4.8. Farklı Amaçlara Hitap Eden Dijital Tabanlı Macera Rekreasyonları.....	141
Şekil 5.1. S-O-R teorisi süreci	150
Şekil 5.2. S-O-R teorisi çalışma modeli.....	151

RESİMLERİN LİSTESİ

Resim	Sayfa
Resim 2.1. En Popüler Macera Aktiviteleri (2024 yılında düzenlenmiştir).....	34
Resim 2.2. 2020-2022 Yılları Arasında Aktivitelerin Tercih Edilme Durumlarına Göre Sıralanması (2023 yılında düzenlenmiştir)	35
Resim 4.1. 12 Ekim 2022 tarihli Decentraland Metaverse Müzik Festivali	88
Resim 4.2. Şubat 2022’de gerçekleştirilen NYC Dijital Moda Haftası Etkinliği	88
Resim 4.3. Ay Pera (ilk yerli dijital insan)’ın instagram profilinin ana görüntüsü	91
Resim 4.4. Aitana Lopez yapay zeka ile oluşturulmuş Instagram fenomeni ve manken.....	92
Resim 4.5. Zheng Jiajia kendi ürettiği robotla evlenmiştir.	95
Resim 4.6. Japon vatandaşı Akihiko Kondo, 2018’de hologram Hatsune Miku ile evlenmiştir.	95
Resim 4.7. Amazon.com’un kargo teslimi için kullandığı Starship isimli robot.....	99
Resim 4.8. Decentraland şirketinin metaverse ortamında ilk gerçekleştirilen festivalinin alanı.....	101
Resim 4.9. Hac ibadetinin metaverse ortamında gerçekleştirilmesi.	103
Resim 4.10. Ankara Etnoğrafya Müzesi Sanal Tur.....	104
Resim 4.11. Turizm Endüstrisinin Etkilendiği Dijital Yenilikler	106
Resim 4.12. Geleceğin Turist Deneyiminde Dijital Unsurlar	107
Resim 4.13. Sanayi Devrimleri	110
Resim 4.14. Sanal Gerçeklik Turları.....	114
Resim 4.15. Pokemon GO oyununda kullanılan artırılmış gerçeklik teknolojisi	115
Resim 4.16. Karma Gerçeklik Örneği.....	116
Resim 4.17. Meta Şirketinin Ürettiği Çeşitli Cihazlar	117
Resim 4.18. Temsili Bir Metaverse Evreni.....	118
Resim 4.19. Metaverse Evreni Avatar Önizlemesi	118

Resim	Sayfa
Resim 4.20. Travis Scott'un Metaverse Avatari ve Düzenlediği Konserden Bir Görüntü	119
Resim 4.21. 2021'de Dünya Çapındaki İnternet Kullanıcılarının Metaverse Evrenine Katılmanın Ana Nedenleri	121
Resim 4.22. Aylan ve Aylan (2020)'in Çalışmasının Temelindeki Araştırma Soruları	122
Resim 4.23. Anadolu Medeniyetleri Müzesi Sanal Tur	126
Resim 4.24. Ayasofya Müzesi Sanal Tur	127
Resim 4.25. Ödül Havuzuna Göre Sıralama	134
Resim 4.26. En Yüksek İzleyiciler Parametresine Göre Sıralama	134
Resim 4.27. 2022 Yılı Ödül Havuzu Miktarına Göre Yapılan Sıralama ve İzleyici Sayıları	135
Resim 4.28. 2023 Yılı Ödül Havuzu Miktarına Göre Yapılan Sıralama ve İzleyici Sayıları	135
Resim 4.29. Oyuncular ve Gelir Karşılaştırması	136
Resim 4.30. Gelir Düzeyine Göre Oyuncular	137
Resim 4.31. Ziraat Bankası'nın 157. Yıl Reklamında Deepfake ile Kemal Sunal'ı Oynatması Örneği	145
Resim 5.1. Doğa Yürüyüşü Etkinliğine Katılım Gösterenlerin Deneyimlediği Sanal Ortama İlişkin Örnek Görüntüler	155
Resim 5.2. Kaya Tırmanışı Etkinliğine Katılım Gösterenlerin Deneyimlediği Sanal Ortama İlişkin Örnek Görüntüler	156
Resim 5.3. Kürek Etkinliğine Katılım Gösterenlerin Deneyimlediği Sanal Ortama İlişkin Örnek Görüntüler	157
Resim 5.4. Rafting Etkinliğine Katılım Gösterenlerin Deneyimlediği Sanal Ortama İlişkin Örnek Görüntüler	158
Resim 5.5. Balon Etkinliğine Katılım Gösterenlerin Deneyimlediği Sanal Ortama İlişkin Örnek Görüntüler	159
Resim 5.6. Yamaç Paraşütü Etkinliğine Katılım Gösterenlerin Deneyimlediği Sanal Ortama İlişkin Örnek Görüntüler	160
Resim 6.1. Sanal Ortamda Deneyimleme Eğilimi Gösteren Katılımcılara Ait Kodlar	185

Resim	Sayfa
Resim 6.2. Katılımcıların Deneyim Esnasındaki Görüntüleri	188
Resim 6.3. Katılımcıların Deneyim Esnasındaki Görüntüleri	188
Resim 6.4. Gerçek Ortamda Deneyimleme Eğilimi Gösteren Katılımcılara Ait Kodlar	189



1. GİRİŞ

“Hayatta en hakiki mürşit ilimdir...İlim ve fennin yaşadığımız her dakikadaki safhalarının gelişimini anlamak ve ilerlemelerini takip etmek şarttır.”

Mustafa Kemal Atatürk

22 Eylül 1924

Dünya üzerinde her insan kendisini yenileme, geliştirme ve ruhsal olarak dinlendirme ihtiyacı duymaktadır. İnsanlık tarihi boyunca boş zamanlar ve boş zamanları değerlendirdikleri etkinlikler farklılaşmıştır. Her dönem kendi içerisinde anlayışlar ve rutinler oluşturarak ilerlemiş ve sonraki döneme geçiş bunların yerini alacak yeni alışkanlıkların ortaya çıkması ile gerçekleşmiştir. İnsanların alışkanlıklarını ve tercihlerini etkileyen ana unsurlardan bir tanesi ise doğrudan teknolojik gelişmelerin insan hayatına etkisidir. İnsanların çalışma süreleri daha fazla iken gerçekleştirdikleri rekreasyon etkinlikleri kısıtlı iken zamanla icat edilmiş makineler bu çalışma sürelerini kısaltmış ve insanlara daha fazla boş zaman kazandırmıştır. Boş zamanını artıran insanların ayrıca seyahat araçlarının gelişmesi ile ulaşım konusunda da bir zaman kazanımı olması insanın doğasındaki merak ve keşfetme duygularını tetikleyerek daha fazla harekete geçmesine imkân sağlamıştır.

Jaron Lanier (1989) ile sanal gerçeklik kavramı ilk kez ortaya atılmıştır. Sanal gerçeklik zıt iki kavram olan sanal ve gerçek unsurlarının birleşiminden oluşmaktadır. Bu birleşim insan duyularıyla algılanmakta ve anlamlandırılmaktadır. Sanal gerçeklik sahip olduğu nitelikler ile yeni bir algısal evren yaratmakta ve bu evrenin içinde gerçekçi deneyimlere yer vermektedir. Gerçekçiliğin sanal ortamda ulaştığı bu boyut insanlar üzerinde çeşitli etkilere ve tercih değişimlerine neden olabilmektedir. Bunun en önemli nedeni ise deneyimin öznesi olan insandır. İnsanlar üzerinde hedonik faydalar yaratabilen sanal gerçeklik deneyimi bu sayede benzersiz, biricik, yoğun duygusal etkiler barındıran ve kişiye kendini olumlu yönde farklı hissettirebilecek deneyimler sunabilmektedir. Deneyim ne kadar etkileyici olursa kişilerin sosyal ve psikolojik tepkisi o kadar pozitif olabilmektedir ve aynı zamanda bireyler satın aldıkları hizmetin yanında bir deneyim de satın almış olduklarından bu deneyim sonrasında bir karar süreci yaşayarak sonraki davranış şeklini de buna göre oluşturma

eğilimi gösterebilmektedirler (Suhartanto, Brien, Primiana, Wibisono ve Triyuni 2020; Yersüren, 2022).

İnsanların içine doğdukları dönemler insan davranışlarının, algılarının ve tercihlerinin gelişmesinde hatta karakterlerinin oluşmasında doğrudan etkilidirler. Değişen dünya ve dünyanın her değişiminde yaşayarak ya da dönemin içinde doğarak büyüyen yeni bireyler farklı davranış, alışkanlık ve karakterlere sahip olmaktadır. İnsanların bu farklılıklarını açıklamak için geliştirilen kuşak teorilerinde insanlar doğum yıllarına göre sınıflandırılmışlardır. Farklı sayıda ve farklı kuşak tanımlamaları bulunmaktadır. Çalışmaya konu olan kuşaklar ise Y ve Z kuşaklarıdır. Y ve Z kuşakları, mevcut ve gelecek dönemde oluşacak teknolojik değişim ve dönüşümlerin bir numaraları kullanıcıları olarak görülmektedir (Memiş, 2022; Yılmaz, 2022)

Bugünün ve yarının teknolojisi olarak görülen metaverse, sanal gerçeklik ve yapay zeka sistemleri birbirlerini destekleyerek gelişimlerini sürdürmekte ve insan hayatında sağlık, eğitim, askeriye, eğlence ve turizm başta olmak üzere birçok alanı doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. Etkilenen sektörler kendilerini geliştirmekte ve sektörlerine gelişen teknolojileri entegre etmenin yollarını aramaktadırlar. Rekreasyonda bu alanlardan biri olarak öne çıkmaktadır. Rekreasyon etkinlikleri insanların psikolojisi, yenilenmesi ve kendilerini iyi hissetmeleri için çok büyük önem arz etmektedir. Rekreasyon etkinliklerine katılımı kısıtlayan birçok faktör olduğu gibi katılmak isteyenlerin tercihleri de yaş, eğitim, cinsiyet vb. gibi birçok faktöre bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Sanal gerçeklik teknolojisi bu noktada birçok engelin ortadan kalkmasına, kısıtlayıcı faktörlerin aşılmasına ve daha çok bireyin gerçeğe yakın bir deneyim yaşamasına imkân sunabilmektedir (Aylan ve Aylan, 2020; Seval ve Tüfekçi, 2022).

Alanyazında hali hazırda turizm ve rekreasyona alanında yapay zeka, sanal gerçeklik ve metaverse teknolojilerine ilişkin çalışmalar bulunmakta ve konulara ilişkin çalışmalar devam etmektedir. Kuru ve Akdoğan (2022) yaptıkları çalışmada sanal seyahat pazarlamasında duyu unsurunun önemine değinmişlerdir. Aksayım (2019) gerçekleştirdiği çalışmada sanal gerçeklik oyunlarında uygulanabilen farklı etkileşim yöntemlerinin oyuncu deneyimleri üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlamıştır. Kulakoğlu (2020) ise sanal gerçeklik teknolojisinin algısal kabul düzeyini davranışsal niyet ile ölçmeyi ve bu ölçümün yanı sıra katılımcıların deneyime yönelik gerçeklik

algısının keşfedilmesini amaçlamıştır. Bu çalışmalara bir katkı olarak, bahsi geçen macera rekreasyonu etkinlikleri, kuşaklar ve sanal gerçeklik teknolojisi üçgeninde gelişmelerin mevcut durumunu tespit edebilmek amacı taşıyan bu çalışma önemli görülmektedir. Temelinde algıların ölçülmesine, deneyimin tekrarlanma isteğine, sanal ve gerçek ortam arasındaki eğilime ve bu eğilime neden olan faktörlere ilişkin araştırma soruları bulunmaktadır. Kuşaklar arasında sanal gerçeklik ve gerçeklik arasında önemli bir tercih farklılığı olduğu varsayılarak yola çıkılan çalışmada karşılaşılan beklenmedik sonuçlar ve sonuçlara neden olan veriler detaylı bir şekilde incelenmiştir. Merak konusu olan teknolojiye karşı yaklaşım ve Z kuşağının Y kuşağından daha çok sanal gerçekliğe yakın hissedeceği ön görüşü bir araştırma problemine dönüştürülerek incelenmiştir. Ön görülen tüm durumların araştırma sorusu haline getirilerek incelenmesi sonucunda ortaya çıkan tüm durumlar ve nedenleri de incelenmiş, araştırmanın başında yola çıkılan ön görüşlere karşın beklenmedik sonuçlar ile karşılaşmış ve bu sonuçların da gerekçeleri katılımcıların sunduğu gerekçeler ile açıklanmıştır. Y ve Z kuşaklarının macera rekreasyonu etkinliklerine katılımında sanal ve gerçek dünya arasındaki tercih ve deneyimlerinin yanı sıra sanal gerçeklik teknolojisine karşın yakınlaşma/kaçınma durumları da SOR teorisi ile desteklenerek incelenmiştir. Bu durum aynı zamanda Timur ve Köz (2022)'ün çalışmalarında literatür boşluğu olarak, teoriye dayanan çalışma sayısının az olduğunu belirttikleri durumda literatürdeki boşluğun dolmasına katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır. Kişileri sanal gerçeklik teknolojisine ya da gerçek hayattaki etkinliklere iten faktörlerin neler olduğu ve etkinliklere ilişkin algıları da bu çerçevede ele alınmaktadır. Rekreasyon alanı özelinde de turizm alanında olduğu kadar bu çalışmaların artması ve çalışmalarda ihtiyaç duyulan teknik desteğin de ortaya koyulabilmesi için bu çalışma bir tespit ve öneri niteliği taşımaktadır.

Kavramsal çerçevede toplumların yüzyıllardır yaşadıkları dönüşümlerden kaynaklı bugüne kadar gelen boş zaman anlayışları ve bu değişim dönüşümlerin neler olduğu öncelikli olarak ele alınmıştır. Rekreasyon kavramının önemi, gelişimi, faydaları ve türleri ele alındıktan sonra macera rekreasyonu etkinliklerinin insan hayatına girmesinin nedenleri, insanların macera rekreasyonuna olan eğilimleri ve bu eğilimlere neden olan motivasyon ve faktörler incelenerek macera rekreasyonunda önemli olan ve katılımcıyı doğrudan ilgilendiren tüm konulara değinilmiştir. Teknolojik gelişmelerin rekreasyon etkinliklerini nasıl etkilediği incelenirken

toplumsal ve sosyal yaşamda etkilediği hemen hemen tüm faktörlere değinilmiştir. Rekreasyon etkinliklerinin dijital ortama taşınması kapsamında veriler, alışmalar (Aylan ve Aylan, 2020) incelenmiş ve dijital ortama taşınan etkinlikler için yeni bir “Dijital Rekreasyon Türleri” sınıflandırılması önerilmiştir. Kuşakların temel benzerlik ve farklılıklarının son bölümde ele alındığı çalışma sanal gerçeklik ortamında macera rekreasyonu etkinliklerinin deneyimlenmesi, verilerin incelenmesi ve bulguların değerlendirilmesi gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak yapılandırılmış soru formu kullanılmıştır. Veriler betimsel bir analize tabii tutulmuştur. Bu kapsamda frekans ve yüzde dağılımından faydalanılarak veriler analiz edilmiştir. Son aşamada ise sonraki çalışmalar ve sektördeki paydaşlar için öneriler sunulurak çalışma tamamlanmıştır.

2. REKREASYONA GENEL BAKIŞ

Rekreasyona genel bakış çerçevesinde zaman ve boş zaman kavramlarına, boş zamanın tarihsel gelişimi, temel fonksiyonları ve sınıflandırılmasına ve boş zaman etkinliklerine katılımı etkileyen çeşitli faktörlere değinilecektir.

2.1. Zaman Kavramı

Zaman, kendi içerisinde psikolojik, felsefi ve sosyolojik boyutlar barından ve insanların duyularıyla fark edemediği ve insanlar arasında önemi kişiden kişiye farklılık gösteren aynı zamanda hayatlarında geniş ama kısıtlı süreleri kapsayarak farklı etkileri ve süreçleri bünyesinde barındıran, tekrarı olmayan, başlangıcı ve bitişinin belli olduğu ve durdurulması mümkün olmayan ve herkese eşit bir biçimde dağıtılmış bir kavram olarak açıklanmaktadır (Scoot, 1997; Saver, 2006; Bakan, 2011; Ardahan, 2016; Şölenci, 2023).

Türk Dil Kurumu (2024) ise zamanı birkaç farklı şekilde tanımlamaktadır. Bunlar;

- 1- *“Bir işin, bir oluşun içinde geçtiği, geçeceği veya geçmekte olduğu süre; hengâm, vakit”.*
- 2- *“Bu sürenin belirli bir parçası.”*
- 3- *“Bir işe ayrılmış veya bir iş için alışılmış saatler.”*
- 4- *“Olayların oluş ve akış sırasını belirleyen, düzenli ve dönemli gök olaylarını birim olarak kullanan sanal bir kavram.”*
- 5- *“Dönem, devir.”*

1600’lü yıllara kadar birkaç alanla (teoloji ve felsefe) sınırlı olan zaman kavramı ilerleyen süreçle beraber önce fiziğin sonrasında da ortaya çıkmaya başlayan diğer bilim dallarının içerisinde kendine kolaylıkla yer bulmuştur. Bu sebeple, bilimsel disiplin alanlarının birçoğunda zaman kavramı farklı yaklaşım ve görüşlerle açıklanmaya çalışılmış ve bünyesinde birçok tartışmayı barındırmıştır. Zaman kavramının bu kadar fazla alana, görüşe ve yaklaşıma sebep olması, zaman kavramı hakkında birçok tanımlamayı beraberinde getirmiştir. (Öziş, 2010; Birinci, 2018).

Zaman kavramı, günümüze gelindiğinde, üzerinde birçok çalışma barındıran ve kullanılması, değerlendirilmesi çok kıymetli olan, sadece bireysel olarak değil

toplumsal olarak da gelişimin temel unsurlarından biri haline gelen bir kavram olarak kendine yer bulmaktadır. Zamanda diğer tüm kaynaklar gibi doğru kullanılarak değerli hale getirilebilmekte ya da yanlış kullanım ile heba edilebilmektedir. Zamanın verimli kullanımı ve zamanın sadece tek boyutlu değerlendirilmemesi insanlar açısından büyük önem arz etmektedir. Zamanı verimli kullanan birey ve toplumların gelişimi, zamanı aynı oranda iyi kullanamayan veya önemini anlayamayan toplumlara göre daha büyük bir ilerleme kaydetmekte ve fark yaratmaktadır (Mackenzie, 1987; Karaküçük, 2014).

Zamanı ifade etmek için yapılan ayırmalardan bir tanesi objektif ve sübjektif zaman ayrımıdır. Objektif zaman kavramı, zamanın ölçülebilir olduğu, sürdürülebilir halde devam eden ve değişim gösterebilen doğal olaylar şeklinde kabul etmektedir. Sübjektif zaman ise koşulların getirdiği algılama farklılıklarına ve insanların sahip olduğu duygu ve düşüncelere göre hızlı, yavaş ve benzeri şekilde farklı olarak hissedilen zaman dilimi olarak açıklanmaktadır. Bu açıklamalar zamanın kendi içinde ayırmalara sahip olduğunu göstermektedir. Saatteki zaman ile hissedilen zaman aynı değildir, mutlu hisseden bir birey zamanın çabuk geçtiğini düşünebiliyorken, negatif hissedilen anlarda saat hiç ilerlemiyormuş gibi algılanabilmektedir. Zamanın verimli kullanılabilmesi ise planlamaya, organize edilmesine ve koordinasyona bağlıdır (Akatay, 2003; Silahtaroglu, 2004; Ardahan, 2016; Barakazı, 2021).

Zaman konusu farklı yazar, araştırmacı ve çalışmalarla beraber farklı açılardan ele alınarak tanımlamalar yapılarak sınıflandırılmaktadır. Şekil 2.1’de bazı sınıflandırmalar yer almaktadır (Çerez ve Ardahan, 2002; Silahtaroglu, 2004; Karaküçük, 2005; Güler, 2017).

Silahtaroğlu

1. Kişisel zaman,
2. Örgütsel zaman,
3. Yönetsel zaman.

Ardahan

1. Kişisel zaman,
2. Örgütsel zaman,
3. Yönetsel zaman,
4. Çalışma zamanı,
5. Serbest zaman.

Garzia

1. Çalışma zamanı,
2. Çalışma etkinliklerine bağlı zaman,
3. Yaşamı sürdürmeye yönelik faaliyetlere ayrılan zaman,
4. Serbest zaman.

Megyeri

1. Temel ihtiyaçları gidermek için ayrılan zaman,
2. Çalışma ve çalışmaya bağlı faaliyetler için ayrılan zaman,
3. Serbest faaliyetler için ayrılan zaman,
4. Diğer faaliyetler için ayrılan zaman.

Şekil 2.1. Zamanın Sınıflandırılması

Kaynak: Yazar tarafından düzenlenmiştir.

Zamanın durdurulmasının ve tasarrufunun imkansız olması, dinamik yapısı ve verimli kullanılmasının faydaları ortaya zaman yönetimi kavramını çıkartmıştır. Zaman yönetimi kavramı bireylerin hem özel yaşamı hem de yaşam içindeki mecburi iş ve işten ya da hayatın diğer dinamiklerinden kaynaklı dinlenme gibi ihtiyaçlar için

bölümlendirme yapma ve bu bölümleri kontrol etme, iyileştirme, planlama ve zamanın kullanım şeklini denetleme gibi süreçlerin yerine getirilmesini sağlamaktadır. Zaman yönetim biçimleri ise zaman kullanım bölümlerine göre şekillenmektedir (Macan vd., 1990; Claessens, 2007; Barakazı, 2021).

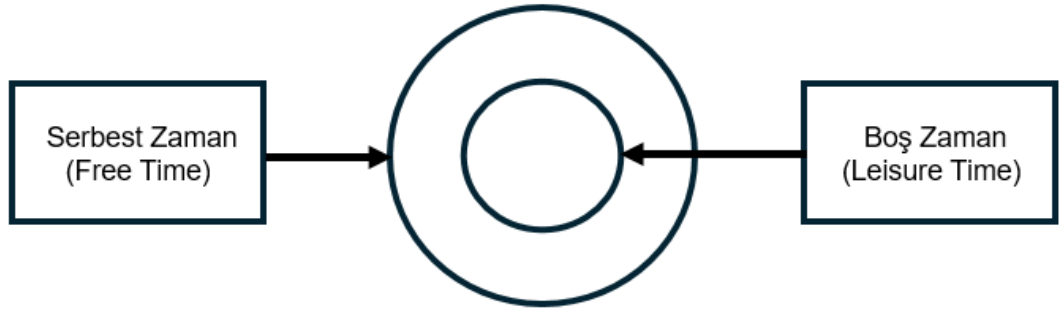
İnsan yaşamında zaman kullanımı birbirlerinden farklılık göstermektedir. Farklılık gösterdiği gibi bazı ortak özellikleri de bünyesinde barındırmaktadır. Farklı algılara sahip bireylerin farklı ya da benzer yönleri kullanımı kişiden kişiye iyi ya da kötü olarak nitelendirilebilmektedir. Zaman kullanım bölümleri ise var olma zamanı, çalışma zamanı ve çalışma dışı zamanı kapsayacak etkinlikler olarak üç başlıkta sınıflandırılabilir (Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç, 2003; Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç, 2009; Ayhan, 2022).

Var olma zamanı, bireylerin hayatları içerisinde gerçekleştirdikleri öz bakım faaliyetlerini, beslenme, uyku gibi temel etkinliklerin gerçekleştirilmesini kapsamaktadır (Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç, 2003; Karaküçük, 2005).

Çalışma zamanı, hayatın devamlılığı ve ihtiyaçların karşılanabilmesi için maddi bir imkân sağlamak zorunda olan bireylerin işe bağımlı, işe ayrılan süreleri kapsamaktadır. Bu süre zarfı işe gitme ve işten dönme süreleriyle beraber mesai saatleri dışında da işe yönelik gerçekleştirilen faaliyetleri de kapsamaktadır (Karaküçük, 2005; Bozdağ, 2019).

Boş zaman, bireylerin herhangi bir faktöre bağımlı kalmadan özgür olarak seçtikleri faaliyetlere katıldıkları zamanı açıklamaktadır. Sorumlulukların ve öz bakımın yerine getirildiği ve temel gereksinimlerini karşıladıkları zamanın dışında kalmaktadır ve aynı zamanda iş ile ilgili olmayan zamanı kapsamaktadır. (Hacıoğlu, Gökdeniz ve Dinç, 2003; Munusturlar 2016; Topaçoğlu, 2022).

Literatürde, boş zaman (leisure time) ve serbest zaman (free time) ayrı kavramlar olarak yer almakta ve farklı olarak kullanılmaktadır. Boş zaman özellikleri itibarıyla sorumluluklardan uzak ve özgürce bir seçim barındıran bir kavramı karşılamaktadır. Serbest zaman ise temel gereksinimlerin karşılandığı, işten arta kalan zamanı dolayısıyla yukarıda açıklanan var olma zamanını ve boş zamanı da kapsamaktadır. Buna göre; boş zaman serbest zamanın bir parçası olarak literatürde yerini almaktadır (Mieczkowski, 1990: 10; Aktaran: Ardahan, 2016).



Şekil 2.2. Çağdaş Anlayış Biçimi ile Serbest Zaman
Kaynak: Mieczkowski, 1990 (Aktaran: Ardahan, 2016).

2.2. Boş Zaman Kavramı

Etimolojik kökeni Latince'ye dayanan "Licere, Lyceum" kavramıyla izinli ya da müsaadeli olmak anlamına gelen boş zaman kavramının İngilizce karşılığı "Leisure" kelimesi özgürlük ve izin olarak tanımlanmakta ve sözlükte yer bulmaktadır. Fransızca da ise çağrışım benzer şekilde "Loisir" kelimesine karşılık gelmekte ve özgür zaman anlamında kullanılmaktadır. Genel manasıyla kavramın karşılığı özgürlük, özgürce bir seçim yapmak ve zorunlu eylemlerden uzak bir şekilde bireyin istediği şekilde yönlendirebildiği bir zamansal süreci tanımlamaktadır. Sanayi devrimi sağladığı teknolojik hızlanma ile insan kaynağına daha az ihtiyaç duyulmasına sebep olurken işten kalan zamanlar boşa çıkmakta ve bu ve benzeri gelişmelerle boş zaman kavramı ortaya çıkmaktadır. Bu değişimler, toplumsal ve kültürel anlamda da etki göstererek bireylerin özgür bir yaşam alanına kavuşmasına olanak sağlamış ve bu bağlamda da boş zaman kavramı sık sık iş ve çalışma ile bağlantılı kullanılmaya devam etmektedir. Boş zaman, tüm bu sebep ve etmenler içerisinde bireyin tüm bağlayıcı ve mecburi durumlardan uzak kalarak özgür iradesiyle seçimi ve hür olarak kullanacağı zaman dilimini kastetmektedir. Bireylerin kendisine zaman ayırması da bu süre zarfında önem kazanmakta ve bu zamanı verimli kullanmakta önem arz etmektedir. (Gülbahçe, 1996; Karaküçük, 1997; Aytaç, 2002; İpek, 2019; Toker, 2020; Aylan, 2022; Biliceli, 2022).

Kavramın tanımlanması birçok farklı yazara göre farklılık göstermekte olsa da temelinde benzer açıklamalara yer vermektedir. Boş zaman, sınırlı bir yaşam süresine sahip olan bireylerin bu süre içerisinde iş ve iş ile ilgili etkinlikleri, yaşamı devam ettirmesinde zorunlu olan etkinlikleri ve zorunlu hallerdeki davranışlar dışında kalan süreç olarak tanımlanabilmektedir (Hazar, 2010). Başka bir tanımla ise boş zaman,

zorunlu hallerden sıyrılmış bireyin seçim özgürlüğüne ve zorunlu olmamasına bağlayarak dilediği şekilde kullanabildiği bir zaman dilimi olarak tanımlanmaktadır (Özkazanç, 2020).

Torkildsen'e göre (2005), birey kendi isteğiyle kendini yenileme amacı güderek dinlenme ve eğlenme faaliyetlerine katıldığı bir zaman dilimi olarak açıklanmaktadır. Karaküçük ve Gürbüz ise (2007) bireylerin rutinlerin dışına çıkıp, psikolojik ve fiziksel manada rahatlama sağlayan ve rutin hayata dönüşte direnç artmasına sebep olan faaliyetlerin bulunduğu zaman dilimi boş zaman olarak adlandırılmaktadır.

Boş zamanın tüm bu özellikleri ve bireyin hayatında kapladığı yer ve sahip olduğu önem dolayısıyla başlı başına kendine ait bir endüstrinin var oluşuna sebep olmaktadır. Turizm ve rekreasyon endüstrilerinin temelinde boş zaman, boş zamanın fonksiyonları ve bireylere sağladığı faydalar yer edinmektedir (Ayvacı, 2018).

Boş zaman kavramı bu zamanı kapsayan sürecin verimli değerlendirilmesi ile birçok etki ortaya koyabilmektedir. Yapılan araştırmalar genelde boş zaman aktiviteleri ile sağlanan, onarılan psikolojik sağlık ve fiziksel yenilenmeyi açıklarken kişinin memnuniyetini yükselterek hayatına devam etmesini sağlayabilmesi yönünde açıklamalar yapmayı amaçlamaktadır. Bireylerin boş zaman aktivitelerini, ilgi alanlarına yönlendirmesi ya da beceri geliştirmek için bir etkinlik ile geçirmesi verimli bir dönüş sağlarken yaşamında pozitif etki sağlayabilmektedir fakat herhangi bir faaliyet gerçekleştirmeksizin "boşa" geçirilen boş zaman kişinin yaşamına mental ya da fiziksel herhangi bir pozitif etki sağlamamaktadır. Boş zaman, faaliyetlerle değerlendirildiğinde bünyesinde vücudun zinde oluşu sayesinde yaşam tarzının sağlıklı bir zemine oturması, stresi önlenmesi, yaşamın düzenlenmesi ve bireysel, toplumsal olarak birçok olumlu etkiyi barındırmaktadır (Mannel, 2007; Toyoshima vd., 2016; Harmon ve Kyle, 2016; Auger, 2020; Santini vd., 2022).

2.2.1. Boş Zamanın Temel Fonksiyonları

Boş zamanın barındırdığı özellikler ve onu açıklamaya yönelik geliştirilen açıklamalardan bir tanesi boş zamanın fonksiyonlarını ortaya koyarak geliştirilmiştir. Fonksiyonlardan bahsedilerek ortaya konulan boş zaman kavramı; dinlenme, eğlenme ve gelişme fonksiyonlarını bünyesinde barındırmaktadır (Kaya, 2011; Torkildsen, 2012; Karaküçük, 2014; Karaküçük ve Akgül, 2016).

Dinlenme fonksiyonu, boş zaman kavramını tamamlama ve tanımlama açısından en yüksek kabiliyete sahip fonksiyondur. Yenilenmeyi, yorgunluğu ve stresi düzenlemeyi hatta yok etmeyi ifade etmektedir. 20. Yüzyıla kadar boş zaman bir sonraki güne kadar hazır olmak için harcanmaktayken değişen ve gelişen imkanlarla beraber eğlence ve sportif faaliyetlere katılım da önem kazanmış ve bu istek devamlı olarak artık göstererek önem kazanmıştır (Mutlu, 2008; Topaçoğlu, 2022; Biliceli, 2022; Çelik Gökmen, 2023).

Eğlenme fonksiyonu, bireylerin sosyalleşmesine, anlık bulunduğu negatif duygu durumlarının pozitif yönde değişmelerine, sıkıntılı süreçlerin atlatılmasına yardımcı olabilmektedir. Boş zamanın eğlence işlevi, hayatı farklılaştırma arzusuyla buluşmakta ve monotonluğu değiştirmektedir. Rekabet durumunun zevke ağır basmaması ve can sıkıntısını ortadan kaldırması boş zamanda gerçekleştirilecek etkinliğin eğlence fonksiyonu taşımasının gerekliliği olarak ortaya konulabilmektedir ve bu işlev aynı zamanda kaygı, stres ve benzeri durumları yok etmeyi hedeflemektedir (Püsküllüoğlu, 2005; Mutlu, 2008; Hacıoğlu vd., 2009; Çelik Gökmen, 2023).

Gelişme/gelişim fonksiyonu, bir birey olarak kişinin kişiliğini geliştirmesine mesleki bir çıkarı olmadan fırsat sağlamasını ifade etmektedir. Birey boş zamanını; bilgi edinme, bilgi paylaşımı, kültürel gelişim ya da gönüllü olarak katıldığı sosyal etkinliklerle değerlendirerek bu işlevden faydalanmaktadır. Aynı zamanda bir başka örnek olarak; dalış yaparak rekreatif etkinliğe katılmış bir birey hem bundan keyif alabilirken hem de yüzme ile fiziksel gelişimine katkı sağlayabilmektedir (Ağduman, 2014; Çavdar, 2019; Biliceli 2022).

2.2.2. Boş Zaman Etkinliklerine Katılımı Etkileyen Faktörler

Bu başlık altında boş zamanı etkileyen faktörlere değinilmektedir.

2.2.2.1. Kültürel ve coğrafi faktörler

Kültür kavramı, var olan toplumun içindeki bireyler arasında paylaşılan, sonraki nesile aktarılan ve sürekli güncellenerek değişim süreci içinde bulunan ve bireylerin bilgi düzeylerini, görgü kurallarını, manevi değerleri taşıyan ve var eden varlık ve değerlerin tümünü ifade etmektedir (Tekeli, 2001; Soysal, 2005).

Bireyler yaşadıkları çevreye ve çevresindeki kültürel değer ve unsurların baskınlığına göre şekillenebilmektedirler. Bu kültürel etkenler bireye düşünüş,

davranış ve yaşam biçimleri konusunda yön vermektedir. Kökten gelen aile baskısı, ebeveynlerin tutumları ve eğilimleri kişilik oluşumunda ilk evrenin önemli bir adımını oluşturmaktadırlar. Birey ilerleyen süreçte bu davranışları sergilemektedirler ya da türlü durumlarda bu davranışlar ortaya çıkmaktadırlar. Kişiliğin devamını oluşturan unsurlar sosyalleşmeye ve arkadaş çevresine bağlı kalabilmektedir bunun sebebi ise bireyin öğrenimini gerçekleştirdiği çevrenin nicelik ve nitelik açısından özellikleri ve boş zamanlarını nasıl değerlendirdiklerinin taşıdığı önem olarak ortaya çıkmaktadır. Boş zamanı değerlendirmenin öznesi olan rekreasyonel etkinlikler üzerinde kültürel yapıyı görmezden gelmek mümkün olmamakta ve birey boş zamanını, öğrenimini edindiği çevreden, önceki deneyimlerinden, çevresinin boş zamanını nasıl değerlendirdiğinden kazandıklarıyla şekillendirmekte ve değerlendirmektedir (Kılbaş Köktaş 2004; Aslan, 2005; Emir, 2012; Topaçoğlu, 2022; Taş, 2023).

Birey tüm bu koşullarda hayatını devam ettirirken ve boş zaman etkinliklerini seçerken hem seçtiği etkinliklerin biçimi hem de etkinliğin seçimlerinde yaşadığı yer önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Kırsal ve kentsel alanlarda tercih edilebilirlik ve ulaşılabilirlik durumları etkinliklerin türüne göre değişiklik gösterebilmektedir. Kırsal ve kentsel alanlardaki farklı değer ve davranış kalıpları bu seçimlerde etki gösterebilmektedir. Bireyin yaşadığı bölgedeki koşullar boş zaman etkinliklerinin yapısını doğrudan etkilemektedir. Dağlık bir bölgede dağ ve kış sporları ilerleme ve katılım açısından yoğun tercih gösterebiliyorken, deniz kıyısındaki bir bölgede su ile ilişkili etkinliklere katılım yoğun tercih gösterebilmektedir. Fiziki engeller ve coğrafi şartlar normalleştirilebiliyor olsa dahi, çevresel tutumlar bu katılım tercihini etkilemeyecektir. Bölgeler kendilerine ait kültürel normları, eğitim ve cinsiyet gibi faktörler bu tercihleri doğrudan etkilemeye devam edecektir. Gelişim ve yerleşim açısından daha büyük şehirler daha çeşitli olanaklara sahipken, gelişim ve yerleşim açısından daha az şartlara sahip kırsal bölgeler bireyin davranışlarını, eğilimlerini ve tercihlerini doğrudan etkilemekte veya sınırlandırabilmektedir (Hergüner, 1993; Çalık vd., 2003; Aslan, 2005; Taş, 2023).

2.2.2.2. Eğitim faktörü

Eğitim düzeyi bireyin boş zamanını nasıl değerlendirmesi gerektiği hakkında ona yönelim sağlayan son derece önemli bir faktördür. Eğitim düzeyi yüksek bireylerin sanatsal etkinlikleri tercih edebilecek olması, eğitim düzeyi daha düşük bireylerin

sanatsal etkinlikleri tercih edecek olmasından daha yüksek ihtimal barındırmaktır (Karaküçük, 1999). Örneğin; Sağcan (1986) yeni yerleri görme ve yeni şeyleri keşfetme isteğinin eğitim düzeyi ile doğru orantılı olarak arttığını belirtmiştir (Aktaran: Demir ve Demir, 2006).

2.2.2.3. Sosyal ve ekonomik faktörler

21. yüzyılın başından itibaren gelişen ve değişen dünyayla beraber bireyler de kendilerinin ve ailelerinin ekonomik refahları ve bu refahı iyileştirmenin yolları hakkında daha fazla düşünmeye başlamışlar ve yaşam kalitesini artırmanın yollarıyla ilgilenmeye başlamışlardır. Para ve zamanın kişisel seçimlerle yönlendirilerek zamanın sınırsız bir boş zamana dönüşebileceği vaadi büyük bir etki yaratmaktadır. Tüketici konumuna yerleşen bireyler boş zamanlarını değerlendirmek için seçimlerini yaparken kültürel faktörler kadar sosyal ve ekonomik faktörlerin de etkisi ortaya çıkmaktadır (Karaküçük, 2005; Aslan, 2005; Taş, 2023).

Boş zamanın değerlendirilebilmesi ve fiziksel şartlar, eğilimler gibi unsurların bir seçime dönüşebilmesi için tüm bireysel faktörlerin yanı sıra meslek ve gelire dayalı para kaynağının var olması gerekmektedir. Evde, rekreasyon alanlarında, dışarıda gerçekleştirilebilecek ücretsiz etkinliklerin yanı sıra spor müsabakalarına biletli şekilde katılmak, spor yapılabilecek kulüplere üye olmak, sinema, tiyatro ve müzikal gösterilere katılmak para harcama zorunluluğunu ortaya çıkartmaktadır. Gelirinden bu katılımları gösterebilecek düzeyde para ayırabilecek bireyler, aktivitelere katılımda, katılımlarda aktiflik göstermektedirler (Darendelioğlu, 2008; Topaçoğlu, 2022; Taş, 2023).

2.2.2.4. Yaş ve cinsiyet faktörü

Bireyler aynı ya da benzer bölgelerde yaşayabilir ve hatta katılım koşullarına yaş ve cinsiyet faktörü dışında eşit sahip olabilmektedirler fakat bahsi geçen demografik faktörler farklılık yaratabildiği gibi engel de olabilmektedir. Örneğin; genç yaş grubu etkinliklere katılımda fiziksel aktivite ve sporu tercih edebilirken, yaş grubu daha yüksek bireylerde bu katılım tercihleri değişebilmektedir. Yeni teknolojik gelişmeler ve yeni yaş gruplarının içinde büyüdüğü teknolojik çağ ve koşullar da bu tercihleri doğrudan etkilemektedir (Demir ve Demir, 2006; Topaçoğlu, 2022).

Toplumların yaşamları, bireylerin sergilediği davranışlar bütününde ve bireylerin tutumlarında farklılıklar yaratmaktadır. Toplumun kadın ve erkekler arasında yarattığı farklı roller geleneksel toplumda daha net ve kısıtlayıcı çizgiler barındırabilecekken modern ve kentsel yaşamın içindeki topluluklarda cinsiyet farklılıkları, bireylerin seçimlerinde ve tutum ve davranışlarında daha az etkiye sahip olduğu önemli bir detay olarak ortaya çıkmaktadır. Cinsiyet farklılığı boş zamanı değerlendirme konusunda görüş farklılığı da yaratabilmektedir (Kaya ve Tatal, 2005; Gümüsoğlu, 2006; Taş, 2023).

2.3. Rekreasyon Kavramı

Kelime anlamı Latince ‘‘recreate/recreatio’’ kelimesinden türetilerek rekreasyon kelimesiyle günümüze kadar gelmiş ve anlamsal olarak, sağlığın geri kazandırılması, yenilenme ve tazelenme tanımlarını karşılamaktadır (Eroler, 2015; Birinci, 2018). Boş zamanlarını değerlendirme amacı güden insanlar kendi istek, tercih ve koşullarına göre farklı etkinliklere gönüllü olarak katılmaktadırlar. Bu etkinliklere, yaşadıkları bölgelerden ayrılarak farklı deneyimler ve anlar yaşama, dinlenme, gezme, sağlıkla ilgili ihtiyaçlarını karşılama, çevresindeki insanlarla beraber olma gibi pek çok farklı amaçla, farklı alanlarda ve aktif veya pasif olarak, kentlerin içinde veya kırsal bölgelerde katılabilmektedirler. Rekreasyon, insanların sahip oldukları farklı büyüklükteki boş zamanlarında katıldıkları etkinlikleri ifade etmektedir. İnsanlar bu aktivitelere tek başlarına ya da grup halinde katılabilmektedirler. Rekreasyon aktiviteleri insanların katılımına, kısa süreli tatminler yaratarak ve katılımcıların yenilenmesini sağlayarak karşılık vermektedir (Yetim, 2000; Yılmaz, 2005; Bengi, 2021; Ayar, 2021).

Tarihe bakıldığında insanlar sahip oldukları boş zamanlarını resim, müzik ve diğer fiziksel sportif etkinliklerle değerlendirmektedirler. Yontma taş gibi daha eski çağlarda yaşayan insanlar algılarını ve duygularını ifade etme fırsatını yine boş zaman etkinlikleriyle yakalamışlardır. İkinci dünya savaşı sonrasında insanların kendini geliştirme merakı ve ilgisi artmış, bireysel ve toplumsal refahın, iyileşmenin verimli çalışmakla gerçekleşebileceği anlayışı edinilmiştir. İlerleyen zamanda gerçekleşen teknolojik devrimler ve farklılaşan anlayışlar neticesinde verimli çalışmanın tek başına yetersiz olduğu ortaya çıkmış ve insanlar serbest zaman sürelerinin artmasına ve verimliliğin temelinde sağlığın olduğuna karar vermişlerdir. Gereken önemi gösteren

toplumlarda sahip olunan serbest zamanların kullanımı gündeme gelmiş ve bunun sonucunda boş zamanın kullanımı önem kazanarak rekreasyona gereken önemi kazandırmaya başlamıştır. Böylece bireylerin boş zamanlarında tipik ve sıradan davranışlar sergilemesinin yerine pozitif sonuçlar verebilecekleri etkinliklere yönlendirilmesinin önem ve gerekliliği fark edilmiştir (Terekli ve ark., 2000; Yılmaz, 2005; Kavlak, 2018).

Rekreasyon kavramı, tarih içerisinde ilk olarak ‘yenileme’ fonksiyonuyla ifade edilmiş olsa da zamanla algılama, anlama ve uygulama farklılıklarına uğramış yalnızca bireysel olarak sağlıkla ilgili değil, sosyal ve toplumsal açıdan da önem kazanarak farklı alanlarda kabul görmektedir. Farklı özellik, coğrafya ve kültürlere sahip olan tüm toplumlar, rekreasyon kavramını farklı şekilde algılamakta ve farklı şekilde yorumlamaktadır. Bu ve benzeri tüm sebepler rekreasyon kavramının tanımının yapılmasına ve rekreasyon anlayışlarının çeşitlilik kazanmasına sebep olmaktadır (Akaesen, 1984; Torkildsen, 1992).

Rekreasyon kavramının farklı yazarlar ve araştırmacılar tarafından yapılmış tanımları Tablo 2.1’de belirtilmiştir.

Romney (1945:14)	<i>“Aksiyon ve hareket olarak açıklanmaktan daha çok duygusal bir tutumdur.”</i>
Hutchinson (1949:7)	<i>“Gönüllü katılıma dayanan, zamanın harcanmasına değer, bireye içsel bir tatmin sağlayan boş zaman uğraşları ve aktiviteleridir.”</i>
Parker (1979:20; Aktaran: Vapur, 2021:16)	<i>“Etkinliğe katılan bireylere tatmin, mutluluk, ruhsal denge ve dinginlik, fiziksel ve sosyal hareketlilikle beraber karakter ve entelektüel bakış açısı kazandıran etkinliklerdir.”</i>
Kraus (1985:32)	<i>“Rekreasyon, bireyi zorunlu işler ve faaliyetlerinden sonra dinlendiren, yenileyen ve gönüllülük esasına dayanarak iştirak edilen etkinliklerdir.”</i>
Edginton ve Ford (1985:5)	<i>“İnsanların gönüllü ve iş yaşamından bağımsız olarak katıldıkları, kendi içerisinde değerli olan, bireyin çoğu kayda değer ihtiyacını gideren, aktif, mutlu ve huzurlu bir yaşam aracı ve kişisel doyum sağlayıcı etkinlikler.”</i>
Kelly (1990:27)	<i>“Rekreasyon, kişisel ve sosyal hedefler barındıran işlevsel ve sosyal bir kurumdur.”</i>

Tablo 2.1. Rekreasyon Tanımları

Kaynak: Yazar tarafından düzenlenmiştir.

Sevil (2012:7)	<i>“ İnsanların iş vb. zamanlarından sonra kalan boş zamanlarını değerlendirdikleri, haz duygusunu doyurucu, duygusal ve fiziksel açıdan rekreatif amaçlar taşıyan ve sosyo-kültürel, ekonomik ve fiziksel şartlarıyla katıldıkları etkinliklerdir.”</i>
Hazar (2014:35)	<i>“İnsanların sınırlı yaşam sürelerinin, zorunlu davranışlarına ayırdığı zaman diliminin dışında kalan zamanda, gönüllü olarak katıldıkları ve doyum sağlayıcı etkinlikler.”</i>
Tribe (2015:3)	<i>“Boş zamanlarda gerçekleştirilen uğraşlardır.”</i>
Küçük (2015:21-22)	<i>“Bireylerin hayatta kalabilmesini sağlayan; dinlenme, eğlenme ve meşguliyet yaratarak haz sağlamasını amaçlayan ve fiziksel, ruhsal yenilenmeyle beraber dinlenme ile sonuçlanan her türlü etkinlik.”</i>
TDK Sözlüğü (2023)	<i>“Kişilerin boş zamanlarında katıldıkları spor ve eğlence maksatlı etkinliklerin tümü.”</i>

Tablo 2.1. (devam) Rekreasyon Tanımları

Kaynak: Yazar tarafından düzenlenmiştir.

Rekreasyon tanımlarında yer alan ve kullanılan temel kavramların en yaygınları; gönüllü katılım, özgür seçim ve katılımdan sağlanan fayda olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine tanımlar sayesinde bu katılımlar sonucundaki edinimin bireye motivasyon olarak dinlenme, eğlence ve yenilenme gibi olumlu duygular kazandıran aktiviteler olarak değerlendirilmesi mümkün olmaktadır. Rekreasyon kavramı, bir gereksinim ve dürtü olarak ortaya çıkmakta ve kişinin kendini gerçekleştirebilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Tüm bu bilgiler ışığında, rekreasyon etkinliklerinin bünyesinde barındırdığı motivasyon ve anlamdan çok, katılımcılar açısından algılanan ve katılımcıların taşıdığı motivasyon ve anlamlar önem taşımaktadır (Karaküçük, 1999; Bengi, 2021; Kaderoğlu, 2022).

2.3.1. Rekreasyonun Önemi ve Amacı

Boş zamanın değerli olduğu yönündeki bilinç ve algının arttığı ülkelerde, zamanını zamanın, psikolojik, duygusal, zihinsel ve fiziksel olarak gelişme amacı ile kullanmaya başladığı görülmektedir. İnsanların boş zamanlarını değerlendirmek için katıldıkları rekreasyon etkinlikleri bilinçli bir enerji ve boş zaman yönetimi açısından büyük öneme sahiptir (Dettmer, 2010; Topaçoğlu, 2022).

Rekreasyon etkinlikleri insanı mevcut sıkıntılarından, hayattaki yoğun tempodan ve diğer kişisel, toplumsal birçok olay ve sorumluluktan uzaklaştırmayı amaçlamaktadır. Bireyler bu durumlardan uzaklaşarak rekreasyon etkinlikleri

sayesinde yenilenmekte ve yaşam kalitelerini artırarak hayatlarını devam ettirecek enerjiyi depolayabilmekte, yerine koyabilmektedirler. Hayat kalitesini artırabilecek özelliklere sahip rekreasyon etkinlikleri aynı zamanda rekreasyonun içeriğini de oluşturmaktadırlar (Tütüncü ve Aydın; 2014).

Bireyin ihtiyacı olan, dinlenme, eğlenme ve yenilenme fonksiyonlarının yerine getirilmesi ve bireyin monotonluktan kurtularak, tekrar enerjik hale gelebilmesi için boş zamanlarını doğru ve kendilerine uygun şekilde kullanabilmeleri gerekmektedir. Rekreasyonun, bireysel, toplumsal ve ruhsal yenilenmedeki rolleri bireyin hayatında bu etkinlikleri önemli kılmaktadır. Toplumun gelişmesinde ve geleceğe yön verecek olan nesillerin, bedensel ve ruhsal sağlıklarının yerinde ve sağlıklı şekilde olmalarında rekreasyon etkinliklerine katılım düzeylerinin yüksek olması ve eğilimlerinin belirlenmiş olması önem taşımaktadır. Gelişmiş toplumlarda boş zaman seçimlerinin ve yönlendirmelerinin iyi yapılması ve rekreasyon etkinliklerinin ve boş zamanın fiziksel, ruhsal ve duygusal olarak en üst düzeye ulaşmak için kullanılması rekreasyonun gelişimine ortam ve katkı sağlamıştır (Can, 2015; Topaçoğlu, 2022; Tan, 2022).

2.3.2. Rekreasyonun Özellikleri

Rekreasyon kavramı, tanımlarında temsili bir anlam taşımanın dışında öznel bir nitelik barındırmaktadır. Farklı coğrafyalar, farklı algılanış şekilleri, kültürlerin farklılığı gibi birçok etken rekreasyon etkinliklerinin her bireyde farklı bir anlam ifade etmesine yol açmaktadır. Bireyden bireye, keyif alınan, ilgi duyulan, yapılmak istenilen etkinlik ya da bulunulmak istenilen alanların farklılık göstermesi doğaldır ve aynı olmalarını beklemek mümkün olmamaktadır. Benzer ya da aynı coğrafya ve koşullarda yetişen bireylerin bile birbirleri ile seçim ve tatminlerinde farklılıklar ortaya çıkabilmektedir. Tanımında tek bir noktada birleşmek ve kabul edilen tek bir rekreasyon tanımından bahsedebilmek çok güç olsa da alandaki yazar ve araştırmacıların yaptığı tanımlardan, fikir birliğinin ortaya çıktığı bazı temel özellikler koyabilmek, sıralayabilmek mümkündür. Rekreasyonun sahip olduğu bu özellikler, diğer etkinliklerden ve yakın kavramlardan ayıran temel özellikleri açıklamaktadır (Karaküçük, 2005; Madrigal, 2006; Güneş Olğun, 2019).

Rekreasyon etkinliklerinin çeşitliliği, özellikleri belirleme konusunda da ortak görüşlerin olmasını güçleştirse de rekreasyonun literatürde kabul görmüş temel

özellikleri aşağıda ifade edildiği gibi belirtilebilmektedir (Tezcan, 1994; Tamer, 1998; Sevil, 2012; Karaküçük, 2014; Mclean ve Hurd, 2015; Gulam, 2016; Turgut, 2019; Kalkay, 2019; Topaçoğlu, 2022; Biliceli, 2022):

- Rekreasyon etkinliklerinde öncelikli şart gönüllülük esasına dayalı katılımdır. Belirlenmiş etkinliğe katılımı bireyler zorunluluk hissetmeden, tamamen özgür bir seçimle ve özgür bir iradeyle katılım gösterirler. Rekreasyon etkinliğinin özgürlük hissi yaratması önem taşımaktadır. Başkası için yapılamaz ve bireysellik barındırmaktadır.
- Bireyler etkinliklere katılımlarını günlük yaşamlarının ve hayatın getirdiği tüm sorumluluklardan uzak kalarak boş zamanlarında gerçekleştirmelidirler.
- Rekreasyon etkinliği, toplumun önem ve özen gösterdiği etik, ahlak ve değerlerine uygun olmalıdır. Toplumun genelinde yaygın olan yaşama şekline, düşüncelerine, manevi değerlerine, geleneklerine ve toplumun yapısal özelliklerine zıt olmamalıdır.
- Rekreasyon etkinliği, toplumun tümüne dokunmalı ve cinsiyet ayrımı, herhangi bir yaş grubunda (katılım engelleri dışında) ve mesleki konumlarda ayrım olmaksızın gerçekleştirilmelidir.
- Etkinlikler önceden planlanmış olabileceği gibi plansız olarak da gerçekleştirilebilmektedir. Etkinliğe katılım özel bir beceri aranmadan, bireysel ya da grup olarak katılım gerçekleştirilebilir olmalıdır. Esnek ve alternatif katılımlar sağlamaktadır.
- Rekreasyon etkinliklerinin içerikleri değişkenlik gösterebilmektedir. Bu değişkenlikler ışığında, rekreasyon etkinlikleri mevsimsel olarak tüm koşullarda ve açık veya kapalı mekânda da gerçekleştirilebilmektedir.
- Rekreasyon etkinlikleri, rekreasyon tanımlarının temelinde görülen, gelişmesinde ve ihtiyaç duyulmasında en önemli etken olan; bireyin yenilenmesi, yeniden inşa edilmesi yani ruhsal ve fiziksel tazelenmeyi bir özellik olarak taşımak durumundadır.
- Rekreasyon etkinliklerine katılım gösteren bireyler, kişisel amaçlarını ön plana koyarak etkinlik seçimlerini yapmakta ve katılım gösterdikleri

etkinlikler esnasında bilinçli davranış göstermektedirler. Ortak gerçekleştirilen bir rekreasyon etkinliğinde, her farklı katılımcı farklı bir amaç güdebilmektedir.

- Katılımcılar seçtikleri rekreasyon etkinliğinde geri bildirimlerini katılım sırasında almaktadırlar. Başka bir deyişle: birey hazzı doğrudan ve anında alabilmektedir.
- Bireyler seçecekleri etkinliklerde, rekreasyonun sağlayacağı faydaları ve olumlu etkileri kendisinde tam anlamıyla görebilmesi için; ruhsal ve fiziksel olarak seçecekleri etkinliğe uygun olmak durumundadırlar.
- Bireyin katılım gösterdiği etkinlik, rekreasyonun yapısı gereği özendirici olmalı ve değerli yönleri olmalıdır, bu sayede katılımcı dinlenme, eğlenme ve yenilenme duygularını yaşayabilmektedir.
- Rekreasyon kavramı, evrensel ve herkes tarafından uygulanabilir nitelikler taşımaktadır.
- Gerçekleştirilen rekreasyon etkinliği, devam etme ve katılım zorunluluğu taşımamalıdır.
- Bireylerin seçeceği etkinlik dürtülerine bağlıdır, bireyin katılacağı etkinliğe motivasyonunu ve teşviğini dürtüleri ortaya çıkartmaktadır. Böylece, yeni deneyimler elde etme arzusunu uyandırarak yeniliklere açık olma ve macera duygularını geliştirmektedir.
- Rekreasyon etkinlikleri bireye: entelektüel, kişisel ve toplumsal gelişim, sağlıklı ve iyi olma hali, sosyallik gibi ikincil faydalar sağlayabilmektedir. Rekreasyon etkinlikleri aynı zamanda dolaylı ve doğrudan toplumsal fayda da sağlamaktadırlar.
- Rekreasyon etkinliği, bireyin kendisini ifade edebilmesine, ifade edebilme yeteneğine ve yaratıcı olabilmesine fırsat sunan özellikler taşımaktadır. Bu özellikler sayesinde birey kendi potansiyelini fark edebilmekte ve kendini gerçekleştirme imkanı yakalayabilmektedir.
- Rekreasyon, rekreasyon etkinliklerine katılım sonucunda bir deneyim olarak ortaya çıkmaktadır.

2.3.3. Rekreasyon ve/veya Rekreasyon Etkinliklerinin Sınıflandırılması

Rekreasyon kavramının ve rekreasyon etkinliklerinin anlam ve kapsamı, kişiler arasında ve toplumdan topluma farklı şekillerde karşılık bulmaktadır. Bu farklılığın ortaya çıkmasının temelinde kavramın içeriği, toplumların değer ve kültürel farklılıkları, ekonomik ve çevresel faktörler gibi birçok gerekçe bulunmaktadır. Toplumların ve bulundukları ülkenin, coğrafyanın gelişimi ve ekonomik yapısı da önem taşımaktadır. Bu unsurların değişiklik göstermesi, rekreasyon etkinliklerine katılım sayısını, rekreasyon etkinliğinin tercih nedenlerini, bireylerin eğlence anlayışını ve zevklerini doğrudan etkilemektedir ve sınıflandırma açısından farklılıklar yaratmaktadır. Rekreasyon etkinliklerinin sınıflandırılmasında diğer etkenler ise: bireyin boş zamanını nasıl değerlendireceği ile bağlantılıdır. Bireyin uzaklaşmak, dinlenmek, yalnız kalmak gibi isteklerini gerçekleştirmek için katılacağı, yapacağı etkinlikler ile insanlarla ilişki kurmak, sosyalleşmek için katılacağı, yapacağı etkinlikler farklılıklar göstermektedir. Tüm bu kurulan ilişkiler ve farklılık yaratan unsurlar, rekreasyon etkinliklerinin sınıflandırılmasında farklı yaklaşımlar bulunduğunu göstermektedir. Rekreasyon etkinliklerine katılım gösteren bireylerin farklılık gösteren istek, ihtiyaç ve amaçlarına göre bir rekreasyon türüne katılımı ortaya çıkmaktadır. Bu kadar farklı seçim, tercih ve ihtiyaç içerisinde rekreasyon etkinliklerinin sınıflandırılması farklılık göstermekte ve kesin bir sınıflandırma yapılabilmesi oldukça güç olmaktadır (Argan, 2007; Sandal, Karademir ve Toroğlu, 2011; Tan, 2019; Bulut, 2021).

Literatürde yaygın olarak kullanılan, farklı araştırmacı ve yazarların yaptığı genel kabul gören temel başlık sınıflandırmalarıyla beraber aşağıdaki başlıklar sınıflandırma tablosu olarak düzenlenmiş ve Tablo 2.2’de açıklanmıştır

Etkinliğe Katılım Şekli ya da Etkinliğin İçeriğine Göre <i>Yarı Aktif Rekreasyon:</i> Etkinliğin içinde doğrudan yer almadığı halde bir miktar çaba gösterme zorunluluğu barındıran etkinliklerdir (Spor müsabakasını gerçekleştirdiği alanda izlemek). <i>Aktif Rekreasyon:</i> Etkinlikte bireyin bizzat katılımcı olması gereken etkinliklerdir (Kaya tırmanışı yapmak). <i>Pasif Rekreasyon:</i> Etkinliği gerçekleştiren bireyin efor sarf etmesine gerek duyulmayan etkinliklerdir (Bilgisayar üzerinden film izlemek).
Etkinliğin Gerçekleştirildiği Mekâna Göre <i>Açık Alan Rekreasyonu:</i> Bireylerin katıldığı etkinliklerde doğa ile bütünleştiği etkinlikleri kapsamaktadır (Doğa yürüyüşü, kampçılık, kar sporları, su sporları). <i>Kapalı Alan Rekreasyonu:</i> Bireyin katıldığı etkinliğin insanlar tarafından oluşturulmuş bir kapalı alanda gerçekleştirilmesidir (Tiyatro salonuna giderek tiyatro izlemek).
Yararlılığına Göre <i>Olumlu Rekreasyon:</i> Bireylerin özgürce seçim yaptığı, kendi istek, arzu ve amaçlarına göre katılım sağladığı ve etkinlik sırasında bunların bireye haz olarak, yenilenme olarak geri bildirim sağladığı, bireye pozitif duygular yaşatan olumlu rekreasyon aktivitelerinden oluşan rekreasyon etkinliklerini kapsamaktadır. <i>Olumsuz Rekreasyon:</i> Bireylerin boş zamanlarını, toplumsal düzene zarar verebilecek, düzen ve huzuru tehdit edecek şekilde kullanabilecek olmasını açıklamaktadır.
Bireyin Etkinliğe Katılım Amacına Göre <i>Dinlenme:</i> Bireyin kendini, fiziksel ve ruhsal olarak dinlendirmeyi amaçladığı etkinliklerin tümünü kapsamaktadır. <i>Kültürel ve Sanatsal:</i> Opera, tiyatro, müze, antik kentler ve tarihi destinasyonların gezilmesi, bilgi edinim amacıyla ziyaret edilmesini ifade etmektedir. <i>Sportif:</i> Bireyin, sportif etkinliklerden herhangi birine, katılımcı ya da seyirci olarak katılarak boş zamanını değerlendirdiği etkinlikleri kapsamaktadır. <i>Toplumsal:</i> Kişinin kendi sosyal kimliğini geliştirmeyi amaçlayarak toplumsal faydaya etki eden rekreasyon türüdür. <i>Turizm:</i> Bireyin turistik amaçla bir yerden başka destinasyonlara yaptığı seyahatleri kapsamaktadır.
Yaş Faktörüne Göre <i>Çocuk:</i> Çocukların motor becerilerine, sağlıklı bir sosyal gelişimine ve öğrenme becerisine, fiziksel ilerlemesine ve yaratıcılığının gelişmesine faydalarının vurgulanması ve katılım gösteren çocukların entelektüel, duygusal ve sosyal yeteneklerinin gelişmesini sağlamaktadırlar. <i>Genç:</i> Bireyin, kişilik olarak oluştuğu dönemdir. Bu dönem bireyin, değişime, gelişime ve maceraya açık olduğu bir dönemdir. Bireyin güçlü, umutlu hissetmesi ve hayatla ilişkisine olumlu yönde fayda sağlamaktadır. <i>Yetişkin:</i> Bireylerin bu döneme kadar edindiği koşullar, hayatında sağladığı kaliteye bağlı olarak gerçekleştirebilecekleri rekreasyon etkinlikleridir. <i>Üçüncü Yaş:</i> Bireyin aktif olarak çalışmadığı, boş zamanın fazla olduğu bu dönemde bireyler yaşamlarının önceki dönemlerine göre sağlık ve fiziksel olarak çok daha zayıflardır ve hayata tutunmaya, ilişkileri sürdürmeye yönelik arayış ve amaçlara sahip olabilmektedirler. Bu başlık, belirtilen amaç ve ihtiyaçları karşılayan rekreasyon etkinliklerini kapsamaktadır.

Tablo 2.2. Rekreasyonun Sınıflandırılması

Kaynak: Sağcan, 1986; Tezcan, 1994; Karaküçük, 1999; Hazar, 2003; Karaküçük, 2008; Sevil, 2012; Hazar, 2014; Ardahan, 2016; Karaküçük ve Akgül, 2016; Birinci, 2018; Bulut, 2021; Bengi, 2021; Topaçoğlu, 2022; Tan, 2022.

Yerel Sınıflamaya Göre

Kırsal Rekreasyon: Kentsel yerleşimlerden uzak, arazi kullanımının yaygın olduğu ve barındırdığı doğal özelliklerle, su ve doğayla iç içe, dağlık arazilerde gerçekleştirilen rekreasyon etkinlikleridir (Balık tutmak, bisiklet sürmek, piknik, tırmanış, kuş gözlemi yapmak)

Kentsel Rekreasyon: Genelde kısa süreleri kapsayan, ulaşılması kolay ve ekstra uzun süreli boş zamanlar gerektirmeyen ve kent merkezlerinde gerçekleştirilen rekreasyon etkinlikleridir.

Katılımcıların Milliyetine Göre

Ulusal Rekreasyon: Yaşanılan ülke sınırları içerisinde gerçekleştirilen, bireysel, grup ya da kurum/kuruluşlar olarak gerçekleştirilen, katılım sağlanan rekreasyon etkinlikleridir.

Uluslararası Rekreasyon: Uluslararası nitelik taşıyan, ülkenin içinde ya da sınırları dışında; bireysel, grup ya da kurum/kuruluşlar olarak gerçekleştirilen, katılım sağlanan rekreasyon etkinlikleridir.

Etkinliğin Zamanına Göre

Günlük Rekreasyon: Bireyin hayatını sürdürdüğü veya kısa mesafelerle ulaşabileceği alanlarda gerçekleşen rekreasyon etkinlikleridir. Yetişkinler için çalışma saatleri dışındaki zamanlarını, çocukların okulda geçirdikleri zamanın dışında kalan zamanları kapsamaktadır.

Hafta Sonu Rekreasyonu: Bireylerin hayatın rutinleri, şehir yaşamının monotonluğu ve sorumluluklarından uzaklaşabilmek için yaşadıkları kentlerin yakınlarında ya da kırsal bölgelerde, bir gece konaklama tercih edebilecekleri ve bireysel ya da grup olarak gerçekleştirebilecekleri rekreasyon etkinliklerini kapsamaktadır.

Tatil Rekreasyonu: Tatil dönemlerini kapsayan (resmi tatiller, hafta sonları, yıllık izinler vb. boş zamanları kapsar) kültürel, sportif, yurt içi ve yurt dışı seyahatler gibi örneklendirilebilecek rekreasyon etkinlikleridir. Bu etkinlik tipi, yaşanılan yerin dışında ve belirli bir destinasyonda konaklama yapılarak gerçekleştirilmektedir.

Katılımcıların Sayısına Göre

Bireysel Rekreasyon: Bireylerin yetiştiği kültür ve çevreye, beceri, ilgi alanı, yetenek ve ihtiyaçlarına bağlı olarak seçtiği rekreasyon etkinliğini yalnız bir şekilde gerçekleştirdiği rekreasyon türünü kapsamaktadır.

Grup Rekreasyonu: Boş zamanlarını değerlendirirken seçtikleri rekreasyon etkinliklerine tek başına katılmak istemeyen bireylerin; kutlama yemekleri, oyunlar, sinema gibi herhangi bir etkinliğe en az iki kişi olarak katılmayı tercih etmeleriyle gerçekleşen etkinliklerdir.

Tablo 2.2. (devam) Rekreasyonun Sınıflandırılması

Kaynak: Sağcan, 1986; Tezcan, 1994; Karaküçük, 1999; Hazar, 2003; Karaküçük, 2008; Sevil, 2012; Hazar, 2014; Ardahan, 2016; Karaküçük ve Akgül, 2016; Birinci, 2018; Bulut, 2021; Bengi, 2021; Topaçoğlu, 2022; Tan, 2022.

Yapısal Açıdan Sınıflandırma

Mücadele Gerektiren Rekreasyon: Bireyin çoklu mücadele yeteneğini geliştirebilmektedir bu gelişimin temel sebebi etkinlik esnasında bireyin hem psikolojik hem de fiziksel olarak yoğun çaba sarf etmesidir. Kaya tırmanışı yapısı gereği yüksek risk barındırmaktadır. Bu etkinlik esnasında birey hem tırmanış için hem de hayatta kalma iç güdüsüyle başa çıkabilmek için bir efor sarf edebilmektedir.

Rekabet Gerektiren Rekreasyon: Bireysel ya da takım olarak katılım sağlanan ve etkinlik boyunca rekabet hissinin sürdüğü ve genellikle dışa dönük bireylerin tercih ettiği rekreasyon etkinliklerini kapsamaktadır.

Yaratıcılık Gerektiren Rekreasyon: Bireyin ilgi, tercih ve ihtiyaçlarına bağlı seçilen rekreasyon etkinlikleri içinde *estetik* kaygısı barındırabilen etkinliklerde yer almaktadır. Örneğin, resim çizmek, heykel yapmak gibi etkinlikler estetik kaygı barındırmakta ve yaratıcılık gerektirmektedir.

Etkinliğin İşlevsel Açısına Göre

Ticari Rekreasyon: Boş zamanın bir ücret ya da bir değer karşılığı değerlendirilmesini kapsamaktadır. Bu rekreasyon türü sunulan hizmetlerden faydalanılarak gerçekleştirilmektedir. Katılımcılar açısından çeşitli kolaylıklar sağlayan bu rekreasyon etkinliklerine; tema parkları, su altı dalış, kano, kamp gibi etkinlikler örnek gösterilebilmektedir.

Kamu Rekreasyon Programları: Herhangi bir şekilde kar amacı güdülmeden, farklı özelliklere sahip (yaş, cinsiyet, ilgi) birey ya da grupların beklentilerini karşılamak ve bireysel ve kamusal fayda güdülerek, belediyeler ve sivil toplum kuruluşlarının (gönüllü) gerçekleştirdiği rekreasyon programlarını kapsamaktadır.

Sosyal Rekreasyon: Bireyleri bir araya getirmeyi hedefleyen etkinlikleri ifade etmektedir. Örneğin; konferanslar, kokteyller, bayram ziyaretleri, kutlamalar.

Artistik-Yaratıcı Rekreasyon: Çeşitli ilgi alanlarına hitap eden, plan ve program özelinde gerçekleştirilen ve temelinde bireyin ilgili olduğu etkinliği gerçekleştirirken, yetenek, yaratıcılık, hayal gücü gibi özelliklerini ortaya çıkartmayı ve geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Sağlık (Wellness) Rekreasyonu: Bireylerin mevcut bir hastalığı olması durumunda bunu tedavi etmeyi amaçlayan, normal koşullardaki bireylerin ise bu sıhhatli halini devam ettirme amacı güden rekreasyon türüdür. Sağlıklı tutum ve davranışlar kazandırmayı amaçlamaktadır. Bu etkinliklere örnek olarak; hamam, masaj, hacemat tedavisi, sigara bırakma merkezleri örnek gösterilebilmektedir.

Fiziksel Rekreasyon: Farklı alanlarda gerçekleştirilebilen, fiziki gereklilik barındıran etkinlik türüdür. Örneğin; dalış, okçuluk, yürüyüş, geleneksel oyunlar, beceri gerektiren yarışmalar.

Terapatik Rekreasyon: Hasta, yaşlı ve engelli bireylerin eğlenebilmesi, mutluluk duygusunun canlandırılması ve toplumda yer edinebilmesi gibi özel amaçlar güden ve bu gruplar için özel olarak tasarlanmış etkinlikleri kapsamaktadır.

Kurum, Kuruluş, İşyeri Rekreasyonu: Şirketlerin, özel ve kamu kuruluşlarının çalışanları için boş zamanlarını değerlendirebilecekleri ve uzman kişiler tarafından hazırlanmış rekreasyon etkinlikleridir. Çalışanların verimliliğini artırmak, birbirleriyle sosyalleşmesini ve iyi vakit geçirmelerini sağlamak gibi amaçlar gütmektedir.

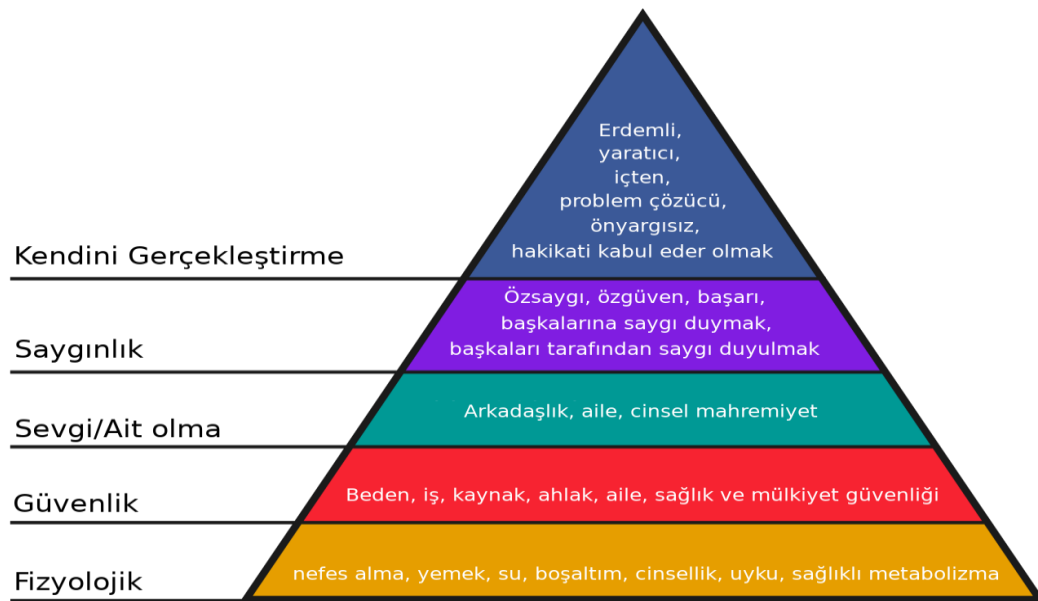
Tablo 2.2. (devam) Rekreasyonun Sınıflandırılması

Kaynak: Sağcan, 1986; Tezcan, 1994; Karaküçük, 1999; Hazar, 2003; Karaküçük, 2008; Sevil, 2012; Hazar, 2014; Ardahan, 2016; Karaküçük ve Akgül, 2016; Birinci, 2018; Bulut, 2021; Bengi, 2021; Topaçoğlu, 2022; Tan, 2022.

2.3.4. Rekreasyon İhtiyacı, Rekreasyon Etkinliklerine Katılım Nedenleri ve Faydaları

Rekreasyon etkinliklerine ruhsal, zihinsel ve fiziksel canlılık ve sağlık kazanmak için katılım gösteren bireyleri bu katılıma teşvik eden asıl motivasyon ihtiyaçları ve güdüleridir. İhtiyaç kavramı, varlığı bilinen bir şeyin yoksunluğunu çekmek, hissetmek anlamına gelmektedir. İhtiyaç kavramının en temel özelliği sınırsız ve sürekli olmasıdır. Rekreasyon kavramı, etkinliklerinin sağladığı faydalar ve önem dolayısıyla ihtiyaca yol açmakta ve ihtiyaçtan dolayı ortaya çıkmaktadır. Sanayileşmenin boş zaman kavramını geliştirmesi, rekreasyonun ortaya çıkışı, çalışma hayatlarındaki düzenlemeler ve imkanların artışıyla rekreasyon etkinlikleri bir ihtiyaç mahiyeti taşımaktadır. Ancak bireyler temel ihtiyaçlarını karşılayamadıklarında böyle bir ihtiyaç hissetmeyeceklerdir. Kısaca; rekreasyon etkinlikleri, birey ancak temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra bir ihtiyaç haline gelebilmektedir. (Karaküçük, 2005; Çelikkanat Paslı, 2021, Biliceli, 2022).

Maslow'un oluşturduğu ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidi, bireylerin temel ihtiyaçlarından, rekreasyon ihtiyacını açıklayabilecek olguyu destekleyecek sosyalleşme, ait olma ihtiyaçlarına kadar uzanmaktadır. Maslow'a göre ihtiyaçlar hiyerarşisi sıralaması şöyledir (Maslow, 1943);



Şekil 2.3. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi

Kaynak: Maslow, 1943

Rekreasyon ihtiyacının ve rekreasyon etkinliklerinin en baskın olduğu ve yoksunluğunun hissedildiği evre; fizyolojik ve güvenlik basamakları tamamlandıktan hemen sonra gelen sevgi/ait olma evresidir. Birey burada sosyalleşme, sevilme, ait olma iç güdüsünü tamamlamak ister. Bu ihtiyaç karşılanmadığında birey yalnızlaşabilir, depresyon gibi ağır sonuçlara gidebilecek psikolojik durumlar yaşayabilmektedir. Kendini gerçekleştirme ihtiyacında ise bireyler rekreasyon etkinliklerini basamak olarak kullanabilmektedirler. Bu etkinlikler aracılığıyla, gücünü, yaratıcılığını ve göstermek istedikleri yeteneklerini ortaya koyabilmektedirler. Rekreasyona duyulan ihtiyaçların temel sebebi, etkinlikler sonucunda bireylerin beklentilerine bulduğu pozitif karşılıklar, istenilen faydanın sağlanması gibi etkenlerdir. Bireyler rekreasyona ve rekreasyon etkinliklerine sağladıkları faydanın yanı sıra, bu faydaları arzulayan bireysel olarak hissettikleri ihtiyaçlardan dolayı da katılım göstermektedirler. Rekreasyon etkinliklerinin doğrudan ve dolaylı yoldan, bireysel ve toplumsal olarak sağladığı faydalar rekreasyon ihtiyacının temelini oluşturmaktadır. Kısaca; rekreasyon ihtiyacının temel sebebi sağladığı faydalardan kaynaklanmaktadır (Erkan, 1975; Koçel, 1982; Argan, 2007; Koçyiğit ve Yıldız, 2014; Birinci, 2018; Topaçoğlu, 2022).

Rekreasyona duyulan ihtiyacın nedenleri ve rekreasyon etkinliklerinin faydalarının neden olduğu ihtiyaç türleri farklı yazarlar, araştırmacılar ve akademisyenler (Broadhurst, 2001; Russel ve Jamieson, 2008; Günay Aktaş, 2016; Yayla ve Güven, 2019; Topaçoğlu, 2022; Biliceli, 2022) tarafından incelenmiş ve genel olarak fiziksel, toplumsal ve psikolojik olarak üç başlığa ayrılmıştır. Bunlar özetle Tablo 2.3'te belirtilmiştir:

Rekreasyona Duyulan İhtiyacın Nedenleri ve Rekreasyon Etkinliklerinin Faydaları	
İhtiyaç	Fayda
<i>Fiziksel İhtiyaç:</i> Bireyler, fiziksel sağlığın gelişmesine etki yaratabilmek, verimli bir şekilde iş hayatına dönebilmek, mutlu olmak ve yaşam kalitesine artırmak gibi kişisel ve fiziksel ihtiyaçlara karşılık bulabilmektedir.	<i>Fiziksel Faydalar:</i> Hastalık risklerinin azalmasında önemli rol oynamaktadır. Kas, solunum ve sindirim sistemlerinin sorunsuz çalışmasına fayda sağlar. Vücut gelişimi ve koordinasyonuna fayda sağlar. Beceri kazandırarak yeteneklerin ortaya çıkmasına yardımcı olur. Obezite olasılığını azaltır.
<i>Toplumsal İhtiyaç:</i> Toplum içindeki, birlik beraberlik duygusunun artırılması, demokratik bir bilinç yaratılması ve dayanışmanın pekişmesi gibi durumlarda ihtiyaçlara cevap verebilmektedir.	<i>Toplumsal Faydalar:</i> Bireylerin sosyal anlamdaki ihtiyaçlarına karşılık vermektedir. İletişimi güçlendirirken, karakter gelişime destek olmaktadır. Toplumsal ilişkilerin düzenlenmesine, kurulmasına, dayanışma ve yardımlaşma gibi toplumsal örgütlenmelere katkı sağlamaktadır.
<i>Psikolojik İhtiyaç:</i> Yoğun alanlardan açık alanlara gidilerek, çok hızlı ya da aktif bir hayatı biraz yavaşlatabilmek gibi ihtiyaçlara karşılık vermektedir. Rutin hayatın getirebileceği birçok olumsuz psikolojik durum, doğal çevre etkinliklerinin yaratabileceği olumlu etkilerle etkisini kaybedebilecek ve birey daha az etkilenecektir.	<i>Psikolojik Faydalar:</i> Olumsuz duygulardan arınmaya öncülük edebilir. Sinir sistemine ve zihnin rehabilite edilmesine pozitif etki eder. Özgürlük hissi yaratır. Zihnin kapasitesini artırmaktadır.

Tablo 2.3. Rekreasyona Duyulan İhtiyacın Nedenleri ve Rekreasyon Etkinliklerinin Faydaları

Kaynak: Tablo yazar tarafından oluşturulmuştur.

2.3.5. Rekreasyon Etkinliklerine Katılımı Etkileyen Faktörler ve Katılım Engelleri

Rekreasyon etkinliklerinin kişiye sağladığı faydalar sonucunda, etkinliklere katılım, ilgi ve merak giderek artmaktadır. Ancak her birey bu etkinliklere katılamamaktadır. Rekreasyon etkinliklerinin gerçekleştirilebilmesi ve katılım sağlanabilmesi için birçok koşula ve birçok etmenin bir araya gelmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Yeterli boş zaman, yeterli maddi güç ve katılım alanlarının uygunluğu gibi başlıca faktörler örnek olarak gösterilebilmektedir (Kaya, 2007; Biliceli, 2022).

Rekreasyon etkinliklerine katılımı etkileyen başlıca faktörler üç başlık altında oluşturulan bir modelde aşağıdaki gibi ele alınmaktadır (Crawford, Jackson ve Godbey, 1991; Çetinkaya, Yıldız ve Özçelik, 2016; Çavdar, 2019):

- **Kişisel Faktörler:** Katılımcının (bireyin) kendisinden (yaş, cinsiyet, medeni hal vb.), karakterinden ve yaşam şartlarından kaynaklanan, psikolojik (utangaçlık, depresyon, korku vb.) ve bireysel faktörleri (bireyin yaşadığı coğrafya ve yetiştiği kültür vb.) kapsamaktadır.

- **Kişilerarası Faktörler:** Seçilecek etkinliğe katılımı, grup olarak katılabilmek için bir kişi ya da birkaç kişi bulabilmek, zaman ayırabilmek ve madden yeterli bir güç sağlayabilmek tüm katılımcılar için eşit şartlar barındırmamakta ve farklılık göstermektedir.
- **Yapısal Faktörler:** Rekreasyon etkinliğinin gerçekleşeceği yerin ve katılımcı birey ya da bireylerin yaşadıkları yerdeki yapısal şartları barındırmaktadır. Rekreasyon alanına ulaşımı, rekreasyon etkinliğinin yapılacağı tesislerdeki ekipman, yerleşimin uygunluğu, zemin, personel gibi alanla doğrudan ilgili faktörleri ve rekreasyon alanlarının erişilebilirliğini kapsayan ve açıklayan faktörlerdir.

Katılımı etkileyen faktörlerin dört farklı başlıkta açıklandığı bir başka sınıflandırma ise şu şekilde belirtilmektedir (Sevil vd., 2012);

Mevsimsel Engeller: Hava durumunun doğrudan etkileyebileceği rekreasyon etkinlikleri, açık havada gerçekleştirilen rekreasyon etkinlikleridir. Etkinliğin türüne göre, kar ve yağmur olması, havanın sıcaklığı gibi durumlar önem arz etmektedir. Kapalı alanda gerçekleştirilen etkinlikler yapıları gereği sezonluk engellere daha az takılmaktadır.

Maddi Kaynaklar ve Rekreasyon Alanlarının Ulaşılabilirliği: Bireyin katılacağı etkinlik türünün ve etkinlik alanlarının, bireyin kendi maddi ve fiziksel yeterliliğine göre belirlenmektedir. Etkinlik alanının mesafesi, güvenlik durumu gibi faktörler bu duruma örnek olarak gösterilebilmektedir. Ekonomik durumlar olumlu ya da olumsuz şekilde etki gösterebilmektedir. Örneğin, madden rahat olan bireylerin rekreasyon etkinliklerine katılma istekleriyle beraber katılabilecekleri etkinliklerin çeşitliliği de artacaktır.

Sosyal Faktörler: Cinsiyet faktörü sosyal açıdan önemli bir engel olarak görülmektedir. Çalışan kadınlar, çalışan erkeklere göre iş dışında kalan zamanlarında toplumların ona yükledikleri sorumlulukları (çocuk bakmak, yemek yapmak, ev temizlemek vb.) yerine getirilmesi gibi işleri de vardır ve bunları gerçekleştirmekle meşgul olmaktadır. Diğer sosyal etkiler ise: inanış biçimi, toplumsal yargılar, toplumun etkinlikleri algılayış biçimi gibi durumlarla ortaya çıkmaktadır.

Fiziki Kaynaklar ve Popülarite (Moda): Bireylerin yaşadıkları dönem içerisinde deneyim ve değişen hayat şartlarıyla, ihtiyaç ve zevkleri de değişiklik gösterebilmektedir. Yaşanılan yerde rekreasyon etkinliğine katılım imkanları, katılım alanlarında bireyin hissettiği rahatlık ya da stres gibi durumlar öne çıkmaktadır. Popülarite ve moda ise şöyle açıklanabilir, giderek ünlenen bir alanda etkinliği gerçekleştirebilmek için birey maddi ve fiziki tüm şartlarını zorlayabilmektedir.

2.4. Macera Rekreasyonu

Macera, bilinçli ve istekli bir şekilde sonuçları belirsiz olan olay, durum ve etkinliklere katılmak ve bu katılıma neden olan ruh halini yansıtan bir kavram olarak görülmektedir. Ayrıca kimi bireyler için insani bir ihtiyaç olarak ortaya çıkabilmektedir. Tarihsel süreçte bilinmeyenlerin keşfedilmesi, zengin olmak amacıyla seyahat etmek gibi farklı düşüncelerle ortaya çıkan ve hedef belirlendikten sonra doğrudan hedefe ulaşma yolunda önemli bir araç olarak görülen macera olgusun zaman içerisinde uğradığı değişimler, üzerine çektiği ilgiler, barındırdığı farklı özellikler nedeniyle kendisi bir hedef unsuru olarak görülmeye başlamış ve serbest zamanlarını bu alanda değerlendirmek isteyen katılımcılar için özel bir ilgi alanı olarak yerini almıştır. Serbest zamanlarını bu etkinliklerine katılarak geçirmek isteyen bireyler, heyecan uyandırıcı deneyimler yaşayabilirken diğer yandan yüksek düzeyde sakatlık ve ölüm gibi risklerle karşı karşıya kalabilmektedir. Macera tutkunları tüm bu unsurlara rağmen tutkuları uğruna gösterdikleri tercih ve davranışlarla turizm endüstrisi içerisinde hızla gelişen yeni bir sektörün doğmasına neden olmuş ve macera etkinliklerinin sağlık, din, iş, spor, sağlık ve dinlenme gibi temel turizm başlıklarından bir tanesi olmasına katkı sağlamışlardır. (Gülcan, 2004).

Priest (1992) macera kavramını, “aktivitenin doğasında olan risklerin ve bireyin aktivite öncesinde ve sırasında hissettiği belirsizliği gidermek için kişisel yeterliliğini uyguladığı zorlu deneyimler” şeklinde tanımlarken, Little (2002) macerayı zihinsel bir süreç olarak görmekte ve bu sürecin barındırdığı tehlike, risk ve zorluk hisleri sayesinde macera deneyiminin hissedilip yaşanabileceğine vurgu yapmaktadır. Macera rekreasyonunun kabul edilen en yaygın tanımı ise Ewert ve Hollenhorst’un (1997) “doğal çevre ile etkileşim kurarak, gerçek veya belirgin bir tehlike unsuru içeren çeşitli faaliyetlerin, sonucunun belirsiz olması ve katılımcıların yapılan aktiviteden ve bulundukları ortamdan etkilenmeleri” şeklinde yapılmış olan tanımıdır.

Tüm bu tanımlar sonucunda macera rekreasyonlarının ana motivasyon unsuru riski göze alabilmek ve macera arayışı olarak görülebilmektedir (Bingöl, 2021: 249).

