

T.C  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**SUYA DAYALI REKREATİF ETKİNLİKLERE KATILAN BİREYLERİN  
KATILIM VE DESTİNASYON SEÇİM MOTİVASYONLARI: GÜMÜŞLÜK  
ÖRNEĞİ**

**Mustafa BALLI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

REKREASYON ANABİLİM DALI

**Danışman**  
**Prof. Dr. Serkan REVAN**

**KONYA-2024**

T.C  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**SUYA DAYALI REKREATİF ETKİNLİKLERE KATILAN BİREYLERİN  
KATILIM VE DESTİNASYON SEÇİM MOTİVASYONLARI: GÜMÜŞLÜK  
ÖRNEĞİ**

**Mustafa BALLI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**REKREASYON ANABİLİM DALI**

**Danışman**  
**Prof. Dr. Serkan REVAN**

**KONYA-2024**

## ÖNSÖZ

Çalışmanın oluşmasında, planlanmasında ve yazım aşamasında her türlü yardımı ve emeğini esirgemeyen, bilgisi ve tecrübesiyle yol gösteren çok kıymetli ve değerli hocam Prof. Dr. Serkan REVAN' a çok teşekkür ederim. Yönlendirmeleri, destekleri ve akademik bilgileri ile yardım eden sayın Dr. Öğretim Üyesi Nazlı Deniz ÖZ' e teşekkürlerimi bir borç bilirim. Destekleri için kıymetli arkadaşım Arş. Gör. Rıdvan ÇAKIR' a teşekkür ederim.

Eğitim hayatımdaki gelişmelere her zaman çok sevinen rahmetli babama, desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen abilerime ve bana her zaman ve her koşulda desteği için annem Neziha BALLI' ya çok teşekkür ederim.

**Mustafa BALLI, 2024**

## İÇİNDEKİLER

|                                                                  |            |
|------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>SİMGELER VE KISALTMALAR.....</b>                              | <b>v</b>   |
| <b>ÖZET .....</b>                                                | <b>vi</b>  |
| <b>SUMMARY .....</b>                                             | <b>vii</b> |
| <b>1.GİRİŞ.....</b>                                              | <b>1</b>   |
| 1.2. Rekreasyon .....                                            | 1          |
| 1.2.1. Rekreasyonun Sınıflandırılması.....                       | 2          |
| 1.2.2. Rekreatif Etkinliklere Katılımı Etkileyen Faktörler ..... | 3          |
| 1.2.3.Rekreasyonun Özellikleri.....                              | 4          |
| 1.3. Destinasyon.....                                            | 4          |
| 1.3.1. Destinasyonun Unsurları.....                              | 5          |
| 1.3.2. Doğal Unsurlar.....                                       | 5          |
| 1.3.3.Yapay Unsurlar .....                                       | 6          |
| 1.3.4. Destinasyonun Özellikleri.....                            | 7          |
| 1.3.5. Kültürel ve Tarihsel Özellikler .....                     | 8          |
| 1.3.6. Mevsimsel Özellikler .....                                | 8          |
| 1.4. Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörler .....              | 9          |
| 1.4.1. Destinasyon Türleri.....                                  | 9          |
| 1.4.2. Sahil Destinasyonu.....                                   | 10         |
| 1.4.3. Dağ Destinasyonu .....                                    | 14         |
| 1.4.4. Kırsal Alan Destinasyonu .....                            | 15         |
| 1.5. Motivasyon .....                                            | 16         |
| 1.5.1. İçsel Motivasyon.....                                     | 17         |
| 1.5.2. Dışsal Motivasyon .....                                   | 18         |
| 1.5.3. Motivasyonu Etkileyen Faktörler .....                     | 19         |
| 1.6. Destinasyon ve Rekreatif Etkinlik İlişkisi .....            | 20         |
| 1.7. Motivasyon ve Rekreasyon İlişkisi.....                      | 21         |
| <b>2.GEREÇ VE YÖNTEM .....</b>                                   | <b>23</b>  |
| 2.1. Evren ve Örneklem.....                                      | 23         |
| 2.2.Çalışmanın Deseni.....                                       | 23         |
| 2.3. Veri Toplama Araçları.....                                  | 23         |
| 2.4. İstatistiksel Analiz .....                                  | 23         |

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>3.BULGULAR .....</b>                                        | <b>25</b> |
| <b>4.TARTIŞMA .....</b>                                        | <b>39</b> |
| <b>5.SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>                               | <b>43</b> |
| <b>6.KAYNAKLAR.....</b>                                        | <b>45</b> |
| <b>7.EKLER.....</b>                                            | <b>55</b> |
| Ek-A: Kişisel Bilgi Formu.....                                 | 55        |
| EK-B: İçsel Seyahat Motivasyonları Ölçeği (İSMÖ).....          | 57        |
| EK-C: Rekreasyon Aktivitelerine Katılım Motivasyon Ölçeği..... | 58        |
| EK-D: Etik Kurul Raporu.....                                   | 59        |
| EK-E: Turnitin Raporu .....                                    | 60        |
| <b>8.ÖZGEÇMİŞ .....</b>                                        | <b>61</b> |

## SİMGELER VE KISALTMALAR

|       |                                                     |
|-------|-----------------------------------------------------|
| FIS   | Uluslararası Kayak Federasyonu                      |
| İSMÖ  | İçsel Seyahat Motivasyonları Ölçeği                 |
| REKMÖ | Rekreasyon Aktivitelerine Katılım Motivasyon Ölçeği |



## ÖZET

T.C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**Suya Dayalı Rekreatif Etkinliklere Katılan Bireylerin Katılım ve Destinasyon Seçim**

**Motivasyonları: Gümüşlük Örneği**

**Mustafa BALLI**

**Rekreasyon Anabilim Dalı**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ / KONYA – 2024**

Bu çalışmanın amacı turizm destinasyonu seçiminde rekreasyonel ve içsel motive araçlarının belirlenmesidir. Bu amaçla sportif rekreasyon imkânları su sporları bağlamında geniş sayılabilecek destinasyonlardan Muğla ili, Bodrum ilçesi Gümüşlük mahallesinde bizzat rekreatif amaçlı su sporları aktivitelerine katılım sağlayan ziyaretçilere ulaşılmıştır (N:503, N<sub>kadın</sub>:221; N<sub>erkek</sub>: 283, X<sub>yaş</sub>: 26.92±7.98). Çalışmada veri toplama aracı olarak “İçsel Seyahat Motivasyonları Ölçeği (İSMÖ)” ve “Rekreatif Etkinliklere Katılım Motivasyonu Ölçeği (REKMÖ)” kullanılmıştır. Verilerin analizi SPSS-25 paket programında yapılmıştır. Veriler normal dağılım gösterdiğinden bağımsız örneklem t testi, tek yönlü varyans analizi ve pearson korelasyon analizleri ile bulgular sunulmuştur. Bu çalışmada anlamlılık düzeyi 0.05 olarak belirlenmiştir. Çalışmanın sonucunda cinsiyet, yaş, medeni durum, ikamet yeri, destinasyonun daha önce ziyaret edilip edilmemesi, ziyaret sıklığı, destinasyon yeterliliği, tekrar ziyaret niyeti değişkenlerine göre istatistiki açıdan anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Ayrıca “İçsel Seyahat Motivasyonları Ölçeği (İSMÖ)” ve “Rekreatif Etkinliklere Katılım Motivasyonu Ölçeği” alt boyutları arasında düşük ve orta düzeylerde pozitif yönlü ilişki bulunmuştur. Sonuç olarak, suya dayalı etkinliklere katılımda içsel seyahat motivasyonu ve rekreatif etkinliklere katılım motivasyonunun etkili olduğu söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** destinasyon; gümüşlük; motivasyon; rekreasyon; su sporları;

## SUMMARY

REPUBLIC OF TURKEY  
SELCUK UNIVERSITY  
INSTITUTE OF HEALTH SCIENCES

### **Participation Motivations and Destination Choice Motivations of Individuals Participating in Water-Based Recreational Activities: The Case of Gümüşlük**

**Mustafa BALLI**  
**Department of Recreation**

**MASTER’S THESIS / KONYA - 2024**

The aim of this study is to determine recreational and intrinsic motivation tools in tourism destination selection. For this purpose, visitors who personally participated in water sports activities for recreational purposes were reached in Gümüşlük neighborhood of Bodrum district of Muğla province, which is one of the destinations with wide range of sportive recreation opportunities in the context of water sports (N: 503, N<sub>women</sub>: 221; N<sub>men</sub>: 283, X<sub>age</sub>: 26.92±7.98). “Intrinsic Travel Motivations Scale (ISMÖ)” and “Recreational Activities Participation Motivation Scale” were used as data collection tools in the study. Data analysis was done in the SPSS-25 package program. Since the data showed normal distribution, findings were presented using independent sample t test, one-way analysis of variance and Pearson correlation analysis. In this study, the significance level was determined as 0.05. As a result of the study, statistically significant results were obtained according to the variables of gender, age, marital status, place of residence, whether the destination has been visited before, frequency of visit, destination adequacy, and revisit intention. In addition, a positive relationship was found at low and medium levels between the sub-dimensions of the "Intrinsic Travel Motivations Scale (ISMÖ)" and the "Recreational Activities Participation Motivation Scale". As a result, it can be said that intrinsic travel motivation and motivation to participate in recreational activities are effective in participating in water-based activities.

**Key Words:** destination; gümüşlük; motivation; recreation; water sports

## 1.GİRİŞ

Bireylerin rekreasyonel destinasyon seçimi yaparken motivasyonun rolü büyüktür. Tercih edilecek olan destinasyon için mevcut rekreatif etkinliklerin çeşidi katılımcılar açısından önemli bir etkidir (Özdemir ve ark 2016).

Kişilerin rekreatif etkinlik seçimlerinde yüksek motivasyona sahip olmaları, yapacakları etkinlikler kapsamında büyük ve olumlu geri dönütleri olacaktır. Kişilerin boş zamanlarını değerlendirmede motivasyonun rekreatif bir faaliyete sürüklemeye önemli bir paya sahip olduğu söylenebilir (Tarcan 2019). Destinasyon merkezleri katılımcıların istek ve arzularına göre şekil aldığında çekicilik faktörünün de artacağı belirtilmektedir (Pektaş ve Güneren Özdemir 2017). Bireylerin hangi amaçla olursa olsun seçmiş oldukları destinasyonların imkânları ve hizmetleri birer yan ürün olarak değerlendirilip, o destinasyon bölgesi için değerini yükselten unsurlar arasında olduğu vurgulanmıştır (Çavuş 2021). Destinasyon bölgesinin yan unsurlarla desteklenmesi bölgenin tekrar tercih edilebilme potansiyelini artıracığı için bu tür durumlara özen gösterilmesinin gerekliliğine değinilmiştir (Soylu 2019). Rekreasyonun temel amaçlarına uygun olarak bireylerin yapacakları destinasyon seçimlerinde kişileri iyi hissettirecek, mutlu olmalarını sağlayacak, keyif verecek, kültür ve doğayla birleştirecek etkinliklere katılımlarında motivasyon önemli bir etkidir. Bireyler bu tarz rekreatif etkinliklere katılımda motivasyon hem aktiviteye katılımı teşvik etmekte hem de katılan bireylerin sonrasında motivasyonlarının yükseldiği belirtilmektedir. Bu noktada motivasyon ve rekreasyon kavramı birbirini destekleyici unsurlar sunmaktadır (Eryılmaz ve Akgündüz 2017).

Bu araştırmada, suya dayalı rekreatif etkinliklere katılan bireylerin katılım ve destinasyon seçim motivasyonlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

### 1.2. Rekreasyon

Bireylerin temel ihtiyaçlarını giderdikten sonra, yani iş yaşamları dışında kalan zamana boş zaman denir. Bu zamanlarda fiziki ve mental olarak bireylerin kendilerini rahatlatarak, dinlendirecek ve mutlu hissettirecek etkinliklere katılımı rekreasyon kavramının içerisine girmektedir. Bireylerin bir rekreatif etkinlikte bulunabilmesi için bireylerin gönüllü olarak, para kazanma amacı gütmeyen ve iş zamanı dışında kalan zamanlarda yaptığı aktiviteler olarak vurgulanmıştır (Karaküçük 1997).

Rekreasyon bireyin işten arta kalan zamanlarında kendisini dinlendirmek, mutlu etmek, eğlendirmek amacıyla ruhsal ve bedensel olarak iyi hissettirmek için yapmış olduğu aktiviteler bütünüdür (Ardahan ve ark 2016). Hacıoğlu ve ark (2015)' na göre de bireyleri kişisel ve çevresel birtakım sorunlarından/olumsuzluklarından uzaklaştırmak için bireysel ya da grupla, rahatlatmak, dinlenmek ve haz almak için tamamıyla kendi isteğiyle yaptığı etkinliklerin rekreasyon kavramı içerisinde olduğu vurgulanmıştır.

Kişilerin klişe hayat tarzlarından kurtulup, en azından boş zamanlarında fırsat buldukça özgür iradeleri ile ruhlarını ve bedenlerini dinlendirmek amacıyla katılmış oldukları rekreatif faaliyetlerin oldukça önemli olduğu vurgulanmıştır (Gül ve ark 2014). Rekreasyon, kişinin boş zamanlarında maddi amacı olmayan ve gönüllülük esasına dayanan doyum sağlayıcı aktivitelerdir. Rekreasyon sözcüğü Türkiye'de boş zamanı değerlendirme anlamında da kullanıldığı belirtilmektedir (Hazar 2014).

Rekreasyon, kişilerin özgür zamanında (boş zamanında) bazı olguları edinmek ve bunlarla beraber mutlu olmak ve iyi olmaya yönelik katıldığı aktivitelerdir. Ayrıca kişilerin bu aktivitelere katılırken bir yarışma, başarma ve başarılı olma hırısı, üstünlük gibi tutumlarından arınmış şekilde toplumsal ve duygusal bir olgunluğa bürünmüş olabileceği belirtilmektedir (Kılbaş 2010).