Macera rekreasyonu ile macera turizmi aralarında birbirlerini tamamlayıcı ve yakın bir ilişki barındırmaktadırlar. Macera rekreasyonu, “sonuçların kesin olmadığı ve bu sonuçların katılımcılarca etkilendiği, genellikle doğal bir çevrede gerçekleştirilen, algılanan veya gerçekleşen tehlike elemanlarını kapsayan rekreasyonel faaliyetlerdir” (Ewert ve Hollenhorst 1995: 21). Macera turizmi ise “turistik deneyimin katılımcısı, hazırlanması ve yönetiminin karşılıklı alınan ve katılımcının her zamanki ikametinden uzak bir doğal bir çevrede gerçekleşen, geniş bir faaliyet alanına sahip açık hava turizm faaliyetleridir” (Hall ve Weiler, 1992: 143).

2.4.1. Macera Rekreasyonu Kavramı: Macera Rekreasyonuna Katılımı Etkileyen Faktörler ve Motivasyonlar

Macera kelimesinin kökeni latince olarak “venio” anlamına gelen “her ne gelirse” kelimesinden türetilmiş olsa da tam olarak anlamının bilinmediği ifade edilmektedir. Türkçe’ye Arapça’dan geçen macera kelimesinin Türkçe sözlüğündeki anlamları ise “baştan geçen heyecanlı, ilginç olay ya da olaylar dizisi, serüven, tehlikeli eylem” şeklinde karşılık bulmaktadır (Gülcan, 2004: 3; Howard, 2009: 18-20; TDK, 2024).

Macera rekreasyonu, doğayla etkileşimli olarak gerçekleştirilen, algılanan ve gerçekleşebilen çeşitli tehlike unsurları içeren, sonuçların belirsiz olduğu (belirsizlik kavramının karşılığı katılımcının becerisi ve etkinlik esnasında sergileyeceği hareketlerden dolayı etkinlik sonucunun değişiklik göstermesi olarak kabul edilmelidir) ancak katılımcıdan ve koşullardan etkilenebildiği, fiziksel ve entelektüel bir zorlayıcılık barındıran bir serbest zaman biçimi olarak tanımlanabilmektedir. Macera rekreasyonu etkinlikleri esnasında bireyler doğa ile etkileşime girerken, doğaya meydan okumaktadır ve stresle başa çıkabilmeyi gerektiren durumlarla karşılaşabildiği açık hava etkinlikleri olarak da görülmektedir (Kaynak, 2022).

Ewert vd. (2013) tarafından yapılan çalışmada macera rekreasyonu kavramı ile oluşan deneyimler açıklanmak için: *odaklanma, farkındalık, eylemin kendisi, kişisel kontrol, yoğun haz, benlik hissi, etkinliğin doğasında olan zorluklar ve bu zorluklara cevap verebilme becerisi*” kavramları kullanılmıştır. Bu özellikleri ve sağladığı deneyim ile klasik boş zaman değerlendirme etkinlikleri ve rekreasyon etkinliklerinin

ötesine geçen macera rekreasyonu etkinliklerinin deneyimi stres ve korku ile başa çıkmayı kolaylaştıran, farkındalık kazandıran, hayatın yorumlanması ve anlamlandırılmasına katkı sağlayan ve farklı bakış açısı oluşturan özellikleri sayesinde bireyde bu mekanizmalar gelişim göstermesine katkı sağlayabilmektedir. Ayrıca sosyal fiziksel ve psikolojik faydalar da sağlayan macera etkinlikleri yenilik, heyecan, kaçış ve keşif deneyimleri de sunabilmektedir (Bingöl, 2021).

Macera etkinliklerine katılan bireyler farklı duygular ve amaçlarla katılım göstermektedirler. Tehlike duygusunu, belirsiz sonuçlarla karşılaşma olasılığıyla gerçekleştirmeyi göze alan bireyler etkinlik esnasında yaşayacakları korku, meydan okuma, rekabet duygusu gibi hisleri zirvede hissetme isteği ile katılım gösterebilecekleri gibi başarı duygusu, beceri kazanma veya geliştirme ya da rutin bir hayattan uzaklaşmak niyetiyle de macera etkinliklerine katılım gösterebilmektedirler. Doğa yürüyüşü etkinliğine katılan bir katılımcı doğanın tadını çıkartma motivasyonu ile katılım gösterirken, kaya tırmanışı etkinliğine katılım gösteren katılımcının motivasyonu meydan okuma davranışı olabilmektedir (Buckley, 2012; Lee ve Tseng, 2015).

Bireylerin motivasyonel davranışları, farklı etkinlik arayışları ve rutinin dışına çıkma arzuları gibi faktörler sonucunda bireyler adrenalin dolu deneyimlere eğilim gösterebilmektedir. Macera rekreasyonu bireylerin bu noktada aradığını bulmaları konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Bireylerin bu etkinliklere katılma motivasyonları: adrenalin, risk alma, özgüven artışı, zorlukla başa çıkma, başarıma hissi gibi çeşitli şekillerde ortaya çıkabilmektedir. Bireyleri macera rekreasyonu etkinliklerine iten tüm bu faktörleri psikolojik faktörler, nörobiyolojik faktörler ve sosyal faktörler olarak üç başlıkta sıralayabilmek mümkündür (Nahum ve Bavelier, 2020: 126; Kaya, 2020, Kılavuz, 2022: 80).

2.4.1.1. Macera rekreasyonuna katılımıda psikolojik faktörlerin etkisi

Psikoloji insanın tüm hayatını etkileyen kompleks bir yapıya sahip konumda bulunmakta ve bireylerin hayatları boyunca katılacakları etkinliklere, gerçekleştirecekleri olaylara eğilim göstermelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bireylerin macera rekreasyonu etkinliklerine katılımıda psikolojik olarak teşvik eden faktörler: heyecan arayışı, özgüvenin artması, doğaya olan bağlılık, risk alma eğilimi ve yeni deneyimler isteği olarak sınıflandırılmaktadır. Kişisel sınırların zorlanması ve

deneyimlerin sıradanlığın dışında olması beklentisi bireylerin arzularının altında yatan temel sebepleri yansıtabilmektedir. Bireylerin macera rekreasyonu etkinliklerine karşı ilgilenim düzeylerini, eğilimlerini şekillendirme noktasında önemli bir rol oynayan faktörler şu şekilde açıklanmaktadır (Gregory, 1994; Philips, 1997; Cater, 2012):

Heyecan Arayış ve Merakı: Yeni, sıradan olmayan ve meydan okuma barındıran deneyimler arayan bireyler hayatlarına heyecan katmak amacıyla macera rekreasyonu etkinliklerine yönelebilmektedirler.

Özgüven Artırma ve Kendini Aşma Arzusu: Bireyler macera rekreasyonu etkinlikleri sayesinde kendilerini zorlama fırsatı bulmaktadır. Kendilerini zorladıkları durumları aştıklarında başarı hissi elde edebilme fırsatına sahip olmaktadırlar. Zorlu bir etkinliği başarıyla gerçekleştirebilen kişide bu duygular pozitif anlamda ortaya çıkabilmekte ve bireyin katılım göstermesine teşvik edebilmektedir.

Doğaya Bağlılık: Ruhsal anlamda tatmin sağlamak ve doğayla bağlantı kurmaktan hoşlanan kişiler için doğayla etkileşimden kopmamak gibi sürekli hale getirilebilecek duygular sağlayan macera rekreasyonu etkinlikleri güzel manzaralar, farklı doğa deneyimleri gibi etkinlikler sayesinde bireylerde psikolojik bir rahatlamaya ve gelişime yol açabilmekte dolayısıyla kendisine çekebilmektedir. Aynı zamanda doğa etkileşimi sayesinde şehir yaşamının bunalımından uzaklaşabilme fırsatı yakalayan bireyler streslerini azaltabilir ve ruhsal bir iyi oluş süreci yaşayarak tekrar katılım gösterme eğilime girebilmektedirler.

2.4.1.2. Macera rekreasyonuna katılımda nörobiyolojik faktörlerin etkisi

Adrenalin ve dopamin hormonlarının salınımı, stresin azalması, doğa ile kurulan bağ sonucunda sinirsel rahatlamalar, dış etkenlerin beyin üzerinde işlevsel ve yapısal değişikliklere sebep olması gibi birçok neden macera rekreasyonu etkinliklerine katılımda nörobiyolojik faktörlere değinmeyi gerekli kılmaktadır. Beyinde gerçekleşen tüm bu süreçler insanların etkinliklere karşı olan ilgi ve eğilimlerini, yaşadığı deneyimleri doğrudan etkilemektedir. Bu süreçler ve olaylar şu şekilde açıklanabilmektedir (Nahum ve Bavelier, 2020; Engeroff vd., 2019).

Adrenalin ve Dopamin Salınımı ile Beyindeki Ödül Mekanizması: Macera rekreasyonu etkinlikleri bireylere heyecan, risk ve belirsizlik durumları yaşatarak beynin adrenalin ve dopamin hormonları salgılamasına neden olmaktadır. Beynin ödül

merkezi sistemleri bu deneyim ve başarılar neticesinde aktif hale gelmekte ve bireye mutluluk hissiyatı vererek benzer deneyimleri tercih etmesindeki eğilimlerinin etkilenmesine neden olmaktadır.

Stresin Azaltılması: Gerçekleştirilen etkinlik sonrasında birey rahatlama ve zihinsel bir huzur hissi yaşayabilmektedir. Fiziksel ve ruhsal anlamda hayatına hareket ve tatmin katan birey, stresten uzaklaşmak için etkinliklere katılımlar konusunda tercihlerini aynı yönde devam ettirebilmektedir.

Beynin Çalışma Mekanizmasında Doğal Çevrenin Etkisi: Doğal ortamlarda vakit geçirmek ve doğal ortamlarla çeşitli şekilde bağlantılar kurmak sağladığı görsel manzaralar, duygusal ve bilişsel olarak sessizlikte vakit geçirmek gibi faydaları nedeniyle beyinde olumlu sinyaller yaratabilmektedir. Bireyler yaşadığı farklı deneyimler sonucunda çeşitli duygu ve hislere kapılmakta ve bunun sonucunda beynin farklı merkezleri aktive edilmektedir. Beynin gündelik rutinden uzaklaşarak farklı noktalarını çalıştırması, sinirsel bağlantıları güçlendirebilmekte ve öğrenmeyi destekleyecek şekilde gelişim gösterebilmektedir.

2.4.1.3. Macera rekreasyonuna katılımda sosyal faktörlerin etkisi

İnsan sosyal bir varlık olarak yaşamını sürdürmekte ve çevresinden oldukça etkilenmektedir. İnsanın sosyal çevresini oluşturan aile, arkadaşlık ilişkileri, toplumsal değerler ve sosyal medya gibi unsurlar bireylerin farklı etkinliklere katılım göstermesinde önemli rol oynayabilmektedirler. Aileden bir üyenin daha önce amatör ya da profesyonel olarak gerçekleştirdiği bir etkinliğe teşvik ya da arkadaş grubuyla gerçekleştirilen etkinlikler, sosyal medyada popüler hale gelen etkinlikler doğrudan macera rekreasyonu etkinliklerine katılımı etkileyebilmektedir. Sosyal etkileşimler bireylerin macera rekreasyonu etkinliklerine katılımı şu şekillerde etkileyebilmektedir (Mackenzie ve Hodge, 2020; Kılavuz, 2022):

Sosyal Çevre ve Sosyal Çevre ile Etkileşim: Bireyler çevresinde yer alan aile ve arkadaş gruplarıyla etkinliklere katılma arzusunda olabilmektedirler. Aile ve arkadaşlık ilişkilerini geliştirmek başta olmak üzere, yeni insanlar tanımak ve yeni bağlantılar kurmak gibi birçok sosyal etkileşimi destekleyici ve kuvvetlendirici bir unsur olarak macera rekreasyonu etkinlikleri ele alınabilmektedir. Öneri ve teşviklerle etkinliklere katılım gösteren bireyler hem katılımın artmasında hem de kişisel olarak bağlantıların güçlenmesine etki etmesi sayesinde etkinliklere katılım eğilimlerinde

sıklık gösterebilmektedir. Sosyal bir varlık olan insanın her yönden iyi halde olmasına katkı sağlayabilecek bu etkinliklere bireysel ya da grup olarak katılımında sosyal çevre ve sosyal çevre ile etkileşim önemli bir motivasyon unsuru olarak yer almaktadır.

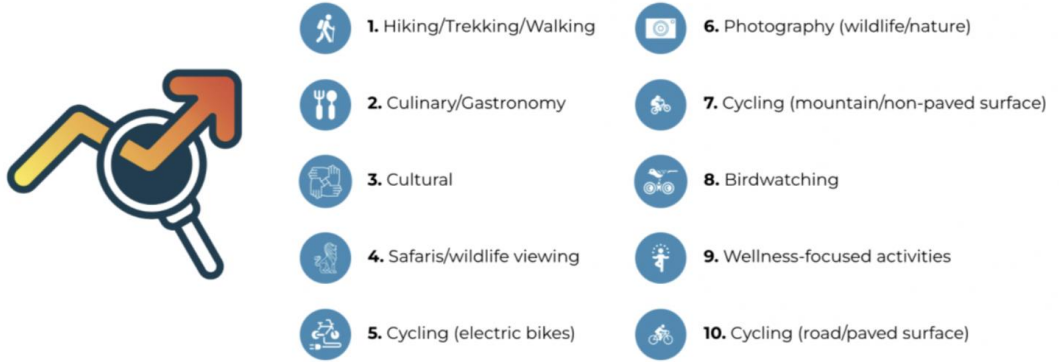
Toplumsal Kabul ve Popülarite: Gündelik yaşam üzerindeki sosyal medya etkisi ve diğer tüm kitle iletişim araçları sayesinde belirli bir etkinlik türü popüler hale gelebilmektedir. Bireyler popüler hale gelen etkinliğe katılım konusunda trendi takip etme eğilimi gösterebilmektedir. Toplumun genelinde yaygınlaşan, kabul gören ve popüler hale gelen etkinlikler katılımı doğrudan etkileyebilmekte ve arttırabilmektedir.

Sosyal Medya Etkisi: Bireyler katılım gösterdikleri etkinlikleri sosyal medya hesaplarında paylaşabilmekte ve etkileşimde oldukları kişileri görsel anlamda etkileyebilmektedir. Aynı zamanda sosyal medyadan etkilenecek bir etkinliğe katılım gösteren bireyler, etkilenecek katılım gösterdikleri etkinlikleri paylaşma eğilimi gösterebilmektedirler. Sosyal ağların sağladığı bu paylaşım zinciri sayesinde bireyler katılım göstermeye, benzer deneyim yaşamaya eğilim gösterebilmektedirler.

2.4.2. Macera Rekreasyonu Türleri ve Sınıflandırılması

Macera kavramı gelişen şartlar ve değişen zaman içerisinde insanlar tarafından farklı şekillerde algılanmıştır ve gün geçtikçe hedefe ulaşmak için bir amaç unsuru olarak kullanılan bu kavram kendisi bir hedef haline gelmiş ve bunun sonucunda özel bir ilgi alanı ve turistik bir ürün olarak turizm içerisinde yer almaya başlamıştır. Yaşam şartlarındaki değişiklik ve kent yaşamından uzaklaşma arzusu insanların zamanla turizm üzerindeki talepleri üzerinde doğrudan etki göstermeye başlamış ve insanların yeni destinasyonlar, yeni deneyimler aramasına neden olarak macera turizmi gibi alternatif turizm çeşitlerinin tercih edilirliğini ve popülerliğini artırmasında önemli bir etken olmuştur (Gülcan, 2004; Çetinkaya, 2014).

“HOT” TRENDING ADVENTURE ACTIVITIES



Q: What is your organization's perception of adventure travel activity trends, based on consumer demand and bookings in 2023 and going into 2024?
Base: All respondents excluding those left blank (n=169)
Source: 2024 Adventure Tour Operator Snapshot Survey



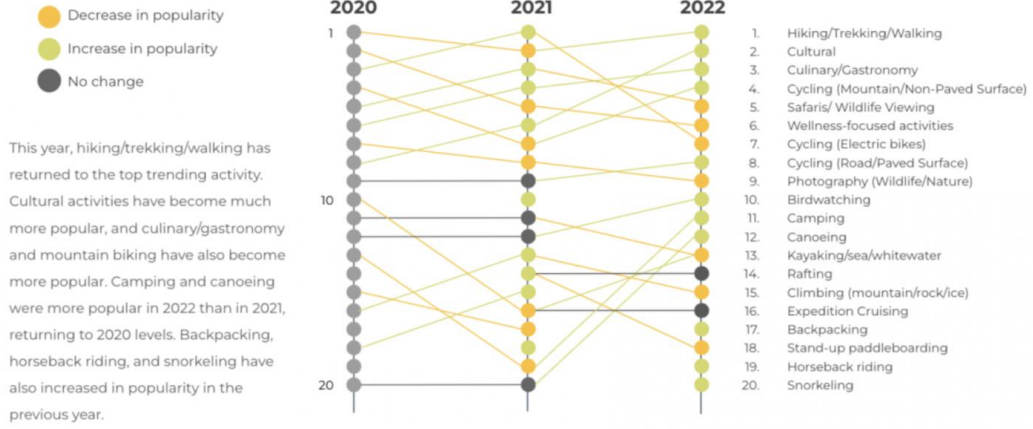
Resim 2.1. En Popüler Macera Aktiviteleri (2024 yılında düzenlenmiştir)

Kaynak: <https://learn.adventuretravel.biz/research/2024-adventure-travel-industry-snapshot>

Resim 2.1’de yer alan sıralama ATTA (Adventure Travel Trade Association) tarafından gerçekleştirilen anket sonucunda tur operatörlerinin verilerinden faydalanılarak en fazla talep edilen macera etkinliklerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Listenin birinci sırasında doğa yürüyüşü yer alırken, vahşi yaşam gözlemciliği dördüncü sırada yer almaktadır. Resim 2.2’de ise doğa yürüyüşünün son üç yıldır ilk sıralardaki yerini koruduğu göze çarpmaktadır. Genel olarak etkinliklerin tercih edilirliliği veya popülaritesi yorumlanacak olursa: bu yıl yürüyüş, en çok tercih edilen aktivite arasına geri döndü. Kültürel faaliyetler çok daha popüler hale geldi ve gastronomi ve dağ bisikleti de daha popüler hale geldi. Kamping ve kano 2022’de 2021’e göre daha popüler hale geldi ve 2020 seviyelerine geri döndü. Sırt çantasıyla gezme, ata binme ve şnorkelli yüzmenin de popülaritesi geçen yıl artmıştı (<https://www.adventuretravel.biz>, 2024).



ACTIVITIES: COMPARING 2020-2022



Resim 2.2. 2020-2022 Yılları Arasında Aktivitelerin Tercih Edilme Durumlarına Göre Sıralanması (2023 yılında düzenlenmiştir)

Kaynak: <https://learn.adventuretravel.biz/research/2024-adventure-travel-industry-snapshot>

Türkiye’de macera turizmini tercih eden bireyler genellikle orta ve üst düzey ekonomik koşullara sahip ve eğitim seviyesi yüksek bireyler olarak karşımıza çıkmaktadır. Macera turizmi etkinliklerinde dağ bisikleti, kanyoning, trekking, kano rafting ve yamaç paraşütü gibi etkinlikler yapılmakta ve Türkiye macera turizmi gelişim endeksine göre gelişmekte olan ülkeler içerisinde 14. ve 23. Sıralar arasında yıllara göre değişerek yer almaktadır. Macera turizm potansiyeli oldukça yüksek olan Türkiye’nin yıllardır bu sıralarda yer alması önemli bir planlama ve strateji geliştirilmesine ihtiyaç olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır (TÜRSAB, 2014).

Yıl	Değerlendirilen Ülke Sayısı	Türkiye’nin Sırası	MTGİ Puanı	Sıralamadaki Değişim Durumu
2008	163	19	111	****
2009	167	14	91	+5
2010	163	15	95	-1
2011	163	16	95	+1
2013	163	19	105	-3
2015	163	18	117	+1
2018	163	23	123	-5
2020	163	23	121	0

Tablo 2.2. Türkiye’nin MTGİ (Macera Turizmi Gelişim İndeksi) Sıralamasındaki Yeri

Kaynak: Yıldız, 2022 (Yazar ilgili yıllara ait MTGİ raporlarından derlemiştir).

Dünyada ve Türkiye’de giderek gelişim gösteren macera turizmi farklılık ve değişim arayışı içinde olan aynı zamanda tehlike ve yüksek riskten haz alan bireylerin tercih ettiği macera etkinlikleri, insanı var olduğu negatif durumlardan ve rutin hayattan uzaklaştırarak yeni deneyimler, bilgiler ve yüksek seviyede adrenalin sağladığı için gittikçe yaygınlaşmaktadır. Karada, suda ve havada gerçekleştirilen ve içeriğinde hepsinin bir arada yapılabildiği birçok etkinlik tarzı bulunduran macera rekreasyonu etkinliklerinin taşınması gereken mücadele, meydan okuma ve risk gibi bazı özellikleri taşıdığı sürece her şartta ve koşulda gerçekleştirilebilmesi mümkündür (Kaba, 2016; Türk, 2020).

Kara	Su	Hava	Karma
Halatla Kaya İnişi	Dalga Sörfü	Balon Turu	Macera Yarışları
Sırt Çantalı Seyahat	Su Kayağı	Bungee Jumping	Doğayı Koruma Gezileri
Bisiklet	Rafting	Kaya Atlayışı	Kültür Turları
Motosiklet	Tüplü Dalış	Planör	Hedonizm Deneyimi
Avcılık	Su Kayağı	Yamaç Paraşütü	Kendini Bulma Turları
Kaya Tırmanışı	Rüzgar Sörfü	Yelken Uçuşu	Vahşi Yaşam Turları
Dağcılık	Tekne İle Keşif Seyahati	Paraşütle Atlama	
Mağara Gezisi	Şinorkel		
Doğa Yürüyüşü	Yelken		
At Biniciliği	Kano		
Vahşi Doğa Gözlemciliği	Kanyon Gezileri/Geçişleri		
Yön Bulma			
Atv Turu			
Kızak			
Snowboard			

Tablo 2.3. Pomfret (2006)’in Macera Turizmi Sınıflandırması

Kaynak: Pomfret (2006)

Değişen koşullar ve tarihsel sürecin de etkisiyle sınıflandırmalar içerisinde yer alan bazı etkinlikler özelliğini yitirirken yeni etkinlikler de ortaya çıkabilmektedir. Avcılık, keşif seyahatleri, zengin olmak amacıyla yapılan araştırmalar gibi etkinlikler zamanla ilgisel bir düşüş yaşarken, wingsuit gibi yeni ve benzersiz deneyimler de ortaya çıkabilmektedir (Topaçoğlu ve Kılavuz, 2022).

Bu sınıflandırmaların yanında Swarbrooke ve diğerleri (2003) ve Özen (2017)'nin aktiviteleri yumuşak ve sert olarak sınıflandırması da yer almaktadır. Kara tabanlı macera etkinliklerinden “kamp, doğa bisikleti, kuş gözlemciliği, doğa yürüyüşü, ATV turu”, su tabanlı macera etkinliklerinden “yelken, kano”, hava tabanlı macera etkinliklerinden “balon” ve karma etkinliklerden “yön bulma, kendini bulma turları” gibi etkinlikler “yumuşak macera etkinlikleri” olarak sınıflandırılmaktadır. “Sert macera etkinlikleri” ise daha fazla risk ve beceri gerektiren “dağ tırmanışı, bungee jumping, kaya atlayışı, dalış, vahşi yaşam izleme” gibi etkinlikler olarak sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmalarda önemli bir etken olarak turistlerin macera, risk algılarından söz edilebilmektedir. Balon turu yumuşak bir macera etkinliği olarak sınıflandırılrsa da hiçbir beceri ve deneyimi olmayan birisi için heyecan verici ve yeterince riskli olarak algılanabilecektir. Özetle; kişilerin bakış açıları, deneyim, yeterlilik, beceri ve kişilik faktörleri etkinliklerin seçiminde eğilimleri doğrudan etkileyen unsurlar olarak görülmektedir (Swarbrooke, vd., 2003).

Kişisel olarak değişen macera algısı nedeniyle kişiden kişiye aynı etkinliğin farklı zorluk seviyesinde algılanacağına değinilmiştir. Literatürde bazı etkinlikler genel anlamıyla macera kavramıyla bütünleştirilmekte ve macera etkinliği olarak nitelendirilmektedirler. Genel hatlarıyla kara, hava, su ve karma olarak sınıflandırılan macera etkinliklerinin hepsinin açık havada ve doğayla bütünleşik olarak yapılması nedeniyle bir açık ve kapalı alan sınıflandırılması gerçekleştirilmektedir. Açık alan macera rekreasyonu etkinlikleri: “Dağcılık ve Tırmanış, Yamaç Paraşütü, Paraşütle Atlama, Wingsuit, Kampçılık, Doğa Yürüyüşleri, Bisiklet Turları, Dalış, Kaya ve Buz Tırmanışları” olarak sınıflandırılmaktadır (Cater, 2012: 12; Kaya, 2020: 65.67).

Macera etkinliklerinin yalnızca açık havada gerçekleştirilebileceği vurgusu ve doğa temelli olarak görülmesi nedeniyle başka bir ortamda gerçekleştirilemeyeceği görüşü literatür tarafından sıkça vurgulanmakta ve yaygın bir görüş olarak yer almaktadır. Ancak tüm bu ifadeler teknolojinin ilerlemesi, turizm tercihlerinin ve

planlarının değişiklikler göstermesi nedeniyle gün geçtikçe eksik kalmaktadır. Macera rekreasyonu etkinlikleri günümüzde kapalı alanlara ve hatta sanal ortamlara kadar kendine yer bulmakta ve katılımcılara macera deneyimi sunabilecek çeşitli aktiviteleri bünyesinde barındırmaktadır (Priest ve Bunting, 1993; Kaya, 2020; Topaçoğlu ve Kılavuz, 2022). Bunlardan bazıları şu şekildedir:

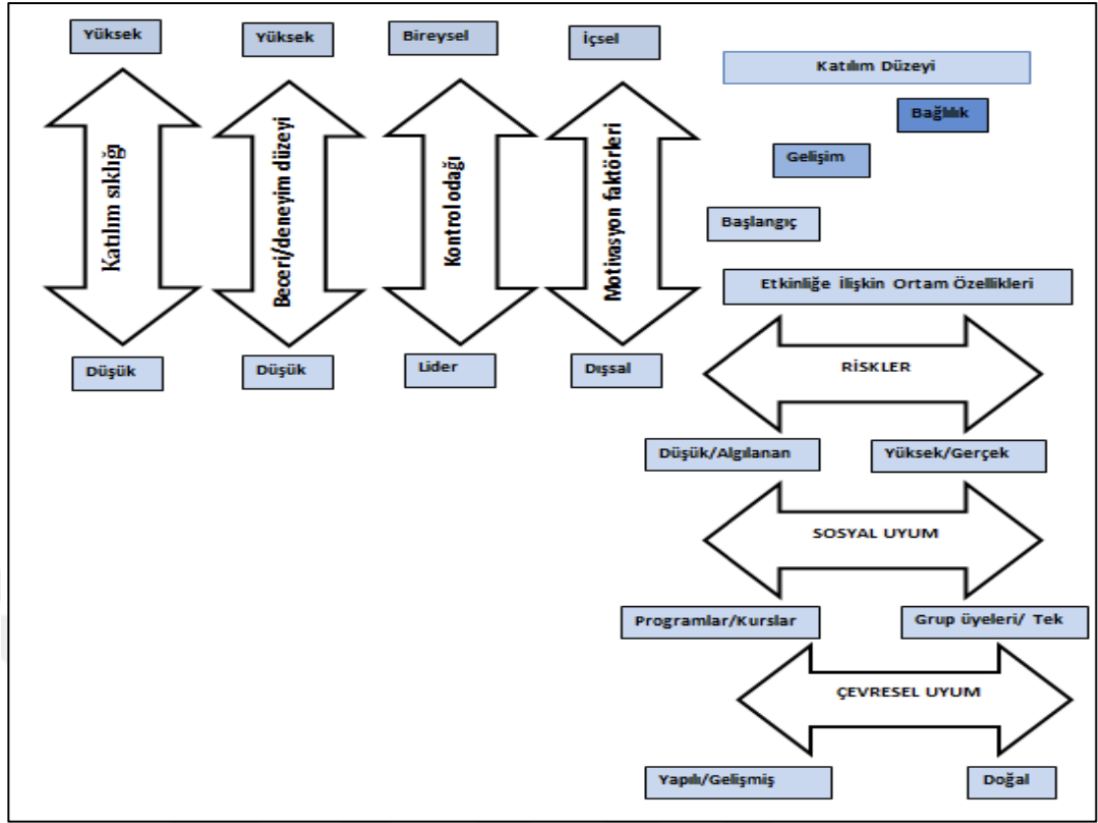
- **Kapalı Macera Parkurları:** Kapalı alanlar içerisinde inşa edilmiş parkurlar bünyesinde tırmanma duvarları, ip parkurları, zorlayıcı engeller, manzaralı rotalar gibi farklı şekilde etkinlik türleri barındırmaktadır. Bu şekilde etkinlikleri kapalı bir alana taşıyarak benzer şekilde bir deneyim sunabilmektedir.
- **Sanal Gerçeklik (VR) Macera Oyunları:** İnsanlara doğal ortamlar dışında da macera etkinliklerini yaşatabilmek için kullanılan sanal gerçeklik teknolojisi sayesinde, sanal dünyalarda dağcılık, yamaç paraşütü, balon, kano, rafting gibi birçok etkinliğin simüle edilmesi sağlanmaktadır.
- **Macera Sporları Merkezleri:** İç mekanlar kullanılarak macera etkinliklerinin gerçekleştirildiği bu merkezlerde simülatörler kullanılarak deneyim yaşatılabilmektedir. Dalış, kanyon turu gibi etkinliklerin gerçekleştirilmesi için doğal ortamın özelliklerini taklit ederek kurulan bu merkezler de macera rekreasyonu deneyimi sunmaktadırlar.

2.4.3. Macera Rekreasyonu Modeli (Adventure Recreation Model)

Ewert ve Hollenhorst (1989) tarafından geliştirilen Macera Rekreasyonu Modeli, macera rekreasyonu etkinlikleri katılımcılarının özelliklerini belirleyebilmek, tanımlayabilmek ve modelin doğal ortamlardaki kullanımlarını tanımlamak amacıyla geliştirilmiştir. Modelde bireysel özellikler, katılımcı özellikleri, yetenekler ve tercihler olarak üç katılım seviyesi ile değerlendirme yapılmaktadır. Bu modelin uygulanabilirliği “doğal evre ile etkileşimi” barındırması nedeniyle yapay alanlarda gerçekleştirilen etkinlikler için geçerli olamayabilmektedir. Macera rekreasyonu etkinlikleri sonuçları belirsiz olan ve sonuçların katılımcıların farklı özelliklerinden etkilendiği, genellikle açık alanlarda ve doğa ile etkileşim halinde gerçekleştirilen, risk algısı oluşturan ve tehlike unsurları barındıran rekreasyonel etkinliklerdir (Ewert ve

Hollenhorst, 1995: 21-26). Bu tanım “Macera Rekreasyon Modeli”nin geliştirilmesinde kavramsal çerçevenin oluşturulmasına zemin hazırlamıştır.

Modelde katılımcının başlangıç seviyesinden bağıllık seviyesine doğru ilerlemesi önerilmiştir. Başlangıç yani tanıtım aşaması tecrübesiz ya da çok az katılım göstermiş katılımcıları kapsamakta ve bu nedenle etkinlik bir liderin kontrolünde gerçekleştirilmektedir. Katılımcılar tarafından riskler olduğu halinden daha düşük düzeyde algılanmaktadır. Başlangıç düzeyinde etkinlikler genelde gelişmiş ya da kontrol edilebilirliği daha yüksek olan ortamlarda gerçekleştirilmektedir. Gelişim düzeyinde katılımcıların geçmiş deneyimlerinden elde ettikleri beceriler devreye girmektedir. Gelişim düzeyinde katılımcıların algıları ne istediklerini belirleyebilecek düzeyde gelişmiş ve etkinlik esnasında kontrolü alma ihtiyacı doğmaya başlamıştır. Riskler giderek artmakta ve katılımcı da sonuçları daha az tahmin edilebilen daha doğal ortamlarda etkinliği gerçekleştirmek istemektedirler. Bağıllık düzeyine ulaşan katılımcılar etkinliklere dair bir bağ oluşturmaya başlamaktadırlar. Etkinlikler yaşamlarının odak noktası haline gelebilmektedir. Katılımcıların artık deneyimleri ve beceri düzeyleri belli bir seviyeye ulaşmıştır ve etkinliğin kontrolü yalnızca bireye aittir. Katılımcının risk algısı düzeyi gerçektir ve riske dair sonuçlar önem arz etmektedir. Etkinliğin gerçekleştirileceği ortam ise artık tamamen doğal ortam olarak seçilmektedir (James, 2009).



Şekil 2.4. Macera Rekreasyonu Modeli

Kaynak: James, 2009

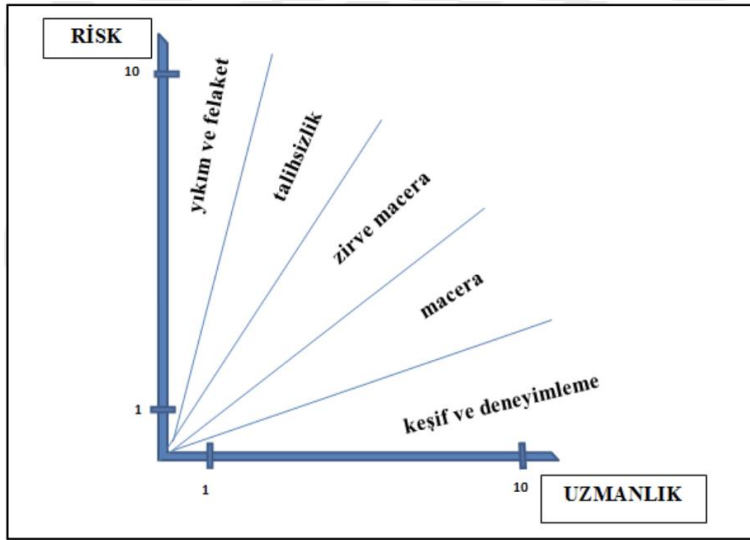
Modele ilişkin yapılan birtakım tahminler sonucunda şu şekildedir; etkinliğe katılım düzeyinin, becerinin artacağı ve katılımın daha sık gerçekleştirileceği ön görülmektedir. Katılım sıklığı daha çok deneyim ve beceri kazandıracak ve bunun sonucunda ise birey etkinlik kontrorlünü tamamen eline almak isteyecektir. Kontrolcü ya da lider olmadan etkinliği gerçekleştirme arzusu artacak ve tercihler buna göre şekillenecektir. Bireyler beceri ve deneyim kazandıkça daha doğal ve daha riskli ortamları tercih edecek ve bu seçimde risk algıları gerçek düzeyde olacaktır. Katılımcılar giderek daha fazla zorluk ve risk almak isteyecek ve çevresiyle ya da toplu halde katılımları reddederek bireysel bir katılım gösterme eğiliminde olacaklardır. Katılımcıların etkinliklere dair motivasyonları ise etkinliğin gerçekleştirilmesi sonucunda elde edilen başarı, kontrol ve risk alma düzeylerinin artması ile değişim gösterecektir (Yazgeç, 2019).

2.4.4. Macera Deneyim Paradigması

Macera rekreasyonu etkinlikleri sonuçları belirsiz olan ve sonuçların katılımcıların farklı özelliklerinden etkilendiği, genellikle açık alanlarda ve doğa ile etkileşim halinde gerçekleştirilen, risk algısı oluşturan ve tehlike unsurları barındıran

rekreasyonel etkinliklerdir (Ewert ve Hollenhorst, 1995: 21-26). Macera rekreasyonu etkinlikleri çalışmada bahsi geçen tüm sınıflandırmaların yanı sıra zor ve kolay olarak da ikiye ayrılabilir. Bu ayrım da kolay olarak sınıflandırılan macera rekreasyonu etkinliklerinde düşük seviye risk ve düşük seviye beceri söz konusu iken zor olarak nitelendirilen etkinliklerde daha yüksek seviyelerde risk ve beceriye ihtiyaç duyulmaktadır. Kampçılık, gözlemcilik ve doğa yürüyüşü gibi etkinlikler kolay yapıda görülmekteyken kayak, tırmanış ve hava sporları gibi etkinlikler yüksek düzeyde riskler ve beceriler gerektirdikleri için zor seviyedeki etkinlikler olarak görülmektedir. Zor seviyedeki etkinlikler için daha fazla deneyim gerekmektedir (Beşikçi, 2016).

Konuya ilişkin olarak, Martin ve Priest (1986) risk ve uzmanlık değişkenlerine göre etkinlikleri ayırarak bir deneyim paradigması geliştirmişlerdir. Doğada gerçekleştirilen etkinliklerin kategorileştirilmesinde katılımcıların etkinliğe ilişkin algıladıkları ve gerçekte olan zorluk ve kolaylık düzeyi, risk ve beceri düzeyi gibi kavramların üzerinde durulmakta ve bu değişkenler dikkate alınmaktadır (Priest ve Gass, 2005).



Şekil 2.5. Macera Deneyim Paradigması

Kaynak: Kaya, 2020: 6

Paradigma incelendiğinde bir macera rekreasyonu etkinlik deneyiminde beş farklı durumun söz konusu olduğu görülmektedir. İlk durum olan “keşif ve deneyimleme” alanında uzmanlığın yüksek olduğu durumlarda risk algısının düşük hissedilmesi durumuna değinilmektedir. Bu durumda katılımcı kendini rahat hissetmekte ve etkinliğe yönelik becerilerini geliştirme fırsatı bulabilmektedir. İkinci durum olan “macera” alanında ise katılımcının uzmanlığının azaldığı durumda riskin

artış gösterdiğine değinilmektedir. Uzmanlık ve risk algılarının eşit düzeyde olduğu bir durumu açıklamaktadır ve bu noktada katılımcı kendini macera içinde bir yolculuğa hazırlamaktadır. Üçüncü durumda ise “zirve macera” olarak adlandırılan üst düzey macera alanı bulunmaktadır ve bu alanda katılımcı artık macera aşamasının bir üst noktasına kendisini çıkartarak etkinliğe kendini vererek üst düzey çaba göstermektedir. En uygun uyarılmışlık ve akış ortamı bu alanda oluşmaktadır. “Talihsizlik” alanı olarak değerlendirilen dördüncü durumda ise katılımcının beceri düzeyi risk seviyesinin altında kalmaktadır. Risk katılımcı tarafından üst düzeyde algılanırken uzmanlık düzeyi etkinliğin getirdiği risk düzeyini karşılama konusunda yetersiz kalmaktadır. “Yıkım ve felaket” alanı ise paradigmada son durum olarak yer almaktadır. Katılımcının uzmanlığı etkinliğin gerçekleştirilmesi için yeterli düzeyde değildir. Kaza, ölüm gibi istenmeyen olayların yaşanmasına neden olabilecek bu durumda katılımcı uzmanlığının yetersiz olması nedeniyle riski üst düzeyde algılamaktadır. Tüm bu alanlar ve açıklamaları macera deneyim paradigmasının katılımcının etkinliği algılamasıyla ve etkinliği deneyimleyebilecek uzmanlığı ile ilişkili olması sonucunda uzmanlık düzeyleri aynı olsa bile risk algısı farklılaşabilmektedir. İstenmeyen durumlara yol açabilecek bu durum için alınabilecek önlemlerden en önemlisi ise risk algısının katılımcılara entegre edilmesi olarak görülmektedir (Priest ve Gass, 2005).

2.4.4.1. Macera rekreasyonlarında risk ve yeterlilik

Risk kelimesi İtalyanca “risco” kelimesinden türemiş Latince kökenli bir kelimedir. Hasar, eksiklik ya da kayıp yaşanmasına neden olacak bir durumun gerçekleşme ihtimali şeklinde değerlendirilmektedir (Özer ve Gülpınar, 2005: 50). Willet (1971: 10) kişilerin bilinçaltında bir durumun tehlikeli olmasına karşılık gelen risk aynı zamanda gelecekte gerçekleşebilecek olayları ve kesin olmayan durumları ifade etmektedir şeklinde tanımlamakta ve riski istenmeyen bir durumun ortaya çıkmasının belirsizliği olarak görmektedir.

Finucane vd. (2000: 5)’nin yaptıkları bir çalışmada risk algısı arttığında faydanın da olumlu bir artış eğiliminde olduğu ortaya konulmuştur. Bu sonuç riskin bilinmezliği, tehlikeyi ve istenmeyen olayları beraberinde getirmesinin yanı sıra beraberinde bazı fırsatlar da getirmektedir görüşünü ortaya koymaktadır. Bu nedenle

bireyin risk algısı ne kadar fazla ise gerçekleştirdikleri etkinliğin risk düzeyi arttıkça elde ettikleri doyum seviyesinin de bir artış göstermesi beklenebilmektedir.

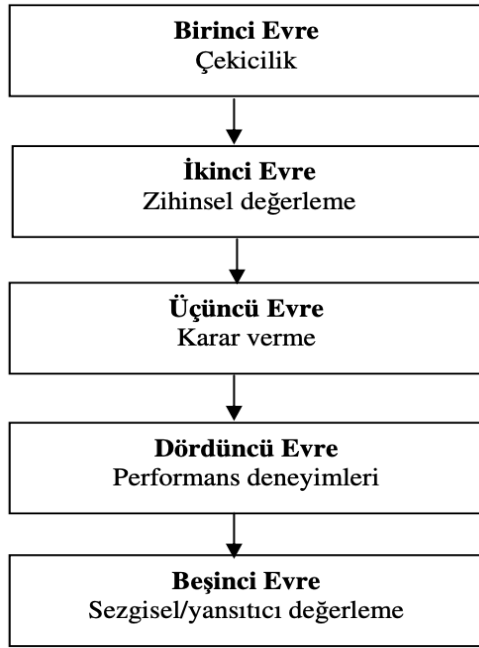
Macera rekreasyonu etkinliklerinde, algılanan risk ve algılanan yeterlilik olarak temel iki kavramdan bahsedilebilmektedir. Algılanan riskin boyutu katılım gösterilecek etkinliğin içeriği ile ilgilidir. Risk faktörü yamaç paraşütü gibi zorluk düzeyi yüksek etkinliklere katılımda önemli bir unsur olarak görülmekte ve risk faktörü katılımda belirleyici bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Algılanan yeterlilik kavramı ise katılımcının deneyimleriyle doğrudan bağlantılıdır. Macera rekreasyonu etkinliklerine katılım sağlandıkça deneyim elde edilmektedir ve deneyim kazanan katılımcılar algıladığı risk ile başa çıkabilecek yeterliliği ortaya koyabileceklerini gördüklerinde tatmin düzeylerinde bir artış meydana gelecekti (Garda, 2010: 85).

Literatür incelendiğinde, içinde risk barından etkinliklere yönelik yapılan araştırmalarda doğal alanlarda gerçekleştirilen macera etkinliklerinin üzerinde daha çok durulduğu görülmektedir. Araştırmalar, risk algısının macera rekreasyonu etkinliklerinin tümü için ayrılmaz bir parça olduğunu ve risk faktörünün önem ve gerekliliğini vurgulamaktadır. Risk barındıran, doğa ile mücadele gerektirebilen, macera ve heyecan arayışları ile gerçekleştirilen macera rekreasyonu etkinliklerine yönelik birçok araştırmada ise katılımcıların bu tür etkinliklere katılım sebeplerine odaklanılmaktadır. Risk ve macera ilişkisinin de incelendiği çalışmalar, kişilik yapısının riskli etkinlikleri gerçekleştirme ya da gerçekleştirilmeme konusunda katılımcılar için gerçek ve önemli bir gösterge olduğu ortaya konulmuştur (Weber, 2001: 360-377; Pomfret, 2006: 113-123; Lepp ve Gibson, 2008: 740-750).

Literatür incelendiğinde kişisel gelişim, kendini gerçekleştirme, heyecan arayışı, sosyalleşme ve sosyal statü kazanma, mücadele iç güdüsü, kalabalıktan kaçma, güçlenme arzusu ve özgürlük hissi gibi faktörler ile ilişki kurmaya yönelik unsurlar risk almayla ilişkili pozitif unsurlara örnek gösterilebilmektedirler. Bu unsurlar bireylerin gönüllü olarak risk almaya güdülenmesiyle ilişkilidir ve gönüllü olarak risk almalarına neden olabilmektedir (Powell, 2007: 10-15; Beşikçi, 2016).

Robinson (1992: 52-63) ise geliştirdiği modelde risk içeren rekreasyon etkinliklerine dahil olma davranışları üzerinde durmuş ve dağcılık, kayak, kaya tırmanışı gibi yüksek riskli etkinliklere katılım gösteren bireylerin algıladıkları tatmin düzeylerinin yüksek olduğunu belirtmiştir. Model risk rekreasyonunun çekiciliği ile

başlayan ve son evrenin risk almanın kişinin hayatında merkez bir konuma gelmesine kadar olan beş evreyi kapsamaktadır. Ayrıca bu bireyler kendilerini ifade etmek ve zorlukların üstesinden gelmek için belirli bir yetkinliğe erişmişlerdir. Bunun sonucunda ise bireyler risk algısı yükseldiklerinde yaşam doyumlarında olumlu bir etki yaratabilmekte ve kendilerini ifade etme ve zorluklarla mücadele etmede önemli bir aşama kaydedebilmekte avantaj sağlayabilmektedirler (Swarbrooke vd., 2003: 73: Garda, 2010).



Şekil 2.6. Risk Rekreasyon Modeli

Kaynak: Swarbrooke vd., 2003: 73

Birinci evre katılımcıların macera rekreasyonlarına katılıma olan eğilimleri ile ilişkilidir ve aktif tatil tercih eden turistlerin daha eğilimli olduğu evredir. Uyarım ve işlevsel bağımsızlığa olan ihtiyaçlar bu evrede belirtilir. İkinci evrede ise katılımcılar katılacakları riskli etkinliklerde yer almadan önce başarısızlık ihtimallerini, potansiyellerini ve bundan doğacak sonuçları değerlendirirken algılanan riske rağmen başarılı olma ihtimallerini de anlamaya çalışmaktadırlar. Algılanan risk başarı ihtimalinden fazla ise bu durum korku, tehdit ve kaygı duygularını harekete geçirerek katılımcıyı katılmaktan vazgeçirebilmektedir. Üçüncü evrede ise katılım kararı çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Motivasyon ve başarısızlıktan kaçınma faktörleri bireyde ağır basmaya çalışan duygulardır birey hangisine daha çok odaklanırsa o yönde bir davranış sergileyecek ve başarısızlıktan kaçmak isteyen birey başarı garantilenmeden katılım göstermeyecektir. Dördüncü evrede ise gerçek deneyim

meydana gelmektedir ve katılımcılar riskin getirilerini, yeterliliklerini ve algılanan risk arasındaki ilişkilerin dengelenmesiyle en uygun tatmini elde edebilmektedir. Beşinci evrede ise etkinlik tamamlanmış bir konumdadır ve deneyim sonucunda elde edilen başarı ya da başarısızlık değerlendirilerek faktörler belirlenmeye çalışılmaktadır. Sonuçlarla ilgili sezgisel ve yansıtıcı değerlendirme yapan birey değerlendirmelerinin sonucunda olumlu duygular hissederse bu etkinlik deneyiminden elde edeceği hisleri bir yaşam tarzı haline getirebilecek doyuma ulaşacaktır (Swarbrooke vd., 2003: 73).

Dinç ve Yavaş Tez (2021)'in çalışmasında macera rekreasyonu katılımcılarının risk alma davranışlarında farklılık yaratan değişkenlerin incelenmesi amaçlanmış ve çalışmaya hava, kara, su tabanlı on iki farklı etkinlikten 652 macera sporcusu katılım göstermiştir. “Alana Özgü Risk Alma Ölçeği” (DOSPRT) uygulanarak toplanan verilerin analizleri sonucunda macera rekreasyonu katılımcılarının risk alma düzeyleri arasında cinsiyete bağlı farklılıkların olduğu ortaya konulmuştur. Çalışmanın sonucunda erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre etik, sağlık-güvenlik ve rekreasyonel alanda daha fazla risk aldıkları belirtilmiştir. Doğa yürüyüşü, kampçılık ve kayak yapan katılımcıların en düşük seviyede risk aldığı belirlenirken, en deneyimli macera rekreasyonu etkinliği katılımcılarının da sağlık-güvenlik alanında en düşük seviyede risk aldığı belirlenmiştir. Bir diğer sonuca göre ise federasyon, kulüp ya da derneğe üye katılımcılar ise sosyal anlamda daha düşük risk almaktadırlar. Etkinlik sıklığı ve süresi değişkenine bağlı olarak katılımcıların risk alma davranış düzeylerinde ise herhangi bir değişim olmadığı belirlenmiştir. Sonuç olarak, cinsiyet, eğitim durumu, etkinlik tercih ve deneyimi etkinliklerin gerçekleştirilmesinde bağlı olunan kurum ve kuruluşlar, demografik değişkenlere göre macera rekreasyonu katılımcılarının risk alma düzeylerini farklılaştırmaktadır. Ayrıca en fazla risk alma eğilimi gösteren katılımcılar yüksek risk alma seviyesine göre serbest paraşüt, rüzgâr sörfü ve yelken kanat etkinliklerine katılım gösterirken, en az risk alan katılımcılar ise aletli ve/veya derin dalış, doğa yürüyüşü ve kampçılığı ile kite sörf etkinliklerine katılım eğilimi göstermektedirler.

Beşikçi (2023)'nin çalışmasında ise macera rekreasyonu etkinliklerine katılanların risk alma davranışları ve mutluluk düzeylerinin demografik değişkenler açısından incelenmesi amaçlanarak, tipik durum örneklem yöntemi ile belirlenen 243 gönüllü katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. “Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu” ve

“Alana Özgü Risk Alma Ölçeği Kısa Formu” kullanılan çalışmanın sonucunda cinsiyet faktörünün risk alma ve mutluluk düzeylerinin ortalama değerlerinin üzerinde bir etkisi olduğu ortaya konulmuştur. Toplumsal rollerin erkeklerin risk alma eğilimini arttırabileceğine değinen çalışmada üniversite genç yaştaki (25 yaş altı) katılımcıların sosyal açıdan risk alma durumlarının daha büyük yaş gruplarına göre yüksek olduğu da vurgulanmaktadır. Risk algısı ile mutluluk arasında bir ilişki bulunsa da bu ilişkinin orta düzeyde olduğu ve diğer faktörlerin de etkisi olduğu belirtilmektedir.

Risk kavramının yanı sıra kaza riski kavramı da macera rekreasyonu/turizmi etkinliklerinin önemli ve temel bir kavramı olarak öne çıkmaktadır. Turistler açısından konaklama yapılan yer, ziyaret edilen destinasyon, seyahat esnasında kullanılan araçlar ve sürdürülen etkinliklerde kendileri ve beraberindeki turistler için her zaman kaza riski mevcuttur. Turistlerin geçirdikleri kazalar hem destinasyon hem de destinasyon sahibi ülkenin imajı açısından önem taşımaktadır. Kazalar ise çeşitli nedenlerden ve koşullardan kaynaklanabilmektedir. Örneğin; talimatlara uymamak, aşırı kendine güven, güvenlik malzemelerinin eksikliği, ani hava değişimleri, yetersiz bilgi alışverişi gibi farklı durumlar kazaya neden olabilmektedir (Gülcan, 2004).

Gülcan (2004)’ın çalışmasında gerçekleştirdiği literatür taraması sonucunda macera turizminin temel elemanlarını tartışarak kapsamını belirlemek ve macera turizm faaliyetlerindeki risk kaynaklarını ortaya koymanın yanı sıra yaşanan kazaları da analiz etmeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda kaza riski kaynakları veya risk etmenleri çeşitli başlıklar altında şu şekilde gruplandırılmıştır: müşteriden, kullanılan malzemeden ve çevre şartlarından kaynaklanan etmenler. Turistlerin yaşadığı yaralanmalı kazalar ise olayın geçtiği yere göre önemli değişiklikler barındırmaktadır. En yüksek düzeyde yaralanma başlığını rekreasyon ve spor yerlerindeki yaralanmalar alırken karayollarındaki yaralanmalar ikinci sırada yer edinmektedir. Cinsiyet faktörü diğer çalışmalarda olduğu gibi bu çalışma özelinde de önemli bir değişken konumundadır. Spor ve rekreasyon ile ilgili kazaların birinci yaş grubu 20-29 ve ikinci olarak 10-19 yaş grubunda gerçekleştiği ve 30 yaştan sonraki yaş gruplarında önemli ölçüde azaldığı belirlenmiştir. Cinsiyet bazlı ayrımında ise 50 yaş üstü tüm gruplarda kadın katılımcılar diğer tüm yaş gruplarında ise erkek katılımcılar daha yüksek oranda kaza yaşamaktadır. Son olarak kazaların analizi sonucunda ulaşılan sonuç ise en yüksek “gerçek” hasar riskine sahip olabilen faaliyetlerin, “algılanan risklerin” en

düşük düzeyde olduğu macera faaliyetleri ile ilgili olduğu ortaya çıkarken en çok tekrar eden faaliyetler ise risklerin düşük olduğu faaliyetler olarak belirlenmiştir.

Bu eşsiz deneyimi yaşamak isteyen katılımcılar günümüzün getirdiği teknolojik gelişmeler ve çalışmanın da temelini oluşturan parçalardan bir tanesi olan sanal gerçeklik teknolojisi sayesinde bu riskleri fiziken karşılamaya ihtiyaç duymadan ancak duygusal ve bilişsel olarak benzer risk, stres, heyecan gibi duyguların yine benzer seviyede artış gösterebileceği etkinlik türlerini kapalı ve güvenlik açısından daha yüksek düzeyli ortamlarda deneyimleyebilmektedirler. Ancak bu noktada ise sanal gerçeklik ile gerçek deneyim arasındaki farkın ortaya konulması gerekliliği doğmaktadır. Bu çalışmanın sonunda iki dünya arasındaki deneyim farkı tartışılacak ve risk konusunda da katılımcı görüşleri belirlenecektir.

2.4.4.2. Macera rekreasyonlarında zorluk

Macera rekreasyonu etkinlikleri, birçok katılımcıya açısından geleneksel olmayan, farklı bir etkinlik türünü oluşturmaktadır. Genel olarak kabul edilmiş yargı ve rutinin dışına bu özelliği sayesinde çıkan macera rekreasyonu etkinlikleri teknolojik gelişmeler ve yeni ekipmanların üretimi insanların macera rekreasyonu etkinliklerine katılımını kolaylaştırabilmektedir. Zorluklarla başa çıkma konusundaki başlıca etkenlerden bir tanesi meydan okuma kavramı olarak görülmektedir. Meydan okuma ve motive olma durumları bireyler arasında farklılık gösterebilecek değişkenler olarak nitelendirilmektedir. Bu nitelendirmenin temel sebebi doğa yürüyüşüne katılan bir katılımcının motivasyonu ve meydan okuması yürüyüş parkurunu tamamlamak, doğanın tadını çıkartmak gibi unsurlar olabilirken kaya tırmanışı için bir meydan okuma ve motivasyon gösteren kişi için farklı unsurlar ortaya çıkabilmektedir. Her iki aktivitenin barındırdığı riskler nedeniyle macera rekreasyonu etkinliği olarak görülürken ikisinin de barındırdığı riskler arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu nedenle etkinliklere katılımı algılanan zorluk kaynakları bulunmaktadır (Duerden vd., 2009; Gilberton ve Ewert, 2015).

Lazarus ve Folkman (1984)'ın "stres değerlendirme teorisi"ne göre, zorlu deneyimlerin yaşanmaya başlaması için stresin oluşması gerekmektedir. Stres ise tehdit, zorluk ve zarar olarak üç özelliği sahiptir. Kayıp ve risk olasılığına tehdit, büyüme ve ustalık kazanma potansiyeline zorluk, hasar kavramına karşılık ise zarar kavramı kullanılmaktadır. Farklı kişiler benzer strese maruz kaldıklarında farklı

değerlendirmeler yapabilmektedirler çıkarımını sunan Lazarus ve Folkman (1984) zorluk deneyiminin sadece durumun doğasına değil katılımcının bakış açısına da bağlanmaktadır. Macera rekreasyonu etkinliği katılımcılarından bir tanesinin stres kaynağı olarak gördüğü öz güven tehdit edici unsuru bir diğer katılımcı meydan okuma olarak görebilmektedir ve bireyler aynı durumları değerlendirse bile farklı sonuçlar çıkacak şekilde farklı eylemlere neden olan farklı duygular yaşayabilmektedirler.

Baird ve Penna (1996) ise zorluğun içerdiği duygusal ve zihinsel süreçlerin algılanmasının bireyin bir düzeye gelmeden mümkün olmadığını vurgulamaktadır. Bireyler zorluklar karşısında üstesinden gelmek için yeterli çabayı gösterdiğinde zorluğun bir amacı olduğu algısı oluşabilmekte ve bu algı sayesinde bireyler hissettikleri olumsuz duyguları zorlukların üstesinden gelme yetenekleri sayesinde olumlu duygulara dönüştürebilmektedirler. Zorluğun bir amacı olduğu algısı sayesinde ise bireyler karşılaştıkları zorluklarda, zorluğun içerdiği riskleri kabul ederken, sonucun getireceği olumlu ya da olumsuz etkileri de hayal etmelerine neden olan korkuyu yaşayabilmektedirler. Özetle, bireyler zorluk algılarını geliştirdiklerinde stres duygusu başarı ve heyecan duygusuna dönüşebilmektedir.

Rekreasyon etkinliklerine katılan tüm bireyler kendilerine dikkat etme hususunda önemli ve temel bir etik, ahlaki yükümlülüğü de kabul etmiş olarak görülmektedirler. Toplumsal normlara göre kendini kasıtlı ve/veya önlem almadan ölümlü ya da yaralanmalı bir kaza sonucuna götürecek bir duruma sokmak asla kabul edilemez bir konumdur. Macera rekreasyonu etkinlikleri diğer rekreasyon türlerine göre algılanan zorluk düzeyi yüksek etkinliklerdir. Zorluk algısı yükseldikçe katılımcının veya katılımcıların beceri düzeylerinin ve odaklanma seviyelerinin de bir o kadar yüksek durumda olması gerekmektedir. Bu durum katılımcı veya katılımcıların etkinlik esnasında yoğun bir duygu durumunu yaşamasına neden olmaktadır. Bu durumun nedeni ise algılanan zorlukların yüksek riskli ve yüksek beceri gerektiren durumlarda mevcut olmasından kaynaklanmaktadır. Etkinliğin zorluk seviyesi ile algılanan zorluk düzeyi doğru orantılı iken beceri düzeyi ile algılanan zorluk düzeyi ters orantılı olarak değişmektedir (Tsaur vd., 2015).

Bingöl (2021)'in çalışmasında zorluk kaynaklarının boyutları şu şekilde açıklanmaktadır;

İçsel zorluklar: Bir macera rekreasyonu etkinliğine katılım gösterebilmek için belirli bir beceri ve deneyim düzeyine erişmek gerekmektedir. Beceri ve deneyim düzeyi ne kadar düşükse algılanan zorluk o kadar yüksek olacaktır. Beceri, deneyim ve kararlılık düzeyleri içsel zorluk kaynakları olarak görülmektedir.

Bireylerarası zorluklar: Katılımcılar arasındaki etkileşimler rekabet ya da aynı grupta iş birliği yaparak gerçekleşmektedir. Örneğin doğa yürüyüşündeki katılımcılar arasında uyum olmadığında bazı katılımcılar fiziksel ya da zihinsel zorluklar yaşayabilmektedirler.

Aktivitelerin zorluk düzeyi: Aktiviteler arasındaki zorluk düzeyi gerektirdiği beceri, deneyim, ekipman gereksinimleri açısından farklılık göstermektedir. Kimi etkinlikler odaklanma, denge, sabır ve koordine gerektiriyorken kimi etkinlikler de katılımcı bu yeteneklere ihtiyaç duymayabilmektedir. Aktivitelerin yapılış şekli zorluk seviyesini doğrudan etkilemektedir ve zorluk düzeyi aktivitenin özelliklerinden kaynaklanmaktadır.

Çevresel zorluklar, algılanan zorluk düzeyini etkileyen faktörlerden bir diğeri olarak görülmektedir. Macera rekreasyonu etkinliğinin türü ve yapıldığı çevrenin özellikleri katılımcıların zorluk algılarını etkilemektedir. Yer şekilleri, bölgeler ve katılımcının doğa ile etkileşim düzeyi bu zorluk algısının derecesini belirlemede etkili bir unsur olarak görülmektedir.

Ekipman eksikliği, macera rekreasyonu etkinliklerinin birçoğu ekipmanlar yardımıyla gerçekleştirilmekte ya da gerçekleştirilmesi kolaylaştırılmaktadır. Ekipman ihtiyacı önemli bir zorluk kaynağı olarak görülmektedir. Doğa yürüyüşü için yürüyüş ayakkabısı ve baton yeterli olabilirken kaya tırmanışı etkinliği ip, emniyet kemeri, tırmanışa uygun ayakkabı ve benzeri gibi daha fazla ekipman gerektirmektedir. Ekipmanı edinmek kadar ekipmanın kaliteli bir üretim olması da önem arz etmekte ve zorluk algısını etkilemektedir. Su geçiren bir ayakkabı ile doğa yürüyüşü yapmak su geçirmez bir ayakkabı ile yürüyüş yapmaktan çok daha zor olarak algılanabilecektir ve bu durumda bir diğer zorluk algısını etkileyen boyut olarak görülmektedir.

Çalışmanın boyutlar dışındaki sonuçlarına göre; “*bireyler arası zorluklar konusunda erkekler kadınlara göre daha fazla zorluk çekmektedir. Diğer zorluk kaynakları konusunda ise cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir.*

Son olarak, deneyim düzeyine göre algılanan zorluk kaynakları incelendiğinde, ekipman eksikliği konusunda, bütün deneyim düzeyindeki katılımcıların zorluk algıları benzerdir. Ancak diğer algılanan zorluk kaynaklarında, profesyonellerin zorluk algıları, başlangıç ve amatör düzeyindeki katılımcılara göre daha düşüktür.” (Bingöl, 2021: 263).

Bingöl (2021)’in çalışmasında bahsi geçen bu zorluk kaynaklarının ortaya konulabilmesi açısından her bir boyut için katılımcılara iki soru yöneltilmiş ve katılımcıların algıladıkları zorlukların bu boyutlar çerçevesinde ortaya çıkış şekli ortaya konmuştur. Çalışma özelinde ekipman eksikliği boyutunda tüm katılımcıların verdiği benzer cevaplar dikkat çekmektedir. Ekonomik gerekçeler ekipman yetersizliğine neden olduğu gibi algılanan zorluk seviyesini artırmakta ve katılımcıların macera rekreasyonu etkinliklerine katılımında eğilimlerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Katılımcıların çalışmada bu boyut ile ilgili görüşleri ekipman eksikliğinin en büyük nedeninin ekonomik gerekçeler olduğunu ortaya koymaktadır.

2.4.4.3. Macera rekreasyonlarında maliyet

Macera rekreasyonu etkinliklerinden bazılarında katılım gösterebilmek için ekipmanların kiralanması ya da satın alınması, eğitim görülmesi, rehberlik hizmeti alınması veya seyahat harcamaları gibi birçok farklı ve yüksek maliyet gerektirebilecek maliyetlere katlanmak gerekmektedir. Bu etkinliklere katılımında algılanan ve kabul edilen maliyetler finansal olarak zorlayıcı olarak görülebilmektedir (Brgoch ve Lower, 2017).

Beşikçi (2023) çalışmasındaki verilerden ölçek ortalamalarının gelir durumunun değişkenine dayalı olarak yapılmış analiz sonuçlarında “alana özgü risk alma ölçeği”nin “finans” alt boyutunda ve Oxford mutluluk ölçeğinde yüksek (iyi) düzeyde gelire sahip olan katılımcıların lehine anlamlı farklılıklar gözlemlendiği belirtilmiştir. Macera rekreasyonu etkinliklerine katılımında risk alma düzeyi, bu durum göz önünde bulundurulduğunda finansal açıdan yüksek olması ile gelir seviyesinin yüksek olması birbiriyle ilişkili olarak görülmektedir. Yüksek gelir düzeyi daha fazla finansal güvence anlamına gelmekte ve bireylerin üzerindeki bu tür riskli etkinliklere katılma konusundaki korkuları azaltabilmektedir. Finansal kaynağı daha çok olan bireylerin karşılaştıkları finansal/mali zorluklarla başa çıkabilmeleri daha olası olarak

görülmektedir. Yüksek gelire sahip katılımcılar özel ekipmanlara, özel yerlere seyahat maliyetlerini karşılamaya karşı avantajlı bir konumda bulunmaktadır (Beşikçi ve Dinç, 2022).

Finansal durum, risk alma düzeyini etkileyen kişisel özellikler, deneyimler ve tercihler gibi bir etken olarak görülmekte ve bu tür etkinliklere katılımı etkileyen birçok faktörden sadece bir tanesi olarak nitelendirilmektedir. Mutluluk düzeyi puanları daha yüksek düzeyde olan katılımcıların genellikle yüksek düzeyde gelire sahip olan katılımcılar olduğuna dair çalışmalara literatürde ulaşmak mümkündür (Göksel vd., 2018). Çalışma sonucunda elde edilen bu bulgu finansal refah faktörünün macera rekreasyonu etkinliklerine katılımı kapsamında katılımcıların yaşam memnuniyetlerine, risk alma düzeylerine ve özgürlük, güvenlik ve rahatlık hissiyatlarının yaşanmasına önemli düzeyde katkıda bulunabilmektedir (Beşikçi, 2023).

Katılımcıları etkileyen tüm bu faktörler ve engel olarak değerlendirilebilecek faktörler teknolojik ilerlemeler sayesinde değişim ve dönüşüm göstererek çeşitli kolaylıklar içeren sistemler barındırmaktadır. Rekreasyon kavramının da bir dönüşüme eşlik ederek kendini güncel tutması hem işletmeler hem de katılımcılar açısından önem arz etmektedir. Dijital çağ içerisinde sınırlar, mesafeler, korkular ve riskler gibi birçok engel ortadan kaldırabilecek şekilde uygulamalar geliştirilmiştir ve geliştirilme süreci devam etmektedir. Bireylerin gündelik yaşamlarından boş zamanlarındaki etkinlik seçimlerine ve alışkanlarına kadar tüm davranışlarını etkileyebilecek değişim ve dönüşüm barındıran dijitalleşme süreci kişilerin algılarını, davranışlarını ve beklentilerini de değiştirebilmektedir. Her sektör dönüşümlere ayak uydurmaya çalışmakta ve teknolojik yenilikleri edinerek uygulama eğilimi göstermektedirler.



3. REKREASYONA İLGİNİN KUŞAKLARA GÖRE ANALİZİ

Bu bölüm kuşakların ilgilerinin, eğilimlerinin ne yönde olduğunu açıklamaya çalışan argümanlara ve çalışmalarla desteklenen bilgilere yer vermektedir. Kuşak kavramının nasıl ortaya çıktığı ve geliştiğini belirterek kuşakların oluşumundaki temel nedenlerin açıklandığı bu bölüm, kuşaklar arası benzerlik ve farklılıklara değinerek yapılacak çalışmada ortaya çıkacak sonuçları değerlendirebilmek, yorumlayabilmek açısından önem taşımaktadır.

3.1. Kuşak Kavramı

Kuşak kavramı kullanıldığı bilimsel alana göre farklı şekillerde tanımlanabilmektedir. İnsanların var olduğu günden bugüne sürekli birbirleriyle etkileşim halinde olmaları, değişim ve gelişim süreçlerinin asla duraksamadan devam etmesi ve insanlık tarihinin var olduğu günden günümüze kadar süregelen bu dinamik yapının içinde yer alan tüm insanların arasında oluşan tepkisel, tercihsel farklılıkları açıklamak ve aynı dönemlerde doğan bireylerin gösterdiği davranışların benzer olmaları nedeniyle farklı tarih aralıkları baz alınarak birden fazla dönemi kapsayacak şekilde, belirli aralıklarla doğan kişiler kuşakları oluşturmaktadır. Aynı dönemde doğmuş, aynı dönemde gerçekleşen (savaş, salgın, doğal afet vb.) olayları yaşamış bireylerin oluşturduğu kitle o dönemin kuşağını oluşturmaktadır. Kuşak kavramı bilimsel alana göre nesil ya da jenerasyon kavramlarıyla da ifade edilebilmektedir (Adıgüzel vd., 2014; Topaçoğlu, 2022).

Keleş (2011: 129) kuşak kavramını tanımlarken dünya genelindeki ekonomik ve sosyal olaylarla aracılığıyla belirlenmiş zaman aralıklarından bahsetmektedir. Bir başka tanım da yer alan ifadelerde kuşak kavramı, aynı zamanda doğan ve birbirlerine benzer yaşam seyirleri gerçekleştiren bireylerin oluşturduğu topluluklar olarak açıklanmaktadır (Engizek ve Şekerkaya, 2016: 246). Türk Dil Kurumu (2024)'nın sözlükteki tanımı ise “*Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu*” olarak kuşak kavramını açıklamaktadır.

Kuşak kavramı günümüzdeki anlamıyla ilk kez Karl Mannheim tarafından ortaya çıkmış ve kullanılmıştır. Alman bir sosyolog olan Karl Mannheim, “Kuşaklar Sorunu” makalesinde kuşak kavramını “Sosyal bir konum” olarak kavramsallaştırmaktadır. Mannheim’a göre, bireyler kendilerine atfedilen kuşaklar

içerisinde deneyimler yaşamaktadırlar, bu deneyimler kişiler arasında farklılaşmakta ve bu kuşaktaki bireyler açısından dünyayı algılama şekillerinin inşa edilmesine katkı sağlamaktadır. Bu bireyler için ayrı ayrı her bir gruptaki insan grubuna ait bir bakış açısı ve davranış kalıbı oluşturmaktadır ve bu da ait olunan kuşaklara ve içindeki bireylere bir “sosyal konum” sağlamaktadır (Carver ve Candela, 2008).

3.2. Kuşakların Sınıflandırılması: Genel ve Karakteristik Özellikleri

Birey dünyaya geldiği andan itibaren var olacağı ve yaşamını sürdüreceği bir yaş grubuna dahil olmaktadır. Bireylerin yaşları baz alınarak oluşturulan zaman dilimleri bireylerin hangi kuşağa ait olduğunu belirtmektedir ve her birey yaşına göre hangi kuşağa dahil olacağı belirlenerek bu kuşağa doğal üye olarak hayatını devam ettirmektedir. Bu durum ise kuşakların sınıflandırılması olarak nitelendirilebilmektedir (Delahoyde, 2009: 59).

Karl Mannheim’ın 1928’de yazdığı “Kuşak Problemi” kitabı kuşak kavramını barındıran ilk eser olarak çıkmaktadır. Kuşak kavramının derinleşmesine ve genişlemesine katkı sağlayan, kuşak sınıflandırmalarını belirli sınırlandırmalar ve tartışmalar ilk olarak Inglehart (Akt., Lester vd., 2012) tarafından ön plana çıkartılmıştır. Strauss ve Howe (1991)’un kitabıyla beraber ilerleme kaydeden kuşak kuramı, bireylerin belirlenmiş dönemlerde aynı zamanlarda doğan, büyüyen ve bu ait olduğu yaş grubuna benzer davranışlar sergilemesini açıklamaktadır. Kurama göre ortaya çıkan her yeni kuşaklar davranış özellikleri değişkenlik gösterebilmektedir. Bu konuda araştırma gerçekleştiren araştırmacılar tarafından bu kuram “Strauss-Howe Kuşak Kuramı” olarak adlandırılmıştır. Strauss ve Howe’un teorisi iki ayrı tanımın birleştirilmesiyle oluşmaktadır. İlki Mannheim ve Gasset’in oluşturduğu “yaş-konum” incelemesi, ikincisi ise bireylerin doğup yaşadıkları dönemlerde gerçekleşen tarihsel olaylara etki etmesi ve şahit olmasını kapsayan “sosyal anlar” olarak tanımlanan kritik olayları kapsamaktadır (Strauss ve Howe, 1991: 34-35; Taylor, 2008; Moss, 2010; Topaçoğlu, 2022).

Karl Mannheim, kuşak teorisi ve kuşaklararasıdaki sorunlar üzerine görüşleriyle toplumun oluşmasının temeli olan bireylerin oluşturduğu sosyal grupların ve sahip oldukları düşünce tarzlarının daha net anlaşılabilmesinin sağlanması için jenerasyon farklarının büyük önem arz ettiğini belirtmektedir. Mannheim’ın anlayışına göre bireyler sınıfsal konumlara göre gruplandırılmaktadır ve bu gruplar arasında

hiçbir yakınlık olmadığı için grupları somut bir değerlendirmeye almadan sosyal bir konum ve statüye bağlı değerlendirmektedir. Ayrıca Mannheim'a göre bir toplum içinde kuşak varlığından söz edilebilmesi için beş unsurun ortaya çıkması gerekmektedir (Mannheim, 1952; Aktaran: Mücevher, 2015: 3) bu unsurlar;

1. Kültürel süreç kapsamında yeni katılımcıların ortaya çıkması
2. Yeni katılımcıların ortaya çıktığı süreçlerde eski katılımcıların yok olması,
3. Rastgele bir kuşağa ait olan bireyin, sadece tarihsel sürecin bir parçası olarak sınırlı bir zamansal kısma katılabiliyor olması,
4. Kültürel mirasın devamlılığını sağlayacak sebeplerin sürekliliği,
5. Kuşakların değişiminin ve kuşaklararası geçişin devamlı bir süreç olması, şeklinde sıralanabilmektedir.

Kuşak teorisi, kuşaklarla ilgili çalışmalarda ortaya çıkan farklılıklar, tarihsel süreçte yaşanan kritik olaylar, sergilenen tutumlar, duygulardaki değişiklikler ve inanç şekilleri ile beraber elde edilen tüm bilgiler sonucunda kuşakların belirli dönem, olay, doğum tarihi gibi durumlara göre sınıflandırılması ve her kuşağa ait bireylerin özelliklerinin ortaya konulması bir gereklilik olarak görülse de genelleme yapabilmek konusunda; kuşakların başlangıç ve bitiş tarihleri, farklı birçok fikrin bir araya geldiği zaman dilimlerinin temsilini gerçekleştirmeleri gibi çeşitli zorluklar bulunmaktadır. Ancak bu zorluklar kuşak tanımını ve yıllara göre sınıflandırmaları farklılaştıracak kadar büyük öneme sahip görülmemektedir. Dijitalleşme ve küreselleşme gibi süreçlerin büyük ve hızlı ilerleme kaydetmeleriyle günümüzde bireyler farklı kültürlere, sosyal gruplara kolaylıkla erişebilmekte ve bunlardan etkilenebilmektedir, bu nedenle kuşakların sınıflandırılması da bilimsel olarak sürekli yenilenmekte ve güncellenerek devam etmektedir. Ayrıca kuşak sınıflandırmaları artık yalnızca doğum tarihlerine ve dönemin olaylarına göre sınıflandırılarak, bazı benzer özellikler gösterilerek açıklanamamaktadır. 21. Yüzyıldaki bilgi ve iletişim teknolojilerinin ulaştığı nokta sonucunda bireylerin bilgi ve iletişim düzeylerinin geçmişe göre ciddi bir artış göstermesi ve hız kazanması kuşaklar üzerinde bir dönüm noktası olmuş ve kuşaklararası farklılıkların belirginleşmesine önemli bir katkıda bulunarak bu konu hakkındaki çalışmaların ve göz önünde bulundurulması gereken unsurların önemini

ortaya koymaktadır (Ardıç ve Altun, 2017: 12; Memiş, 2022; Yılmaz, 2022; Fişengi, 2024).

Edmunds ve Turner (2002) farklı amaçlarla oluşturulmuş kuşak teorilerini sınıf kavramı ile değerlendirmişlerdir. Kuşak teorilerinin oluşturulma amaçları toplumlar içindeki değişimleri anlayabilmektir ancak her kuşak mutlaka farklılık göstermektedir. Bu farklılıkların temelinde sosyal, kültürel, politik ve bilgi düzeyi gibi birçok değişken bulunmaktadır ve her kuşağın yaşadığı önemli olaylar bakış açılarını ve hayatı anlamlandırma şekillerini oluşturmaktadır. Bu oluşum esnasında aile ilişkileri, ekonomik faktörler ve teknolojinin ilerlemesi, küreselleşme ve dijitalleşme süreçleri kuşakların düşünce ve yaşayış biçimlerini, tepkiselliklerini ve algılama düzeylerini doğrudan etkileyebilmektedir (Edmunds ve Turner, 2002: 7; Topaçoğlu, 2022).

Howe ve Strauss (2000) ise kuşakları betimleyebilmek için bireylerin ve oluşturdukları nesillerin toplum içerisinde yer aldıkları kimlikleri (cinsiyet, dil, din, ırk, aile yaşamı ve sosyal çevre, din, politika, ait olunan örgüt) ve yaşam biçimleriyle beraber geleceğe dair yaklaşımlarını baz almakta ve değişken bir şekilde oluşum ve gelişim kaydeden bir olgu olarak betimlemektedir.

Özetle kuşakların sınıflandırılması; bireylerin doğum yılları, bireylerin doğup yaşadığı süreçlerde şahit olduğu olaylar, katkı sundukları ve etkilendikleri kritik olaylar, kültürel özellikler ve düşünce yapısı gibi birçok tecrübe dikkate alınarak yapılmaktadır. Geçmişten günümüze gerçekleşen farklı olaylar ve gelişmeler neticesinde toplumsal değişimler ortaya çıkmakta ve tüm bu değişimler de farklı bir kuşağın oluşmasına neden olmaktadır.

Alan yazında kuşakların adlandırılması ve tarih aralıklarının belirlenmesi konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Tablo 3.1’de kuşakların birçok farklı yazar ve kaynaktan elde edilen bilgiler ışığında, farklı yazarların atfettiği farklı yaş aralıkları baz alınarak yapılan farklı sınıflandırmalar özet halinde yer almaktadır.

Kaynak / Yazar	Çalışmanın Tarihi	Sessiz Kuşak	Bebek Patlaması Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Milenyum Kuşağı	Z Kuşağı
Spitznas	1998	1925-1945	1946-1964	1965-1980			
Tapscott	1998		1946-1964	1965-1975	1976-2000		
Washburn	2000	1926-1945	1945-1964	1965-1981	1982-2003		
Zemke vd.,	2000	1922-1943	1943-1960	1960-1980	1980-1999		
Tsui	2001	1925-1945	1946-1964	1961-1981	1976-1981-	1982-2000	
Lancaster ve Stillman	2002	1900-1945	1946-1964	1965-1980	1981-1999		
Martin ve Tulgan	2002	1925-1942	1946-1960	1965-1977	1978-2000		
Senbir	2004	1929-1939	1945-1965	1965-1977	1977-1994	1994-2003	2003-
Kyles	2005	1900-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1999		
Oblinger ve Oblinger	2005	-1946	1947-1964	1965-1980	1981-1995		1995-
Seçkin	2005	-1945	1946-1964	1965-1980	1980-1995		1995-
Tek ve Orel	2006	-1946	1946-1964	1965-1976	1977-1994	1995-2002	2003-2023
Crumpacker ve Crumpacker	2007	1929-1945	1946-1964	1965-1976	1980-1999		
Fleschner	2007	1925-1945	1946-1964	1965-1971	1972-1980		

Tablo 3.1. Kuşakların Farklı Kaynaklardaki Zamansal Olarak Sınıflandırılması
Kaynak: Şenturan vd., 2016: 173

Kaynak / Yazar	Çalışmanın Tarihi	Sessiz Kuşak	Bebek Patlaması Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Milenyum Kuşağı	Z Kuşağı
Catsopuher vd.	2009	-1946	1946-1964	1965-1971	1972-1980		
Haeberle vd.,	2009	1930-1944	1945-1964	1965-1979	1980-1999		1999-
Trower	2009	1925-1945	1946-1964	1965-1980	1981-2000		
Salahuddin	2010	1922-1943	1943-1960	1960-1980	1980-2000		
Twenge vd.	2010	1925-1945	1946-1964	1965-1980	1980-2000		2000-
Yelkialan ve Altın	2010	1925-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1994		
Zhang ve Bonk	2010	-1946	1946-1964	1965-1981	1980-		
Keleş	2011		1946-1964	1965-1979	1980-1999		
Williams ve Page	2011	1930-1945	1946-1964	1965-1976	1977-1994		1994-
Berk	2013	-1946	1947-1965	1966-1981	1982-1996		
Yüksekbilgili	2013	1925-1946	1946-1963	1963-1981	1980-		

Tablo 3.1. (devam) Kuşakların Farklı Kaynaklardaki Zamansal Olarak Sınıflandırılması

Kaynak: Şenturan vd., 2016: 173

Bu çalışma kapsamında dikkate alınacak kuşak sınıflandırması alanyazında genel kabul gören ve değerlendirmeler açısından daha elverişli olduğu kanısı taşıyan “Twenge, J. M., Campbell, S. M., Hoffman B. J. & Lance, C. E. (2010). “*Generational differences in work values: Leisure and extrinsic values increasing, social and intrinsic values decreasing.*”” çalışmada kullanılan sınıflandırma olacaktır. Çalışmada bu sınıflandırmaya göre Sessiz Kuşak 1925-1945 yılları arasında doğmuş bireyleri, 1946-1964 yıllarında doğanlar Bebek Patlaması (Baby Boomer) Kuşağını, 1965-1979 yılları arasında doğan bireyler için ise X Kuşağı kapsamı olarak atfedilirken Y Kuşağı 1980-

2000, Z Kuşağı ise 2000 yılından sonra, 2001 ve sonrasında doğanları tanımlamak için kullanılmaktadır.

Sessiz Kuşak, 1925-1945 yılları arasında doğan bireyleri kapsamaktadır ve günümüz itibariyle çağımızın en yaşlıları konumundadırlar. Sessiz Kuşak üyeleri inançlarını ebeveynlerinin inançlarına göre şekillendirme eğilimindedirler, içe dönük ve duygusal bireyler olarak görülmektedirler. İsyançı değildirler ve kabullenme davranışı sergilemeye meyillidirler. Bu jenerasyon kendinden sonraki kuşaklardan X ve Y kuşaklarının davranışlarını, algılarını ve bakış açılarını anlamakta zorluk çekebilmektedirler. Sessiz Kuşak üyeleri, Gaziler olarak da adlandırılabilirler çünkü bu kuşak kıtlık ve savaş barındıran Büyük Buhran'a ve İkinci Dünya Savaşı'na şahitlik etmiş nesil olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Askeri ve ekonomik problemlerle dolu bir süreç içerisinde yetişmeleri ve buna yoğun şekilde maruz kalmış olmaları Sessiz Kuşak üyelerinin itaatkâr bir yapıya sahip olmasına neden olurken aynı sebeplerden güvenlik ve tutumluluk konularında yüksek kaygı barındırabilmektedirler. Yaşadıkları deneyimler sonucunda dikkat konusunda yüksek özene sahip olan sessiz kuşak maceraya atılma konusunda gereken cesareti göstermeyebilmektedir ve risk almaya sıcak bakmazlar. Hayal güçleri diğer kuşaklara göre daha zayıf durumdadırlar. İletişim türleri diğer kuşaklara daha ilkel görülebilecek düzeyde ve yazılı iletişim türlerini tercih ederlerken, açık ve basit hatta özetlenebilir bilgileri almayı tercih etmektedirler (Lehto, vd., 2006; Adıgüzel, vd., 2014; Serçemeli, vd., 2015; Kuran, 2018; Dölekoğlu ve Çelik, 2018; Williams, 2019). Sessiz Kuşak kendi içinde Tablo 3.2'de görüldüğü üzere 5 gruba ayrılmaktadır;

Büyük Değişim Kuşağı	Birinci Savaş Kuşağı	Ümit Kuşağı	Buhran Kuşağı	İkinci Savaş Kuşağı
1900-1914	1914-1918	1918-1929	1929-1939	1939-1945

Tablo 3.2. Sessiz Kuşağın İçinde Yer Alan Kuşaklar

Kaynak: Senbir, 2004; Keskindemir, 2016: 13.

Bebek Patlaması Kuşağı, 1946-1964 yıllarında dünyaya gelmiş bireylerin ait olduğu kuşağı tanımlamaktadır ve bu kuşak Soğuk Savaş Dönemi Kuşağı olarak da adlandırılabilir. Bu kuşak en çok nüfus artışını temsil etmektedir çünkü savaş sonunda astronomik bir nüfus artışı meydana gelerek toplum ciddi oranda tüm alanlarda etkilenmektedir. Bebek Patlaması Kuşağı'nın büyüdüğü ortam ve dönem

Sessiz Kuşağa göre çok daha refah barındıran ve yaşam standartlarının daha yüksek olduğu bir dönem olarak karşımıza çıkmaktadır. İş, eğitim, sağlık (ilaç ve antibiyotik erişimi) imkanlarında iyileşmenin olduğu bu dönemde sağlıklı ve uzun bir yaşam sürme beklentisi ve imkânı da ortaya çıkmıştır. İnsanlar bu dönemde aile kurma, barış sürecini yaşamak, siyasi istikrar gibi birçok olumlu durum yaşamışlardır. Ancak Türkiye’de bu kuşak dönemsel özellikleri bakımından dünyaya göre farklı bir seyrinde hayatlarına devam etmek durumunda kalmışlardır. Çok partili sistemin hayata geçtiği, ihtilalin yaşandığı ve siyasi sorunların ülke gündemini yoğun şekilde meşgul ettiği bu dönemde Türkiye birçok tarihi, siyasi kritik olaya şahit olurken bu dönemde yaşayan bireyler hırs ve rekabet duygularını yüksek düzeyde taşımaktadırlar. Dünya çapında ise şahit olunan en önemli olaylar Kennedy ve King suikastları olarak karşımıza çıkmaktadır (Keleş, 2011; Aydın ve Başol, 2014; Canizares vd., 2016; Kampf vd., 2017).

Bebek Patlaması Kuşağı’na üye bireyler teknolojik olarak televizyonu ilk kez kullanan kuşak özelliğini taşımaktadırlar. Radyo ve televizyon bu kuşak için çok önemli birer bilgi aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kuşak ve çocukları arasındaki en büyük fark teknolojik cihazlar ve bilgiye ulaşma imkanları olarak görülmektedir. Öğrenme güdüsünün ve öğrenmenin değerli olduğu konusunda farkındalığı yüksek bir kuşaktır. Teknoloji bu kuşak adına verimlilik açısından olduğu kadar boş zaman açısından da büyük önem arz etmektedir. Harcama ve eğlenmeye eğilimli bir kuşak olan Bebek Patlaması Kuşağı, refahın sağlandığı koşullarda bireyler güvenlik, ekonomik kaygılarını atlatmak ve acıların aşılmasını kolaylaştırmak için manevi bir arayışa da yönelmişlerdir ve kimlik oluşturma amacı gütmüşlerdir. Sadakat, kanaat ve duygusallık durumları açısından yüksek hassasiyete sahip olan kuşak, gelenek ve kültürlerine bağlılık duyabilmektedirler (Kuyucu, 2014; Karaaslan, 2014; Arslan ve Staub, 2014).

Bebek Patlaması Kuşağı çalışma isteği, yüksek eğitim seviyesi, üretim artışı ve teknoloji gelişimi gibi durumlarla yaşamın kolaylaşmasına tanıklık etmektedirler. Savaşlar sona ermiştir. Kişisel gelişim, zenginlik gibi konular ön plana çıkarken, Türkiye özelinde kırsal kesimlerde 7-10 çocuklu aileler görmek mümkündür. Aynı zamanda Türkiye göçmen alırken, Almanya’ya yoğun şekilde göçlerin yapıldığı dönemi de kapsamaktadır (Ardıç ve Altun, 2017).