### **1.2.1. Rekreasyonun Sınıflandırılması**

Rekreatif etkinliklerin sınıflandırılmasında birçok kriter bulunmaktadır. Bunlar fonksiyon, yaş, cinsiyet vb. gibi durumları göz önünde bulunduran belirteçlerdir. Bazı rekreatif etkinlikler birden fazla gruba mensup olabilmektedir. Sınıflandırmayı yaparken bazı başlıklar belirtilmiştir (Hazar 2014). Bu başlıklar şöyle sıralanabilir;

- ✓ Etkinliklere katılma şekline göre
- ✓ Mekânsal açıdan
- ✓ Milliyetlerine göre
- ✓ Yaşlarına göre
- ✓ Sayısına göre
- ✓ Fonksiyonlarına göre

Karaküçük (1997)' e göre ise rekreasyon sınıflandırılmasında iki ana başlığa ve alt boyutlarına değinilmiştir. Her insanın ihtiyaçlarının farklı olması sebebiyle kişi

kendisine uygun ve ihtiyacına cevap verecek bir rekreatif etkinlik bulabilmektedir. Bunlar;

Amaçlarına göre rekreasyonun sınıflandırılması,

- Dinlenme
- Kültürel
- Toplumsal
- Sportif
- Turizm
- Sanatsal

Çeşitli kriterlere göre rekreasyonun sınıflandırılması,

- Yaş faktörüne göre
- Katılanların sayısına göre
- Zamana göre
- Mekâna göre
- Sosyolojik alana göre

### **1.2.2. Rekreatif Etkinliklere Katılımı Etkileyen Faktörler**

Gelişmekte olan dünyada yeni ve ciddi bir pazar oluşturan rekreasyon kavramını, bireylerin rekreatif etkinliğe olan talepleri nedeniyle arzın karşılanabilmesi için ulusal ve uluslararası sosyo-ekonomik gelişimler gösterdiği belirtilmektedir. Rekreatif faaliyetlere katılımı destekleyen bazı unsurlar aşağıda başlıklar halinde belirtilmiştir (Karaküçük ve Akgül 2016).

- Boş zaman artışı
- Gelirlerin artması
- Eğitim düzeyi
- Teknolojik gelişmeler
- Kentleşme
- Eğlence hareketinin etkisi

Şimşek (2018) insanların rekreasyonel faaliyetlerindeki ihtiyaçlarının karşılanmasının önemini vurgulamıştır. Bu arz-talep meselesi bireylerin rekreatif etkinliklere katılmalarında önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca ihtiyaca karşılık

vereabilen bölgeler için de iç veya dış pazarda ekonomik olarak fırsat sunduğu belirtilmiştir.

### **1.2.3.Rekreasyonun Özellikleri**

Rekreatif bir etkinliğe katılımda her insanın kendine has bireysel özellikleri olduğu belirtilerek ve bununla beraber rekreasyon kavramının özelliklerinin ve çeşitliliğinin de bu şekilde olması gerektiği vurgulanmıştır. Çünkü bireyler karakteristik özelliklerine göre boş zamanlarında katılabilecekleri kendilerine uygun rekreasyonel faaliyetler aramaktadırlar (Kılbaş 2010).

Rekreatif etkinlikler kişinin rutininden çıkıp, içerisinde bulunduğu iş hayatının stresinden kurtulmak için boş zamanlarında fizyolojik ve psikolojik olarak yenilenmesini, dinlenmesini hedeflemektedir. Bu yüzden rekreasyonel etkinliğe katılım da bazı özellikler ön plana çıkmaktadır. Bunlar;

- ❖ Boş zamana sahip olmak
- ❖ Özgür irade ile seçebilmek
- ❖ Aktif-pasif katılım seçimi yapmak
- ❖ Aktivite türüne göre
- ❖ Demografik özelliklere göre
- ❖ Mekânsal özelliklerine göre

### **1.3. Destinasyon**

Kavramsal olarak destinasyon kelimesi farklı çevrelerce farklı anlamlarda kullanılmakta olup, çok geniş bir başlık altında toplanmış ve amacına yönelik olacak şekilde betimlenmiştir (Framke 2002). Destinasyon kelimesi, kökeni Fransızca olan ‘destination’ kelimesinden dilimize geçmiştir. Destinasyon kelimesi ‘varılacak olan yer’ olarak kayıtlara geçmiştir (Türk Dil Kurumu 2022). Çeşitli çalışmalarda destinasyon ile ilgili olarak turizm yapılan yer olarak vurgulanmış olsa da bazı çalışmalara göre de turizm yapılabilmesi için gerekli unsurların bulunulması gereken yer olarak belirtilmektedir (Aydoğan Çiftçi 2020). Leiper (2000)’ e göre destinasyon merkezi seyahat edilen yer ile başlangıç noktası arasında kalan yerlerin asıl seyahat edilmek istenen destinasyon merkezine yardımcı birer unsur olduğu ve bir yeri destinasyon merkezi kılan yan ürünler olduğu belirtilmektedir. Kömür (2020) ' e göre

de destinasyon alanlarının ve merkezlerinin korunması ve çağına ayak uyduran bir seviyede kalınması oldukça mühim bir konudur.

Bireylerin destinasyon tercihlerinde seyahat planlaması ve seyahat sonuna kadar çok üst düzey bir hizmet almaktan daha çok, az olumsuz durumdan kaçındıkları bildirilmiştir. Bu yüzden destinasyon merkezi için turistlerin ilk sıralara yüksek kaliteden ziyade alanın olumsuzluklara karşı tedbirli ve güvenilir yer olmasının istenmesi dikkat çekici bir husustur (Dinç 2020).

### **1.3.1. Destinasyonun Unsurları**

Destinasyon unsurları olarak, kavramın baştan sona kadar mentâl ve fiziki olarak iyi seviyede hizmet etmesi ayrıca bu iyi hizmetlerin devamlılığı, sürdürülebilirliğinin de önemli olduğu anlaşılmaktadır (Torlak 2020). Geçmişten gelen birikim sayesinde destinasyon merkezleri sadece belirli konular üzerinde gelişim göstermez. Yapılacak olan seyahatin sadece tatil ve eğlence amacı gütmeyen amaçları olabilir. Bu yüzden destinasyon merkezi seçiminde ihtiyaca yönelik arayışlara olumlu karşılık verilmesi destinasyonel unsurların başında gelmektedir (Abiodun ve Özdemir 2020). Destinasyon merkezleri için ulaşılabilirliğin önemli olduğu ve destinasyon alanlarının doğal güzelliklerinin gelen turistler için son derece önemli ve o yeri seçmede etkili olması aşamasında karar verme mekanizmalarında önemli bir yere sahip olduğu belirtmiştir (Ercan 2019). Yapılacak olan destinasyon seçimlerinde bölgenin destinasyonel bir merkez haline gelmesi için o bölgenin ciddi, yapay-doğal unsurlarla ve çevre merkezi ile işbirlikçi bir yol izlemesi, ayrıca gelen kişilerin ihtiyaçlarını karşılayacak bir alt yapı oluşturması oldukça önemli bir rol oynamaktadır (Karakaş 2020).

### **1.3.2. Doğal Unsurlar**

Bölgenin doğal özelliklerinin yanı sıra dini açıdan, seyahat edecek olan kişileri o destinasyon bölgesine çekiciliğini artıracak, demografik özelliklere göre değişkenlik göstereceği vurgulanmıştır. Destinasyonun doğal unsurları açısından etnik kimliğe olan vurgusu önem taşımaktadır (Terzi 2020).

Uwizeye (2020)'a göre bölgenin bir destinasyon bölgesi haline gelebilmesi için bölgedeki coğrafi unsurların etkili olduğu ve o bölgeye yapılacak olan seyahatlerin bu unsurlardan olumlu etkilendiği belirtilmektedir.