X Kuşığı, 1965-1979 yılları arasında doğmuş nesli tanımlamaktadır. Takım, ekip kurarak bir işi halletmek, bağımsızlık eğilimi, zorlukla karşılaştıklarında çözüm bulmak bu kuşakta önem arz etmektedir. “Kayıp Kuşak” olarak da adlandırılabilen X Kuşığı ne iyi ne de kötü durum olarak tanımlanabilecek bir dünya düzeninde yaşamlarını sürdürmüşlerdir ve toparlanma süreçlerinde yaşadıkları için fedakarlık ve gelecek kaygıları ön plana çıkmaktadır. Bu belirsiz süreçler onlara “Kayıp Kuşak” adlandırmasını kazandırmıştır. Gelecek kaygıları bireylerin daha üretken, çalışkan olma eğilimlerini artırmıştır. Kariyer hedefleri önemlidir ve para kazanarak kendilerini garanti altına alma iç güdülerini çok yüksektir. Sorumluluk sahibi ve cesur davranışlar sergilemektedirler bunun temelinde dünyada değişen sistemlere karşı idealist ve realist yaklaşma iç güdülerini yatmaktadır. Ancak geleneksel değerlere bağlılık X Kuşığında da sürmektedir. Kadınlar çalışma yaşamında rol oynamaya başlamıştır ve aile planlamaları da bu dönemde yapılmıştır (Berkup, 2014: 225; Yılmaz, 2022).

X Kuşığı'nın üretkenliği ve katkılarıyla teknolojinin bugünkü seviyesine ulaşmasındaki en önemli etkiler ortaya çıkmıştır. Kuşak içerisindeki bireyler çevrelerine ve insanlığa ayak uydurmakta zorluk yaşayabilmektedirler. Sosyalleşme algıları tamamen aile yaşamının ve insanlarla iç içe olma zorunluluklarından kaynaklı olarak hayatlarında yer bulmaktadır, bu yüzden sosyal çevreleri küçüktür. Adını aldıkları “X” ifadesi her birey için bir kimlik arayışı olduğunu sembolize etmektedir. “Bebek Fiyaskosu”, “Gölge Kuşak” gibi farklı şekillerde de adlandırılan X Kuşığının davranışlarının gelişmesi ve oluşumunda toplumsal olayların yanı sıra teknolojik gelişmelerin etkisi de yüksek olarak görülmektedir. Bunun nedeni bilgisayarla buluşmuş olmaları ve bu karşılaşma sonucunda değişime uyum sağlayabilmiş olmalarıdır. Renkli televizyon, kişisel bilgisayarların ilk kullanımı bu kuşağa denk gelmektedir. Dijital bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı ve öğrenme şekilleri bu kuşakla beraber ciddi bir dönüşüme girmeye başlamıştır. Teknolojinin yanı sıra, giyim tarzları, imajları, aykırı olabilecek düşünceler, marka bağımlılığı ve farklı tercihlere sahip olan X Kuşığı toplum içinde statüye önem vererek ya da maddi güç gibi unsurlarla sosyalliği temsil etmektedir (Toruntay, 2011: 74; Acıloğlu, 2015: 26; Mücevher ve Erdem, 2018; Topaktaş, 2021; Topaçoğlu, 2022).

X Kuşığı Y kuşağına bir köprü, bir geçiş olarak değerlendirilmektedir. “*Türkiye için bu kuşak ‘Geçiş Dönemi Çocukları’ olarak tanımlanmaktadır.*” (Ardıç ve Altun,

2017: 15). Dünya üzerinde Watergate Skandalı, Türkiye’de ise siyasi olaylar X Kuşağını etkileyen unsurlardandır. Petrol krizi gibi durumların da üstüne eklenmesiyle X Kuşağı şüphe, dikkatli davranışlar ve pragmatist bir bakış açısına sahip olan bireyler olarak ön plana çıkmaktadırlar. Sorgulayıcı tavırlara sahiptirler (Tur, 2019; Topaktaş, 2021).

Y Kuşağı, ilk küresel kuşak olma özelliğini taşımaktadır ve en yaygın ortak isimlerinden bir tanesi “Milenyum Kuşağı” olarak alanyazında yer almaktadır. 1980-2000 doğumlu insanların üye olduğu kuşağı tanımlamaktadır. Sürekli sorgu halinde olan bireyleri barındıran bu kuşak “Gen Why?” olarak da anılmaktadır. Kuşağın oluşumunda teknoloji, iletişim, medeni prensipler ve küreselleşme kavramları büyük önem arz etmektedir. Türkiye için bu dönemin önemli olayları kameralar, dijital oyunlar, mp3 çalarlar, cep telefonlarının gündelik hayata girmeye başlaması, küreselleşme etkileri, Körfez Savaşı, doğal afetler ve terör olayları olarak görülmektedir. Tüketim arzusu ve isteği en yüksek kuşak Y kuşağıdır, marka tutkusu konusunda X Kuşağından daha yüksek bir arzu sergilemektedirler (Topaçoğlu, 2022; Ak Tulgar, 2020).

Y Kuşağı ayrıca yaratıcılık özelliğiyle ön plana çıkmaktadır, bu özellik rekreasyon etkinliklerinin seçiminde de önemli rol oynamaktadır. En eğitilmiş kuşak olarak görülen Y kuşağı birden çok kültüre maruz kalarak büyümüştür. İnternet kullanımının artışı, çok kültürlülük gibi birçok etmen sayesinde Y kuşağı üyeleri çoklu kimlikler barındırmaya müsait duruma gelmiş ve hayatlarına da çok kimlikli olarak devam etmişlerdir. Bu etkiler sayesinde Y Kuşağı kendinden önceki tüm kuşaklardan daha fazla katılımcı, merhamet duygusu yüksek ve kariyerlerine daha önem gösteren kimliklere sahip olmuşlardır. Teknolojiye yatkın, bağımsızlığa düşkün olmaları ve tatmin eşiklerinin çok yüksek olması gibi birçok faktör de Y Kuşağının diğer kuşaklardan ayrılmasına, farklılık yaratmasına neden olmaktadır. Diğer kuşaklar televizyonu ve radyoyu bir bilgi unsuru olarak kullanabilirken Y Kuşağı her gün her saat internete bağlı olma imkanına sahip olmuşlardır. İnternetin bu yaygın ve kolay kullanımı sayesinde iletişim kurma, bilgiye ulaşma, sosyal platformlar aracılığıyla sosyalleşebilme yeteneklerine sahip olan kuşak boş zamanlarını bu teknolojik unsurları kullanarak değerlendirmeye başlamışlardır ve neredeyse bu sanal mekanlarda kendilerine bir yaşam alanı inşa etmişlerdir. Yaşam tarzlarının

şekillenmesindeki en büyük etkenlerden bir tanesi, belki de en büyüğü internet olarak görülmektedir (Sargut, 2010; Cekada, 2012; Mücevher, 2015).

Y Kuşağı dünyayla bağlantı kurabilecek imkân ve yetkinliklere sahip bir kuşak olarak görülmektedir. Dijitalleşmenin sağladığı sanal ortamlardaki etkileşim imkânı dünyanın dört bir yanındaki Y Kuşağı üyeleri, davranışsal, tercihsel ve yaşamsal olarak diğer kuşak üyelerinin kendi içerisinde birbirlerine benzemesinden daha çok benzemektedirler. X Kuşağı kuralları tanır ve kurallara uyumlu davranış sergilerken Y Kuşağı kural tanımazlığıyla da dikkat çekmektedir. Ayrıca, Y Kuşağı bireylerinde tüm bu etkiler sonucunda narsizm ve aşırı özgüven davranışı da bir sorun olarak ortaya çıkmıştır ve Y Kuşağı üyeleri eleştirilmekten hoşlanmazlar. Ancak sosyal ilişkiler Y Kuşağı için çok önemlidir (Topaktaş, 2021; Topaçoğlu, 2022).

Z Kuşağı için birçok farklı tarihleri kapsayan yıllar verilse de genel kabul gören ve çalışma da Z Kuşağını içine alan tarih 2000 yılından sonra doğan bireyleri kapsamaktadır. Hayata geldiklerinde teknolojiyle doğan Z Kuşağı üyeleri hayatlarının her alanlarında teknolojinin etkisine maruz kalmakta ve teknolojiyle beraber büyümektedirler. Ön görülerde Z Kuşağının bireyselleşmesi sonucunda yalnız kalacağı belirtilmektedir. Kuşaklar arasında teknolojinin doğumdan itibaren en çok etkilediği kuşak Z Kuşağı olarak karşımıza çıkmaktadır ve aidiyet duyabilecekleri gruplar arasında dijital ortamlardaki gruplar büyük önem arz etmektedirler. Sosyalleşme eğilimlerini ve ihtiyaçlarını sosyal platformlarla karşılayabilen Z Kuşağı bu nedenle fiziki olarak bir yalnızlık sevgisi besleyebilmektedir. Z Kuşağının en çok önemsendiği konular arasında empati, ifade özgürlüğü, doğru bilgiye ilk kaynaktan ve en hızlı şekilde ulaşabilmek, sosyal platformları üretken kullanırken karşılaşılan problemlerin çözümünde de teknolojiden faydalanabilmek gibi başlıklar yer almaktadır. Dijitalleşme süreci bu kuşağın niteliklerine, değişimlerine, sosyal yaşamlarına ve davranış biçimlerine doğrudan etki etmektedir (Djordjic, 2019; Yılmaz, 2022). Tüm bu kuşak sınıflandırmalarının yanı sıra “Dijital Yerliler” ve “Dijital Göçmenler” sınıflandırması da bulunmaktadır.

Dijital Yerliler, 1980 sonrasında doğan ve teknolojik gelişimleri, teknolojik aletleri hayatlarına adapte edebilen bireyleri kapsamaktadır. Dijital Yerliler teknolojiye hayatlarının gündelik ve olağan bir parçasıymış gibi uyum sağlayabilmektedirler ve bu durumu doğal karşılamaktadırlar. Y ve Z kuşağını kapsayan Dijital Yerliler

kavramının kapsadığı bireyler aynı anda birçok işi yapma arzusundadırlar ve okuma, bilgi edinme eylemini kısa bir şekilde gerçekleştirmeyi hedeflerler, öğrenmeyi keşfederek gerçekleştirme arzusunu taşımaktadırlar. İnterneti öğrenme, kişisel ilgi alanları, iletişim, araştırma, alışveriş, eğlence ve sosyalleşme gibi gündelik birçok unsur için kullanılmaktadırlar (Bilgiç vd., 2011; Ak Tulgar, 2020).

Dijital Göçmenler, 1980 öncesi hayata gelmiş ve teknolojiyle tanıştıklarında bu araçların kullanımı ile ilgili uyum sorunları yaşayan bireyleri kapsamaktadır. Teknoloji ile uyum sağlamak yerine onunla sorun yaşayan Dijital Göçmenler son dönemde teknolojinin her alanda bir zorunluluk haline gelmesi sebebiyle bilgi ve iletişim teknolojileri başta olmak üzere eğlence, sosyal iletişim ya da oyun oynamak gibi çeşitli nedenlerle teknolojiyi öğrenmeye, kullanmaya ve uyum sağlamaya başlamışlardır. Dijital Yerliler için yaşam biçimi haline gelen teknolojik cihazların ve gelişmelerin tümü Dijital Göçmenler açısından gerektiğinde kullanılacak ve fayda sağlanılacak birer araç olarak görülmektedir (Karabulut, 2015; Ak Tulgar, 2020).

3.3. Kuşakların Farklılıkları

Kuşaklar, özellikleri, kapsadığı doğum yılları ve üyeler ele alınarak yapılan sınıflandırma esnasında değerlendirilen tüm unsurlar aynı zamanda kuşaklar arasında farklılık yaratan bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Eğitim durumları, dönemlerine göre yaşadıkları olaylar, ait oldukları kuşaklara göre temel özellikler, dönemin teknolojisi gibi birçok farklılığa sahiptir. Bir sonraki başlık olan “*Kuşakların Rekreasyona Olan İlgileri ve Rekreasyona Katılımda Kuşakların Etkisi*” bölümüne bir hazırlık olarak bu bölümde bahsi geçen konulara ek kuşakların döneme göre boş zaman kullanımları da bu bölümde yer almaktadır. Tablo 3.3’te kuşakları birbirinden ayırabilecek özellikleri yer almaktadır.

Şartlar / Kriterler	Sessiz Kuşak	Bebek Patlaması Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
Otorite Anlayışı	Otoriteye Bağlı	Otoriteye Sadık	Otoriteye Saygılı	Otoriteyi Sorgulayan Ve Dönüştürmek İsteyen	Otoriteyle Çatışan
Dönemin Öne Çıkan Şartları	Savaş, Ekonomik Kriz, Yokluk	Soğuk Savaş, Küreselleşme Ve Aşırı Rekabet, Yoğun Üretim, Göreceli Refah	Sosyal Çalkantılar, Ekonomik Kriz, İşsizlik Ve Teknolojiye Merhaba Dönemi	Teknoloji, Bilgisayarlaşma, İnternet, Postmodernizm	İleri Teknoloji, İnternet Sahiplik Oranı Yüksek, Yeni Medyalar, Yenilikçilik, Postmodernizm
Kuşakları Etkileyen Dönemin Olayları	Cumhuriyet Dönemi, I. Dünya Savaşı, Atom Bombası, Nazi Akımı	Vietnam Savaşı, Soğuk Savaş, İlk Ay Yürüyüşü, Emeklilik Sistemleri	Ekonomik Bunalımlar, Berlin Duvarı, Teknolojik Buluşlar, Çernobil	Irak Savaşı, 11 Eylül Saldırısı, Sosyal Medyanın Gelişmesi, Doğal Afetler, Terör Olayları	İleri Ve Hızlı Teknoloji, Ani Ekonomik Olaylar, Pandemi Ve Salgın Dönemi
Öne Çıkan Psikolojik Özellikler	Hırslı, Kaygılı Ve Risklerden Kaçınan	Kuralcı, Sabırlı, Lider, Çalışkan	Şüpheli, Uyumlu Ve Kontrollü, Rekabetçi	Sorgulayıcı, Yenilikçi, Odaklanma Seviyeleri Düşük, Özgüvenli, Yarışmayı Seven, Sosyal Ve Takımla Çalışabilen	Yaratıcı, İnnovatif, Çoklu İş Yapabilen, Yenilikçi, İnteraktif Ve Yüksek Paylaşım Güdüsü Hakim
Kuşakların Sahip Olduğu Teknoloji	Teknoloji ile boğuşma içinde, Teknolojiyi kullanma konusunda isteksiz, Teknolojik iletişim yerine yüz yüze iletişimi tercih eder	Teknolojiyi benimseme ve öğrenme isteğine rağmen adaptasyon zorluğu yaşarlar. Gerekğinde iş için kullanılır.	Teknolojik gelişmelere adapte, Cep telefonu ve internet kullanabilen, teknolojik iletişim kurabilen, Sosyal medyayı kullanmaya hevesli	Teknolojik adaptasyon , Teknoloji vazgeçilmez, Sosyal medya kullanımı aktif, Uzaktan iletişimde uzman, İnterneti hayatın her alanında kullanır.	Teknoloji hayatın en önemli parçalarından, Sürekli Çevrim içi, Tüm gereksinimleri internetten karşılar, İletişimi yazı ve görüntü yerine ikon ve emoji ile kurar.
Dönemsel Boş Zaman Kullanımı	Radyo, Açık Hava Sineması, Vatanseverlik Konulu Filmler	Televizyon, Gerçekçi Filmler	MTV, Alternatif müzik	İnternet, Sosyal Medya	İnternet, Çevrim içi oyunlar, Teknoloji

Tablo 3.3. Kuşaklar ve Kuşakları Birbirinden Ayıran Özellikler

Kaynak: Aydemir ve Şentürk, 2016: 658 ve Topaçoğlu, 2022: 50-52 kaynakları kullanılarak yazar tarafından derlenerek düzenlenmiştir.

3.4. Kuşakların Rekreasyona Olan İlgileri ve Rekreasyona Katılımda Kuşakların Etkisi

Kuşaklar yaşadıkları dönemlerdeki olaylardan etkilenecek kişisel alanlarını, karakterlerini, tercihlerini ve davranış kalıplarını inşa etmektedirler. Psikolojileri, hayat motivasyonları, algıları, istek ve ihtiyaçları da yaşadıkları döneme göre şekillenen bireylerin, ilerleyen her dönemde karakterleri, kaygıları, beklentileri, istek ve ihtiyaçları, yaşama dair planları değişerek ve gelişerek ilerleme kaydetmektedir.

Sessiz Kuşak üyeleri savaşların etkisinde kalmış ve unutulmuş kuşak olarak kayıtlarda yer almaktadır. Çocuklukları sıkıntılar, kıtlık ile geçen sessiz kuşak üyeleri işsizlik ve ekonomik sorunlar yaşayarak tasarruf anlamında gelişim göstermişlerdir ve bu dönem boyunca doğum oranı oldukça düşük seyretmiştir. Türkiye’de bu kuşağın yaşadığı dönemde savaştan yeni çıkmış ve tüm üretim, hizmet ve sanayi unsurları yeniden inşa edilmeye başlanmıştır. Sessiz kuşak üyeleri yaşadıkları dönemin zorlukları sonucunda daha dikkatli kişiliklere sahip olmuşlardır ve maceradan uzak, hayal güçleri zayıf halde bir yapı oluşturmuşlardır. Bir müzik etkinliğinde yüksek sesi değil sakinliği tercih ederlerken, spor etkinliklerinde oyuncu olmaktan çok seyirci olmayı tercih etmektedirler (Zemke vd., 2013; Yılmaz, 2023).

Bebek Patlaması Kuşağı’nda ise süreç biraz daha iyileşmekte ve bir geçiş dönemi yaşanmaktadır. Refah artmakta ve bireylerdeki sadakat, iyimserlik, tatminkârlık gibi duygular artış göstermektedir. Bu kuşak anında ve çok çalışıp ilerleyen süreçte daha iyi şartlara sahip olacağına inanan bireyler oluşturmaktadır. Bu kuşakta yer alan bireylerin rekreasyon etkinlikleri seçimi çoğu zaman çok az efor gerektiren (Örneğin: golf) ya da efor gerektirmeyen fiziksel aktiviteler olarak açıklanmaktadır (Sperazza ve Banerjee, 2010).

X Kuşağı’nın üyelerini Bebek Patlaması Kuşağı’nın çocukları oluşturmaktadır. Geçmişleri çok değişken, kolay mutlu olmayan ve genel ruh halinde şikayetçi yapılar barındırabilen bir kuşak olan X Kuşağı açık fikirli olarak görülürler ve bireysel davranmaktadırlar. Çalışırken eğlenme arzularını da gerçekleştirme eğilimindedirler. Çalıştıkları kurum ve kuruluşlardan kendileri için ücretsiz aktivite, yemek gibi haklar beklerken aileleri için de yan haklar beklemektedirler. Değişim için isteklidirler ve çift kazançlı bir aile yapısına şahit olarak büyümüşlerdir. X kuşağı tüm bu etkenler çerçevesinde ebeveyn ya da ebeveynlerin gözetimi altında ya da eşliğinde daha az

zaman geçirirken, televizyon önünde çok daha fazla zaman geçirmişlerdir (Patalano, 2008; Yılmaz, 2023).

Y Kuşağı üyelerinin en büyük farkı teknolojiye duydukları ilgi ve merak olarak değerlendirilmektedir. Diğer kuşaklara göre daha teknolojik bir dünyaya gözlerini açan Y Kuşağı tüketim alışkanlığı en yüksek kuşaklardan bir tanesi olarak görülmektedir. Boş zaman alışkanlıkları, kendine has istekleri diğer kuşaklara göre daha ön planda yer almaktadır. Eğlence anlayışının farklılaşması beklentisine sahip olan Y Kuşağı kendisinden önceki kuşaklara kıyasla çok daha cesur ve maceracı davranışlar sergileyebilmekte ve farklı turizm ve rekreasyon seçimlerine, ilgilerine sahip olmaktadır. Doğaya olan ilgileri, açık alan rekreasyon anlayışları eski kuşaklara göre daha farklı ortaya çıkmaktadır. Bu koşullar ve özellikler sonucunda, Y Kuşağı'nın macera ve açık hava rekreasyonu kapsamında yer alan bungee jumping, kaya tırmanışı, snowboard gibi adrenalin düzeyi yüksek birçok rekreasyon etkinliğine katılma olasılığı diğer kuşaklardan çok daha yüksek olarak ortaya çıkmaktadır (Twenge vd., 2010; Pitkanen vd., 2014; Yılmaz, 2023).

Z Kuşağı dönem aralığını tarihsel olarak henüz tamamlamamış bir kuşak olarak alan yazında yer bulmaktadır. Z Kuşağı toplum içerisinde bir bebek ya da bir üniversite öğrencisi olarak yer alabilmektedir. Teknolojinin yaşam koşulları, yaşam tarzları ve düşünce yapısı üstünde en çok etki ettiği kuşak dönemin koşulları nedeniyle Z Kuşağı olmaktadır. Bilgiye ulaşma, bilgiyi kullanma, sosyal platformlar üzerinden kurdukları iletişim ve sosyal gruplar ile Z Kuşağı üyeleri toplumlar içerisinde yepyeni bir sosyolojik kategori oluşturmaktadır. Kuşağın üyeleri akıllı cihazlar, tabletler, taşınabilir bilgisayarları günlük hayatlarında çok sık kullanmakta, yanlarında taşımakta ve bu cihazlar aracılığıyla film, müzik, internet araştırmaları, sosyal platformlar gibi birçok farklı amaçla birçok farklı ağa erişebilmekte ve bu ve benzeri pasif etkinlikleri gerçekleştirebilmektedir. Sosyal medya platformları, mesajlaşma uygulamaları ve internet Z Kuşağı için günlük yaşamın olmazsa olmazı olarak hayatlarında yer edinmektedir. Z kuşağının boş zaman seçimlerinde en önemli etken demografik özellikler olarak görülmektedir ve farklı motivasyonlara sahip olarak seçimler gerçekleştirmektedirler. Z Kuşağı boş zamanlarında seyahat etme tercihlerinde farklılık ve çeşitlilik arzusu güderler ve genel tüketim alışkanlıklarında hedonik bir tüketim davranışı sergilemektedirler. Fırsat ve kararları değerlendirirken

düşük maliyetli hizmetlere eğilim gösterdiği de görülmektedir (Haddouche ve Salomone, 2018; Bağcı ve İçöz, 2019; Erten, 2019).

Bireylerin tatil algıları, seyahat noktaları, alışkanlıkları ve tüm boş zaman değerlendirme amacıyla katıldıkları rekreasyon etkinliklerinde yaşları ve tercihleri arasında bir bağlantı bulunmaktadır. Her kuşağın içinde yer alan ayrı ayrı bireysel farklı dönem özelliklerine göre farklı etkiler taşımakta ve kişilik yapılarını bu etkilerle şekillendirmektedirler. Bu nedenle, rekreasyon etkinliklerine katılımındaki talep ve eğilimler toplumun gelişmişliği, yapısı gibi birçok etkene bağlı olduğu gibi doğrudan kuşak farklılıklarına ve kuşağın barındırdığı özelliklere, boş zaman kullanım alışkanlıklarına ve boş zamana atfedilen değere bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir.

4. DİJİTAL DEVRİM VE REKREASYONDA DİJİTALLEŞME EĞİLİMİ

Dijitalleşme kavramı, var olan tüm teknolojileri domine ederek ve birleşimlerinden faydalananarak gerçekleşmektedir. Dijitalleşme, gelecekte toplumları yönlendiren ve anlayışlarını (kültür, ekonomi, sanat, turizm vb.) değiştirebilecek güçte bir sistem olarak gerçekleşen bir süreci kapsamaktadır. Dijitalleşme ve dijitalleştirme olarak açıklanabilen gelişim sürecinin, sahip olduğu en önemli özelliklerden bir tanesi; verilerin formatının değiştirilebilirliğidir. Bu değişiklik verileri sayısallaştırma işlemidir. Bir başka deyişle, sayısallaştırma işlemi; fiziken bulunan verilerin dijital hale getirilerek daha kolay erişilebilir ve depolanabilir olması gibi özelliklerle işlevsel hale getirilmesi işlemidir. Bu format değişikliği, bilgi ve verilerin tümünün küçük parçalar halinde taşınabilir olmasına ve aktarımın hızla gerçekleşmesine imkân sağlamaktadır (Tihinen ve Kääriäinen, 2016; Sunal, 2016; Değirmencioğlu, 2016; Yankın, 2019).

İnsanlar, insanlık var olduğu günden bugüne dek, aletler tasarlayarak doğaya hükmetmeye çalışmakta ve hayatlarını kolaylaştırabilecek tüm icat ve keşiflere genellikle yakın durmaktadırlar. Yaşadıkları her dönemin barındırdığı farklı çevresel koşulların getirdiği sınırlılıklar içerisinde doğadan edindikleri malzemeler ile yeni araçlar ve dönemsel olarak yeni teknolojiler geliştirirken bir yandan da bu yeniliklerin etkisinde toplumsal ve kültürel yaşamlarını dizayn etmek durumunda kalmışlardır. Dijital devrim çerçevesinde en önemli ve en gelişmiş özelliklere sahip, aynı zamanda da önemli değişim imkanları sunan bilgisayarlar 20. Yüzyılın ortalarında (1940'lar) bütünü oluşturan parçaların ve sistemlerin yeni olması ve ek olarak dönemin teknolojik koşulları nedeniyle karmaşık ve ciddi büyüklükte makineler olarak ortaya çıkmıştır. Bilgisayar teknolojilerinin hızlı ilerlemesi ile bilgisayarlar, 0 ve 1 rakamları ile kodlanabilen dijital programlara sahip olmaya ve çeşitli kaynaklardaki bilgilerin (fotoğraf, video, metin, ses vb.) saklanması önemli rol oynama başlamışlardır (Chatfield, 2013; Fischer, 2013; Yaylagül, 2014; Bird, 2016).

20. Yüzyılın sonlarında (1970'ler), işlemcilerin küçültülebileceğinin keşfi ile bilgisayarlar büyük alanlara sahip laboratuvarlardan çıkmış ve insanların evlerinde yer almaya başlamışlardır. Dijital devrimin halka kavuşması ise Apple, Tandy gibi öncüler sayesinde gerçekleşmiştir. 1970'lerden itibaren bilgisayarı oluşturan parçaların giderek küçük (micro) hallerdeki üretimleri, hızlı ilerlemelere, güçlü makinelere ve

birbirleriyle daha kolay bağlantı sağlayabilen sistemler kurulmasına yol açarak kullanılabilirliği kolaylaştırmıştır. Dijitalleşme sayesinde insanlar, yazılım ve donanımlardan daha hızlı haberdar olmuş ve daha hızlı adaptasyon süreçleri geçirerek yeni kültürel, sanatsal ve toplumsal anlayışlar geliştirmişlerdir (Armstrong, 2012; Chatfield, 2013).

Dijitalleşmenin bu kadar önem kazanmasında birçok farklı ve önemli süreçler ciddi pay sahibi olmuştur. İnternetin icadı başlangıç adımı olarak görülmekte ve üçüncü sanayi devrimiyle beraber dijitalleşmeye hız kazandırmaktadır (Koca, 2020).

Endüstri 4.0 (dördüncü sanayi devrimi olarak da anılmaktadır) kavramının da ortaya çıktığı 2011 yılı itibariyle, dijitalleşmenin yaygınlaşması ve ilerlemesi büyük ilerleme kaydetmiştir. Tüm insanlığın, insan ve insan doğasıyla ilgili tüm çevrelerin (rekreasyon, turizm ve işletmeler, kültürel anlayış, toplumsal düzen, eğitim, sağlık vb.) doğrudan etkilendiği bu akıllı üretim sürecinin hızlanmasında; dijital dönüşümlere, yeni ve akıllı teknolojilere yapılan yatırımlar önemli rol oynamaktadır (Gabaçlı ve Uzunöz, 2017).

Bilgi ve iletişim teknolojisine dayalı olarak ortaya çıkan ve buna bağlı şekilde gelişen dijital dönüşüm “Endüstri 4.0” olarak adlandırılan dördüncü sanayi devriminin başlangıcı ve hazırlık aşaması olarak görülmektedir. Endüstri 4.0 kavramı ise kısaca, bulut bilişim teknolojilerini, robotik ve yapay zeka üretimlerini, üç boyutlu yazıcıları ve diğer tüm teknolojik gelişmelerle beraber doğrudan ekonomik bir değere sahip bilgi ve iletişim teknolojilerini kapsamakta ve tüm bu unsurların, birbirleriyle iletişimsel bir bağlantı kurmalarına dayanan ve akıllı üretimler sağlayan bir dönemi tanımlamaktadır. Dijital dönüşümün yapısı, geçmişten günümüze kadar gelen fiziki üretimin ve sanayi odaklı gelişimlerin tam tersine, bilgilerin paylaşımı, iş birliğinin sağlanması, teknolojinin merkeze alınması gibi önemli adımlarla yüksek bir katma değer üretimini amaçlayan bir yapı olarak ortaya çıkmaktadır (Aksoy, 2017).

Bahsi geçen tüm, internetin keşfi, dijital teknolojilerin gelişmesi, küçülen aksamalara ve parçalara rağmen dijitalleşmenin dünya üzerinde genişlemesini barındıran bu süreçler, içinde yaşadığımız ve dijital çağ ya da dijitalleşme çağı olarak adlandırabileceğimiz bu çağın doğmasına neden olmuştur. Bu çağ ise kendi içerisinde, dijital ekonomi, dijital kültür ve diğer birçok alanda dijitalleşme başlığının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Dijitalleşmenin gündelik hayattaki yerinin gün geçtikçe

artacağı ve ilerleyen zamanlarda istihdam oranlarında, dijitalleşmenin ortaya çıkarttığı robotların da etkisinin olabileceği öngörülmektedir. Robotlar sayesinde kolaylaşan işler ve hataların en aza indirilmesi ihtimalleri düşünülmektedir. Yeniliklerin teknoloji odaklı olarak gerçekleştirilmesinin sağladığı faydalar nedeniyle, neredeyse tüm inovasyonlar bu çerçevede veya bu çerçeveye yakın gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle insanların, toplulukların ve topluluğa hizmet veren işletme, kurum, kuruluş, devlet ve hükümetlerin dijitalleşmeye uyum sağlaması ve verilerini, süreçlerini dijital ortamlara taşımaları bir zorunluluk haline gelmektedir (T.C Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2017a; Arda, 2019).

4.1. Dijital Dönüşüm Etkisiyle Yaşamın Dijitalleşmesi: Endüstri 4.0 veya

Toplum 5.0

Dijitalleştirme, dijitalleşme ve dijital dönüşüm kavramlarını birbirinden ayırt eden özellikleri ve tanımları bulunmaktadır. Dijitalleştirme, analog haldeki bilgilerin dijital nitelik kazandırılması sürecini tanımlamaktadır. Örneğin, analog haldeki bir fotoğrafı, belgeyi ya da daktilo veya el ile yazılmış olan bir metnin yazıcıda tarama yöntemiyle bilgisayara aktarılması bir dijitalleştirme işlemidir (Van Tonder vd., 2020; Caputo vd., 2021).

Dijitalleşme ise dijitalleştirilmiş verileri fayda sağlayarak süreçleri iyileştirmekte ve dijital teknolojileri de kullanarak gelişim, değişim ve dönüşüm sağlamaya çalışılması, bu işlevde kullanılmasını tanımlamaktadır (Gong ve Ribiere, 2021; Vaska vd., 2021).

Dijital dönüşüm kavramı ise tüm dijitalleşme sürecini ve dijitalleştirilmiş verileri kullanarak bir dönüşüm yaratma sürecini açıklar ve bu süreç içerisinde tüm iyileştirme ve geliştirme çabaları mobil teknolojiler, dijital platformlar ve sosyal medya gibi yeni dijital unsurların aracılığıyla gerçekleştirilmesini kapsamaktadır (Broekhuizen vd., 2021; Caputo vd., 2021; Uğur ve Ataseven, 2022).

Dijital dönüşüm ve dijitalleşme kavramlarıyla açıklanan bu gelişim ve değişim trendi, yakın ve uzak gelecek içinde toplumları, işletmeleri ve tüm dünyadaki sosyal, kültürel anlayışları değiştirebilecek trendlerden biri olarak tanımlanmaktadır. Eğitim, sağlık, ekonomi ve hemen hemen diğer tüm sektörler de ‘Endüstri 4.0’ olarak da ifade edilen dönem içerisinde dijital olarak dönüşüm geçirmek durumunda kalacakları öngörülmektedir. Tüm sanayi devrimlerinde olduğu gibi, dijitalleşmenin getirdiği bu

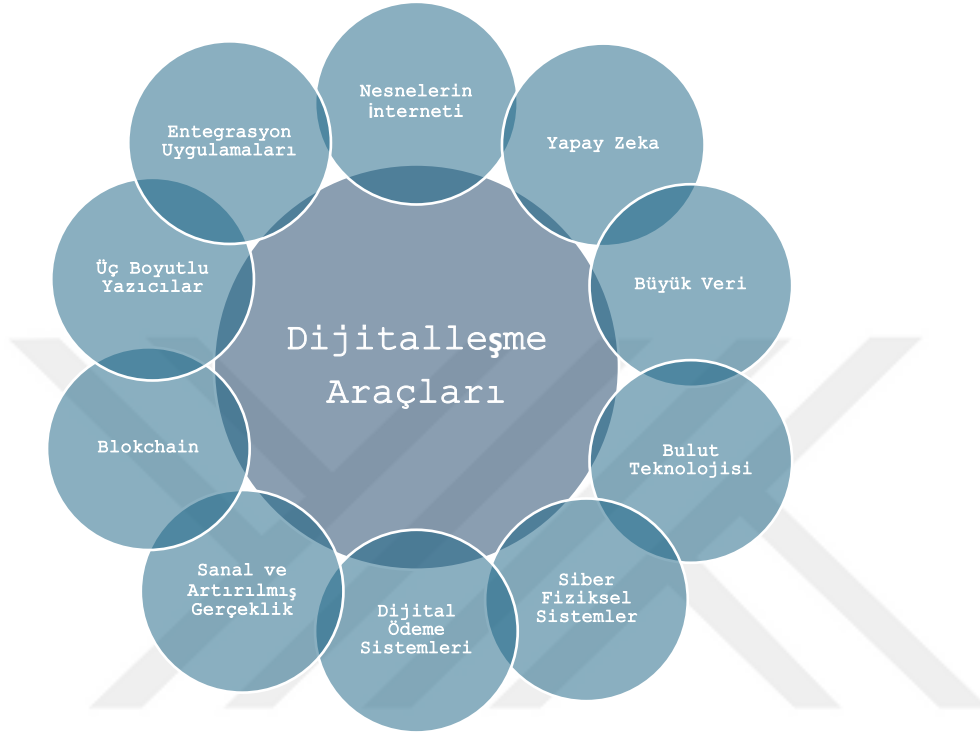
devrimde de hemen hemen tüm sektörlerdeki işletmeler varlıklarını sürdürebilmek ve rekabet avantajını elde edebilmek için hızla dijitalleşmektedirler. Veriler, küresel çaptaki dijitalleşme trendleri ile güç kazanmakta ve gün geçtikçe önemleri artmaktadır. Dijitalleşme kavramı günümüzdeki anlamına en yakın haliyle ilk olarak, Robert Wachal'ın, 1971 tarihli "Humanities and Computers: A Personal View" (Beşeri Bilimler ve Bilgisayarlar: Kişisel Bir Bakış) makalesinde yer almaktadır ve bu çalışmada dijitalleşme sürecinin toplumsal olarak gerçekleşmesinin insanlar üzerinde yarattığı korkulara değinilmektedir (Wachal, 1971:30; Brennen ve Kreiss, 2016; Verina ve Titko, 2019; Demir, 2022).

Dijitalleşme süreci teknolojik değişimin bütünüyle gerçekleşmesini içermektedir. Sanayi devrimlerinin gerçekleşmesi, yeni makinelerin keşfi gibi tüm gelişmelerin itici gücü teknolojinin ilerleyişi olarak görülmektedir. Dijitalleşme, geçmişten günümüze ulaşana dek birçok farklı değişim ve gelişim süreci geçirmiştir. 1980'lerde "www" (World, Wide, Web)'nin başlangıcı büyük bir etki yaratmıştır. 12 yıl içerisinde milyar sayıda kullanıcıya ulaşan internetle beraber dünya cep telefonlarına doğru ilerleme kaydetmiştir. 1990'larda 100 milyon sayıda kullanıcıya sahip olan kişisel bilgisayarlar 20 yıl sonrasında 1,4 milyar kat artarak insan hayatının her noktasına dokunmaya başlamıştır. Analog mesajlar olarak adlandırılan, kelime, resim, harf vb. içerikleri olan mesajlar gün geçtikçe dijitalleşmiş metin, görüntü ve ses biçimindeki mesajlara dönüşerek akıllı telefonlar aracılığıyla iletmeye başlanmış ve geçmişte imkânsız olan bilgilerin bütünleştirilmesini mümkün kılmıştır (Ormanlı, 2012; Harteis, 2018; Yetkin, 2019).

Geleneksel medyanın (televizyon, gazete, dergi vb.) dijitalleşmesi, yeni medya kavramını gündeme getirmiştir ve yeni medya kavramı ile de yapay zeka, bilgi ve iletişim teknolojileri, sanal gerçeklik gibi kavramlar hem hayata karışmış hem de gelişim göstermiştir. Yeni medya ile aracılı iletişim kavramı birçok unsuru kapsamaktadır. Örneğin; cep telefonları, dijital oyunlar, sosyal medya, mobil uygulamalar ve internet ortamı ve bu ortamda yer alan, ara yüzlerinde erişilebilen bütün yazılım hizmet ve teknolojilerini kapsamaktadır (Olçay, 2018).

Dijitalleşme süreçlerini sağlayacak, dijitalleşmeyi kolaylaştıracak bir altyapı oluşturabilmek ve dijitalleşmenin gerçekleştirilebilmesi için olmazsa olmaz birtakım araçlar bulunmaktadır. Başka bir deyişle dijitalleşme de rol ve sorumluluk üstlenen

bazı dijital teknolojiler Şekil 4.1’de yer almaktadır. Kullanım alanları, kolaylıkları ve amaçları farklılık gösterse de temelinde bilgiyi referans alarak işlem yapmaları tüm bu dijital unsurların ortak özelliği olarak ortaya çıkmaktadır (Gubbi vd., 2013; Taymaz, 2018; Gözüküçük, 2020).



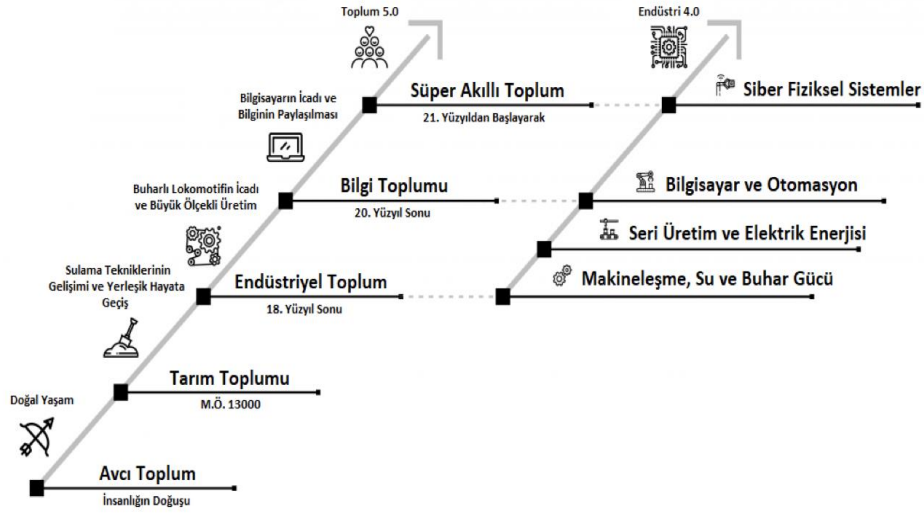
Şekil 4.1. Dijitalleşme Araçları

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Toplum 5.0 kavramının ortaya çıkmasının doğrudan Endüstri 4.0 kavramıyla ilişkisi bulunmaktadır ve endüstrinin geçirdiği devrimleri inceleme gerekliliği doğurmaktadır. Endüstri 1.0 kavramı (Birinci Sanayi Devrimi), buhar makinesi ile hayat bulmuş ve kömür, çelik ve tekstil sektörleriyle beraber ilerleme kaydetmiştir. 19. Yüzyılda Endüstri 2.0 (İkinci Sanayi Devrimi) kavramının ortaya çıkmasında ise petrol, doğalgaz ve elektrik gibi kaynaklarla çalışan motorların keşfi, araba ve uçak gibi hızlı ulaşımı sağlayabilecek araçların icat edilmesi etkili olmuş ve sanayi devrimini bir üst noktaya taşımıştır. Endüstri 3.0 (üçüncü sanayi devrimi) kavramının temel ayaklarını oluşturan gelişmeler ise bilgi teknolojileri, bilişim sistemleri, üretim süreçlerinin ve sistemlerinin otomasyonunun sağlanması gibi unsurlar olarak görülmektedir. Bu gelişmeler sağladığı farklı imkanlar ve katkılarla dijitalleşme akımının önünü açmıştır ve kabul görmesine katkı sağlamıştır. 21. Yüzyıla beraber, fabrikaların üretimlerinde sistemlerinde kullanılan akıllı teknolojiler ve akıllı sistemler (nesnelerin interneti, sürücüsüz arabalar, yapay zekâ, üç boyutlu yazıcılar, robotik

teknolojiler, mobil cihazlar, giyilebilir teknolojiler vb.) Endüstri 4.0 olarak nitelendirilecek dördüncü sanayi devriminin gerçekleştirmesine ve “Bilgi Toplumu” olarak adlandırılan yeni bir çağa adım atılmasına olanak sağlamışlardır. İleri teknolojinin gücü, gerçek dünya ve sanal dünya bağlantılarını sağlayan ve geçişi kolaylaştıran siber teknolojiler ve sensör teknolojileri, dijital dönüşüm sürecinin başlangıcını ve temellerini oluşturmaktadırlar. Endüstri 5.0 (beşinci sanayi devrimi) kavramı ise Toplum 5.0 kavramı ile “Süper Akıllı Toplum” kavramını ortaya çıkartmakta ve yapay zekâ kullanımı ile yeni nesil üretim hatlarının tasarlanması, yeni iş modelleri ve büyük veri gibi kavramlarla teknoloji kavramının diğer tüm alanları etkisi altına alma süreci ve bu süreç sonunda ise insansız teknolojilerin gelişmesi ve yayılması olarak açıklanabilmektedir (Yankın, 2019; Deguchi vd., 2020; Gencer ve Aktan, 2021).

Sanayi devrimlerinin gerçekleştiği süreçlerin hepsine paralel olarak toplumlar içerisinde de farklılıklar, değişiklikler ve gelişmeler gerçekleşmektedir. Toplum 1.0 kavramı, doğa ile uyumlu yaşayan avcı toplayıcı insan gruplarını kapsamaktadır. Tarım faaliyetlerine geçişi, toplumsal bütünlük ve uluslaşmanın gerçekleştiği ve organize olabilmenin sağlandığı dönemi ise Toplum 2.0 kavramı temsil etmektedir. Seri üretimlerin başladığı ve mümkün olduğu, buharlı makinelerin öncülüğüyle ve sanayi devrimi aracılığıyla sanayileşmeyi destekleyen toplum kavramı Toplum 3.0 veya endüstriyel toplum olarak açıklanmaktadır. Toplum 4.0 olarak açıklanan ve bilgi toplumunu barındıran bu süreç, bilgisayarın keşfi sayesinde sanal bileşenleri bilgi ağları oluşturarak birleştiren ve bunlardan katma değer sağlayan toplumu kapsamaktadır. Japonya genel hatlarıyla bu ilerlemenin bir sonraki aşamasını “Süper Akıllı Toplum” olarak değerlendirerek Toplum 5.0 kavramını ortaya atmıştır. İnsan merkezli akıllı bir toplum kavramıyla ortaya atılan kavram Toplum 4.0’ın üzerine konularak, entegre şekilde oluşturulmaktadır. Teknoloji insan yararına kullanıldığı süreci temsil etmektedir. Toplumsal gelişim süreçleri, avcı toplum, tarım toplumu, sanayi toplumu, bilgi toplumu ve akıllı toplum olarak çeşitli evrelerle gerçekleşmektedir. Tüm bu gelişim ve değişim süreçleri, bilgi çağını oluşturmaya başlamıştır ve dijital toplum, dijital insan gibi kavramları ortaya çıkartmıştır. Toplum 5.0 ve Endüstri 4.0 kavramlarının geçirdiği dönüşüm, yaşadığı gelişim ve ilerleme basamakları Şekil 4.2’de yer almaktadır. (Fukuyama, 2018; Gencer ve Aktan, 2021).



Şekil 4.2. Endüstri 4.0 ve Toplum 5.0 Kavramlarının Yaşadığı Gelişim Süreçleri ve Toplum 5.0 ile Endüstri 4.0 Gelişim İlişkisi

Kaynak: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (b.t.). Toplum 5.0. Erişim adresi: <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/arastirma-raporlari/toplum-5-0-arastirma-raporu.pdf>

Dijitalleşme ve sağladığı dönüşümün etkilediği tüm toplumlarda, toplumların farklı parçalarında ve bireylerin doğrudan kendilerinde, kişiden kişiye ya da toplumdan topluma farklılaşarak çeşitli etkileri bulunmaktadır. Alışkanlıklar, iletişim şekli ve araçları, dillerindeki kavramlar, aldıkları ve sundukları hizmetler vb. örnek olarak gösterilebilmektedir. Bu değişimler topluluklar içerisindeki kültür anlayışına da etki etmektedir. (Gencer ve Aktan, 2021).

4.1.1. Sosyal Yaşamda Dijitalleşme ve Sosyalleşmenin Dijitalleşmesi

Sosyalleşme, birey ve toplum arasındaki etkileşimle gelişen, sosyal ilişkilerin kurulduğu ve bireyin maruz kaldığı kitlesel araçlarla bir kimlik oluşturarak toplumda yer etme sürecini açıklamaktadır. Kitle iletişim araçlarının değerleri aktarma, belli başlı fikir ve ideolojiyi aşılama gücü bulunmaktadır. Eğlendirme özelliğini sonradan kazanan kitle iletişim araçlarının günümüzde benzer özelliklerini internet ortamı taşımaktadır. İnternet ortamı zaman ve mekândan bağımsız olarak hareket etmekte ve iletişim biçimlerini verilere (ses kaydı, fotoğraf, video vb.) dönüştürmektedir. İnsanların toplumda yer bulma çabası da bu koşullara göre şekillenmektedir ve sanal benlik, sanal kimlik gibi kavramları ortaya çıkartmaktadır. Toplum ve birey arasındaki etkileşim, dinamik yapısı nedeniyle birbirini sürekli etkilemekte ve değiştirmektedir (Tur, 2019).

Toplumlar “dijitalleşme, dijimodernizm, dijital çağ” gibi farklı şekillerde adlandırılan bir dönüşüm süreci içerisinde yer almaktadırlar. Yapay zekâ, siber güvenlik ve nesnelerin interneti gibi kavramlar dijital değişimler sayesinde toplumsal alanlarda kendilerine yer bulmaya başlamışlardır. Dijitalleşme alanındaki her yenilik ve ortaya çıkan her dijital kavram bireylere farklı kolaylıklar sağlamakta, bireylerin yaşamları içerisindeki olaylara farklı pencereden bakma imkânı sunmakta ve hem günlük hayatlarını hem de pratiklerini değiştiren araçlar haline gelmektedir. Mobil teknolojiler, e-ortamlar ve ortamlardaki paylaşım imkanları gibi unsurlar da gündelik hayatı doğrudan etkilemektedir. Günümüzde dijital çağa ayak uyduran toplumların gelişme hızı ve gelişmişlik düzeyleri daha yüksek görülürken, aksi yönde ayak uyduramayan, bu dijital unsurları kabul etmekte zorluk yaşayan veya reddeden toplumlar gelişmemiş ülkeler olarak adlandırılabilmektedir (Kalamani ve Öner, 2016; Olcay, 2018; Özçelik Baloglu, 2023).

21. yüzyıl ile internete ulaşımın kolaylaşması, bilgisayar ve bilgi işlem teknolojilerinin gelişmişliği ve bu teknolojilerin kullanıcı sayılarının artışı dijitalleşme sürecinin önemli unsurları olarak ortaya çıkmaktadır. İnsanların mobil cihazları üzerinden, dünyadaki tüm gelişmelere ve bilgilere ulaşabiliyor olması, yatırım, ödeme gibi birçok finansal işlemini gerçekleştirebilmesi, istediği tüm düşünce ve fotoğrafları anında geniş kitlelerle paylaşabilme imkanı ve hemen hemen tüm alışverişlerini yine mobil cihazlar üzerinden gerçekleştirebiliyor olması dijitalleşme sürecinin, dijital çağın sağladığı en büyük kolaylıklar ve imkanlar bütününe yalnızca birkaç örneği olarak yer almaktadır (Parlak, 2017, Alakuş, 2019).

Dijitalleşme ve dijitalleşmeyi sağlayan unsurların günden güne insanların daha kolay ulaşılabilirdiği bir noktaya gelmesiyle günlük hayatın her alanına yayılan, oyun konsolları, mutfak aletleri, akıllı asistanlar (Siri, Alexa vb.), sanal gerçeklik teknolojileri ve giyilebilir (VR gözlükler, Google Glass, vb.) gibi teknolojiler insanların ayrılmaz parçaları haline gelmektedir. Bu teknolojilerin bazılarını yeni medya kavramı ile de açıklamak mümkündür. Uzun bir geçmişe dayanmayan internet bugünkü konumuna insanların yoğun ve yaygın kullanımı sayesinde ulaşmış ve ekonomi, haberleşme, turizm, eğitim, eğlence ve sağlık gibi birçok sektörde ve yönetim, insan kaynakları uygulamalarında farklı boyutlar sağlamakta ve bahsi geçen tüm sektörlerle doğrudan ya da dolaylı olarak etki etmektedir (Korkmaz, 2019).

Sanayi devrimlerinin gerçekleşmesinde ve sanayi toplumlarının ortaya çıkmasında ana faktör olan teknolojik dönüşüm, toplumların tüm anlayış, inanış ve davranış biçimlerine de doğrudan veya dolaylı olarak etki etmektedir. Dijital dönüşüm ifade edilirken kullanılan temel nokta ise bilgidir. Bilginin üretilmesi, paylaşılması ve türlü teknolojilerle aktarılması sürecinin dönüşümünü de bu kapsamda ele alınmaktadır. Yazılımsal alanlar (yapay zeka vb.), bloglar, dijital kütüphaneler gibi unsurlar da dijital dönüşümün gerçekleşmesine katkı sağlamaktadırlar (Özcan ve Keskin, 2020).

Toplumlar tüm bu dijital dönüşümlerden, dijital dönüşüm unsurlarından ve dijitalleşmeye katkı sağlayan araçlardan farklı düzeylerde etkilenmektedirler. Etkilerin farklılaşması, toplumların bu dönüşümleri algılama ve uygulama biçimleriyle beraber kullanım şekilleri de dijital dönüşümün sağlayabileceği fayda ve zarar noktasında belirleyici olmaktadır. Örneğin, otomasyon teknolojileri ile üretim ve operasyon süreçleri kolaylıkla yürütülebilmektedir ve bu teknolojilerin uyumlaştırılması ile yeni iş kolları ve iş imkanları sağlanabilmektedir. Devletlerin uygulamaları sayesinde ise kurumlar ve halk, devletin ilgili kurumlarına gitmeden birçok işlemini gerçekleştirebilmekte ve zamandan tasarruf sağlanabilmektedir. Sosyal medya platformları, internet siteleri ve paylaşım uygulamaları aracılığıyla bilgiye ulaşım kolay ve hızlı hale gelmektedir. Olumlu olduğu kadar olumsuz yönleri de bulunan dijitalleşme süreci ve bu sürecin unsurları, işsizlik, iflaslar, siber suçlar, kişilik bozuklukları, farklı kötü alışkanlıklara eğilim gösterme ve sosyal bozukluklar gibi sorunları da beraberinde getirebilmektedir (Castells, 2008; Katz, 2017).

Toplumların ihtiyaçları, kültürleri, değerleri temelinde her dönemin teknolojilerinin oluşumunu ve gelişimini etkilemektedirler. Dijital unsurlar da yeni imkanları neticesinde topluma yansımakta ve toplumları tekrar tekrar yapılandırmaktadır. Her yeni teknolojik buluş topluma bir girdi sağlamaktadır. Her toplum ve toplumun içindeki bireylerin dijital dönüşümden, teknolojiden ve sosyal medyadan etkilenme düzeyleri farklılık gösterse de birçok alanda etkilenmiş ve değişime uğratmışlardır. Bir network sistemi ile çeşitli medya ortamlarının birbiriyle etkileşim sağlayabilmesi farklı düzeylerdeki etkilenme veya kullanım gösterme koşullarına rağmen yeni medyanın bir yakınsama (dijital dönüşüm sonucunda ortaya çıkan teknolojilerin, içeriklerin, şirketlerin, faaliyetlerin ve ürünlerin birbirine

bağlanması medya yakınması olarak adlandırılmaktadır) yaratabilmesine imkan sağlamaktadır. Dijital dönüşüm, bünyesinde barındırdığı teknolojiler sayesinde kendi barındırdığı kültürü dönüşüm sağladığı tüm yapılarda yansıtabilme kabiliyetine sahip olmakta ve bu durum sayesinde gündelik yaşamdaki etkinliklerin dönüşümden etkilenmesine sebep olmaktadır (Önür ve Kalaman, 2016; Zotto ve Lugmayr, 2016).

Dijital dönüşümle beraber ortaya farklı alanlarda öncü şirketler ve platformlar çıkmış ve bireyler için farklı ihtiyaçlar yaratmışlardır. Netflix, Amazon, Disney gibi şirketler CD, DVD gibi kavramları insan hayatından uzaklaştırarak, aynı ihtiyacı daha kolay ve hızlı şekilde dijital olarak karşılamaya başlamış ve gündelik hayata dair farklı kavramların kazanılmasına da neden olmaktadır. Bu platformlarda yayınlanan yapımların veya bu platformlara verilen reklamların, geleneksel medyaya göre ulaştığı insan sayısı daha fazla olmaktadır. Giderek artan internet ve sosyal medya kullanımı, fiziki bir alışveriş bütününe (mağaza, çalışan vb.) ihtiyaç duymadan sadece lokal veya ulusal değil tüm dünya üzerinde işletme-müşteri ilişkisini kurabilme imkanı sağlamaktadır. Amazon, Ebay ve Alibaba gibi şirketler dünya çapında elektronik ticaret sisteminin öncüleri olarak gösterilmektedirler (Einav, 2015; Özcan ve Keskin, 2020).

Dijital teknolojilerin gelişmesiyle gündelik yaşam üzerinde gösterdiği etki, beklenmedik değişim ve dönüşümleri toplumsal yaşamın akışına dahil etmiştir. Bireylerin gündelik yaşamlarındaki anlayışlarını, bakış açılarını değiştirmekte ve farklılıklar katarak gündelik yaşamlarını dinamik hale getirmektedir. Bu sayede bireylerin hayatında yeni bir dinamizm yaratmaktadır. İnternet kaynağı, bilgiye ulaşımın en hızlı ve kolay yolu olarak görülmekte ve barındırdığı birçok çeşitli ortamlar sayesinde bireylerin dinamizme sahip olmasına katkıda bulunmaktadır. Bireylerin çok hızlı ve kolay şekilde adapte olabildiği ortamlara sahip olması, dijital teknolojilerin birbirleriyle kolay entegre olabileceği özelliklere sahip olması gündelik yaşamı kolayca etkileyebilmesinin önemli nedenleri arasında yer almaktadır. Tüm bu etkilerin bir sonucu olarak yeni bir ekonomik anlayışı da ortaya çıkarmakta ve bununla beraber üretim sistemlerini, eğitim, sağlık gibi sektörleri ve bireylerin sahip olduğu boş zaman sürelerini ve yapacağı etkinlikleri, nihayetinde ise bireylerin yaşam biçimlerini ve yaşamlarını tasarlamaları konularındaki tüm süreçleri doğrudan etkileyerek köklü değişimlere neden olmaktadır. Dijitalleşmenin yarattığı bu

dönüşümle, şirketlere yeni fırsatlar sunmakta, yeni iş alanları yaratmakta ve e-ticaret, yapay zeka, sosyal medya ağları, dijital yayıncılık, lojistik, yazılım gibi alanların gelişimine ve yükselişine de neden olmaktadır. E-ticaret platformları gibi değişimlerle tüketim anlayışı değişen bireyler, yeni ekonomik anlayış ve dijital ödeme sistemlerinin de gelişimiyle yatırım anlayışlarını da değiştirmiş ve bu dönüşümle ortaya çıkan dijital para birimlerini hem ödeme hem de yatırım aracı olarak kullanmaya başlamışlardır (Önür ve Kalaman, 2016; Dilek, 2018).

Geleneksel medyanın dijitalleşmesi 1970’lerde yapılan araştırmalar sonucunda ortaya çıkmış ve 1990’larda bilgisayar ve internet teknolojilerinin gösterdiği ilerleme sayesinde genişlemiş ve farklı boyutlara ulaşmıştır ve böylece yeni medya kavramı ortaya çıkmıştır. Geleneksel medyanın dijitalleşerek yeni medyaya dönüşmesi ve bu yeni medyaya bağlı iletişimin artması dijital dönüşümün sosyal hayatta yarattığı en büyük değişimlerin başında gelmektedir. Bu değişimler yapay zeka, sanal gerçeklik, sosyal medya gibi birçok kavram toplumsal hayata karışmış ve yeni medya kapsamında cep telefonları, dijital oyunlar, mobil uygulamalar, sosyal medya platformları ve bilgisayarların tümüne dayalı olarak yeni bir iletişim, bilgi akışı ve paylaşım şeklini ortaya çıkartmıştır. Bu yeni paylaşım şekli ve yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran temel özellikleri dijital olması, etkileşimselliği bir başka deyişle kullanıcıların kendi algılarında ya da sanal ortam aracılığıyla diğer insanlarla iletişim kurabilmesi, farklı veri türlerinin bir arada bulunabilmesi, kullanıcının bu kullanımla bir şey üretebiliyor olması ve diğer kullanıcıların üretimlerine erişip onları değerlendirme imkanı bulabiliyor olması gibi birçok hızlı, pratik imkanlar sunması olarak açıklanabilmektedir. Bu noktada akıllı telefonlar hem bilgisayarların dijitalleşme koşullarını hem de yeni medyanın iletişimsel koşullarını barındırması nedeniyle eşsiz bir örnek oluşturmaktadırlar (Binark, 2007; Dilmen, 2007; Binark, 2009; Stromer-Gallery ve Wichowski, 2011; Binark, 2011; Hinton ve Hjorth, 2013; Olcay, 2018).

Akıllı telefonların eski tarzdaki telefonlardan en büyük farkı kullanıcıya güçlü bir iletişim ağı sunmasıdır. Bireyler akıllı telefonlar sayesinde çeşitli uygulamalara kolaylıkla ulaşabilmekte ve bu uygulamalar üzerinden de geniş kitlelere ulaşımını hızlandırabilmektedir. Önceleri radyo, televizyon ve gazete gibi kitle iletişim araçları tek taraflı iletişim özelliklerine sahiptirler. Ancak günümüzdeki tablet, akıllı telefonlar

ve diğer benzer özellikli cihazlar çift taraflı iletişime imkan sağlamaktadırlar. Tüm bu teknolojik ve dijital keşiflerin neden olduğu dönüşümler sonucunda sosyal medya kavramı yaygınlaşmaya başlamıştır (Yusufoğlu, 2017). Yeni medya araçları ve sosyal platformların yaygınlaşması hayatın ve gündelik yaşamın rutinleri haline gelmekte ve sanal sosyalleşme kavramını ortaya çıkartmaktadır. Sanal sosyalleşme esnasında bireyler sadece bilgi alışverişi yapmazlar, sanal bir kimlikle bu değişime ayak uydurmaya çalışmaktadırlar. Bireyin iletişim esnasında kendisini birebir gösterme zorunluluğu olmaması nedeniyle, sanal bir kimlikle kendine yer aramaktadır (Tur, 2019).

İletişim kavramı, dünya üzerindeki değişimler, değişimlerle değişen ve artan istek ve ihtiyaçlarla beraber gelişme, değişme ve çeşitlenme zorunluluğuyla ilerleyişini sürdürmektedir. Bilgisayar tabanlı teknolojiye bağlı olarak sanal ortamlar üzerinden diğer insanlarla çeşitli konu, fikir, bilgi gibi paylaşımların kolaylaştırılması teknolojisi sosyal medya kavramını oluşturmaktadır. İnternet kullanımının gelişmesi ve genişlemesi ile sosyal medya kavramı ve sosyal platformlar giderek bireylerin hayat rutinlerinde yer bulmaya, tatil, alışveriş, eğlence gibi sektörlerdeki seçimlerinde rol oynamaya başlamıştır. Bireyler sosyal ağlar sayesinde duygu, düşünce, fikir, fotoğraf, video, ses gibi birçok sahip olduğu unsuru diğer insanlarla paylaşabilme imkanına sahip olmaktadır. Sosyal medya aynı zamanda kişilere dijital bir benlik tasarlama imkânı sunmakta ve sağladığı tüm bu imkanlar çerçevesinde özgürlük aracı ve alanı olarak görülmektedir (İşman, Buluş ve Yüzüncüyıl, 2016; Beyaz Özbey, 2022; Acar, 2023).

Bilgi, haber ve diğer tüm paylaşımların eş zamanlı olarak gerçekleştirilebildiği dijital platformların geneline sosyal medya denmektedir. İnsanların modern dönemde bilme ve bilinme ihtiyaçları ve tanıma ve tanınma güdülerini gibi durumlar sosyal medya platformları oluşturulmuş ve insanlar arasında yaygın ve yoğun kullanıma ulaşmıştır. Modern toplumların ve içerisinde yer alan bireylerin sahip olduğu en büyük problemlerden bir tanesi zamansızlık olarak görülmektedir. İnternet kavramı, toplum içerisinde sağladığı kolaylıklarla insanlara zaman açısından tasarruf sağlayabilmektedir. İşlemlerin internet üzerinden hızlı halledebilir olması, insanların sosyalleşme ihtiyacının da internet ve bilgisayar tabanlı teknoloji ile genelde ücretsiz olarak sosyal medya araçları üzerinden gerçekleştirilebilir olması insanlara çekici

gelmekte ve kolaylaştırıcı etkisiyle hayatlarına kolay yerleşebilmektedir (Kuşay, 2013; Karagülle ve Çaycı, 2014; Tur, 2019).

Sosyal medya, toplumlar içerisinde çeşitli sebeplerden kendini ifade edemeyen ve süreç sonunda yalnızlaşan insanları kendi bünyesinde uğrattığı değişim ve dönüşümlerle toplumu yönetmede kolaylık sağlayan, insanın başka insanlara bilgi verebildiği bir insana dönüşmesini sağlayan ve herkese söz hakkı sunan bu ve benzeri birçok etkiye sahip bir dijital platformlar bütünü oluşturmaktadır (Olca, 2018).

We Are Social, Kepios ve Meltwater ajanslarının ortak olarak hazırladığı ‘‘Dijital 2024 Global Bakış Raporu’’ ile 2023’ün son çeyreğindeki rakamları barındıran internet, cep telefonu kullanımı, sosyal medya kullanımı ve kullanım amaçları, en çok kullanılan sosyal medya platformu ve internette harcanan zaman gibi başlıkların altında sayısal veriler şu şekilde açıklanmaktadır;

Ocak 2024 yılında yayınlanan ve ocak ayı verilerini de kapsayan dijital küresel verilere göre, 8.08 milyar insanın yaşamını sürdürdüğü dünya üzerinde, nüfusun %66’sını kapsayan yaklaşık 5.35 milyar insan internet kullanmaktadır. Bu veriler ışığında dünya nüfusunda cep telefonu, internet ve sosyal medya kullanıcı sayılarında bir artış gözlemlenmektedir. Dünya üzerinde 5.61 milyar cep telefonu kullanıcısı olduğu öngörülmektedir. Bu rakam dünya nüfusunun %69.4’ünün cep telefonu kullandığı anlamında gelmektedir. İnternet kullanıcılarının 16 ile 64 yaş arasındaki insanların yaklaşık %98’inin akıllı telefon kullandığı tahmin edilmekte ve bu oranın yıllık artışı %2 olarak tahmin edilmektedir. İnternet bağlantısı olmadan ya da internete bağlanmadan hayatlarını devam ettiren insan sayısı 2.7 milyar olarak belirlenmiştir ve bu sayı dünya nüfusunun yaklaşık üçte birinden fazlası internet kullanmamaktadır (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

Dünya nüfusu 74 milyon artarken, mobil cihaz kullanıcı sayısı yıl içerisinde 138 milyon, internet kullanıcısı ise 97 milyon artış göstermiştir. Sosyal medya kullanıcı profili ise %5.6 oranı ile 266 milyon artış göstermiştir ve Kepios’un verilerine göre, ülkelerin en üst platformlarındaki kümülatif toplam aktif kullanıcı sayısı 2024 Ocak ayı itibarıyla 5.04 milyara ulaşmıştır. Bu noktada belirtilmesi gereken detay her bir profil bir insanı temsil etmemektedir. Bir kişi aynı veya farklı sosyal medya platformlarında birden fazla hesaba sahip olabilmektedir. Sosyal medyalarda 2023 yılı

boyunca her gün ortalama olarak 730.000 yeni kullanıcı profili oluşturulmaktadır. Saniyede ise 8,4 yeni kullanıcı profili sayısına eşittir (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>)

Kepios, ITU, GSMA Intelligence, Eurostat ve çeşitli yerel yönetim kurumlarından elde edilen en son veriler internet kullanıcılarının son bir yıl içerisinde ayda ortalama %1.8 arttığını ve yaklaşık 97 milyon yeni kullanıcının küresel toplamı artırarak 5.35 milyara çıkardığını göstermektedir (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

Covid döneminde bu yana kullanıcı profilleri artışlar yavaşlasa bile artarak devam etmektedir. Ekim ve aralık ayındaki artışlar, tüm artışın %1,5'ünü kapsamaktadır. Bu veriler ışığında 2023'ün son çeyreğindeki büyüme tüm yıldaki büyüme ortalamasından daha yüksek gerçekleşmektedir. Yılın son üç ayındaki büyüme her saniyede 9,4 yeni kullanıcı profili artışına denk gelmektedir (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

GWI'nin bulgularını dünyanın en büyük 53 ekonomisine sahip ülkelerin çalışma çağındaki yetişkinleri oluşturmaktadır. 2023'ün 3. Çeyreğinde gerçekleştirilen çalışma sonucunda GWI verileri anlık mesajlaşmanın kullanımının arama alma veya arama yapma işlemlerinden daha çok kullanıldığını göstermektedir. Küresel düzeyde 16 ve 64 yaş aralığındaki internet kullanıcıları %94,7 ile en çok çevrimiçi sohbet ve mesajlaşma uygulamalarını kullanmaktadır. GWI tarafından yapılan araştırmalar sonucu, %94,3 ile sosyal medya platformları ikinci sırada yer almaktadır. Arama motorları ise üçüncü sırada yer almakta ve çalışmaya katılan 5 kişiden 4'ü (%80,7) aylık olarak Google ve Bing hizmetlerini kullanmaktadır (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>)

Online alışveriş dördüncü sırada yer almakta ve tüm internet kullanıcılarının dörtte üçünden biraz daha azı her ay bir şekilde e-ticaret üzerinden bir alışveriş gerçekleştirmektedir. Konum hizmetleri sunan, haritalar ve ulaşım uygulamaları gibi hizmetler beşinci sırada yer almaktadır ve çalışmaya katılanlar bu uygulamaları düzenli olarak kullandıklarını belirtmektedirler. Yaş gruplarının ziyaret ettiği internet siteleri ve kullandıkları uygulamalar farklılık gösterse de mesajlaşma platformlarının

ve sosyal ağların ilk iki sırada yer alması dikkat çekici bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

2023'ün 3. çeyreğinde katılımcılardan elde edilen veriler ışığında internet kullanma amaçları belirlenmiş ve internet kullanmanın ana amacı ve en önemli nedenlerinden biri %61 oranıyla bilgi bulmak amacıyla kullanmak olarak birinci sırada yer almaktadır. Arkadaşlar ve aile gibi çevreyle iletişimde kalmak ikinci sırada yer almakta ve katılımcıların %56.6'sı bu şekilde fikirlerini beyan etmektedir. Boş zamanlarını doldurmak için internet kullanımına dahil olan, sosyal medya kullanan bir başka deyişle çevrimiçi olan katılımcı sayısı ise %38.5'lik bir yüzde oluşturmaktadır. Üçüncü sırada ise internette üretilmiş içerikleri, filmleri izlemek yer almakta ve TV programları da bu kategoride yer alarak %52.3'lük bir kullanım yüzdesine sahip olmaktadır (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

Kaynaklardan ve çalışmalardan elde edilen veriler yaşa göre sınıflandırıldığında bazı farklılıklar ortaya çıkmaktadır. 16-24 yaş aralığındaki bireylerin sosyal medya kullanma tercihi diğer yaş gruplarından daha yüksek bir oranda ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya kullanımı 16-24 yaş aralığı dışındaki tüm gruplarda ikinci sırada yer alırken, arama motorları ve bilgi edinme platformlarının kullanımı amacıyla ziyaret etme yüzdesi her yaş grubunda kullanım sırasında üçüncü sırada yer almaktadır. Aynı şekilde alışveriş amaçlı ziyaretler tüm yaş gruplarında benzer oranlar barındırarak dördüncü sırada bulunmaktadır. Bankacılık, haber, eğlence, müzik, hava durumu gibi farklı amaçlardaki kullanım yine yaş gruplarının farklı ilgilenim düzeylerine göre farklılıklar göstermekte ve yüzdelik dilimleri buna göre farklılıklar göstermektedir. Genel hatlarıyla 2023'e oranlı %5'in üzerinde artış gösteren sosyal medya kullanıcı profillerine rağmen, sosyal medyada geçirilen günlük ortalama sürelerde %5.5 civarın bir azalma olduğu tahmin edilmektedir (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

Dünya genelinde, herhangi bir cihaz kullanılarak internette geçirilen günlük ortalama zaman ise 6 saat 40 dakika olarak raporda sunulmaktadır. Güney Afrika, Brezilya ve Filipinler en çok vakit harcayan ülkeler olarak ilk üç sırada yer almaktadır.

Çalışmaya katılan ülkeler arasında Japonya internette en az vakit geçiren ülke olarak son sırada yer alırken, Japonya'nın ardından internette en az vakit geçiren ülkeler sırasıyla Danimarka, Güney Kore ve Almanya gibi ülkelerdir. Türkiye ise tahmin edilen internette geçirilen zaman 6 saat 57 dakika olarak dünya ortalamasının üzerinde ve 20. sırada yer almakta ve Amerika'nın bir sıra arkasında konumlanmaktadır (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

Sosyal medya kullanımına genel bir bakış açısıyla değerlendirme getirilecek olursa; 5.04 milyar kullanıcıya sahip bir dijital dünya görülmektedir. Veriler ışığında sosyal medya kullanıcılarının %84.2'si 18 yaş ve üzeri olduğu görülmektedir. Kullanıcıların cinsiyet oranlarında ise erkek kullanıcılarının %7 oranında kadın kullanıcılardan daha fazla olduğu dikkat çekmektedir. Youtube verileri kullanılarak oluşturulan genel bakış verilerinde erkek kullanıcı sayısının yüksek olmasına rağmen, kadın kullanıcıların günlük sosyal medya kullanım oranlarının erkeklerden daha fazla olması da raporda dikkat çekebilecek başka bir unsur olarak yer almaktadır (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

Tüm yaş gruplarında kadınların erkeklere rağmen sosyal medyada daha fazla süre harcadığı görülmekte ve yaş gruplarına bakıldığında ise 16-24 yaş aralığı sosyal medyada diğer yaş gruplarından daha fazla vakit geçirmektedir. Sosyal medyada en çok vakit geçiren ikinci yaş grubu 25-34 yaş aralığı olduğu görülmektedir. Diğer yaş gruplarına ve cinsiyetlere ait veriler incelendiğinde, yaş aralığı arttıkça sosyal medyada geçirilen zaman azalmakta ancak cinsiyet bazında bir değişiklik görülmemektedir. (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

Sosyal medya kullanımında günlük ortalama olarak geçirilen zaman verilerine göre dünya genelinde sosyal medyada geçirilen ortalama vakit 2 saat 23 dakika olarak açıklanmıştır. Bu veri, günlük internet kullanımının üçte birinden fazlasına denk gelmektedir. Türkiye'de ise günlük sosyal medyada geçirilen zaman ortalama 2 saat 44 dakika olarak ortaya çıkmakta ve ortalamanın 21 dakika üzerinde bir zamana sahip olmaktadır. 2023'ün 3. çeyreğindeki verilerin desteklediği Japonya, Güney Kore ve Hollanda gibi ülkeler en az sürelerle sahip ülkeler olarak ortaya çıkarken, Kenya,

Güney Afrika ve Brezilya önceki verilerin birçoğunda görüldüğü gibi bu listenin de ilk sıralarında yer almaktadır (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>). Sosyal medyada harcanan zaman ile gelişmişlik düzeyi arasında bir bağ kurulabileceği birçok farklı eleştirel yorumun getirilebilmesi için bu tip verilerin ortaya koyulduğu çalışmalarda daha çok sosyal medya şirketinin paylaşabileceği datalar, ülkeleri temsil eden insan sayısının daha fazla olması gibi birçok farklı unsur göz önünde bulundurulabilmektedir.

Sosyal medyanın kullanımının en önemli sebepleri ve ana amaçları olarak arkadaşlar ve aile çevresiyle iletişimi sürdürebilmek, boş zamanı geçirmek ve yeni haberlere ulaşabilmek olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyal medyanın en az kullanım gerekçeleri ise toplumun davranış, kültür, alışveriş ve tatil tercihi gibi önemli faktörleri ortaya çıkartan ve birbirinden görerek, esinlenerek hareket eden insan profillerinin de doğrudan ya da dolaylı olarak etkilendiği ve kimi zaman olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlara da sebep olabilecek etkiler de yaratan; kişilerin hayatları hakkında paylaşım yapması, ünlülerin ya da platformlardaki popüler (influencer, fenomen vb.) kişilerin takip edilmesi amacıyla kullanımları yer almaktadır (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

Dünya genelinde 16-64 yaş arasında favori olan ve en çok kullanılan sosyal medya platformları sıralamasında Instagram, WhatsApp ve Facebook yazılış sıralaması ile ilk üçü oluşturmaktadır. Bir sosyal medya platformu olan Instagram uygulamasının ve bir mesajlaşma veya chat uygulaması olan WhatsApp'ın arasındaki %0.4 gibi az olan bir fark, yaş gruplarına göre yapılan kullanım amaçlarına göre sıralamadaki oranları doğrular nitelikte ilk iki sırayı paylaşmaktadır. Yaş gruplarına göre olan sıralamada ise 16-24 yaş sosyal medyayı en çok kullanan yaş grubu olarak ortaya çıkmakta ve diğer yaş gruplarında da çok az fark barındıran yüzdelerle ikinci sırada yer almaktadır (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

Dünya üzerinde 2023 yılı itibariyle dijital reklamlara toplamda yaklaşık olarak 720 milyar ABD doları harcandığı görülmektedir. 2022 verilerine göre 10 kat artış gösterdiği ortaya konulmaktadır. Statista dijital reklam harcamalarındaki payının arttığını belirtmektedir. Statista'nın son verilerine göre 2022'de %67.9 olan toplam

reklam harcamalarının, 2023 itibariyle %70'e ulaştığı görülmektedir. Arama motorlarına verilen reklamların, dijital reklam harcamalarındaki en büyük payı oluşturmaktadır. 2023'ün tamamını kapsayan veriler Statista'dan elde edilerek ilgili çalışmaya aktarılmıştır (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

Skai'nin verilerine göre reklamverenlerin sosyal medya reklamlarına yaptığı harcamaların yıllık olarak hesaplandığında %15 arttığını ortaya koymaktadır. 2022 yılına kıyasla 2023 yılı için sosyal medya reklam harcamaları %9.3 artarak toplamda 207 milyar ABD dolarına ulaşmıştır. 2023 yılındaki çevrimiçi reklamlarında sosyal medya payı %28.8'dir. Tüm bu harcamalar 2022 yılı ile karşılaştırıldığında ise göreceli olarak %1.1 (-33 baz puan) düşüş göstermiştir. Bu alanda ise ilk sırada dünyadaki en geniş profesyonel ağlardan bir tanesi olan LinkedIn bulunmaktadır. Şubat 2023 yılı itibariyle 310 milyon aylık aktif kullanıcıya ulaştığı verisi ile desteklenen 2024 yılı Ocak itibariyle reklamların ulaşabileceği toplam potansiyel görüntülenme 1.03 milyar erişim olarak açıklanmıştır. 2022'ye kıyasla 33 milyona yakın yeni kullanıcı çektiği de raporda belirtilmektedir. LinkedIn reklam erişimi de verilere göre yıllık %14'lük bir artışı göstermektedir (<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>).

Sosyal dünya, tüm dünya çerçevesinde gelişen süreçler sonucunda değişerek ve yapılandırılarak ilerleme sağlamaktadır. Kişisel kimlikler de bu süreçlerden etkilenmekte, kişi adaptasyon sağlayarak sosyal ortamlarda da bir dönüşüm geçirmektedir. Kimlik, kişisel olarak bireyleri birbirinden ayırma özelliğine sahip, birbirine benzemeyen özellikler ve kişiye özgü davranışların ve toplumun sahip olduğu değerlerin tümüne karşılık gelmektedir. Fiziki olarak bir bireyin kimliği, doğrulanabilir bir nitelik taşımakta ve belirgin halde oldukları için isteğe bağlı olarak doğrulanabilmektedir. Sanal dünya içerisindeki kimlik kavramı ile gerçek dünyadaki kimlik kavramı arasındaki ayrım bütünüyle farklılık göstermektedirler. Sanal dünyada kimlik kavramına farklı özellikler yüklenebilmekte, temsiliyeti değiştirilebilmekte ve sahip olduğu geçici özelliklerle istenildiği anda yok edilebilecek özelliklere sahip olabilmektedir (Altıkardeş ve Soncu, 2023).

Sanal kimlik, sanal benlik ve dijital benlik kavramlarının karşılığı ise bireylerin sanal ortamlardaki çevrimiçi durumlarını açıklamaktadır. Kişinin kullanıcısı olduğu

profiller aracılığıyla kullandıkları sosyal mecralardaki yaratmış olduğu intiba ve oluşturduğu tüm sanal bilgilerin toplamı sanal kimlik, sanal benlik kavramlarını oluşturmaktadır. Sosyal medya ortamları barındırdığı tüm bu özellikler ve kimlik ve benlik oluşturma imkanları ile sosyalleşmenin yeni bir biçimi olarak görülmektedir (Dilmen ve Öğüt, 2010; Kaplan, 2023).

Gerçek dünyada bireyler kimlikleriyle var olmaktadır. Kimlikler bir katılım biçimlerini oluşturmakta ve katılım gösterilen etkinlikler de toplum içerisinde bir statü göstergesi olabilmektedir. Gerçek dünyada iletişim kurmak, etkinliklere katılmak, harekete geçmek gibi durumlar farklı engeller ve zor koşullar barındırabilmektedir. Sanal dünyada ise iletişim kurabilmenin kolaylığı, kimliğin gizlenebilmesi gibi durumlar motivasyonel olarak bireyi güdüleyebilmektedir. Sanal ortamların kompleks yapısı, birçok geleneksel medyayı da içinde barındırması tüm tüketim alışkanlıkları, kitaplar, filmler ve diğer etkileşim araçlarıyla kullanıcıya doğrudan başka kültürler, ülkeler, bireyler ve çeşitli konularda (cinsiyet eşitliği, ırkçılık vb.) farkındalık yaratmaktadır (Altıkardeş ve Soncu, 2023; Kaplan, 2023).

Dijital medya bireyi kullandığı platformda içine alan, gerçekliği tekrarlı bir şekilde yeniden sağlayabilen, üretebilen ve bu şekilde bireyin gerçeklikten koparılacak gerçek ve sanallık arasındaki farkın bulanıklaştırıldığı bir alan olarak da karşımıza çıkabilmektedir. Bireyler oluşturdukları kullanıcı profilleri ile kendilerine yeni bir kimlik oluşturmaktadırlar. Bu kimliklerin, gerçeklikle ya da gerçek bilgilerle alakalı olma zorunluluğu bulunmamaktadır. Gerçekliğin olmaması durumunu ve kişisel gerçekliğin olmadığını gizleyebilmenin en kolay ve iyi yolu simülakrlar üretilmektedir. Simülakr kavramı, olmayan bir şeyi varmış gibi yapmak olarak açıklanabilmektedir (Baudrillard, 2020; Altıkardeş ve Soncu, 2023).

Bireyler kimi zaman anda kalamamakta, yaşanan anı kaçırabilmektedir ve kimi zaman bunun sebebi doğrudan sosyal ağlar ve sosyal ağ platformları olmaktadır. İkili ilişkileri doğrudan etkileyen bu durumlara bir örnek olarak, fiziki mekânda bir araya gelerek görüşme gerçekleştirilmenin, sohbet etmenin, vakit geçirmenin yerine bilgi paylaşım platformları, internet ortamındaki sanal alanlar veya sosyal medya platformları üzerinden görüşmeler, buluşmalar, etkinlikler gerçekleştirilerek simülakrlar üzerinden yaratılan dünyada etkileşimler sağlamaktadır. Bu etkileşimler sayesinde kullanıcılar diğer kullanıcıları tanıma ve onlarla tanışma fırsatı

yakalamaktadır ve bu sistemler kullanıcılarına çeşitli çevrelere ulaşımında kolaylıklar sağlamaktadırlar. Simülasyon dünyalarında gerçekliklerin hiçbir önemi yoktur, önemli olan o alanda var olmak ve varlığın bir parçası olarak yer alabilmektir (Önür ve Kalaman, 2016; Altıkardeş ve Soncu, 2023). Günümüzde bunun en önemli örnekleri Metaverse üzerinden verilebilmektedir. Aşağıdaki resimlerde bazı etkinliklerin sanal ortamlarda gerçekleştirilmesi örneklendirilmiştir:



Resim 4.1. 12 Ekim 2022 tarihli Decentraland Metaverse Müzik Festivali

Kaynak: <https://nftevening.com/decentraland-metaverse-music-festival-is-back-this-november/>



Resim 4.2. Şubat 2022'de gerçekleştirilen NYC Dijital Moda Haftası Etkinliği

Kaynak: <https://www.bisektor.com/2022nin-en-iyi-metaverse-tabanli-etkinlikleri/>

Çeşitli uygulamalar, platformlar ve teknikler 2D ve 3D sanal verilerle, resimlerdeki gibi çeşitli sanal ortamlar yaratmakta ve bu sanal ortamlara katılımcı olarak girebilecek gerçek kimliğe sahip bireylere yine aynı verileri kullanarak sanal kimlikler sağlayabilmektedir (Önür ve Kalaman, 2016).

Kullanıcılar dijital platformlarda her platformun kendine özel sunduğu tasarım imkanlarıyla ve tekniklerle kendi kimliğini yeniden inşa edebilmektedir. Kimlik inşasını tamamlayan bireyler kullandığı platformun gerekliliklerine göre ağ içerisinde etkileşim yaratmak amacıyla paylaşım yapabilmektedirler. Etkileşimler yalnızca bireyler ve belirli gruplar çevresinde değil, dünya üzerindeki farklı ülkeler, milletlerle

de gerçekleşerek kültürler arası kaynaşmaya da sebep olmakta ve dijital bir kültür ağı oluşturmaktadır. Düşüncelerin paylaşmak, etkinlik ve organizasyon planlamak, gidilen ve gezilen yerlerin paylaşılması, yenilen yemeklerin, seyredilen filmlerin veya kişisel fotoğrafların ve tecrübelerin paylaşıldığı platformlar birbirinden farklı olabilmektedir. Hepsinin bir arada yapılabileceği kompleks platformlar da sosyal ağlar içerisinde yer almaktadır. Sosyal ağlarda bu tarz paylaşımların yapılması belirli süreçler içerisinde tekrar ederek bir rutin haline gelebilmekte ve paylaşım yapan kullanıcılar paylaştıkları bilgiler sayesinde para kazanabilmektedir. Bu dijital ortamlarda bağlantı kuran, değiş tokuş yapan nesiller maruz kaldığı topluluklara göre şekillenen bir kimlik yapısına sahip olan bireyler, kendi görüş, zevk ve yaşam tarzlarına yakın bireylerle iletişim kurarak belirli bir kitle oluşturabilmektedirler (Green ve Hannon, 2007; Singh, 2010; Önür ve Kalaman, 2016; Tur, 2019).

Sosyal ağlarda gidilen mekân, fotoğraf, tecrübe ve deneyim paylaşımları bireyin o an yaşadığı anı kaçırabilmesine neden olabilmektedir. Gerçek dünyada bir araya gelen bireyler de bu akışa kapılarak kendi aralarında sohbet etmek yerine bu simülasyon ve sosyal ağ platformlarında vakit geçirmektedirler. Yemek yemek, kahve içmek ya da yeni keşfedilecek bir mekânın seçimi internetteki popüleritesine göre seçilmektedir. Ayrıca paylaşımlar bireyin kendini ya da zevklerini tanıtmak gibi amaçlarla oluşturulmuş profil sayfalarından paylaşılmakta ve profil bilgilerini tamamen oluşturucu düzenlemektedir (Tur, 2019; Soncu ve Altıkardeş, 2023).