Doğal destinasyon alanları konusunda ait oldukları bölge ya da bölgeler için önemli bir yer oluşturması ve doğal unsurların ilk oluştuğu gün gibi korunulması ve gelecek için sağlıklı bir şekilde aktarılması konusunda ve bu koruma eyleminin sürdürülebilir olması dikkat edilmesi gereken bir konudur (Dinç ve ark 2021). Bir turizm merkezi halindeyken yapılan yanlış ve uygulanan yanlış politikalar sonucu düşüşe geçen bir rağbet noktası olması durumu destinasyon bölgesinin ne kadar önemli ve korunması gereken bir kültürel miras, bir mihenk taşı olma özelliğini vurgulamaktadır. Dolayısıyla doğal unsurları koruyup sürdürmek ve aynı zamanda geliştirmekte bir o kadar ülke ekonomisi ve bölge ekonomisi için bir o kadar önemlidir (Aydın 2020).

Savaşçı (2020)' a göre turistlerin seçecekleri destinasyon bölgesi için doğal unsurlar etkili olmuştur. Destinasyon seçiminde bireylerin hayatlarını idame ettikleri yerlerdeki unsurların eksikliği yapılacak olan destinasyon yerleri seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Üsküdar (2021) bireylerin gelişen teknoloji ve yoğun iş hayatı esnasında, içerisinde bulundukları yapay ve yorucu durumdan bir nebze dahi olsa kurtulabilmeleri için yapacakları tatil planlamalarında doğal unsurları içerisinde barındıran daha sade kalmış destinasyonel alanlara ilgi gösterdikleri anlaşılmaktadır.

### **1.3.3.Yapay Unsurlar**

Bölgelerin gelişiminde sadece doğal unsurların yeterli olamayacağı bunu sistematik bir bilinçle sosyo-kültürel olgulara zarar vermeden destinasyon bölgesinin yapay unsurlarla, içerisinde bulunduğumuz çağın gelişmelerine, yeniliklerine ve teknolojisine ayak uydurulmasının gerekliliği belirtilmiştir (Güripek 2013).

Ziyaret edilen alanın daha işlevsel olabilmesi ve yapılan hizmetlerin gelen turistleri tatmin edebilmesi açısından bölgedeki turizmin doğal unsurlarını destekleyici ve geliştirici birtakım faaliyetlerde bulunulması kitlesel bir destinasyon bölgesi olabilmesi için çok etkili bir olgudur. Bu yüzden halen geçerliliği olan ve ilgi çeken bir destinasyonel alan olan yerlerde bilinçli ve sistematik geliştirme ve teknolojikleştirme oldukça önemlidir (Güneş 2021). Destinasyon merkezi için doğal unsurların devamlılığı kaliteli bir şekilde sürdürülebilirliği o bölgenin kişi ve işletmecilerinin doğallığa yapmış oldukları katkılarla güçlenmektedir. Bununla birlikte turistlerin talep ettiği doğal unsurların devam ettirilmesi olgusu destinasyon yerlerindeki sürdürülebilirlik ve avantaj sağlayacak yapay unsurların ortaya

çıkartılmasıdır (Kılıç 2021). Yapay destinasyonel bölgenin etkilerini ortaya koymak, doğal unsurlar ile birlikte yeni içerik ve faaliyet alanlarını genişleterek bölgenin çekicilik unsurlarının ortaya konulması ve tercih edilecek olan yer olması faktörünü artırabilmek mümkündür. Ayrıca verilen hizmetlerin kalitesi gelen turistler için tekrar ziyaret edilecek bir unsuru oluşturmaktadır (Türk ve Günören 2020).

Turizm amaçlı yapılan seyahatlerin, bireylerin gittikleri, gördükleri, gezdikleri yerler hakkındaki edindikleri bilgiler kendilerine ya da yakınlarına referans olma niteliğini taşımaktadır ve yapay unsurlar gibi eğitim amaçlı yapılan bir destinasyon seçimine katkı ve etki sağlamaktadır (Hançer ve Aydın 2021). Yapılacak olan rekreatif faaliyetler için destinasyon seçimlerinde etkili olan faktörlerin başında doğal güzellikler ve oraya olan ulaşım ağının yeterli ve güvenilir olması beklenmektedir. Bununla beraber destinasyon merkezleri için yapay bir unsur olarak ulaşım çok önemli bir etkeni ortaya çıkarmaktadır (Davras ve Uslu 2019). Doğal unsurların, çeşitli tekniklerle ve unsurlarla gelişen çağa hızlı bir şekilde teknolojinin nimetlerinden yararlanılarak ayak uydurmalarının gerekliliği, ancak bunu yaparken konunun iş gücü, alana hakîm çalışanlar ve ekonomik açıdan olumsuzluklarını bölgenin destinasyon alanı haline getirilmesinin zorlukları belirtilmiştir. Bununla beraber belirtilen durumlar sağlandığı noktada bölgenin destinasyon merkezi haline geleceği savunulmuştur (Dönmez 2020).

#### **1.3.4. Destinasyonun Özellikleri**

Bireylerin planlamış oldukları seyahatleri için uygun destinasyonu bulabilmelerinde destinasyonun ve rekreasyonel faaliyetlere uygunluk, ulaşılabilirlik ve güven etmenleri oldukça önemlidir (Akyol 2020).

Destinasyon noktasının ne kadar çok özelliği olursa tercih edilme sebebi de bir o kadar da artmaktadır. Ayrıca demografik çeşitlilikler destinasyon seçiminde önemli rol oynamaktadır (Tuna 2018). Destinasyon bölgelerinin gelen misafirlerce soyut ve somut anlamda değerlendirdikleri ancak yapmış oldukları faaliyetler ve rekreatif etkinliklerin arkasında yatan bölgenin özelliklerine tam olarak hakîm olmadıkları ve bilinçli bir tüketim gerçekleştiremedikleri anlaşılmıştır. Bu yüzden gelişmiş bir destinasyon merkezi birçok etkeni bir arada barındırdığı söylenebilir (Buhalis 2000). Cook ve ark (2018)'na göre eğer bulunduğunuz noktanın ikliminden farklı bir iklim tercih ediyorsanız tatil için destinasyon bölgesinin coğrafi ve iklimsel özelliklerinden

yararlanılması gerekmektedir. Rekreatif bir tatil planlamasında, destinasyon merkezlerinin birçok özelliklerinden faydalanılması gerekir. Bununla beraber tercih edilecek özelliklere göre seçimler yani destinasyon noktaları belirlenmelidir.

### **1.3.5. Kültürel ve Tarihsel Özellikler**

Kültürel destinasyonun çok önemli bir destekleyici özellik olduğu, içerisinde bölgenin gelişimine katkıda bulunduğu belirtilmektedir. Bu yüzden diğer özelliklerle beraber bulundukları bölgeler için başka anlamlar da taşımaktadırlar (Ekin 2004). Kültürel özelliklerin destinasyon imajını olumlu yönde etkilediği ve yapılacak olan destinasyon seçiminde bölgenin kültürel çeşitliliğinin fazla olması gelecek olan turistlerin hem tatmin olmaları açısından hem de yapacakları aktif ya da pasif rekreatif etkinlikler açısından oldukça önemli bir paya sahiptir (Uca Özer 2010). Yapılacak olan kültürel ve tarihsel bir seyahat planlamasında bireylerin ait oldukları etnik kimlikleri ve bireylerin kendi kültürlerine olan ilgileri, o özelliklere sahip olan destinasyonel alanları tercih etme sebebi olarak gösterilebilir. Bununla beraber gelen ziyaretçiler için ulaşılabilirlik ve bölgede yan ürünlerin çeşitliliği (sanatsal, tarihsel ve kültürel aktiviteler, vb.) gibi özelliklerin de destinasyon seçimine olan etkisi belirtilmiştir (Öter ve Özdoğan 2005). Bir bölgenin kültürel bir destinasyon alanı olması ile beraber o destinasyon alanına etkili bir tanıtım, geliştirme ve paydaşları ile beraber bir tutum ve iş birliği içerisinde olarak çalışılması, o bölgedeki kültürel ve tarihsel destinasyon alanını daha çekici kılacağı düşünülmektedir (Atsız ve Kızılırmak 2017).