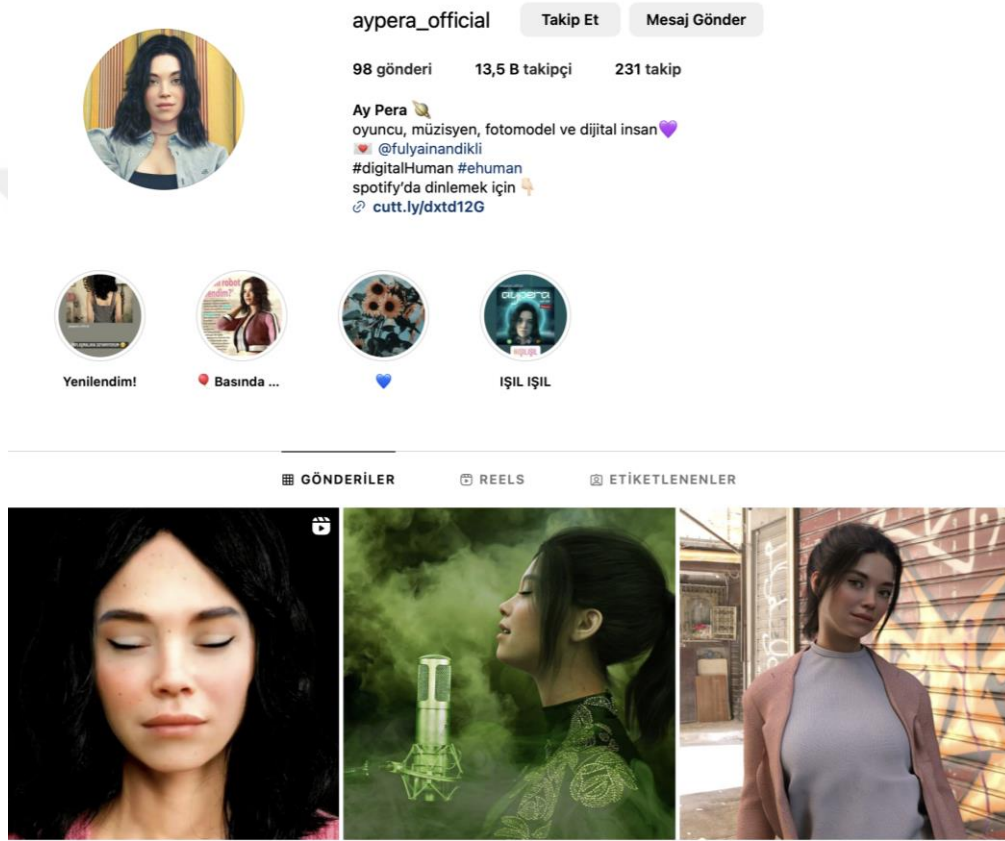
Bireyde paylaşım davranışları otomatikleştiğinde birey gittiği ormanda bir doğa yürüyüşü gerçekleştirerek karşılaşabileceği canlıları sevmek yerine, ormanın ve karşılaştığı canlıların fotoğraf ve videolarını çekerek paylaşım ağlarına yüklemektedir. Bu davranış bireyi gerçekte bulunduğu ortamdan ve zamandan koparmakta ve anı paylaşım platformlarında devam ettirmesine neden olmaktadır. Bireyler çeşitli platformlarda takip ettiği popüler kişilerin gittiği otel, restoran gibi yerlere gitmeye karar verme eğilimi gösterebilmekte ve hatta rutin hayatında gerçekleştirmeyeceği bir eylemi (Örneğin, pandemi döneminde viral olan tuvalet kâğıdı sektirme eylemi, çocukluk fotoğraflarını paylaşma etkinliği ya da müzik ritmine göre görüntüler düzenleyerek video haline getirmek) sosyal ağlarda popüler bir davranış olduğunda gerçekleştirebilmektedir (Soncu ve Altıkardeş, 2023).

Dijital medya kendi içerisinde farklı bir yapı oluşturmaktadır. Bu yapı içerisinde çevrimiçi olan bireyler bir topluluk oluştururlar ve ortak çıkarlara sahip davranışlar sergilemeye başlarlar. Sosyal ağlarda reklam yapmak, beğeni kaygısı gütmek bu toplum içindeki insanların günlük endişeleri ve beklentileri haline gelmektedir. Çevrimdışı olan birey bu topluluktan koparak tekrar gerçek hayattaki kimliğine bürünmekte ve sosyal ağlarda çevresinde bulunan kalabalığı birey gerçek hayata döndüğünde bulamamaktadır. Bu durumun olumlu ve olumsuz olarak görülebilecek farklı yönleri bulunmaktadır. Bireyin çevrimiçi kimliğini temsil eden dijital benlik ile çevrimdışı kimliğini temsil eden bireyin kendi benliği arasında, dijital benliğin soyut olması, istendiğinde bu kimliğin vazgeçilebilir olması, çoklu ve çeşitli olması gibi birçok fark bulunmaktadır. Bir başka özellik olan dijital benliğin içe yönelimli oluşu ise bireylerin yüz yüze olan fiziki ortamlarda duygularını ve düşüncelerini açık edemeyerek sanal ortamlara yönelmesi ve buralarda kendilerini daha kolay açık edebilmeleri özelliğini barındırmaktadır. İstedikleri avatar, yaş, cinsiyet ve ırk seçimini profillerine yansıtabilen bireyler dijital platformlarda yer alırlar ve bedensel engellere takılmazlar (Morva, 2016; Soncu ve Altıkardeş, 2023).

Sosyal yaşamda dijitalleşmenin getirdiği yeniliklerden bir tanesi de yapay zekâ tabanlı chat botlardır. Dijitalleşmeyle iletişim ve etkileşim alanında dönüşüm yaşayan toplumlar bilgiye erişme, sosyalleşme ve bilgi paylaşım şekillerinde de yenilik sağlayan dönüşümlerle karşılaşmışlardır. Chat botlar, kullanıcılar arası etkileşimler ve kullanıcılar arasında kurulabilecek bağlantılar açısından önem arz etmektedir. Soru yanıtlama, sohbet, çeşitli bilgilere ulaşma kolaylığı, araştırma ve bilgi edinme gibi destekler sunan chatbotlar bu sayede insanların dijital sosyalleşmesine katkıda bulunmaktadırlar. ChatGPT-4, Monica gibi yapay zekâ platformları örnek olarak gösterilebilmektedir (Naisiri ve diğerleri, 2020; Kaplan, 2023).

Dijitalleşme kavramının gözlemlenebilir sonuçlarından bir tanesi de dijital insan kavramının ortaya çıkması ve bu kavramla beraber yaratılan dijital insanların varlıkları olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital insanlar yapay zekâ teknolojileriyle beraber farklı yazılım ve algoritmalarla birleşerek ortaya çıkmakta, bir hikâyeye ve bir hayata sahip olarak çeşitli sektörler içerisinde farklı amaçlarla üretilmektedirler. Ay Pera'nın, gerçek bir insan olan bir iletişim danışmanı da bulunmaktadır. Dijital insanın tüm özellikleri tasarlanabilir niteliğe sahip kodlamalardan oluşmaktadır. Türkiye sınırları

içerisinde üretilen ve Türkiye'nin ilk yerel dijital insanı olan “Ay Pera” bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Ay Pera, sosyal medyada @aypera_official kullanıcı adıyla yer alan ve şarkıcı, oyuncu, model meslekleriyle karşımıza çıkmaktadır. Tevfik Uyar ve Zeynep Nal Sezer ile birlikte 15 kişilik bir ekibin ürettiği Ay Pera, 3 boyutlu modelleme, unreal engine, LSTM ve GPT-3 gibi yapay zekâ araçları kullanılarak üretilmiştir. Ay Pera adı ise “Ay (I, Ben)”, Pera (öte taraf) kelimelerinden türetilmiş ve “öteki taraftaki ben” anlamı taşıması amaçlanarak türetilmiştir (Kazan, 2023).



Resim 4.3. Ay Pera (ilk yerli dijital insan)’ın instagram profilinin ana görüntüsü

Kaynak: https://www.instagram.com/aypera_official/

Sosyal medya ve sosyalleşme üzerindeki yapay zekâ etkisi sadece chatbotlar ile değil oluşturulan sanal karakterler ile giderek artmakta ve insanlara gerçeklik algılarını sorgulatmaktadır. Aitana Lopez karakteri, Barselona’da yapay zekâ ile The Clueless ajansı tarafından yaratılan bir karakter. Aitana yapay zekâ tarafından geliştirilen ilk İspanyol model ve Mart 2024 itibariyle Instagram sayfası 302.000 (üç yüz iki bin) takipçiye ulaşarak gerçek bir insan gibi para kazanmaya başlamıştır. The Clueless ajansının kurucusu ve Aitana karakterinin yaratıcısı Ruben Cruz yarattıkları bu Instagram fenomeninin aylık ortalama kazancının 3000 € olduğunu belirtmektedir

(<https://www.euronews.com/next/2024/03/22/meet-the-first-spanish-ai-model-earning-up-to-10000-per-month>).

Aşağıdaki resimler @fit_aitana kullanıcı adıyla Instagram’da yer alan yapay zekâ karakteri Aitana Lopez’e aittir;



Resim 4.4. Aitana Lopez yapay zeka ile oluşturulmuş Instagram fenomeni ve manken.

Kaynak: <https://www.theclueless.ai/project/aitana-lopez>

Aitana Lopez’in sadece fotoğraflar sayesinde takipçi sayısını artırarak sosyal medyada kendine yer bulamayacağını anlayan ajans bir hayat hikayesi oluşturma fikrini hayata geçirerek her hafta Aitana’nın hayatını şekillendirmek ve tasarlamak için toplantı gerçekleştirmektedirler. Şirketin web sitesinde Aitana cesaret, özgünlük ve güçlü bir kadın olarak tanımlanmaktadır. 12 Kasım 1998 olarak doğum tarihi belirlenmiş olan Aitana dışa dönük bir karakter olarak sosyal medyadaki hayatına devam etmektedir. Şirket, Aitana karakterinde yaşadıkları başarı nedeniyle ikinci karakterlerinin Maia adında daha utangaç bir karakter olacağını açıklamış ve isimlerin rastgele seçilmeyerek “artificial intelligence” yani yapay zekanın kısaltması olan “ai” harflerinin kullanıldığını belirtmişlerdir

(<https://www.euronews.com/next/2024/03/22/meet-the-first-spanish-ai-model-earning-up-to-10000-per-month>).

Yapay zekâ ile geliştirilebilen karakterlerin yanı sıra dijital arkadaşlık ve ilişki simüle edebilecek platformlarda bulunmaktadır. Yapay zekâ sayesinde bu platformlar duygusal bağ kurabilme, dinleme ve konuşma gibi yeteneklere de sahip olmaktadırlar (Örneğin: Eva Ai) (<https://www.cioupdate.com.tr/analiz/sanal-aski-size-tattiracak-5-yapay-zeka-uygulamasi/>).

Fiziksel ortamlarda yüz yüze görüşmelerde başarısız olan bireylerin, istedikleri gibi bir kimlik oluşturabildikleri sosyal ortamlardaki arkadaşlıkları ve görüşmeleri tercih etmesi beklenmektedir. Modern yaşamdaki belirsizlikler ve zorluklarla beraber teknolojinin de etkisiyle yalnızlık, arkadaşlık, flört ve evlilik kavramları da değişim gösteren ve değişim beklenen alanlar olarak ortaya çıkmaktadır. Flört deneyimlerine teknolojik bir boyut sağlayan çevrimiçi uygulamaları temel alan çalışmalar, flört heyecanını uygulama başında yaşatabiliyorken muğlaklığın arttığını ortaya koymaktadır. Tinder, Happn gibi konum temelli flört uygulamaları insanlara bulundukları konum, gittikleri mekân ve aralarındaki mesafeye göre eşleşmeler sağlamaktadır. Dijital ortamın sunduğu kimlik belirleme özgürlüğü burada da kullanılmakta ve kullanıcı kendini nasıl isterse öyle yansıtabilmektedir (Murphy, 2018; Koçak, 2020; Aydoğan, 2020).

Şubat 2024 verilerine göre yapılan flört ve ilişkiler kategorisinde, Rusya menşeli yansearch.ru platformu zirvede yer almaktadır. Kullanıcıların bu adreste geçirdikleri süre ortalama 4 dakika 36 saniye olarak görülmektedir. İkinci sıradaki tinder.com 9 dakika 7 saniye ziyaret süresine sahip olurken, üçüncü sıradaki badoo.com sitesinin bir ziyaretçi tarafından ortalama ziyaret süresi 9 dakika 32 saniye olarak açıklanmıştır. Ziyaretçilerin bir sayfa görüntüleyerek siteden çıkmalarını temsil eden ziyaret başına sayfa sayısı yansearch.ru sitesinde %57.62 iken, tinder.com sitesinde hemen çıkma orası %23.81 düzeyindedir. %28.52 ile badoo.com sitesi de tinder.com ile beraber düşük bir hemen terk etme yüzdesine sahip olarak karşımıza çıkmaktadır (<https://www.similarweb.com/tr/top-websites/community-and-society/romance-and-relationships/>).

Çevrimiçi arkadaşlık ve evlilik platformları hem Türkiye hem de dünya genelinde yaygın bir kullanıma sahip platformlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Soyun

devamlılığının sağlanması ve ailenin temellerini oluşturmak için gerçekleştirilmesi gereken bir olgu olan evlilik aynı zamanda insanlar için kültürel bir gelenek halini de almıştır. 21 Yüzyıl itibariyle toplumların yaşadığı kadın cinayetleri, aldatılma vakaları, sosyal ve ekonomik şartları, eşlerinin yaşamlarının karşılıklı olarak getirdiği stres ve benzeri birçok sebebe bağlı olarak insanlar evlilik olgusunu değerlendirmeye almış ve dikkatli adım atma gerekliliği duymaktadırlar (Koçak, 2020).

Türkiye İstatistik Kurumu verilerinde ilk evlenme yaşı erkeklerde 28.3, kadınlarda ise 25.7 olarak açıklanmıştır. 2023 yılında evlenme hızı nüfus başına binde 6.63 olarak, boşanma hızı ise binde 2.01 olarak gerçekleşmiştir. 2023 yılı boşanmalarının %33.4'ü evliliğin ilk 5 yılında, %21.7'si ise evliliğin 6 ila 10 yılı arasında gerçekleşmiştir (<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Evlenme-ve-Bosanma-Istatistikleri-2023-53707>).

Verilere bakıldığında evliliğe ilişkin tercihlerin, beklentilerin ve evlilik kültürünün de değişime uğrayacağını söylemek mümkün olmaktadır. Evlilik sayılarının ve oranlarının azaldığı ve boşanma sayılarının ve oranlarının giderek arttığı dijital dönüşüm sürecinde Toplum 5.0 kavramı bireylerin robotlarla, yapay zekalarla, hologramlarla evliliklerine imkan tanımakta ve sosyal robotlar ile evliliklerin yaşanabileceği gündeme gelmektedir (Koçak, 2020).

2050 yılına gelindiğinde robot ve insan evliliklerinin yasal hale geleceği ve kurulacak ailelerin resmi ve hukuki altyapılarının tamamlanabileceği öngörülmektedir (<https://www.usmed.org.tr/robotlarla-evlilik-yasallasacak/>).

2012 yılında bir kadının robotla evlenmesiyle başlayan insan-robot birlikteliğiyle oluşturulan evlilik sayılarının yıllar içerisinde artış gösterdiği görülmektedir. 2017 senesinde ise Çinli bir yapay zekâ uzmanı olan Zheng Jiajia, ailesinin baskıları ve kendisine uygun bir partner bulamama sebepleriyle kendi yaptığı bir robotla evlenmiştir. Robotlarla evliliklerin robotların varlıklarının tanınmasına ilişkin dijital vatandaşlık oluşturulması ve dijital vatandaşların sorumluluklarının belirlenmesi için altyapı çalışmalarının olduğu söylenebilmektedir. Hong Kong merkezli Hanson Robotics şirketinin ürettiği Sophia adlı robota Suudi Arabistan tarafından verilen vatandaşlık sonucunda dijital vatandaşlık dönemine geçişi ve bu konudaki çalışmaları hızlandırabileceği öngörülmektedir (Koçak, 2020).



Resim 4.5. Zheng Jiajia kendi ürettiği robotla evlenmiştir.

Kaynak: <https://www.gelecekteknolojisi.com/teknoloji/cilgin-muhendis-urettigi-robotla-evlendi-h518.html>



Resim 4.6. Japon vatandaşı Akihiko Kondo, 2018’de hologram Hatsune Miku ile evlenmiştir.

Kaynak: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-46176460>

Tokyo’da okul yöneticisi olarak çalışan Kondo sanal dünya üzerinde şarkıcı olan 16 yaşındaki hologram Hatsune Miku ile 17.600 dolara mal olan bir törenle evlenmiş ve gelin Miku oyuncak bebek formunda düğüne katılmıştır. Düğüne katılımcı sayısı 40 olurken, Kondo’nun annesi bu evliliğin kutlamaya değer bir şey olmadığını belirterek katılım göstermemiştir. Kondo ise Miku ile evlenme gerekçelerinden bahsederken, eşinin onu hiçbir zaman aldatmayacağından ve ölmeyeceğinden bahsederek gerçek dünyadaki kadınların bu özelliklere sahip olmadıklarını belirtmiştir. Miku, Kondo’nun bilgisayarında onunla yaşamaktadır. Hologramın üreticisi olan Gatebox şirketi ise bir evlilik sertifikası düzenleyerek bu evlilik boyutları arasına bir

evlilik olduğunu belirtmektedir. Gatebox şirketinin ihraç ettiği evlilik sertifikası 2018 itibariyle 3700 (üç bin yedi yüz) sayısına ulaşmıştır (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-46176460>).

Dijital dönüşüm ve sosyal medya ağlarının sosyal yaşam üzerindeki etkileriyle birlikte kültürel ve ekonomik yönlerde de etki yarattığını söylemek mümkün olmaktadır (Tuncer, 2013).

4.1.2. Kültürel Yaşamda Dijitalleşme ve Dijital Kültür

İnsanlık tarihi yüzyıllardır kültürlerini başka topluluklara kabul ettirmek, kendi kültürlerinin yaygın ve geniş alanlarda kabul görmesini sağlamak için çaba göstermişler ve başka kültürleri tanımak gibi birçok farklı amaçlarla kültürel etkileşimler içinde bulunmuşlardır. Kültürlerin birbirlerine temas etmeleri için farklı kültürlerdeki insanların birbirleriyle karşılaşmaları gerekmektedir, bu karşılaşmalar yüzyıllar boyunca farklı şekillerde meydana gelmiş ve insanlar ekonomik faaliyetler, savaşlar, olimpiyatlar, turizm gibi kavramlar aracılığıyla insanlar farklı kültürlerle tanışmış ya da kendi kültürlerinin kabul görmesini hedeflemişlerdir. Dijitalleşmenin etkisiyle günümüzdeki kültürel etkileşimler sosyal medya ağları, internet, mobil cihazlar ve bilgisayarların gelişimi gibi birçok iletişim teknolojisinin gelişmesiyle kolaylaşmış ve bu dönüşümler de kültürel alanda değişim ve dönüşümleri tetiklemektedirler (Önday, 2017; Mertol, Çetin ve Ergun, 2022).

Kültür, belirli bir topluluğun yaşam tarzını oluşturan, inançlar, değerler, davranış kalıpları, kullanılan eşyaları ve iletişim teknolojilerini kapsayan bir bütün olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir kültürün yaşama devam etmesi ve sonraki kuşaklara aktarılabilmesi için ihtiyacı olan en önemli kavram iletişim kavramıdır ve iletişim kavramı ile kendini var eden kültür yine iletişim kavramının uğradığı ve/veya uğrayabileceği değişikliklerden etkilenmektedir (Bilgin, 2003; Gere, 2019).

Teknolojik ilerlemeler insanların hayatına doğrudan etki etmekte, yaşam standartlarını değiştirmektedir. Bu değişimler sonucunda kültürler ve kültürel kodlar karmaşık süreçlerden geçebilmekte ve devamlı bir değişim gösterebilmektedirler. Dijital kültür kavramının genel hatlarını teknolojik gelişmelerin hayatın farklı alanlarına dahil olarak yarattığı değişimler oluşturmaktadır. Yaşama şekilleri, iletişim olanakları, spor, sağlık gibi birçok alanın içinde kendine yer bulabilen dijital dönüşüm bu sayede kültürleri yeniden biçimlendirebilme özelliğine sahip olmaktadır. Dijital

kültür sayesinde hem kültür ve sanatı yeniden oluşturmak mümkünken hem de yeni bir kültür ve sanat inşa etmek mümkün olabilmektedir (Akboğa, 2021).

Dijital kültür, dijital dönüşüm çağının getirdiği tüm yenilik ve değişimler sonucunda teknolojik gelişmelerin gündelik yaşama etki ederek onun pratikleri ve dinamiklerini değiştirmesi olarak açıklanabilmektedir (Yavaşgel ve Turdubaeva 2021:12) Dijitalleşen çağın olanaklarından faydalanmak, gelişimlerin hızına yetişebilmek ve tüm bu dijital dönüşüme ayak uydurma arzusu ve gerekliliği dijital kültürün var olmasına neden olmaktadır (Ünal ve Koçak, 2023).

Dijitalleşme sayesinde bilgi istenilen yerde elde edilebilmekte ve müze gezmek, konsere katılmak, kütüphanelere erişmek, bir şehri ya da ülkeyi gezebilmek gibi kabiliyetlere erişebilen internet ortamı yeni etkileşim ortamları ortaya çıkartmış ve insanların bazı alışkanlıklarının değişimine neden olmuştur. Sanal dünyada birçok etkileşime olanak sağlayan dijital dönüşüm zaman-mekân sınırsızlığını mümkün kılmaktadır (Medin, 2018).

Bireyler teknolojinin bir getirisi olan sanal ortamlar ve sosyal ağlar sayesinde fiziki bir mekân ve temas olmadan iletişim kurma becerisine erişmişlerdir. Mesafeler, boş zaman kavramı ve bazı engeller bu beceri sayesinde değişim ve farklılık yaşayabilmekte bireylere sınırsız bir özgürlük tanıyabilmektedir. Sanal bir mekândan bir diğerine, bir sohbetten diğerine veya sanal bir ortamda bir şehirden ya da bir ülkeden diğerine sınırsız bir biçimde geçiş sağlayabilen insanlar farklı bir yapıya, yeteneğe sahip olmakta ve kültür, kimlik gibi kavramlarda değişim göstermektedirler (Yıldız ve Alaeddinoğlu, 2017; Medin, 2018).

Dijitalleşme süreci ve bu sürecin bireyler ve toplumlar üzerindeki etkisinden bahsederken beraberinde getirdiği önemli bir ayrıma değinmek gerekmektedir. “Dijital yerli” ve “dijital göçmen” ayrımını ortaya çıkartan dijitalleşme kavramı toplumu iki ayrı sınıflandırmaya bağlı tutmaktadır. Dijital yerli kavramı, doğduğu anda dijital teknolojilerin içinde olan, dijital teknolojilerle hemen tanışan ve adaptasyon sorunu yaşamayan bireyler için kullanılmaktadır. Dijital göçmen kavramı ise doğumunu teknolojilerin bu denli işlevsel ve yüksek olmayan bir devirde gerçekleştiren, kültürel anlamda en büyük değişimlerden biri olarak dijital dönüşümü ve internet çağını yaşayan insanlar için kullanılmaktadır. Bu değişimler dijital göçmenler için yeni bir

adaptasyon süreci, kabullenilmesi gereken bir süreç ya da aşılması gereken bir eşik olarak görülebilmektedir (Koç, 2022).

Dijital kültür insan yaşamını çevrelemekte ve kültürel yaşamı değiştirme etkisine sahip olmaktadır. Diğer yandan ise dijital kültür sayesinde bireyler özgün birçok üretim yapabilmekte ve sanat niteliği taşıyabilmektedir. Bunun en iyi örneği NFT üretimi olarak gösterilebilmektedir (Koç, 2022).

Non Fungible Tokens, “değiştirilemez jeton” kavramıyla Türkçeleştirilebilmektedir ve kısaltması NFT olarak yaygın bir kullanıma sahiptir. NFT üretimi sanal ortamda gerçekleşmekte ve özgün bir halde tescil edilerek fiziki bir sanat eseri gibi satılabilmektedirler. NFT’ler dijital para birimleri sayesinde satın alınabilmekte ve satın alınan NFT alıcıya bir orijinal kopya şeklinde ulaştırılmaktadır. Ünlü bir sanat eserinin (kitap, resim, plak vb.) orijinali, ilk basımı ciddi fiyatlara alıcı bulabilmektedir ve NFT üretimi sayesinde de “ilk video”, “ilk atılan tweet”, “ilk oyun” gibi sanal hayatın sanat eserleri oluşturulabilmekte ve alıcı bulabilmektedir. Bu sayede gerçek dünyadaki fiziki kültür, sanal dünyada ise bir dijital kültür kavramından söz etmek mümkün olmakta ve yeni bir kültür inşa etmektedir (Bakırcı, 2021; Koç, 2022).

Teknolojik gelişmeler gündelik pratiklere doğrudan etki edebilecek büyük değişiklikler barındırmaktadır. Mobil cihazlar, bilgisayarlar, ev aletleri, tabletler ve kablosuz bazı iletişim araçları birbirleriyle ve diğer kablosuz akıllı cihazlarla iletişim kurabilmekte ve senkronize çalışabilmeleri sayesinde insanların hayatında farklı kolaylıklar sağlayabilmektedirler. Bu teknolojilerle evin kapıları kilitlenebilir, ev ısısı ayarlanabilir, evcil hayvanlar beslenebilir, araçlar takip edilebilir, süpürgeler evi süpürebilir, akıllı saatlerle kalp atışı gözlemlenebilir ve teknoloji sayesinde farklı birçok ürün teknolojik manada “akıllı” hale getirilebilmektedirler (Ünal ve Koçak, 2023).

Bilgiye ulaşmanın en kolay yolu olan internet için yeni nesil 5G teknolojisi ve veri geçişinde sağladığı hızlı ve kaliteli aktarım sayesinde yaygın kullanıma ulaşabilecek ve belki de farklı coğrafyalarda ulaşmış olan kasiyersiz kasa, insansız kargo teslimi ve sürücüsüz araç gibi teknolojik gelişmeler yeni açılımlar yaratmakta ve yeni bir kültürün şekillenmesine ön ayak olmaktadır (Olgun, 2020; Ünal ve Koçak, 2023).



Resim 4.7. Amazon.com'un kargo teslimi için kullandığı Starship isimli robot
Kaynak: <https://robotsguide.com/robots/starship>

Dijital kültürü ortaya çıkartan ve değiştiren teknoloji anlatı kültürünün de temel dinamiklerini etkileyebilmekte, farklılaştırmakta ve dönüştürebilmektedir. Avcı-toplayıcı dönemin anlatıları dönemin zorluklarını ve geleneklerini anlatmakta ve dönem değiştikçe ait olduğu teknolojiye göre bir anlatı sistemi oluşmaktadır. Yazının icadı ile beraber anlatı sisteminin dinamiğine doğrudan etki eden unsurun ise matbaanın keşfi olarak görülmektedir. Sanayi devrimleri ve cihaz teknolojilerinin ilerlemesi ile elektronik/dijital bir kültür ortamını doğurmakta ve anlatı geleneğini sanal ortama taşımaktadır. İletişim teknolojileri dünyayı global bir köy haline getirecek kadar ilerleme kaydetmiş ve yapay zekâ olarak adlandırılan yeni bir teknolojiyi de hayata entegre ederek farklı bir kültürel ortama geçişe neden olmaktadır. Yapay zekâ teknolojisi, roman ve senaryo yazabilme kabiliyetine sahip olmakta ve robotların bir örüntü oluşturmaya olanak sağlayan dijital kültür sayesinde anlatı geleneği sistemi ve dinamikleri değişiklik göstermektedir. Yarıyı eklenen bir metinde ise önceki yazıdaki motiflere göre yeni metin oluşturabilme yeteneğine sahip olan yapay zekâ robotlarının masal kültürünü de etkileyeceği öngörülmektedir (Koçak, 2020).

Dijitalleşme kavramı, kültürel yayınların süreçlerini de etkilemektedir. Kitaplar, dergiler, makaleler, hukuki ve mali belgeler, vatandaşlık işlemleri, sağlık raporları gibi birçok evrak elektronik ortama işlenmekte ve internet üzerinden ulaşılabilir hale gelmektedir. Korona virüs (Covid-19) salgınıyla birlikte eğitimin dijitalle adapte olma süreci de deneyimlenerek uzaktan eğitimler uygulanmıştır. Sürekli ulaşılabilir videoların depolanabilmesi ve ulaşılabilir olması için alt yapılar geliştirilmiştir. Bankacılık sektöründe de tüm veriler internet ve mobil bankacılıklar aracılığıyla dijital

ortama taşınmış ve birçok işlem şubelere gidilmeden yapılabilecek konuma taşınmıştır. Sosyal medya, belgeler, bankacılık işlemleri, depolama sistemleri ve bu iletişim ağını oluşturan internet bağlantıları birbirlerini destekler yapıya sahiptirler. Tüm bu veriler bireylerin işini kolaylaştırmak, hız kazandırmak gibi olumlu özellikleri olduğu kadar mahremiyet ve güvenlik açısından da problem yaratabilecek olumsuz özellikler barındırabilmektedir (Eken, 2020; Özçelik Baloğlu, 2023; Ünal ve Koçak, 2023).

Elektronik cihazlar üzerinden sıklıkla ziyaret edilen internet sayfaları, izlemek için tercih edilen videolar, beğenilen gönderiler, takip edilen kullanıcıları, paylaşılan fotoğraf ve diğer gönderiler, mesajlar, yorumlar, e-postalar ve neredeyse cihazlar üzerinden yapılan tüm işlemler ve hareketler büyük veri bünyesinde toplanmaktadır. Bireyler tüm bu hareketlerini bilinçli ya da bilinçsiz olarak büyük veri bünyesine kaydetmektedir. Bireylerin karşısına çıkan reklamlar, alışveriş için önerilen ürünler ve bilgilendirme için gelen reklam mesajlarının tümü bu verilerden faydalanılarak oluşturan bireyin bilinen profili temel alınarak hazırlanmaktadır ve buna göre sunulmaktadır (Akboğa, 2021).

Kültürel etkinlikler de teknolojik dönüşümün etkisinde kalarak farklı özelliklere sahip olmuşlar ve kendilerini yeni mecralarda gösterme özelliğine sahip olmuşlardır. Dünyada en çok ve sık düzenlenen etkinlikler müzik, film ve yemek festivalleri olarak öne çıkmaktadır. Doğası gereği bu festivaller insanlar arasındaki sosyal etkileşimleri artırmakta ve turizm açısından düzenlendiği bölgeye büyük katkılar sağlamaktadırlar. Günümüzde bu etkinlikler sanal ortamlarda da gerçekleştirilerek kendilerine katılımcı sağlamaktadırlar. “Decentraland Müzik Festivali” 2022 yılında gerçekleşmiş ve sanal dünyada dört günlük bir müzik, kültür festivalini herkese açık bir şekilde kullanıcılarının deneyimine sunmuştur. Fiziki ortamda, canlı olarak gerçekleşen etkinlikler yüz yüze ilişkileri içermekte ve gerçekleştiği anla doğrudan ilişkili ve etkileşimlidir. Dijital olarak gerçekleşen etkinlikler ise etki ve boyutlardan uzak olarak gerçekleşmektedir. Fakat VR gözlük, metaverse gibi boyutlar bu etkileşimleri de sağlayabilecek donanımları ortaya koyabilmektedir. “FilmGate İnteraktif Film Festivali” 2022 yılında içerik üreticilerini ve izleyicileri sanal bir ortamda bir araya getirmeyi hedefleyerek, yüz yüze katılıma davet etmiş ve etkileşimli olarak katılım

imkânı sunarak bünyesinde metaverse teknolojisiyle beraber sergiler, konserler ve belgesellere yer verilmiştir (Smith ve Xiao, 2008, Bilgiler ve Cem, 2023).

Ethereum blok chain tabanlı bir sanal gerçeklik platformu olan Decentraland adlı bir şirket metaverse dünyasında kültür ve sanat faaliyetleri gerçekleştirmekte, dijital müzeler ve partiler gibi farklı alanlardaki etkinliklerle kullanıcılara bu deneyimi sağlamaktadırlar. Decentraland şirketi eğitim, sanat, oyun, toplantı, sosyal aktiviteler gibi çok alanda hizmet vermektedir. (Topaçoğlu ve Kılavuz, 2022).



Resim 4.8. Decentraland şirketinin metaverse ortamında ilk gerçekleştirilen festivalinin alanı

Kaynak: <https://nonfungible.com/news/metaverse/first-metaverse-festival-decentraland>

Kültürün ve kültürel yaşamın oluşmasında temel etkenlerden biri olan din kavramı da dijitalleşme sürecinden etkilenmektedir. Din olgusu bireylerin kimliklerini belirleme, dünya görüşünü etkileme ve inanç, maneviyat kavramlarını doğrudan etkileyerek hayatı yaşama biçimlerini şekillendirmektedir. Dinler gündelik yaşama muhakkak etki etmekte ve sosyolojik yapıyı, maddi manevi kültürü de şekillendirebilmektedir. Dinin yorumlanış şekli, yaşanış biçimi gibi unsurlar da zaman içinde değişiklik göstermektedir. Teknolojinin değişimi, dijital dönüşüm ve beraberinde getirdiği sosyal değişimler dini referans alan birey ve topluluklara bu değişim ve dönüşümlere yetişebilme yönünde çaba harcaması gerekliliğini sunmaktadır. Dinlerin muhataplarına ve yeni üyelerine aktarması gereken bilgiler olmakta ve oluşmaya devam etmektedir. İletişim teknolojilerindeki değişimler din çevresinde oluşan yaşama şekillerini ve din konusundaki yaklaşımları etkilemektedir ve dijital din kavramını ortaya çıkartmaktadır (Campbell ve Vitullo, 2016; Hancığaz, 2022).

Dünya üzerinde, noel, paskalya, hac gibi farklı dini etkinlikler ve Kabe, Kudüs, Vatikan gibi farklı dini mekanlar yer almaktadır. Gandhi, Buddha gibi dini figürler de dünyadaki ziyaretçileri etkilemekte ve çekim oluşturmaktadırlar. Milyarlarca mensubu olan dinler tüm bu sebeplerle turizm ve sosyolojik etkileşim açısından da önem arz etmektedir. Dünya genelinde 2 milyara yakın Hristiyanın noel ve paskalya kutlamaları, 3 milyondan fazla Müslümanın Mekke’de hac ziyaretini gerçekleştirmeleri insanların manevi değerleri için katılım gösterdiklerinin kanıtı olarak karşımıza çıkmaktadır (Bilgiler ve Cem, 2023).

Dijital dönüşümün sağladığı kolaylıklar sayesinde dini bilgiye erişim kolaylaşmaktadır. İbadet yerlerinden ya da televizyondan verilen vaazlar, yeni iletişim teknolojileri sayesinde YouTube, TikTok, Twitter gibi birçok farklı araçlarla yazılı, sözlü, video şeklinde dünyadaki internet erişimi olan tüm coğrafyalara ulaştırılabilmektedir (Dereli, 2019).

Sanal ortamlarda oluşturulabilen sanal topluluklarla ibadetlere katılım sağlanabilme imkanı oluşmakta ve mesafe, kültür, dil farklılıklarına rağmen aynı dine mensup bireylerin arasında bir etkileşim sağlanabilmektedir. Dindış bireyler “e-ümme” kavramıyla birbirleriyle paylaşımlar yaparak, dijital ortamda birbirlerine dualar göndererek “amin” anlamına gelebilecek tek bir tuş ya da tek bir onaylama ile dualara katılım sağlayabilmektedirler. Canlı yayınlarla ya da çevrim içi kurslarla verilen din eğitimlerine erişim, kutsal kitaplara dair kurslar ve sanal hac ibadeti gibi birçok yenilik dijital dönüşümle beraber din kavramına dahil olmaktadır. İbadet vakitlerinin takip edilebileceği uygulamalar, tespih gibi ibadet araçlarının dijitalleştirilebilmesi ve dini içeriklerin toplu bir halde dijital kütüphanelerde saklanması da önemli yenilikler arasında yer almaktadır (Janmohamed, 2018, 106-107; Çapcıoğlu ve Anık, 2021).

Covid-19 salgınında ibadethanelerin de kapatılması, din kavramı özelinde dijitalleşmeyi ve dinin dijitalleşme konusunda hız kazanmasını hızlandırmıştır. Müslümanlar için önemli olan Ramazan ayında camilerde gerçekleştirilmesi gereken mukabele geleneği, müftülüklerce verilen talimatlarla sosyal ağlar üzerinden takip edilmiş ve tüm bu süreç boyunca ve salgının sonrasında da bu uygulamalar zaman zaman sosyal ağlar üzerinden uygulanmaya devam etmiştir (Çapcıoğlu ve Kaya, 2021).



Resim 4.9. Hac ibadetinin metaverse ortamında gerçekleştirilmesi.

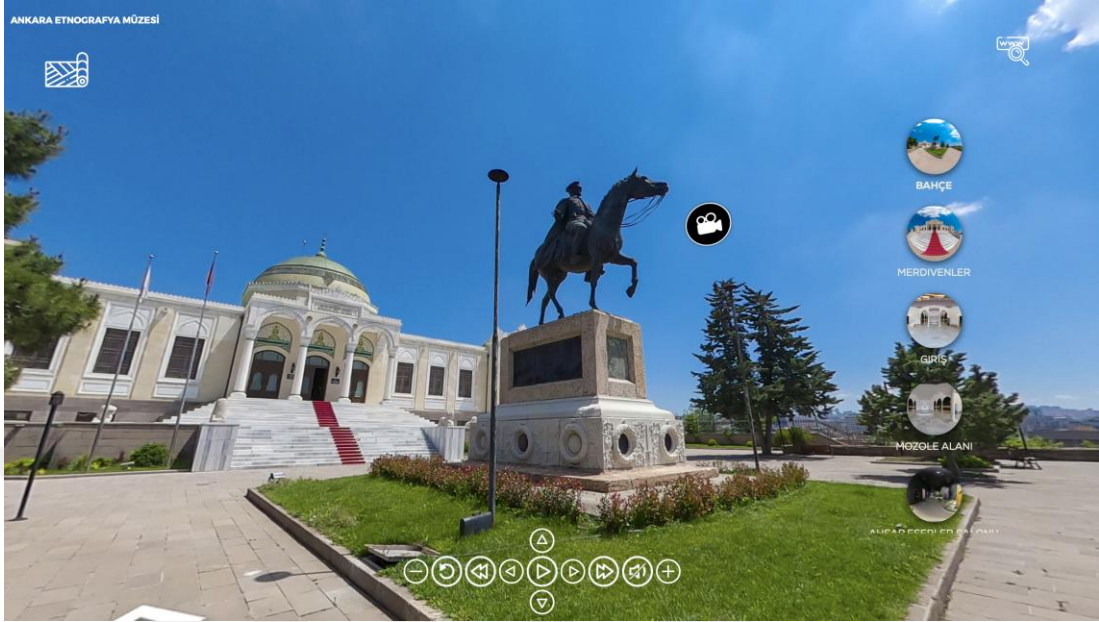
Kaynak: <https://www.gercekgundem.com/guncel/324452/suudi-arabistan-baslatmisti-diyanetten-metaverse-ile-hac-aciklamasi>

Dini merkezleri VR gözlükler sayesinde sanal ortamlar oluşturarak görme fırsatına sahip olan insanlar için bu deneyimin bir ibadet olarak sayılıp sayılamayacağı ya da hacı olup olamayacakları bir tartışma konusu olmaktadır. Türkiye’de Diyanet’in yaptığı açıklama ile metaverse üzerinden yapılan ibadet ile hacı olunmadığı vurgulanmaktadır (<https://www.gercekgundem.com/guncel/324452/suudi-arabistan-baslatmisti-diyanetten-metaverse-ile-hac-aciklamasi>).

Müzeler dünya üzerinde tüm insanlığın kendi varlığını ve kültürünü yansıtan, bu anlamlandırma çabasıyla nesnelerin koleksiyon olarak saklanmasıyla ortaya çıkmıştır. Müzeler mirasları korumakta, eski uygarlıklara ve insanlığa yönelik yeni keşifleri insanlara ileterek gelişmesine ve bilgilendirilmesine katkı sağlamaktadır. Müzeler ulusal kimliğe ve turizme de katkı sağlayarak çeşitli turistik etkinliklere ve ziyaretlere neden olmaktadır (Lewis, 2021; Albayrak, 2022).

Sanal müze kavramı ise dijital dönüşümün etkisiyle mekân-zaman algısının kırılması ve kültür aktarımının farklılaşması gibi nedenlerle ortaya çıkmakta ve internetin sağladığı dijital olanaklardan fayda sağlayarak kendine yer bulmaktadır. Halihazırda var olan eserlerin dijitalleştirilmesiyle ya da elektronik olarak üretilen eserlerin sergilenmesiyle hayat bulan sanal müzeler fiziki bir duvar, bina veya yer barındırmamaktadırlar. Sanal müzeler tüm dünya üzerinde internete erişimi olan kullanıcılar tarafından ziyarete açık olarak sanal ortamlarda yer almaktadır. Sanal müzeler sayesinde ziyaretçi eseri sadece tek boyutlu görmez, farklı açılar sayesinde

derin bir deneyime sahip olabilmekte ve potansiyel ziyaretçilerini oldukça etkileme kapasitesine sahiptirler (Mckenzie, 1995; Schweinbenz, 2019; Albayrak, 2022).



Resim 4.10. Ankara Etnoğrafya Müzesi Sanal Tur

Kaynak: https://sanalmuze.gov.tr/muzeler/ANKARA_ETNOGRAFYA_MUZESI/

Türkiye’de ve dünya genelinde birçok müze, sanal tur imkânı ile ziyaretçilere açık olarak sanal ortamlarda yer almaktadır.

4.1.3. Ekonomik Alanda Dijitalleşme

Sosyal yaşamda, kültürde ve toplumsal alanda değişimlere neden olan dijital dönüşüm ekonomik alanda da yeni mesleklerin ortaya çıkmasına, üretim sistemlerinden pazarlamaya sebep olmakta ve tüketiciye ulaşana kadar ki tüm süreçte etki ederek organizasyon yapılarını da değişime uğratmaktadır. İstihdam artışına ve sinema ve sanat gibi endüstrilerin yenilenmesine ve birbirleriyle ekonomik bağ kurmalarına olanak sağlamaktadır. Yeni teknolojilere uyum sağlayabilen her işletme verimliliği artırmakta ve hacimsel olarak büyüme fırsatı yakalayabilmektedir. Dijital ekonominin içerisinde yenilikçi birçok finansal sistem de yer almaktadır (Yankın, 2019; Özçelik Baloglu, 2023).

Dijital dönüşüm reklam, alıcı-satıcı arasındaki arama maliyetleri, iletişim maliyetleri ve ürün ve hizmetin iletilmesindeki taşıma maliyetleri azalmakta ve tüketici ile üretici arasında bir sanal ağ oluşmasına neden olmaktadır. Dijital ticaret kavramı da bu sistem içerisinde ortaya çıkan bir kavramdır. Dijital ticaret, çevrim içi sipariş edilen fiziki bir hizmeti (bir eşya, kitap, saat vb. satın almak) ya da fiziki

olmayan ticari işlemleri (rezervasyon işlemleri vb.) kapsamaktadır. Bu yönleri ve sağladıkları kolaylıklar sonucunda dijitalleşme ticaretin ölçeğini genişletebilmekte, kapsama alanını genişletmekte ve ürün/hizmetlerin ulaşım hızını artırabilmektedir (Taşel, 2020).

Dijitalleşme sayesinde sosyal ağlar önemli bir pazarlama kanalı olmaktadır. Müşterilerin kişiselleştirilmesi için de büyük önem arz eden sosyal ağlar sayesinde şirketler müşterinin önceki alışveriş tercihleri, sosyal ağlar üzerindeki ayak izlerini, kişinin cihazını nerede kullandığını tespit eden anlık konumu gibi birçok veriyi elde edebilmekte ve pazarlama stratejilerini bunlara göre dizayn ederek önemli bir rekabet fırsatı sağlayabilmektedirler. Tüketici tarafında ise bu durum kişisel bilgilerin güvenliği, mahremiyet, kart şifreleri gibi birçok açıdan güvenlik zafiyeti yaratabilmektedir (Kantarıcı vd., 2017; Taşel, 2020).

Dijital ekonomi ve dijital ticaretin gelişmesiyle beraber birçok elektronik ödeme sistemi de ortaya çıkmaktadır. En önemlisi kripto paralar olarak görülmektedir. Kripto paralar, kriptoloji adı verilen bir şifreleme sistemine dayanmakta ve para ile birleşerek oluşturulan bir dijital para sistemidir. Dünyadaki ilk kripto para örneği Bitcoin'dir. Mayıs 2021'de piyasa değeri 2.4 trilyon dolar olan kripto para piyasası bünyesinde, Bitcoin, Litecoin, Ripple gibi farklı isimlerdeki kripto paraları da barındırmaktadır. Kripto paraları denetleyen merkezi bir otorite bulunmaması para aklama, uyuşturucu ticareti gibi birçok kanunsuz olayın ödemelerinde de kullanılabilmektedir (Gümüş, Sezer ve Aydın, 2018; Koçoğlu ve Zengin, 2022). Korona salgını ekonomi alanında dijitalleşmenin önemini müşteriye kolaylık sağlayabilmek, online alışverişler, mobil bankacılık gibi işlemlerle ortaya koymaktadır.

4.1.4. Turizm Endüstrisinin Dijitalleşmesi

Dijitalleşme kavramı, toplumsal ve kültürel olarak sağladığı dönüşümlerle birçok sektörü etkilemekte ve değiştirmektedir. Bu dönüşümün başında gelen sektörlerden bir tanesi de turizm sektörüdür. Yeni teknolojiler sayesinde ortaya çıkan akıllı turizm ya da elektronik turizm kavramı geleneksel yöntem ve hizmetlerden dijital yöntem ve hizmetlere geçiş sürecini kapsamaktadır (Topsakal vd., 2018).



Resim 4.11. Turizm Endüstrisinin Etkilendiği Dijital Yenilikler

Kaynak: <https://www.tursab.org.tr/apps/Files/Content/ad5f3ddb-5a11-410f-9e3c-fe8b2dc4df8b.pdf>

Turizm’de geleneksel ve dijital yöntem ve hizmetlerin ayrımı Tablo 4.1’deki gibidir (Kurgun, 2019; Bağcı ve İçöz, 2019; Dülgeroğlu, 2021).

Geleneksel Yöntem ve Hizmetler	Dijital Yöntem ve Hizmetler
Rezervasyon	Akıllı Acente ve Rehber Sistemi
Halkla İlişkiler	Sanal Gerçeklik Sistemleri
Müşteri Hizmetleri	Artırılmış Gerçeklik Sistemleri
Menüler	Müşteri İlişkileri Yönetimi
Oda Tasarımları	Merkezi ve Akıllı Rezervasyon Sistemleri
	Mobil Uygulamalar ile Check-in ve Rezervasyon İşlemlerinin Yapılması

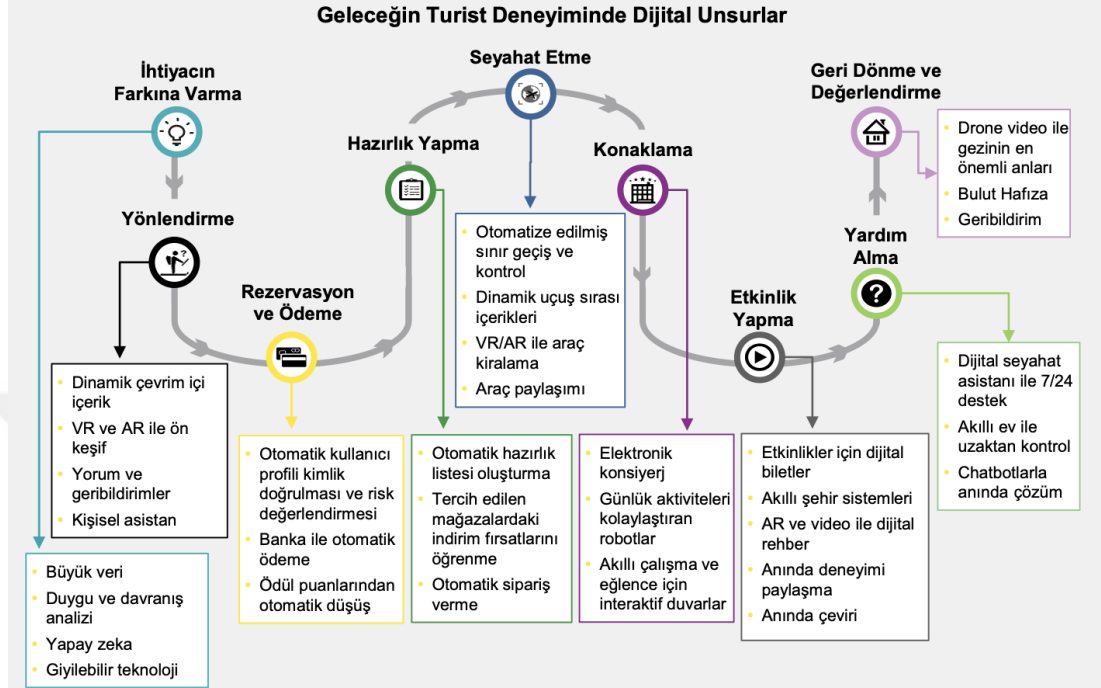
Tablo 4.1. Turizm Sektöründeki Geleneksel ve Dijital Yöntem ve Hizmetlerin Sınıflandırılması

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Akıllı turizm kavramı, dijital dönüşümün sağladığı bilgi teknolojileri ile turizm olgusunun birlikteliğini temel almaktadır. Akıllı turizm deneyimi ise bu teknolojik unsurlarla geliştirilmiş turizm deneyimlerine ve gerçekleştirilmesine dayanmaktadır. Turistler bu sürecin başından sonuna kadar aktif rol oynamaktadırlar. Bu deneyimlerini sosyal ağlar üzerinden paylaşımına açabilmektedirler (Başer ve Olcay, 2022).

Akıllı turizmde sorunların ve eksikliklerin tespit ve çözümü hızla yapılabilmekte, etkili ve kaliteli hizmet seviyesini daha üst düzeye çekilebilmekte, müşteri talep ve beklentilerini anlamak kolaylaşma ve bu sayede pazarlama uygulamaları daha etkin gerçekleştirilebilmektedir. Örneğin, bir otelin internet sitelerine verilen reklamları ile bir influencerın sosyal ağlarında reklam yaptırması arasında ciddi bir fark oluşmaya başlamıştır. Sosyal ağlar üzerindeki bu tanıtımlar ise

e-WOM (e-tavsiye) olarak adlandırılabilmektedir. Uygulamalar da çoğunlukla yeniden markalanma yolu tercih edilmekte ve ağırlıklı olarak bu temelde stratejiler geliştirilmektedir (Bağcı ve İçöz, 2019).



Resim 4.12. Geleceğin Turist Deneyiminde Dijital Unsurlar

Kaynak: <https://www.tursab.org.tr/apps/Files/Content/ad5f3ddb-5a11-410f-9e3c-fe8b2dc4df8b.pdf>

Dünya üzerinde uygulanan teknolojik yenilikler giderek artmakta ve bunların en önemlileri robot ve yapay zekâ teknolojileri olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapay zekâ ve robot uygulamalarının temelinde, çoklu bilgilerin depolanması ve çoklu faaliyetlerin daha kolay gerçekleştirilmesinin yanı sıra rekabet gücünü elde etmek ve eşsiz bir turizm deneyimi sunmak yatmaktadır. Çeşitli dillerde hizmet sunabilen bu teknolojik gelişmeler sayesinde müşterilerin tüm soru ve sorunları cevap bulabilmekte, tüm turistler kendi dillerinde hizmet alabilmektedirler. Aynı zamanda turist o anki ziyaretinden veriler toplanarak bir sonraki ziyareti için daha gelişmiş ve kişiselleştirilmiş bir hizmet sunabilmek amaçlanmaktadır (Yalçın Kayıkçı ve Kutluk Bozkurt, 2018).

Turizm endüstrisinde robot ve yapay zekâ uygulamaları için en uygun alanlar konaklama tesisler, etkinlik alanları, seyahat edilecek tüm terminaller, tur operatörleri ve kiralama şirketleri, bilgilendirme ofisleri olarak görülmektedir (Dülgaroğlu, 2021).

Turizm endüstrisinde kullanılan yapay zekâ ve robot teknolojilerinin örnekleri 4.2’de gösterilmektedir;

Kaynak	Teknoloji
Ivasciuc, 2020	Yüz Tanıma: Terminallerin kimlik kontrol noktalarında ve konaklama check-in işlemlerinde kullanabilmektedir. Hizmetin kişiselleştirilmesine imkan sağlamaktadırlar
Lukanova ve Ilieva, 2019	Akıllı Oda ve Sesli Komut Sistemi: Misafirlerin oda ile ilgili ihtiyaçlarını (oda sıcaklığı, sipariş, otel içindeki imkanlardan yararlanmak için işlem yapmak vb) karşılayabildikleri akıllı cihaz veya cihazların bulunduğu ve sesli olarak da gerçekleştirebilmelerine imkan veren sistemlerdir.
Tung ve Law, 2017	SARA: Singapur Otomatik Yanıtlama Asistanı olan bu sistem turistlere istedikleri konuda bilgi ve yardım sunmaktadır. GPS entegre edildiğinde ise turistin konumuna göre gerçek zamanlı bir yardım ve yönlendirme imkanına sahip olmaktadır.
Öz, 2018	Junko Chihira: Junko isimli bu robot Tokyo’da bir turizm bilgilendirme merkezinde çalıştırılmakta ve selamlama, güncel bilgilendirmeler yapmanın yanı sıra dört dil (Almanca, İngilizce, Çince ve Japonca) konuşabilmekte ve işaret dili ile iletişim kurabilmektedir.

Tablo 4.2. Turizm Endüstrisinde Yer Alan Yapay Zekâ ve Robot Örnekleri

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Sosyal ağlar ve turizm ilişkine bakıldığında ilk olarak ortaya çıkan, internet teknolojileri ulusal ve uluslararası iletişim kolaylaşmakta, pazarlama ve reklam faaliyetleri en geniş kitleye ulaşabilecek şekilde düzenlenmektedir. Daha geniş bir hedef kitle oluşturulabilmekte ve bu hedef kitlenin memnuniyet düzeyinden tercihlerine kadar tüm bilgilere erişim daha kolay sağlanabilmektedir. Günümüzde bu etkileşimi sağlayabilmenin en kolay aracı olarak sosyal ağlar görülmektedir. Markalar tüketicilerine bu ağlar aracılığıyla ulaşabilmekte ve yeni müşteri potansiyellerini de yine sosyal ağlar üzerinden aramaktadırlar. Sosyal ağlar tüm bu etkileşimin yanı sıra işletmelere güvenilirlik ve bilinirlik kazanmanın kolay bir yolunu sunabilmekte ve imaj gelişimi konusunda destek olmaktadır (Duğan ve Aydın, 2018).

Sosyal medya dünya üzerindeki sınırları ortadan kaldırarak tüm turizm paydaşları arasında bir bağ oluşturma imkanı sağlamaktadır. Bu imkan sayesinde paydaşlar arasındaki enformasyon ağı hızla gelişmekte ve iletişimi kolaylaştırarak geri dönüşlerle fayda sağlayabilmektedir. Diyalog kurmayı ve geliştirmeyi kolaylaştıran bu teknoloji kurumlar ve kişiler açısından birbirlerini etkilemeyi kolaylaştırmakta ve aradaki bağın süreklilik halinde devam etmesine de olanak sağlamaktadır (İmre, 2020).

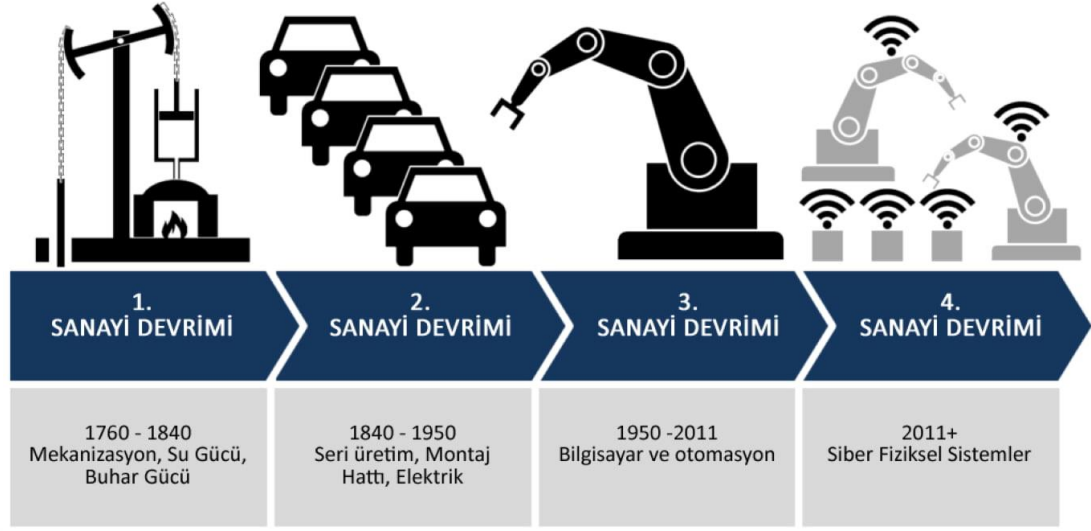
Sosyal ağlar sayesinde turistler, doğrudan turizm işletmelerinin sayfalarına, ürettiği içeriklere, işletmeler hakkındaki yorum ve görüşe ulaşabilmekte ve bunlardan etkilenebilmektedir. Gerçekleştirdiği turizm etkinliği esnasında yaptığı paylaşımlarla çevresini de etkileyebilme imkanına sahip olan turistler ve turistlere eşsiz bir deneyim sunmayı hedefleyen işletmeler için sosyal ağlar etkin bir pazarlama ve tutundurma imkanı sunmaktadır. (Aktan ve Koçyiğit, 2016).

Turist için turizm deneyimi sosyal medya üzerinde oluşurken üç aşamayı tamamlamaktadır. Seyahat kararını etkileyen önceki deneyimlerden etkilenerken ilk aşama tamamlanmakta ve seyahat, konaklama etkinliklerini gerçekleştirirken yaptığı gerçek zamanlı paylaşımlarla deneyimi paylaşması ikinci aşamayı oluşturmaktadır. Son aşamada ise deneyimlediği tüm turizm sürecini yorumlamakta, değerlendirme ve bazen puanlama usulüyle duygularını ifade etmektedir (Milano vd., 2011: 474).

Sosyal medya ve internet kullanım rakamlarına bakıldığında, sosyal medya kavramının hemen hemen tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de büyük bir önem arz ettiği görülebilmektedir. Sosyal medyalardaki hesaplar arasında gerçekleşen etkileşimin samimiyeti bile bazen seyahat kararına etki edebilmekte ve tüketiciyi harekete geçirebilmektedir. Aynı zamanda sosyal medya üzerinde vejetaryen, çevreci imajını daha rahat duyurabilme imkânı duyan işletmeler ve niş bir pazara hitap etme hedefi güden işletmeler kitlelerine daha hızlı ve kolay ulaşım sağlayabilmektedirler.

4.2. Rekreasyonda Dijitalleşme ve E-Rekreasyon

İnsanlık tarihi boyunca gerçekleşen teknolojik icatlar ve yenilikler sanayi devrimlerinin gerçekleşmesine neden olmuş ve sonucunda da sosyal hayatın birçok dinamiğini değişime ve dönüşüme uğratmıştır. Her devrim sonucunda oluşan dönem içerisinde insanların hayatlarını devam ettirmek için çalıştıkları işler ve onlara kalan boş zamanlarında gerçekleştirdikleri etkinlikler farklılaşarak günümüze ulaşmıştır. Bu bölümde sanayi devrimleri ışığında rekreasyonun geçirdiği evrim incelenecek ve dijital rekreasyonun gelişimine değinilecektir.



Resim 4.13. Sanayi Devrimleri

Kaynak: Aylan, 2022

Birinci sanayi devrimi, mekanik üretimin ortaya çıkmasına neden olan buhar ve su gücüyle çalışan makinelerin kullanımını kapsamaktadır. Makinelerin ortaya çıkmasıyla üretim fabrikalara taşınmış ve ekonomiye ciddi katkı sağlayarak insanlık tarihinde bir devrim gerçekleştirildiği görülmektedir. Nüfusun fabrikalara ulaşımı kolay olacak şekilde dağılmaya başlaması ve kentleşmenin artması ile alınan göçler nedeniyle oluşan çevresel kirlilik, kalabalık, gürültü kirliliği gibi koşullar nedeniyle insanların yaşadığı ortamlardan uzaklaşma istekleri doğmuş ve bu durum turizmi doğrudan etkilemiştir. Boş zaman etkinliklerine faydası ise boş zamanı değerlendirmek için insanların seyahatlere çıkması ile olmaktadır (Kozak vd., 2017).

Buhar gücü üreterek çalışan makinelerin yakıtı olan kömürün kapalı alanlarda kullanılması salgıladığı zehirli gazlardan dolayı olanaksızdır. Bu sebeplerden kaynaklı olarak yeni bir enerji ihtiyacı ortaya çıkartmış ve sonucunda elektrik kullanımı başlamış ve yayılarak elektrikle çalışan makinelerin üretimine neden olmuştur. Bu olay ikinci sanayi devrimine geçişe sebep olmuş ve birinci sanayi devrimindeki hâkim madde olan demir yerine çelik üretimine geçilmiştir. Çelik üretimi, raylı sistemlerin ve bu sistemle yapılan ticaretlerin gelişmesini sağlarken eş zamanlı olarak telefon, radyo ve daktilo gibi araçlarla haberleşme ve iletişim araçları da bu dönem içerisinde şekillenmiştir. Yaşam biçimleri de tüm bu gelişmelerden etkilenerek dönüşüm geçirmiş ve en önemli değişim ise merkezi devletler kurulmuştur. Arabaların da üretimiyle önemli ilerleme kaydedilen ikinci sanayi devriminde insanların seyahat özgürlüğü artmıştır. Stadyumların da inşa edildiği bu dönemde, eğlence ve spor etkinlikleri

çıkarken, doğayla ilgili etkinlikler de artış göstererek doğa gezintileri, kamp yapmak gibi etkinlikler de popüler hale gelmiştir (Aylan, 2022).

Üçüncü sanayi devrimine gelindiğinde bilgi teknolojileri ile elektronik teknolojilerinin birlikte kullanıldığı ve üretimde otomasyonun sağlandığı bir dönem görülmektedir. Dijital teknolojilerin artışı ile bilgi teknolojileri gelişim göstermiş bilgiye ulaşmak kolay ve hızlı hale gelmiştir. Bilgi ve bilgi teknolojileri bu dönem içerisinde üretim faktörleri arasında sayılmaktadır. Bilgisayar ve bilgisayar teknolojileri, fiber optik ve lazer teknolojileri, nükleer teknolojilerle beraber bilimdeki gelişmeler üretim süreçlerini tamamen etkilemiştir. Ulaşım, iletişim ve üretimin gösterdiği gelişimler ticari ilişkileri de doğrudan etkileyerek global hale getirmiştir (Bayrak, 2018).

Dördüncü sanayi devriminin başlangıcı bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi olarak görülmekte ve bu gelişmeler sonucunda tüm bileşenlerin akıllı hale getirilmesiyle gerçekleşmektedir. Günlük yaşamdaki dijitalleşmeyi hızlandıran bu devrim ile insanların uyum sağlama gerekliliği diğer devrimlerin aksine daha önemli ve mecburi olarak görülmektedir. Tüm sektörler ve sektör bileşenleri dördüncü sanayi devriminin getirdiği teknolojik dönüşümleri uygulayarak insanların aldığı hizmetlerdeki teknolojik beklentilerini karşılayarak rekabette avantajı elde etme amacı gütmektedirler. Yapay zekâ gibi unsurlarla stratejik yönetimler gerçekleştirebilen işletmeler sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlayabilmektedirler. Bu teknolojilerle hizmet sektöründe kişiselleştirilmiş bir hizmet amaçlanmaktadır. Bu dönüşüm ile robotik teknolojiler, giyilebilir teknolojiler, yapay zekâ, metaverse, sensör teknolojileri gibi birçok teknoloji hayatın bir parçası haline gelmekte ve kullanımı giderek yaygınlaşma eğilimi göstermektedir (Tüzünkazan, 2019; Bahar vd., 2019).

Yaşanan gelişmeler insanların bir arada yaşamalarına, kentleşmenin artarak çeşitli çevresel kirlilikler (trafik, yoğun nüfus vb.) yaratmasına ve benzer birçok sebeple insanların yaşam standardının düşmesine neden olmaktadır. Bu sebeple insanlar bu negatif etkileri atmak ve kaotik kent yaşamından uzaklaşmak için boş zamanlarını verimli geçirmelerini sağlayabilecek rekreasyon etkinliklerine yönelmektedirler. Rekreasyon etkinlikleri, insanların hayat kalitelerini artırıcı ve yenileyici etkileri sebebiyle bir çekim oluşturabilmektedir. Bu özelliklere sahip olan rekreasyon etkinlikleri de teknolojik dönüşümlerden faydalanmakta ve artırılmış

gerçeklik, sanal gerçeklik, online ya da dijital oyunlar ve sosyal ağlar gibi yeniliklerle entegre olarak gelişme göstermektedir. Bu teknolojiler sayesinde rekreatif etkinliklere katılıma engel olabilecek birçok fiziksel, ruhsal, coğrafik ve maddi rekreasyonel kısıtın da üstesinden gelinebilmektedir. Teknolojik gelişmelerle entegre olan rekreasyon faaliyetleri insanlara yeni ilgi alanları oluşturabilmekte, var olan birikimleri beslemekte ve insanların içindeki farklı yetenekleri keşfetmesine olanak sağlayabilmektedirler. Bu gelişmeler “elektronik boş zaman” ve “dijital rekreasyon” kavramlarının ortaya çıkmasına neden olarak yeni bir etkinlikler bütünü yaratmaktadır. Sanal rekreasyon ya da dijital rekreasyon etkinlikleri ile geleneksel rekreasyon etkinlikleri arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Dijital rekreasyon etkinlikleri ve uygulamalarındaki temel fark simülasyon ve simülakrlar sayesinde olayların tecrübe edilmesini sağlamak ve fiziksel alanlar yerine sanal ortamlar sağlayarak buradaki etkinlikler ile bireylerdeki gerçeklik duygusunu oluşturarak zihinsel bir etkinlik deneyimi yaratmayı/yaşatmayı amaçlamaktadır (Dilek vd., 2017; Özkeroğlu ve Akyıldız Munusturlar, 2020; Aylan, 2022).

Dijital rekreasyon kavramı Aylan ve Aylan (2020:2751) tarafından; “*İnsanların boş zamanlarını değerlendirmek, dinlenmek, bedenlen ve zihnen yenilenmek, kaliteli zaman geçirmek, sosyalleşmek, eğlenmek gibi farklı amaçlarla, sanal ortamlarda ya da gerçek ortamların sanal uygulamalarla birleştirildiği platformlarda, bilgisayarlar, akıllı mobil cihazlar, VR (sanal gerçeklik) gözlükleri, oyun konsolları, joystickler gibi birçok farklı entegre edilebilir ya da giyilebilir teknolojiler aracılığıyla yarışmak, spor(!) yapmak, seyahat ve gezi yapmak, oyun oynamak, sanal müze gezileri, antik kent ziyaretleri, sanatsal etkinlikler ve benzeri aktivileri gerçekleştirilen aktivitelerin tümü*” olarak tanımlanmıştır.

Bayram ve Kavlak (2021:395) dijital rekreasyon kavramını farklı bir yaklaşımla ele almakta ve E-Rekreasyon ve EoE-rekreasyon (exclude of electronic recreation) olarak dijital rekreasyon kavramını ikiye ayırmaktadır. E-rekreasyon internet erişimiyle bilgisayar, oyun konsolları, mobil cihazlar gibi araçlarla çevrim içi gerçekleştirilirken, EoE-rekreasyon ise internet bağlantısına gerek duymadan, çoklu ya da bireysel olarak dijital aletlerle gerçekleştirilen çevrim dışı etkinlikleri içermektedir.

4.2.1. Rekreasyonda Dijitalleşme Eğilimi ve Dijital Talep

Rekreasyon etkinliklerinin yaşanılan yer dışına seyahat etme zorunluluğu taşımaması ve ev içinde ya da dışında da boş zaman etkinliklerinin gerçekleştirilebilme kolaylığı bulunmaktadır. İnsanlar boş zamanlarını değerlendirmek üzere dışarıda fiziksel olarak rekreatif etkinliklere katılabildiği gibi evde bilgisayar başında da dijital oyunlar oynayarak rekreatif bir etkinlik gerçekleştirebilmektedirler. Dijital oyunlarda kullanılabilecek giyilebilir teknolojiler sayesinde gerçeklik artırılarak zihinde bir deneyim yaratılabilmektedir (Güncan ve Akoğlan Kozak, 2018).

Dijital dönüşüm gerçekleşmeden önce fiziksel bir hareket, konumsal bir yer değiştirme ve maddi bir imkana gereksinim duyulmaktayken sanal olarak gerçekleştirilebilecek etkinlikler sayesinde birey tüm bunlardan sıyrılarak evinden etkinliklere katılabilmekte ve hatta evinde fiziken bulunmayan arkadaş, aile ya da anonim kişilerle etkinliği gerçekleştirebilme imkânı bulabilmektedir. Dijital rekreasyonel etkinlikler ya da dijital oyunların bazıları video ya da sesli olarak konferans imkânı sunmakta ve eş zamanlı olarak iletişim kurulabilmesine imkan vermektedir. Dijital teknolojiler sayesinde birey bu sistemlerin kurulu olduğu alanı terk etmeden oyun oynayabilmekte, e-spor turnuvalarına katılım gösterebilmekte ve giyilebilir teknolojiler sayesinde gezmek, görmek istediği destinasyonların dijital hallerini ziyaret edebilmektedirler. Metaverse tabanlı teknolojilerle çevrim içi konser, toplantı, defile ya da tercih edilebilecek farklı bir rekreasyon etkinliğinin mekanını oluşturan yöneticiler ya da sunucular sayesinde bu etkinliklere katılabilmektedirler. Rekreasyon etkinliklerinde dijital teknolojilerin kullanımı yaşlılar ve engelli bireyler için fırsat eşitliği, deneyim çeşitliliği, tatmin, kısıtların ortadan kalkması, zaman-mekân bağıllığının yok edilmesi gibi nedenlerle zihinde eşsiz bir deneyim yaratma olasılığına sahip olmaktadır (Erdem ve Kutluk Bozkurt, 2023).

Rekreasyon aktivitelerinin dijitalleşmesi sonucunda dünya genelinde yaygın olarak tercih edilen, popüler hale gelen aktiviteler, e-spor, VR (sanal gerçeklik) turlar, dijital meditasyon etkinlikleri gibi aktiviteler olarak öne çıkmaktadır. Golf sporu gibi fiziksel hareketliliğin gerektiği bir spor dalı da sanal gerçekliğin getirdiği giyilebilir teknolojiler sayesinde tamamen sanal halde gerçekleştirilebilmesi ya da bisiklet deneyiminin yine tamamen sanal olarak yaşatılabiliyor olması rekreasyon alanında önemli ve ciddi teknolojik yeniliklerdir. Teknolojinin getirdiği bu yenilik ve

deneyimler ışığında bireyler yenilikleri kullanıp farklı boyutlara ulaşma ve bu boyutlarda deneyim elde etme isteğine sahip olmaktadır. Rekreasyon etkinliklerinin belirtilen sebeplerden dolayı dijital ve giyilebilir teknolojiler ile daha fazla entegre edilme gerekliliği ortaya çıkarmaktadır (Aylan ve Aylan, 2020; Erdem ve Kutluk Bozkurt, 2023).

4.2.2. Dijital Uygulamalar: Sanal ve Artırılmış Gerçeklik ile Metaverse Evreni

Teknolojik dönüşümlerin birçok sektörü etkilemesi doğrudan ve dolaylı olarak gündelik yaşamı etkilemesine de neden olmaktadır. Dijitalleşme sonucunda bireyler yemek yiyeceği mekanları, tatil yapacağı destinasyonları, sanatsal ve rekreasyonel etkinliklerini planlarken ve sonrasında görüş bildirirlerken sosyal ağlara ve yeni trendleri kullanmakta ve bu yeni teknolojilere önem göstermektedirler. Dijital çağ ve yarattığı dijital dönüşüm ile birlikte dijital gerçeklik kavramı ortaya çıkmıştır. Dijital gerçeklik kavramını ise sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve karma gerçeklik gibi kavramlar oluşturmaktadır. Dijital gerçeklik kavramı sayesinde geleneksel boş zaman etkinliklerinden elde edilen faydalar teknolojik cihazlarla gerçekleştirilen boş zaman etkinliklerinden de sağlanmaya başlamış ve teknolojik araçlar sayesinde geleneksel etkinliklerdeki birçok işlevi yerine getirebilme kabiliyetine sahip olmuşlardır (Aylan ve Aylan, 2020; Künüçen ve Samur, 2021).



Resim 4.14. Sanal Gerçeklik Turları

Kaynak: <https://www.vrtourviewer.com/#getstarted>

Dijital etkinliklerin ilk adımı olarak görülen sanal gerçeklik birçok görüntüleme donanımını bir araya getirerek bireylere belirli bir ortamda var olma, bulunma hissini veren üç boyutlu ortamlardır. Sanal gerçeklik teknolojileri eğlence, turizm, rekreasyon, tıp, otomotiv gibi birçok sektörde kullanılmaktadır. Sanal gerçekliğin temel aracı sanal gerçeklik gözlükleri olarak görülmektedir. Gözlük ve gözlüğe entegre kulaklıkla

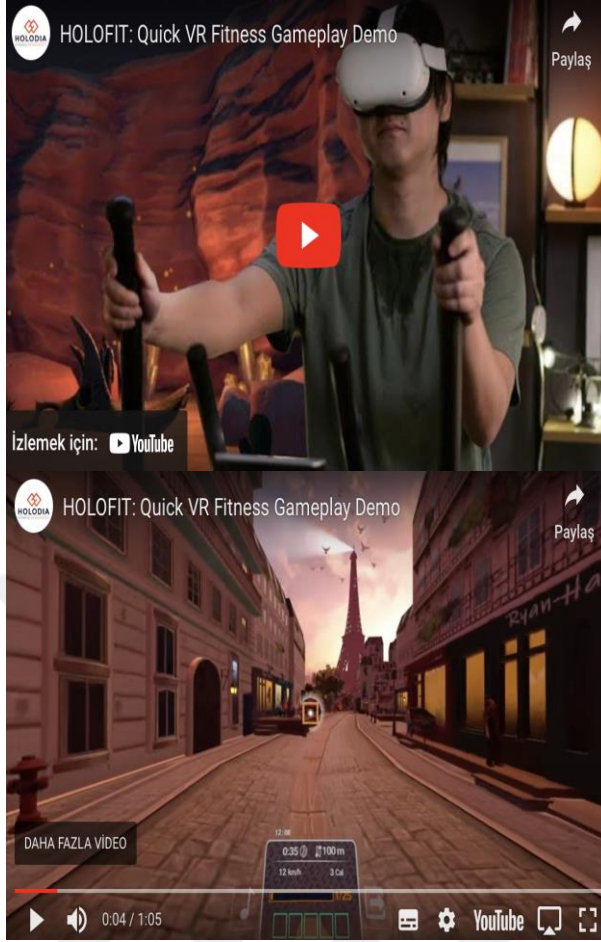
Üretilen bir başlık temel ekipman olarak görülse de hareketleri algılayabilen bu başlık ve hareketlerini algılayabilen özel ekipmanlar (eldiven, giysi vb.) kullanılmaktadır. Sanal gerçeklik ile bir koltukta oturulurken evrimii ya da çevrimdışı bir ülke, müze gezilebilmekte ya da sanal ortamda oluşturulmuş bir kamusal alanda insanlarla sohbet etme imkânı sağlanabilmektedir (Ekinci ve zer, 2019).



Resim 4.15. Pokemon GO oyununda kullanılan artırılmış gerçeklik teknolojisi

Kaynak: <https://pokemongolive.com/tr/>

Artırılmış gerçeklik kavramı ise sanal gerçeklik kavramından farklı olarak dijital verilerin gerçek bir mekânda görüntülenmesini kapsamaktadır. Çeşitli teknolojilerle tasarlanmış veri gerçek dünyadaki işlevi belirlenerek kodlanmaktadır. Sanal gerçeklik gerçek dünya ile bağlantıyı tamamen kopartmayı amaçlayan bir teknoloji iken artırılmış gerçeklik gerçek dünya görüntülerine ekleme yaparak ortaya konulmakta ve dünya ile bağlantı devam etmektedir. (Aldıncı, 2022). Pokemon GO oyununda poketopların toplanabilmesi için mobil cihazın kamerası kullanılması gerekmekte ve Pokemon kahramanları gerçek dünyadaki fiziksel ortamın herhangi bir noktasına yerleşmiş olarak kullanıcıların karşısına çıkmakta ve oyuncu haritalarında gözükmektedir.



Resim 4.16. Karma Gerçeklik Örneği

Kaynak: <https://youtu.be/CztHWZXu67M>

Karma gerçeklik teknolojisi gerçek ve sanal dünyanın bir araya getirilmesi ve gerçek zamanlı bir etkileşimin sağlanması prensibiyle sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin karması olarak bir gerçeklik sağlamaktadır. Giyilebilir teknolojiler, kontrol kumandaları veya zaman ayarlı kodlamalar ile fiziki ve sanal mekanlar arası geçiş ve etkileşim sağlanmaktadır. Cihazlara entegre sensörler bu deneyimin gerçekliğinin artmasına katkı sağlamaktadır. Karma gerçeklik teknolojisi sanal bir nesneyi fiziki bir mekâna yerleştirme imkânı sunmaktadır. Örneğin bu teknoloji ve yazılımları sayesinde bireyler mağazaya gitmeden üzerinde bir kıyafeti deneyebilmekte veya bir ayakkabının ayağına nasıl olduğu hakkında fikir sahibi olabilmektedirler (Aldinç, 2022).

Metaverse kavramı ise bireylerin birbirleriyle çeşitli amaçlarla etkileşime geçtikleri üç boyutlu ortamları, sanal ve çok kullanıcı platformları ve sanal bir topluluğu ifade etmektedir. Gerçek ötesi bir dünyayı tanımlayan ve “meta-universe”ten türeyen bu kavram ile oluşturulan evrende markalar oyunlar

oyunabilmekte, müze ziyaretleri gerçekleştirilebilmekte, mağaza açabilmekte, konserler verilebilmektedir ve kullanıcılar tüm bu etkinliklere kendi avatarlarını ve sanal figürlerini oluşturarak katılabilmektedirler. Sanal figürlere metaverse evreninde geçerli olan paralarla alışveriş yapabilme özgürlüğü bulunmaktadır. Dijital insanlarını giydirme ve çeşitli mekanları gezdirmeye ve bu sayede kendi gezme imkânı yakalayan kullanıcılar için bu platform aynı zamanda turizm, rekreasyonel etkinlik, oyun, ticaret, pazarlama, satış, reklam, eğitim, askeriye ve toplantı imkanları da sunmaktadır. Metaverse’de sanal gerçeklik cihazları kullanılmakta ve dünya ile bağ tamamen kopmaktadır (Huynh-The vd., 2022; Mozumder vd., 2022; Özenir, 2022).

2004 yılında Facebook olarak Mark Zuckerberg tarafından kurulan şirket sonrasında Meta adıyla hizmet vermeye başlamış ve şirketin genel yön ve gidişatını, ürün stratejisini belirlemek ile sorumlu bir konumda şirketi ve kendini geliştirmeye devam ederek günümüz teknolojilerine yenilik katmaktadır. Sosyal etkileşim platformu olan Facebook 2021’in Ekim ayında tüm ürün ve hizmetlerinin tabanı ve altyapısı ile birlikte meta veri tabanı için sosyal deneyimler üretmeyi amaçlayarak 2D ekranların ötesine yani artırılmış ve sanal gerçekliğin sürükleyici deneyimlerine doğru ilerleme kaydetmiştir (Meta, 2024).



Meta Quest 3



Meta Quest 2



Meta Quest Pro



Compare headsets

Resim 4.17. Meta Şirketinin Ürettiği Çeşitli Cihazlar

Kaynak: https://www.meta.com/quest/?utm_content=53191

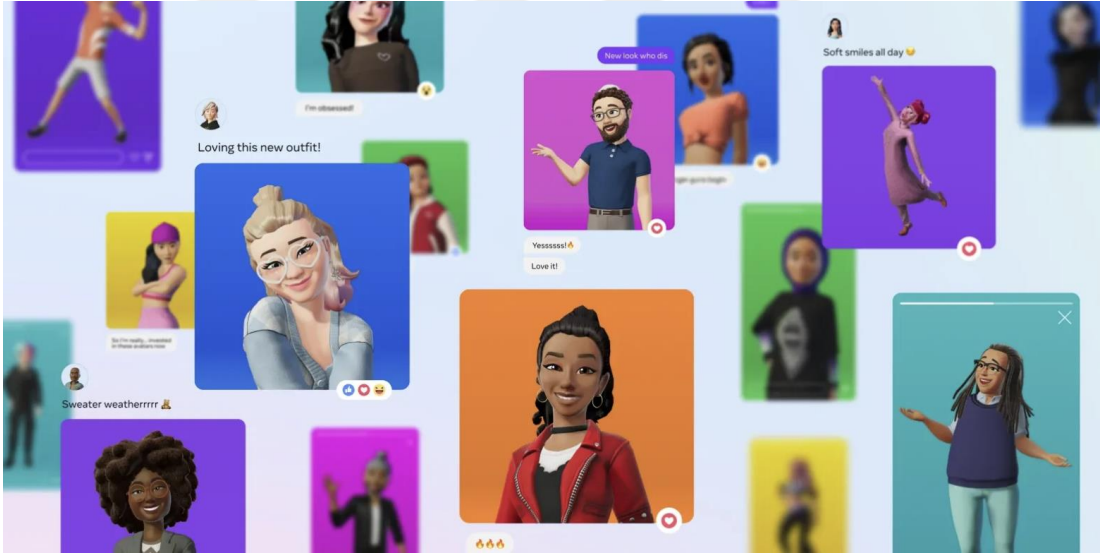
“Quest” kelimesinin Türkçe karşılığı “arayış, arama ve araştırma” anlamları taşımaktadır. Sürükleyici oyunlar, eğlence deneyimleri, fitness uygulamaları, bireyin yaratıcılığını geliştirebileceği uygulamalar ile gözlüklerin kullanılabileceği herhangi bir ortamı o ortamdan fazlasına çeviren teknolojik aletler bu sistematik dünyanın temel altyapısını oluşturan ve gün geçtikçe güçlendiren unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır (<https://www.meta.com/quest/>).



Resim 4.18. Temsili Bir Metaverse Evreni

Kaynak: <https://tr.linkedin.com/pulse/metaverse-etkinlik-yöneticisi-sanal-dünyaların-aybige-İlgün>

Avatarlar bireylerin kimliklerini, kişiliklerini ve görünümlerini özgürce ifade edebilmesine olanak tanıyan dijital bir ifade olarak tanımlanmaktadır ve tüm Meta deneyimlerinde diğer kullanıcıların görebileceği şekilde paylaşılabilmekte ve aynı zamanda gerçekleştirilen etkinliklere bu görünümle katılım sağlanmaktadır (<https://www.meta.com/avatars/>).



Resim 4.19. Metaverse Evreni Avatar Önizlemesi

Kaynak: <https://www.meta.com/avatars/>

Meta şirketi, şirket bilgilerindeki misyonunu “İnsanlara topluluk oluşturma ve dünyayı birbirine yakınlaştırma gücü vermek.” şeklinde ifade etmektedir. “Horizon Worlds” adıyla oluşturulmuş bir metaverse ekosistemi bulunmaktadır. Ekosistemin 2022 verilerine göre 300 bin kullanıcısı ve 10 bin sanal dünyası bulunmaktadır. Meta şirketi kaç adet “Quest” adı verilen ekipmanı sattığını açıklamasa da üçüncü taraf kaynaklarından elde edilen ve resmi olmayan verilere göre bu rakam 10 milyon civarında görülmekte alanında dünya teknolojisine öncülük etmektedir

(<https://about.meta.com/company-info/>; <https://www.webtekno.com/meta-horizon-worlds-kullanici-sayisi-aciklandi-h120869.html>).



Resim 4.20. Travis Scott'un Metaverse Avatarı ve Düzenlediği Konserden Bir Görüntü

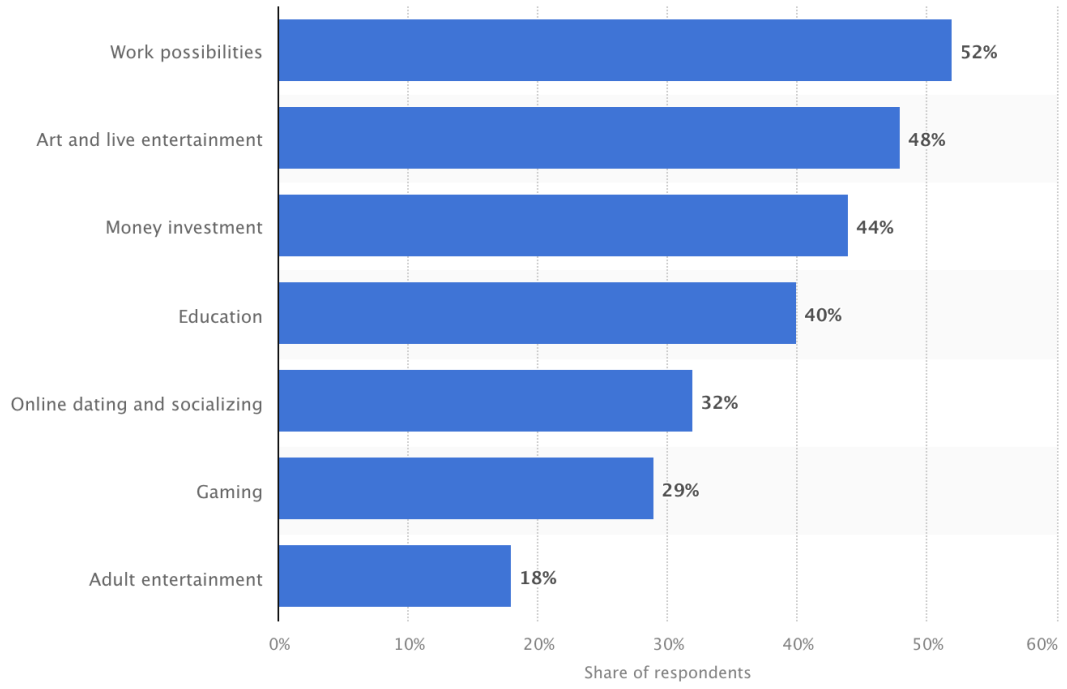
Kaynak: <https://www.rollingstone.com/music/music-features/travis-scott-fortnite-concert-989209/>

Meta veriye olan eğilim ve ilginin güç geçtikçe artması popüler hale gelmesine neden olmakta ve teknoloji şirketleri başta olmak üzere dünya üzerindeki birçok markanın metaverse yatırımı yapmasına sebep olmaktadır. Metaverse evrenindeki katılım sayısının artması etki alanını büyütmeye neden olmakta ve çeşitli kurum ve kuruluşların düzenlediği etkinliklerle daha büyük bir alan olmasına neden olmaktadır. 2020 Mart ayında Güney Kore'de Soonchunhyang Üniversitesi metaverse evreninde bir tören düzenlemiş ve öğrenciler kendilerine ait avatarlarla katılım göstermişlerdir. Nisan 2020 yılında ise dünyaca ünlü rapçi Travis Scott bir oyun olan "Fortnite"ın geliştiricisi Epic Games tarafından hazırlanan bir metaverse evreninde konser gerçekleştirmiştir. Gerçek bir konser gibi etkinlik saati ve yeri olan konsere kullanıcılar konser için oluşturulan metaverse evrenindeki karakterleriyle katılım göstermişlerdir. Konsere 12,3 milyon kişi çevrim içi olarak katılım göstermiştir. Bir başka Amerikalı rapçi Lil Nas X, Kasım 2020'de çevrim içi oyun platformu olan Roblox'ta iki gün boyunca bir konser vermiş ve toplamda 50 milyon kişilik bir katılıma ulaşmıştır (Seok, 2021:84; Mlot, 2022; Ülger ve Ülger, 2023).