### **1.3.6. Mevsimsel Özellikler**

Doğal güzelliklerin ve özelliklerin mevsimsel bir bütünlük içerisinde buluşması yapılacak olan destinasyonel seçime doğrudan bir etkisi olduğu söylenebilir (Ön Esen ve Kılıç 2017). Kutvan ve Kutvan (2013)' a göre de yapılacak olan yatırımlar ve uygulamaların turizm planlaması yani dolaylı olarak destinasyon alanı oluşumunu olumlu yönden etkileyeceği belirtilmektedir.

Mevsimsel destinasyon alanlarında kış turizmi için en önemli tercih sebeplerinden birisi bölgeye yapılan tesisleşmelerin katkısıdır. Özellikle kayak sporu için sadece bölgenin coğrafi koşulları yeterli gelmemekle beraber ciddi tehlikeleri de beraberinde getirmektedir. Bu yüzden kurulacak olan ve var olan tesislerin önemi vurgulanmaktadır (Gürbüz 2005). Kış turizmi destinasyonunda bölgenin kalkınmasına

faydalı olacak faaliyetlerin başında tanıtım, iş birliği ve yatırım gibi unsurların bölgenin gelişimine katkı sağlayacağı belirtilmektedir (Akkuş 2018). Yapılacak olan mevsimsel bir turistik etkinlik için destinasyon seçiminde bölgenin istenilen şartlara uygun olması, bireylerin deniz-güneş-kum üçlüsünü talep etmelerinde yaz aylarının uygun olması gerekmekte olup mevsimsel destinasyon seçiminde oldukça etkili olduğu söylenebilir (Güzel ve ark 2018).

#### **1.4. Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörler**

Bireylerin destinasyon seçimlerinde demografik etkenlerin önemli olduğu, destinasyon seçiminde tercih edilen yerlerin ihtiyaçları karşılamaları da bireylerin dikkat ettiği unsurların başında geldiğini dile getirmektedir (Tuna 2018). Kim ve ark (2003) gidilecek olan yerin demografik özelliklere göre çeşitlilik gösterdiği ve yaş gruplarına göre gidilecek olan o bölgenin bireylere göre geliştirilip düzenlenmesi vurgulanmıştır. Ekici (2019), çalışmasında kişilerin destinasyon seçiminde birkaç faktörün etkili olduğunu belirtmiştir ve özellikle destinasyon seçimlerinde kişilerin güvenlik unsuruna dikkat çektiklerini belirtmektedirler.

Kişiler için oluşturulacak destinasyonun bireylere yönelik olarak ülkesel, bölgesel ve hatta kentsel olarak kültürel, tarihsel ve doğal özellikleriyle beraber sunulmasının yanında etkin bir şekilde gelişimin devam etmesi, bireylere tanıtılması oldukça önemli görülmektedir (Ersun ve Arslan 2011). Gidilecek olan yerin içinde barındırdığı imkânlar, o destinasyonun ulaşılabilirliğini ve tercih edilme olasılığını etkilemektedir (Memiş 2016). Destinasyon seçiminde bireylerin birçok unsurun bir arada sunulduğu, duyularına ve duygularına hitap ettiği destinasyonları seçmekte olduğu vurgulanmıştır (Kaya 2014). Destinasyon seçiminde çok fazla faktörün etkili olduğunu seçim yapacak olan bireylerin çok çeşitli demografik özelliklere sahip olduğu, destinasyonlarında bu doğrultuda sürekli olarak bir yenilenme ve gelişim için de bulunmaları belirtilmektedir (Özdemir 2007).

##### **1.4.1. Destinasyon Türleri**

Buhalis (2000) bir destinasyonun tipolojisini oluşturmanın zor olduğunu, ziyaretçilerin bu alanları farklı amaçlarla kullandığını belirtmektedir ve destinasyon türlerini altı kategoride sınıflandırmaktadır;

| Destinasyon Türü       | Müşteriler | Faaliyetler                                                                                   |
|------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kentsel                | İş         | Toplantılar-teşvikler-konferans-sergiler<br>Eğitim-din-sağlık                                 |
| Kıyı                   | İş         | Toplantılar-teşvikler-konferans-sergiler<br>Boş Zaman-Deniz-güneş-kum-eğlence-spor            |
| Alpin                  | İş         | Toplantılar-teşvikler-konferans-sergiler<br>Boş Zaman Kayak-dağ sporları-sağlık               |
| Kırsal                 | İş         | Toplantılar-teşvikler-konferans-sergiler- Boş Zaman Rahatlama-tarım-öğrenme etkinlikleri-spor |
| Gerçek Üçüncü Dünya    | İş         | İş fırsatlarını-keşfetme-teşvikler-Boş Zaman-Macera-gerçek-yardım kuruluşları-özel ilgi       |
| Benzersiz-egzotik-özel | İş         | Toplantılar-teşvikler-geri-çekilmeler-Boş Zaman-Özel Durum-balayı-yıldönümü                   |

Şekil 1. Destinasyon Türleri - Ana Hedef Pazarlar ve Gerçekleştirilen Faaliyetler

Bayraktaroğlu (2019) ise destinasyon türlerini yapılarına, mekânsal özelliklerine, fiziksel büyüklüklerine ve turizm türlerine göre dört başlıkta ele almıştır.

#### 1.4.2. Sahil Destinasyonu

Sahil alanlarındaki açık alan ve yeşil alanların insanların boş zamanlarında onlara çeşitli rekreatif etkinliklerin sunulduğu yerler olarak belirtilmekte olup bunun yanı sıra sahil alanlarının genişletilmesi etkinliklerin artırılmasına dikkat çekilmiştir (Çeribaşı 2020). Sahillerin dünya ve özellikle Avrupa Birliği standartlarında hizmetler vermesine, sahillerin ve onları çevreleyen suların temizlik durumlarına dikkat çekmiştir ve bu olguların sağlanması sahil destinasyonu tercihinde önemli unsurlardan olduğu vurgulanmaktadır (Kından 2006). Sahil destinasyonunda gelişim ve değişimin önemini vurgularken bunun yanı sıra bu gelişim ve değişime ayak uyduramayan destinasyonun çağına ayak uyduramadığı, tercih edilme ihtimalini azalttığı yapılacak olan aktivitelerin sınırlılıklarını belirtilmiştir (Gürcün 2011).

### Rüzgâr Sörfü

Rüzgâr sörfü; su üzerinde tek kişi ile yapılan bir ekstrem spor branşıdır. İki ile beş metre uzunluğa sahip bir tahta (board) ve buna mafsâl adı verilen bir aparat ile bir yelkenin birbirine bağlanmasıyla yapılır. Yelken her yöne hareket ettirilebilir ve bu sayede su üzerinde rüzgârın etkisiyle ilerlenebilir. Yelken bumba (çatal) denen bir aparat ile kontrol edilir ve sörf tahtasının alt kısmında bulunan fin sayesinde sürüklenmeden kullanan kişinin istediği yöne hareket eder. Rüzgâr sörfü dünyanın en hızlı yelkenli sınıfıdır ve bazı farklı disiplinleri vardır. Bunlar; olimpik, slalom, formula, dalga ve serbest stildir (Aktuğ 2021).