Metaverse dünyası birçok rekreasyon etkinliğini gerçekleştirmeye olanak sağlamasının yanı sıra bireylerin gerçek hayatta edinemedikleri veya edinmeyi hayal ettikleri meslekleri yapmalarına da imkân sunabilmektedir. Meta evrende bireyler sporcu, yönetici, antrenör, hakem veya seyirci gibi farklı rollere bürünebilmekte ve bu roller ile spor etkinliklerine katılabilmektedirler. Sporcular ise bu dünyada sanal gerçeklik teknolojileri sayesinde futbol, tenis, kürek örnekleri başta olmak üzere

birçok sporu yapabilmekte ya da yine sanal gerçeklik teknolojileri sayesinde antrenman yaparak gerçek müsabakalara hazırlanma imkânı bulabilmektedirler. Meta evrenin sağladığı bu imkanlar sayesinde pratik ve teorik bilgiler geliştirilebilmekte, performanslar arttırılabilmektedir. Müsabaka ortamının sanal gerçeklik ile yaşatılması sonucunda sporcu müsabaka alanındaki atmosferi önceden hissedebilme şansına sahip olarak psikolojik açıdan kendini hazırlayabilmektedir. Meta evren sporcuların antrenmanlarından izleyicilerin biletlerini satın almasına kadar sporun tüm süreçlerinde yer alabilecek teknik altyapıya ve beceriye sahip bir teknoloji olarak görülmektedir. Zaman, mekân ve coğrafi kısıtları ortadan kaldıran metaverse teknolojisi simüle edilebilen birçok durum, olay ve atmosfer ile yeni bir çağın başlangıcına öncülük etmektedir (Kalkan 2021; Seval ve Tüfekçi, 2022).

Metaverse kavramı çevrimiçi oyunlar ile aynı özelliklerde görülse de bu kavram çok daha gelişmiş bir bütün olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevrimiçi oyunlar ile metaverse evrenini birbirinden ayıran en temel özellik, çevrimiçi oyunların sınırlı bir görevler bütünü bulunmaktadır ve yapımcıların yarattığı alanlar dışında özgür bir görevlendirme süreci geçirmek olanaksızdır. Metaverse ise özgürlüğü tamamen kullanıcıya vermektedir ve kullanıcılar istediklerini yapma imkanına sahiptir. Metaverse kullanıcıları iş hayatı, alışveriş, turizm ve rekreasyon etkinlikleri, spor müsabakaları ve spor yapabilmek gibi birçok davranışı ve deneyimi metaverse evreninde deneyimleyebilmektedir. Bu ortamlar sayesinde uzaya gitmek, dinozorları görmek, uçmak gibi yaşanması çok zor ya da imkânsız olan deneyimleri de bu ortamlarda deneyimleyebilmekte ve paylaşabilmektedirler (Savaş, Karababa ve Turan, 2022).



Resim 4.21. 2021’de Dünya Çapındaki İnternet Kullanıcılarının Metaverse Evrenine Katılmanın Ana Nedenleri

Kaynak: <https://www.statista.com/statistics/1288870/reasons-joining-metaverse/>

Statista (<https://www.statista.com/statistics/1288870/reasons-joining-metaverse/>)’da yayınlanan verilere göre 2022’de Metaverse evrenine katılımda kullanıcıların ana nedenleri arasında ilk sırada “iş olanakları” yer almaktayken, ikinci sırada “sanat ve canlı eğlence” ve üçüncü sırada “para/yatırım” yer almaktadır. 1050 katılımcı ile gerçekleştirilen bu anket kişilerin sadece eğlence ya da boş zamanı değerlendirme amacıyla metaverse dünyasına katılmadıklarını gösteren bir veriye sahip olabilmektedir. “Çevrimiçi buluşma ve sosyalleşme” ile “oyun oynama” amaçlı katılımlar ise son sıralarda yer almakta ve “eğitim” amaçlı katılımların arkasında kalmaktadır.

Metaverse evreni, sanal gerçeklik teknolojileri ile bireylere yaşadıkları ortamlardan uzaklaşma imkânı sunabilmektedir. Doğa yürüyüşleri, balık tutma, uzak yerlere seyahat etme gibi deneyim imkanları barındıran metaverse ve sanal gerçeklik bileşenleri aynı zamanda gerçek hayatta cesaret edilemeyen ya da farklı kısıtlar veya engeller yüzünden yapılamayan yamaç paraşütü, rafting, bungee jumping gibi extreme sporlar ve çeşitli rekreasyon etkinliklerinin yapılmasına da kolaylık sağlamakta ve imkân sunabilmektedir (Seval ve Tüfekçi, 2022; Savaş, Karababa ve Turan, 2022).

Tüm bu teknolojiler sayesinde sanal ortamlarda, sanal ve artırılmış gerçeklik ekipmanları aracılığıyla gerçekleştirilebilen dijital rekreasyon etkinlikleri, Aylan ve Aylan (2020) tarafından literatür tarama yöntemi, ikincil veri kaynaklarından yararlanma ve birçok teknoloji şirketinin (Oculus, HTC, Microsoft Google Earth, Apple vb.) uygulamalarından, web sayfalarından ve bloglarından elde edilen veriler aracılığıyla sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik altyapısı sayesinde ortaya çıkan dijital rekreasyon kavramının kapsamını belirlemek ve dijital rekreasyon faaliyetlerini sınıflandırmak amacıyla gerçekleştirilen çalışma sonucunda dijital rekreasyon etkinlikleri “sanal gerçeklik tabanlı dijital rekreasyon” ve artırılmış gerçeklik tabanlı dijital rekreasyon” olmak üzere iki temaya ve alt kategorilere ayrılmıştır.



Resim 4.22. Aylan ve Aylan (2020)’ın Çalışmasının Temelindeki Araştırma Soruları
Kaynak: Aylan ve Aylan, 2020

Çalışma kapsamında, “*Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Rekreatif Faaliyetlere Yansıması: Dijital Rekreasyon*” kavramını incelemek amacıyla dijital rekreatif faaliyetlerin analiz edilmesine yönelik Resim 4.22’de yer alan araştırma sorularına cevap aranmıştır.

4.2.3. Dijital Rekreasyon Türleri

Bilgi iletişim teknolojileri ve internet getirdikleri birçok yenilik ve teknolojik gelişim sayesinde birçok sektörü etkilemekte ve yeni bir dijital boyut oluşturmaktadır. Boş zamanı değerlendirmek için gerçekleştirilen rekreasyon etkinlikleri de bu gelişimlerden etkilenmiş ve yeni dijital boyutlara sahip olmuştur. Bu teknolojilerin boş zaman etkinliklerine katılmak için oluşturduğu yeni alanlar boş zaman kavramının yapısını, etkinliklerin türünü ve organizasyonların yapılarını etkileyebilmektedir. Teknolojik imkanlarla gerçekleştirilen rekreasyon etkinlikleri, geleneksel rekreasyon

etkinlikleri ile aynı işlevleri ve faydaları katılımcıya sunabilmektedir (Mokhtarian vd., 2006: 263; Aylan ve Aylan, 2020).

Teknolojik gelişmelerin önemli bir unsuru olarak görülen sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojileri sayesinde bireyler birçok rekreasyon etkinliğini dijital ortamlarda gerçekleştirebilmektedir. Artırılmış gerçeklik uygulamaları sanal ve gerçek ortamların etkileşimi ile deneyim sunarken sanal gerçeklik ise bireyler ile gerçek dünya arasındaki bağı tamamen kesilerek bir deneyim yaşatılmasını hedeflemektedir. Bu bağlamda dijital rekreasyon kavramının tanımlanması ve dijital rekreasyon etkinliklerinin sınıflandırılması önem arz etmektedir (Aylan ve Aylan 2020). Dijital rekreasyon ya da sanal rekreasyon kavramı ile ilgili geçmişten günümüze gelen ve dönemin şartları ile yapılmış farklı tanımlar sınıflandırmalar bulunmaktadır.

Kozak ve Özkeroğlu (2018) çalışmalarında turizm ve rekreasyon kavramlarının özelliklerinden yola çıkarak dijital dönüşüm sonucunda ortaya çıkan sanal deneyimler için sanal rekreasyon kavramı özelinde “*Zaman ve mekân bağımlılığı olmadan, insanda gerçekleşmiş hissi yaratarak olağanüstü deneyimler sunan, gönüllü ve ücret ödeme zorunluluğu olmadan da gerçekleşebilen deneyimlerin tümüdür.*” açıklaması ile bir tanım denemesi gerçekleştirmişlerdir.

Aylan ve Aylan (2020) ise “*İnsanların boş zamanlarını değerlendirmek, dinlenmek, bedenlen ve zihnen yenilenmek, kaliteli zaman geçirmek vb. amaçlarla, sanal ortamlarda veya gerçek ortamlarla sanal uygulamaların birleştirildiği platformlarda, bilgisayarlar, akıllı cep telefonları, VR-BOX 3D gözlükler, oyun konsolları, joystickler vb. teknolojik araçlarla yapılan spor yapma, yarışma, seyahat etme veya gezi, kitap okuma, oyun oynama, sanatsal etkinlikler, vb. aktiviteler dijital rekreasyon kapsamında değerlendirilebilir.*” tanımı ile daha geniş kapsamlı bir olguya değinmektedirler.

Pruijt (2002) interneti ideal bir kitle iletişim aracı olarak görmekte ve küresel çapta bir arkadaşlık bağı, yeni sosyal etkileşimler fırsatı ve küresel fonların bir araya gelmesi gibi birçok faktörü etkileyen zaman ve mekandan bağımsız halde sürdürülebilir bir sosyal etkileşim yaratan bir sosyal ağ olarak değerlendirmektedir. Bu sosyal ağları, sosyal sermayenin gelişmesinde önemli bir role sahip olan rekreasyonel bir faaliyet olarak görmektedir. Lee (2009)’a göre ise bilgisayarlar ve internet, ders çalışma, çevrimiçi oyun oynama ve iletişim kurma, uygulamalar ve programlar ile yaratıcılık becerilerini sergilemek gibi eğlence faaliyetlerini yerine getirmek amacıyla kullanılmaktadır.

Thompson (2005) çevrimiçi rekreasyonun ABD’de içindeki gelişimini ele aldığı çalışmada Amerika Birleşik Devletleri’nde internet kullanımı verilerini incelemiş ve sohbet etmek, çeşitli rekreasyon etkinlikleri hakkında bilgi edinmek, alışveriş yapmak, bloglar aracılığıyla etkileşime geçmek (yazı yazmak ve okumak) gibi bazı davranışların yaygın olarak gerçekleştirildiğini tespit etmiştir. Artış gösteren davranışların ise kumar, film izleme, yetişkin içerikli filmler, müzik dinleme ve oyun oynama olduğunu ortaya koymuştur.

Whitty ve McLaughlin (2007)’in çalışması ise çevrimiçi rekreasyon faaliyetlerinin internet kullanımı açısından sınıflandırılmasını içermektedir. Çevrimiçi (bilgisayar tabanlı) internet kullanımı, çevrimdışı eğlence için internet kullanımı ve eğlence hakkında bilgi alışverişi yapmak için internet kullanımı şeklinde oluşturulan sınıflandırma kendi içinde farklı alt başlıkları da barındırmaktadır. Çevrimiçi internet kullanımı, müzik veya film izleme ve indirme, sohbet odalarına katılma, müzik ile ilgili haber sitelerini ziyaret etme ve oyun oynama/indirme başlıklarından oluşmaktadır. Çevrimdışı olan faaliyetler ise spor ve spor etkinlikleri ile ilgili bilgi aramak, kişisel hobiler hakkında bilgi edinmek başlıkları ile oluşturulmaktadır. Eğlence hakkında bilgi edinme faaliyetleri ise çevrimiçi internet kullanımını desteklemektedir şeklinde sınıflandırılmıştır. Ayrıca yazarlar internet kullanımının yalnızlık ve öz yeterlilik duyguları ile arasında önemli bir bağ olduğunu vurgulamaktadır.

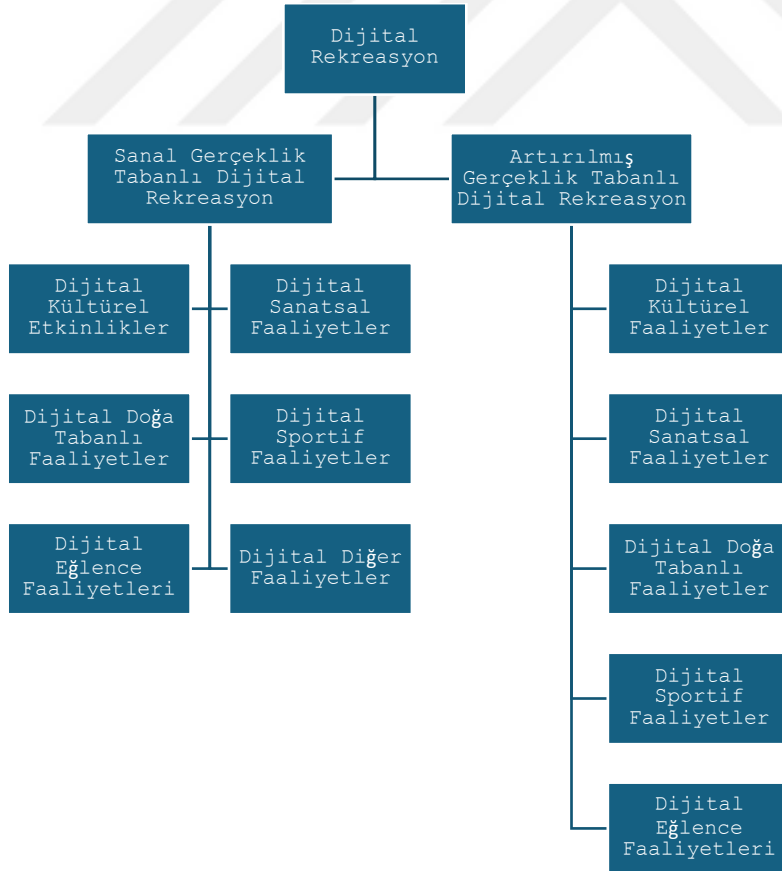
Bayram ve Kavlak (2021: 395) ise dijital rekreasyon kavramına farklı bir yaklaşım göstermekte ve E-rekreasyon (electronic recreation) ile EoE (exclude of electronic recreation) olarak iki başlıkta sınıflandırma yapmaktadır. E-rekreasyon kavramı internet erişimine ihtiyaç duyulan bilgisayar, oyun konsolları, mobil cihazlar vb. aracılığıyla çevrimiçi olarak gerçekleştirilen etkinlikleri kapsamaktadır. EoE-rekreasyon kavramının ise internete erişim gerekli değildir ve çoklu katılımcılar veya bireysel olarak dijital cihazlar sayesinde gerçekleştirilen çevrimdışı boş zaman etkinliklerini kapsadığı belirtilmektedir.

Güncan (2022)’in “Sanal Rekreasyona İlişkin Bir Alanyazın Taraması” çalışması incelendiğinde boş zamanı değerlendirme alışkanlıklarının değişimi sonucunda elektronik aktivitelere katılımın da bir boş zaman değerlendirme unsuru haline geldiğine değindiği görülmektedir. Elektronik boş zamanın tanımını Güncan

(2021: 170), “bireyin işi ve zorunlu ihtiyaçları dışında kalan, özgürce ve kendi tercihleri doğrultusunda, bir sanal gerçeklik deneyimi yaşamak amacıyla bilgisayar, internet, dijital oyun makinesi, sanal gerçeklik gözlüğü vb. teknolojik cihazlarda üretilen elektronik uygulamalarla geçirebileceği zaman dilimi” şeklinde yapmıştır.

Güncan (2022) aynı çalışmada “Sanal Rekreasyon Konulu Çalışmalar” başlığı altında 1998’den 2022’ye kadar yapılan çalışmaları “elektronik boş zaman”, “meta-boş zaman”, “sanal rekreasyon”, “dijital rekreasyon” ve “çevrimiçi rekreasyon” sözcükleri ile taramış ve taramalar sonucunda 50 adet ulusal ve uluslararası çalışmaya ulaşmıştır. Bu çalışmalar içerisinde Aylan ve Aylan (2020)’ın yaptığı “Dijital rekreasyon kavramının kapsamının belirlenmesi ve dijital rekreasyon faaliyetlerinin sınıflandırılması” çalışması dijital rekreasyon etkinliklerinin sınıflandırılmasına yönelik ulusal ve uluslararası tek kaynak olarak listede yer almaktadır.

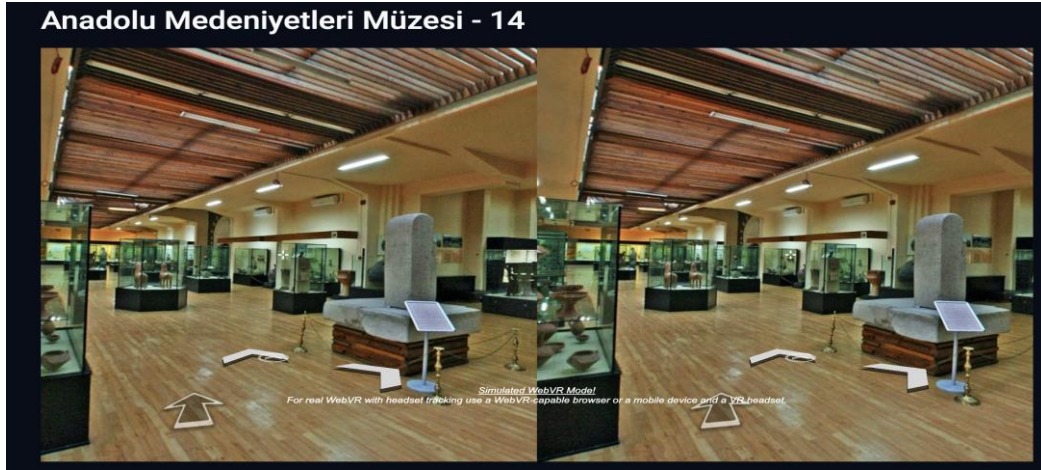
Tanım ve sınıflandırmalara göre henüz ortak bir kavram birliğine varılmadığı görülmektedir.



Şekil 4.3. Aylan ve Aylan (2020)’ın Çalışmasına Göre Dijital Rekreasyon Etkinliklerinin Sınıflandırılması

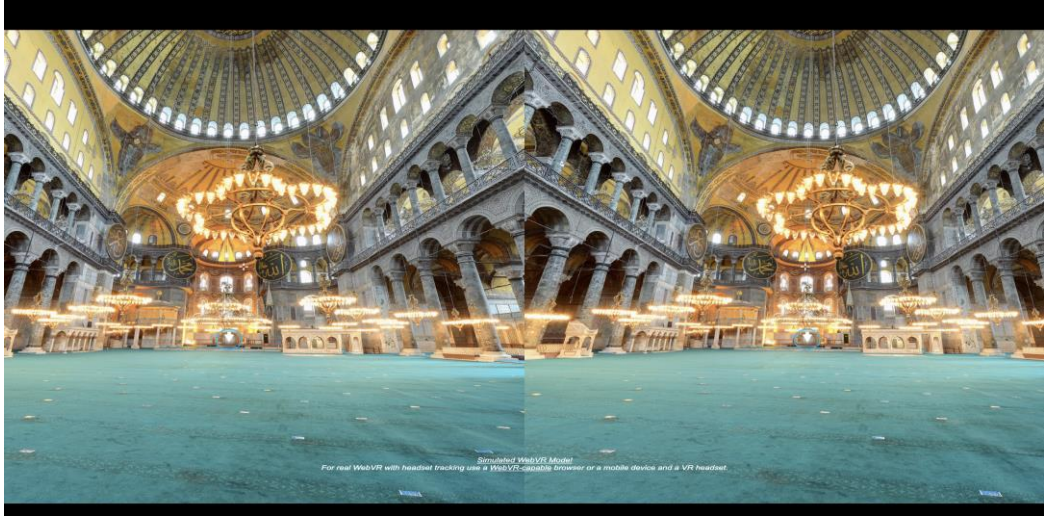
Kaynak: Aylan ve Aylan, 2020

Aylan ve Aylan (2020)’ın çalışmasına göre Dijital Rekreasyon başlığı altında etkinliklerin sınıflandırılması Şekil 4.3’te ki gibi yer almaktadır. Bu sınıflandırma sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerine göre bir ayrım barındırsa da “Dijital Kültürel Faaliyetler” başlığı altındaki “Dijital Müze Gezisi” sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin her ikisinde de yer almaktadır. Bir diğer sınıflandırmada yer alan “Dijital Gökyüzü Gözlemciliği” ile “Dijital Yaban Hayatı Gözlemciliği” etkinlikleri de yine aynı başlık altında toplanabilecek etkinlikler olarak karşımıza çıkarken ayrım yine kullanılan teknolojiye göre yapılmıştır. Sanal gerçeklik tabanlı dijital sportif faaliyetler başlığı altında yer alan “Dijital Tenis” ve “Dijital Golf” kavramları, artırılmış gerçeklik tabanlı dijital sportif faaliyetlerinde de “Dijital Tenis” ve “Dijital Golf” kavramları olarak yer almakta ve aralarındaki farklılık yine kullanılan teknolojik ekipmanlardan kaynaklanmaktadır. Ancak sanal gerçeklik tabanlı dijital sportif faaliyetler başlığı altında yer alan “Dijital Fitness” kavramı artırılmış gerçeklik tabanlı sportif faaliyetlerde yer almamasına rağmen artırılmış gerçeklik teknolojisi ile de gerçekleştirilebilecek bir nitelik taşımaktadır. Bu nedenlerden dolayı çalışma içerisinde benimsenen başlıklar olduğu gibi, benimsenmeyen ve bu çalışmaya özgü sınıflandırma yapılacak, iç içe geçmiş başlıklar da bulunmaktadır.



Resim 4.23. Anadolu Medeniyetleri Müzesi Sanal Tur

Kaynak: https://www.360tr.com/anadolu-medeniyetleri-muzesi-14-sanal-tur_6822dd00c_tr.html



Resim 4.24. Ayasofya Müzesi Sanal Tur

Kaynak: <https://www.ayasofyacamii.gov.tr/sanaltur/index.html>

Sanal gerçeklik tabanlı dijital kültürel faaliyetlerde yer verilen “Dijital Müze Gezisi” başlığı “Ayasofya Müzesi” ile örneklendirilirken, artırılmış gerçeklik tabanlı dijital kültürel faaliyetlerde yer verilen “Dijital Müze Gezisi” başlığı “Anadolu Medeniyetleri Müzesi” ile örneklendirilmiştir. Resim 4.23 ve Resim 4.24’te her iki müzeye ait sanal tur görüntülerine yer verilmiştir.

Aylan ve Aylan (2020)’ın sanal gerçeklik tabanlı dijital kültürel faaliyetler başlığında verdiği “Ayasofya Müzesi” ve artırılmış gerçeklik tabanlı dijital kültürel faaliyetler başlığında vermiş olduğu “Anadolu Medeniyetleri Müzesi” örneklerinin ikisi de hem sanal gerçeklik hem de artırılmış gerçeklik teknolojileri kullanarak ziyaret edilebilmekte ve etkinlikler her iki teknolojik imkanla gerçekleştirilebilmektedir. Teknolojinin değişim hızı ve etkinliklerinin bulunduğu başlık altındaki teknolojilerin birbirini tamamlayıcı unsur olabileceği noktalar ile benzer özellikler taşıdığı noktalar göz önünde bulundurulduğunda teknoloji bazlı yapılan sınıflandırmalar da örnekteki gibi karışıklıklar meydana gelebilmektedir. Özetle sanal gerçeklik ile artırılmış gerçeklik arasındaki keskin fark sanal gerçeklik teknolojisi kendine özgü yaratılmış bir ortam kullanır ancak artırılmış gerçeklik teknolojisi gerçekte var olan ortamlar ile dijital boyutları akıllı telefon ve tablet yardımı ile birleştirmektedir. “Artırılmış gerçeklik tabanlı dijital faaliyetler” başlığı altında verilen “dijital eğlence faaliyetleri” ve “Pokemon Go” örneği bu ayrımın artırılmış gerçeklik adına kritik bir nitelik taşımaktadır. Bu çalışma özelinde ise bahsi geçen karışıklıkların minimuma indirilebilmesi açısından yararlanılan kaynaklardaki sınıflandırmalardan farklı bir sınıflandırma yapılması söz konusudur.

Bu çalışma özelinde Dijital Rekreasyon Etkinlikleri ister sanal isterse artırılmış gerçeklik ortamında olsun klasik rekreasyon türleri sınıflandırmasına, teknolojik araçların kullanımına, etkinliklerin taşıdığı özelliklere ve işlevlerine uygun olarak; “Dijital Kültürel Amaçlı Rekreasyon Etkinlikleri, Dijital Sportif Amaçlı Rekreasyon Etkinlikleri, Dijital Eğlence Amaçlı Rekreasyon Etkinlikleri” olarak sınıflandırılmaktadır.

4.2.3.1. Dijital oyunlar: E-spor ve e-oyunlar

Dijital oyunlar, bilgisayar donanımlarının (ekran, fare, klavye, joystick vb.) bilgisayar yazılımları ile etkileşimli olduğu, kurallar ve amaçlar barındıran sistematik bir kavram olarak görülmektedir. Oyuncunun farklı birçok teknoloji ile oluşturulan görsel ortamları deneyimlediği ve bir programlama ile oluşturulan oyunlar kullanılan teknolojiye göre de farklı isimlerle yer almaktadır. Dijital konsol oyunları, bilgisayar oyunları ve çevrimiçi oyunlar olarak üç başlıkta sınıflandırma yapılabilen dijital oyunlar bu başlıkların altında da farklı türlerde çeşitli modlarda oyun deneyimi barındırmaktadır. Oyuncular bu oyunları tek başlarına yapay zekaya karşı ya da çevrimiçi gerçek insan veya takımlara karşı da oynayabilmektedir (Kaytanlı, 2011; Gökçearslan ve Durakoğlu, 2014; Bozkurt, 2014).

Cathode Ray Tube Amusement oyunlar tarihinin ilk interaktif oyunu olarak 1947 yılında tasarlanmıştır. 1950'lere gelindiğinde bilgisayar oyunlarının ilk örnekleri görülmeye başlanmış ve 1958'de Tennis for Two adlı yapım ilk bilgisayar oyunu olarak kayıtlara geçmiştir. Giderek üretimi artan bilgisayar oyunları 1960'larda önemli etki yaratan Spacewar, 1968'de ilk konsol oyunu olarak tarihe geçecek Brown Box, 1972'de Atari şirketinin Pong adlı masa tenisi oyunu ve 1980'de Namco tarafından piyasada mizahı tetikleyen ilk oyun olan Pac-Man gibi yapımlarla gelişmeye ve toplumda farklı kesimlere hitap etmeye devam etmiştir. Pac-Man canlı renkleri ve eğlenceli yapısı ile dikkat çekerken şiddet ve korku yerine dostluk ve mizahı öne çıkartmış ve oyunculara ilk kez soyut bir ilişki kurma imkanı tanımıştır. Pac-Man'ın gelişim ve değişime önemli etki ettiği oyun pazarı 1989'da Nintendo'nun taşınabilir bir oyun konsolu olan Gameboy cihazının piyasa çıkmasıyla bir çağ daha atladi ve 1992'de ilk 3D oyun olan Wolfstein ile oyuncular birinci şahıs bakış açısını deneyimleme fırsatına eriştiler (Kızılkaya 2010; Karahisar, 2013).

Sony oyun sektörüne yeni bir devrim getirecek olan Playstation adlı oyun konsolunu 1994 yılında satışa sundu. Valve önemli bir kitleye sahip oyunlarına oyuncuların meraklarını tetikleyebilecek, incelenebilecek ve basitçe atlanabilecek öğeler ekleyerek bu gelişim sürecine katkı sunarken Sony sonraki yıllarda Playstation'ı bir seri haline getirerek 2 ve 3 numaralı üretimlerini gerçekleştirerek satışa sundu. Modern oyun çağının başlangıcı olarak görülen 2005 ve 2006 yılları oyun konsollarının önemli bir değişimine daha tanıklık edilen dönem olarak adlandırılmaktadır. Bu dönemde Xbox 360, Playstation 3 ve Wii konsolları oyun hikayelerine ve oyuncuların ilerleyişlerinin daha gelişmiş amaç ve bireysel puanlara hitap ettiği ve bu oyunların başarı unsuru olarak paylaşılabildiği eklemelerle oyun içi cazibe unsurları artırılmıştır. 2010 yılı ise artık herkesin sosyal platformlarda ve telefon içi marketlerde görebileceği oyunların başladığı bir dönemi işaret etmektedir. 2013 ve 2020 yıllarında Playstation 5. sürümünü üretirken Xbox X sürümünü üretti. Oyunlar ve oyuncuların oyun deneyimleri gün geçtikçe farklı görseller, farklı hikayeler ve farklı teknolojiler ile sürekli geliştirilmekte iken 2020 yılından günümüze kadar oyun şirketleri, geliştiriciler ve oyunlar sanal gerçeklik oyunlarına eğilim göstermekte ve yatırımlarını bu kulvarda yapmaya devam etmektedirler (Akin, 2008; Karahisar, 2013; Taşçı, 2023). Dijital oyun türleri şu şekilde sınıflandırılmaktadır (İlgaz ve İnci, 2020);

PC (Personal Computer) Oyunları: Bilgisayar kullanıcılarının ücret ödeyerek ya da ücretsiz olarak internet üzerinden oynadıkları oyunları kapsamaktadır.

Konsol Oyunları: Playstation, Wii, Xbox gibi donanımlar üzerinden genellikle joystickler kullanılarak oynanan oyunları kapsamaktadır.

Devasa Çevrimiçi Oyunlar: Massive Multiple Online (MMO) olarak sınıflandırmada yer alan oyun türü çeşitli içerikteki oyunları kapsamaktadır. Yapım süreçleri diğer oyunlardan daha uzun olarak görülmektedir. Sürecin uzun olması oyunların başlangıç aşamalarının ve oynanış mekaniklerinin tek bir sona bağlı olmaması ve sabit bir hikaye ile devam etmemesi olarak nitelendirilebilmektedir. Oyunlardaki süreç oyuncuların anlık kararlarına bağlı olarak ilerlemekte ve zaman sınırlaması belirsiz olabilmektedir. Oyun bünyesinde oyuncular bazı satın alımlar ile envanterini ve oyun karakterini güçlendirmek için para harcayabilmektedir. Oyunlarda

karakterlerin ve envanterlerin de belirli bir seviyesi bulunmakta ve bu seviye yine harcamalar ile geliştirilebilmektedir.

Mobil Oyunlar: Taşınabilir cihazlar üzerinden oynanabilen oyunları kapsayan mobil oyunlar kullanıcıların dijital dönüşümle beraber mobil cihazlara eğilim göstermesiyle ortaya çıkmış ve giderek yaygın bir kullanıma sahip olmuşlardır. Oyun sektörü bu noktada farklı oyun üretimleri ile gelişim göstermekte ve kullanıcıların birbirileri ile ya da oyunun bünyesinde kodlanmış diğer karakterler ile mücadele içinde olması ile hikayelendirilebilmektedir.

Sosyal Oyunlar: Sosyal platformların kullanıcı sayılarının giderek artması ve günlük kullanım saatlerinin fazlalığı oyun üreticilerinin sosyal platformlar üzerinden oynanabilecek oyunlar hakkında yeni geliştirmeler yapılması fikrine kaymasına neden olarak yeni tasarımların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Oyun içi etkileşimlerin yüksek olması bu oyun türlerinin temel özelliğini oluşturmaktadır.

Oyun sınıflandırmalarında yer alan bir başka sınıflandırma ise oyunun yapısı ve barındırdığı içeriklerin türüne göre yapılabilmektedir. “Macera, aksiyon, rol yapma, strateji, simülasyon, spor, dövüş ve online oyunlar” sınıflandırması oyunların yapısı ve içerik türüne göre yapılan bir sınıflandırmayı ifade etmektedir (Denizel, 2012; Sarpkaya, 2021).

E-spor, rekabetin olduğu dijital oyunların lig ve etkinlik düzeyinde, oyuncuların amatör ve profesyonel olarak farklı yeteneklere sahip olduğu ve bir takımla ya da bireysel olarak oynanabilen, kuralların yapısının dinamik olduğu ve birçok paydaştan (oyuncular ve sponsorları, seyirciler, koordinatörler ve geliştiriciler, takımlar ve sponsorları) oluşan bir spor dalı olarak görülmektedir (Yükçü, 2018).

Bireylerin refleks, karar mekanizması, çözüm odaklı olma ve takım idaresi gibi zihinsel ve fiziksel becerilerinin gelişine katkı sunan e-spor dijitalleşmenin etkisi ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımıyla geliştirici ve eğitici bir spor etkinliği olarak görülmektedir. E-spor bünyesinde oyuncular dünyanın farklı bölgelerinden katılım gösteren oyuncularla iletişim kurabileceği, rekabet edebileceği ve rekabetin hem fiziksel hem de zihinsel çaba ile gerçekleştiği bir elektronik sistemler bütünü oluşturmaktadır (Wagner, 2006; Argan, Özer ve Akın, 2006; Hamari ve Sjöblom, 2017).

E-spor'un tarihsel gelişimi incelendiğinde, ilk rekabetçi turnuva örneği "Spacewar" oyunu ile Standford'da 1972 yılında düzenlenen turnuva olarak görülmektedir. E-spor kavramının ortaya çıkışı ise 1999 yılına, Çevrimiçi Oyuncular Birliği'nin (Online Gamers Association-OGA) yaptığı basın açıklamasına dayanmaktadır. Batı'da gerçekleştirilen e-spor yarışmaları ve turnuvalarının merkezinde Valve'nin geliştirdiği "Counter Strike" oyunu yer almaktadır. 2001 yılında Cyberathlete Profesyonel Ligi'nin organize ettiği dünya şampiyonası 150.000 dolarlık bir ödül havuzu ile göze çarpmaktadır. New York merkezli Majer League Gaming'in kurulduğu 2002 yılı e-spor gelişimi için bir başka önemli durum olarak görülmektedir. E-spor'un gerçek bir spor haline gelmesini amaçlayan Uluslararası E-Spor Federasyonu (IeSF) 2008 yılında kurulmuş ve günümüzde 123 üye ülkeye sahip olarak çalışmalarına devam etmektedir. E-spor için en önemli gelişmelerden bir tanesi ise Asya Olimpiyat Konseyi tarafından 2017'de yapılan duyuruda E-sporun resmi bir oyun olarak sayılması ve madalya yarışmalarında yer alması olmuştur. Paris 2024 Olimpiyatları'nda e-spor dahil edilmesi kararı alınmış ancak madalya yarışmalarında yer alıp almayacağı ile ilgili henüz bir bilgi bulunmamaktadır (Wagner, 2006; Baker, 2016; Üçüncüoğlu ve Çakır, 2017; Yükçü, 2018; Mustafaoğlu, 2018; Donoghue ve Balentine, 2018; Akgöl, 2019). E-spor kendi içerisinde farklı türde rekabet içeren oyunlar barındırmaktadır bu sınıflandırılma ise şu şekildedir (Gençlik ve Spor Bakanlığı Yayınları E-Spor Raporu, 2018);

MOBA (Massively Online Battle Arena): Çevrimiçi Çok Oyunculu Savaş Alanı olarak kategorilendirilen bu e-spor türünde oyuncular takımlara ayrılmakta ve belirlenen çeşitli harita ve rotalar üzerinde birbirleriyle karşılaşarak birebir ya da takım olarak savaşmaktadırlar. Verilen savaş sonucunda birbirlerinin güvenli bölgelerini yok etme hedefine ulaşan takım oyunu kazanmaktadır.

FPS (First Person Shot): Birin Kişi Atış Oyunları'nda oyuncular savaş alanlarını ve rakiplerini yönlendirdiği karakterin gözünden görmektedir. FPS oyunlarında ani ve kritik kararlar verme, refleks gösterme, takım içi iletişim ve teknik/taktik becerisi gibi özellikler galibiyet için kritik unsurlar olarak görülmektedir.

RTS (Real Time Strategy): Gerçek Zamanlı Strateji oyunlarda oyuncu üçüncü şahıs gözünden oyuna hakim olmaktadır yani bu kuş bakışına benzer bir açıyı tanımlamaktadır. Oyuncular bu oyunlarda para, işçi, fabrika ve ordu gibi farklı birçok

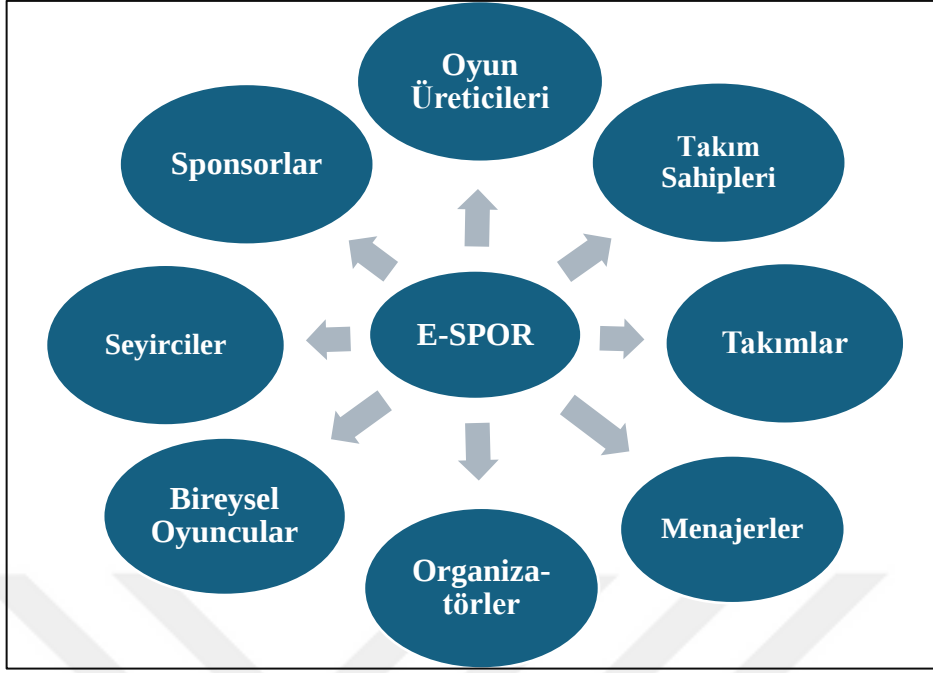
kaynağa sahip olarak oyunu sürecini ilerletmekte ve kaynaklarını verimli kullanarak rakiplerine üstünlük kurmayı amaçlamaktadırlar.

Fighter: Dövüş oyunları birçok farklı sanal karakteri ve karakterler özelinde de birçok farklı yetenek ve beceriyi barındıran oyun türüdür. Karşılıklı dövüş temeline dayanan bu oyunlarda karakterin becerisi ve yeteneği ile kendi oyun stratejini birleştiren oyuncu rakibine üstünlük kurmaya çalışmaktadır.

Sports: Spor başlığı olarak ayrılan bu türde geleneksel spor dallarında yer alan türler dijital ortamlara kopyalanarak yapay zekâ ya da gerçek bir rakibe karşı üstünlük kurma amacıyla oynanmaktadır. Spor dalının barındırdığı tüm unsurlar (takım, kale, saha, pota, top, oyuncu, seyirci vb) dijital ortama lisans hakları alınarak taşınabilmektedir.

MMORPG (Massively Multiplayer Online Role Playing Game): Çok Katılımcılı Çevrimiçi Rol Yapma Oyunu başlığı oyuncuların birden fazla sunucu aracılığıyla çevrimiçi olarak katıldıkları ve oyuncuların oyunda var olan karakterin rolünü sergileyerek ilerleme kaydettiği, gelişerek seviye atladığı bir tür olarak e-sporlar arasında yer almaktadır.

Dijitalleşmenin sosyal, ekonomik ve kültürel anlamda yaşantıya etkileri video oyunlarındaki rekabet alanını ve video oyunlarına olan ilgiyi genişleterek ciddi boyutlara ulaştırmış ve bu gelişimi gün geçtikçe sürdürmeye devam etmektedir. E-Spor kendi endüstrisini, pazarını, oyuncularını, izleyici kitlesini ve tıpkı geleneksel sporlarda olduğu gibi kendi oyun sahalarını, arenalarını ve organizasyonlarını yaratmıştır. E-spor endüstrisinin ekonomik verilerinden bahsedebilmek için öncelikle paydaşlarını belirlemek önem arz etmektedir. E-spor endüstrisinin paydaşları Şekil 4.4'te yer almaktadır;



Şekil 4.4. E-Spor Endüstrisinin Paydaşları
Kaynak: Yükçü ve Kaplanoğlu, 2018

Yükçü ve Kaplanoğlu (2018)'in çalışmasında e-spor endüstrisinin mevcut ve gelecek ekonomik durumunu, oyun ve e-spor veri analiz şirketi olan Newzoo verilerinden faydalanarak ortaya koymuşlardır. Bu veriler ışığında, 2012 yılında 70.57 milyar dolar gelir elde edilen dijital oyun pazarı 2013'te 76.48 milyar dolar, 2014'te 84.72 milyar dolar gelir elde etmiştir. Newzoo'nun güncel verilerinde yer alan bilgilere göre, 2024'ün ilk üç ayında İngiltere, Fransa, Almanya, İspanya ve İtalya'nın dahil olduğu raporda ise "Fortnite" oyunu diğer oyunlardan %10 daha fazla gelir elde ederek tüm pazarlarda ilk sırada yer almaktadır. "EA Sports FC 24" ikinci sıraya yer alırken toplamda elde edilen gelir 189,3 milyar dolar olarak hesaplanmıştır. 2026 yılına dair gelirin 205,7 milyar dolara çıkması ön görülmektedir (Newzoo, 2024-<https://newzoo.com/resources/blog/top-games-cumulative-revenue-q1-2024>).

E-Spor endüstrisinde büyük veri depolama altyapılarından birine sahip olan "Esports Charts" şirketinin veri tabanında 56.394 turnuva, 41.981 takım, 65.266 oyuncu ve 143 oyun ile ilgili çeşitli veriler ve sıralamalar bulunmaktadır. Verilerin, sıralamaların ve analizlerin tamamına erişim 100 dolardan başlayan ücretli üyeliklerle sağlanabilmektedir. (<https://escharts.com/tr>).

1	Counter-Strike	PC / Console	\$8 986 863	269	En Yüksek İzleyiciler:	31 Mar 1 853 954
2	Dota 2	PC / Console	\$6 982 398	Devam ediyor: 2 / 99	En Yüksek İzleyiciler:	19 May 487 493
3	Tom Clancy's Rainbow Six Siege	PC / Console	\$5 315 561	Devam ediyor: 2 / 64	En Yüksek İzleyiciler:	26 Feb 521 374

Resim 4.25. Ödül Havuzuna Göre Sıralama

Kaynak: <https://escharts.com/tr/top-games>

Ödül havuzuna göre yapılan sıralamada “Counter Strike” oyununda düzenlenen bir turnuvada verilen ödül “Dota 2” oyununda verilen ödülün yaklaşık 2 milyon dolar üzerindedir. Ödül havuzu sıralamasında ilk sırada yer alan “Counter Strike”, “En yüksek izleyici” parametresine göre sıralama yapıldığında ilk sırayı kendisinden daha az ödül havuzuna sahip olan ancak daha fazla izlenen “League of Legends” oyununa vermektedir. Veriler 23 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır ve düzenlenen veya devam eden turnuva sonuçlarına göre yıl içi ve yıl sonunda değişkenlik gösterebilecektir.

1	League of Legends	PC / Console	\$4 778 891	Devam ediyor: 27 / 102	En Yüksek İzleyiciler:	18 May 2 829 728
2	Mobile Legends: Bang Bang	Mobile	\$1 331 188	Devam ediyor: 1 / 68	En Yüksek İzleyiciler:	09 Jun 2 225 961
3	Counter-Strike	PC / Console	\$8 986 863	269	En Yüksek İzleyiciler:	31 Mar 1 853 954

Resim 4.26. En Yüksek İzleyiciler Parametresine Göre Sıralama

Kaynak: <https://escharts.com/tr/top-games?order=peak>

Esports Charts şirketinin 2002 ve 2023 yılındaki verilerine göre ise sıralama şu şekildedir;

İsim	Tip	Ödül havuzu	En Yüksek İzleyiciler	Turnuvalar Devam Eden / Toplam
1 Dota 2	PC / Console	\$32 607 353	30 Oct 1 751 086	164
2 PUBG Mobile	Mobile	\$24 859 356	22 May 903 011	355
3 Honor of Kings	Mobile	\$17 829 608	22 Aug 13 500	22
4 Counter-Strike	PC / Console	\$16 171 184	22 May 2 113 610	542
5 Fortnite	PC / Console	\$13 791 180	03 Apr 557 722	75
6 Tom Clancy's Rainbow Six Siege	PC / Console	\$8 846 153	20 Feb 272 714	188
7 Rocket League	PC / Console	\$8 834 397	14 Aug 368 721	310
8 League of Legends	PC / Console	\$8 057 437	06 Nov 5 147 701	286
9 PUBG: Battlegrounds	PC / Console	\$7 426 058	19 Jun 275 943	126
10 Valorant	PC / Console	\$7 417 250	18 Sep 1 505 804	550

Resim 4.27. 2022 Yılı Ödül Havuzu Miktarına Göre Yapılan Sıralama ve İzleyici Sayıları

Kaynak: <https://escharts.com/tr/top-games?year=2022>

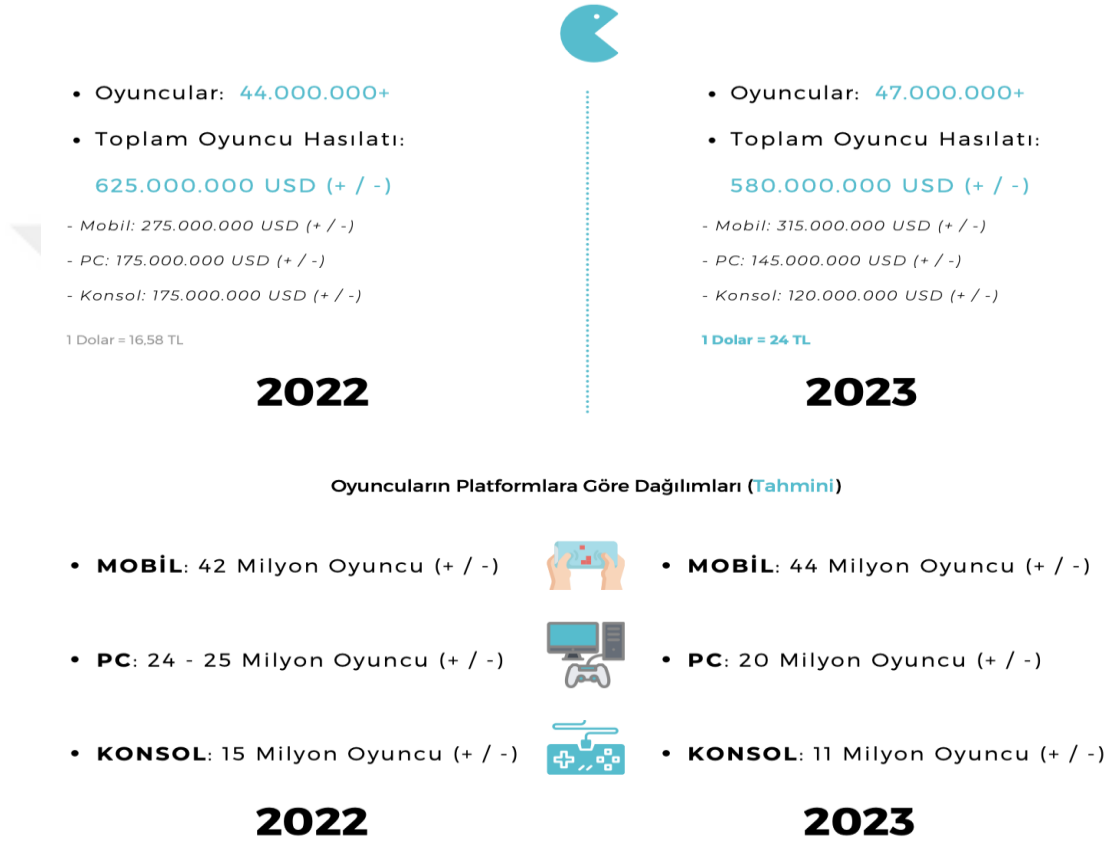
İsim	Tip	Ödül havuzu	En Yüksek İzleyiciler	Turnuvalar Devam Eden / Toplam
1 Dota 2	PC / Console	\$31 076 439	29 Oct 1 442 274	194
2 PUBG Mobile	Mobile	\$21 936 014	10 Dec 980 123	325
3 Fortnite	PC / Console	\$20 798 903	15 Oct 722 081	313
4 Counter-Strike	PC / Console	\$20 493 161	21 May 1 528 724	733
5 Honor of Kings	Mobile	\$17 220 667	30 Dec 14 539	30
6 Valorant	PC / Console	\$9 367 784	04 Mar 1 444 670	599
7 Tom Clancy's Rainbow Six Siege	PC / Console	\$9 265 392	20 Feb 232 287	103
8 Rocket League	PC / Console	\$8 432 029	13 Aug 468 292	462
9 League of Legends	PC / Console	\$8 223 706	19 Nov 6 402 760	205
10 PUBG: Battlegrounds	PC / Console	\$6 905 733	03 Dec 263 656	95

Resim 4.28. 2023 Yılı Ödül Havuzu Miktarına Göre Yapılan Sıralama ve İzleyici Sayıları

Kaynak: <https://escharts.com/tr/top-games?year=2023>

2023 yılında 2022 yılındaki ödül havuzundan daha az bir miktara sahip olan Dota 2 izleyici sayısında da düşüş yaşarken PUBG Mobile, Fortnite ve Counter Strike önemli birer artış göstermişlerdir. İki dönemde de yeri sabit kalan Counter Strike yeri

değişmemesine rağmen ödül havuzu ve izleyici sayısında önemli artışlar göstermektedir. Valorant oyunu 4 sıra birden yükseliş kazanırken Honor of King oyunu ödül havuzu miktarı ve seyirci sayısı hemen hemen aynı olmasına rağmen diğer oyunların yükselişlerinden etkilenerek sıralamada düşüş göstermiştir. Gaming in Turkey tarafından hazırlanan Türkiye Oyun Sektörü raporuna göre 2022 ve 2023 yıllarının kıyaslamaya dayalı verileri şu şekildedir;

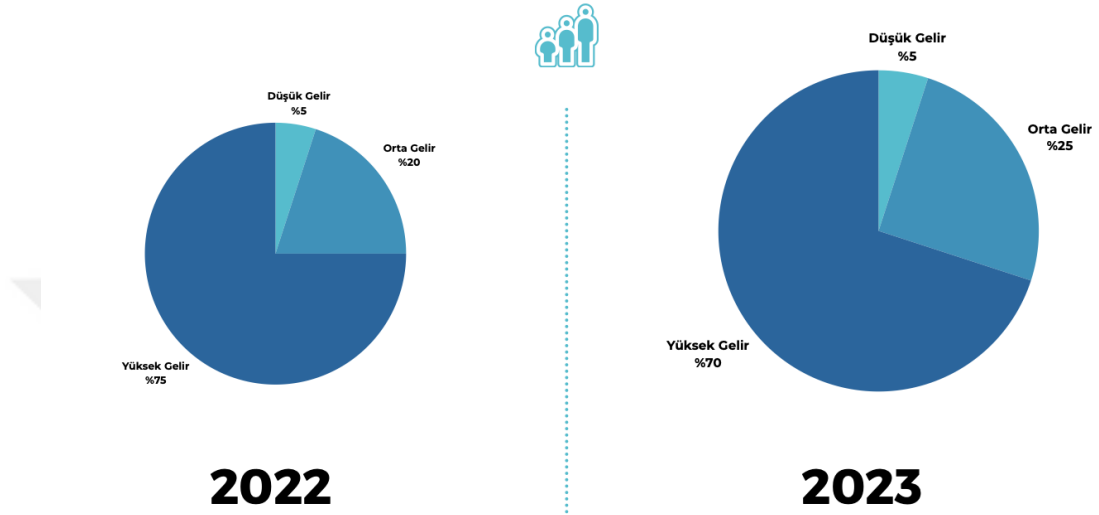


Resim 4.29. Oyuncular ve Gelir Karşılaştırması

Kaynak: <https://www.turkiyeoyunsektoruraporu.com/tr/>

Oyuncuların sayısı, oyuncu bazlı gelir ve hasılat durumu ve oyuncuların oynadığı platformlara göre gelirler Resim 4.29'da yer aldığı gibidir. Dolar kurunun artışı hasılat ve gelirlerde meydana gelebilecek azalışı dengeleyebileceği gibi ekonomik hesaplamalar ve ön görüler gerektiren verilerde en çok göze çarpan detay ise mobil oyunların PC ve konsol oyunlarına göre gösterdiği önemli artış olarak verilerde yer almaktadır. PC ve konsollar aracılığıyla oyun oynamak günümüzde mobil cihazlardan oyun oynamaktan maddi külfetleri bakımından daha zor görülmektedir. Bir konsol ve PC'nin gerekliliklerine ve ekipmanlarına gerek duymadan mobil cihazlar sayesinde önemli grafik ve deneyimlere ulaşabilen oyuncuların tercihi bu

yöne bir eğilim göstermektedir. Bu analizi destekler şekilde Resim 4.30’da yer alan “Gelire Göre Oyuncular” dağılımı yüksek gelirli oyuncuların büyük bir yüzdeyi kapsadığını, düşük gelirli oyuncuların ise daha az oyuna ulaşabildiğini göstermektedir. Bu veriye rağmen orta gelir grubu ise 2022 yılına göre %5 artış gösterirken, yüksek gelirli oyuncuların oranı %5 oranında düşüş göstermektedir.



Resim 4.30. Gelir Düzeyine Göre Oyuncular
Kaynak: <https://www.turkiyeoyunsektoruraporu.com/tr/>

Türkiye özelinde mobil oyunlarda en çok indirilen ücretsiz oyunlar sıralamasında ilk üçte sırasıyla Roblox, Subway Surfers ve PUBG Mobile yer alırken ücretli oyunlarda ise sırasıyla Minecraft, GTA: San Andreas ve Real Fight Simulator yer almaktadır. En çok tercih edilen PC oyunlarına bakıldığında Age of Empires, Baldurs Gate 3, Apex Legends, Counter Strike 2 & GO” gibi “strateji, rol yapma, battle royale ve FPS-Shooter” oyunları ilk sıralarda yer alırken, konsol oyunları kategorisinde “spor” oyunları (EA Sports FC 24, EA Sports UFC 4, FIFA 22, FIFA 23, eFootball PES 2021 Season Update) daha çok tercih edilmektedir (<https://www.turkiyeoyunsektoruraporu.com/tr/>).

4.2.3.2. Dijital kültürel amaçlı rekreasyon etkinlikleri

İnsanlar arasında geçmişten bugüne, kuşaklararası bir aktarımla gelen ve ait olduğu coğrafyanın çeşitli özelliklerini yansıtabilme yeteneğine sahip olan insan yapımı eserler (tablo, mozaik, heykel, bina, arkeolojik alan) ve kültürel geleneklerden oluşan kültürel miras insanların turizm amacıyla yapacakları seyahatlerde bir tercih unsuru olarak olabilmektedir. Kültürleri yansıtan kültürel miraslar ve bulunduğu alanlar tarihe ilgi duyan, alanlar, yapılar ve eserleri görmek ve deneyimlemek isteyen

ziyaretçiler açısından çekim unsuru olarak görülmektedir (Ayaz, Apak ve Sünbül, 2018).

Uluslararası alan yazına bakıldığında (Fritz vd. 2005; Tussyadiah, L. P., Wang, D., Jung, T. H., ve Dieck, M. T., 2017) bazı çalışmalarda artırılmış gerçeklik uygulamalarının kullanılan destinasyonda amaca uygun olarak planlı bir kullanımının ziyaretçi memnuniyetini olumlu yönde etkileneceğine ve yabancı ziyaretçilerin gezilerini gerçekleştirirken bir rehberle ihtiyaç duymadan hareket edebileceklerine imkân sağladığına değinilmektedir. Uzun ve Gözel (2022) yaptıkları çalışmada Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Bergama Antik Kenti ve Atina’da yer alan Parthenon Tapınağı’nda (M.Ö.) kullanılan artırılmış ve sanal gerçeklik teknolojilerini inceleyerek bu teknolojilerin kültürlerin kuşaktan kuşağa aktarımında önemli bir rol oynayacağı sonucuna varmışlardır.

Dijital ortamlarda gerçekleştirilebilecek rekreatif etkinlikler Aylan (2022) tarafından “Dijital Antik Kent Ziyareti”, “Dijital Müze Gezisi”, “Dijital Saray Gezisi”, “Dijital Han-Kervansaray Gezisi”, “Dijital Hamam Gezisi”, “Dijital Kale Gezisi”, “Dijital Amfi Tiyatro Gezisi”, “Dijital Dini Mekân Gezileri” ve “Dijital Destinasyon Ziyareti” olarak sınıflandırılmıştır. Bu çalışma özelinde bu sınıflandırma içerisindeki bazı başlıklar birleştirilerek bazıları ise daha kapsamlı başlıklar haline getirilerek yeniden sınıflandırılmıştır. Çalışma özelindeki sınıflandırma aşağıdaki gibidir;



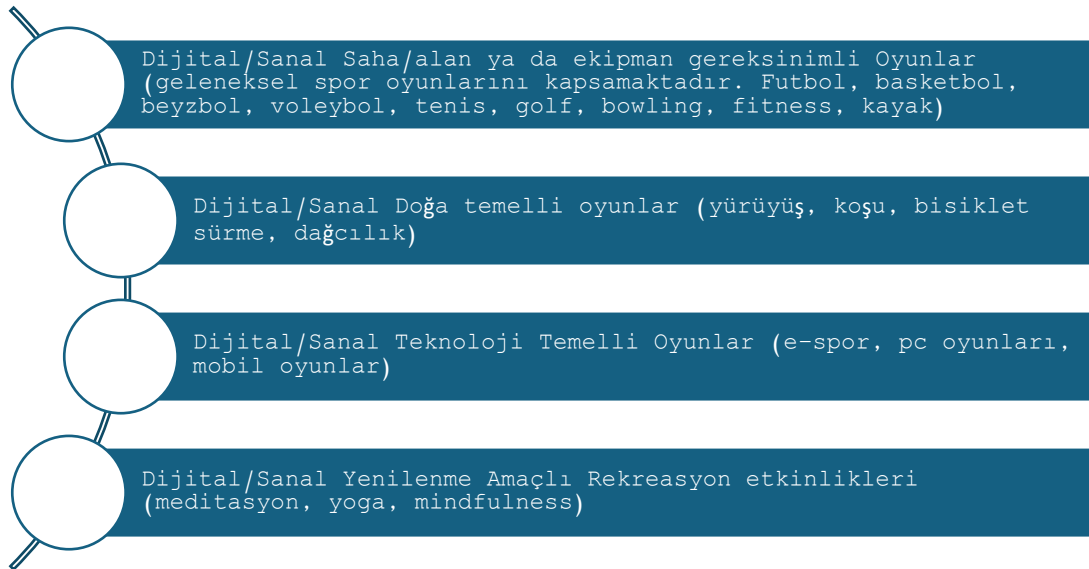
Şekil 4.5. Dijital Kültürel Amaçlı Rekreasyon Etkinlikleri

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

4.2.3.3. Dijital sportif amaçlı rekreasyon etkinlikleri

Spor türleri gün geçtikçe dijital alanlarda oyunlar ya da artırılmış ve sanal gerçeklik teknolojileri sayesinde kendine yer bulmakta ve “Dijital Oyunlar: E-Spor ve E-Oyunlar” bölümünde bahsedilen rakamlara, kitlelere ve önemli turnuvalara sahne olmaktadır. Gerçek dünyada zaman, maddiyat ve yer değiştirme gerektirebilen spor etkinlikleri zaman ve mekândan bağımsız olarak sanal ortamlara taşınmış ve sanal olarak yapılabilen tüm sporlar dijital sportif amaçlı rekreasyon etkinlikleri kapsamına alınmıştır.

Aylan (2022) kitabında spor türlerini dijital olarak yapılmasını sağlayan artırılmış ve sanal gerçeklik teknolojileri ile dijital dünyada yapılabilirliğine göre; “Dijital Golf”, “Dijital Tenis”, “Dijital Bowling”, “Dijital Yürüyüş-Koşu”, “Dijital Bisiklet Sürme” ve “Dijital Dağcılık” olarak sınıflandırmıştır. Sınıflandırma gelişen teknoloji, yeni simülasyon sürümlerinin ve uygulamalarının ortaya çıkması ve E-Spor gibi gün geçtikçe ciddi bir ekonomik büyüme gösteren sektörü dikkate almaması nedeniyle sınırlı kalabilmektedir. Kalıcı ve güncel bir sınıflandırma yapabilmek oyun sektörünün, sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin gelişim hızı dikkate alındığında mümkün olmamaktadır. Bu çalışma özelinde dijital dünyada yapılabilen sporlar şu şekilde sınıflandırılmaktadır;

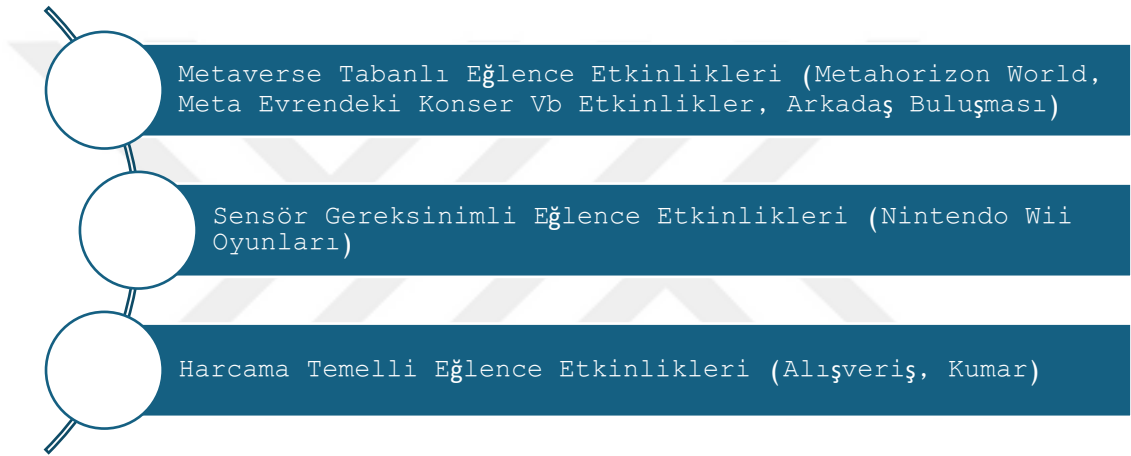


Şekil 4.6. Dijital Sportif Amaçlı Rekreasyon Etkinlikleri

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

4.2.3.4. Dijital eğlence amaçlı rekreasyon etkinlikleri

Sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin önemli bir amacı da eğlence olarak görülmektedir. Aylan (2022) “Dijital Alışveriş”, “Temalı Park Gezisi”, “Dans Etme” ve “Arkadaş Buluşması” olarak dört başlıkta dijital eğlence amaçlı rekreatif faaliyetler sınıflandırması yapmıştır. Eğlence anlayışı ve eğlence kültürü yaşanan toplumlara, edinilen kültürlere ve ait olunan toplumun bulunduğu coğrafyalara göre değişiklik gösterebilmektedir. Sınıflandırma konusunda bu kısıtlar göz önünde bulundurulmalıdır. Bu çalışma özelinde dijital eğlence amaçlı rekreasyon etkinlikleri şu şekilde sınıflandırılmaktadır;



Şekil 4.7. Dijital Eğlence Amaçlı Rekreasyon Etkinlikleri

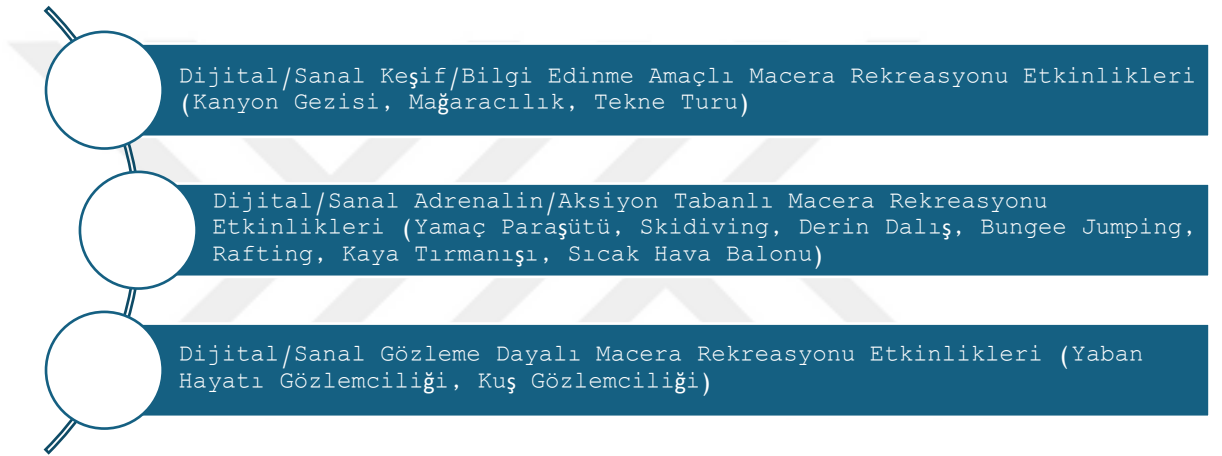
Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

4.2.3.5. Farklı amaçlara hitap eden dijital tabanlı macera rekreasyonları

Doğa temelli turizm gün geçtikçe gelişen ve bireylerin doğa ile baş başa vakit geçirme isteklerinin ilerlemesi ile ilerleme kaydeden bir turizm türü olarak ortaya çıkmaktadır. Ziyaretçilerin bu deneyimden genel beklentileri macera yaşama, doğal ve tarihi dokusu olan yerleri ziyaret etme ve rekreasyon etkinliklerine katılma gibi motivasyon unsurlarından oluşmaktadır. Doğa ile etkileşim bireylerin bu etkinliklerdeki temel arzusunu oluşturmaktadır ve bireylerin beklentileri, istekleri ve kendilerine dair gerçekleştirme arzusunda oldukları meydan okumalar doğa temelli turizm algısını ve macera rekreasyonlarını çekici bir unsur haline getiren kavramlar olarak görülmektedir (İnanır, 2020). Macera Rekreasyonları da dijital dönüşüm unsurlarından etkilenmekte ve dijital ortamlarda gerçekleştirilebilen bir rekreasyon türü olarak değişime ve gelişime devam etmektedir.

Aylan (2022) “Dijital Doğa Tabanlı Rekreatif Faaliyetler” başlığı altında bir sınıflandırma ortaya koymuş ve bu sınıflandırmayı altı alt başlıkta; “Dijital Kanyon Gezisi”, “Dijital Mağaracılık”, “Dijital Milli Park Gezisi”, “Dijital Tekne Turu”, “Dijital Yaban Hayatı Gözlemi” ve “Dijital Safari Turu” şeklinde açıklamıştır.

Sınıflandırma, bu çalışma özelinde doğa temelli dijital etkinliklerin macera rekreasyonlarını kapsaması ve ekstrem sporların dahil edilmesi amacıyla ve aynı amacı destekleyecek şekilde sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojileri ile gerçekleştirilebilecek diğer birçok etkinliğin eklenmesi sonucunda şu şekilde sınıflandırılmaktadır;



Şekil 4.8. Farklı Amaçlara Hitap Eden Dijital Tabanlı Macera Rekreasyonları
Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

4.3. Dijitalleşmeye Yönelik Eleştiriler ve Karşı Tutumlar

Dijitalleşme kavramı toplumsal tüm alanlarda gerçekleştirdiği ve bundan sonra getirebileceği tüm dönüşüm ve gelişimlerle büyük önem taşımaktadır. Dijital dönüşüm gerçekleşirken beraberinde getirdiği birçok etki olumlu ve olumsuz özellikler taşımakta ve etkilerle fayda sağlarken toplumlar ve bireyler üzerinde negatif etkiler de gösterebilmektedir. Gösterebileceği negatif etkilerin en aza indirilmesi ya da ortadan kaldırılmasıyla dijital dönüşüm herkes için fayda sağlayan güçlü bir değişim haline getirilebilmesi bir mecburiyet olarak görülebilmektedir. Sağladığı robotik faydaların yanı sıra bu teknolojiler işsizlik, eşitsizlik, sağlık, kaynakların kullanımındaki problemler, güvenlik ve bağımlılık gibi farklı konularda risk yaratabilmekte ve yeni tartışmalar ortaya çıkartabilmektedir (Özcan ve Keskin, 2019).

4.3.1. Dijital Huzursuzluk

Sosyal Yaşamda Dijitalleşme ve Sosyalleşmenin Dijitalleşmesi başlığında ele alınan sanal kimlik ve sanal benlik kavramları bireylerin yeni medyada dilediği gibi yer alabilmesine ve çevrim içi katılım sağladığı platformlarda istediği kimliğe bürünebilmesine olanak sağladığına ve bu sayede gerçek hayatta olduğu kimlikten uzaklaşarak yeni bir kimlik yaratabildiğine değinilmiştir. Dijitalleşmenin sadece bireysel kapsamda yaşamlardan ziyade tüm sosyal, kültürel, iş yaşamını etkilemesi ve tüm bu alanlarla beraber toplumsal yaşamı dijitalleştirilmesi ve insanların bu dijital dönüşümü gün geçtikçe hayat tarzlarına ve yaşamlarına uyarlamasını zorunlu kılabilmektedir. Toffler (2008: 15-17) çalışmasında tarımın başladığı on bin yıl önceki dönemi “Birinci Dalga”, endüstri devriminin dünyaya getirdiği yenilikleri “İkinci Dalga” olarak nitelendirirken “Bizler insalık tarihinde yeni bir dönemin, devrimin “Üçüncü Dalga”nın çocuklarıyız” diyerek bu dönemi “Üçüncü Dalga” olarak adlandırmaktadır (Aktaran: Oğuz, 2021: 105).

Oğuz (2021:105) çalışmasında ise bireylerin “Üçüncü Dalga” olan bu döneme nasıl kapıldıklarını ve hatta sürüklendiklerini ele almaktadır. Dijital dönüşümü bir hem bir müjde hem de bir kabus olarak ele almaktadır. Bu dönemin bireyleri çelişkiye düşürdüğü, bireyin anlamlandıramayıp tanımlayamasa da bu yeni gerçeklik kavramlarına alışmaktan başka bir çaresi olmadığını düşünerek kabul ettiğini savunmaktadır. Bireyin tüm bu kabul süreci sonucunda yeni korkular, endişeler ve tedirginlikler ortaya çıkmış ve zihin ve bilinç boyutunda yeni sosyal semptomlar yaratılmıştır. Bu durumu açıklamak için ise “dijital huzursuzluk” kavramı kullanılmıştır.

4.3.2. Dijital Yabancılaşma

Dijital teknolojiler ve dijital teknolojiler sayesinde yüksek bir kullanım oranına sahip olan sosyal medya ve sosyal medya grupları insanları gerçekten uzaklaştırabilen etkilere sahip olabilmektedir. Sosyal platformlar aracılığıyla kurulan bağlantılar sonucunda çeşitli sosyal gruplara oluşabilecek aidiyet duyguları sonucunda yeni bir toplumsal çerçeve oluşabilmektedir. Bireyler sosyal medya platformlarında kendi kimliğiyle ya da sahte kimliklerle yer alabilmektedirler. Kendi kimlikleri ile sosyal medyalarda yer alan bireylerin çeşitli kaygıları bulunabilmektedir. Birey sosyal medya platformlarında kendi kimliğiyle yer aldığı süreç boyunca yaptığı paylaşımlara

gösterilen ilgi sonucunda kendini önemli hissedebilirken, beklediği reaksiyonu göremediğinde kendiyile ilgili olumsuz düşüncelere kapılabilmekte ya da kendini kötü hissedecek duygu durumları ortaya çıkabilmektedir. Bireysel imajın ön plana çıktığı bu ve benzeri etkilerin yanında birey kendini başarılı ya da başarısız hissedebilmektedir. Bireyler bu platformlarda oluşturdukları kimliklerle etkileşim de bulunurlar ve kimlikleriyle yaptıkları sanal paylaşımlar ve oluşturdukları imajlar büyük önem taşımaktadır. Sosyal medya platformlarında başarı düzeyi yüksek olan bireylerin sanal dünyada bağlantıları arttıkça somut mekanlarda izolasyonları artmaktadır (Önür ve Kalaman, 2016).

Bireylere kendi kimliklerini kurgulama imkanı tanıyan sosyal medya platformları aynı zamanda farklı büyüklükte referans grupları da yaratabilmektedir. Bireyler dijital dönüşüm ve sosyal platformlar sayesinde yaratabildikleri sonsuz ve sınırsız kimlik hakları sayesinde çevrim içi bir anlayış geliştirmekte ve birçok bağlantıyı bu araçlar sayesinde kolaylıkla sağlayabilmektedirler. Kimlikler bu sayede giderek sanallaşmaktadır. Sanallaşan her kimlik var olduğu sosyal platform üzerinde bireyselleşmekte ve bireyselleşme arttıkça da bireyler gerçeklikten kopabilmektedir. Bireyler bu sanal ortamlardaki etkileşimler nedeniyle gerçek ya da sanal dünyaya karşı bir yabancılaşma algılayabilmektedir. Bireylerin yabancılaşma hissini aşma süreci, var olan durumları benimsemeleri sayesinde gerçekleşmektedir (Palfrey ve Gasser, 2008: 1-27; James, 2010: 417).

Önür ve Kalaman (2016: 273) çalışmasında kimliklerin dijitalleşmesi ve dijital kimliklerin sahip olduğu dijital hareketliliğin fazla olması nedeniyle bireylerin somut mekanlarda bile bir toplumsallıktan uzaklaşma eğilimi gösterebileceğine değinmektedir. Gündelik yaşamdaki sanal alanların bireyler açısından hayatın büyük bir kısmını kapsadığı belirterek, bireylerin duygusal bağlamda hissettikleri olumsuz duyguları çözebilecek yeni bağlantılar kurma ihtiyacını da sosyal platformlar üzerinden giderebildiğine değinmiştir. Çalışma sonucunda dijitalleşmenin sağladığı sanal ortamlardaki etkileşimler nedeniyle oluşan sanal aidiyet duyguları, kimlik yapılarının çoklu hale gelmesi ve kimliğin bir merkeze bağlı olmaması durumları geçmişten günümüze gelen bir topluma ait olma ve toplumun kurumsal yapısı gibi durumlara aykırı olmaları nedeniyle bireylerin yabancılaşmalarına neden olduğu belirtilmektedir.

4.3.3. Dijital Bölünme

Dijital bölünme kavramı, bilgi ve iletişim teknolojilerinin, imkanlarının ve kullanımlarının farklılıklarından ortaya çıkmaktadır (Kalaycı, 2013). Telekomünikasyon Kurumu'nun (2002) tanımına göre dijital bölünme, farklı coğrafi alanlarda sahip olunan imkanların ve sosyo-ekonomik şartların tüm bireyler ve ticari kurumlar arasındaki bilgi iletişim teknolojilerine erişim adaletsizliği olarak tanımlanmaktadır.

Bilgi iletişim teknolojilerindeki yenilikler ve gelişmelerin takip edilmesi ve buna uygun olarak geliştirilmesi ülkeler ve toplumlar açısından önem arz etmektedir. Ekonomik bir güç, demokratik bir yapı ve büyüme unsuru olarak görülen bilgi iletişim teknolojilerine erişim fırsatına halen dünyanın bazı bölgeleri sahip olamamaktadır. Kimi ülkelerde ise belirli bölgeler bilgi iletişim teknolojilerine çok kolay ulaşabilmekte ve yenilikleri takip edebilme imkanına sahipken diğer bölgelerde durum negatif yönde ortaya çıkmakta ve bariz şekilde eşitsizlikler doğabilmektedir. Bilgi iletişim teknolojilerine erişebilen, geliştirebilen ve altyapısını oturtabilen ülkelerin gelişimine doğrudan katkı sağlayarak bu ülkeleri küresel çapta avantajlı hale getirebilmektedir. (Erten, 2019).

Dijitalleşme sürecinin önemli unsurlarından biri olan bilgi iletişim teknolojileri ve bu teknolojilere erişimin eşitsiz gerçekleştiği durumlarda, erişimi olan ülkeler diğer ülkelerle gelişmişlik düzeyi farkını açabilmektedirler. Küresel çapta dünyanın bir kısmı dijitalleşirken bir kısmı bu süreçten uzak kalabilmektedir. Ayrıca, aynı ülkede yaşayan fakat çeşitli koşullar ve sebepler nedeniyle bilgi iletişim teknolojilerine erişim fırsatı farklı olan durumlar da ortaya çıkabilmektedir. Erişimi az olan bölgelerin bu mahrumiyeti nedeniyle ülke içindeki toplumun bir kısmı dijitalleşme sürecine katılım gösterirken bir kısmı ise bu sürecin dışında kalacak ve bölgesel farklılıklar sebebiyle toplumun tümünde bir eşitsizliğin ortaya çıkmasına neden olabilecektir (Kılıç, 2011; Yıldız ve Seferoğlu, 2012; Gürcan, 2015).

Dijital bölünme; teknolojik fırsatlar ve demografik özellikler (cinsiyet, ırk vb.) başta olmak üzere, gelir dağılımı, alt yapı sorunları, eğitim düzeyi farklılıkları ve teknoloji, internet, bilgisayar kullanabilecek bir beceri ve yetkinliğe sahip olmak gibi birçok gösterge ve nedene bağlıdır ve bu şekilde ölçülebilmektedir (Öztürk, 2002; Van Dijk, 2006; Erten, 2019).

4.3.4. Deepfake

Deepfake teknolojisi yazılımlar aracılığıyla bir kişinin mevcut yüz ifadesinin, görsel ve sesli bir içerik olarak üzerinde oynanılması işlemi olarak tanımlanabilmektedir. Görsel ve işitsel bir manipülasyon tekniği olarak da açıklanabilen deepfake belirli bir amaç doğrultusunda bir yüz ifadesinin başka birine uygulanabilmesi, bir kişinin hiçbir şekilde bahsetmediği bir konu hakkında kişinin bu manipüle yöntemiyle gerçekten konuşmuş gibi gösterilmesi gibi tehlikeli bir tekniği kapsamaktadır. Birçok sektörde kullanım potansiyeli olan bu teknoloji, insan haklarını doğrudan ihlal etmekte ve kötüye kullanım sonucunda hiçbir faaliyet gerçekleştirmemiş bir insan için bile sorun ve suç teşkil edebilecek durumlar yaratabilmektedir (Nguyen vd., 2019; Berk, 2020).

Bireyler ve olaylar bünyesinde yanlış bir izlenim yaratmak amacı ile kullanılabilecek deepfake teknolojisi herhangi bir şekilde yasal olmamakla beraber hiçbir kullanım hakkına da sahip değildir. Deepfake teknolojisi birçok ünlü, siyasetçi, lideri hedef alarak hazırlanan içeriklerle karşımıza çıkmaktadır. Deepfake terimi ise, reddit adlı bir website kullanıcısının “deepfake” adlı kullanıcısı tarafından hazırlanan yetişkin içerikli videoların yayılmasıyla ortaya çıkmıştır. Deepfake teknolojisi yüz değiştirme, ifade değiştirme ve yüz yaratımı olarak üç farklı şekilde kullanılabilmektedir (Berk, 2020).



Resim 4.31. Ziraat Bankası'nın 157. Yıl Reklamında Deepfake ile Kemal Sunal'ı Oynatması Örneği

Kaynak: Acar ve Tanyıldızı, 2022: 92

Yaşanan gelişmeler ve bireylerin hayatlarında bir sonraki adıma geçmelerini sağlayarak hayatlarını kolaylaştıran sistemler olumlu ve olumsuz birçok durum barındırmaktadır. Rekreasyon ve turizm alanında teknolojik gelişmelerin sektöre entegre edilmesi büyük önem arz etmektedir. Trendlerdeki değişimler ve modern düzeyde kullanılan ekipmanlar misafir memnuniyeti, ziyaret niyeti üzerinde etkileri ve destinasyon seçimlerinde önemli rol oynamaktadırlar. Yapay zekâ ve sanal gerçeklik çağımızın son teknoloji sistemleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Macera rekreasyonu etkinlikleri kapsamında sanal gerçeklik teknolojisinin sağlayabileceği faydalar ve kolaylıklar ele alınarak sanal gerçekliğin seçilen etkinlikler özelinde bireylerde yarattığı tercih ve tatmin düzeyleri, bireylerin teknolojiye ilişkin yorumları ve gerçek ile sanal dünya arasındaki kıyaslarının bir arada olması ve sanal gerçeklik teknolojisinin animasyon dışında gerçek dünya görüntüleri ile deneyimlenmesi yapılan çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Çalışma, alan yazında yer alan çalışmalar ile desteklenerek geliştirilmiştir ve elde edilen veriler, desteklenen ya da ters düşen çalışmalarla birlikte incelenerek bir bütün halinde sunulmuştur. Ek olarak çalışmada sanal gerçeklik teknolojisinin rekreasyon etkinlikleri üzerinde uygulanabilirliği hakkında diğer çalışmalarda da yer alan eksik yönler hakkında ortak görüş olarak ifade edebileceğimiz olumsuz durumlar ile ilgili öneriler geliştirilmesi çalışmanın bir diğer önemli noktasıdır. Bu çalışmanın, alan yazında yeni yapılacak çalışmalar ve bilgi edinmek isteyen araştırmalar için önemli kaynakların bir araya getirildiği bir kaynak olarak görülmesi beklenmektedir. Çalışmanın bir sonraki bölümünde yöntem kısmına yer verilmiştir.

5. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, önemi, modeli, evreni, veri toplama aracı, veri analizi ve araştırmanın kapsam ve sınırlılıkları açıklanmaktadır.

5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmada, sanal gerçeklik teknolojisi kullanılarak genç kuşağın macera rekreasyonu etkinliklerine katılımında sanal ve gerçek dünya arasındaki tercihlerinin, sanal ortamdan elde ettikleri tatmin düzeylerinin, etkinliklerde algıladıkları risk düzeylerinin, etkinliğe katılım engellerinin ve gelecekteki etkinliklere katılım eğilimlerinin (etkinliği tekrarlama isteklerinin) ortaya konulması ve alandaki paydaşlara yönelik yeni öneriler geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Ulusal ve uluslararası alan yazın incelendiğinde, macera rekreasyonu etkinliklerinin tercih ve tatmini, sanal/dijital dünyanın bu tatmini ne derecede etkilediği, genç kuşağın yeni teknolojilerden etkilenecek tercihlerinin ne yönde olacağı ve bir önceki/sonraki kuşakla arasındaki tercih ve tatmin düzeyleri konularındaki sınırlı literatüre katkı bakımından çalışma önemli görülmektedir.

Bu çalışma sonucunda elde edilen bulgular, dünya üzerinde ve Türkiye’de bu konuda günümüze kadar gerçekleştirilmiş ve gerçekleştirilecek olan çalışmalara ve aynı zamanda bu alanda faaliyet göstermekte ve gösterecek olan büyük ve/veya yeni kurulacak olan şirketlere genç kuşağın tercih ve tatminleriyle beraber, tercih ve tatminlerini etkileyen faktörleri de sunması yönüyle örnek ve önem teşkil edebilecektir. Bu sayede genç kuşağın tercihleri ve tatminleri göz önüne alınarak gelecek dönemde oluşabilecek sanal rekreatif faaliyet talebini görmeye fayda sağlarken, gerçek dünyada gerçekleştirilen rekreatif faaliyetlerde gerçekleşebilecek talep azalmasının nedenlerini ön görebilmek açısından önemli görülmektedir. Ayrıca bu pazarda hali hazırda gerçekleştirilmekte olan faaliyetlere de eleştirel bir bakış açısı sunmakla beraber, geliştirilebilecek yeni rekreatif ve turizm konulu planlamalara da katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

5.2. Araştırma Problemi ve Araştırma Soruları

Bireylerin alışkanları, değişen ve dönüşen toplumla beraber bir dönüşüm sürecine girmiştir. Dönüşümün etkisi ile tüketim alışkanlıklarında değişim yaşayan bireylerin davranışlarında rekreasyon etkinliklerine yönelik de değişimler meydana

gelmektedir. Rekreasyon etkinlikleri kapsamındaki teknolojik gelişmeler sonucunda bireylerin macera rekreasyonuna olan ilgileri ve karşı olan görüşleri değişim ve dönüşüme uğrayabilecek bir durum olarak görülmektedir. Sanal gerçeklik teknolojisinin yakın gelecekteki en büyük potansiyel iki müşterisi olan Y ve Z kuşakları bu değişimin tam ortasında konumlanmaktadır. Bu kapsamda kuşaklara ve diğer faktörlere ilişkin cevaplar aranan araştırma soruları ilgili alan yazın incelenerek aşağıda ifade edilmektedir. Araştırma soruları belirlenirken incelenen ve destek alınan kaynaklarda soruların yanında ifade edilmektedir. Araştırma soruları;

Araştırma sorusu 1: Kuşakların etkinliklere yönelik risk, maliyet ve fiziksel zorluk algılarının düzeyi ne derecededir ve kuşakların algıları arasında bir farklılık var mıdır?

Çalışmanın birinci araştırma sorusu ile katılımcıların deneyimlemek istedikleri etkinliklere yönelik algıladıkları risk düzeyi, maliyet düzeyi ve fiziksel zorluk derecelerinde kuşaklar arasında fark olup olmadığının ölçülmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın birinci aşaması olan deneyim öncesi sorular kısmında ilgili sorular katılımcılara yöneltilmektedir (Swarbrooke, vd., 2003; Ewert ve Hollenhorst, 1995: 21-26; James, 2009; Priest ve Gass, 2005; Gülcan ,2004; Lazarus ve Folkman, 1984; Baird ve Penna, 1996; Bingöl, 2021; Beşikçi ve Dinç, 2022; Beşikçi, 2023).

Araştırma sorusu 2: Sanal ortamda etkinlik deneyimleyen kuşakların tatmin düzeyleri ve etkinliği sanal ortamda tekrarlama istekleri arasında bir farklılık var mıdır?

Çalışmanın ikinci araştırma sorusunda kuşakların yaşadıkları deneyim ile ilgili tatmin düzeylerinde ve yaşadıkları deneyimi tekrar yaşama istekleri arasında bir farklılık olup olmadığının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Çalışmanın üçüncü aşamasında bu soruya yönelik sorular katılımcılara yöneltilmektedir (Yılmaz, 2005; Bengi, 2021; Ayar, 2021; Parker, 1979:20; Aktaran: Vapur, 2021:16).

Araştırma sorusu 3: Sanal ortamda etkinlik gerçekleştirmenin gerçek hayattaki etkinliklere yönelik bir faydası var mıdır?

Çalışmanın üçüncü sorusunda sanal ortam etkinliklerinin gerçek hayatta gerçekleştirilen etkinliklere bir fayda sağlayıp sağlamadığının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu soruya alınan cevaplar, ilgili paydaşlara önemli bilgiler

vermektedir ve bu yüzden önem arz etmektedir (Kulakoğlu, 2022; Kuru ve Akdoğan, 2022).

Araştırma sorusu 4: Kuşakların sanal ve gerçek ortam arasındaki tercihlerini etkileyen ana faktörler nelerdir?

Çalışmanın dördüncü araştırma sorusunda kuşakların tercihlerini etkileyen ana faktörlerin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu soru ile kuşakların tercihleri arasında bir farklılık olup olmamasına ek olarak sebeplerinin neler olduğu da ortaya konulmaktadır ve bu yüzden önem arz etmektedir (Haddouche ve Salomone, 2018; Bağcı ve İçöz, 2019; Erten, 2019; Aydemir ve Şentürk, 2016: 658; Topaçoğlu, 2022: 50-52).

Araştırma sorusu 5: Katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine karşı hangi durumlarda yaklaşma ya da kaçınma davranışı göstermektedirler?