### Kano

Kano, iki ucu sivriltilmiş, kürekleri sabitlemeksizin hareket ettirilen ve genellikle bir veya daha fazla kişi tarafından kullanılan bir deniz aracıdır. Kanolar, başlangıçta taşıma, avlanma, beslenme ve ticari amaçlarla kullanılmıştır. Ancak günümüzde, su sporları arasında popüler rekreatif etkinlikler arasında yer almakta ve her kesimden bireye hitap etmektedir. Bu deniz araçlarının, üzeri açık olup, genellikle her iki ucu da yassı kürekler ile hareket ettirilen su taşıtlarıdır (Jennings 2007). Kano, simetrik (kayak) veya asimetrik (kano) ritmik hareketleri içeren teknik, izokinetik ve dinamik bir spordur. Kano, dayanıklılık sporları arasında yer alır ancak kürek çekilen mesafelere göre çok güçlü ve etkili bir teknik gerektirir. Kano sporu, birkaç disiplinde, tekneye sabitlenmeyen tek veya çift palalı kürekler tarafından itilen farklı teknelerden oluşur. Sporcular, karşı yöne bakarak teknede durur veya otururlar. (Uluslararası Kano Federasyonu, 2023). Sportif ve hafif kayıklarla yapılan kano sporu, bir veya birden fazla kısa kürek kullanılarak gerçekleştirilir ve genel olarak kano ve kayak olmak üzere iki ana disipline ayrılır. Bu disiplinler, kullanılan teknenin şekli ve boyutları, küreklerin türü ve sporcunun tekne içindeki duruşuyla birbirinden ayrılır. Kayakta, kürek iki taraflıdır ve sporcu teknenin içinde ayakları öne doğru düz uzatılmış şekilde oturarak kürek çeker. Kano ise, durgunsu sürat (Flatwater) kategorisinde tek dizi yerde ve öbür ayağı öne doğru adım atar pozisyonunda, akarsu slalom (Slalom) kategorisinde ise iki dizi üzerinde durarak kürek çekilir (Türkiye Kano Federasyonu, 2018). Açık kanolar olarak bilinen Kanada kanoları, Amerikalıların huş ağacı kaplı kanolarından esinlenmiştir. Bu kanolarda genellikle tek taraflı kürekler kullanılır. Günümüzde kullanılan kanolar, genellikle 5,25 metre uzunluğunda, 85 cm genişliğinde ve 30-35 cm derinliğindedir. Baş ve dip kısımları yüksek ve sivri olan bu kanolar, ahşap,

alüminyum veya camyününden yapılabilmektedir. Kanada kanoları genellikle ahşap ya da alüminyum malzemeden yapılır ve en az iki kişilik olup sekiz veya daha fazla kişilik olarak da üretilebilir. Tek kişinin çift palalı kürek çektiği kanolarda kişi dizlerinin üzerinde uygun pozisyonu alarak kanonun kış kısmına oturur. İki kişilik kanolarda ise kürekçilerden biri baş kısma, yani pruvada oturur ve kanoyu yönlendirme görevi arka kısımda oturan kürekçiye aittir. İki kürekçi de aynı yönde kürek çekemez; biri sağ taraftan diğeri sol taraftan kürek çekmelidir. Bu düzenlemeler, kanonun dengesini ve manevra kabiliyetini artırmak için tasarlanmıştır. Ayrıca, Eskimoların genellikle avcılıkta kullandıkları kayaklara benzeyen bazı kanolar, deniz kanosu olarak da kullanılmaktadır. Hacmi ve eğimi yüksek olan akarsularda ise ve özellikle sörf yapmak için uzunluğu daha kısa, hareketi daha kolay ve hızlı olan güverteli kayaklar kullanılır. Spor müsabakalarında ise daha uzun ve dar kanolar kullanılır. Hem denizde hem de akarsularda sadece gezinti amacı ile kullanılan kanolarda ise herhangi bir ayırıcı özellik bulunmamaktadır (Gavrilov ve Zhmaryov 1964). Durgunsu kano, tek veya çift kürek kullanılarak yapılan, hem profesyonel hem de rekreatif amaçlar için uygulanan bir su sporudur. Bu spor, iki ana disipline ayrılır: kano ve kayak. Bu disiplinler arasındaki farklar, kullanılan teknenin şekli ve boyutu, küreklerin türü ve sporcunun kürek çekerken teknedeki pozisyonundadır. Kayak dalında, sporcular çift palalı kürekler kullanır ve oturur pozisyonda kürek çekerken, kanoda ise tek pala kullanılır ve sporcu bir dizini tekne bulunduran dizliğe yerleştirip diğeri ayağını öne doğru uzatarak kürek çeker. Kayak teknesinde, kürek çift palalıdır ve suya sokulup çekilebilirken, kanoda tek palalı kürekler kullanılır. Bu ayrıntılar, her iki spor dalının tekniğini ve uygulama biçimini belirgin şekilde farklılaştırır. Tekne tipleri açısından, durgun su kanosunun üst kısmı bir kayak teknesine göre daha geniştir ve boyut ve ağırlık açısından farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar, her iki spor dalının gereksinimlerini karşılamak için özel olarak tasarlanmıştır. Spor dalları, kayak için "K" ve kano için "C" harfleriyle tanımlanır. Bu tanımlamalar, spor dallarının ayırt edilmesinde ve organizasyonlarda kullanılır (Akça ve Müniroğlu 2006).

### Yelken

Yelken sporları, insanlık tarihi boyunca suyla olan etkileşimin bir yansıması olarak önemli bir rol oynamıştır. İlk çağlardan itibaren, su üzerinde yolculuk yapma arzusu, insanlığın keşif dürtüsüyle birleşerek yelken sporlarının temellerini atmıştır. Suyun kaldırma gücünün ve rüzgârın itiş gücünün keşfi, bu sporun evriminde kritik

bir dönüm noktası oluşturmıştır. 1639 yılında İngiltere'de Seamark Club'ın kurulmasıyla yelken sporları, sportif bir disiplin olarak kendini göstermeye başlamış ve 1900 yılında Olimpiyat Oyunları'na dahil edilmesiyle, yelken sporu resmiyet kazanmıştır. Bu gelişmeler, yelken sporunun zaman içinde nasıl evrildiğini ve modern spor dünyasında nasıl bir yer edindiğini göstermektedir (Quijada 2021).