Çalışmanın beşinci sorusunda kuşakların sanal gerçeklik teknolojisine gösterdikleri yaklaşma ve kaçınma davranışları ve bu davranışların sebeplerine cevap aranmaktadır. Ek olarak bu soru araştırmanın modeli olan SOR teorisi ile de yakından ilişkilidir. Kuşakların hangi durumlarda yaklaşma veya kaçınma davranışı sergilediğinin ya da kuşakların davranışlarında yer alan benzerlik ve farklılıkların ortaya konulması özellikle paydaşlar noktasında önem arz etmektedir (An vd., 2021; Kim vd, 2020a; Rajaguru, 2014; Kuru ve Akdoğan, 2022).

Araştırma sorusu 6: Y ve Z kuşakları gelecekte etkinliği sanal ortamda mı gerçek hayatta mı gerçekleştirmeyi tercih etmektedirler?

Çalışmanın altıncı sorusu ile kuşakların gelecekte yoğun olarak hangi ortamı tercih edeceklerinin ve kuşaklar arası bir farklılık olup olmadığının ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu soru pazarda kime hitap edileceği ya da edilmeyeceği konusunda paydaşlara önemli bilgiler sunmaktadır (Kaba, 2016; Türk, 2020).

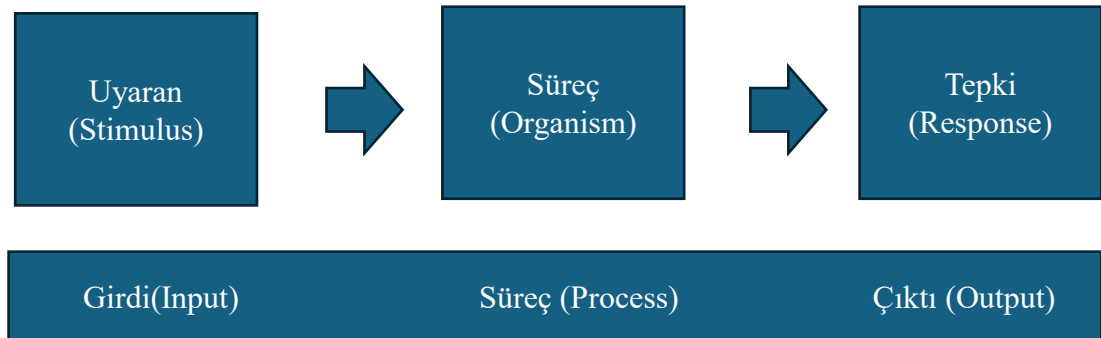
5.3. Araştırma Modeli (Türü) ve Deseni

Araştırmanın modeli SOR teorisine dayandırılmaktadır. SOR teorisi üzerinden kuşakların deneyimledikleri etkinlikler sonrasında sanal gerçeklikten edindikleri tatmin düzeylerinin sonraki seçimlerini etkileyip etkilemeyeceği üzerine tek yönlü bir ilişki modellenmiştir.

Stimulus (Uyaran) – Organism (Süreç / Organizma)- Response (Tepki / Yanıt) teorisi SOR kısaltmasıyla anılmakta tüketicileri hangi unsurların etkilediğini belirlemek, tüketici davranışlarını ve eğilimlerini anlayabilmek amacıyla Mehrabian ve Russel (1974) tarafından geliştirilmiştir. Teorinin hedef noktası uyaran olarak görülen unsurların süreçlere olan etkilerinin ortaya çıkarttığı tepkileri ölçebilmektir. Çevresel koşulların barındırdığı uyaranlar bireylerde farklı duygusal ya da bilişsel hareketlilikler yaratabilmektedir ve bunlara bağlı olarak davranışsal ve tutumsal niyetler ortaya çıkmaktadır (Mehrabian ve Russel, 1974).

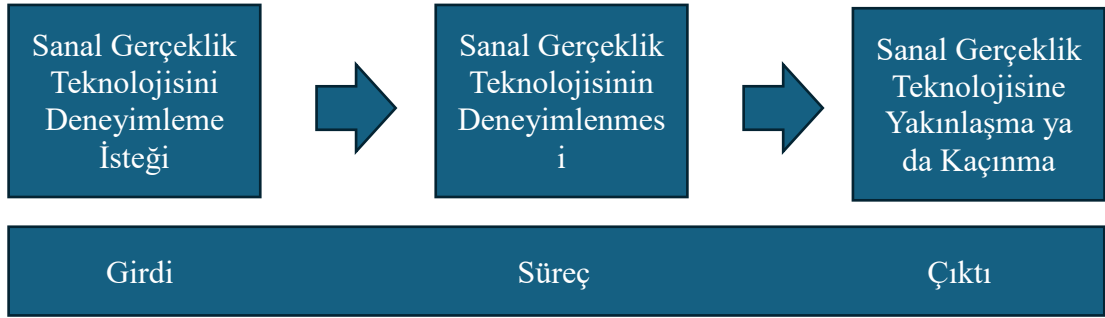
Psikoloji alanında bireylerin tepkilerini incelemek, pazarlama alanında tüketici davranışlarını keşfetmek gibi alanlarda kullanılan SOR teorisi, belirli bir ortamda organizmaya sağlanan uyarıcı sonucunda organizmanın içsel bir süreç yaşayarak bu uyarıcıya yanıt vermek için bir süreç geçirdiğini öne sürmektedir. Teori kapsamında istenilen davranışın elde edilmesi bir uyarının oluşturularak organizmaya etki etmesi ve sonuç alınması evrelerinin kontrol edilmesini kapsamaktadır. Türkçe kısaltması ise Uyaran-Süreç-Tepki kelimelerinin baş harfleri ile UST olarak yer almaktadır (Mehrabian ve Russel, 1974; Kılıç ve Seçilmiş, 2022; Kuru ve Akdoğan, 2022; Gedik, 2023).

"S-O-R çerçevesi, bir kişinin çevreye üç adımda tepki verdiğini açıklar: bir birey çevresel bir uyarana (S) maruz kaldığında, içsel durumlar/değerlendirmeler (O) oluşturur ve bunlar daha sonra tepkileri (R) başlatır. İçsel durumlar/değerlendirmeler (O), bireylere yönelik uyaranlar (S) ile tepkiler (R) arasındaki ilişkiye aracılık edebilir". Ayrıca, "memnuniyet ve güven birçok akademisyen ve uygulayıcı tarafından S-O-R çerçevesinde kabul edilmiş ve tüketici duygusal durum değişkenleri olarak görülmüştür" (Chang, 2017: 60).



Şekil 5.1. S-O-R teorisi süreci
Kaynak: Kim, Lee ve Jung, 2018

Şekil 5.1, S-O-R sürecinin altında Input (Girdi) – Process (Süreç) – Output (Çıktı) olarak yer alan kavramlar ile sürecin kavramsal çerçevesini sunmaktadır.



Şekil 5.2. S-O-R teorisi çalışma modeli

Uyaran: Sanal gerçeklik gözlükleri ile etkinlik gerçekleştirme isteği

Süreç: Sanal gerçeklik gözlüğü ile etkinliği deneyimlenmesi

Tepki: Sanal gerçeklik teknolojisine yakınlaşma / Sanal gerçeklik teknolojisinden kaçınma.

SOR teorisi sürecine ve bileşenlerine uygun olarak çalışmaya ilişkin veriler modele yerleştirilmiştir. Stimulus (uyaran) çevresel bir uyaran olarak ele alınmakta ve çalışma özelinde (S) uyaranı katılımcı için çalışmaya davet edilme, merak etme, teknolojik gelişmelere ilgi duymak, takip etmek ve deneyimleme arzusu ya da çevresinin isteğiyle denemeye yönlendirilmesi ile sanal gerçeklik teknolojisine katılma isteğini temsil etmektedir. Organism (süreç) bu isteğin tetiklendiği andan başlayarak deneyimin gerçekleşmesine kadar var olan ve yaşanan tüm içsel çelişkileri, kararsızlıkları, korku ya da cesaret duygularını, meydan okuma dürtülerini ve tüm bunlar sonucunda uyarana bir cevap verme sürecini dolayısıyla katılımcının karar verme sürecini temsil etmektedir. Katılma konusunda bir uyarana maruz kalan ve karar verme süreci sonunda sanal gerçeklik teknolojisini deneyimlemeye karar veren denek deneyimleme aşamasına geçmektedir. Deneyimleme aşamasında soru formuna verdiği cevapların ardından deneyim gerçekleştiren birey, deneyim sonrası sorular ile deneyime ilişkin tatminini, deneyimi tekrarlama isteği, sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olma isteği ve gerçek hayattaki deneyim ile sanal ortamdaki deneyim arasındaki eğilimin hangi yönde olacağına dair sorulara cevap vermektedir. Response (tepki) aşaması bu cevaplar ile beraber bir çıktı yaratarak gerçekleşmektedir. Katılımcının cevapları yaşadığı deneyim sonrası sanal gerçeklik teknolojisine nasıl bir tepki

göstereceğini ortaya koyarak, yakınlaşma ya da kaçınma gösterip göstermeyeceğine ışık tutacaktır.

5.3. Çalışma Grubu

Çalışma grubu teknik imkanları ve gerekli alanı sağlaması nedeniyle Ankara Büyükşehir Belediyesine bağlı Mamak Mutlu Aile Yaşam Merkezi'nde yer alan E-Spor alanındaki ziyaretçilerden oluşmaktadır. Çalışma grubunda Y ve Z kuşağını temsil eden toplam 52 kişi bulunmaktadır. Mamak Mutlu Aile Yaşam Merkezi E-Spor alanı 25.04.2024 tarihinde hizmete açılmıştır. Çalışmadaki sanal gerçeklik deneyiminin alanda uygulandığı son tarih olan 27.07.2024 tarihinde ziyaretçi sayısı 980 olan E-spor merkezinin 450 ziyaretçisi Y ve Z kuşağını oluşturmaktadır. 337 Ziyaretçi 18 yaşından büyüktür ve çalışmaya katılabilecek yaştadır. E-spor alanının hizmet verdiği gün 124 gündür ve bu tarihler içinde kalan pazar ve pazartesi günlerinde tesis hizmet vermemektedir. 24 Nisan 2024 ile 27 Ağustos 2024 tarihleri arasında toplam 36 gün pazar ve pazartesi bulunmaktadır. E-Spor merkezinin hizmete açık olduğu toplam gün süresi 88 ve toplam ziyaretçisi 980'dir. Günlük ortalama 11 ziyaretçi E-spor merkezini kullanmaktadır (<https://www.ankara.bel.tr/kadin-ve-aile-hizmetleri/aile-yasam-merkezleri/mutlu-aile-yasam-merkezi>). Çalışmanın yapıldığı 07.07.2024 ile 27.07.2024 tarihleri arasındaki 20 günden 6 gün Pazar ve Pazartesi'ye denk gelerek tesis kullanılamamıştır. E-Spor merkezinin kullanıldığı 14 günde ise E-Spor alanını kullanan ziyaretçilerden toplam 71 kişi çalışmaya katılmayı kabul etmiştir ancak 52 kişiden sonra verilen cevapların tekrar ettiği görülmüştür. Tekrarlanan cevapların yanı sıra yeni bir bakış açısı ve yeni bir durum ortaya çıkmayan cevapların ardından 52 kişi doyum noktası olarak kabul edilerek katılımcı sayısı bu sayı ile sınırlandırılmıştır.

Çalışma grubu belirlenirken imkanları kullanılacak tesisin şartları göz önünde bulundurulması gereken önemli bir konudur. Bu yüzden bulunabileni örnekleme (Convenience Sampling) yöntemi ve basit seçkisiz örnekleme yöntemi birlikte kullanılmıştır. Kolaylıkla bulunabileni örnekleme türünde çalışmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden ve kolay ulaşılabilir özelliğe sahip olan kişiler katılımcı olarak çalışmaya dahil edilirler. Basit seçkisiz örnekleme yönteminde, evrendeki tüm birimler, örneğe seçilme noktasında eşit ve bağımsız bir şansa sahiptir. Özetle, tüm bireylerin seçilme olasılığı aynıdır ve bir bireyin seçimi diğer bireylerin seçimini

etkilememektedir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2012: 85; Erkuş, 2017).

5.4. Veri Toplama

Veri toplama süreci 08.07.2024 ila 27.07.2024 tarihleri arasında Mamak Mutlu Aile Yaşam Merkezi'nde gerçekleştirilmiştir. Mamak Mutlu Aile Yaşam Merkezi E-Spor alanı Ankara Büyükşehir Belediyesi'ne yapılan 690197 kurum sayılı bilimsel çalışma izni yazısı, ilgili daire başkanlığınca onaylanmıştır. Çalışmayı gerçekleştirebilecek ekipmanlar ve gerekli olan alan tarafımıza tahsis edilmiştir. Tahsis süreci merkezde gerçekleştirilen etkinlikleri engellemek, tesisin kullanımını aksatmamak, ekipmanların yalnızca tarafımızca kullanılarak diğer üyelerin kullanımına kapalı olmasını engellemek ve üye bireylerin tesiste geçirdiği zamanlar ve yoğunluk göz önünde bulundurularak yürütülmüş ve belirtilen tarihler tesisin kullanımını uygun görülerek belirlenmiştir. Tesis belirtilen tarihler öncesinde ziyaret edilerek teknik aksamalar ve gerekli altyapı incelenerek çalışmanın gerçekleştirilip gerçekleştirilemeyeceği değerlendirilmiş ve yeterli ekipman bulunması, ortamda denekleri etkileyecek başka unsurların olmaması, pilot çalışmanın olağan şartlarda gerçekleştirilmesi gibi olumlu durumlar neticesinde çalışmanın Mamak Mutlu Aile Yaşam Merkezi'nde gerçekleştirilmesine karar verilmiştir. Karşılıklı dilekçeler sonucunda alanın kullanımı mümkün olmuştur.

Veri toplama aracı olarak yapılandırılmış soru formu kullanılmıştır. Sorular hazırlanırken ilgili alan yazından (Swarbrooke, vd., 2003; Ewert ve Hollenhorst, 1995: 21-26; James, 2009; Priest ve Gass, 2005; Gülcan, 2004; Lazarus ve Folkman, 1984; Baird ve Penna, 1996; Bingöl, 2021; Beşikçi ve Dinç, 2022; Beşikçi, 2023; Yılmaz, 2005; Bengi, 2021; Ayar, 2021; Parker, 1979:20; Aktaran: Vapur, 2021:16; Kulakoğlu, 2022; Kuru ve Akdoğan, 2022; Haddouche ve Salomone, 2018; Bağcı ve İçöz, 2019; Erten, 2019; Aydemir ve Şentürk, 2016: 658; Topaçoğlu, 2022: 50-52; An vd., 2021; Kim vd, 2020a; Rajaguru, 2014; Kaba, 2016; Türk, 2020) ve uzman görüşlerinden destek alınmıştır. İncelenen çalışmalar ve uzman görüşleri neticesinde hazırlanan yapılandırılmış soru formu farklı boyutları ele almaktadır. Bu boyutlar deneyim öncesi ve deneyim sonrası soruları ve bu sorular içinde algısal değişiklik barındıran unsurları kapsamaktadır. Hazırlanan soruların anlaşılabilirliği ve cevaplanabilirliği pilot uygulama ile denenmiştir. Pilot uygulama sonucunda, katılımcılar tarafından

anlaşılamayan ya da zor cevaplanan sorular daha anlaşılır hale getirilerek bir kez daha uygulanmıştır. İkinci uygulama sonucunda tüm sorular cevaplanabilir ve anlaşılabilir hale gelmiştir. Böylelikle yapılandırılmış soru formu son halini almıştır.

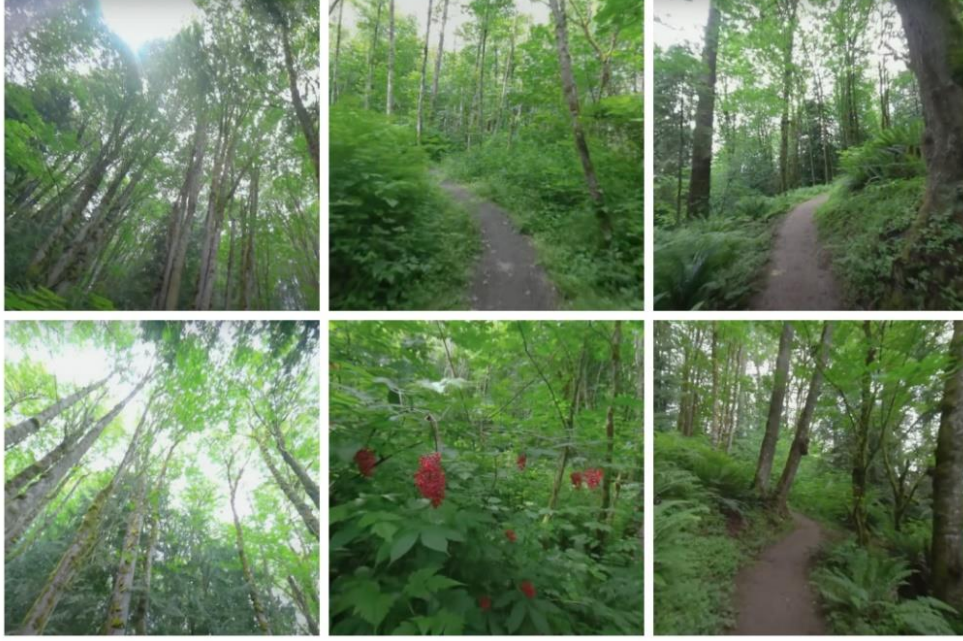
Soru formu demografik sorular, deneyim öncesi sorular ve deneyim sonrası sorular olmak üzere üç farklı kategoriye ayrılmıştır. Demografik sorular katılımcıların hangi kuşağa üye olduklarını, cinsiyetlerini, eğitim düzeylerini ve medeni durumlarını belirlemek amacıyla sorulan 4 sorudan oluşmaktadır.

Demografik soruların ardından katılımcılara deneyim öncesi sorular yöneltilmiştir. Katılımcıların vereceği cevaplar ile gerçek hayattaki etkinliklere katılımında risk alma düzeylerini ölçmek, etkinliklere ya da çalışmaya katılmaya engel herhangi bir rahatsızlığının olup olmadığını tespit etmek ve sanal gerçeklik gözlüğü ile daha önce belirlenen etkinliklerden deneyimlemek istediği etkinliği seçmesi istenmiştir. Etkinlikler kara, hava ve suda yapılan etkinliklerden ikiye ayrılmıştır. Üzere düşük veya yüksek riskli olarak kategorilendirilmiştir. Doğa yürüyüşü karada, balon havada, kürek ise suda yapılan “düşük” riskli etkinlikler olarak tanımlanmıştır. Yüksek riskli etkinlikler ise kara için kaya tırmanışı, hava için yamaç paraşütü ve suda gerçekleştirilen etkinlikler için rafting olarak seçilmiştir.

Deneyimlenmek istenen sanal etkinliğin gerçek hayattaki risk düzeyinin, fiziksel zorluğunun ve maliyet düzeyinin katılımcılar tarafından nasıl algılandığı ölçülebilmek adına deneyim öncesi üç soru daha bulunmaktadır. Katılımcıların seçtikleri etkinliği gerçek hayatta ya da sanal ortamda daha önce deneyimleyip deneyimlemediklerini tespit etmek ve bir deneyim varsa bunun oluşturabileceği farklılığı analiz edebilmek amacıyla deneyim öncesi sorularda cevap verilmesi gereken “Daha önce etkinliğini gerçek hayatta/sanal ortamda deneyimlediniz mi?” sorusu yer almaktadır. Deneyim öncesi 8 adet soru cevaplayan katılımcılar sanal gerçeklik deneyimleme aşamasına geçmektedirler.

Deneyim aşamasında katılımcılara farklı risk düzeylerinde ve farklı ortamlarda deneyimleyebilecekleri toplamda 6 adet etkinlikten seçtikleri 1 tanesi ile deneyim sağlanacaktır. Seçim esnasında katılımcıların kişisel görüş, tutum, ön yargı ve davranışları rol oynayabilmektedir. Etkinliklerdeki duysal boyutlar teknik koşullara bağlı olarak ses ve görüntü ile sınırlı kalmaktadır. Bazı deneyim videolarında ses boyutu ortamın sesi iken, bazı deneyim videolarında ise arka planda müzik

çalmaktadır. Bu da deneyimi etkileyen bir unsur olarak görülmektedir. Deneyimlenen etkinliklere ait örnek görseller aşağıdaki gibidir;



Resim 5.1. Doğa Yürüyüşü Etkinliğine Katılım Gösterenlerin Deneyimlediği Sanal Ortama İlişkin Örnek Görüntüler

Doğa yürüyüşü etkinliğini tercih eden katılımcılar asgari 3 dakika kendi istekleri ile deneyime devam etmek isterlerse azami 5 dakikalık süre ile sanal gerçeklik deneyimini gerçekleştirmektedirler. Doğa yürüyüşü için kullanılan video “360 VR Explore” adlı kanalın paylaştığı bir içerik olarak YouTube platformunda yer almaktadır. “Renton Issaquah Bölgesi, WA, ABD” lokasyonunda kaydedilen video için “Kandao QooCam 8K 360 Camera” kullanılmıştır. 8K kalitesinde izlenebilecek imkan sunan videonun yapımcısı ve görüntü yönetmeni Roman Khomlyak’tır.



Resim 5.2. Kaya Tırmanışı Etkinliğine Katılım Gösterenlerin Deneyimlediği Sanal Ortama İlişkin Örnek Görüntüler

Kaya tırmanışı etkinliğini sanal ortamda deneyimlemeyi tercih eden katılımcılar Kuzey Makedonya’da gerçekleştirilen bir tırmanışı simüle etmektedirler. Above MkGr kanalının YouTube içeriği olan videonun girişinde tırmanış yapılacak alan ve alanın çevresi gösterilerek yükseklik ve tırmanış alanı hakkında bilgi verilmektedir. Tırmanış süreci azami 3 dakika süre ile gerçekleştirilmekte ve kaya tırmanışı etkinliğini deneyimlemek isteyen katılımcı istediği yönü görebileceği bir bakış açısıyla etkinliği deneyimlemektedir. Görüntü kalitesinin en yüksek çözünürlüğü 4K düzeyindedir.



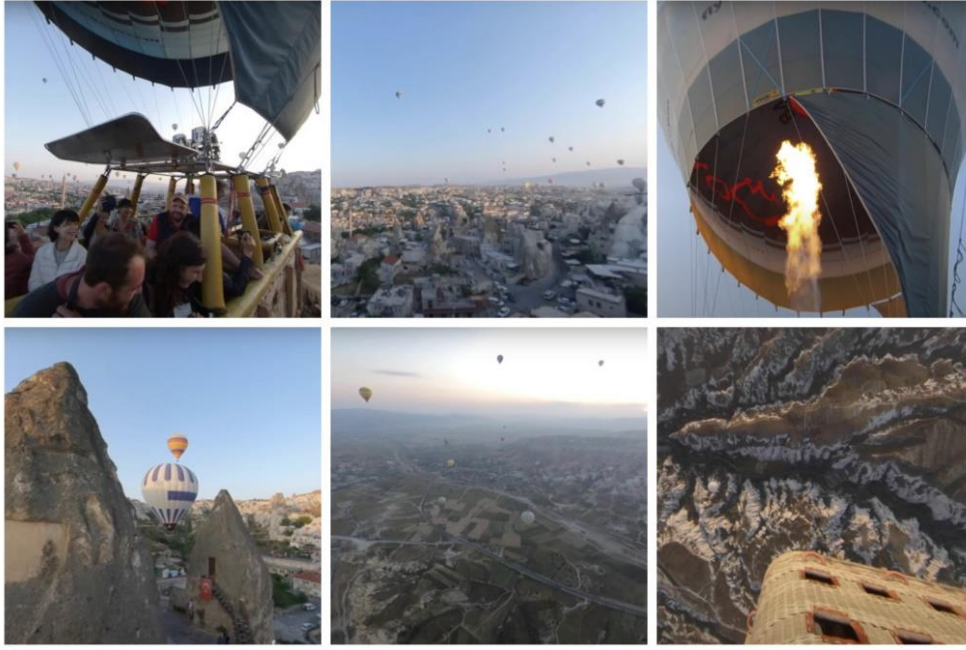
Resim 5.3. Kürek Etkinliğine Katılım Gösterenlerin Deneyimlediği Sanal Ortama İlişkin Örnek Görüntüler

Kürek etkinliği simülasyonunda konumla ilgili herhangi bir bilgi verilmemiştir. Simülasyon videosu YouTube üzerinden “Austin Himes” adlı kanaldan alınmıştır. Kürek etkinliği dümdüz bir güzergâh üzerinde birden çok katılımcı ile gerçekleştirilen bir simülasyon izletilerek gerçekleştirilmiştir. Video kalitesi en fazla 4K çözünürlük düzeyini barındırmaktadır. Kürek etkinliğini seçen katılımcılar sanal ortamda bunu gerçekleştirirken etrafta farklı sosyal etkileşimlere şahit olmaktadır ancak etkileşime girememektedir. Kontrolcülerin video üzerinde kullanılamaması nedeniyle videoda kürek çekme işlemi simüle edilememektedir. Katılımcı gözleme dayalı olarak çevresini istediği tüm bakış perspektifiyle görebilme kabiliyeti ile simülasyonu gerçekleştirmektedir.



Resim 5.4. Rafting Etkinliğine Katılım Gösterenlerin Deneyimlediği Sanal Ortama İlişkin Örnek Görüntüler

Rafting etkinliğini sanal ortamda deneyimlemek isteyen katılımcılar asgari 3 dakika gözlüğü kullanmaktadırlar. Deneyime devam etmek isteyen katılımcılar için azami süre ise 5 dakikadır. Rafting etkinliğini tercih eden katılımcı Avustralya'nın kuzey Queensland bölgesinde yer alan ve tropikal yağmur ormanları ile çevrili Barron Nehri'nde akarsu rafting turunu simüle etmektedir. 5K çözünürlüğe kadar görsel destek sunulmaktadır. YouTube içerikleri üreten "escapeTV" kanalının içeriği olan simülasyonda katılımcı hem botta hem de raftingin gerçekleştiği alanda farklı rafting botlarına da rastlamaktadır. Çevrenin serbestçe görülebileceği şekilde dizayn edilmiş video, botun nehir girişine kadar taşınmasıyla başlamakta ve akarsu sonunda bitiş ile simülasyon tamamlanmaktadır.



Resim 5.5. Balon Etkinliğine Katılım Gösterenlerin Deneyimlediği Sanal Ortama İlişkin Örnek Görüntüler

Nevşehir’de Kapadokya balon deneyimi yaşamak isteyen turistler için yıllardır benzersiz deneyim sunmaktadır. Balon etkinliğini deneyimlemek isteyen katılımcılar bu simülasyonda Göreme Vadisi üzerinde sıcak hava balonuyla bir uçuş deneyimlemektedirler. Simülasyonda güneşin doğuş sürecine eşlik eden katılımcılar tüm yönleri gözlemleyebilecek ekipman desteğine ve imkanına sahip bir şekilde deneyimi gerçekleştirebilmektedirler. YouTube’da “Travel In A Song” kanalının paylaştığı 360° video içerikte çözünürlük 4K görüntü kalitesine kadar yükseltilebilmektedir. Katılımcılar deneyimi azami 3 dakikalık bir süreçte tamamlamaktadırlar.



Resim 5.6. Yamaç Paraşütü Etkinliğine Katılım Gösterenlerin Deneyimlediği Sanal Ortama İlişkin Örnek Görüntüler

Sanal ortamda yamaç paraşütü etkinliğini deneyimlemek isteyen katılımcılar 360° sanal gerçeklik teknolojisi ile Afrika'nın Cape Town şehrinde dağların, sahilin ve şehrin bir araya geldiği lokasyondan eşsiz bir uçuş deneyimi yaşamaktadırlar. Uçuş deneyimi esnasında 2010 FIFA Dünya Kupası organizasyonuna ev sahipliği yapan Güney Afrika stadyumlarından bir tanesi olan Cape Town stadyumu da gözlemlenebilmektedir. YouTube kanalı olan "TRAVELPASSENGER" tarafından üretilen bu içerik 360° deneyiminin 4K kalitesinde yaşanmasına imkan sunan teknolojik ekipmanlar kullanarak videoyu erişime sunmuşlardır. Katılımcılar gerçek hayatta yamaç paraşütü yaparken deneyimlenebilecek tüm aşamaları; yamaç paraşütü öncesi bekleme ve bekleme alanını, atlamadan önce yapılan hazırlıkları ve atlama koşusunu, havada yapılan akrobasi hareketlerini, iniş öncesi hazırlığı ve iniş anını tek bir içerikte deneyimleme imkanına sahip olmaktadır.

Sanal gerçeklik deneyiminin yaşatılması için kullanılan ekipman Meta Oculus 2 sanal gerçeklik gözlüğüdür. Hafif ve kompakt yapısı ile uzun süreli kullanımlar için kolaylık sağlayan Meta Quest 2, her katılımcının kafa yapısına göre ayarlanabilme özelliğine sahip bantlar ve kullanıcı ile en iyi uyumu sağlayabilecek yüz pedlerine sahiptir. Her göz için 1832 x 1920 çözünürlüklü LCD ekranlara sahip olması nedeniyle yüksek çözünürlük ve keskin görüntüler için kullanışlı bir araç haline gelmektedir. 90 Hz yenileme hızı ile görüntüler daha akıcı, pürüzsüz ve gerçekliğe yakın bir sanal

gerçeklik deneyimine zemin hazırlamaktadır. Cihazın işlemcisi Qualcomm Snapdragon XR2'dir ve bu işlemcinin tasarımı VR deneyimleri için yüksek performanslı olarak özel tasarlanmıştır. Meta Quest 2 "inside-out" teknolojisi sayesinde dışarıdan herhangi bir sensör ya da izleme cihazı gerektirmeden iç mekandaki hareketleri takip etmenize imkan sağlar. Bu sayede gözlüğü çıkarmadan dış ortamı görmenize yardımcı olur. İki adet kontrolcü ile birlikte kullanım ve erişim fonksiyonları artan Meta Quest 2 hassas düzeyde çalışma göstermektedir. El ve parmak hareketlerini algılayabilir ve deneyim esnasında kulak üstüne denk gelen hoparlörleri sayesinde dışarıdan gelen sesleri önemli düzeyde engellemektedir. Gözlük kullanan denekler için özel bir lens adaptörü de bulunmaktadır. Meta Quest 2'nin kullanımı herhangi bir cihaza bağlı değildir. Doğrudan kendi yazılımı ve ara yüzü ile herhangi bir bilgisayar veya konsola bağımlı olmadan kullanılabilir. Farklı deneyimler için farklı ekipmanlar, farklı bilgisayarlar ya da konsollar kullanıcının kendi isteğini ve modifikasyonuna bırakılmış olan geliştirilebilir seçenekler olarak bulunmaktadır.

Katılımcılar Meta Quest 2 aracılığıyla seçtikleri etkinliği 3 ila 5 dakika arasında deneyimlemişlerdir. Deneyim esnasında katılımcıların dışarı ile herhangi bir şekilde ses, görüntü ve duyuşal herhangi bir teması bulunmamaktadır. Katılımcılar deney sona erdiğinde gözlüğü çıkartmıştır ve bir sonraki aşama olan deneyim sonrası soruların cevaplanması aşamasına geçilmiştir. Deneyim sonrası sorular ile son aşamada katılımcılarının tatminlerinin, deneyimi tekrar yaşama isteklerinin, gözlüğe sahip olma isteklerinin, motivasyonlarının, tercihlerinin ve tercih sebeplerinin ölçülebileceği bir soru formu uygulanmıştır.

5.4. Pilot Uygulama

Yapılandırılmış soru formu ilgili alan yazın ve uzman görüşleri alınarak hazırlanmıştır. Hazırlanan soru formu ve sanal gerçeklik deneyimi 08.07.2024'te pilot bir çalışma olarak 5 denek üzerinde uygulanmıştır. Uygulama esnasında katılımcılar tarafından anlaşılmayan sorular ve seçilen videolardaki eksiklikler tespit edilmiştir. Tespit edilen sorular düzenlenerek 11.07.2024 tarihinde ikinci bir pilot çalışma 5 denek ile gerçekleştirilmiştir. İkinci pilot çalışma öncesinde etkinlik videolarında da değişiklikler yapılmış ve katılımcıların deneyimi daha net yaşayabilecekleri video seçimleri yapmak amaçlanmıştır. Yapılan ikinci pilot çalışmada katılımcılar soruları

açık ve net bir şekilde anlayarak cevaplandırmışlardır. Videolara gelen ilk eleştiriler ise ikinci çalışmada ortadan kalkmıştır. Yanlış anlaşılmalara ve videolardaki eksikliklerin giderilmesi pilot uygulamanın önemini ortaya koymaktadır. Pilot uygulamalar yapılandırılmış soru formunun son halini almasına, izletilen sanal gerçeklik deneyimi videolarının daha etkileyici hale gelmelerine yardımcı olmuştur.

5.5. Veri Analizi

Verilerin analizinde, nitel araştırma tekniklerinden betimsel analize ve kelime bulutu analizine başvurulmuştur. Elde edilen veriler SPSS (IBM SPSS Statistics 27.0.1) ve Excel programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Betimsel analiz; veri toplama süreci sonrasında elde edilen verilerin düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde okuyucuya sunulmasıdır. Veriler, araştırmacının daha önce belirlediği sınıflandırma ölçütlerine göre özetlenmekte ve yorumlanmaktadır (Karataş, 2015). Betimsel analiz, katılımcıları tanıtıcı bulgular değerlendirilerek tanımlama yapılmasını, neden sonuç ilişkisi kurularak birbirine benzer ya da ilişkili olduğu tespit edilen verilerin belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilmesini, yorumlanmasını ve/veya olguların karşılaştırılmasını sağlamaktadır. Betimsel analiz yaklaşımında amaç görüşme/gözlem sonucundaki verilerin düzenlenmesini ve okuyucuya yorumlanmış şekilde sunulmasını içermektedir. Betimsel analiz için araştırma sorularından, kavramsal çerçeveden ya da görüşme veya gözlemde var olan boyutlardan yararlanılarak bir çerçeve oluşturulmaktadır. Oluşturulan bu çerçeveye göre elde edilen verilerin düzenlenmesi ve incelenmesi gerçekleştirilirken bazı veriler dışarıda bırakılabilir ya da önem arz etmeyebilmektedir. Bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması aşamaları ile betimsel analiz aşamalarının tamamı gerçekleştirilmiş olarak betimsel analiz süreci tamamlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 224; Altunışık ve Diğerleri, 2010: 322). Yapılan çalışmada kuşakların genel eğilimlerinin ortaya konulmasında ve farklı durumların tespit edilmesinde betimsel analiz önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle araştırma sorularına yönelik cevapların en uygun betimsel analiz ile elde edileceğine karar verilmiştir ve bu yüzden betimsel analize başvurulmuştur.

Bir diğer analiz kelime bulutu kullanılarak yapılmıştır. Çalışmanın bu bölümü soru formunda açık uçlu soru olarak yer almaktadır. Aynı zamanda kelime frekans

analizi olarak da adlandırılan kelime bulutu analizi, bir metinde birbiri ile ilişkili olan kelimelerin sıklık oranlarına göre vurgulanarak, metnin özel şekilde görselleştirilmesi olarak ifade edilmektedir (McNaught ve Lam, 2010). Kelime bulutu analizinin kullanıldığı çalışmaların sayısı artmaya başlamıştır ve özellikle turizm alanında yapılan çalışmalarda bu analiz sıklıkla kullanılmaya başlamıştır (Arıcı ve Alkara, 2017; Aldemir, Işkın ve Şengel, 2020; Emni ve Ayaz, 2020). Yapılan analizler sonucu elde edilen veriler frekans, yüzde dağılım ve kelime frekans tabloları halinde verilmiş ve değerlendirilmiştir. Çalışmanın verileri analiz edilirken aşağıdaki adımlar izlenmiştir. Verilerin analizi 2 farklı şekilde ifade edilmiştir.

Betimsel analize yönelik adımlar şu şekildedir;

1. Adım: Formlar katılımcılardan manuel olarak toplanarak bilgisayar ortamında yazılı hale getirilmiştir. Katılımcılar K1, K2, K3 şeklinde kodlanmıştır. Elde edilen formların yalnızca bir defa ve eksiksiz doldurulmasına dikkat edilmiştir ve kontrolü sağlanmıştır.
2. Adım: Formlarda elde edilen veriler, ilk olarak SPSS programına aktarılmıştır. Aktarılan verilere yönelik kontroller yapıldıktan sonra yüzde ve frekans testleri yapılmıştır.
3. Adım: Yapılan testler tablolara aktararak bulgulara sunulmuştur.

Kelime frekans analizine yönelik adımlar ise şu şekildedir;

1. Adım: Araştırmaya katılım sağlayan 52 kişinin verdiği cevapların tamamı sanal ortamı tercih edenler ve gerçek ortamı tercih edenler olarak ayrı ayrı Excel'e aktarılmıştır. Katılımcılar K1, K2, K3 şeklinde kodlanmıştır. Cevaplar aktarılırken birebir aktarılmasına özen gösterilmiştir.
2. Adım: Aktarılan ifadeler okunarak ifadelerde en sık yazılan kelimeler ve bu kelimelerin hangi sıklıkta ifade edildiği belirlenmiştir. Belirlenen ifadelerden kodlar elde edilmiştir.
3. Adım: Kodlar belirlenmeden önce, gereksiz ifadeler listelenmiştir. Bu ifadeleri şu şekilde sıralamak mümkündür; “ve, ile, de/da, ki, bu, çok, fazla, bir, aynı, o/ona, için, bana, gibi, çünkü, yine, ancak, yorum ya da eksikliği ifade eden (-) gibi semboller, sonra, şu, biraz, hatta, herhangi, hiç, sadece, kadar, daha, vs.”. Bu ifadeler belirlenip analiz harici tutularak verilen

cevaplar içerisinde belirlenen kodların sıklıkları yine Excel üzerinden analiz edilmiştir

4. Adım: Belirlenen kodlar daha sonra ortak temalar altında ele alınarak, temalara ait anahtar kelimeler belirlenmiştir.
5. Adım: Araştırmada elde edilen kodlar ve belirlenen temalar sonrasında başka bir uzman tarafından kontrol edilmiştir. Yapılan kontrol sonucu elde edilen temalar karşılaştırılarak ortak temalar tespit edilmiştir.
6. Adım: Elde edilen kodlar ve temalar tablolar halinde bulgular kısmında sunulmuştur.

Bu kodlar, kodlara ait sıklıklar ve kodlar aracılığıyla belirlenen temalar Tablo 6.17, 6.18, 6.19 ve 6.20’de yer almaktadır. Bu kodların ve ortak temaların neyi ifade ettiği yine verilen tabloların altında açıklanmaktadır. Katılımcıların genelde net ve anlaşılır cevaplar verdiği analiz esnasında tespit edilmiştir. Bunun nedeni açık uçlu soruların üç farklı ve net kelimelerle ifade edilmesinin istenmesinden kaynaklanmaktadır. Belirlenen kodlar son olarak “wordclouds” uygulaması aracılığıyla kelime bulutu halinde Resim 6.1 ve 6.4’te verilmektedir.

5.6. Kapsam ve Sınırlılıklar

Çalışma genç kuşakların hem gerçek dünyada hem de sanal dünyada yapabilecekleri macera rekreasyonu etkinliklerini konu etmektedir. Bu noktada “genç kuşaklar” Y ve Z kuşakları ile sınırlandırılmıştır. Z kuşağına üye bireyler arasından ise sadece 18 yaşından büyük olan bireylerin katılımcı olması başka bir sınırlılığı açıklamaktadır. Diğer bir sınırlama ise etkinlikler başlığındadır. Bu anlamda rekreatif etkinlikler sadece macera etkinlikleri ile sınırlandırılmıştır. Macera rekreasyonları içinde de kara, hava ve suda yapılan etkinlikleri arasından her bir ortam kategorisi içinde iki adet etkinlik ile sınırlandırma yapılmıştır. Buna göre karadaki macera etkinliklerinde doğa yürüyüşü ve kaya tırmanışı; sudaki macera etkinliklerinde kürek ve rafting ve havadaki macera etkinliklerinde ise balon ve yamaç paraşütü etkinlikleri seçilmiştir. Bu seçimde etkinlikler aynı kategori içinde risk düzeyi düşük ve yüksek, fiziksel zorluk derecesi kolay ve zor etkinlikler olarak seçenklendirilmiştir.

Sınırlılıklar noktasında ise örneklem mükemmel değildir ve yeterli veri toplamada güçlükler yaşanabilmektedir. Ankara Mamak Mutlu Aile Yaşam

Merkezi'nin teknik imkanlar ve deneyin uygulanabileceği bir alan sunması nedeniyle çalışma grubunu bu merkezin üyelerinden oluşmaktadır. Çalışma ön yargı taşınmasına meyillidir. Çalışmada model dışındaki veriler göz ardı edilmiştir. Çalışmanın ölçüm şartlarında mükemmeliyet sağlanamamaktadır. Sanal gerçeklik teknolojisinde hissiyat gerçeğe ne kadar yakınlaştırılmak istenirse ekipman yeterliliği ve düzeyi daha yüksek seviyelerde sağlanmak durumundadır ve maliyet açısından bireysel olarak karşılanması mümkün olmamaktadır. Yamaç paraşütü etkinliği için ayağın yerden kesilmesi ve rüzgar hissiyatı, doğa yürüyüşü için temiz hava ihtiyacı, rafting için suyun denekler ile temas ederek gerçekliği artırmak gündeme gelse de maddi imkanların yetersizliği nedeniyle mümkün olmamıştır. Hissiyat yalnızca görüntü ve ses ile sağlanabilmiştir. Çalışmanın deney kısmının gerçekleştirildiği Mamak Mutlu Aile Yaşam Merkezi'ni ziyaret eden ve kullanan bireylerin yaşları, boş zamanları ve deneye katılma düşünceleri de çalışmadaki denek sayısının artırılmasına engel oluşturmaktadır. Bir denek üzerinde birden fazla etkinliğin deneyimlemesi gündeme gelmiş ve değerlendirilmiştir. Gözlüğün uzun süreli kullanımlarında yarattığı baş dönmesi, mide bulantısı ve denge kaybı gibi sorunlar nedeniyle her denek için bir etkinlik deneyimlemesi uygun görülmüştür.

Sınırlılıklar noktasında ise Meta Quest 2 gözlüğünün kullandığı oyun indirme merkezi olan Meta Store üzerinde, çalışma için seçilen etkinliklerin birçoğu için hali hazırda oyun modları bulunmamaktadır. Örneğin: kaya tırmanışı için simüle edilebilecek "The Climb 2" oyununun Meta Store fiyatı \$29,99 olarak listelenmiştir. Bu fiyatlarda bir ya da birden fazla oyunun satın alınabilmesi madden mümkün olmamaktadır. Tüm bu sınırlılıklar nedeniyle çalışma "Youtube" platformunda farklı kullanıcılar tarafından yayınlanmış 360° (360 derece) tam ekran ve fiziksel olarak etrafı anlık kafa çevirme hareketleriyle takip edebilme, gözlemlene imkânı olan videolar deneysel olarak kullanılmıştır. Videoların başında veya sonunda içerik üreticinin eklediği konuşmalar, reklamlar veya kişisel paylaşımlar nedeniyle videoların uygun olan belirli bir kısmı kesilmiştir. Denekler videoları herhangi bir takılma, reklam ve benzeri kesinti olmadan izlemişlerdir. 360° (360 derece) videoların kullanılması gerçek bir deneyimi temsil etmesi ve Meta Store'da yer alan etkinliklerin animasyon özelliği taşınması nedeniyle katılımcıların gerçeklik algısı videolarda daha yüksek olabilmesi açısından olumlu bir durum olarak görülmektedir. Videolarda Meta Quest 2 kontrolcülerinin kullanılamaması kürek çekme, tırmanma esnasında elleri

kullanmak gibi özelliklerin kullanıcıya yansıtılmasına engel olmaktadır. Engel olarak ortaya çıkan bu durum katılımcıların etkinlik sonrası tatminlerini, deneyimi sanal ortamda tekrarlama isteklerini, deneyim sonrasında sanal ve gerçek ortamda yapma isteklerini etkileyebilecek bir durum olarak görülmektedir. Meta Quest 2 kontrolörlerinin kullanabileceği oyunların satın alınamayacak düzeyde pahalı olması deneyimin videolar üzerinden gerçekleştirilmesine neden olmuştur. Videolar aracılığıyla gerçekleştirilen deneyimler nedeniyle katılımcıların etkinlik üzerindeki etkileşimleri görsel olarak çok yüksektir. Sınırlı kaldığı alan ise doğa yürüyüşünde denek istediği yöne gidememekte, kaya tırmanışında kendi el ayak koordinasyonunu yapamamakta, kürekleri kendi çekememektedir. Video içerik üreticileri izletilen videoların arka planına yoğun müzikler eklemiş ve bu müzikler nedeniyle rüzgâr, ortam, kalabalık ya da تنها ortam sesleri istenilen şekilde verilememiştir.

6. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde yapılan analizlerden elde edilen bulgular ve bulgulara ilişkin yorumlar sunulmuştur. Elde edilen bulgular betimsel analize ilişkin ve kelime frekans analizine ilişkin olmak üzere iki ayrı şekilde verilmiştir. Betimsel analize ilişkin bulgulara yöneltilen sorulara verilen cevaplar ayrıntılı şekilde anlatılmakta ve tablolar halinde verilmektedir. Kelime frekansı analizine yönelik bulgulara ise katılımcıların verdikleri açık uçlu sorulardan elde edilen cevapların ayrıntılı hali verilmiştir.

6.1. Betimsel Analize İlişkin Bulgular

Betimsel analiz ile ulaşılan sonuçlar, demografik bilgiler, deneyim öncesi sorular ve deneyim sonrası sorular olarak tablolarda ayrı ayrı verilmiştir.

6.1.1. Demografik Bilgilere Yönelik Elde Edilen Veriler

Araştırmaya katılan 52 katılımcıya ait demografik bilgiler bu kısımda frekans tabloları ile verilmektedir. Demografik bilgiler içerisinde katılımcıların kuşakları, cinsiyetleri, eğitim durumları ve medeni durumları hakkında frekans tabloları yer almaktadır. Bu bilgiler 6.1, 6.2, 6.3 ve 6.4 numaralı tablolarda yer almaktadır.

	<i>n</i>	%
<i>Y Kuşağı</i>	25	48,1
<i>Z Kuşağı</i>	27	51,9
<i>Total</i>	52	100,0

Tablo 6.1. Araştırmaya Dahil Olan Katılımcıların Kuşaklara Göre Dağılımı

Kuşaklar içine doğduğu dönemlerin olaylarından ve dönemin teknolojik imkanlarından etkilenebileceğinden çalışmanın önceki kısımlarında bahsedildiği üzere kuşakların arasındaki yaklaşım, algı ve anlayış farklılıklarının nasıl oluşacağını gözlemlemek önem arz etmektedir. Katılımcıların 25'i Y Kuşağını oluşturan 1981-2000 yılları arasında doğmuş bireyleri kapsamaktadır. Bu sayı toplam katılımcı sayısının %48,1'ini oluşturmaktadır. 18 yaşından büyük Z Kuşağına dahil olan bireyler ise 27 katılımcı sayısı ile araştırmanın toplam katılımcı sayısının %51,9'unu oluşturmaktadır. Kuşakların sınıflandırılması bireylerin doğum tarihleri baz alınarak yapılmıştır. Yaklaşım noktasında eksik bir durum söz konusu olsa da kuşak ayrımını yapabilecek net bir ölçüt bulunmamaktadır.

	<i>n</i>	%
Erkek	25	48,1
Kadın	27	51,9
Total	52	100,0

Tablo 6.2. Araştırmaya Dahil Olan Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı

Katılımcılardan 25'i erkek olarak toplam katılımcı sayısının %48,1'ini temsil ederken, kadın katılımcı sayısı 27 katılımcı ile %51,9'luk oranı karşılamaktadır.

	<i>n</i>	%
Lise	14	26,9
Ön Lisans	8	15,4
Lisans	23	44,2
Lisansüstü	7	13,5
Total	52	100,0

Tablo 6.3. Araştırmaya Dahil Olan Katılımcıların Eğitim Düzeyine Göre Dağılımı

Katılımcıların eğitim düzeyleri baz alındığında frekans dağılımları Tablo 6.3'te gösterildiği gibidir. Katılımcıların eğitim düzeyi en son tamamladıkları okul düzeylerini veya araştırmaya katıldıklarında mevcut olarak devam ettikleri okul düzeylerini kapsamaktadır. Lisans düzeyi 23 katılımcı ile en çok katılım gösterilen eğitim düzeyi olarak ortaya çıkmakta ve araştırmaya katılan tüm katılımcıların %44,2'sini kapsamaktadır. En çok katılımcı barındıran ikinci eğitim düzeyi ise 14 katılımcı ile toplam katılımcı sayısının %26,9'unu kapsayan lise düzeyinde eğitim görmüş veya görmeye devam eden katılımcılardan oluşmaktadır.

Dağılımdaki diğer eğitim düzeylerinde ön lisans eğitim düzeyine sahip katılımcılar 8 kişi ile %15,4'lük bir orana sahip olmaktadır. Çalışmaya en az katılım gösteren eğitim düzeyinde ise birey sayısı %13,5 oranıyla 7 katılımcı gösteren lisansüstü katılımcıları bulunmaktadır.

	<i>n</i>	%
Evli	15	28,8
Bekar	37	71,2
Total	52	100,0

Tablo 6.4. Araştırmaya Dahil Olan Katılımcıların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

Araştırmaya dahil olan katılımcılardan evli katılımcı sayısı 15 olarak toplam katılımcı sayısının %28,8’ini kapsarken, bekar katılımcı sayısı 37 ile %71,2’lik bir oranı kapsamaktadır.

6.1.2. Deneyim Öncesi Sorulan Sorulara Yönelik Elde Edilen Veriler

Bu aşamada katılımcıların risk alma düzeylerinin ve bu düzeye karşın hangi etkinliği tercih edeceğinin saptanması, herhangi bir sağlık problemi olup olmadığının anlaşılması ve tercih ettiği etkinliğe yönelik, risk düzeyi, fiziksel zorluk derecesi, maliyet algısının belirlenmesi için sorulan sorulardan elde edilen veriler tablolar halinde sunulmaktadır.

	<i>Y Kuşağı</i>		<i>Z Kuşağı</i>		<i>Total</i>		$\bar{X}$	<i>SS</i>
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>		
<i>Düşük</i>	8	32,9	6	22,2	14	26,9	2,038	0,765
<i>Orta</i>	11	44,0	11	40,7	22	42,3		
<i>Yüksek</i>	6	24,0	10	37,0	16	30,8		
<i>Total</i>	25	100,0	27	100,0	52	100,0		

Tablo 6.5. Gerçek hayatta farklı etkinliklerdeki risk alma düzeyinizi nasıl tanımlarsınız?

“Gerçek hayatta farklı etkinliklerdeki risk alma düzeyinizi nasıl tanımlarsınız?” sorusuna verilen cevaplara genel bir bakışla bakıldığında katılımcıların 22’sinin (%42,3) “orta” başka bir deyişle “risk alabilirim” cevabını verdiği belirlenmiştir. 16 katılımcı %30,8 oranla etkinliklerde yüksek risk alabileceğini ifade ederken, riskten kaçınırım diyen “düşük” risk seçeneğini seçen katılımcı sayısının ise 14 kişi ile %26,9’luk bir oranı kapsadığı belirlenmiştir.

Kuşaklar ile gerçek hayatta farklı etkinliklerdeki risk alma düzeyleri incelendiğinde, Z kuşağı katılımcıları (%37) Y kuşağı katılımcılarına (%24) oranla gerçek hayatta farklı etkinliklerde daha yüksek risk alma eğilimindedirler. İki kuşağında orta düzeyde risk alabilirim cevabı ise 11 katılımcı tarafından tercih edilse de kuşakların kendi içindeki dağılımlarına göre Y Kuşağı katılımcıları %44 orta düzeyde risk alabileceğini belirtirken Z Kuşağı katılımcılarının kuşak içindeki dağılım oranı ise %40,7 olarak ortaya çıkmaktadır. Düşük risk (riskten kaçınırım) tercihinine yönelim gösteren katılımcı sayısı Y Kuşağında 8 katılımcı ile %32, Z Kuşağında 6 katılımcı ile %22,2 oranları ile ortaya çıkmaktadır. Y Kuşağı içerisinde “Yüksek” risk

alma düzeyi en az tercih edilen risk düzeyi olurken Z Kuşağında bu durum tersi yönde seyretmekte ve en çok tercih edilen ikinci risk düzeyi olarak gözükmemektedir. Verilen ortalama ve standart sapma değerleri ile de bu ifadeler desteklenmektedir.

Katılımcılara yöneltilen bir başka soru gerçekleştirilecek olan sanal etkinliklerden herhangi birini yapmasını engelleyecek bir engeli olup olmadığına yöneliktir. Bu soruya katılımcıların 51’i “Hayır” cevabını, 1 kişi ise yükseklik korkusu olduğunu belirterek “Evet” cevabını vermektedir. Cevabı “Evet” olan K44 Z kuşağı üyesidir ve balon etkinliğini tercih etmiştir. K44: “Daha güvenli ve kaza riski yok. Yükseklik korkumu belki sanal ortamda deneyerek yenebilirim” gerekçesiyle sonraki eğiliminin de sanal ortamda yapmak yönünde olacağını belirtmiştir.

	<i>Y Kuşağı</i>		<i>Z Kuşağı</i>		<i>Total</i>	
	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
<i>Doğa Yürüyüşü</i>	4	16,0	3	11,1	7	13,5
<i>Kaya Tırmanışı</i>	4	16,0	8	29,6	12	23,1
<i>Kürek</i>			2	7,4	2	3,8
<i>Rafting</i>	4	16,0	3	11,1	7	13,5
<i>Balon</i>	3	12,0	4	14,8	7	13,5
<i>Yamaç Paraşütü</i>	10	40,0	7	25,9	17	32,7
<i>Total</i>	25	100,0	27	100,0	52	100,0

Tablo 6.6. Deneyimlemek istediğiniz VR etkinlik türünü seçiniz

Katılımcıların sanal ortamda deneyimlemeyi en çok tercih ettikleri etkinlik “yüksek” risk düzeyi kategorisinde havada yapılan macera rekreasyonu etkinlikleri kapsamında çalışmada yer alan “yamaç paraşütü” etkinliği olarak öne çıkmaktadır. 17 katılımcının seçtiği yamaç paraşütü etkinliği genel seçimlerin %32,7’sini oluşturmaktadır. En çok tercih edilen ikinci sanal gerçeklik etkinliği ise çalışmada “yüksek risk düzeyi” olarak tanımlanan ve karada gerçekleştirilen macera rekreasyonu etkinlikleri kapsamında kategorilendirilen “kaya tırmanışı” etkinliğidir. Kaya tırmanışı etkinliğini 12 katılımcı deneyimlemiştir. Genel katılım oranında %23,1’lik bir yer kapsamaktadır. Suda gerçekleştirilen etkinliklerden, “yüksek risk düzeyi” olarak kategorilendirilen “rafting etkinliği” ise 7 katılımcı ile %13,5’luk bir orana sahip olmaktadır.

Çalışmada risk düzeyi düşük olarak nitelendirilerek yer verilen kara, su ve hava etkinlikleri olan “doğa yürüyüşü, kürek ve balon” etkinlikleri toplamda 16 katılımcı tarafından sanal gerçeklik teknolojileri aracılığıyla deneyimlenmiştir. Doğa yürüyüşü

ve balon etkinlikleri 7’şer katılımcı ile %13,5’lik bir paya sahip olurlarken tüm çalışma genelinde en az tercih edilen kürek etkinliği 2 kişi ile %3,8’lik bir oranı kapsamaktadır.

	Z KUŞAĞI			Y KUŞAĞI			
	Düşük (n)	Orta (n)	Yüksek (n)	Düşük (n)	Orta (n)	Yüksek (n)	Total (n)
Doğa Yürüyüşü	1 %3,7	2 %7,4		1 %4,0	2 %8,0	1 %4,0	7 %13,5
Kaya Tırmanışı			8 %29,6		1 %4,0	3 %12,0	12 %23,1
Kürek		2 %7,4					2 %3,8
Rafting		1 %3,7	2 %7,4		3 %12,0	1 %4,0	7 %13,5
Balon	2 %7,4	1 %3,7	1 %3,7	2 %8,0	1 %4,0		7 %13,5
Yamaç Paraşütü			7		2 %8,0	8 %32,0	17 %32,7
Total	3 %11,1	6 %22,2	18 %66,7	3 %12	9 %36,0	13 %52,0	52 %100,0
	Düşük 6 (%11,5)	Orta 15 (%28,8)	Yüksek 31 (%59,6)				
$\bar{X}$ 2,4808			SS ,69987				

Tablo 6.7. Seçilen etkinliğin gerçek hayattaki risk düzeyi sizce hangi derecededir?

Sanal ortamda deneyimleyecekleri etkinlikleri seçtikten sonra bireylerin seçtikleri etkinliğe dair gerçek hayattaki risk algılarının ölçülmesi amaçlanarak yöneltilen soruya verilen cevaplara ilişkin verilerin dağılımı Tablo 6.7’deki şekildedir.

Doğa yürüyüşü etkinliği 7 katılımcı tarafından sanal ortamda deneyimlenmek amacıyla tercih edilmiştir. Etkinliğe katılım gösteren 7 katılımcı, genel katılımcı sayısının %13,5’lik bir kısmını oluşturmaktadır. Z kuşağından 3 katılımcı, Y kuşağından 4 katılımcının tercih ettiği doğa yürüyüşü etkinliği katılımcılarda genellikle orta düzeyde risk algısını taşımaktadır. Etkinliği seçen 7 katılımcının 4’ü (%57,14) etkinlik hakkında orta risk algısına sahipken, 2’si (%28,57) düşük risk olarak algılamaktadır. Etkinliğe karşı yalnızca 1 katılımcı (%14,29) yüksek risk algısına sahip olduğunu belirtmektedir. Doğa yürüyüşü etkinliği, genel katılımcıların cevaplarına dayalı olarak orta düzey risk algısına sahiptir.

Kaya tırmanışı etkinliği 52 katılımcı arasından 12 katılımcının tercihi olmuştur. 12 katılımcının genel katılım sayısına oranı %23,1’dir. Katılımcı oranının kuşaklar

arasındaki dağılımı ise Z kuşağı için 8 katılımcı ile %66,67 Y kuşağı için 4 katılımcı ile %33,33 olarak gerçekleşmektedir. Z kuşağına üye tüm katılımcılar kaya tırmanışı etkinliğini yüksek riskli olarak algılamaktadır. Y kuşağına üye katılımcılardan 1 kişi orta risk algısına sahipken diğer 3 katılımcı da etkinlik hakkında yüksek risk algısına sahiptir. Katılımcıların cevaplarına göre kaya tırmanışının katılımcılar tarafından algılanan riski yüksektir.

Kürek etkinliği araştırmaya katılan 52 katılımcının yalnızca 2'si tarafından tercih edilmesi ve %3,8'lik bir orana sahip olması nedeniyle çalışmanın en az tercih edilen etkinliği durumundadır. Y kuşağına üye katılımcılar kürek etkinliğini hiç tercih etmemişlerdir. Z kuşağına üye 2 katılımcının tercih ettiği kürek etkinliğinin algılanan risk düzeyi 2 katılımcı için de orta düzeyde risk algısı olarak karşılık bulmaktadır.

Rafting etkinliğini sanal ortamda deneyimlemek isteyen katılımcılar 7 kişi ile %13,5'lük bir orana sahiptir. Z kuşağı üyesi olan katılımcı sayısı 3, Y kuşağı üyesi katılımcı sayısı 4'tür. Z kuşağına üye bireylerden 2'si rafting etkinliğine karşı yüksek risk algısı taşıırken, diğer katılımcı orta düzey risk algısına sahiptir. Y kuşağı katılımcılarından 3'ü orta düzey riskli olarak algılarken diğer katılımcı ise yüksek risk algısına sahiptir. Katılımcıların algıları rafting etkinliğinin orta düzeyde risk taşıdığı yönündedir.

Balon etkinliğini tercih eden 7 katılımcı bulunmaktadır. Katılımcı sayıları Z kuşağında 4, Y kuşağında 3 kişiden oluşmaktadır. Z kuşağında balon etkinliği en çok düşük risk algısı taşıırken 1'er katılımcı etkinliği orta ve yüksek riskli olarak algılamaktadır. Y kuşağında etkinlik ile ilgili yüksek risk algısı hiç bulunmamaktadır. Y kuşağına üye bireyler de Z kuşağı üyeleri ile aynı şekilde balon etkinliğine karşı en çok düşük risk algısına sahiptirler. Orta düzeyde riskli olarak algılayan 1 kişi bulunmaktadır. Genel katılımcı cevapları ışığında etkinlik düşük riskli olarak algılanmaktadır sonucu ortaya çıkmaktadır.

Yamaç paraşütü etkinliği 17 katılımcı ile çalışmanın en çok tercih edilen sanal gerçeklik etkinliği konumundadır. Etkinliği tercih eden Z kuşağı katılımcı sayısı 7, Y kuşağı katılımcı sayısı 10'dur. Z Kuşağında algılanan riski yüksek olan yamaç paraşütü diğer risk algılarını barındırmamaktadır. Y kuşağının algıladıkları risk düzeyi 2 kişi için orta, diğer 8 katılımcı için ise yüksek risk olarak ortaya çıkmaktadır.

Katılımcılar genelinde hiç düşük risk algısı barındırmayan yamaç paraşütü etkinliği yüksek risk algısı taşımaktadır.

Etkinlik türünün algılanan risk düzeyine yönelik ortalama ve standart sapma değerlerine bakıldığında ise, katılımcıların katıldıkları etkinliği çoğunlukla orta ve yüksek riskli algıladığı ve katılımcıların çoğunun benzer fikre sahip olduğu ifade edilebilmektedir.

	Z KUŞAĞI			Y KUŞAĞI			
	Düşük (n)	Orta (n)	Yüksek (n)	Düşük (n)	Orta (n)	Yüksek (n)	Total (n)
<i>Doğa Yürüyüşü</i>	2 %7,4	1 %3,7		1 %4,0	3 %12,0		7 %13,5
<i>Kaya Tırmanışı</i>			8 %29,6			4 %16,0	12 %23,1
<i>Kürek</i>		1 %3,7	1 %3,7				2 %3,8
<i>Rafting</i>		2 %7,4	1 %3,7		1 %4,0	3 %12,0	7 %13,5
<i>Balon</i>	3 %11,1	1 %3,7		2 %8,0	1 %4,0		7 %13,5
<i>Yamaç Paraşütü</i>		4 %14,8	3 %11,1		6 %24,0	4 %16,0	17 %32,7
<i>Total</i>	5 %18,5	9 %33,3	13 %48,1	3 %12,0	11 %44,0	11 %44,0	52 %100,0
	Düşük 8 (%15,4)		Orta 20 (%38,5)	Yüksek 24 (%46,2)			
$\bar{X}$ 2,307			SS ,728				

Tablo 6.8. Seçilen etkinliğin gerçek hayattaki fiziksel zorluk derecesi sizce nedir?

Katılımcıların sanal ortamda gerçekleştirmek istedikleri etkinliği gerçek hayatta deneyimlenmesine yönelik fiziksel zorluk algısını ölçmek amacıyla yöneltilen soruya verilen cevaplar sonucunda en yüksek algılanan fiziksel zorluk derecesine sahip etkinliğin kaya tırmanışı etkinliği olduğu sonucuna varılmıştır. Algılanan fiziksel zorluk derecesi en düşük seviyede olan etkinlik balon etkinliği olurken, yamaç paraşütü etkinliğinin fiziksel zorluk derecesi genellikle orta zorluk düzeyinde algılanmaktadır. Yamaç paraşütü, kürek, rafting ve kaya tırmanışını düşük fiziksel zorluk düzeyinde algılayan hiçbir katılımcı bulunmamaktadır. Doğa yürüyüşü ve balon etkinlikleri ise hiçbir katılımcı tarafından yüksek fiziksel zorluk olarak algılanmamıştır. Etkinlik türünün algılanan fiziksel zorluğuna yönelik ortalama ve standart sapma değerlerinde ise katılımcıların katıldıkları etkinliği çoğunlukla orta ve

yüksek olarak algıladığı ve katılımcıların çoğunun benzer fikre sahip olduğu ifade edilebilmektedir.

Y ve Z kuşakları kaya tırmanışı etkinliğinde yüksek ve yamaç paraşütü etkinliklerinde birbirlerine benzer şekilde orta fiziksel zorluk algısına sahiptirler. Y kuşağı katılımcıları doğa yürüyüşünü orta düzeyde fiziksel zorluk olarak algılamaktadırlar ancak Z kuşağı katılımcıları için bu algı düşük düzeydedir.

	Z KUŞAĞI			Y KUŞAĞI			
	Düşük (n)	Orta (n)	Yüksek (n)	Düşük (n)	Orta (n)	Yüksek (n)	Total (n)
Doğa	2	1		3	1		7
Yürüyüşü	%7,4	%3,7		%12,0	%4,0		%13,5
Kaya		4	4		1	3	12
Tırmanışı		%14,8	%14,8		%4,0	%12,0	%23,1
Kürek	1		1				2
	%3,7		%3,7				%3,8
Rafting		1	2		4		7
		%3,7	%7,4		%16,0		%13,5
Balon			4		1	2	7
			%14,8		%4,0	%8,0	%13,5
Yamaç			7			10	17
Paraşütü			%25,9			%40,0	%32,7
Total	3	6	18	3	7	15	52
	%11,1	%22,2	%66,7	%12,0	%28,0	%60,0	%100,0
	Düşük		Orta	Yüksek			
	6 (%11,5)		13 (%25,0)	33 (%63,5)			
X̄ 2,519			SS ,699				

Tablo 6.9. Seçilen etkinliğin gerçek hayattaki katılım maliyeti düzeyi sizce nedir?

Katılımcıların sanal ortamda ücretsiz olarak deneyimledikleri bu etkinliklerin gerçek hayattaki maliyetleri hakkında nasıl bir algıya sahip olduklarını ölçmek için yöneltilen soruya ilişkin veriler incelendiğinde doğa yürüyüşü etkinliği düşük maliyetli olarak algılanmaktadır. Doğa yürüyüşü etkinliğinde orta maliyet algısı var olsa da yüksek maliyet olarak algılayan katılımcı bulunmamaktadır.

Kaya tırmanışı, rafting, balon ve yamaç paraşütü etkinlikleri hiçbir katılımcı tarafından düşük maliyetli olarak algılanmamıştır. Kaya tırmanışı ve rafting etkinlikleri orta ve yüksek maliyetler arasında bölünmüş olsa da orta maliyet algıları daha baskındır. Yamaç paraşütü etkinliği tamamen yüksek maliyetli olarak algılanmaktadır. Balon etkinliğine katılım gösterenler arasından ise sadece 1

katılımcının algısı orta düzeyde maliyet olarak ortaya çıkarken diğer 6 katılımcı da yüksek maliyet olarak algılamaktadır.

Y ve Z kuşağına üye bireylerin maliyet algısı yamaç paraşütü, balon ve doğa yürüyüşü etkinliklerinde aynı düzeydedir. Kaya tırmanışının maliyet algısı Y kuşağında daha yüksek iken Z kuşağı rafting etkinliğinde daha yüksek maliyet algısına sahiptir.

Etkinlik türünün maliyet algısına yönelik ortalama ve standart sapma değerlerinde ise katılımcıların katıldıkları etkinliği çoğunlukla yüksek maliyetli algıladığını ifade etmek mümkündür.

Araştırma sorusu 1: Kuşakların etkinliklere yönelik risk, maliyet ve fiziksel zorluk algılarının düzeyi ne derecededir ve kuşakların algıları arasında bir farklılık var mıdır?

Gerçek hayatta farklı etkinliklerdeki risk alma düzeyleri sorulduğunda, katılımcıların geneli orta düzeyde risk alabilirim cevabı vermiştir. Kuşaklar arasında ise Z kuşağı Y kuşağından daha fazla risk almaktadır. Bu durumda Z kuşağına üye katılımcıların Y kuşağı katılımcılara göre risk alma eğilimleri ve riskli etkinlikleri seçme ihtimalleri daha yüksektir. Bu durum sanal ortamda denenecek etkinlik seçiminde Y kuşağı Z kuşağına göre daha yüksek risk barındıran etkinlikleri seçmesi ile kendi içerisinde doğrulanmıştır. Katılımcıların çoğu orta düzeyde risk alabileceklerini belirtmelerine rağmen sanal ortamda deneyimleyecekleri etkinliklerde önemli oranda yüksek risk olarak algıladıkları ve yüksek riskli olarak kategorilendirilmiş etkinlikleri tercih etmişlerdir.

Kuşakların maliyet algılarındaki farklılık genel olarak incelendiğinde yüzdesel dağılımda ciddi algı farklılıkları bulunmamaktadır. İki kuşakta etkinliklerin genelinde benzer algılara sahip olsalar da kaya tırmanışının maliyet algısı Y kuşağında daha yüksek iken Z kuşağı rafting etkinliğinde daha yüksek maliyet algısına sahip olmaları gibi farklı durumlar görülebilmektedir.

Fiziksel zorluk derecesinin kuşaklar tarafından nasıl algılandığı incelendiğinde rafting etkinliğini fark yaratmaktadır. Rafting Z kuşağı katılımcılar tarafından orta fiziksel zorluk algısına sahipken, Y kuşağı katılımcılar etkinliği yüksek fiziksel

zorlukta algılamaktadır. Algılar diğer tüm etkinliklerde benzer yönde eğilim göstermişlerdir.

Araştırma sorusunun cevabı kuşakların algıları arasında ciddi bir fark bulunmadığıdır. Katılımcı sayıları ve katılımcıların sosyo kültürel yapısı sonuçlar üzerinde farklılık yaratan başlıca etkenlerdir.

	<i>Z KUŞAĞI</i>			<i>Y KUŞAĞI</i>			
	Hiç (n)	Bir ya da Birkaç Kez (n)	Sık Sık (n)	Hiç (n)	Bir ya da Birkaç Kez (n)	Sık Sık (n)	Total (n)
<i>Doğa Yürüyüşü</i>	1 %3,7	2 %7,4		3 %12,0	1 %4,0		7 %13,5
<i>Kaya Tırmanışı</i>	5 %18,5	2 %7,4	1 %3,7	3 %12,0	1 %4,0		12 %23,1
<i>Kürek</i>	1 %3,7	1 %3,7					2 %3,8
<i>Rafting</i>	3 %11,1			2 %8,0	2 %8,0		7 %13,5
<i>Balon</i>	2 %7,4	2 %7,4		2 %8,0	1 %4,0		7 %13,5
<i>Yamaç Paraşütü</i>	4 %14,8	3 %11,1		9 %36,0	1 %4,0		17 %32,7
<i>Total</i>	16 %59,3	10 %37,0	1 %3,7	19 %76,0	6 %24,0		52 %100,0
	Hiç 35 (%67,3)			Bir ya da Birkaç Kez 16 (%30,8)			Sık Sık 1 (%1,9)
$\bar{X}$	1,346			SS			,519

Tablo 6.10. Seçilen etkinliği daha önce gerçek hayatta deneyimlediniz mi?

Katılımcılara seçtikleri sanal etkinlikleri gerçek hayatta deneyimleyip deneyimlemediklerine ilişkin yöneltilen soruya ilişkin verilerde en çarpıcı sonuçlardan bir tanesi, 52 katılımcıdan 35'inin sanal ortamda deneyimlemek istedikleri etkinliği gerçek hayatta deneyimlemediklerini belirtmesi olarak ortaya çıkmaktadır. Seçtiği etkinliği daha önce bir ya da birkaç kez deneyimleyen 16 katılımcı, sık sık deneyimleyen ise 1 kişi bulunmaktadır. Katılımcıların çoğu "hiç" ve "bir ya da birkaç kez" cevabını vermişlerdir. Sık sık deneyimleyen katılımcı Z kuşağı üyesidir ve kaya tırmanışı etkinliğinin hayatında önemli bir yer kapladığını belirtmiştir. Elde edilen frekans sonuçlarının ortalama ve standart sapma değerleri de bu sonuçları desteklemektedir.

Y kuşağına üye katılımcılar incelendiğinde sık sık gerçekleştirdikleri hiçbir etkinlik bulunmamaktadır. Y kuşağının sadece 6 katılımcısı seçtiği sanal etkinliği daha önce gerçek hayatta deneyimlemiştir. Raftingi daha önce gerçek hayatta deneyimleyen 2 katılımcı bulunmakta ve Y kuşağı katılımcıları arasında gerçek hayatta en çok deneyimlenen etkinlik niteliğini taşımaktadır. Kürek etkinliğini deneyimleyen hiçbir katılımcı bulunmamaktadır.

Z kuşağına üye katılımcılarda ise gerçek hayatta, sanal ortamda gerçekleştirdiği etkinliği sık sık yaptığını belirten 1 katılımcı bulunmaktadır. Rafting etkinliğini seçen katılımcılar ise daha önce hiç rafting etkinliğini deneyimlememişlerdir. Sanal ortamda deneyimlemeyi seçtikleri etkinliklerden yamaç paraşütü etkinliği ise gerçek hayatta Z kuşağının “bir ya da birkaç kez” cevabı ile en çok deneyimlenen etkinlik olarak 3 kişi ile ilk sırada yer almaktadır. Gerçek hayatta sanal ortamda deneyimlemek istediği etkinliği deneyimlememiş katılımcı sayısı ise 16’dır.

	Z KUŞAĞI			Y KUŞAĞI			
	Hiç (n)	Bir ya da Birkaç Kez (n)	Sık Sık (n)	Hiç (n)	Bir ya da Birkaç Kez (n)	Sık Sık (n)	Total (n)
Doğa Yürüyüşü	3 %11,1			4 %16,0			7 %13,5
Kaya Tırmanışı	8 %29,6			4 %16,0			12 %23,1
Kürek	2 %7,4						2 %3,8
Rafting	3 %11,1			4 %16,0			7 %13,5
Balon	4 %14,8			3 %12,0			7 %13,5
Yamaç Paraşütü	6 %22,2	1 %3,7		10 %40,0			17 %32,7
Total	26 %96,3	1 %3,7		25 %100,0			52 %100,0
	Hiç 51 (%98,1)			Bir ya da Birkaç Kez 1 (%1,9)			
X̄ 1,019			SS ,138				

Tablo 6.11. Seçilen etkinliği daha önce sanal ortamda deneyimlediniz mi?

52 katılımcıdan 51’i seçtikleri sanal etkinliği daha önce sanal ortamda hiç deneyimlememiştir ($\bar{X}$ 1,019, SS 0,138). Sanal ortamda Z kuşağı üyesi katılımcılardan sadece 1 kişi yamaç paraşütü etkinliğini deneyimlemiştir. Katılımcıların farklı alanlar

ve türlerde sanal gerçeklik deneyimleri olsa bile bu soruya ilişkin cevaplar sadece seçilen etkinlik bağlamında ele alınmıştır.

6.1.3. Deneyim Sonrası Sorulan Sorulara Yönelik Elde Edilen Veriler

Çalışmanın bu bölümünde katılımcılara deneyimi gerçekleştirdikten sonra yöneltilen soruların cevaplarına yönelik analizler sunulmaktadır. Bu kapsamda katılımcıların tatmin düzeylerine, deneyimi tekrar yaşamak isteyip istemediklerine, sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olma isteklerine, etkinliği gerçek hayatta deneyimleme motivasyonlarının artıp artmadığına ve bu etkinliği sanal ortamda mı yoksa gerçek ortamda mı deneyimleme tercihlerine yönelik verilen cevaplar sunulmuştur.

	<i>Z KUŞAĞI</i>			<i>Y KUŞAĞI</i>			
	Düşük (n)	Orta (n)	Yüksek (n)	Düşük (n)	Orta (n)	Yüksek (n)	Total (n)
<i>Doğa Yürüyüşü</i>		2 %7,4	1 %3,7		2 %8,0	2 %8,0	7 %13,5
<i>Kaya Tırmanışı</i>	2 %7,4	5 %18,5	1 %3,7		4 %16,0		12 %23,1
<i>Kürek</i>	2 %7,4						2 %3,8
<i>Rafting</i>		1 %3,7	2 %7,4		4 %16,0		7 %13,5
<i>Balon</i>		2 %7,4	2 %7,4		1 %4,0	2 %8,0	7 %13,5
<i>Yamaç Paraşütü</i>	1 %3,7	3 %11,1	3 %11,1		4 %16,0	6 %24,0	17 %32,7
<i>Total</i>	5 %18,5	13 %48,1	9 %33,3		15 %60,0	10 %40,0	52 %100,0
	Düşük 5 (%9,6)		Orta 28 (%53,8)	Yüksek 19 (%36,5)			
	$\bar{X}$ 2,269			SS ,629			

Tablo 6.12. Sizce bu sanal etkinlik deneyimi ne derece tatmin ediciydi?

Katılımcılara Meta Quest 2 sanal gerçeklik gözlüğü aracılığıyla seçtikleri bir etkinlik deneyimi yaşatılmıştır. Deneyimlerinin ardından katılımcıların tatmin düzeylerini ölçebilmek adına yöneltilen soruda katılımcıların geneli orta tatmin düzeyi

belirtmiştir. 28 katılımcı deneyimden orta düzey bir tatmin sağlamıştır. Yüksek tatmin düzeyine ulaşan katılımcı sayısı 19 katılımcı iken, 5 katılımcı ise düşük tatmin belirtmiştir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen ortalama ve standart sapma değerlerine göre yine katılımcıların çoğunlukla orta düzeyde tatmin oldukları ve katılımcıların çoğunlukla aynı fikirde oldukları ifade edilebilmektedir.

Doğa yürüyüşü etkinliğini sanal ortamda deneyimleyen hiçbir katılımcı düşük tatmin düzeyi belirtmemiştir. Kaya tırmanışı ve rafting etkinliği katılımcıları ise çoğunluk olarak orta düzeyde tatmin belirtmişlerdir. Kürek etkinliği 2 katılımcı tarafından deneyimlenmiş ve ikisinin de tatmin düzeyi düşüktür. En yüksek tatmin düzeyi elde edilen etkinlik ise yamaç paraşütü olarak ortaya çıkmaktadır ancak orta tatmin düzeyi de yaygın şekilde belirtilmektedir. Düşük tatmin düzeyi nadiren belirtilirken çoğunlukla orta tatmin düzeyi belirtilmiştir. Katılımcıların tatmin düzeyi etkinliklerin tümüne göre düşük tatmin düzeyi 5, orta tatmin düzeyi 28, yüksek tatmin düzeyi ise 19 katılımcı sayısı ile dağılım göstermektedir.

Kuşaklara göre incelendiğinde Y ve Z kuşağı katılımcılarının çoğu birbirlerine benzer şekilde orta tatmin düzeyi belirtmişlerdir. Y kuşağına üye katılımcılar hiçbir etkinlik için düşük tatmin düzeyi belirtmemişlerdir. Kuşakların en çok yüksek tatmin bildirdiği etkinlik ise yamaç paraşütüdür. Z kuşağı katılımcıları orta tatmin düzeyine en çok kaya tırmanışı etkinliğinde erişirlerken aynı zamanda en düşük tatmin düzeyine eriştikleri iki etkinlikten bir tanesi olarak da kaya tırmanışı etkinliği ortaya çıkmaktadır. Y kuşağı katılımcıları üç farklı etkinlikte (kaya tırmanışı, rafting ve yamaç paraşütü) aynı düzeyde orta tatmin düzeyine erişmişlerdir.

	Z KUŞAĞI			Y KUŞAĞI			
	Hayır (n)	Kararsızım (n)	Evet (n)	Hayır (n)	Kararsızım (n)	Evet (n)	Total (n)
<i>Doğa Yürüyüşü</i>		2 %7,4	1 %3,7		2 %8,0	2 %8,0	7 %13,5
<i>Kaya Tırmanışı</i>	1 %3,7	5 %18,5	2 %7,4		3 %12,0	1 %4,0	12 %23,1
<i>Kürek</i>	1 %3,7	1 %3,7					2 %3,8
<i>Rafting</i>		1 %3,7	2 %7,4	1 %4,0		3 %12,0	7 %13,5
<i>Balon</i>	1 %3,7		3 %11,1		1 %4,0	2 %8,0	7 %13,5
<i>Yamaç Paraşütü</i>		3 %11,1	4 %14,8	1 %4,0	2 %8,0	7 %28,0	17 %32,7
<i>Total</i>	3 %11,1	12 %44,4	12 %44,4	2 %8,0	8 %32,0	15 %60,0	52 %100,0
	Hayır 5 (%9,6)			Kararsızım 20 (%38,5)		Evet 27 (%51,9)	
$\bar{X}$ 2,423			SS ,667				

Tablo 6.13. Sanal ortamda aynı deneyimi tekrar yaşamak ister misiniz?

Seçilen etkinliklerin sanal ortamda deneyimlenmesinin ardından aynı etkinliğin sanal ortamda tekrarlanmasına ilişkin katılımcılara yöneltilen soruya 5 katılımcı “Hayır” cevabı vererek deneyim tekrarını istemediklerini belirtmişlerdir. Deneyim tekrarı konusunda “Kararsızım” seçeneğini işaretleyen 20 ve deneyim tekrarına “Evet” diyerek isteğini belirten 27 katılımcı bulunmaktadır. Yine elde edilen standart sapma ve ortalama değerlerin sonucuna göre, katılımcıların çoğunlukla “Kararsızım” ve “Evet” seçeneklerini tercih ettiğini ifade etmek mümkündür.

Etkinlikler özelinde doğa yürüyüşü katılımcıları deneyimin tekrarlanması konusunda genellikle kararsızlık bildirirken tekrarı istemeyen hiçbir katılımcı bulunmamaktadır. Deneyimi tekrarlama isteğine “Evet” diyen katılımcılar en çoktan aza olacak şekilde sırasıyla; yamaç paraşütü, balon ve rafting, kaya tırmanışı ve doğa yürüyüşü etkinliklerini tercih eden katılımcılardır. Kürek etkinliği katılımcıları “Hayır” ve “Kararsızım” diyerek tekrarlama isteği doğrultusunda negatif yönde eğilimlerini belirtmişlerdir.

Kuşaklara göre incelendiğinde en çok tekrarlanma isteğini barındıran etkinlik iki kuşakta da yamaç paraşütü olarak ortaya çıkmaktadır. Tekrarlama isteğinde “Hayır”

cevabı veren katılımcıların etkinlik türlerine bakıldığında ise iki kuşakta da “Hayır” cevabının öncesinde deneyimlenen etkinlik türleri farklılık göstermektedir. Z kuşağının tekrar deneyimlemek istememe eğiliminde “Hayır” cevabı verdiği etkinlikler kaya tırmanışı, kürek ve balon iken, Y kuşağı katılımcıları rafting ve yamaç paraşütü etkinliklerine “Hayır” cevabı vermiştir. Kuşaklar arasında etkinliği tekrarlama isteklerinin benzer ya da farklı yönleri bu şekilde ortaya konabilmektedir.

Araştırma Sorusu 2: Sanal ortamda etkinlik deneyimleyen kuşakların tatmin düzeyleri ve etkinliği sanal ortamda tekrarlama istekleri arasında bir farklılık var mıdır?

Kuşaklar genel olarak orta düzeyde tatmin belirtmişlerdir. Y kuşağı katılımcıları hiç düşük tatmin bildirmemişlerdir ve Z kuşağı ile arasındaki en büyük fark budur. Y kuşağının düşük tatmin bildirmemesi iki kuşağın arasında algısal bir farkı da ortaya koyabilmektedir. Örneğin; Z kuşağı tüm kuşaklar için inanılmaz gelen bir teknolojik gelişmeyi olması gereken bir gelişme olarak görebilmektedir. Hatta bunun da ötesinde geç kalınmış bir yenilik olarak da yorumlayabilmektedirler. Z kuşağının tüketim hızının Y kuşağından yüksek olması bu tatmin düzeyini doğrudan etkileyebilecek faktörlerin başında gelmektedir.

Sanal ortamda aynı deneyimi tekrarlama isteklerinde ise katılımcıların görüşlerinde farklı noktalara yığılmalar olmamıştır, kuşaklar genel olarak benzer görüştedirler. Tüm katılımcıların ağırlıklı cevabı ise tekrar deneyimlemeye yöneliktir.

Veriler ve katılımcı cevapları incelendiğinde kuşakların tatmin düzeyleri ve etkinliği sanal ortamda tekrarlama istekleri arasında bir farklılık bulunmamaktadır.

	Z KUŞAĞI			Y KUŞAĞI			
	Hayır (n)	Kararsızım (n)	Evet (n)	Hayır (n)	Kararsızım (n)	Evet (n)	Total (n)
Doğa Yürüyüşü	1 %3,7		2 %7,4		2 %8,0	2 %8,0	7 %13,5
Kaya Tırmanışı	1 %3,7	2 %7,4	5 %18,5		1 %4,0	3 %12,0	12 %23,1
Kürek		1 %3,7	1 %3,7				2 %3,8
Rafting			3 %11,1	1 %4,0	1 %4,0	2 %8,0	7 %13,5
Balon			4 %14,8	1 %4,0		2 %8,0	7 %13,5
Yamaç Paraşütü		1 %3,7	6 %22,2			10 %40,0	17 %32,7
Total	2 %7,4	4 %14,8	21 %77,8	2 %8,0	4 %16,0	19 %76,0	52 %100,0
	Hayır 4 (%7,7)			Kararsızım 8(%15,4)		Evet 40 (%76,9)	
X̄ 2,692			SS ,611				

Tablo 6.14. Bir sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olmak ister misiniz?

Katılımcıların 4'ü sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olmak istemediğini belirtirken, 8 katılımcı kararsız durumdadır. Sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olma isteği ise 40 katılımcının evet cevabı ile sonuçlanmıştır ($\bar{X}$ 2,692 , SS ,611). “Evet” cevabı veren 40 katılımcının 16’sı yamaç paraşütü, 8’i kaya tırmanışı, 6’sı balon, 5’i rafting, 4’ü doğa yürüyüşü ve 1’i de kürek etkinliği katılımcısıdır. Yamaç paraşütü etkinliği, deneyimlerinin ardından sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olma eğilimini pozitif yönde sergileyen en çok katılımcıyı barındırmaktadır. En az olumlu cevap veren katılımcıya sahip olan etkinlik ise kürektir.

Kuşaklara göre dağılım incelendiğinde sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olma isteği Z kuşağında Y kuşağına göre daha ağır basmaktadır. İki kuşağında “Hayır” ve “Kararsızım” cevapları eşit sayıdadır. Z kuşağı katılımcı sayısının Y kuşağı katılımcısına göre 2 kişi fazla olmasının buradaki dağılımı etkilediği düşünülmektedir. Kuşaklarda “Evet” cevabı veren katılımcılar yamaç paraşütü ve kaya tırmanışında benzer şekilde dağılmışlardır.

	Z KUŞAĞI			Y KUŞAĞI			
	Hayır (n)	Kararsızım (n)	Evet (n)	Hayır (n)	Kararsızım (n)	Evet (n)	Total (n)
Doğa Yürüyüşü		1 %3,7	2 %7,4			4 %16,0	7 %13,5
Kaya Tırmanışı	1 %3,7	4 %14,8	3 %11,1	1 %4,0	1 %4,0	2 %8,0	12 %23,1
Kürek			2 %7,4				2 %3,8
Rafting			3 %11,1			4 %16,0	7 %13,5
Balon			4 %14,8		1 %4,0	2 %8,0	7 %13,5
Yamaç Paraşütü	1 %3,7		6 %22,2		2 %8,0	8 %32,0	17 %32,7
Total	2 %7,4	5 %18,5	20 %74,1	1 %4,0	4 %16,0	20 %80,0	52 %100,0
	Hayır 3 (%5,8)			Kararsızım 9 (%17,3)		Evet 40 (%76,9)	
X̄ 2,711			SS ,571				

Tablo 6.15. Bu sanal deneyimden sonra aynı etkinliği gerçek hayatta deneyimleme konusunda motivasyonunuz arttı mı?

Kuşakların ayrı ayrı kendi içlerinde ve deneyimledikleri farklı sanal etkinliklerin sonucunda gerçek hayatta aynı etkinliği yapmaya karşı bir motivasyon oluşturabilme konusuna ilişkin toplanan veriler incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun “Evet” cevabı vererek yüksek düzeyde gerçek hayata motivasyon beslediklerini ortaya koyulmuştur. “Hayır” cevabı vererek motivasyon geliştirmeyen 3 katılımcı bulunurken, 9 katılımcı “Kararsızım” cevabı ile görüşlerini belirtmişlerdir. Yapılan analizler sonucunda elde edilen ortalama ve standart sapma değerleri de bu bulguları desteklemektedir. Ortalama değer “2,711” oluşu katılımcıların çoğunluğunun (%76,9) “Evet” seçeneğini tercih ettiğini ifade etmektedir.

Yamaç paraşütü etkinliği 14 katılımcının “Evet” cevabı ile gerçek hayatta yamaç paraşütü etkinliğine karşı motivasyon beslenmesine neden olmuştur. Etkinlikler arasında da bu konuda ilk sırada yer almaktadır. Kürek ve rafting etkinliklerini gerçekleştiren katılımcıların cevaplarında “Hayır” bulunmamakta ve tümü gerçekte deneyimleme motivasyonu geliştirmişlerdir. Gerçekte deneyimlemeye ilişkin “Hayır” cevabının yoğunlukta olduğu bir etkinlik türü bulunmamaktadır.

Kuşaklar bazında incelendiğinde ise iki kuşakta birbirine benzer şekilde çoğunlukla “Evet” cevabı vermişlerdir. “Kararsızım” ve “Hayır” cevapları benzer katılımcı sayıları ile ortaya çıksa da küçük farklar barındırmaktadır. Y kuşağı katılımcılarından yamaç paraşütü gerçekleştiren katılımcılar “Hayır” cevabı vermezken bu sayı Z kuşağı için 1 katılımcı ile sonuçlanmıştır.

Katılımcılara deneyim yaşandıktan sonra eğilimlerinin ne yönde olduğunu saptayabilmek adına “Bu etkinliği hem sanal hem gerçek hayatta yapma imkânınız olsaydı tercihiniz çoğunlukla hangisi yönünde olurdu?” sorusu yöneltilmiştir ve cevaplarının gerekçeleri açık uçlu şekilde talep edilmiştir. Bu soruya ait veriler Tablo 6.16’da verilmektedir.

	<i>Sanal</i>		<i>Gerçek</i>		<i>Total</i>	
	n	%	n	%	n	%
<i>Y Kuşağı</i>	5	9,6	20	38,5	25	100,0
<i>Z Kuşağı</i>	6	11,5	21	40,4	27	100,0
<i>Total</i>	11	21,2	41	78,8	52	100,0

Tablo 6.16. Bu etkinliği hem sanal hem gerçek hayatta yapma imkânınız olsaydı tercihiniz çoğunlukla hangisi yönünde olurdu? Soruya verdiğiniz cevabın başlıca üç gerekçesini yazınız

Bu noktada katılımcıların eğilimlerinin %78,8 oranla etkinliği gerçek hayatta deneyimleme yönünde olduğunu ifade etmek mümkündür. Y ve Z kuşağı arasında da eğilim açısından bir farklılık olmadığı ifade edilebilmektedir. Ek olarak ortalama ve standart sapma değerlerine bakıldığında çoğunluğun gerçek ortama eğilim gösterdiği ve verilen cevapların homojen olduğunu ifade etmek mümkündür.

6.2. Kelime Frekans Analizine İlişkin Bulgular

Çalışmanın bu bölümü gözlem formunda açık uçlu soru olarak yer almaktadır. Araştırmaya katılım sağlayan 52 kişinin verdiği cevapların tamamı sanal ortamı tercih edenler ve gerçek ortamı tercih edenler olarak ayrı ayrı Excel’e aktarılarak, verilen cevaplardan kodlar belirlenmiştir. Kodlar belirlenmeden önce, gereksiz ifadeler listelenmiştir. Bu ifadeleri şu şekilde sıralamak mümkündür; “ve, ile, de/da, ki, bu, çok, fazla, bir, aynı, o/ona, için, bana, gibi, çünkü, yine, ancak, yorum ya da eksikliği ifade eden (-) gibi semboller, sonra, şu, biraz, hatta, herhangi, hiç, sadece, kadar, daha, vs.”.

“Sanal” tercihi yapan katılımcıların verdiği cevaplardan belirlenen kodlar ve kodların kullanım sıklığı tabloda verildiği gibidir. Bu kodlardan bazı ortak temalar belirlenmiştir. Bu temalar; “risk ve güvenlik”, “maliyet ve kolaylık”, “tekrarlanabilirlik ve geliştirilebilirlik” olarak ifade edilmiştir.

Kelime	Sıklık
İstediğim Zaman	4
Sınırsız	1
Deneyim/Deneyimin	2
Tekrarlanabilir	2
Geliştirilebilir/ Geliştirilebilirliği	2
Maliyet/Maliyeti Düşük/Madden Ucuz	5
Risk Almak/Risk/Riskli/Risk Düzeyi/Kaza Riski/Riski Yok/Riski Az/Riskleri/Riski Alamam	12
Güvenli/Güveni	2
Kolay/Kolaydır	2

Tablo 6.17. Sanal Ortam Tercihi Yapan Katılımcılara Ait Belirlenen Kodlar

Katılımcıların verdikleri cevap ve sundukları gerekçeler sonucunda ortaya çıkan nedenlerden en önemlisi “Risk ve Güvenlik” temasıdır. Katılımcıların çoğu deneyimledikleri etkinliklerin risk düzeyleri, yapıldıkları ortam ve barındırdığı süreçlerin bilinmezlikleri nedeniyle güvenliklerini ön planda tutarak cevap vermişlerdir. Katılımcılar tarafından “risk ve kaza riski” kelimeleri sıklıkla vurgulanmaktadır. Ek olarak katılımcılar sanal gerçekliğin daha güvenli olduğunu, gerçek hayattaki deneyimlerin ise daha fazla risk içerdiğini ifade etmişlerdir. Sanal gerçeklik teknolojisinin daha az riskli olması en önemli tercih sebebi olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcılar için önemli olan konulardan bir diğeri ise “Maliyet ve Kolaylık” avantajıdır. Katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisinin gerçeğine kıyasla daha uygun fiyata geleceğini ve daha kolay olduğunu ifade etmektedirler. Bununla bağlantılı olarak önemli olan bir diğer unsur ise “Zaman” avantajıdır. Sanal gerçeklik teknolojisinin sürekli tekrarlanabilir oluşu ve zaman ve mekândan bağımsız olarak istenilen zamanda gerçekleştirilebilir oluşu en önemli avantajlar arasında yer almaktadır. Sınırsız deneyim imkânı ve sanal gerçeklik teknolojisinin geliştirilebilir oluşu da yine avantaj olarak görülen konulardan bazılarıdır.

Tüm bu ifadelere ek olarak katılımcılardan biri gerçeği tercih etmesine rağmen sanal ortamın gerçeğe çok iyi güdülediğini ifade etmektedir; K17; “*Ortamın sanaldaki*

hali çok güzel gerçeğe güdüledi.”. Bir katılımcı ise gerçeği tercih etmesine rağmen sanal gerçeklik teknolojisinin faydasına değinmektedir; K21; *“Sanal gerçeklik ile korkumu yendim.”*.

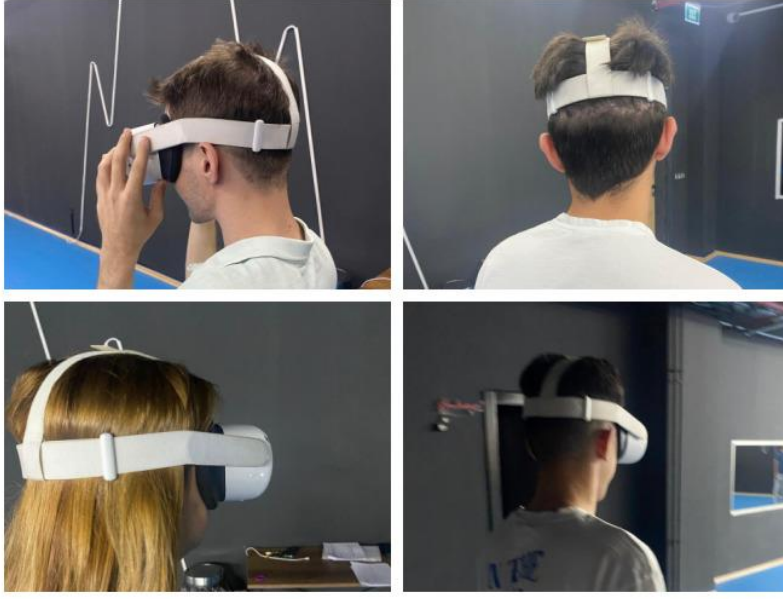
Temalar	Katılımcılara Ait Cevaplar
Maliyet ve Kolaylık	K23; “Sanal gerçeklik gözlüğüne bir kez para verdiğimde defalarca balon etkinliğini deneyimleyebilirim bu harika ve daha uygun.” K43; “Ulaşılabilirliği daha kolay.”
Risk ve Güvenlik	K5; “Kaza riski yok.” K9; “Gözlüğü çıkardığım an karada olmak güvenli olduğu için sanal gözlük ile risk almak daha kolaydır.” K15; “Daha az riskli.” K5; “Bu adrenalin düzeyini idare edemeyebilirim.” K8; “Gerçek hayatta bu deneyimin bana ne sonucu olacağını bilmiyorum.” K38; “Korku.” K44; “Yükseklik korkumu yenebiliyorum ve bunu gerçekte deneyebilme cesaretini sanalda deneye deneye elde edebilirim.”
Tekrarlanabilirlik ve Geliştirilebilirlik	K15; “Gerçeklik hissiyatının geliştirilebilir olması.” K27; “Geliştirilebilir.” K3; “Seyahat ederek vakit kaybetmeyeceğim, istediğim zaman yapabilirim.” K44; “İstediğim zaman yapabilirim.” K23; “Tekrarlanabilir olması, istediğim zaman yapabilirim.” K27; “Tekrarlanabilir.” K43; “Sınırsız deneyim.”

Tablo 6.18. Sanal Ortamda Deneyimleme Eğilimi Gösteren Katılımcıların İfadeleri

Temalara Göre Anahtar Kelimeler

- Risk ve Güvenlik: Risk, kaza riski, güvenlik, korku
- Maliyet ve Kolaylık: Maliyet, seyahat, zaman tasarrufu, kolaylık
- Tekrarlanabilirlik ve Geliştirilebilirlik: Tekrarlanabilir, geliştirilebilir, sınırsız

Aşağıda katılımcıların yüzleri belli olmayacak şekilde, deney esnasında çekilen fotoğraflar yer almaktadır.



Resim 6.2. Katılımcıların Deneyim Esnasındaki Görüntüleri
Kaynak: Resim yazara aittir.



Resim 6.3. Katılımcıların Deneyim Esnasındaki Görüntüleri
Kaynak: Resim yazara aittir.

Kelime	Sıklık
Adrenalin/Heyecan/Aksiyon	19
His/Hissiyat/Ambiyans	33
Gerçeklik	6
Doğa/Doğayı/Doğada	5
Sosyalleşme/Etkileşim/İletişim	14
Risk/Riskleri/Kaza	5
Temas	7
Deneyim/Merak	10
Anı Yaşamak	2
Teknoloji/Donanım/Aksam	4
Eğlence/Keyif/Keyfi/Haz	9
Meydan Okuma	1
Rota/Kontrol	2

Tablo 6.19. Gerçek Ortam Tercihi Yapan Katılımcılara Ait Belirlenen Kodlar

Sanal deneyimden sonra etkinlikleri gerçek hayatta deneyimleme yönünde eğilim gösteren katılımcıların verdiği cevaplar, sunduğu gerekçeler incelendiğinde ortaya çıkan sonuçlardan en önemlisi “Duyusal Tatmin” ibaresidir. Hissiyat, his, ambiyans gibi birbirine yakın olan kodlar “duyusal tatmin” teması altında ele alınmıştır. Hissiyat, özellikle sanal gerçeklik ile gerçek deneyimler arasındaki en büyük fark olarak vurgulanmaktadır. Katılımcılar, gerçek deneyimlerde fiziksel duyuları (rüzgâr, ayakların yere değmesi gibi) daha fazla hissettiklerini belirtmekte ve buna ihtiyaç duyduklarını ifade etmektedirler. Katılımcılar yamaç paraşütünde ayaklarının yerden kesilmemesini, suda gerçekleştirilen etkinlikler de suyla temas edememe durumlarını, kaya tırmanışında yüksekliğin ve adrenalinin yeterince hissedilmediğini belirterek gerçek hayatta bu hislerin daha yoğun yaşanacağını belirtmişlerdir. Sanal gerçeklik teknolojisi bu noktada katılımcıların gözünde bazı eksikliklere sahiptir.

Belirlenen bir diğer önemli temalardan biri ise “Kontrol ve Deneyim” temasıdır. Bu tema, katılımcıların rotalara hâkim olmasını açıklamaktadır. Doğa yürüyüşünde, kaya tırmanışında ve rafting etkinliğinde rotaların kendilerince belirlenebilmesi ya da etkinliklerin gerçekleştirilecekleri alanların kendi seçtikleri destinasyon ve lokasyonlar olması yönündeki düşüncelerini bu şekilde açıklayan katılımcılar

özgürlüklerinin bir nebze de olsa kısıtlandığı düşüncesindedirler. Ek olarak bazı katılımcılar gerçek ortamın sanal ortama nazaran daha iyi deneyimler sunacağını düşünmekte ve sanal ortamdaki gerçeklik eksikliği sebebiyle gerçek ortamda deneyimlemeyi tercih etmektedir. Katılımcılar “Deneyim” ile benzersiz bir seyahat, etkinlik ve anı sürecine sahip olacağını söylemekte ve bu etkinlikleri gerçek hayatta deneyimlemenin bir birikim olduğunu savunmaktadır.

“Doğa ile Temas” temasında ise katılımcılar doğaya, suya, rüzgara ve ekipmanlara temas etmenin kendileri açısından önemli olduğunu belirtmektedir. Fiziki hareketlerin sanal ortam ile gerçek ortam arasında ciddi ve olumsuz yönde bir fark yarattığı belirtilmiştir.

“Sosyal Etkileşim” teması ile gerekçelerini belirten katılımcılar deneyimin tek başına değil de başkaları ile paylaşılarak yapılmasını tercih ettiğini dile getirmektedir. Katılımcılar, kürek çekme, temiz hava alma ve diğer katılımcılarla ya da aileleri ile bu etkinlikleri ve anları paylaşma ihtiyaçlarını dile getirmişlerdir ve gerçek hayatta bu etkinlikleri gerçekleştirmenin daha eğlenceli olacağını düşünmektedirler. “İletişim, paylaşım, etkileşim, sosyalleşme, eğlence, keyif” kodları bu tema altında ele alınmıştır. “Teknoloji” teması ile sanal ortamda sağlanan hareketliliğin kısıtlılığı, sanal ekranda sergilenen görüntülerin tekrarlanması ve teknolojik eksikliklerin bulunduğu ifade edilmektedir. Katılımcılardan bazıları donanım, aksam ve teknolojik eksikliklere dikkat çeken ifadelerde bulunmuşlardır. Bu sebeple “teknoloji, donanım, aksam, hareketlerin kısıtlılığı” gibi kavramlar “Teknoloji” teması altında ele alınmıştır.

Temalar	Katılımcılara Ait Cevaplar
Adrenalin ve Heyecan	K2; “Adrenalin, aksiyonu canlı yaşamak isterim.” K45; “Adrenalin düzeyiyle aralarında uçurum var.”
Duyusal Tatmin	K1; “Riski sanal gerçeklikte yüzde yüz hissedemiyorum, ortamdan kopuş olsa da birçok hissiyat eksikliği var.” K14; “Anın içinde olmak, sallanma ve dalganın verdiği hareket hissiyatını yaşamak.” K16; “His olarak ayaklarım yere değmemeli.” K21; “Ayağımın yere değmemesi, uçma hissi.” K25; “Paraşüt manevralarında eksik hissiyat, eş zamanlı olmalı. Müzik yerine duyuşal hissiyat olmalı.” K2; “Suyun hissini almak isterim.” K11; “Sanal içinde suya dokunamadığım için sanal yerine gerçek bir deneyim beni daha çok heyecanlandırır.” K36; “Suyla temas ve akıntıyı hissetmek.” K42; “Fiziki hareketlerim tırmanış hissi vermelidir.” K26; “Seslerin duyu düzeyi, gerçek seslerin ihtiyacı.” K39; “Temiz hava alabilirim.” K11; “Küreği ben çekebilirim.” K7; “Havanın değişmemesi sebebiyle temiz hava ihtiyacımı karşılayamıyorum.” K18; “Gerçekçilik eksik.”
Sosyal Etkileşim	K10; “Tek başıma sanal olarak yapmak çok çekici değildi.” K11; “Katılımcılarla iletişim kurabilirim.” K16; “Yaptığım yerin anlık durumunu ve yaptığım kişilerin anlık heyecanını gözlemlemek keyifli oluyor.” K28; “Daha eğlenceli olacaktır.” K37; “Daha eğlenceli olabilir.”

Tablo 6.20. Gerçek Ortamda Deneyimleme Eğilimi Gösteren Katılımcıların İfadeleri

Bu temalar haricinde bazı katılımcılar sanal yerine gerçek ortamı tercih etme gerekçesi olarak farklı ifadelerle yer vermiştir. Örneğin bir katılımcı risk sebebiyle sanal ortamı tercih eden katılımcılardan ziyade o duyguyu birebir hissetmek adına gerçek ortamı tercih etmektedir; K35; “*Ölüm, kaza, yaralanma risklerini birebir hissetmek.*”. Yine gidilen yerlerde etkinlik harici ören yerlerinin görülme imkânı gerçeğin tercih sebebi olabilmektedir. Bir katılımcı “sanal bilinci” istemediği için gerçeği tercih ettiğini dile getirmektedir. Bu cümle, katılımcının gerçekle bağlantıyı

kesmek istememesi, teknolojinin getirdiği durumları istememesi, bilincinin gerçekte kalmasını istemesi şeklinde yorumlanmaktadır; K13; “*Sanal bilinçten uzaklaşmak*”. Bir katılımcı sadece merak duygusu sebebiyle, bir katılımcı ise tamamen meydan okuma isteği sebebiyle gerçek ortamı tercih etmektedir; K34; “*Merak*”; K20; “*Meydan okuma isteği*”. Bir katılımcı ise sanal gerçeklik gözlüğünün kullanımını çok hijyenik bulmamaktadır, bu nedenle gerçekte bu deneyimi yaşamayı tercih etmektedir; K6; “*Daha hijyenik bir ortam oluşturulmalı.*”.

Temalar	Katılımcılara Ait Cevaplar
Kontrol ve Deneyim	K7; “Rota sabit ve rotayı ben belirleyemediğim için sanal değil gerçek bir deneyim isterim.” K22; “Doğada keşfi istediğim şekilde yönlendirebilirim.” K39; “İstediğim yerde istediğim kadar durabilirim. Yürümek istediğim alanı kendim seçebilirim.” K40; “Rotayı ben belirleyemiyorum.” K29; “Seyahat deneyimi.” K34; “Hayat deneyimi.” K42; “Seyahat deneyimini de yaşamak bana haz verir.”
Doğa ile Temas	K10; “Etkinlik sonrası etkinlik yaptığım alandaki turistik yerleri gezebilirim.” K31; “Doğayı keşfetmek.” K22; “Doğa ile gerçek hayatta temas.” K32; “Doğa ile iç içe olmak.” K35; “Doğayı canlı hissetmek (rüzgâr, taşa dokunmak vs.).”
Teknoloji	K18; “Tekrarlanan görüntüler.” K48; “Donanım eksikliği ile oluşan deneyimin eksik yönleri.” K50; “Kalite, görünürlük ve teknolojik aksam.” K19; “Hareket etme ihtiyacının karşılanması.”

Tablo 6.20. (devam). Gerçek Ortamda Deneyimleme Eğilimi Gösteren Katılımcıların İfadeleri

Temalara Göre Anahtar Kelimeler

- Adrenalin ve Heyecan: Adrenalin, risk, heyecan, meydan okuma
- Duyusal Tatmin; Hissiyat, gerçek, temas, ayak yere değmesi, rüzgâr
- Sosyal Etkileşim: Sosyal etkileşim, katılımcılarla iletişim

- Doğa ile Temas: Doğa, doğadaki varlıklar, rüzgâr, su
- Kontrol ve Deneyim: Deneyim, gerçeklik, rota
- Teknoloji; Donanım, aksam, teknoloji, hareket eksikliği

Sanal ve gerçek ortam tercihlerine dair yapılan kelime frekans analizine göre, sanal ortamında gerçek ortamında bazı avantajlara ve dezavantajlara sahip olduğunu söylemek mümkündür. Sanal ortam katılımcılar için, daha az riskli olması, tehlikelerle karşı karşıya kalınmaması bakımından daha güvenli bulunduğu, daha ulaşılabilir olduğu, sürekli ve tekrarlanabilir olduğu gibi nedenlerden dolayı tercih sebebi olmaktadır. Ek olarak fiziksel zorluklardan kaçınma durumunun ortaya çıktığını da ifade etmek mümkün olabilmektedir. Fakat yine katılımcılar için gerçekliğin eksikliği, adrenalini eksikliği ve iletişim ve etkileşimin sınırlı olması sebebiyle dezavantajlı bir durumda görülmektedir. Gerçek ortamda, sanal ortamda dezavantaj olarak görülen ifadelerin avantaj olarak görüldüğünü ifade etmek mümkündür. Gerçek hissiyat ve fiziksel deneyim başta olmak üzere sosyal etkileşim ve iletişimin olması ve riskleri göze alarak zorluklarla mücadele imkanının olması gerçek ortamı tercih etme nedenlerinden olabilmektedir. Sanal ortamda avantaj olarak karşımıza çıkan maliyet ve zaman kavramları ise gerçek ortamda dezavantaj olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma Sorusu 3: Sanal ortamda etkinlik gerçekleştirmenin gerçek hayattaki etkinliklere yönelik bir faydası var mıdır?

Sanal ortamda etkinlik deneyimi yaşayan bireyler gerçekleştirdikleri etkinliklerin gerçek hayattaki deneyimlere yoğun halde merak duymaktadır. Sanal gerçeklik teknolojisi insanların gerçek hayattaki etkinlikler üzerinde çok daha riskle deneyim yaşamasına, daha az maliyet ile katılım sağlamasına imkan sunmaktadır. Bireyler kısıtlayıcı faktörleri sanal gerçeklik teknolojisi sayesinde aşabilmektedir.

Sanal gerçeklik teknolojisi, kuşakların etkinliklere katılımında teşvik edici ve ilgi çekici bir unsur olmasının yanı sıra bireyler üzerinde motive edici bir rol üstlenmektedir. Etkinliği sanal ortamda deneyimleyen bireyler bu eşsiz deneyimin sanal ortamda yaşattığını hissiyatın gerçekte ne kadar etkileyici olabileceğine dair merak duymakta ve denemek üzerine bir istek geliştirebilmektedir.

Sanal gerçeklik teknolojisi ile yaşanan etkinlik deneyimi mevcut durumunda yoğun halde gerçek etkinliklere yönelik bir motivasyon unsuru ve gerçek etkinliğe bir hazırlık süreci olarak da görülmektedir.

Araştırma Sorusu 4: Kuşakların sanal ve gerçek ortam arasındaki tercihlerini etkileyen ana faktörler nelerdir?

Araştırma Sorusu 6: Y ve Z kuşakları etkinliği sanal ortamda mı gerçek hayatta mı gerçekleştirmeyi tercih etmektedirler?

Araştırma sorularından 4 ve 6'nın cevapları birbirlerinin içinde ve birbirlerini tamamlar niteliktedir. Kuşaklar sanal ortamda veya gerçek hayatta etkinlik denemeye yönelik tercihlerinde beklenmedik şekilde benzer görüş bildirerek gerçek hayatta etkinlik deneyimlemeyi seçmişlerdir. İki kuşağında bu görüşte olması sanal gerçeklik teknolojisinin henüz mevcut durumda insanlar için gerçeğin yerine koyulabilir olmadığını göstermekte ve alanyazında da bu durumu destekleyen çalışmalar (Aksayım, 2019; Kulakoğlu, 2022) bulunmaktadır.

Kuşakların gerçek hayatı tercih etmesine neden olan faktörler ise yoğun olarak hissiyat, adrenalin, sosyal etkileşim ve duyuşal tatmin gibi temalarla ortaya çıkmaktadır. Sanal ortam tercihinde bulunan katılımcıların seçimini sanal ortamdaki kullanmalarının temel nedenleri ise maliyet, zaman kısıtının olmaması, seyahat zorunluluğunun olmaması gibi temaların yanı sıra en çok oranla ortaya çıkan tema olan risk faktörü oluşturmaktadır.

Elde edilen verilerin analiz edilmesi ve ulaşılan sonuçların değerlendirmeleri ile araştırma modeli olan SOR (UST) teorisi ile açıklanacak durumlar bulunmaktadır. Verilerin analizi ve incelenmesi ile SOR (UST) modelinin çalışma kapsamında düzenlenen çalışma prensibi ele alınarak yapılan bileşen adlandırmaları, sürecin ve modelin nasıl geliştirilerek uygulandığı ve sonucunda elde edilen çıktılar şu şekilde açıklanabilmektedir;

SOR (UST) Teorisi kapsamında çalışmada ele alınan durumlar ve olgular farklı şekilde değerlendirilmiştir. Uyaran (Stimulus) olarak ele alınabilecek durum öncelikle bireyin çalışmaya katılması için davet edilmesi, merak ya da çevresinin isteğiyle denemeye yönlendirilmesi olarak belirtilmiştir. Uyaranlar katılımcı olmaya karar verme süreci yaşayan bireyler için bir girdi oluşturmaktadır. Uyaran unsurlarına

teknolojiye olan ilgi ve merak, teknolojik gelişmeleri takip ederek yeni bir teknolojiyi deneyimleme isteği de eklenmektedir. Uyarılar sonucunda katılımcı olmaya karar veren bireyler ise çalışma için bir girdi sağlamaktadırlar. Uyarı olarak ele alınan unsurlar çalışma kapsamında bahsi geçen adımlardan beslenmektedir.

Süreç (organism) unsuru ele alındığında çalışmada yer alan deneysel kısımdan beslenmektedir. Uyarılar sonucunda bir karar, düşünce ve içsel olarak bir fikir çatışmasına giren bireyler deneye katılmaya karar verme süreçleri sonucunda çalışma kapsamında seçilen etkinlikleri sanal gerçeklik teknolojisi ile deneyimlemektedirler. Bu deneyimin yaşatılması modeldeki süreç kapsamında değerlendirilmektedir.

Tepki (response) adımı ise modelin son adımıdır. Katılımcıların sanal gerçeklik teknolojisine ilişkin yorumlarını ve soru formu ile yöneltile sorulara ilişkin cevaplarını barındırmaktadır. Yakınlaşma ve kaçınma başlıkları altında bu duruma neden olan etkenlere değinildiği bir aşama olarak ele alınmaktadır. Model bu adımlarla çok boyutlu işlenerek tamamlanmaktadır.

Model kapsamında verilen soru formunda verilen cevapların sonuçları incelendiğinde; Tatmin Düzeyine göre katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine yakınlaşma veya kaçınma davranışı göstermeleri için keskin bir eğilim oluşturmamıştır. Tatmin düzeyi orta düzeyde olan katılımcı sayısının fazla olması bu durumun temel nedeni olarak görülmektedir. Yüksek tatmin belirten katılımcının düşük düzeyde tatmin bildiren katılımcı sayısından fazla olması bir yakınlaşma unsuru olarak değerlendirildiğinde katılımcıların sanal gerçeklik teknolojisine yakınlaşma gösterdiği söylenebilmektedir.

Araştırma Sorusu 5: Katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine karşı hangi durumlarda yakınlaşma ya da kaçınma davranışı göstermektedirler?

Deneyim Tekrarlama İsteğine göre katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine yakınlaşma davranışı göstermektedir. Deneyim tekrarlama isteği de tatmin düzeyi başta olmak üzere birçok farklı faktörden etkilenmektedir. Bu faktörler temalar ile açıklanmıştır.

Sanal Gerçeklik Gözlüğüne Sahip Olma İsteğine göre katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine yakınlaşma davranışı göstermektedirler. Katılımcılar deneyimledikleri etkinlikleri, tatmin düzeylerini ve sanal ve gerçek hayatta deneyim

yaşamaya yönelik eğilimlerini bildirmelerinin ardından sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olma isteklerine tatminleri yüksek olmasa da, gerçek hayatta deneyim yaşamayı tercih etseler de sanal gerçeklik gözlüğüne büyük çoğunlukla sahip olma isteği belirtmişlerdir.

Gerçek Hayatta Deneyimlemeye Karşı Motivasyon geliştirmelerine göre katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine yaklaşma davranışı göstermektedir. Sanal gerçeklik teknolojisini gerçek hayattaki etkinliğe karşı bir hazırlık ve bir motivasyon aracı olarak gören katılımcılar genellikle olumlu görüşler bildirerek büyük oranda motivasyon geliştirdiklerini belirtmişlerdir.

Etkinliği gerçek hayatta veya sanal ortamda deneyimlemeye yönelik tercih etme eğilimlerine göre katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine kaçınma davranışı göstermektedir. Katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine yönelik olumlu yorumlar getirirler de çalışma bünyesindeki kapsam ve sınırlılıklarda yer alan durumlardan da kaynaklanan eksikliklere yönelik eleştirilerini belirtmişlerdir. Eleştiriler ve diğer koşullar sonucunda yoğun bir şekilde gerçek hayatta deneyim yaşama eğilimi göstermişlerdir.

Kuşaklarına göre katılımcılar her iki kuşakta (Y ve Z) da sanal gerçeklik teknolojisine kaçınma davranışı göstermektedirler. Çalışmada kuşaklar arası bir fark oluşacağı ön görülse de bu fark yerine Y ve Z kuşağının yoğun şekilde aynı fikirde oldukları gözlemlenmiştir. Gerçek hayatta deneyim yaşamak her iki kuşak içinde sanal ortamda deneyim yaşamaktan daha çekici bir konumda bulunmaktadır. Bu durumda etkili olan unsurlar ekipmanlar ve diğer koşullar olarak değerlendirilebilmektedir ancak bireyler açısından halen fiziksel aktivite, sosyalleşme ve gerçek hayatın getirdiği deneyim çekiciliğini korumayı sürdürmektedir diyebilmek mümkündür.

Algılanan Risk (risk almak, risk düzeyi, kaza, güvenlik)'e göre katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine yaklaşma göstermektedir. Gerçek hayatta kaza, risk ve güvenlik unsurlarının macera rekreasyonlarında yoğun şekilde yer alması macera rekreasyonu etkinlikleri için bir çekim unsuru olabildiği gibi karşıt bir unsur olarak da ortaya çıkabilmektedir. Risk alma konusunda düşük ve orta düzeyde yetkinlik belirten katılımcılar açısından sanal gerçeklik teknolojisi güvenli bir alan oluşturmaktadır.

Algılanan Maliyet (maliyet, madden ucuzluk)'e göre katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine yaklaşma davranışı göstermektedir. Seyahat etmenin ve

deneyimlenecek etkinliğin maliyeti bir araya geldiğinde birçok katılımcı için farklı algılar ve farklı senaryolar oluşturmaktadır. Katılımcılar seyahat deneyimini ve etkinliğin gerçek hayatta yaşanmasının eşsizliğini vurgulasalar da maliyet konusunda sanal gerçeklik teknolojisi ile etkinlik deneyimlemek gerçek hayatta etkinlik deneyimlemeye göre daha uygun maliyette görülmekte ve maliyet açısından bir çekim oluşturmaktadır.

Algılanan Zorluk (hareket etme, kontrol etme ve fiziksel etkileşim) kapsamında katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine kaçınma davranışı göstermektedirler. Macera rekreasyonu etkinliklerinin unsurlarından bir tanesi olan zorluk/fiziksel zorluk bu alanda bir cazibe yaratmaktadır. Macera rekreasyonu etkinliklerini seçilen altı etkinlik özelinde ve gerçek bir senaryo üzerinden deneyimleyen katılımcılar hareket etmenin ve kontrol sahibi olmanın ihtiyacını hissetmişlerdir. Deneyimledikleri etkinliklerde fiziksel unsurların önemli olduğunu belirten katılımcılar için sanal gerçeklik teknolojisi bu konuda yeterince cazip bir seçenek olarak görülmemektedir.

Sosyalleşme unsuru ele alındığında katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine karşı kaçınma davranışı göstermektedir. Katılımcılar sosyal çevreleri ile bir deneyim yaşama konusunda hassasiyet göstermektedirler. Sanal gerçeklik teknolojisini grup halinde deneyimlemek için ekipmanlara herkesin sahip olması bir şart oluşturmaktadır. Katılımcıların macera rekreasyonu etkinliklerindeki heyecanı, hissi ve anı sosyal çevresiyle olarak paylaşmak ve bunun yanında yer alan diğer sosyal ihtiyaçları neticesinde bu şartın sağlanması gerçek hayattaki şartlara göre daha zor görülmesi de hissiyat ve birlikte hareket etme unsurlarının yanında bir faktör olarak yer almaktadır.

Gerçeklik hissini (su, rüzgar, adrenalin, temas) yaşama unsuru ele alındığında katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisine karşı kaçınma davranışı göstermektedir. Doğa ile iç içe olmak ve macera rekreasyonunun en önemli unsurlarından adrenalin ve meydan okuma ihtiyaçlarının zemini gerçeklik ve ortam atmosferi ile desteklenmektedir. Kapsam ve sınırlılıklarda belirtilen eksiklikler sanal gerçeklik teknolojisinde var olmasına rağmen katılımcılara ulaştırılamayan ekipmanlar sağlanarak bu durum değiştirilebilecek potansiyelde olsa da çalışma özelinde katılımcılar bu durum özelinde bir kaçınma davranışı sergilemişlerdir.

SOR (UST) teorisi çalışma özelinde farklı durum ve koşullarda çalışarak yaklaşma ve kaçınma davranışlarının gözlemlenebilmesi için kullanılmıştır.

Öngörülen durumların ve araştırma sorularının yanında destekleyici ve katkı verici bir dayanak unsuru olarak ele alınmış, uyarlanmış ve uygulanmıştır.





7. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Toplumlar yüzyıllardır gelişmelerini ve gelişmişlik düzeylerini artırmaları yönünde çalışmalar sergilemişlerdir. Çalışmalar sonucunda bazı ülkeler kalkınma süreçlerini hızlandırıp gelişirken kimi ülkeler de bunun gerisinde kalarak toplumsal refah düzeyinde diğer ülkelerden uzakta kalabilmektedirler. Teknoloji 21. Yüzyılda toplumlar üzerinde en büyük etkiye sahip unsurlardan biri olarak görülmekte ve bu unsurlara uyum sağlayan toplumların ileri düzeyde imkanlara sahip olduğu görülmektedir. Teknolojik gelişmeler beraberinde getirdikleri yeniliklerle toplumlar için fırsatlar yaratmaktadır. Fırsatlar avantaj oluşturabildiği gibi değerlendirilemediğinde dezavantajları da bulunan bir süreç yaratmaktadır.

Her ülke kendi içinde farklı kültürel ve sosyolojik yapılara sahip olarak varlıklarını sürdürmektedir. Ülkelerin temelini oluşturan toplumlar ise zamanla değişim göstermekte ve bu değişime doğrudan etki eden unsurlarla yaşamlarını devam ettirmektedirler. Tekerlek, buharlı makineler, telefon, bilgisayar ve benzeri icatlar toplumların yaşamlarına olumlu ve olumsuz etkiler sunarak gelişmiş ve gelişmeye devam etmektedir. Teknoloji unsurlarından bilinçli ve doğru yararlanmak hem bireyi hem de toplumları ileriye taşıyabilirken aksi durumda ise toplumları ve bireyleri aşağı çekebilmektedir. Toplumları oluşturan insanlar ise bu değişim ve dönüşüm süreçlerine farklı algılarla yaklaşmakta ve karşılamaktadır. Bireyler arasındaki bu ayrım onların doğduğu yıllara bağlı olarak değişmektedir. Kuşak teorileri bu değişimleri açıklayarak ve bireylerin içinde bulunduğu durumlara nasıl tepkiler verdiğini, bu tepkilerin nedenlerini ve bireylerin değişen, gelişen ya da farklılaşan özelliklerini ortaya koymaktadır.

Toplumlar teknoloji ile buluştukça, buluştukları sistemler geliştikçe ve değiştikçe buna uyum sağlama ve kullanma süreçlerini yaşamaktadırlar. Yeni teknolojiler hem var olan sosyal hayat, alışkanlık ve diğer düzen ve sistemlere etki etmekte hem de hiç bilinmeyen sistem, alışkanlık, düzen ve sosyal hayatlar (ortamlar) yaratabilmekte veya yaratılabilmesine aracılık etmektedir. Var olan ve değişime uğramak zorunda kalan boş zaman anlayışları, rekreasyon ve turizm etkinlikleri de teknoloji ile bir arada ve iç içe gelişim göstermektedir. Akıllı turizm destinasyonları, akıllı seyahat planlamaları, rekreasyon işletmelerinde yer alan farklı seviyede sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamaları da günümüz gereklilikleri olarak ortaya çıkmış ve

uygulamaya konulmuştur. Bilgi çağından deneyim çağına geçilmesi bu durumu mecburi kılmaktadır.

Dijital rekreasyon kavramı çeşitli alt başlıklarla sınıflandırılrsa da temel ve daha düzenli bir sınıflandırma ihtiyacını da beraberinde getirmektedir. Çalışma kapsamında yapılan sınıflandırmanın da bir önceki sınıflandırmadan yararlanılarak yeni bir sınıflandırma ortaya konulması önemli sonuçlardan bir tanesi olarak görülmektedir. Yapılan sınıflandırmaya ilişkin yeni getirilecek sınıflandırmalar, eklenecek özellikler ya da yapılacak köklü değişiklikler rekreasyonun dijitalleşmesi ve dijitalleşirken alanlar içerisinde düzenli bir şekilde sınıflandırılabilmesi açısından önem arz etmektedir.

Macera rekreasyonu etkinlikleri sonucunda bilinmezliği barındırması, kaza riskleri, ölüme kadar varabilen durumlar, adrenalin düzeyinin yüksek olması gibi nedenlerden dolayı katılımcılara bambaşka deneyimler sunabilmektedir. Katılımcılar bu etkinliklere katılırken tüm etkenleri, sonuçları ve olayları kabul etmiş durumda katılmaktadırlar. Çoğu birey ise bu bilinmezliğin, kaza veya ölüm risklerinin alınması konusunda geri planda kalmakta ve macera rekreasyonundaki bazı etkinlikleri deneyimlemeye yönelik eğilimleri çeşitli kısıtlar, korkular ve çekinceler nedeniyle başka etkinliklere kayabilmektedir. Sanal gerçeklik teknolojisi ise bu etkinliklerde meydana gelebilecek tüm olumsuz durumları ortadan kaldıracabilecek bir dizayna sahip olarak kullanıcı deneyimi sunabilmektedir. Her etkinliğin farklı ortamlarda uygulanması nedeniyle farklı ekipmanlara gereksinim duyulmaktadır. Etkinliğin atmosferinin yaşatılabilmesi için farklı sensör, ekipman, cihaz ve yazılımlar gün geçtikçe geliştirilmekte, icat edilmekte ve kullanıcı deneyimine sunulmaktadır.

Sanal gerçeklik teknolojisi ile uygulanabilen macera rekreasyonu etkinliklerinin gerçek hayattaki uygulamalarının yerine geçip geçemeyeceği ve kuşakların bu duruma gösterdikleri eğilim, tercih ve bu teknolojiyen sağlayabilecekleri tatmin ise çalışmada ele alınan temel durumlardır. Çalışmada deneyim öncesi ve deneyim sonrası sorular ile sanal gerçeklik deneyiminden elde ettikleri tatmin, gerçek hayat ile sanal ortamda etkinlik gerçekleştirmeye yönelik tercihleri ile seçtikleri etkinliklere dair risk, maliyet ve zorluk algıları kuşaklar bazında ele alınmış ve analiz edilmiştir. Kuşaklar arasında yoğun farklılıklar bulunmasa da belirli durumlarda ortaya çıkan farklılıklar ve benzerlikler bulunmaktadır. Alanyazında kuşakların gelecekteki tercihlerine yönelik

bir teknolojik unsur üzerinden incelenmesi ve SOR teorisi ile desteklenmesi nedeniyle hem benzer çalışmaları destekler hem de geleceğe yönelik eğilimi saptama konusundaki boşluğu doldurmaktadır.

Katılımcıların gerçek hayattaki risk alma düzeyleri incelendiğinde Y ve Z kuşakları arasında Z kuşağı daha yüksek risk olsa da yüksek oranda farklılıklara rastlanmamıştır. İki kuşağın da gerçek hayattaki etkinliklerdeki risk alma düzeyi “orta” olarak tespit edilmiştir. Orta düzey risk alabilme düzeyine sahip katılımcılar ise düşük ya da yüksek düzeyde riskli olarak belirlenmiş etkinlikler arasında seçim yaparak çok büyük farklılıklar göstermemişlerdir. Orta düzey risk alma yetisinin eğilimi buna rağmen yüksek risk alma yönünde seyretmiştir. Yüksek risk alma konusunda Z kuşağında 1 katılımcı yükseklik korkusu olduğunu belirtmesine rağmen havada yapılan etkinliklerden balonu tercih ederek “...Yükseklik korkumu belki sanal ortamda deneyerek yenebilirim” açıklamasını yapmıştır. Bu durum sanal gerçeklik teknolojisinin bazı kısıtlamaları ortadan kaldırabileceğine işaret etmektedir.

Kulakoğlu (2022)’nin yaptığı çalışmada iki katılımcının ““...normal zamanda kolay kolay yapabileceğim bir aktivite değil paraşütle uçaktan atlamak. Gerçeğini yapamayacağım için bunu sanal olarak yapmaktan çok keyif aldım doğrusu.” (Katılımcı 15)”ve ““Yükseklik fobim var aslında yani mesela yamaç paraşütü falan yapamam ya da ne bileyim parasailing yapamam gibi düşünüyorum gerçekte, ama sanal gerçeklikle kesin yaparım.” (Katılımcı 2)” şeklindeki ifadeleri bazı katılımcıların farklı çalışmalarda dahi benzer görüş bildirdiğini göstermektedir. Bu durum kısıtlamaları kaldırma konusunda sanal gerçeklik teknolojisinin önemli bir rol oynadığını desteklemektedir.

Alanyazındaki ilişkili çalışmalar incelendiğinde rekreasyon etkinliklerinin tümüne katılımı eğitim düzeyi, sosyal sınırlılıklar, gelir düzeyi, mekanlara ve sunulan hizmetlere erişebilme imkanı, cinsiyet, yaş ve medeni durum gibi birçok faktör etkin bir rol oynamaktadır. Faktörler olumlu etkiler oluşturabilirken, olumsuz etkileri sonucunda kısıtlamalar da yaratabilmektedir. Bu sonuçlar ise sanal gerçeklik teknolojisinin birçok engeli, birçok sorunu ve kısıtı ortadan kaldırabilecek, olumsuzlukları giderebilecek ve deneyimlerin farklı duyuşal boyutları ile gerçekçi ve çarpıcı bir deneyim sunarak rekreasyon etkinliklerine bir genişlik kazandırarak basamak atlatabilecek güçte olduğunu göstermektedir (Hobson ve Williams, 1995).

Sanal ortamda deneyimlemek istedikleri rekreasyon etkinliği sorulduğunda, 3 farklı ortamdaki 6 farklı etkinlik seçeneği ile karşı karşıya kalan katılımcılar yoğun şekilde çalışmada yüksek risk düzeyinde tanımlanan etkinliklere yönelmişlerdir. Gerçek hayatta deneyimleyemeyecekleri kadar zor ya da riskli olan etkinlikleri sanal gerçeklik teknolojisi ile rahatça tercih edebilen bireylerin bu tercihinin sebepleri etkinliğin sonucuna dair bilgiye sahip olmalarıdır. Sanal gerçeklik teknolojisi sayesinde yüksek risk alabilmek bir cazibe unsuru olarak ortaya çıkmaktadır. Gerçek hayattaki macera rekreasyonu etkinliklerinin tercih edilme sebebi ise sonucun bilinmez olması, adrenalin duygusu ve meydan okuma gibi gerekçeler barındırmaktadır. Katılımcıların bu davranışı ile sanal gerçeklik teknolojisi sayesinde macera rekreasyonu etkinliklerine karşı eğilimleri pozitif yönde artabileceği sonucuna varılabilmektedir.

Sanal ortamda deneyimlemek için seçtikleri etkinlik için bireylerin bu etkinliği hangi risk düzeyinde algıladıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcılar yüksek riskli olarak algıladıkları etkinlikleri yoğun şekilde seçmişlerdir. Etkinlikler özelinde risk algıları incelendiğinde ise çalışmada düşük riskli olarak listelenen doğa yürüyüşü etkinliğinin orta düzeyde (yükseğe yakın) riskli algılanması beklenmedik sonuçlardan biri olarak ortaya çıkmaktadır. Y ve Z kuşakları bu konuda benzer görüşe sahiptirler. Rafting etkinliğini Z kuşağı yüksek, Y kuşağı orta riskli olarak tanımlamıştır. Yüksek risk düzeyi olarak listelenen etkinlikler ve düşük risk düzeyi olarak listelenen diğer etkinliklerin tümünde kuşaklar benzer görüşlere sahiptirler. Kuşakların bu noktada farklılık göstereceği beklentisine rağmen benzerlikler göstermesi çalışmada beklenmeyen bir sonucu ortaya koymaktadır.

Sanal ortamda deneyimlenmek istenen etkinliğin gerçek hayattaki fiziksel zorluğuna dair algıların ölçülmesine yönelik soruya verilen cevaplarda Y ve Z kuşakları yoğun şekilde benzer görüş bildirmişlerdir. Kaya tırmanışı etkinliği özelinde iki kuşakta yüksek zorluk algısına sahipken, yamaç paraşütü etkinliğini orta zorluk olarak algıladıklarını belirtmişlerdir. Kuşaklar arası farklılık yaratan iki etkinlikten doğa yürüyüşünü Z kuşağı düşük Y kuşağı orta fiziksel zorluk düzeyinde algıarken, rafting etkinliğinde ise Z kuşağı orta fiziksel zorluk Y kuşağı ise yüksek fiziksel zorluk olarak algılamıştır. Buradaki fark kuşakların bulundukları yaşı, fiziksel durum ve yaşı

getirdiği dinamizmden kaynaklanabilmektedir. Bazı etkinlik türlerinde Z kuşağı, Y kuşağına oranla daha düşük zorluk algısına sahiptir sonucu ortaya çıkmaktadır.

Seçilen etkinliğe yönelik katılım maliyet düzeyi algıları kuşaklar arasında çarpıcı farklılıklara konu olmamıştır. Kuşaklar algılanan maliyet düzeyinde benzer algılara sahip görüş bildirmişlerdir. Maliyet konusu birçok katılımcı için farklı kararlar verme konusunda etkili bir unsur olarak görülmektedir. Kulakoğlu (2022)'nin çalışmasında “*“Bu kadar pahalı bir uygulamanın çok kısa sürmesini anlayamadım, bana saçma geldi içeriği de” (Katılımcı 20)*” şeklinde görüş bildiren katılımcı bu duruma bir tepki göstermiştir. Ancak çalışmadaki uygulamaların ücretsiz bir denemeye tabii olması ve sanal gerçeklik gözlüğüne verecekleri paranın karşılığını alabileceğini düşünen bir katılımcı (K23) ise “Sanal gerçeklik gözlüğüne bir kez para verdiğimde defalarca balon etkinliğini deneyimleyebilirim bu harika ve daha uygun.” şeklinde görüş bildirmiştir. Farklı çalışmalarda ya da aynı çalışma katılımcılarında kişiden kişiye değişen algısal maliyet farklılıkları bulunmaktadır.

Katılımcılar sanal ortamda deneyimlemek istedikleri etkinlikleri gerçek hayatta çoğunlukla “hiç” deneyimlememişlerdir. Sanal ortamda seçtiği etkinliği gerçek hayatta deneyimleyen katılımcılar ise genellikle “bir ya da birkaç kez” deneyimlediklerini belirtmişlerdir. Seçenek olarak sunulan etkinliği “sık sık” deneyimleyen tek katılımcı bulunmaktadır. Etkinliğin gerçek hayatta daha önce deneyimlenmiş olması sanal ortamda deneyimlenmesine yönelik hem bir ön yargı hem de bir merak barındırabilmektedir. Katılımcıların gerçek hayatta etkinliği deneyimlemelerinin tatmin ve tercih açısından önemi iki ortam arasındaki tercihin nedenlerini anlamak konusunda daha fazla yardımcı olan bir durum olarak görülmektedir. Seçtiği etkinliği daha önce gerçek hayatta deneyimleme imkanı olan kuşak Z kuşağı olarak ortaya çıkmaktadır. Z kuşağının, turizmin ve macera rekreasyonu etkinliklerinin biraz daha gelişerek yaygınlaştığı, kazalara karşı önlemlerin arttığı, ekipmanlara ve destinasyonlara ulaşılabilirliğin kolaylaştığı bir döneme denk gelmesi gibi durumlar bu sonucun nedenleri olarak değerlendirilebilmektedir.

Seçtiği etkinliği daha önce sanal ortamda deneyimleyen tek katılımcı Z kuşağına üyedir. Bu durumdan kaynaklı olarak sanal ortamda daha önce deneyimlenmiş tek etkinlik yamaç paraşütü olarak ortaya çıkmıştır. Bu duruma karşın diğer katılımcıların hiçbirini seçtikleri etkinliği daha önce sanal ortamda deneyimlememişlerdir.

Katılımcıların sanal gerçekliğe yönelik bir fikirleri ya da farklı uygulamalar üzerinden deneyimleri olsa da macera rekreasyonu için seçilen etkinlikler özelinde sanal ortam deneyimleri bulunmamaktadır.

Katılımcıların sanal ortamda deneyimledikleri etkinliklere yönelik tatminleri incelendiğinde Y ve Z kuşaklarının tatmin düzeyi benzer şekilde “orta” olarak sonuçlandırılmıştır. Y kuşağı üyesi katılımcılarından hiçbiri düşük tatmin belirtmemiştir ve yüksek tatmin belirten katılımcı sayısı Z kuşağından daha yüksektir. Bu bilgiler ışığında kuşaklar ve sanal ortamda gerçekleştirilen etkinliklerden elde ettikleri tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sanal ortamdaki bu etkinlik deneyimini Y kuşağı yoğun şekilde tekrar yaşamak isterken Z kuşağında çoğunluk “kararsız” ve “evet” eğilimindedir. Y kuşağı sanal gerçeklik deneyiminden Z kuşağına göre daha fazla etkilenecek deneyimi tekrarlamaya yönelik olumlu görüş bildirmişlerdir. Z kuşağında bu deneyimi tekrarlamak istemeyen bireylerin daha çok olması iki kuşak arasında sanal gerçeklik ve gerçeklik arasındaki algılarının beklenenin tam tersine bir eğilim gösterebilmesi durumunu ortaya koymaktadır. Z kuşağının çabuk tüketen yapısı belki de şimdiden bu teknoloji için bir doyuma ulaşırken, Y kuşağı için halen irdelenmesi, derinlemesine incelenerek kullanılmasına yönelik bir merak unsuru bulunmaktadır. Z kuşağının Y kuşağından daha çok eğilim gösterebileceği düşüncesine yönelik karşı bir durum oluşturabilecek bu görüşler kuşaklar arası bazı farklılıkları ortaya koymaktadır. Kuşakların deneyimledikleri VR etkinliklerden elde ettikleri tatmin düzeyi ile sanal ortamda tekrar deneyimleme isteği arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sanal gerçeklik teknolojisini deneyimleyen katılımcılar, sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olmaya yönelik çarpıcı bir isteğe sahip olmuşlardır. Y ve Z kuşaklarının benzer görüş bildirdiği bir başka durum olan sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olma isteği yoğun şekilde “evet” olarak sonuçlanmış ve neredeyse tüm bireyler birçok çeşitli sebepten kaynaklanan sahip olma isteği geliştirmişlerdir. Bu sonuçlar sanal ortamda gerçekleştirilen etkinlikten elde edilen tatmin düzeyi ile sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olma isteği arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

Sanal ortamda seçtiği etkinliği deneyimleyen katılımcılar bu etkinliği gerçek hayatta deneyimlemeye yönelik bir motivasyon geliştirmektedirler. Y ve Z kuşakları benzer görüş bildirerek sanal gerçeklikte deneyimledikleri etkinlikleri gerçek hayatta

deneyimlemeye yönelik bir harekete geçme, yaklaşma dürtüsüne sahip olduklarını belirtmişlerdir. Çok az katılımcının motivasyon geliştirmemesinin nedeni sanal gerçeklik uygulamasının veya çalışma bünyesindeki ekipmanların sınırlılıkları olarak görülmektedir. Sanal ortamdaki tatmin düzeyi ile gerçek hayatta deneyimlemeye yönelik motivasyonun artması arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sanal gerçeklikte gerçekleştirilecek etkinlik bireyi ne kadar tatmin ederse birey o kadar gerçeğe yönelik motivasyon geliştirmektedir. Bu durum bir çelişkiyi ve tartışmayı da beraberinde getirmektedir. Sanal gerçeklik teknolojisinin gerçek hayattaki etkinlikler ya da turizm kapsamındaki negatif etkiler barındırdığına dair görüşlerin aksine bireyler sanal gerçeklik ile çeşitli konu ve durumlar özelinde belirli bir aşama kaydederek gerçeğe eğilim gösterebilmektedirler.

Katılımcıların çok büyük bir kısmı imkanları olsa sanal ortamda deneyimlediği etkinlikleri gerçek hayatta deneyimlemeyi daha çok istediklerini belirtmişlerdir. Bu durum çalışmada beklenmedik sonuçlardan bir tanesini ortaya konmaktadır. Çalışma özelinde, katılımcıların sanal gerçeklik etkinliklerinden etkilenecek daha çok sanal gerçeklik üzerinden etkinlik deneyimlemeye eğilim göstereceği öngörülmüştür ancak sanal gerçekliğin sağladığı koşul ve imkanlara, fırsat ve kolaylıklara rağmen katılımcılar deneyimleri gerçek hayatta yaşamaya daha çok eğilim göstermişlerdir. Tercihlerini çeşitli nedenlerden kaynaklı olarak gerçek hayata yönelik kullanan bireylerin tatmin düzeyleri de farklı seviyededir. Sanal etkinlikten yüksek tatmin belirten kullanıcılar dahi etkinliği gerçek hayatta deneyimlemeye yönelik tercih belirtmişlerdir. Y ve Z kuşakları bu durumda da benzer görüşler belirtmişlerdir.

Sanal ortamda gerçekleştirmeye yönelik tercih belirten katılımcılar bu eğilimin sebebini açıklarken genellikle güvenlik avantajından, riskin az olmasından, seyahat sürelerinin ortadan kalkmasının olumlu bir durum olduğundan ve fiyatlardan bahsetmektedir. Tekrarlanabilirlik ve korku faktörlerini de öne süren katılımcılar sanal gerçeklik teknolojisinin geliştirilebilirliğine de vurgu yapmışlardır.

Kulakoğlu (2022)'nin çalışmasında da katılımcılar *“Gerçek hayatta yapamayacağınız bir şeyi sanal ortamda yapabiliyorsunuz, hem de güvenle... herhalde en olumlu yanı bu.” (Katılımcı 18)* ve *“Deneyimin olumlu yanları çok fazlaydı. Hiç görmediğim bilmediğim bir yeri deneyimlemiş oldum, yani normalde kaç saatimi alacak bir yol. Bunu yapmak yerine birkaç dakika içinde koca bir şehri*

gezdim.”(Katılımcı 4)” açıklamaları ile hem güvenlik hem de seyahat ederken geçirecekleri vakit ile ilgili sanal gerçekliğin sağladığı faydalara değinmişlerdir.

Çalışma bünyesindeki katılımcılar K23; “Sanal gerçeklik gözlüğüne bir kez para verdiğimde defalarca balon etkinliğini deneyimleyebilirim bu harika ve daha uygun.” açıklaması ile maliyet ile ilgili faydaya, K3; “Seyahat ederek vakit kaybetmeyeceğim, istediğim zaman yapabilirim.” açıklaması ile zamansal bir faydaya ve K5; “Kaza riski yok.” , K9; “Gözlüğü çıkardığım an karada olmak güvenli olduğu için sanal gözlük ile risk almak daha kolaydır.” K15; “Daha az riskli.” açıklamaları ile güvenlik konusundaki faydalarına değinmişlerdir. Çalışmalara katılım gösterenlerin görüşleri bu noktalarda da benzerlik taşımaktadırlar.

Gerçek hayatta etkinliği deneyimleme konusunda tercihini kullanarak eğiliminin çoğunlukla gerçek hayat olduğunu belirten katılımcıların ise belirttikleri en önemli husus hissiyat ve duysal açıdan tatmin olmaktır. Özgürlük ve keşfetme arzusunun sanal gerçeklik ortamında tam olarak yaşanılmadığına vurgu yapan katılımcılar temiz hava ihtiyacını, seyahat deneyimini ve temas ihtiyacını bulundukları ortamdan karşılayabilmenin mümkün olmadığını da belirtmektedirler. Gerçekliğe olan ihtiyaç, sosyal etkileşim ve anın paylaşılması gibi hususların da önem arz ettiğini belirten katılımcılar gerçek bir deneyimin yerini sanal ortamda gerçekleştirilen deneyimin alamayacağı görüşünde birleşmektedirler.

Kulakoğlu (2022)’nın yaptığı araştırmada “*elde edilen sonuçlara göre, rekreasyon işletmelerinde sunulan sanal gerçeklik teknolojisi tabanlı uygulamaların, kullanıcı tarafından kabul edilmesi; kullanıcısına fayda sağlamasına, eğlence düzeyinin yüksek olmasına ve kullanıcı nezdinde yeni bir gerçeklik algısı oluşturmaya bağlı olmaktadır. Öte yandan deneyimlenen uygulamaların gerçekçi, sürükleyici, faydalı ve eğlenceli olması, katılımcıların tekrar kullanım ve tavsiye niyetlerini yüksek düzeyde etkilese dahi, fiziksel bir deneyimin yerini alamamaktadır.*” sonucuna ulaşılmıştır ve iki çalışmanın sonucu birbirini destekler niteliktedir. Kulakoğlu (2022)’nin çalışmasında katılımcılar sanal gerçeklik ve gerçek hayatta etkinliği gerçekleştirmeye yönelik görüşlerini; “*”Yerini alamaz ama tamamlayıcısı olur diye düşünüyorum ben. Yani çünkü gidip bir şeyi yerinde görmek ya da o duyguyu özellikle, gittiğiniz yerde mesela çok merak ettiğiniz bir yere gidiyorsunuz... yaşadığınız o mutluluk o duygu farklı bir şey olacağını düşünüyorum ben.*” (Katılımcı

2)”, ““Tamamen yerini alamaz tabii ki... gerçek yaşama dokunmakla onu sadece görüp hissedebilmek arasında birçok fark vardır.” (Katılımcı 6)”” ve ““Günlük hayatta yapamadığım şeyleri bu uygulamalar ile yapabilirim. Ama gerçekte yapabileceğim bir şey ya da gidebileceğim bir yerse, o zaman gerçeğini tercih ederim tabii ki.” (Katılımcı 23).” Olarak gerçek hayatta etkinlik denemeye daha yakın oldukları şeklinde belirtmişlerdir. Bu durum çalışmamızı destekler nitelikteki sonucu öne çıkartmaktadır. Bu çalışma bünyesindeki katılımcılar ise;

“K2; “Adrenolini, aksiyonu canlı yaşamak isterim.””

“K11; “Sanal içinde suya dokunamadığım için sanal yerine gerçek bir deneyim beni daha çok heyecanlandırır.””

“K35; “Doğayı canlı hissetmek (rüzgâr, taşa dokunmak vs.).””

“K26; “Seslerin duyu düzeyi, gerçek seslerin ihtiyacı.””

“K39; “Temiz hava alabilirim.””

“K11; “Küreği ben çekebilirim.””

“K7; “Havanın değişmemesi sebebiyle temiz hava ihtiyacımı karşılayamıyorum.”

“K42; “Seyahat deneyimini de yaşamak bana haz verir.”” görüşleri temelinde birleşen ve birbirini destekleyen açıklamalar ile tercihlerinin sanal ortamda deneyimledikleri aynı etkinliği gerçek ortamdaki rekreasyon alanında deneyimlemekten yana olacağını belirtmişlerdir.

Gerçek hayatta rekreasyon etkinliklerine katılım çoğunlukla seyahat etmeyi de gerektirmektedir. Duyusal faktörlerin geliştirilmesi sanal ortamda gerçekleştirilecek seyahat deneyime ekstra bir nitelik katabilmekte ve deneyimin güçlenmesine katkı sağlayabilmektedir. Çalışmadaki kısıtlardan bir tanesi de duyusal faktörleri sadece görsel ve işitsel olarak uyarıcı ekipmana sahip olarak deneyimi gerçekleştirmektir. Kuru ve Akdoğan (2022) yaptıkları çalışmada sanal seyahat pazarlamasında duyu unsurunun önemine değinmişlerdir. Bireydeki görsel ve işitsel uyarıcıları harekete geçiren duyu faktörü deneyimin sürükleyici olmasına katkı sağlamaktadır. Kuru ve Akdoğan (2022), “Sanal seyahat deneyiminden algılanan sanal seyahat duyusunun sanal seyahat deneyimiyle ilgili memnuniyet üzerinde (yaklaşık % 74) olumlu etki

oluşturduğu” ve “...sanal seyahat deneyiminden duyulan memnuniyetin, kullanıcıların ziyaret niyetini olumlu yönde etkilediğini göstermiştir.” sonuçlarına ulaşmışlardır. Bireylerin tatmin düzeyleri, sanal ortamda etkinlik tekrarlama niyetleri de bu eksikliklerden doğrudan etkilenebilmektedir. Ayrıca katılımcıların profili çalışma sonuçlarını doğrudan etkilemektedir. Ayrıca duyusal olarak gerçekliğe en yakın hissiyat verilse bile üye oldukları kuşakların özelliklerini taşıyan bireyler yine de gerçek hayattaki etkinlikleri tercih edebilmektedir.

Katılımcılar sanal deneyim sonrasında sanal deneyime ilişkin belirttikleri olumlu birçok görüşe rağmen çeşitli nedenlerin sebebi olarak tatmin düşüklüğü ve memnun olmama durumlarını ifade etmişlerdir. Görüşleri olumlu olan katılımcıların genellikle risk, kaza, maliyet ve deneyimin tekrarlanabilirliği ile maliyet gibi hususları ön plana koyduğu görülmektedir. Katılımcıların olumsuz görüşe neden olmalarının genel sebepleri ise gerçeklik hissiyatının, hislerinin ve duyusal tatminin düşük olması, deneyim içerisinde özgürce hareket etme imkanlarının olmaması gibi konular temel olarak değindikleri hususlar olarak öne çıkmaktadır.

Macera rekreasyonunun yapısı, macera rekreasyonuna katılım gösteren bireylerin beklentileri ve risk alma davranışları da sanal gerçeklik özelindeki çalışmaların hem avantajına hem de dezavantajına durumlar oluşturabilecek durumlardır. Macera rekreasyonu katılımcılarının kendini gerçekleştirme, meydan okuma, risk ve adrenalini hissetme merakları gibi durumlar sanal gerçeklik deneyimine karşı ön yargılar oluşturabilir. Hissiyatın gerçeğe yakın verilmesine rağmen gerçekteki histen ve farklı etkileşim durumlarından kaynaklı olarak sanal gerçeklik teknolojisi yerine gerçek hayattaki etkinlikler ısrarla tercih konusu olabilecektir.

Çalışmadaki kısıtlardan biri de duyusal uyarıcıların sadece görsel ve işitsel olmasıdır. Bunun geliştirilebilirliğinin doğrudan ortadan kaldırılabilceği durumların mevcut olduğu Kulakoğlu (2022)’nin yaptığı çalışmadaki katılımcıların gerçeklik unsuruna ilişkin yaptığı yorumlarla ortaya konmaktadır. *““Oldukça gerçekçiydi. Atlayışta hem vücudumun sanal halini görüyordum hem d çevre çok gerçekçiydi... etraftaki nesneler, atmosfer oldukça gerçekçiydi... Gerçekten aşağıya atlıyormuş gibi hissettim, hatta görevli arkadaş gerçekten düşeceğimi sanmış beni tutmaya hazırlanmış o anda (gülüşme).” (Katılımcı 15)”* , *““...dokunma hissini yaşatan*

kumanda benzeri geri bildirim cihazları dağıtıldı girişte. O cihaz sayesinde odadaki herhangi bir şeyi tutup inceleme, yerini değiştirme şansım vardı. Zaten bu sayede sanal kaplumbağaları da besleyebildik.” (Katılımcı 5)”, ““Hem görsel içeriğin kalitesi hem simülasyondaki nesnelerin çok gerçek görünmesi, hem de olayın akışı çok gerçektir. Bir de deneyim sırasında sesler de çok güçlüydü, hangi tarafımdan ses geliyorsa oraya dönmek istedim. Sesler, rüzgar esintisi, ayağıma takılan bazı şeyleri çok gerçekçi bir şekilde hissettim.” (Katılımcı 7)”.

Aksayım (2019) gerçekleştirdiği çalışmada sanal gerçeklik oyunlarında uygulanabilen farklı etkileşim yöntemlerinin oyuncu deneyimleri üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlamıştır. Sonuçlar incelendiğinde ise daha fazla hareketlilik gerektiren oyunlarda daha çok varlık hissi sağlanmıştır. Varlık hissinin yüksek olması olumlu bir durum olarak görülmektedir. Varlık hissinin bu kadar yüksek olmasının yarattığı dezavantaj ise oyunun oynanabilirliği ve fiziksel aktivite arasındaki dengenin kurulabilmesi için kullanıcının daha fazla çaba sarf etmesi olarak görülmektedir. Bu durumun oyunun kullanılabilirliği / oynanabilirliği üzerinde negatif bir etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Bu sonuçlar katılımcılar eğer daha fazla ve daha özgür bir sanal gerçeklik etkinliğini deneyimleyebilseydi muhtemel ortaya çıkabilecek sorunlardan birine işaret etmektedir. Bu sorun Aksayım (2019)’ın çalışmasındaki sorun ile aynı şekilde ortaya çıkabilecektir. Katılımcıların bunun eksikliği nedeniyle negatif görüş bildirmesi ve bu teknolojiyi kullanan bireylerinde negatif bir görüş bildirmesi katılımcılar / oyuncular üzerinden bir tartışma konusunu ortaya çıkartmaktadır.

Kulakoğlu (2022)’nin çalışması ile bu çalışma arasındaki ortak noktalardan bir tanesi gerçeklik hissinin eleştiren katılımcıların görüşleri olarak görülmektedir. Kulakoğlu (2022)’nin çalışmasında katılımcıların “Tam anlamıyla gerçekçi olduğunu düşünmüyorum. Sonuçta sanal bir uygulama, teknolojiye dayalı bir şey. O yüzden çok gerçekçi olduğunu düşünmüyorum.” (Katılımcı 20) ve “Kesinlikle çok gerçektir diyemem. Sonuçta sadece bir gözlük takıyorsunuz ve ekranda bir şeyler seyrederirsiniz... İstanbul’un üzerinde uçuyorsun falan... orada benim gibi izleyen diğer insanları da görüyordum, soyutlanmadım yani ortamdan... gördüklerim gerçek miydi ama gerçektir tabii.” (Katılımcı 13). İfadeleri gerçekçilik düzeyine getirilen eleştirilerdir. K2; “Adrenalini, aksiyonu canlı yaşamak isterim.”K1; “Riski sanal gerçeklikte yüzde yüz hissedemiyorum, ortamdan kopuş olsa da birçok hissiyat

eksikliği var.” ve K14; “Anın içinde olmak, sallanma ve dalganın verdiği hareket hissiyatını yaşamak.” ise çalışmadaki gerçeklik eksikliğine vurgu yapan görüşlerini belirtmişlerdir. Kimi kullanıcılar için gerçekliğin eksikliği negatif görüşler oluşturmaktadır. Bazı katılımcılar ise sanal gerçeklikte olmalarını bilmelerine rağmen bunun pozitif yönde bir etki yarattığını belirtmişler ve bunu risk ve kaza gibi farklı faktörlere bağlamışlardır. K9; “Gözlüğü çıkardığım an karada olmak güvenli olduğu için sanal gözlük ile risk almak daha kolaydır.” K8; “Gerçek hayatta bu deneyimin bana ne sonucu olacağını bilmiyorum.”

Çalışma diğer çalışmaların sonuçları ile birbirini destekler niteliktedir. Aylan ve Aylan (2020)’in çalışmasındaki sınıflandırmaya ilişkin getirilen eleştiri doğrultusunda alanyazında yer almayan yeni bir sınıflandırma barındırmaktadır. Çalışma toplumların dijitalleşme sürecinde maruz kaldıkları gelişim, değişim ve dönüşüm unsurlarına değinse de sosyal medya ve e-oyunlar özelinde bireylerden herhangi bir veri toplanmamıştır. Alanyazın kısmında vurgulanmak istenen durum, toplumların yaşadığı dönüşüm sonucunda sosyal hayatlarındaki tüm davranış ve değerlerin dijitalleşmeye başlaması ve öyle ki bunun sonucunda robotlar, hologramlar ile evlilikler yapılmasıdır. Bunun yanı sıra oyunlar özelindeki gelişimlerin, oyun şirketlerinin gelirlerinin büyüklüğüne vurgu yapılmak istenmiştir. Sosyal medya üzerindeki kullanıcılar artık yapay zeka tarafından üretilen karakterleri dahi takip etmektedirler. Tüm bu gelişmeler dijitalleşmenin birer unsuru olarak verilmiş ve toplumların bu değişime eşlik eden rekreasyon etkinlikleri ve etkinlikler özelinde de macera rekreasyonu etkinliklerinde de sanal gerçekliğe karşı eğilimleri, tutumları, tatmin ve tercihleri araştırılmak istenmiştir. Sanal gerçeklik teknolojisi ile deneyimlenen etkinliklerin gerçek hayattaki deneyimlere karşı ciddi bir katılımcı tarafından tercih edileceği ön görülmüş ve tatmin düzeyleri düşük olmamasına rağmen katılımcılar bahsedilen çeşitli ve birçok nedenden kaynaklı olarak halen gerçek hayattaki etkinlikleri yoğun şekilde ve kuşak fark etmeksizin tercih etmektedirler. Bu durum farklı alan ve durumlarda ele alınarak farklılaştırılabilir bir durum olarak değerlendirilebilir. Bilgisayar oyunları, e-oyunlar ya da mobil oyunlar ile sokakta oyun oynama, rekreasyon etkinliklerine katılma arasındaki tercihlerin daha çarpıcı sonuçlar ortaya koyabileceği düşünülmektedir. Bu tarz sonuçlara ulaşabilmek için konuların birbirleri farklı kombinasyonlar halinde bağdaştırılması ve karşılaştırılması gerekmektedir.

Çalışma risk, maliyet ve zorluk algılarını barındıran ve katılımcıların bu algıların gerçek hayatta karşılamayacakları düzeyde olmasına rağmen sanal ortamda katlanabilmeleri çalışmadaki farklılıklardan bir tanesi olarak öne çıkmaktadır. SOR teorisine dayandırılan diğer çalışmalarda niyet, satın alma davranışı gibi parametreler bulunurken çalışma özelinde SOR teorisi yakınlaşma/kaçınma durumunu inceleme görevini üstlenmiştir. SOR teorisi gerçek dünya için geliştirilmiştir ancak bu çalışmada sanal bir deneyim üzerinde değerlendirilmiştir. Sanal ortam ve sanal gerçeklik üzerinde SOR teorisi ile farklı çıktılar hedefleyen ve modelleyen çalışmalar da bulunmaktadır (An vd., 2021; Kim vd, 2020a; Rajaguru, 2014; Kuru ve Akdoğan, 2022).

Araştırma rekreasyonun, sanal gerçekliğin ve birleştikleri noktanın geleceğe dönük olarak nereye evrileceğine ilişkin bilgileri barındırmaktadır. Mevcut durumdaki sonucun yakın gelecekte henüz sanal gerçekliğin gerçek hayattaki etkinliklerin yerine geçemeyeceği sonucuna ulaşılsa da sanal gerçeklik teknolojisinin hem rekreasyon alanı özelinde hem de genel olarak toplumların hayatında önemli bir ilerleme kaydettiğini söylemek mümkündür. Gelecekte yapay zeka ile sanal gerçeklik ortaklığında rekreasyon etkinlikleri bireye özel geliştirilen durumlara söz konusu olabilecektir. Teknolojinin sonsuz birleştirici unsurları ve yaratma imkanı sayesinde her birey kendi talepleri doğrultusunda hayal gücünü kullanarak eşsiz ve özgün lokasyonlar oluşturabilecek ve buralarda istedikleri etkinlikleri gerçekleştirebileceklerdir. Belki de tasarladıkları sanal lokasyonlarda gerçekleştirdikleri sanal rekreasyon etkinliklerinin satışını dahi yapabileceklerdir. Bu durumlar gelecekte rekreasyon alanlarının sanal ortamlarda tasarlanmasına, yeni rekreasyon etkinliklerinin ortaya çıkmasına, yeni ve sürekli değişebilecek rekreasyon sınıflandırmalarının alanyazında yer almasına ve tasarımların, yeni etkinliklerin maddi bir getiri sağlayabilecek duruma gelmesine neden olabilecektir. Bu durumların bireysel, toplumsal ya da işletmeler açısından yaratabileceği olumlu ve olumsuz durumlar başka bir çalışma konusu olarak ele alınabilir.

Tüm bulgular, analizler, ilişkili çalışmalar incelendiğinde, sonuç olarak katılımcıların sanal gerçekliğe ilişkin olumlu görüşleri bulunmaktadır. Sanal gerçeklik olumlu görüşler taşımalarına rağmen incelenen farklı çalışmalarda ve bu çalışma sonucunda sanal gerçeklik teknolojisi ise deneyimlenebilecek sanal rekreasyon

etkinlikleri ve sanal macera rekreasyonu etkinlikleri henüz gerçeğin yerini alabilecek durumda değildir. Katılımcılar sanal gerçeklik ile etkinlikleri gerçekleştirmenin yardımcı bir faktör olarak onları motive edici, gerçeğe hazırlayıcı bir unsur olarak görmektedir. Sanal gerçeklik teknolojisi mevcut durumda rekreasyon etkinlikleri için gerçekte yapılmasına yönelik güdüleyici bir yardımcı unsur konumunda yer almaktadır. Sanal gerçeklik teknolojisi aynı zamanda doğrudan etkileri ile rekreasyon etkinliklerine katılımı artırabilmektedir. Bu etkinin en temel sebebi daha önce değinilen sanal gerçekliğin kısıtlamaları ortadan kaldırma gücü olarak görülmektedir. Öneriler kısmında sanal gerçeklik teknolojilerinin gerçek etkinliğin yerine geçebilmesi hususunda geliştirilebilir yönleri ele alınmıştır. Geliştirilebilir yönlerinin yanı sıra, katılımcılar, sonraki çalışmalar, paydaşlar özelinde de öneriler geliştirilmiştir.

Teknolojinin içine doğan kuşaklar teknolojiyi kullanma ve teknolojiye uyum sağlama konusunda sorun yaşamamaktadırlar. Sanal gerçeklik teknolojisi gün geçtikte gördüğü değer, kullanım alanları ve kullanıcı sayıları bakımından gelişme göstermektedir. Sanal gerçeklik teknolojisinin kullanıldığı alanlardan olan rekreasyon ve turizm alanları da bu gelişmeleri yakından takip etmekte ve sektördeki işletmeler kendilerini bu teknoloji ile güçlendirme yolunu seçebilmektedirler. İşletmelerin sanal gerçeklik teknolojilerini kullanarak sağlayabileceği faydalar hizmet alanlarına göre değişiklik gösterse de mutlaka bir faydaya neden olduğu açıktır. Sanal gerçeklik teknolojisinin rekreasyon etkinlikleri ve işletmeleri ile ilişkili olarak geliştirilmesi ve uygulanabilirliğinin sağlanması tüm bu konular özelinde büyük önem arz etmektedir.

Katılımcıların tercihleri, tercihleri sonucunda yaşadıkları deneyimler ve deneyimlere yönelik görüşleri rekreasyon alanında ve rekreasyonun potansiyel tüm katılımcıları adına önemli ve geliştirilebilir seçeneklerin ortaya koyulmasına yardımcı olmaktadır. Diğer çalışmalar ile bağdaşan ve çatışan sonuçlar ise alanyazına eklenecek yeni bir çalışmanın gerekliliğini ortaya çıkartmaktadır. Uygulanan araştırma yöntemi, deneyim sağlanan teknolojik ekipmanlar ve katılımcıların kuşakları ile sayıları geliştirilebilir ve üzerine konulabilir bir temel oluşturarak sanal gerçekliğin rekreasyon alanındaki uygulanabilirliğine ve görünürlüğüne önemli bir katkı sunacaktır.

Katılımcıların sanal gerçeklik teknolojisine yönelik gösterdiği tepkiler, tutumlar ve söylemler neticesinde teknolojinin rekreasyon etkinliklerine entegre edilmesi konusunda eksiklikler ve çeşitli gereksinimler bulunmaktadır. Bu eksik ve

gereksinimlerin çalışma özelinde tespiti ve yorumlanması ile en çok göze çarpan durumlar neticesinde paydaşlar açısından geliştirilen önerilerin yanı sıra akademik çalışmalarda sonuçların geliştirilebilmesi, giderek artan çalışmaların dikkate alması ya da gelişmiş çalışmalar gerçekleştirilebilmesi için farklı durumlar için sunulan çeşitli öneriler aşağıda yer almaktadır.

- Çalışmanın gerçekleştirildiği Ankara'nın Mamak ilçesinin sosyal ve kültürel durumu çalışmada ortaya çıkan bulgular üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilmektedir. Ankara genelinde veya büyük diğer ilçelerinde gerçekleştirilebilecek daha kapsamlı ve kapsayıcı çalışmalar konu hakkında sonuçların derinleştirilebilmesine olanak sağlayabilecektir.
- Gözlüklerin ergonomik hale getirilmesi de kullanıcı ve katılımcılar açısından olumlu bir durum yaratacaktır. Hareketli halde katılabilecekleri bir uygulama yaratıldığında katılımcıların fonksiyonel olarak sürekli hareket edecek olması gözlüklerin ağırlığı ve çıkabilecek, düşebilecek durumda olmalarından ziyade daha net şekilde kullanılabilen, hafif ve sabitlenebilir bir hale getirilebilir.
- Macera rekreasyonunun doğasında olan ve macera rekreasyonu etkinliklerinin tercih edilmesinin temel sebebi olan meydan okuma, risk alma ve etkinlik sonucunun belirsiz olması gibi durumların net bir şekilde katılımcıya aktarılabilmesi açısından her katılımcı için oluşturabilecek farklı kalibrasyon ayarlarının oluşturulması gerekmektedir.
- Dijital rekreasyon işletmelerini kullanan ziyaretçilere ilişkin verilerin sürekli ve güncel halde saklanması ve işlenmesi geliştirilebilir yönler, eleştiriler ve beklentiler yönünden büyük önem arz etmektedir.
- Sanal gerçekliği destekleyici, denetleyici ve geliştirici birimler katılımcı, ziyaretçi ve misafir özelindeki deneyimlerin yüksek düzeyde uygulanmasına, geri dönüşlerin sağlıklı alınmasına yardımcı olurken işletmeler ve devlet bünyesinde bakanlıklar destinasyon, turizm ve rekreasyon türüne ilişkin alanlarda güncel rekabet gücünü elde tutabileceklerdir.
- Meta Store üzerindeki uygulamaların etkinliklere ilişkin yeni sürümler, yeni uygulamalar oluşturacak şekilde güncellenmesi kullanım düzeyini

artırabilecektir. Ücretli uygulamalara eklenecek farklı sosyal ekosistemler ile kullanıcı bütünlüğü sağlanmalıdır.

- Katılımcıların tatmin düzeyini, tercihlerini ve tekrarlama isteklerini doğrudan etkileyen etkileşim konusu ön plana çıkmaktadır. Meta Store da olmayan ve etkileşim yönü zayıf olan oyunların ve sistemlerin, kürek çekme, tırmanma, yürüme gibi birçok aktiviteyi destekleyecek şekilde geliştirilmesi.
- Meta Store üzerinde var olmayan macera rekreasyonu ve diğer rekreasyon etkinliklerinin üretilerek kullanıma sunulabileceği süreçlerin planlanması ve uygulanması eksikliklerin giderilmesinde önemli bir rol oynayacaktır.

Akademik açıdan ise;

- Sosyal etkileşim faktörü artırılarak çalışma yeniden denenebilir.
- Gerçek deneyim ile sanal deneyim arasındaki tercih farklılıklarını oluşturan sosyal etkileşim, risk alma, korku, duyu eksikliği gibi faktörler ayrı ayrı çalışmalarda ele alınarak değerlendirilmeli ve beklentilere yönelik çıkarımlar bu çalışmalar aracılığıyla daha kesinleştirilebilir sonuçlar barındırmalıdır.
- Çalışma farklı şehirlerde, farklı ülkelerde ve farklı refah düzeyine sahip toplum ve bireyler üzerinde yapılarak değişiklik gösteren yanıtlar, beklentiler ile tatmin olunan durumlar ve gerçekleştirilen tercihler birbirini destekleyen çalışmalar ile küresel düzeyde bir verinin ortaya konulmasını sağlayacaktır.
- Seçilen etkinliklere uygun olarak temin edilecek sensörler ile etkinlik deneyiminin hissiyatının artırılması tatmin, tercih ve tekrarlama isteğine etki edebilecektir bu yüzden gerekli sensörler temin edilebilirse daha etkili bir uygulama yapılabilir.
- İçerikler video olarak gerçek destinasyonlar verildiğinde hareket, işlevsellik ve duyu özellikler kısıtlanmakta, oyun olarak düzenlendiğinde ise gerçeklik algısından uzaklaştırabilecek durumdaki animasyon kurgular kullanılmaktadır. Gerçeklik tabanını videoların oluşturduğu bir uygulamaya eklenecek hareket kabiliyetlerinin sensörler ile kullanımının uyarlanması kullanıcı deneyimi açısından çok büyük önem arz etmektedir.

- X kuşağının da çalışmaya dahil edilmesi daha farklı gruplar arasındaki tercih ve tatminlerin incelenmesini sağlayacak ve geniş sonuçların elde edilmesine yardımcı olacaktır.
- Katılımcıların duyuşal ifadelerinin de ölçülebileceğı sensörler ile desteklenerek verilecek cevapların tutarlılığının tespit edilebilecektir. Katılımcı cevaplarının doğruluğı yüz ifadeleri ile onaylanırsa katılımcıların çelişkili ifadeleri ortadan kalkacaktır.
- Sanal gerçekliğın paydaşlar tarafından desteklenerek geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir. Teknoloji şirketlerinin de rekreasyon ve turizm alanında bu uygulamaların geliştirilmesine ön ayak olmaları hem sanal gerçeklik kullanımını hem de sensörler yardımıyla deneyim hissiyatını daha yukarı çekebilecek sistemleri edinme konusunda yardım sağlayacaktır.
- Rekreasyon Yönetimi ve turizm alanında eğitim veren fakültelere eklenebilecek metaverse ve sanal gerçeklik teknolojileri üzerinde destinasyon yaratma, karakter oluşturma, mekan oluşturma gibi dersler alanda yetişecek bireylerin diğier alanlarda ihtiyaç duyacakları teknolojiler hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlayacaktır.
- Görme engelli bireylerin bu tarz çalışmalara katılabilmesi ve deneyim yaşayabilmesi için koku, his, dokunsal bilgi ve tat duyusunun organize edilebileceğı bir organizasyon oluşturulabilir.
- Bu çalışmada tatmin düzeyinin yüz takip sistemleri ile detaylı ölçümlerine değinilmemiştir. Mevcut durumu tespit etmek amacıyla tercihlerdeki eğilimlerin ne yönde olduğunun katılımcılar bazındaki sonuçlarına ve sanal gerçeklik etkinliğinden elde edilen tatmin düzeyinin yalnızca katılımcı tarafından ifade ile belirtilmesine değinilmiştir. Sonraki çalışmalarda daha kapsamlı teknolojik unsurlar ile bireyin duyuşal olarak tepkimelerini ölçebilecek cihazlar, tatmin düzeyini mimikler üzerinden ölçebilecek makineler ve bireyin duygu değışimleri ile vücut hareketlerinin analizini yapma yeteneğı olan ekipmanlar kullanılarak daha detaylı bir çalışma yapılabilir.

- Kuşakların artırılması ve kuşaklara ait daha fazla katılımcıya ulaşılması kuşaklar arası farkların daha net ortaya konulmasını sağlayacaktır. Böylece geleceğe yönelik pazarlama, tutundurma ve araştırma geliştirme faaliyetleri daha etkin yürütülebilecektir.
- SOR teorisinin her adımında daha fazla bileşen kullanarak oluşturulabilecek ve pazarlama ile ilişkilendirilebilecek bir çalışma alanyazındaki başka bir boşluğu doldurmaya yardımcı olacaktır.
- Üniversiteler bünyesinde, teknokentlerde veya araştırma geliştirme merkezlerinde oluşturulabilecek bir uygulama alanı sanal gerçeklik ile ilgili çalışmalar açısından büyük bir katkı sağlayacaktır. Uygulama alanlarının aynı zamanda tıp, kimya, biyoloji gibi birçok farklı alana da faydaları olacaktır. Sanal gerçeklik teknolojisini barındırdığı farklı duyu ve hareket sensörlerinin önemli bir ölçüde bu alanlarda bilimsel çalışmalar açısından kullanıma sunulması çalışmaların boyutunu ve etkililiğini önemli ölçüde artıracaktır.

Sanal gerçeklik teknolojisinin yaygın kullanımı ve ilgiyi üzerine çekebilmesi için öneriler;

- Sanal gerçeklik teknolojisinin bir bileşeni olan meta evrenler aracılığıyla gerçek etkinliklerin gerçek ortamda yapılmasının yanı sıra dünya çapında ilgi gören ancak gerçek hayatta ziyaret edilemeyen mekanların ziyaret edilmesi sağlanarak ciddi bir gelir oluşturulabilir. Örneğin; Yüzüklerin Efendisi film serisinin geçtiği Orta Dünya evreni meta evren sayesinde boyutlandırılarak oluşturulabilir ve katılımcıların ziyaret ederek “doğa yürüyüşü” etkinliğini gerçekleştirebilecekleri bir alan haline getirilebilir. Harry Potter gibi milyonlarca izleyiciye ulaşmış bir film serisinde gerçekleştirilen ve evrene ait bir takım oyunu olan “Quidditch” sporunun sanal gerçeklik teknolojisi ile hem oyuncu hem de seyirci olarak katılımcılara ve sporculara sunulması da farklı birçok sektörü ve bileşeni bir araya getirerek önemli miktarda gelirler sağlayabilecek potansiyeldedir.
- Dini inançlarına göre ibadet edecek bireylerin gerçekleştirecekleri “hac” ibadetlerine ulaşmalarını kolaylaştıracak bir geliştirme olarak, ibadet yapılacak alanların ve ibadet ritüellerinin gerçekleştirileceği mekanların

oluşturulduğu ve sensörler aracılığıyla hareketlerin detaylandırıldığı bir sanal ortam ve ortamı destekleyen uygulamalar sayesinde ibadetini gerçekleştirmek isteyen ancak gidemeyecek durumdaki bireylere çeşitli kolaylıklar sağlanabilir. Bu durum ibadetlerin inanışlara göre kabul görüp görmeyeceği tartışmalarını da beraberinde getireceğinden bu noktada da gereken araştırmalar ve çalışmalar yapmak zorunlu olacaktır.