Tarih boyunca yelken, sadece seyahat ve keşif aracı olarak değil, aynı zamanda ticaret, savaş ve avcılıkta da önemli bir rol oynamıştır. Özellikle Mezopotamya'da (M.Ö. 6000-4300) tasvir edilen deniz taşıtı modelleri, yelkenin tarihsel evriminin bir parçasıdır. Buradaki kanıtlar, nehir ve deniz taşımacılığında kullanılan çeşitli gemi türlerini ve en az iki tür direk kullanımını göstermektedir. Bu bulgular, yelken kullanımının bilinen en eski kanıtlarını oluşturmakta ve yelken sporunun tarihsel kökenlerine ışık tutmaktadır (Carter 2012). 1800'lerin başlarında, yelken sporu savaş ve ticaret amacının ötesine geçerek, rekreatif bir etkinlik olarak benimsenmeye başlamıştır. Bu dönemde düzenlenen yarışmalar, yelkenin hız ve macera arayışının bir parçası haline geldiğini göstermektedir. Özellikle batılı ve endüstrileşmiş toplumlar için, 1900'lerde yelken, rekreatif bir etkinlik olarak popülerlik kazanmıştır. Bu değişim, yelken sporunun sosyal ve kültürel anlamda nasıl bir evrim geçirdiğini ve modern toplumlardaki yerini nasıl aldığını gösterir (Jennings 2007). Diğer popüler sporlarla kıyaslandığında, yelken sporunun kendine özgü bir kültürü, taraftar kitlesi ve kahramanları olmadığı görülür. Futbol, basketbol gibi sporlarda sporcular ve takımlar geniş bir tanınırlığa ve taraftar kitlesine sahipken, yelken sporunda bu durum nadiren karşımıza çıkar. Yelken sporcularının ve takımlarının, örneğin futbol kulüplerinin yarattığı gibi geniş çaplı bir taraftar grubu oluşturmadığı görülür. Bu durum, yelken sporunun modern spor dünyasındaki yerini ve toplumsal etkileşimini daha da belirginleştirir (McManus 2013). Türkiye'de yelken sporunun tarihi, 1850'lerde Büyükkada, Moda ve Yeşilköy sahillerindeki kulüplere bağlı yat sahipleri arasında düzenlenen yarışlarla başlar. Bu dönem, Türk yelken sporunun temellerinin atıldığı ve gelişmeye başladığı bir zamanı işaret eder. 1923 yılında Su Sporları Federasyonu'nun ve 1957'de Türkiye Yelken Federasyonu'nun kurulmasıyla yelken sporu, Türkiye'de resmi bir yapıya kavuşmuştur. Bu gelişmeler, Türkiye'deki yelken sporunun kurumsallaşmasının ve popülerleşmesinin bir göstergesidir (TYF 2014). Mekteb-i Bahriye'nin (Deniz Harp Okulu) öğrencilerinin ve onların sivil arkadaşlarının arasında yelken sporuna olan ilgi ve sevgi, birçok Türk gencinin bu sporla tanışmasını ve

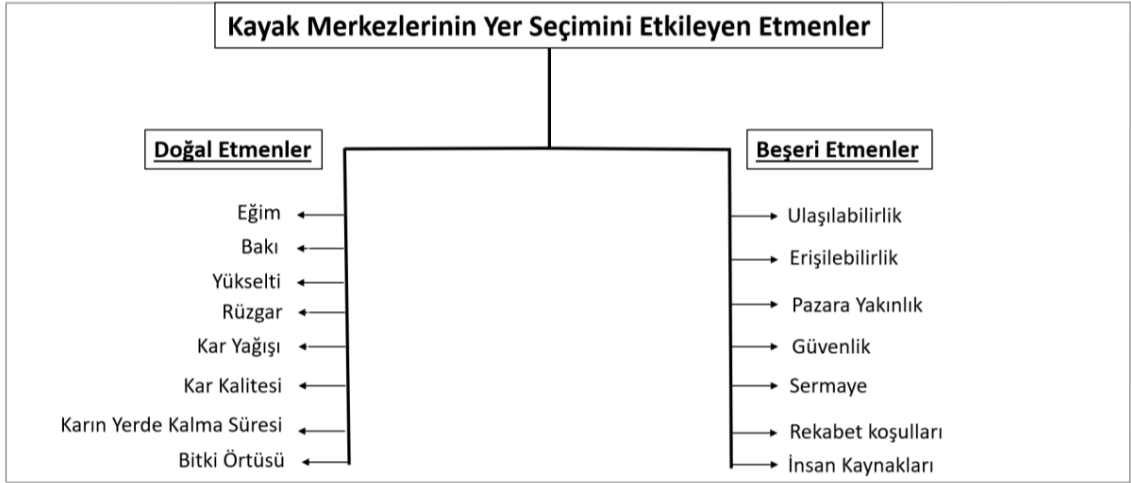
ilgilenmesini sağlamıştır. Bu durum, yelken sporunun Türkiye'deki sosyal ve kültürel etkilerini daha da derinleştirmiştir (Atabeyoğlu 1986).

#### **1.4.3. Dağ Destinasyonu**

Dağlık alan destinasyonlarında doğal güzelliklerin arasında kraterler, krater gölleri, sıcak ve soğuk suyun bir araya gelmesi, buhar bacaları, zengin bitki ve hayvan çeşitliliği ile benzersiz doğa özellikleri ön plana çıkmaktadır. Bu destinasyonun cazibesini oluşturan faktörlerin çoğu, tercih edilmesini sağlayan doğal yapısıyla yakından ilişkilidir. Ayrıca rekreatif etkinliklerde doğal çevreye çok fazla çöp atılması bölge destinasyonu için olumsuz sonuçlar doğurabilir (Demirtaş 2020). Çakıcı ve ark (2014) dağ destinasyonuna katılmak için çıkılacak olan dağa karar verirken, bireylerin adrenalin arzularına cevap verip vermediğini önemli bir husus olduğunu belirtmektedir. Söz konusu durumun katılımcıları motive etmektedir ve bununla birlikte başarma arzularını da körüklemekte olduğu bir unsur olduğunu savunmaktadır.

#### **Kayak**

Kayak; milli parklar ve korunan alanlardaki farklı rekreasyonel kullanımların planlanması, özellikle kayak merkezlerinde koruma-kullanma dengesinin sağlanması, tesislerin planlama aşamasında kapsamlı rekreasyonel taşıma kapasitesi analizlerinin yapılmasını gerektirdiğini belirtmiştir. Milli parklarda karşılaşılan temel yönetim sorunlarından biri, kullanımların yoğun ve düzensiz olduğunu bildirmektedir. Bu nedenle, rekreasyonel taşıma kapasitesi analizlerine dayalı ziyaretçi yönetim planları, etkili yönetim stratejilerinin oluşturulmasında kilit bir rol oynadığını savunmaktadır. Bu planlar, doğru kullanımı teşvik ederek, koruma çabalarını destekleyerek, ziyaretçi deneyimini geliştirerek ve sürdürülebilir bir çevresel denge sağlayarak, milli parkların uzun vadeli sağlığını koruma amacını taşıyacağını savunmaktadır (Göktuğ ve Arpa 2015). Aydın ve Alaeddinoğlu (2022) kayak merkezleri için olmazsa olmaz iki durum olduğunu belirtirken, bunları iki ana başlıkta sınıflandırılabileceğini belirtmektedirler.



Şekil 2. Kayak merkezlerinin yer seçimini etkileyen etmenler (Aydın ve Alaeddinoğlu (2022))

### *Kaya Tırmanışı*

Kaya tırmanışının doğal ortamda yapılan bir etkinlik olduğunu belirterek, doğal kaynakların tahrip edilmemesi ve bu etkinliklerin sürdürülebilirliğinin önemli bir etkeni unsuru olduğunu belirtmektedir. Ayrıca bölgesel planlama yaparken uzman görüşlerinden yararlanılması gerektiğini, tırmanıcı/katılımcı kişilerin ihtiyaçlarının da göz önünde bulundurulmasının oldukça önemli olduğunu savunmaktadır (Çetinkaya 2014).