- Seyahat şirketlerinin elini güçlendirebilecek şekilde gidiş yönü belli olmayan, spontane seyahat etme ihtiyacı olan turistler için kuracakları sanal gerçeklik merkezleri birkaç farklı destinasyonda sanal gezi yaptırabilir. Bu sanal gezilerin birey üzerindeki etkisi o destinasyonu ziyaret etmeye yönelik ilgisini ve niyetini artırabilir. Destinasyonlar bu yolla turist kazanırken, turistler de bilmedikleri destinasyonlar hakkında ön bilgiye sahip olmuş olacaklardır. Thomas Cook şirketi tarafından 2014 yılından beri var olan ‘Try Before You Fly’ Uygulaması bunun bir örneği olarak gösterilebilir ve geliştirilmeye açık olarak değerlendirilebilir. Türkiye’de ise Jolly Tur sanal gerçeklik gözlükleri ile seyahat öncesi bilgi vermek amacıyla 360 derece videolar ile deneyim yaşatmaktadırlar. Önerinin içeriği ise iklimsel, toplumsal ve hissiyatın daha çok artırılmasına yöneliktir. Aynı zamanda daha az turistik çekiciliğe sahip lokasyonların öncelikli olarak önerilmesiyle o bölgelerin turizm olarak kalkınmasını ve turizm imajını oluşturmasını sağlamaktır.

Sonuçların ve önerilerin paydaşlar tarafından dikkate alınması, geliştirilebilir alanları değerlendirmeleri önem arz etmektedir.



KAYNAKÇA

- Acar, H. M., ve İmrik Tanyıldızı, N. (2022). "Reklamda Yapay Zeka Kullanımı: Ziraat Bankası #Senhepgülümse Reklam Filminde Deepfake Uygulamasının Görsel Anlatıya Etkisi", *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 8, 78-99.
- Acar, T. O. (2023). "Sosyolojinin Kavramlarıyla Sosyal Medya Araçları ve İletişim", *Bilim ve Ütopya*. <https://bilimveutopya.com.tr/sosyolojinin-kavramlariyla-sosyal-medya-arac-lari-ve-iletisim>
- Acıhoğlu, İ. (2015). *İş'te Y kuşağı* (1. baskı). Ankara: Elma Yayınevi.
- Adıgüzel, O., Ekşili, N., ve Batur, H. Z. (2014). "Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 165-182.
- Ağduman, F. (2014). *Üniversite öğrencilerinin boş zaman motivasyon ve tatminlerinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Akatay, A. (2003). "Örgütlerde Zaman Yönetimi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, 281-300.
- Akboğa, İ. (2021). "Süper Akıllı Toplum: Fütürizm ve Dijital Kültür", *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 7, 1835-1864.
- Akdoğan, M. Ş., ve Kuru, D. (2022). "Sanal Seyahat Deneyimindeki Duyu ve Bilgi Kalitesinin Ziyaret Niyeti Üzerindeki Etkileri", *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* ("21. Uluslararası İşletmecilik Kongresi" Özel Sayısı), 19, 137-153.
- Akesen, A. (1984). "Açık Hava Rekreasyonunda Bazı Temel Kavramlar ve Özellikleri", *İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, B Serisi, 34(1), 130-137.
- Akgöl, O. (2019). "Spor Endüstrisi ve Dijitalleşme: Türkiye'deki E-sportdaki Yapılanması Üzerine Bir İnceleme", *TRTA2019*, 4(8), 206-224.
- Akın, E. (2008). *Elektronik Spor: Türkiye'deki Elektronik Sporcular Üzerine Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Akoğlu Kozak, M., ve Özkeroğlu, Ö. (2018). "Turizm ve Rekreasyon Kavramları: Sanal Bakış ile Değerlendirme", *II. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, 399-409, Gümüşhane.
- Aksayım, A. (2019). *Effects of physical interactions on user experience in virtual reality games* (Master's thesis). The Graduate School of Social Sciences Game Design Graduate Program, Bahçeşehir University, İstanbul, Turkey.
- Aksoy, S. (2017). "Değişen Teknolojiler ve Endüstri 4.0: Endüstri 4.0'ı Anlamaya Dair Bir Giriş", *Sosyal Araştırmalar Vakfı Dergisi*, 4, 34-44.
- Aktan, E., ve Koçyiğit, M. (2016). "Sosyal Medyanın Turizm Faaliyetlerindeki Rolü Üzerine Teorik Bir İnceleme", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 62-73.
- Akyıldız Munusturlar, M. (2020). *Boş Zamanda Yeni Yönelimler*. Gazi Kitabevi.
- Alakuş, S. (2019). *Sosyal Medyanın Gençlerin Marka Tercihlerine Etkisi: Özel Okul Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Albayrak, F. T. (2022). *Türkiye'deki Sanal Müzelerin Site Özelliklerinin İçerik Analizi ve Söylem Analizi Kullanılarak Değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

- Aldinç, M. (2022). *Dijital Medyumların 21. Yüzyıl Sanat Pratiklerinde Mekan Yaratımına ve Algısına Etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya: T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Ana Sanat Dalı.
- Aldemir, T., Işkın, M. ve Şengel, Ü. (2020). “TV Yemek Programlarının Popüler Kültür Algısı ve Gençlerin Eğitim-Meslek Seçimlerine Etkileri”, *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(12): 971-986.
- Altıkardeş, Ş., ve Soncu, A. G. (2023). “Dijital Medyada Sosyalleşme Üzerine Bir Analiz ve Bir Kavram Denemesi Olarak Sihirli Ayna Yaklaşımı”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 11(2), 1621-1653.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı* (6. baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- An, S., Choi, Y., ve Lee, C. K. (2021). “Virtual Travel Experience and Destination Marketing: Effects of Sense and Information Quality on Flow and Visit Intention”, *Journal of Destination Marketing and Management*, Current Biology (22), 2247-2252.
- Arda, G. (2019). *Dijitalleşen Dünyada Grafik Tasarımda İllüstrasyonun Yeri* (Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Ardahan, F. (Ed.). (2016). *Her Yönüyle Rekreasyon*. Detay Yayıncılık.
- Ardıç, E., ve Altun, A. (2017). “Dijital Çağın Öğreneni”, *Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 1, 12-30.
- Argan, M. (2007). *Eğlence Pazarlaması*. Detay Yayıncılık.
- Argan, M., Özer, A., ve Akın, E. (2006). “Elektronik Spor: Türkiye’deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları”, *SYBTD*, 1(2), 1-11.
- Arıcı, A. ve Alkara, İ. (2017). “Otellerin Sanal Boyuttaki Çağrışımları Üzerine Bir Araştırma: “Booking. Com” Kelime Bulutu Analizi”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(42): 180-188.
- Arslan, A., ve Staub, S. (2014). “Kuşak Teorisi ve İç Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma”, *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 6(11), 3-23.
- Aslan, N. (2005). *Üniversite öğrencilerinin boş zaman değerlendirme eğilimi: Öğretmen yetiştiren kurumlarda karşılaştırmalı bir araştırma* (2. baskı). Ege Üniversitesi Yayınları.
- Auger, D. (2020). *Leisure in Everyday Life*. Society and Leisure.
- Ayar, H. (2021). *Park Rekreasyonu Faaliyetlerine Katılımda Rekreasyon Deneyim Tercihleri, Yer Bağlılığı, Çevresel Tutum ve Çevre Dostu Rekreasyon Davranışları Arasındaki İlişki* (Doktora tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ayaz, N., Apak, Ö. C., ve Sünbül, K. (2021). “Kültürel Miras Alanları Üzerine Bir Meta Analizi: Safranbolu İlçesi Örneği”, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-14. <https://www.tutad.org/index.php/tutad/article/view/23>
- Aydemir, M., ve Şentürk, E. E. (2016). “Yeni Medyalar ve Mesleki Eğitimin Geleceği”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46), 656-663.
- Aydoğan, B. (2020). “Konum Temelli Çevrimiçi Tanışma Uygulamalarını Kadınların Flört Deneyimleri Açısından Düşünmek: Tinder ve Happn”, *Moment Dergi*, 7(2), 287-313.
- Ayhan, C. (2022). *Serbest Zaman İlgilenimi, Rekreasyonel Akış Deneyimi, Rekreasyonel Fayda ve Serbest Zaman Tatmininin Tekrar Katılım Niyeti Üzerine Etkisi* (Doktora tezi). Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.

- Aylan, F. K. (2022). *Elektronik Boş Zaman Kapsamında Dijital Rekreasyon*. Detay Yayıncılık
- Aylan, F. K., ve Aylan, S. (2020). “Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Rekreatif Faaliyetlere Yansıması: Dijital Rekreasyon”. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2746-2760.
- Aytaç, Ö. (2002). “Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 232.
- Ayvacı, H. (2018). *Türkiye’deki Turizm Animasyonlarında Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Unsurlarının Kullanımı* (Yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bağcı, E., ve İçöz, O. (2019). “Z ve Alfa Kuşağı ile Dijitalleşen Turizm”, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 232-256.
- Bahar, M., Yüzbaşıoğlu, N., ve Topsakal, Y. (2020). “Akıllı Turizm ve Süper Akıllı Turist Kavramları Işığında Geleceğin Turizm Rehberliğine Bakış”, *Journal of Travel and Tourism Research*, 14(14), 72-93.
- Baird, J. R., ve Penna, C. (1996). “Challenge in Learning and Teaching Science”, *Research in Science Education*, 26(3), 257-269.
- Bakan, İ. (2011). *Çağdaş Yönetim Yaklaşımları İlkeler, Kavramlar ve Yaklaşımlar*. Beta Yayınevi.
- Baker, C. (2016). “Stewart Brand Recalls First Spacewar Video Game Tournament”, *RSGT2016*, 25(6), 72-79.
- Bakırcı, Ç. M. (2021). “NFT (Non-Fungible Token) nedir? İnsanlar kolayca kopyalanabilen dijital ürünlere neden milyonlarca dolar ödüyorlar?” <https://evrimagaci.org/nft-nonfungible-token-nedir-insanlar-kolayca-kopyalanabilen-dijital-urunlere-neden-milyonlarca-dolar-oduyorlar-10296> (Erişim: 06.09.2023).
- Barakazı, E. (2021). *Boş Zaman Motivasyonu ve Yaşam Tatmini İlişkisinde Boş Zaman Tatmininin Aracılık Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma* (Doktora tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Başer, M. Y., ve Olcay, A. (2022). “Akıllı Turizmde Yapay Zekâ Teknolojisi”, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 21(3), 1795-1817.
- Baudrillard, J. (2020). *Simülakralar ve Simülasyon* (O. Adanır, Çev.). Doğu Batı Yayınları.
- Bayrak, A. (2018). “Dünya’da ve Türkiye’de Sanayide Dijital Dönüşüm (Sanayi 4.0) İncelemesi ve Türkiye’nin Entegrasyonu İçin Değerlendirmeler”, https://digit4turkey.org/wp-content/uploads/2020/01/End%C3%BCstri_4.0_Raporu.pdf (Erişim Tarihi: 27.12.2023).
- Bayram, A. T., ve Kavlak, H. T. (2021). *Rekreasyon Disiplinlerarası Yaklaşım ve Örnek Olaylar*. Gül Güneş, S., ve Varol, F. (Eds.). Ankara: Nobel Yayınevi. ISBN-978-625-439-749-3.
- Bengi, K. (2021). *Boş Zaman Deneyimi Olarak Yerel Mutfak: Bursa İli Örneği* (Yüksek lisans tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Berkup, S. B. (2014). “Working With Generations X and Y in Generation Z Period: Management of Different Generations in Business Life”, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218-229.

- Beşikçi, T. (2018). *Macera Rekreasyonunda Heyecan Arayışı, Serbest Zaman Motivasyonu ve Serbest Zaman Tatmini Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Çok Hafif Hava Araçları (ÇHHA) Pilot Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). T.C. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Beşikçi, T. (2023). "Macera Rekreasyonu Katılımcılarının Risk Alma Davranışları ve Mutluluk Düzeylerinin İncelenmesi", *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi (Cumhuriyet'in 100. Yılı Özel Sayısı)*, 6, 1083-1099.
- Beşikçi, T., ve Dinç, S. C. (2022). "Macera Rekreasyonunda Heyecan Arayışı ve Serbest Zaman Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Çok Hafif Hava Araçları (ÇHHA) Pilot Örneği", *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(2), 289-309.
- Beyaz Özbey, İ. (2022). "Dijitalleşme, Sosyal Medya ve Risk Toplumu", *İmgelem*, 6(10), 141-158.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (n.d.). Toplum 5.0. Erişim adresi: <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/arastirma-raporlari/toplum-5-0-arastirma-raporu.pdf> (Erişim Tarihi: 11.02.2024).
- Bilgiç, G., Duman, H., ve Seferoğlu, S. S. (2011). "Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrim İçi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri", *İnönü Üniversitesi Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 257-263.
- Bilgili, H. A., ve Cem, S. (2023). "Kültürel Etkinlikler ve Dijitalleşme Sürecinin Yansımaları", *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 10(93), 572-589.
- Bilgin, N. (2003). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü: Kavramlar, Yaklaşımlar*. Bağlam Yayınları.
- Biliceli, E. U. (2022). *Bireylerin İnternet Bağımlılık Düzeylerinin Rekreasyonel Aktivite Tercihlerine Olan Etkileri Üzerine Bir Araştırma* (Yüksek lisans tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Ankara.
- Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmaları. M. Binark (Ed.), 5-17, Ankara.
- Binark, M. (2009). "Yeni Medya Dolayımı İletişim Ortamında Olanakların ve Ol(A)Mayanların Farkında Olmalı", *Evrensel Kültür*, Aralık, 60-63.
- Binark, M., ve Löker, K. (2011). "STÖ'ler İçin Bilişim Rehberi", Ankara: STGM.
- Bingöl, S. (2021). "Macera Rekreasyonunda Algılanan Zorluklar: Doğa Yürüyüşü ve Kaya Tırmanışı", *Journal of Recreation and Tourism Research*, 8(2), 247-267.
- Birinci, M. C. (2018). *Boş Zaman Motivasyonu ve Davranışsal Niyet İlişkisinde Boş Zaman Tatmininin Aracılık Etkisi ve Rekreasyonel Hizmet Kalitesinin Düzenleyici Rolü: Rekreasyonel Kayak Etkinliğine İlişkin Bir Çalışma* (Doktora tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Bozdağ, Ö. (2019). *Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Etkinliklerine Katılım Düzeylerinin Boş Zaman Ve Yaşam Tatminlerine Etkisi* (Yüksek lisans tezi). Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman.
- Bozkurt, A. (2014). "Homo Ludens: Dijital Oyunlar ve Eğitim", *ETAD*, 5(1), 1-21.
- Brennan, M. (1993). "Aspects of Insurance, Intermediation and Finance", *The Geneva Papers on Risk and Insurance Theory*, 18(1), 7-30.
- Brgoch, S., ve Lower, L. M. (2017). "Mitigating Litigation for Adventure Recreation Operators: The Ski Safety Act", *Journal of Outdoor Recreation, Education, and Leadership*, 9(4).
- Broadhurst, R. (2001). *Managing Environment for Leisure and Recreation*. USA: Routledge.

- Broekhuizen, T. L. J., Broekhuis, M., Gijzenberg, M. J., ve Wieringa, J. E. (2021). "Introduction to the Special Issue – Digital Business Models: A Multi-Disciplinary and Multistakeholder Perspective", *Journal of Business Research*, 122, 847-852.
- Buckley, R. (2012). "Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox", *Tourism Management*, 33(4), 961-970.
- Bulut, Z. (2021). *Rekreasyon Faaliyetlerinin Tercihlerinde İçsel ve Dışsal Seyahat Motivasyon Faktörlerinin Etkisi* (Doktora tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Campbell, H., ve Vitullo, A. (2016). Assessing changes in the study of religious communities in digital religion studies. *Church, Communication and Culture*, 1(1), 73-89.
- Can, E. (2015). "Boş Zaman, Rekreasyon ve Etkinlik Turizmi İlişkisi", *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 1-17.
- Canizares, M., Gignac, M., Hogg-Johnson, S., Glazier, R. H., ve Badley, E. M. (2016). "Do baby boomers use more healthcare services than other generations? Longitudinal trajectories of physician service use across five birth cohorts", *BMJ Open*, 6(9), 1-7.
- Caputo, A., Pizzi, S., Pellegrini, M. M., ve Dabic, M. (2021). "Digitalization and business models: Where are we going? A science map of the field", *Journal of Business Research*, 123, 489-501.
- Carver, L., ve Candela, L. (2008). "Attaining organizational commitment across different generations of nurses", *Journal of Nursing Management*, 16(8), 984-991.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür* (2. basım). Çev. E. Kılınç. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cater, C. (2012). "The meanings of adventure". In P. Varley, S. Taylor, ve T. Johnston (Eds.), *Adventure Tourism: Meaning, Experience and Education*, 23-36, Routledge.
- Cekada, T. (2012). "Training a Multi-Generational Workforce", *Professional Safety Review, March*, 40-43.
- Chang, Y. (2017). "The influence of media multitasking on the impulse to buy: A moderated mediation model", *Computers in Human Behavior*, 70, 60-65.
- Claessens, B. J., Van Eerde, W., Rutte, C. G., ve Roe, R. A. (2007). "A review of the time management literature", *Personnel Review*, 36(2), 255-276. <https://doi.org/10.1108/00483480710726136>
- Crawford, D., Jackson, E., ve Godbey, G. (1991). "A hierarchical model of leisure constraints", *Leisure Sciences*, 13, 309-320. <https://doi.org/10.1080/01490409109513163>
- Çalık, F., Sivrikaya, K., ve Şahin, İ. (2003). "Sapanca Gölü ve çevresinin rekreasyon, spor ve turizm açısından değerlendirilmesi", *Gazi Üniversitesi, Gençlik, Boş Zaman ve Doğa Sporları Sempozyumu*, 1-15, Ankara.
- Çapcıoğlu, İ., ve Anık, H. (2021). "Sanayi Devrimi'nden Endüstri 4.0'a: Dijitalleşme ve Dijital Dünyada Dinin Statüsü", *Tevilat*, 2(1), 27-43. <https://doi.org/10.53352/tevilat.976763>

- Çapcıoğlu, İ., ve Kaya, E. (2021). *Pandemi Döneminde Türkiye’de Dini Hayat: Din Görevlileri Örneğinde Dini Hayata Genel Bir Bakış*. Ankara: Bizim Büro Basımevi.
- Çavdar, Ç. (2019). *Lise Öğrencilerinin Rekreatif Faaliyetlere Eğilimleri ve Rekreatif Faaliyetlere Katılımlarına Engel Olan Faktörler* (Yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çelik Gökmen, H. N. (2023). *Kamu Personellerinin Boş Zaman Engellerinin Boş Zaman Motivasyonlarına Etkisinin İncelenmesi: Taşeli Platosu Örneği* (Yüksek lisans tezi). T.C. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Çelikkanat Paslı, N. (2021). *Rekreatif Fayda Algısı ve Başarma İhtiyacı Teorisi: Eylemli Turist Rehberleri Üzerine Bir Uygulama* (Doktora tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Çerez, M. H., ve Ardahan, F. (2002). “Spor Kulüplerinin Etkin Yönetimi İçin Toplam Kalite Yönetimi”, *7. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi*, ss. 15, Antalya, Türkiye.
- Çetin, A. G., ve Başol, E. (2014). “X ve Y kuşağı: Çalışmanın anlamında bir değişme var mı?”, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4(4), 1-15.
- Çetinkaya, G. (2014). “Bir Macera Turizmi Etkinliği Olarak Kaya Tırmanış Spor ve Antalya-Geyikbayırı’nın Potansiyeli”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 3(1), 83-100.
- Çetinkaya, G., Yıldız, M., ve Özçelik, M. A. (2016). “Açık hava Rekreatif Kapsamındaki Milli Park Kullanım Engelleri”, *Mediterranean Journal of Humanities*, 6(1), 105-106.
- Darendelioğlu, R. (2008). “Bir Rekreatif Faaliyeti Olarak Basketbol Maçlarına Katılımı Etkileyen Faktörler: BEKO Basketbol Ligi Antalya Örneği” (Yüksek Lisans Tezi, Basılmamış). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Deguchi, A. (2020). “From Smart City to Society 5.0”, *Society 5.0*, 43-65. Edit. UTokyo Laboratory (H-UTokyo Lab.). Springer, Singapore.
- Değirmencioğlu, G. (2016). “Dijitalleşme Çağında Gazeteciliğin Geleceği ve İnovasyon Haberciliği”, *TRT Akademi*, 1(2), 590-606.
- Delahoyde, T. (2009). *Generational differences of baccalaureate nursing students' preferred teaching methods and faculty use of teaching methods* (Dissertation). College of Saint Mary, Amerika Birleşik Devletleri.
- Demir, C., ve Demir, N. (2006). “Bireylerin Boş Zaman Faaliyetlerine Katılımlarını Etkileyen Faktörler ile Cinsiyet Arasındaki İlişki: Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama”, *Ege Academic Review*, 6(1), 36-48.
- Demir, M. (2022). Veriye Dayalı Liderlik. *Fast Company*, (13), Şubat/Mart.
- Denizel, D. (2012). “Sanatın Yeni Evresi Olarak Bilgisayar Oyunları”, *FSBD*, 13(2), 107-143.
- Dereli, M. D. (2019). Dinî Kimliklerin Siber Uzamda Akışkanlaşması. *İnsan ve Toplum*, 9(1), 85-115.
- Dettmer, J. L. (2010). *Distributions in utilizing leisure skills and positive experiences as a component of treatment progress in men who are civilly committed sexual offenders* (Unpublished doctoral dissertation). Capella University.
- DiGennaro, F. D., Martens, B. K., ve Kleinman, A. E. (2007). “A comparison of performance feedback procedures on teachers' treatment implementation integrity and students' inappropriate behavior in special education classrooms”, *Journal of Applied Behavior Analysis*, 40, 447-461.

- Dilek, S. E., Kulakoğlu Dilek, N., ve İstanbullu Dinçer, F. F. (2017). “Engelli Bireylerin Rekreatif Faaliyetlere Katılımında Sanal Gerçeklik Uygulamalarının Destekleyici Rolü”, *4. Rekreatif Araştırmaları Kongresi*.
- Dilek, Ş. (2018). *Blokchain teknolojisi ve Bitcoin*. İstanbul: Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık. <https://setav.org/assets/uploads/2018/02/231.-Bitcoin1.pdf>
- Dilmen, N. E. (2007). “Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri (Bloglar) ve Gazeteciliğe Yansımaları”, *Marmara İletişim Dergisi*, 12(12), 113-122.
- Dilmen, N. E., ve Ögüt, S. (2010). Sosyalleşmenin Yeni Yüzü: Sosyal Paylaşım Ağları. *İkinci Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı*. İstanbul: Türkiye.
- Dinç, S. C., ve Yavaş Tez, Ö. (2021). “Macera Rekreatyonu Katılımcılarının Risk Alma Davranışlarında Farklılık Yaratın Değişkenlerin İncelenmesi”, *International Journal of Sport Exercise and Training Sciences - IJSETS*, 7(4), 203-219.
- Djordjic, V. (2019). “The post-millennials' lifestyle and what physical education can do about it?”, *BMC Sport Sciences, Medicine and Rehabilitation*, 11, 3.
- Donoghue, J., ve Balentine, J. (2018). “Collegiate esports: Where do we fit in?”, *CSMR*, 17(4), 117-119.
- Dölekoğlu, C. Ö., ve Çelik, O. (2018). “Y Kuşağı Tüketicilerin Gıda Satın Alma Davranışı”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 21, 55-66.
- Duerden, M. D., Widmer, M. A., Taniguchi, S. T., ve McCoy, J. K. (2009). “Adventures in identity development: The impact of adventure recreation on adolescent identity development”, *Identity*, 9(4), 341-359.
- Duğan, Ö., ve Aydın, B. O. (2018). “Sosyal Medyanın Turizmde Tanıtım Amaçlı Kullanımı: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Örneği”, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 1-13.
- Dülgaroğlu, O. (2021). “Turizmde Dijitalleşme: Akıllı Turizm Uygulamaları, Dijital Turizm ve Turizm 4.0”, *Turizm ve İşletmecilik Dergisi*, 2(1), 01-15.
- Edginton, C. R., ve Ford, M. P. (1985). *Leadership in Recreation and Leisure Service*. Edmunds, J., ve Turner, B. S. (2002). *Generations, Culture and Society*. Buckingham and Philadelphia: Open University Press.
- Einav, G. (Ed.). (2015). *The New World of Transitioned Media: Digital Realignment and Industry Transformation*. New York: Springer.
- Eken, M. (2020). *Temel Boyutlarıyla Mahremiyet ve Güncel Dijital Mahremiyet Problemleri*. H. Aydın ve F. Yazıcı (Eds.), *Yeni Medya Çağında Popüler Dijital Sorunlar* (pp. 41-64). Ankara: Nobel Yayınları.
- Ekinci, E., ve Özer, U. (2019). “Bir Serbest Zaman Etkinliği Olarak Sanal Gerçeklik”, *2. Uluslararası Rekreatif ve Spor Yönetimi Kongresi*, 11-14 Nisan, Bodrum, Türkiye.
- Emini, F. T. ve Ayaz, Ç. E. (2020). “Yükseköğretim Kurumlarının Misyon Bildirimlerinin İnovasyon”, *KocatepeİİB Dergisi*, 22(1): 89-100.
- Emir, E. (2012). *Rekreatif Etkinliklere Katılımın Önündeki Engellerin Belirlenmesi: Üniversite Öğrencileri Örneği* (Yüksek lisans tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- Engeroff, T., Vogt, L., Fleckenstein, J., Füzeke, E., Matura, S., Pilatus, U., ve Banzer, W. (2019). “Lifespan leisure physical activity profile, brain plasticity and cognitive function in old age”, *Aging and Mental Health*, 23(7), 811-818.

- Engizek, N., ve Şekerkaya, A. (2016). "X ve Y Kuşağı Kadınlarının Karar Verme Tarzları Bakımından İncelenmesi", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(36).
- Erdem, D., ve Kutluk Bozkurt, A. (2023). "Dijital Rekreasyon Kavramı ve Araştırmalarının Bibliyometrik Analizi", *ODÜSOBİAD*, 13(3), 3511-3528. <https://doi.org/10.48146/odusobiad.1232612>
- Erkan, N. (1975). *Boş Zamanları Değerlendirme*. Ankara.
- Erkuş, A. (2017). *Bilimsel Araştırma Süreci*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Eroler, M. (2015). *Resmi Ortaöğretim Kurumlarında Görev Yapan Öğretmenlere Boş Zamanlarını Değerlendirmelerinin İncelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalı, İstanbul.
- Erten, P. (2019). "Dijital Bölünme", *Uluslararası Eğitim Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 5(1), 15-23.
- Erten, P. (2019). "Z Kuşağının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumları", *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1), 190-202.
- Ewert, A. W., ve Hollenhorst, S. (1989). "Testing the adventure model: Empirical support for a model of risk recreation participation", *Journal of Leisure Research*, 21(2), 124-139.
- Ewert, A., ve Hollenhorst, S. (1995). "Adventure recreation and its implication for wilderness", *International Journal of Wilderness*, 3(2), 21-26.
- Ewert, A., Gilbertson, K., Luo, Y. C., ve Voight, A. (2013). "Beyond "because it's there": Motivations for pursuing adventure recreational activities", *Journal of Leisure Research*, 45(1), 91-111.
- Fischer, E. (2013). *Sanatın Gerekliği* (Çev. C. Çapan). İstanbul: Sözcükler Yayınevi.
- Fişengi, F. A. (2024). *Ücret, İş Motivasyonu ve İş Gören Performans İlişkisi: Kuşaklar Bağlamında Bir Araştırma* (Yüksek lisans tezi). Manisa: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Fritz, F., Susperregui, A., ve Linaza, M. T. (2005). "Enhancing cultural tourism experiences with augmented reality Technologies", *The 6th International Symposium on Virtual Reality, Archaeology and Cultural Heritage (VAST)*.
- Fukuyama, M. (2018). "Society 5.0: Aiming for a new human-centered society", *Japan Spotlight*, 27, 47-50.
- Gabaçlı, N., ve Uzunöz, M. (2017). "IV. Sanayi Devrimi: Endüstri 4.0 ve Otomotiv Sektörü", *ICPESS 2017 Proceeding Volume 2: Economic Studies* (pp. 149-174). Ankara: Pesa Yayınları.
- Garda, B. (2010). *Macera Turizmi Pazarlaması: Antalya Yöresine Gelen Turistlerin Macera Turizmine Yönelik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma* (Doktora tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Gedik, H. (2023). "Sosyal Medya Kullanımı, Sosyal Medya Karşılaştırma ve Sosyal Medya Takibi Materyalizm ile İlişkili Midir? S-O-R Teorisi Çerçevesinden Bir Keşif", *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 127-168. <https://doi.org/10.54557/karataysad.1363908>
- Gencer, T. E., ve Aktan, M. C. (2021). "Dijitalleşen Çağda ve Toplumda Değişen İhtiyaçlar ve Sorunlar: E-Sosyal Hizmet (Sosyal Hizmet 2.0) Gereksinimi", *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 32(3), 1143-1175. <https://doi.org/10.33417/tsh.875908>
- Gere, C. (2019). *Dijital Kültür* (2. baskı). İstanbul: Salon Yayınları.

- Gilbertson, K., ve Ewert, A. (2015). "Stability of Motivations and Risk Attractiveness: The Adventure Recreation Experience", *Risk Management*, 17(4), 276-297.
- Gong, C., ve Ribiere, V. (2021). "Developing a unified definition of digital transformation", *Technovation*, 102, 1-17.
- Gökçearslan, Ş., ve Durakoğlu, A. (2014). "Ortaokul Öğrencilerinin Bilgisayar Oyunu Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi", *DUZGEFD*, 23(14), 419-435.
- Göksel, A. G., Çağdaş, C. A. Z., Yazıcı, Ö. F., ve Zorba, E. (2018). "Spor Hizmeti Alan Bireylerin Sosyal Görünüş Kaygısı ve Öznel Mutluluklarının İncelenmesi", *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 3(3), 88-101. <https://doi.org/10.31680/gaunjss.434184>
- Gözüküçük, M. F. (2020). *Dijital Dönüşüm ve Ekonomik Büyüme* (Yüksek lisans tezi). İstanbul: T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gregory, D. (1994). *Geographical Imaginations*. Oxford: Blackwell.
- Gubbi, J., Buyya, R., Marusic, S., ve Palaniswami, M. (2013). "Internet of things (IoT): A vision, architectural elements, and future directions", *Future Generation Computer Systems*, 29(7), 1645-1660.
- Gulam, A. (2016). "Recreation Need and Importance in Modern Society", *International Journal of Physiology, Nutrition and Physical Education*, 1(2), 157-160.
- Gülbahçe, Ö. (1996). *Boş Zamanları Değerlendirme Alışkanlıkları* (Yüksek lisans tezi). Erzurum: Erzurum Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gülcan, B. (2004). "Macera Turizminin Kapsamı ve Macera Turizminde Kaza Riski", *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 18-38.
- Güler, H. (2017). *Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokullarında Öğrenim Gören Öğrencilerin Boş Zaman Engellerinin Boş Zaman Motivasyonlarına Etkisinin Araştırılması* (Bartın Üniversitesi örneği). (Yüksek lisans tezi). Bartın: Bartın Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Gümüş, U. T., Sezer, D., ve Seçkin, M. Aydın. (2018). "Elektronik Ödeme Sistemleri, E-Ticaret ve Sanal Paraların Muhasebe Kaydı", *The Journal of Academic Social Science*.
- Gümüsoğlu, F. (2006). "Ders Kitaplarında Toplumsal Cinsiyet", *Kadın Çalışmaları Dergisi*, 1, 74-81.
- Günay Aktaş, S. (2016). "Serbest Zaman, Seyahat ve Turizm", S. Günay Aktaş (Ed.), *Turizm Coğrafyası* (pp. 2-36). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Güncan, Ö. (2022). "Sanal Rekreasyona İlişkin Bir Alanyazın Taraması", 22. *Ulusal Turizm Kongresi* (pp. 907-926). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Güneş Olğun, N. (2019). *Korunan Doğal Alanların Rekreasyon Potansiyelinin Belirlenmesi: Bolu Örneği* (Yüksek lisans tezi). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Gürçan, F. (2015). *Türkiye'de ve Dünyada Sayısal Bölünme*. T.C. Kalkınma Bakanlığı, Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı, Yayın No: 2920.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A., ve Dinç, Y. (2003). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi: Örnek Animasyon Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A., ve Dinç, Y. (2009). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Haddouche, H., ve Salomone, C. (2018). "Generation Z and the tourist experience: Tourist stories and use of social networks", *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 69-79. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0059>
- Hall, M., ve Weiler, B. (1992). *Special Interest Tourism*. London: Belhaven.

- Hamari, J., ve Sjöblom, M. (2017). "What is esports and why do people watch it?", *IRAA*, 27(2), 211-232.
- Hancıg z, E. (2022). "Dijital Dünyada Dinsel E ilimler", *Medya ve Din Araştırmaları Dergisi (MEDİAD)*, 5(2), 409-430.
- Harmon, J., ve Kyle, G. T. (2016). "Positive Emotions and Passionate Leisure Involvement", *Annals of Leisure Research*, 19(1), 62-79.
- Harteis, C. (2018). "Machines, change and work: An educational view on the digitalization of work", *The Impact of Digitalization in the Workplace*, 1-10.
- Hazar, A. (2003). *Rekreasyon ve Animasyon: Rekreasyon ve Animasyon Teoremi, Animasyon Hizmetlerinin Yönetimi, Geleneksel Kültür Canlandırması, Uygulamalı Animasyon Etkinlikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hazar, A. (2014). *Rekreasyon ve Animasyon* (Genişletilmiş 4. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hergüner, G. (1993). *Kadınların Spor Yapmalarını Etkileyen Sosyo-Kültürel Faktörler: Samsun İli Uygulaması* (Yüksek lisans tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Hinton, S., ve Hjorth, L. (2013). *Understanding Social Media*. London: Sage.
- Hobson, J. S. P., ve Williams, A. P. (1995). "Virtual Reality: A New Horizon for the Tourism Industry", *Journal of Vacation Marketing*, 1(2), 125-135.
- Howard, R. A. (2009). *A case study of the Ottawa Valley whitewater rafting industry: Standards and risk management*. (Master's thesis). Brock University.
- Howe, N., ve Strauss, W. (1991). *Generations: The History of America's Future 1584 to 2069*. New York: William Morrow and Company.
- Howe, N., ve Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Generations*. New York: Vintage Books.
- Hutchinson, J. L. (1949). *Principles of Recreation*. New York: A.S. Barnes.
- Huynh-The, T., Pham, Q. V., Pham, X. Q., Nguyen, T. T., Han, Z., ve Kim, D. S. (2022). "Artificial intelligence for the metaverse: A survey", *Arxiv Preprint Arxiv:2202.10336*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2202.10336>
- Ivasciuc, I. S. (2020). "Augmented reality and facial recognition technologies: Building bridges between the hospitality industry and tourists during pandemic", *Bulletin of the Transilvania University of Brasov Series V: Economic Sciences*, 13(2), 75-92.
-  mre, N. (2021). "Turizm Sektöründe Sosyal Medya Kullanımı  zerine Bir Değerlendirme" *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1655-1670
- İnanır, A. (2020). "Doğa Temelli Rekreatif Etkinlikler: Isparta  rneği", *6. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu*, https://www.researchgate.net/publication/344848927_DOGA_TEMELLI_REKREATIF_ETKINLIKLER_ISPARTA_ORNEGI
- İnternet: 360TR. (n.d.). *Anadolu Medeniyetleri Müzesi sanal tur*. Erişim adresi: https://www.360tr.com/anadolu-medeniyetleri-muzesi-14-sanal-tur_6822dd00c_tr.html. Erişim tarihi: 1 Haziran 2024.
- İnternet: <https://www.ankara.bel.tr/kadin-ve-aile-hizmetleri/aile-yasam-merkezleri/mutlu-aile-yasam-merkezi>
- İnternet: Adventure Travel. (n.d.). *2024 adventure travel industry snapshot*. Erişim adresi: <https://learn.adventuretravel.biz/research/2024-adventure-travel-industry-snapshot>. Erişim tarihi: 25 Haziran 2024.
- İnternet: Adventure Travel. (n.d.). Erişim adresi: <https://www.adventuretravel.biz>. Erişim tarihi: 25 Haziran 2024.

- İnternet: Ayasofya Camii. (n.d.). *Sanal tur*. Erişim adresi: <https://www.ayasofyacamii.gov.tr/sanaltur/index.html>. Erişim tarihi: 1 Haziran 2024.
- İnternet: Aypera Official. (n.d.). Erişim adresi: https://www.instagram.com/aypera_official/. Erişim tarihi: 9 Mayıs 2024.
- İnternet: BBC Türkçe. (2018, 23 Kasım). *Robotlar, sosyal medyada en çok konuşulan konu*. Erişim adresi: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-46176460>. Erişim tarihi: 9 Mayıs 2024.
- İnternet: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (b.t.). *Toplum 5.0*. Erişim adresi: <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/arastirma-raporlari/toplum-5-0-arastirma-raporu.pdf>. Erişim tarihi: 4 Nisan 2024.
- İnternet: Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. (b.t.). *Toplum 5.0*. Erişim adresi: <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/arastirma-raporlari/toplum-5-0-arastirma-raporu.pdf>. Erişim tarihi: 7 Mayıs 2024.
- İnternet: BİSEKTÖR. (2022). *2022'nin en iyi metaverse tabanlı etkinlikleri*. Erişim adresi: <https://www.bisektor.com/2022nin-en-iyi-metaverse-tabanlı-etkinlikleri/>. Erişim tarihi: 4 Mart 2024.
- İnternet: CIouupdate. (n.d.). *Sanal aşkı size tattıracak 5 yapay zeka uygulaması*. Erişim adresi: <https://www.ciouupdate.com.tr/analiz/sanal-aski-size-tattiracak-5-yapay-zeka-uygulamasi/>. Erişim tarihi: 9 Mayıs 2024.
- İnternet: EsCharts. (n.d.). *[EsCharts website]*. Erişim adresi: <https://escharts.com/tr>. Erişim tarihi: 12 Mayıs 2024.
- İnternet: EsCharts. (n.d.). *[Top games 2022]*. Erişim adresi: <https://escharts.com/tr/top-games?year=2022>. Erişim tarihi: 12 Mayıs 2024.
- İnternet: EsCharts. (n.d.). *[Top games 2023]*. Erişim adresi: <https://escharts.com/tr/top-games?year=2023>. Erişim tarihi: 12 Mayıs 2024.
- İnternet: EsCharts. (n.d.). *[Top games by peak]*. Erişim adresi: <https://escharts.com/tr/top-games?order=peak>. Erişim tarihi: 12 Mayıs 2024.
- İnternet: EsCharts. (n.d.). *[Top games]*. Erişim adresi: <https://escharts.com/tr/top-games>. Erişim tarihi: 12 Mayıs 2024.
- İnternet: Euronews. (2024, 22 Mart). *Meet the first Spanish AI model earning up to \$10,000 per month*. Erişim adresi: <https://www.euronews.com/next/2024/03/22/meet-the-first-spanish-ai-model-earning-up-to-10000-per-month>. Erişim tarihi: 9 Mayıs 2024.
- İnternet: Gelecek Teknolojisi. (n.d.). *Çılgın mühendis ürettiği robotla evlendi*. Erişim adresi: <https://www.gelecekteknolojisi.com/teknoloji/cilgin-muhendis-urettigi-robotla-evlendi-h518.html>. Erişim tarihi: 9 Mayıs 2024.
- İnternet: Gerçek Gündem. (2024, 11 Mayıs). *Suudi Arabistan, Diyanet'ten metaverse ile hac açıklaması yaptı*. Erişim adresi: <https://www.gercekgundem.com/guncel/324452/suudi-arabistan-baslatmisti-diyanetten-metaverse-ile-hac-aciklamasi>. Erişim tarihi: 11 Mayıs 2024.
- İnternet: İlgün, A. B. (2024, 15 Mayıs). *Metaverse etkinlik yöneticisi: Sanal dünyaların aybige*. LinkedIn. Erişim adresi: <https://tr.linkedin.com/pulse/metaverse-etkinlik-yöneticisi-sanal-dünyaların-aybige-ılgün>. Erişim tarihi: 15 Mayıs 2024.
- İnternet: Lewis, G. D. (2021). *Museum*. Encyclopedia Online Britannica. Erişim adresi: <https://www.britannica.com/topic/museum-cultural-institution>. Erişim tarihi: 22 Aralık 2023.

- İnternet: McKenzie, J. (1995). *Virtual museums full of sound and fury*. The Educational Technology Journal. Erişim adresi: <http://www.fno.org/museum/muse.html>. Erişim tarihi: 4 Nisan 2024.
- İnternet: Meta. (n.d.). *[Company info]*. Erişim adresi: <https://about.meta.com/company-info/>. Erişim tarihi: 16 Mayıs 2024.
- İnternet: Meta. (n.d.). *[Meta Avatars]*. Erişim adresi: <https://www.meta.com/avatars/>. Erişim tarihi: 10 Haziran 2024.
- İnternet: Meta. (n.d.). *[Meta Quest main page]*. Erişim adresi: <https://www.meta.com/quest/>. Erişim tarihi: 10 Haziran 2024.
- İnternet: Meta. (n.d.). *[Meta Quest]*. Erişim adresi: https://www.meta.com/quest/?utm_content=53191. Erişim tarihi: 10 Haziran 2024.
- İnternet: Moss, S. (2010). *Generational cohort theory*. Psychlopedia, Key theories, Developmental Theories. Erişim adresi: <http://www.sicotests.com/psyarticle.asp?id=374>. Erişim tarihi: 21 Kasım 2023.
- İnternet: Newzoo. (2024, 7 Haziran). *Top games cumulative revenue Q1 2024*. Erişim adresi: <https://newzoo.com/resources/blog/top-games-cumulative-revenue-q1-2024>. Erişim tarihi: 7 Haziran 2024.
- İnternet: NFTevening. (2024, 1 Ocak). *Decentraland metaverse music festival is back this November*. Erişim adresi: <https://nftevening.com/decentraland-metaverse-music-festival-is-back-this-november/>. Erişim tarihi: 1 Nisan 2024.
- İnternet: NonFungible. (n.d.). *First metaverse festival in Decentraland*. Erişim adresi: <https://nonfungible.com/news/metaverse/first-metaverse-festival-decentraland>. Erişim tarihi: 11 Mayıs 2024.
- İnternet: Öz, E. (2018). *Robotlar insanların yerini alabilecek mi?* Erişim adresi: <http://www.medikalnews.com/robotlar-insanlarin-yerini-alabilecek-mi/>. Erişim tarihi: 5 Nisan 2024.
- İnternet: Pokémon Go. (n.d.). *[Pokémon Go website]*. Erişim adresi: <https://pokemongolive.com/tr/>. Erişim tarihi: 25 Mayıs 2024.
- İnternet: Robots Guide. (n.d.). *Starship*. Erişim adresi: <https://robotsguide.com/robots/starship>. Erişim tarihi: 9 Mayıs 2024.
- İnternet: Rolling Stone. (2020, 23 Ekim). *Travis Scott'in Fortnite konseri*. Erişim adresi: <https://www.rollingstone.com/music/music-features/travis-scott-fortnite-concert-989209/>. Erişim tarihi: 16 Mayıs 2024.
- İnternet: Sanal Müze. (n.d.). *Ankara Etnografya Müzesi sanal tur*. Erişim adresi: https://sanalmuze.gov.tr/muzeler/ANKARA_ETNOGRAFYA_MUZESI/. Erişim tarihi: 11 Mayıs 2024.
- İnternet: Schweinbenz, W. (2019). *The virtual museum: An overview of its origins, concepts, and terminology*. *The Museum Review*, 4(1). Erişim adresi: https://www.researchgate.net/profile/Werner_Schweinbenz/publication/335241270_The_virtual_museum_an_overview_of_its_origins_concepts_and_terminology/links/5d5ac020a6fdcc55e8192ede/The-virtual-museum-an-overview-of-its-origins-concepts-and-terminology.pdf. Erişim tarihi: 6 Nisan 2024.
- İnternet: SimilarWeb. (n.d.). *Top websites in community and society: Romance and relationships*. Erişim adresi: <https://www.similarweb.com/tr/top-websites/community-and-society/romance-and-relationships/>. Erişim tarihi: 9 Mayıs 2024.

- İnternet: Statista. (2024). *Reasons for joining the metaverse*. Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/1288870/reasons-joining-metaverse/>. Erişim tarihi: 1 Haziran 2024.
- İnternet: TDK. (n.d.). *Macera*. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/> (arama: "macera"). Erişim tarihi: 12 Haziran 2024.
- İnternet: TDK. (n.d.). *Rekreasyon*. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/> (arama: "rekreasyon"). Erişim tarihi: 2 Kasım 2023.
- İnternet: The Clueless. (n.d.). *Aitana Lopez*. Erişim adresi: <https://www.theclueless.ai/project/aitana-lopez>. Erişim tarihi: 9 Mayıs 2024.
- İnternet: Türkiye İstatistik Kurumu. (2024). *Evlenme ve boşanma istatistikleri 2023*. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Evlenme-ve-Bosanma-Istatistikleri-2023-53707>. Erişim tarihi: 10 Mayıs 2024.
- İnternet: Türkiye Oyun Sektörü Raporu. (n.d.). *[Türkiye oyun sektörü raporu]*. Erişim adresi: <https://www.turkiyeoyunsektoruraporu.com/tr/>. Erişim tarihi: 13 Mayıs 2024.
- İnternet: TÜRSAB. (n.d.). *[Turizm sektörü raporu]*. Erişim adresi: <https://www.tursab.org.tr/apps/Files/Content/ad5f3ddb-5a11-410f-9e3c-fe8b2dc4df8b.pdf>. Erişim tarihi: 2 Mart 2024.
- İnternet: USMED. (n.d.). *Robotlarla evlilik yasallaşacak*. Erişim adresi: <https://www.usmed.org.tr/robotlarla-evlilik-yasallasacak/>. Erişim tarihi: 9 Mayıs 2024.
- İnternet: VRTourViewer. (n.d.). *[Get started with virtual tours]*. Erişim adresi: <https://www.vrtourviewer.com/#getstarted>. Erişim tarihi: 5 Haziran 2024.
- İnternet: We Are Social. (2024, 1 Ocak). *Digital 2024: 5 billion social media users*. Erişim adresi: <https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>. Erişim tarihi: 1 Nisan 2024.
- İnternet: WebTekno. (2024, 16 Mayıs). *Meta Horizon Worlds kullanıcı sayısı açıklandı*. Erişim adresi: <https://www.webtekno.com/meta-horizon-worlds-kullanici-sayisi-aciklandi-h120869.html>. Erişim tarihi: 16 Mayıs 2024.
- İnternet: YouTube. (2024). *[CztHWZXu67M]*. Erişim adresi: <https://youtu.be/CztHWZXu67M>. Erişim tarihi: 10 Haziran 2024.
- İpek, M. (2019). *Üniversite Öğrencilerinin Rekreasyonel Faaliyetlere Katılımını Etkileyen Unsurların Yaşam Doyum Düzeylerine Etkisinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- İşman, A., Buluş, B., ve Yüzüncüyıl, L. K. S. (2016). "Sosyalleşmenin Dijitale Dönüşümü ve Dijital Benliğin Sunumu", *TRT Akademi*, 1(2), 608-619.
- James, B. R. (2010). *Citrix Xen Desktop Implementation: A Practical Guide for IT Professionals*. Burlington: Imprint of Elsevier Books.
- James, W. R. (2009). *Built Adventure Recreation Environments: Users, Uses, and The Adventure Recreation Model*. (Yüksek Lisans Tezi). Raleigh, North Carolina: North Carolina State University.
- Janmohamed, S. M. (2018). *Nesli: Yeni Müslüman Gençlik*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Kaba, İ. C. (2016). *Türkiye’de Ticari Rekreasyon Faaliyeti Olarak Macera Turizminin Gelişim Potansiyeli Hakkında Sektör Yöneticilerinin Algılarının Değerlendirilmesi*. (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim dalı, İstanbul.

- Kaderoğlu, E. N. (2022). *Enneagram Kişilik Tiplerine Göre Bireyin Sahip Olduğu Kişilik Tipinin Fonksiyonel Rekreatyon Tercihine Etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Kalkan, N. (2021). "Metaverse Evreninde Sporun Bugünü ve Geleceğine Yönelik Bir Derleme", *Ulusal Spor Bilimleri Dergisi*, 5(2), 163-174.
- Kalkay, Y. K. (2019). *Güneydoğu Anadolu Bölgesi Üniversite Öğrencilerin Rekreatyonel Faaliyetlere Katılım Düzeyi ve Engel Olan Faktörler*. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kampf, R., Lorincová, S., Hitka, M., ve Stopka, O. (2017). "Generational differences in the perception of corporate culture in European transport enterprises", *Sustainability*, 9(9), 1561.
- Kantarcı, Ö., Özalp, M., Sezginsoy, C., Özaşkın, O., ve Cavlak, C. (2017). *Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: E-Ticaret*. TÜSİAD.
- Kaplan, M. N. (2023). *Yeni Sosyal: Dijitalleşen Sosyalleşme* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: T.C. Üsküdar Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Sosyoloji Bölümü.
- Karaaslan, A. (2014). *Kuşaklararası Farklılıkları Örgütler Üzerinden Anlamak: Bir Alan Araştırması*. (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karabulut, B. (2015). "Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 11-23.
- Karagülle, A. E., ve Çaycı, B. (2014). "Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Yabancılaşma", *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4(1), 1-9.
- Karahisar, T. (2013). "Türkiye’de Dijital Oyun Sektörünün Durumu", *STMS*, 2(1), 107-113.
- Karaküçük, S. (1997). *Rekreatyon Boş Zamanları Değerlendirme Kavram Kapsam ve Bir Araştırma*. Ankara: Seren Ofset.
- Karaküçük, S. (1999). *Rekreatyon Boş Zamanları Değerlendirme* (3. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Karaküçük, S. (1999). *Rekreatyon: Boş Zamanları Değerlendirme*. Ankara: Bağırhan Yayınevi.
- Karaküçük, S. (2005). *Rekreatyon – Boş Zaman Değerlendirme* (5. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Karaküçük, S. (2014). *Rekreatyon Boş Zamanları Değerlendirme*. Gazi Kitabevi.
- Karaküçük, S., ve Akgül, B. M. (2016). *Ekorekreatyon Rekreatyon ve Çevre*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Karaküçük, S., ve Gürbüz, B. (2007). *Rekreatyon ve Kentleşme*. Gazi Kitabevi, Ankara.
- Karataş, Z. (2015). "Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri", *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, s. 62-80.
- Katz, R. L. (2017). "Social and Economic Impact of Digital Transformation on the Economy", *International Telecommunication Union (ITU) Report*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=_jsBPbcAAAAJ&citation_for_view=_jsBPbcAAAAJ:kRWSkSYxWN8C
- Kavlak, H. T. (2018). *Çoklu Zekâ Kuramına Göre Bireylerin Sahip Oldukları Zekâ Alanlarının Rekreatyon Tercihlerine Etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kaya, A. (2020). *Macera Rekreasyonu ve Rekreasyonel Aktiviteler*. Editörler: İ. Kayantaş ve M. Söyler. *Sporda Akademik Yaklaşımlar* 6 (55-70). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Kaya, A. M. (2011). *Üniversite Öğrencilerinin Rekreatif Faaliyetlere Yönelik Tutumları ve Boş Zaman Motivasyonlarının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Cumhuriyet Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
- Kaya, F. (2007). *Bartın Kent Halkının Rekreasyonel Eğilim ve Taleplerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma*. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Kaya, K., ve Tural, Y. (2005). “Öğretmenlerin Boş Zamanlarında Sosyal ve Kültürel Etkinliklere Katılımları ile İlgili Tutumları (Isparta Örneği)”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 10(2), 271-289.
- Kaynak, İ. (2022). *Macera Rekreasyonuna Katılan Bireylerin Heyecan ve Değişiklik Arayışının İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep: T.C. Gaziantep Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Kaytanlı, U. (2011). *Bilgisayar Oyunları ile Çocuk ve Ergenlerdeki Psikopatoloji Arasındaki İlişkinin Araştırılması*. Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Çocuk Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı. Uzmanlık Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Kazan, F. (2023). “İlk Yerli Dijital İnsan Örneği: Aypera”, *Rumelide Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (34), 819-838. DOI: 10.29000/rumelide.1316233.
- Keleş, H. N. (2011). “Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 1309-8039.
- Kelly, R. J. (1990). *Leisure*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Kılavuz, M. E. S. (2022). *Uçma Olgusunun Turizme Yansımalarına Bir Örnek: “Yamaç Paraşütü”*. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Kılbaş Köktaş, Ş. (2004). *Rekreasyon* (3. Baskı). Nobel Yayınları, Ankara.
- Kılıç, Ç. (2011). *Küreselleşen Dünyada Dijital Bölünme Sorunu*. Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi, 13(1), 81-91.
- Kılıç, İ., ve Seçilmiş, C. (2022). “Hangisine Güvenirim? Sosyal Medya Influencer’ları Mı Seyahat Acentaları Mı? Uyaran-Süreç-Tepki (Stimulus-Organism-Response) Teorisi”, *Alanya Akademik Bakış*, 6(3), 2929-2941.
- Kızılkaya, E. (2010). *Bilgisayar Oyunlarında İdeolojik Söylem ve Anlatı*. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Kim, M. J., Lee, C.-K., ve Jung, T. (2020a). “Exploring Consumer Behavior in Virtual Reality Tourism Using An Extended Stimulus-Organism-Response Model”, *Journal of Travel Research*, 59(1), 69-89.
- Koca, D. (2020). “Sanayi Devrimlerinin Tarihsel Arka Planı ve İşgücü Becerileri Üzerindeki Yansımalar”, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(31), 4531-4558.
- Koç, R. (2022). “Dijitalleşen Kültür Ya da Kültürün Dijitalleşmesi: Dijital Kültür Kavramı”, *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 15(38), 500-513. <https://doi.org/10.12981/mahder.1112610>.
- Koçak, R. (2020). “Beşinci Sanayi Devrimi Toplum 5.0 ve Yapay Zekâ Kültürü”, *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 3(5), 1-17.

- Koçel, T. (1982). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları No:132, İstanbul.
- Koçoğlu, Ş., ve Zengin, B. (2021). *Dijitalleşme ve Finans*. Dijital Dönüşüm Üzerine Seçme Yazılar (s. 117-135). İçinde. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Koçyiğit, M., ve Yıldız, M. (2014). “Yerel Yönetimlerde Rekreasyon Uygulamaları: Konya Örneği”, *International Journal of Science Culture and Sport*, 2 (Özel Sayı 2), 215.
- Korkmaz, Z. (2019). *Dijital Teknolojileri Kullanım Alışkanlıkları ve Sosyalleşme: İlkokul Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kozak, N., Kozak, M. A., ve Kozak, M. (2017). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kraus, R. G. (1985). *Recreation Program Planning Today*. London: Scott Foresman and Company.
- Kuran, E. (2018). *Telegraftan Tablete*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Kurgun, O. A. (2019). *Küresel Turizm Ekosistemi ve Turizm 4.0*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuru, D., ve Akdoğan, M. Ş. (2022). “Sanal Seyahat Deneyimindeki Duyu ve Bilgi Kalitesinin Ziyaret Niyetine Üzerine Etkileri”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(özel sayı), 137-153. DOI: 10.33437/ksusbd.1133724.
- Kuşay, Y. (2013). *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık: Facebook Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Kuyucu, M. (2014). “Y Kuşağı ve Facebook: Y Kuşağının Facebook Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(49), 55-83.
- Küçük, S. (2015). *İşgörenlerin Rekreasyonel Etkinliklere Katılım Düzeyleri ile Çalışma Performansları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Künüçen, H. H., ve Samur, S. (2021). “Dijital Çağın Gerçeklikleri: Sanal, Artırılmış, Karma ve Genişletilmiş Gerçeklikler Üzerine Bir Değerlendirme”, *Yeni Medya*, 2021(11), 37-62.
- Lazarus, R. S., ve Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal, and Coping*. New York: Springer.
- Lee, S. Y. (2009). “Online Communication and Adolescent Social Ties: Who Benefits More from Internet Use?”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(3), 509-531. DOI:10.1111/j.1083-6101.2009.01451.x
- Lee, T. H., ve Tseng, C. H. (2015). “How Personality and Risk-Taking Attitude Affect the Behavior of Adventure Recreationists”, *Tourism Geographies*, 17(3), 307-331.
- Lehto, Y. X., Jang, S., Francis, A., ve O’Leary, J. (2006). “Exploring Tourism Experience Sought: A Cohort Comparison of Baby Boomers and the Silent Generation”, *Journal of Vacation Marketing*, 14(3).
- Lepp, A., ve Gibson, H. (2008). “Sensation Seeking and Tourism: Tourist Role, Perception of Risk and Destination Choice”, *Tourism Management*, 29, 740-750.

- Lester, S. W., Rhetta, L., Standifer, R. L., Schultz, N. J., ve Windsor, J. M. (2012). "Actual Versus Perceived Generational Differences at Work: An Empirical Examination", *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 19(3), 341-354.
- Little, D. E. (2002). "How Do Women Construct Adventure Recreation in Their Lives? Why We Need to Re-engage with the Essence of Adventure Experience", *Journal of Adventure Education and Outdoor Learning*, 2(1), 55-69.
- Lukanova, G., ve Ilieva, G. (2019). *Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Hotels*. S. Ivanov and C. Webster (Eds.), *Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality* (pp. 157-183). Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Macan, T. H., Shahani, C., Dipboye, R. L., ve Phillips, A. P. (1990). "College Students' Time Management: Correlations with Academic Performance and Stress", *Journal of Educational Psychology*, 82(4), 760-768.
- MacKenzie, A. (1987). *Zaman Tuzağı* (Çev. Yakut Güneri). İstanbul: İlgi Yayıncılık.
- Madrigal, R. (2006). "Measuring The Multidimensional Nature Of Sporting Event Performance Consumption", *Journal of Leisure Research*, 28(2), 360-377.
- Mannell, R. C. (2007). "Leisure, Health and Well-Being", *World Leisure Journal*, 49(3), 114-128.
- Maslow, A. H. (1943). "A Theory of Human Motivation", *Psychological Review*, 50, 370-396.
- McLean, D. D., ve Hurd, A. R. (2015). *Recreation and Leisure in Modern Society*. Burlington: Jones and Bartlett Learning.
- McNaught, C. ve Lam, P. (2010). "Using Wordle as a Supplementary Research Tool", *Qualitative Report*, 15(3):630-643.
- Medin, B. (2018). "Dijital Kültür, Dijital Yerliyiler ve Günümüzdeki Yeni Film Seyir Deneyimleri", *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 142-158. <https://doi.org/10.17680/erciyesakademia.345705>
- Mehrabian, A., ve Russel, J. A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. The MIT Press.
- Memiş, T. (2022). *İşe Alım Uzmanlarının Kuşaklara Bakışı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Mertol, H., Çetin, Ş., ve Ergun, Y. (2022). "Dijitalleşme ve Kültürel Değişimde Sosyal Medyanın Etkisi", *International Social Sciences Congress in The Age of Digital Transformation* (s. 601-607). İstanbul: 5. Media Literacy Forum Congress Id.
- Milano, R., Baggio, R., ve Piattelli, R. (2011). "The Effects of Online Social Media on Tourism Websites", *18th International Conference on Information Technology and Travel and Tourism*, 26-28 January 2011, Innsbruck, Austria.
- Mlot, S. (2022). *Warner Music Wants to Host Live Music Concerts in the Metaverse*. PCMag. <https://www.pcmag.com/news/warner-music-wants-to-host-live-music-concerts-in-the-metaverse>
- Mokhtarian, P. L., Salomon, I., ve Handy, S. L. (2006). "The Impacts of ICT on Leisure Activities and Travel: A Conceptual Exploration", *Transportation*, 33(3), 263-289.
- Morva, O. (2016). *Ben, Kendim ve Dijital Benliğim*. İstanbul: Kalkedon.

- Mozumder, M. A. I., Sheeraz, M. M., Athar, A., Aich, S., ve Kim, H. C. (2022). "Overview: Technology Roadmap of the Future Trend of Metaverse Based on IoT, Blockchain, AI Technique, and Medical Domain Metaverse Activity", *24th International Conference on Advanced Communication Technology (ICACT)*, Korea, 13-16 February 2022.
- Munusturlar, S. (2016). *Boş Zaman ve Rekreasyon Kavramı*. M. Akyıldız Munusturlar (Ed.), *Rekreasyon Yönetimi* (s. 2-26). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Murphy, A. (2018). "Dating Dangerously: Risks Lurking Within Mobile Dating Apps", *Catholic University Journal of Law and Technology*, 26(1), 7.
- Mustafaoğlu, R. (2018). "E-Spor, Spor ve Fiziksel Aktivite", *USBD*, 2(2), 84-96.
- Mutlu, İ. (2008). *Egzersiz Yapan Kişilerin Boş Zamanlarına Yönelik Tutumları Üzerine Bir Araştırma (Kayseri İli Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Mücevher, M. H. (2015). *X ve Y Kuşağının Birbirlerine Karşı Özellik ve Etkileşim Algıları: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Mücevher, M., ve Erdem, R. (2018). "X Kuşağı Akademisyenler ile Y Kuşağı Öğrencilerin Birbirlerine Karşı Algıları", *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9(22), 60-74.
- Nahum, M., ve Bavelier, D. (2020). "Video Games as Rich Environments to Foster Brain Plasticity", *Handbook of Clinical Neurology*, 168, 117-136.
- Nasiri, M., Ukko, J., Saunila, M., ve Rantala, T. (2020). "Managing the Digital Supply Chain: The Role of Smart Technologies", *Technovation*, 96-97, 1-6 <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102121>
- Oğuz, C. (2021). "Serbest Zaman ve Günlük Hayat Sosyolojisi Bağlamında "Dijital Huzursuzluk": İletişimin ve Zamanın Hızına Yetişme Endişesi", *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 9(28), 104-113. <https://doi.org/10.33692/avrasyad.926688>
- Olca, S. (2018). "Sosyalleşmenin Dijitalleşmesi Olarak Sosyal Medya ve Resimler Arasında Kaybolma Bozukluğu: Photolurking", *Yeni Medya Elektronik Dergi*, 2(2), 90-104. <https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2018.2/2.90-104>.
- Olgun, C. K. (2020). "Dijital Kültürün Yükselişine Doğru: Riskler ve Fırsatlar", *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 185-218. DOI: 10.14520/adyusbd.737364.
- Ormanlı, O. (2012). "Dijitalleşme ve Türk Sineması", *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 2(2), 32-38.
- Önday, Ö. (2017). *Dijital Dönüşüm*. Gazi Kitabevi.
- Önür, N., ve Kalaman, S. (2016). "Dijital Gündelik Yaşam: Yeni Toplumsallıklar ve Dijital Yabancılaşma", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 35, 269-289. doi:10.16992/ASOS.11623.
- Özcan, M., ve Keskin, B. (2020). "Dijitalizasyon Bağlamında Sosyal Dönüşüm", *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(29), 2214-2229. <https://doi.org/10.26466/opus.775748>.
- Özçelik Baloğlu, Ö. (2023). "Teknolojik Bir Dönüşüm Olarak Dijitalleşme Kavramı ve Etkileri", *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(2), 1189-1210.

- Özen, İ. A. (2017). *Deneyimsel Tüketim, Destinasyon İmaj Algısı ve Davranışsal Sonuçları İlişkisi: Kapadokya Sıcak Hava Balonu Deneyimi*. Doktora Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Nevşehir.
- Özenir, İ. (2022). “Metaverse Ve Üretim: Metaverse’ün Üretime Etkileri”, *Erciyes Akademi*, 36(2), 559-573. <https://doi.org/10.48070/erciyesakademi.1073659>
- Özer, L., ve Gülpınar, S. (2005). “Hizmet Sektöründe Tüketicilerin Algıladıkları Riskler: Hava Yolları Sektöründe Bir Araştırma”, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2005(1), 49-63.
- Öziş, M. (2010). *İktisat Teorisinde ‘Zaman’*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özkazanç, C. (2020). *Sosyal Medya Pazarlamasının Bireylerin Boş Zaman Değerlendirme (Rekreasyonel) Aktiviteleri Seçmelerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Öztürk, L. (2002). “Dijital Uçurumun Küresel Boyutları”, *Ege Akademik Bakış*, 2(1), 127-136.
- Palfrey, J., ve Gasser, U. (2008). *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. NY: Basic Books.
- Parlak, B. (2017). “Dijital Çağda Eğitim: Olanaklar ve Uygulamalar Üzerine Bir Analiz”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(15), 1741-1759.
- Patalano, C. (2008). *A Study of the Relationship Between Generational Group Identification and Organizational Commitment: Generation X vs. Generation Y*. Nova Southeastern University.
- Phillips, R. (1997). *Mapping Men and Empire: A Geography of Adventure*. Routledge, London.
- Pomfret, G. (2006). “Mountaineering Adventure Tourists: A Conceptual Framework For Research”, *Tourism Management*, 27(1), 113-123.
- Powell, C. (2007). “The Perception of Risk and Risk Taking Behavior: Implications for Incident Prevention Strategies”, *Wilderness and Environmental Medicine*, 18, 10-15.
- Priest, S. (1992). “Factor Exploration and Confirmation for the Dimensions of an Adventure Experience”, *Journal of Leisure Research*, 24(2), 127-139.
- Priest, S., ve Bunting, C. (1993). “Changes in Perceived Risk and Competence During Whitewater Canoeing”, *Journal of Applied Recreation Research*, 18(4), 265–280.
- Priest, S., ve Gass, M. A. (2005). *Effective Leadership in Adventure Programming* (2nd ed.). US: Human Kinetics.
- Pruijt, H. (2002). “Social Capital and the Equalizing Potential of the Internet”, *Social Science Computer Review*, 20(2), 109-115. DOI: 10.1177/089443930202000201.
- Püsküllüoğlu, A. (2005). *Türk Dil Kurumu*. Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- Rajaguru, R. (2014). “Motion picture-induced visual, vocal and celebrity effects on tourism motivation: Stimulus organism response model”, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(4), 375–388. <https://doi.org/10.1080/10941665.2013.764337>.
- Romney, G. O. (1945). *Off the Job Living*. (First Edition). New York: A.S. Barnes.

- Russell, R. V., ve Jamieson, L. M. (2008). *Leisure Program Planning and Delivery*. USA: Human Kinetics.
- Sağcan, M. (1986). *Rekreasyon ve Turizm*. İzmir: Cumhuriyet Basımevi.
- Sandal, E. K., Karademir, N., ve Toroğlu, E. (2011). “Kahramanmaraş Çevresindeki Rekreasyon Faaliyetlerine Katılanların Yaş ve Gelir Bazında Rekreasyon Faaliyetleriyle İlişkisi”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 142-143.
- Santini, Z. I., Koushede, V., Hinrichsen, C., Nelausen, M. K., Madsen, K. R., Meilstrup, C., Koyanagi, A., ve Nielsen, L. (2022). “Challenging leisure activities and mental health: Are they more beneficial for some people than for others?”, *Mental Health and Social Inclusion*, 26(1), 34-46.
- Sargut, A. S. (2010). *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*. İmge Kitabevi, 3. Baskı, Ankara.
- Sarpkaya, S. (2021). “Dijital Oyun/Video Oyunu Folkloru Üzerine Bir Yöntem Denemesi”, *UHAB*, 4(6), 155-172.
- Savaş, B. Ç., Karababa, B., ve Turan, M. (2022). “Metaverse Bilgi Düzeyi: Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni Adayları Üzerine Bir İnceleme”, *Uluslararası Egzersiz Psikolojisi Dergisi*, 4(1), 18-29.
- Saver, J. L. (2006). “Time is Brain-Quantified”, *Stroke*, 37(1), 263-266.
- Scoot, M. (1997). *Zaman Yönetimi* (2nd ed., Trans. A. Ç. Çevik). İstanbul: Rota Yayınları.
- Seok, W. H. (2021). “Analysis of Metaverse Business Model and Ecosystem”, *Electronics and Telecommunications Trends*, 36(4), 81-91. doi: <https://doi.org/10.22648/ETRI.2021.J.360408>.
- Serçemeli, M., Kurnaz, E., ve Özcan, M. (2015). “Y Kuşağı Öğrencilerinin Muhasebe Eğitimine Bakışı: Atatürk Üniversitesi İİBF’de Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 261-276.
- Seval, İ., ve Tüfekçi, Ş. (2022). *Metaverse Teknolojisinin Spor Alanına Etkisi*. (Eds. Gündoğdu, C., ve Tüfekçi, Ş.). *Güncel Yaklaşımlar Işığında Beden Eğitimi ve Spor*, (pp. 133-151). İstanbul: Efe Akademi Yayınları.
- Sevil, T. (2012). *Rekreasyonun Özellikleri*. (1. Baskı). Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını. Eskişehir.
- Sevil, T., Şimşek, Y. K., Katırcı, H., Çelik, O. V., ve Çeliksoy, A. M. (Eds. Kocaekşi, S.). (2012). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi*. T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını, No: 2497.
- Silahtaroglu, F. (2004). *Akademisyenlerde Zaman Yönetimi*. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Tokat.
- Smith, S. L., ve Xiao, H. (2008). “Culinary Tourism Supply Chains: A Preliminary Examination”, *Journal of Travel Research*, 46, 289-299.
- Soysal, H. (2005). *Sosyo-Ekonomik Düzeyi Düşük Olan Ailelerde Yönetim Etkinliklerine İlişkin Davranışların Yaşam Dönemlerine Göre İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bilim Dalı, Ankara.
- Sperazza, L. J., ve Banerjee, P. (2010). “Baby Boomers and Seniors: A Leisure Value Study”, *Journal of Unconventional Parks, Tourism and Recreation Research*, 3(1), 15-21.
- Stromer-Galley, J., ve Wichowski, A. (2011). *Political discussion online*, M. Consalvo ve C. Ess (Eds.), *The Handbook of Internet Studies* (pp. 168-187). Malden: Wiley-Blackwell.

- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N. ve Triyuni, N. N. (2020). "Tourist loyalty in creative tourism: The role of experience quality, value, satisfaction, and motivation", *Current Issues in Tourism*, 23(7), 867-879.
- Sunal, G. (2016). "Sanal Gerçeklik ve Dijital Sinemanın Olanakları", *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(2), 294-309.
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., ve Pomfret, G. (2003). *Adventure Tourism: The New Frontier* (pp. 39-44). Elsevier Science Publishing.
- Şenturan, Ş., Köse, A., Dertli, E. M., Başak, S., ve Şentürk, N. (2016). "X ve Y Kuşağı Yöneticilerinin İş Değerleri Algısı ve Farklılıkları Üzerine İnceleme", *Business and Economics Research Journal*, 7(3), 171-182.
- Şölenci, A. O. (2023). *Farklı Yapılandırılmış Okul Bahçelerinin Boş Zaman Değerlendirme Olanakları Olarak Teneffüs Kullanım Zamanına Olan Etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Eskişehir Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- T.C Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2017a). *Türkiye'nin Sanayi Devrimi Dijital Türkiye Yol Haritası*.
- Tamer, K. (1998). *Sportif Rekreasyon Etkinliklerine Liderlik Eden Antrenörlerin Lider Davranış Boyutları*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Ana Bilim Dalı.
- Tan, F. (2019). *Özel Spor Merkezlerinde Hizmet Alan Bireyleri Rekreatif Egzersiz Güdüleyen Faktörler*. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Tan, Z. (2022). *Kamu Çalışanlarının Rekreatif Aktivitelere Katılımı, Serbest Zaman Doyumu ve Algılanan Stres Arasında İlişkinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Taş, M. (2023). *Hitit Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Boş Zaman Tutumlarının Serbest Zaman Motivasyonu ile İlişkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Edirne: T.C. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Taşçı, Z. T. (2023). *Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Metaverse Bilgi Düzeyleri ve Dijital Oyun Oynama Motivasyonlarının İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Malatya: T.C. İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Taşel, F. (2020). "Dijitalleşmenin Ticaret ve Ekonomiye Etkisi", *Beykoz Akademi Dergisi*, 8(2), 127-137. <https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2020.8/2.127-137>.
- Taylor, J. C. (2008). *Whither March the Cohorts: The Validity of Generation Theory as a Determinant of the Socio-Cultural Values of Canadian Forces Personnel*. Canadian Forces College – Collège Des Forces Canadiennes.
- Taymaz, E. (2018). *Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme*. İstanbul: TÜSİAD.
- Tekeli, H. (2001). *Turizm Pazarlaması ve Planlaması*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Terekli, M., Erkan, M., Heper, E., ve Katıcı, H. (2000). "Serbest Zaman İçerisinde Rekreatif Spor", *1. Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Kongresi* (Cilt II, pp. 1-11). Ankara.
- Tezcan, M. (1994). *Boş Zamanların Değerlendirilmesi Sosyolojisi*. Ankara: Atilla Kitabevi.
- Tihinen, M., ve Kääriäinen, J. (2016). *The Industrial Internet in Finland: On Route to Success?* Espoo, Finland: VTT Technology.
- Toffler, A. (2018). *Üçüncü Dalga- Bir Fütürist Ekonomi Analizi Klasığı* (Çev. Selim Yeniçeri). İstanbul: Koridor Yayıncılık.

- Toker, F. (2020). *Kentsel Açık Alan Rekreatyonunun Çevre ve Halk Sağlığı Açısından İncelenmesi: Zoonoz Riski*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Topaçoğlu, O. (2022). *Rekreatyonel Faaliyetleri Tercih Etmede Kuşakların Etkisi: Turizm Çalışanları Üzerine Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Topaçoğlu, O., ve Kılavuz, M. E. S. (2022). “Rekreatyon ve Sosyalleşme Açısından Metaverse İncelemesi”, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 9(3), 18–37. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7129830>.
- Topaktaş, S. (2021). *Dijitalleşme Sürecinde Bilgi ve Bilgiyi Kullanma Biçimleri: Kuşaklar Arası Bir Kıyaslama* (Yüksek Lisans Tezi). Karabük: T.C. Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Topsakal, Y., Yüzbaşıoğlu, N., Çelik, P., ve Bahar, M. (2018). “Turizm 4.0 - Turist 5.0: İnsan Devriminin Neden Endüstri Devrimlerinden Bir Numara Öne Olduğuna İlişkin Bakış”, *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 1(2), 1-11.
- Torkildsen, G. (1992). *Leisure and Recreation Management* (3rd ed.). London: E&F Spon.
- Torkildsen, G. (2005). *Leisure and Recreation Management* (5th ed.). Taylor and Francis Group. USA.
- Torkildsen, G. (2012). *Leisure and Recreation Management*. Routledge.
- Toruntay, H. (2011). *Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Toyoshima, M., Kaneko, Y., ve Motohashi, Y. (2016). “Leisure-Time Activities and Psychological Distress in a Suburban Community in Japan”, *Preventive Medicine Reports*, 4, 1-5.
- Tribe, J. (2015). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. Routledge.
- Tsaur, S. H., Lin, W. R., ve Cheng, T. M. (2015). “Toward a Structural Model of Challenge Experience in Adventure Recreation”, *Journal of Leisure Research*, 47(3), 322-336.
- Tulgar, M. A. (2020). “Dijital Yerlilerin Mobil Reklamlardaki Rolü ve Tercihleri Üzerine Bir Araştırma”, *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 56-86.
- Tuncer, A. S. (2013). *Sosyal Medya*, F. Zeynep Özata (Ed.), *Sosyal Medyanın Gelişimi* (pp. 2-26). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Tung, V. W. S., ve Law, R. (2017). “The Potential for Tourism and Hospitality Experience Research in Human-Robot Interactions”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(10), 2498-2513.
- Tur, S. (2019). *Dijital Sosyalleşme Sürecinde Kuşaklararası Sosyal Ağ Kullanımına Yönelik Facebook Kullanımı Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Turgut, İ. (2019). *Çanakkale İli Rekreatyon Alanlarının Sınıflandırılmasına Yönelik Bir Saha Çalışması*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Tussyadiah, L. P., Wang, D., Jung, T. H., ve Dieck, M. T. (2018). “Virtual Reality, Presence, and Attitude Change: Empirical Evidence from Tourism”, *Tourism Management*, 66, 140-154.

- Türk, E. (2020). *Turistlerin Macera Turizmi Motivasyonları, Memnuniyetleri ve Bölgeyi Tekrar Ziyaret Niyetleri: Kapadokya Destinasyonunda Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir: T.C. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı. (2018). “E-Spor Raporu”, 5(1), 9-15.
- Tütüncü, Ö., ve Aydın, İ. (2014). “Toplum ve Açık Hava Rekreasyon Faaliyetleri: ABD Örneği”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 118-120.
- Tüzünkazan, D. (2019). *Turizm 4.0*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uğur, A., ve Ataseven, B. (2022). “Dijital Dönüşümün İş Modelleri Üzerindeki Etkisi”, *Journal of Research in Business*, 7(2), 354-375. <https://doi.org/10.54452/jrb.1038044>.
- Uzun, Y., ve Gözel, O. (2022). “Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarının Kültürel Miras Alanlarına Etkisi”, *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (33), 280-284.
- Üçüncüoğlu, M., ve Çakır, V. (2017). “Modern Spor Kulüplerinin Espor Faaliyetlerine İlgi Gösterme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma”, *İstanbul Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 34-47.
- Ülger, Y. T., ve Ülger, H. T. (2023). “Metaverse Evrenine Giriş Yapan Markalar Üzerine Bir İnceleme”, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 111-124. <https://doi.org/10.52791/aksarayiibd.1131341>.
- Ünal, Ş., ve Koçak, H. (2023). “Dijital Kültürün Gündelik Yaşama Etkileri ve Kuşaklar Arası Karşılaştırmaya Yönelik Sosyolojik Bir Analiz”, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences (JOSHAS)*. 9(60), 2120–2128. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29228/JOSHAS.67028>
- Van Dijk, J. A. G. M. (2006). “Digital Divide Research, Achievements and Shortcomings”, *Poetics*, 34(4-5), 221-235.
- Van Tonder, C., Schachtebeck, C., Nieuwenhuizen, C., ve Bossink, B. (2020). “A Framework for Digital Transformation and Business Model Innovation”, *Journal of Contemporary Management Issues*, 25(2), 111-132.
- Vapur, M. (2021). *Boş Zaman Katılımının Yaşam Kalitesine Etkisi: Boş Zaman Tatmini ve Algılanan Stresin Aracılık Rolü* (Doktora Tezi). Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Vaska, S., Massaro, M., Bagarotto, E. M., ve Mas, F. D. (2021). “The Digital Transformation of Business Model Innovation: A Structured Literature Review”, *Frontiers in Psychology*, 11, 1-18.
- Verina, N., ve Titko, J. (2019). *Digital Transformation: Conceptual Framework*. Proceedings of the International Scientific Conference “Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering’2019”, Vilnius, Lithuania, 719-727.
- Wachal, R. (1971). “Humanities and Computers: A Personal View”, *The North American Review*, 256(1), 30-33.
- Wagner, G. (2006). “On the Scientific Relevance of Esports”, *ICOIC2006*, 5(1), 437-442.
- Weber, K. (2001). “Outdoor Adventure Tourism: A Review of Research Approaches”, *Annals of Tourism Research*. 2 (28), 360-377.
- Whitty, M. T., ve McLaughlin, D. (2007). “Online Recreation: The Relationship Between Loneliness, Internet Self-Efficacy and the Use of the Internet for Entertainment Purposes”, *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1435-1446. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2005.05.003>

- Williams, C. A. (2019). "Nurse Educators Meet Your New Students: Generation Z", *Nurse Educator*, 44, 59-60.
- Yalçın Kayıkçı, M., ve Kutluk Bozkurt, A. (2018). "Dijital Çağda Z ve Alpha Kuşağı, Robotlar ve Turizmde Yapay Zekâ Uygulamaları", *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2018(1), 54-64.
- Yankın, F. B. (2019). "Dijital Dönüşüm Sürecinde Çalışma Yaşamı", *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 1-38.
- Yavaşgel, E., ve Turdubaeva, E. (2021). *Digital Culture and Power. Digital Siege* (Eds. Ece Karadoğan Doruk, Seda Mengü, Ebru Ulusoy). İstanbul: Istanbul University Press.
- Yayla, Ö., ve Güven, Y. (2019). *Rekreasyon ve Ekoloji*. Ö. Yayla & E. Karaçar (Eds.), *Rekreasyon Yönetimi (Güncel Animasyon Uygulamaları)* (pp. 27-56). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yaylagül, L. (2014). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yazgeç, G. (2019). *Doğa ve Macera Rekreasyonu Etkinliklerine Katılan Bireylerin Serbest Zaman Doyumu ve Mutluluk Düzeylerinin İncelenmesi: Fethiye Destinasyonu Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Manisa: T.C. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yersüren, S. (2022). *Sanal Gerçeklik Deneyim Kalitesinin Destinasyon Ziyaret Niyetine Ve Sanal Gerçeklik Seyahat Niyetine Etkisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yetim, A. (2000). *Sosyoloji ve Spor*. Ankara: Topkar Matbaacılık.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, H., ve Seferoğlu, S. S. (2012). "Sayısal Uçurum Üzerine Karşılaştırılmalı Bir İnceleme", *Türkiye Bilişim Derneği 29. Ulusal Bilişim Kurultayı (Bilişim 2012) Bildiriler Kitabı* (pp. 111-117). Türkiye Bilişim Derneği, Ankara.
- Yıldız, M. Z., ve Alaeddinoğlu, F. (2007). "Küreselleşme Çağında Değişen Mekân Algılamaları", *İcanas*, 38, 845-862.
- Yılmaz, D. (2005). *Rekreasyon Program Yönetimi: Orta Öğretimde Rekreasyon Programlarına Katılan Bayan Öğrencilerin, Rekreasyon Programlarına Bakış Açılarının ve Deneyimlerinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Bolu: T.C. Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Yılmaz, H. (2022). *İş Hayatında Öğrenilmiş Çaresizlik Kavramının İşe Yabancılaşmaya Etkisinin Farklı Kuşaklar Açısından Değerlendirilmesi: X, Y, Z Kuşakları ile Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: T.C. İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Yılmaz, T. (2023). "Seyahat, Turizm ve Rekreasyon İlişkisinde Kuşakların Etkisi: Literatür İncelemesi", *International Social Sciences Studies Journal*, 9(113), 7455-7464. <https://doi.org/10.29228/sssj.70151>
- Yusufoğlu, Ö. Ş. (2017). "Boş Zaman Faaliyeti Olarak Akıllı Telefonlar ve Sosyal Yaşam Üzerine Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 2414-2434.
- Yükçü, S., ve Kaplanoğlu, E. (2018). "UIK e-SPOR Endüstrisi", *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17. UIK Özel Sayısı, 533-550. <https://doi.org/10.18092/ulikidince.435207>
- Zemke, R., Raines, C., ve Filipczak, B. (2013). *Generations at Work: Managing the Clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the Workplace*. Unpaged. Amacom.

Zotto, C. D., ve Lugmayr, A. (2016). *Media Convergence as Evolutionary Process*. C. D. Zotto and A. Lugmayr (Eds.), *Media Convergence* (pp. 3-16). New York: Springer Heidelberg.





EKLER

EK-1. Soru Formu

Genç Kuşağın Macera Rekreasyonu Etkinliklerine Katılımında Sanal ve Gerçek Dünya Arasındaki Tercih ve Deneyimleri adlı bu araştırma, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi / Rekreasyon Yönetimi Ana Bilim Dalı / Rekreasyon Yönetimi Alanında, Yüksek Lisans Tez Çalışması kapsamında yapılmaktadır. Vereceğiniz bilgiler tamamen bilimsel amaçla kullanılacaktır. Kişisel herhangi bir bilgi edinimi ve paylaşımı söz konusu olmayacaktır. Katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Prof. Dr. Bilgehan GÜLCAN

Berat Can KÖSE

Demografik Sorular

- **Kuşak / Doğum Yılı:** Y Kuşağı (1981-2000) ()
Z Kuşağı (2001-) ()
- **Cinsiyet:** Erkek () Kadın ()
- **Eğitim Düzeyi:** Lise () Ön Lisans () Lisans ()
Lisansüstü ()
- **Medeni Durum:** Evli () Bekar ()

Deneyim öncesi sorular

- **Gerçek hayatta farklı etkinliklerdeki risk alma düzeyinizi nasıl tanımlarsınız?**
Yüksek (Risk almayı severim) Orta (Risk alabilirim)
..... Düşük (Riskten kaçınırım)
- **Gerçek hayatta aşağıda yer alan (doğa yürüyüşü, kaya tırmanışı, balon, yamaç paraşütü, kürek ve rafting) ve sanal uygulamasını yapacağınız etkinlik türlerinden herhangi birini yapmanızı engelleyen fiziksel (kronik rahatsızlık, görme bozukluğu vb) ya da psikolojik (korku, kaygı bozukluğu, panik atak vb.) bir engeliniz var mı?**
Evet () Hayır ()
- **Deneyimlemek istediğiniz VR etkinlik türünü seçiniz**
Doğa Yürüyüşü.... Kaya Tırmanışı..... Kürek..... Rafting.....
Balon..... Yamaç Paraşütü.....

Deneyim öncesi sorular

Aşağıdaki sorulara ilişkin cevaplarınızı lütfen ilgili alana işaretleyiniz.	Düşük	Orta	Yüksek
1. etkinliğinin gerçek hayattaki risk düzeyi sizce hangi derecededir?			
2. etkinliğinin gerçek hayattaki fiziksel zorluk derecesi sizce nedir?			
3. etkinliğinin gerçek hayattaki katılım maliyeti düzeyi sizce nedir?			
	Hiç	Bir ya da Birkaç kez	Sık Sık
4. etkinliğini daha önce gerçek hayatta deneyimlediniz mi?			
5. etkinliğini daha önce sanal ortamda deneyimlediniz mi?			

Deneyim sonrası sorular

Aşağıdaki sorulara ilişkin cevaplarınızı lütfen ilgili alana işaretleyiniz.	Düşük	Orta	Yüksek
1. Sizce Bu Sanal Etkinlik Deneyimi ne derece tatmin ediciydi?			
	Hayır	Kararsızım	Evet
2. Sanal ortamda aynı deneyimi tekrar yaşamak ister misiniz?			
3. Bir sanal gerçeklik gözlüğüne sahip olmak ister misiniz?			
4. Bu sanal deneyimden sonra aynı etkinliği gerçek hayatta deneyimleme konusunda motivasyonunuz arttı mı?			

***Bu etkinliği hem sanal hem gerçek hayatta yapma imkanınız olsaydı tercihiniz çoğunlukla hangisi yönünde olurdu?**

Sanal ()

Gerçek ()

***5. soruya verdiğiniz cevaba ait başlıca üç gerekçesini yazınız;**

1.

2.

3.



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : KÖSE, Berat Can

Uyruğu : T.C.

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Yüksek lisans	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	16.10.2024
Lisans	Gazi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği	14.08.2018

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2024 –	Volley Hotel	Resepsiyon Sorumlusu

Yabancı Dil

İngilizce