#### **1.4.4. Kırsal Alan Destinasyonu**

Türkiye'nin uluslararası destinasyon piyasalarında birçok ülkeye göre doğal, tarihsel, mevsimsel ve sosyo-kültürel olarak üstünlüğünün bulunduğu, bu üstünlükten dolayı destinasyon tercihinde talep göreceğini savunmaktadır (Çeken ve ark 2007). Karaşah (2017) günümüz yaşam şartları, bireylerin içinde bulunduğu yorucu ortamdan uzaklaşarak kendilerini yenileme isteklerini gün yüzüne çıkartmakta olduğunu belirtirken kişilerin doğayla bütünleşmesi gerektiğini belirtmiş ve kişilerin motivasyonlarının artmasının en büyük sebeplerinin başında kırsal alan destinasyonlarının özellikleri (yöresel yemekler, kıyafetler vb.) olduğunu savunmaktadır.

### *Trekking*

Trekking; bir bölgenin ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan gelişmesinin turizm ve rekreatif etkinliklerin varlığıyla doğru orantılı olduğunu belirtmekte olup,

trekkingin her yaş grubuna hitap etmesi ve yapılması kolay olduğunu savunmaktadır. Özellikle ülkemizin bu sporu yapmak için çok uygun bir doğaya ve yapıya sahip olduğunu vurgulamaktadır (Açıksöz ve ark 2006). Trekking sporunun önemli özelliklerinden biri, farklı sportif becerileri de gerektirmesidir. Trekkingde, genelde engebeli yüksek irtifa alanlarında, belki de daha önceden ayak basılmamış araziler üzerinde yürüneceğinden dolayı, kişilerin her türlü duruma hazırlıklı olması gerekir (Türkiye Dağcılık Federasyonu 2017).

### Kampçılık

Kamp; bugün kampçılık öncelikle bir dinlenme faaliyeti ve insanların geçici olarak açık havada yaşadığı bir faaliyettir. Kampçılık doğayı ilk elden deneyimleme fırsatı sağlar. Kampçılar balık tutma, avlanma, yüzme, bitkileri, kuşları ve yaban hayatı inceleme ve izleme ve de doğayı fotoğraflama gibi faaliyetlere katılırlar. Bunlar kadar önemli olmakla birlikte, kampçılık insanlara şehir yaşamının stresinden kaçma fırsatı sunar. Kamp alanına veya kamp alanından yürüyüşler söz konusu olduğunda fiziksel faydalar sağlar ve birçok açık hava meraklısı, kampçılığın gençlere özgüven telkin ettiğine ve daha yaşlı kampçılara da aşina olmayan bir çevrede kendilerine meydan okuma fırsatı sunduğuna inanır (Türkiye Kamp Karavan Derneği 2010). Ülkemizin çeşitli kırsal alanlarına dağılmış, değişik biçim ve kapasitede rekreasyonel tesislerin olduğunu belirtilirken, bu alanların diğer destinasyon ürünleri ile bağlantılı bir sistem geliştirilerek bu tür rekreatif etkinliklerden daha fazla faydalanabileceği savunulmaktadır (Topay ve Koçan 2009). Bireylerin kampa gitmelerindeki en büyük sebeplerin başında kalabalıktan uzaklaşmak, günlük hayat rutininden kurtulmak-uzaklaşmak ve sakin bir ortam elde edebilme umudu olduğunu belirtilmektedir (Aksöz ve ark 2020).

### **1.5. Motivasyon**

Motivasyon kelimesi dilimize Fransızca ‘motivation’ kelimesinden geçmiştir. İsteklendirme, güdüleme gibi anlamlara karşılık gelmektedir (Türk Dil Kurumu 2022). Kişileri yapacakları bir eylem için içe ve dışa bağlı etkenlerin desteği ve yönlendirmelerine motivasyon denir. Olumsuz durumlarda motivasyon kaynaklarını geri plana atmak yerine tam tersi olarak bu motivasyon kaynaklarını birer tetikleyici unsurlar olarak görmemiz bireyi başarıya götüren en büyük etmenlerdendir (Göksu 2017). Bireylerin yapacakları faaliyetler için onları motive eden unsurları genişletmek

ve onların faydalanabileceği şekilde sunmak motivasyon unsurunu olumlu yönde etkilemektedir (Bektaş 2021). Motivasyon bireylerde mutlu olmayı, başarıyı, üretkenliği, verimliliği ve nitelikli bir birey ya da çalışan olmasını sağlayan bir faktördür. Bu yüzden motivasyonun yüksek olması hem birey bazında hem de topluluklar bazında olumlu sonuçlara ulaşmada katkı sağlamaktadır (Alan 2018). Küçüközkan (2015)'a göre bireylerin motivasyonlarını yükseltmek için uygun motivasyon faktörlerinin bulunması ve bu faktörlerin kullanılmasının motivasyonu yükseltmede etkili olabileceği savunulmuştur. Bu bağlamda Düşükcan ve Katı (2017) motivasyon kavramını güçlendirmek ve kavramın etkin kullanım alanını tanımlamak için, motivasyon kavramının bireylere özel şekilde tasarlanması ve teşvik edici, çekici ve amacına yönelik vb. gibi olacak şekilde sunulması gerektiğini vurgulamıştır.

Kişilerin yapmış oldukları devinışsel faaliyetleri neticesinde yapılan geri dönütlerin olumluluğu motivasyonu olumlu yönde etkileyen önemli bir unsurdur (Hekim 2021). Bireylerin motivasyonları ile doğru orantılı olarak başarı seviyesi değişebilir. Bireyler motivasyonlarını ne kadar yüksek seviyede tutarsa yapmış oldukları eylemlerde o kadar başarılı ve mutlu olacakları vurgulanmıştır. Ayrıca her bireyin kendine özel motivasyon kaynakları olduğu da unutulmamalıdır. Bu yüzden bir başkasının motivasyonunu yükseltici bir eylemde bulunulacağında o kişiye özgü ve özel yapılmalıdır (Oran 2021).

### **1.5.1. İçsel Motivasyon**

İnsanların soyut olarak (ilgi, merak, yeterli olma vb.) ihtiyaçlarına karşı içsel motivasyon geliştirmektedir. İçsel motivasyon bireylerin ödülle değil kişisel hedeflerine odaklanmalarını sağlamaktadır (Yüksel 2004, Yahaya 2004, Brewster ve Fager 2000, Vallerand 2004).

Bireyin formâl yünden eğitimler vererek desteklenmesi içsel bir motivasyonu ortaya çıkarabilmektedir. Bu noktada birey bilinçli olarak kendini gerçekleştirmek adına bu yeni kazanımı sayesinde motivasyonunu yükselterek yapacağı eylemlerde daha başarılı olma ihtimalini yükseltme eğilimde olacağı belirtilmektedir (Uztemur 2021). Kişilerin sadece çalışma hayatları için değil rekreatif bir faaliyete katılım göstermede de motivasyona ihtiyacı vardır. Bu yüzden bireyler boş zamanlarında harekete geçmek için içsel motivasyonlarından etkilenmektedirler. Motivasyon sadece

zorunlu durumlarda değil farklı ihtiyaçlara cevap verme adına da bireylere destekleyici bir özelliğe sahiptir (Bulut 2021).

Bireylerin yapacakları seyahatleri için engel gördükleri bazı etmenler seyahat motivasyonlarını doğrudan etkilemektedir. Sağlık ve temizlik konularında kaygılı olan bireylerin bu olumsuz durumlar gerekleştiiğinde seyahatlerinin olumsuz olarak etkilediği belirtilmiştir (Nasıbov 2021). Bireylerin içsel motivasyonlarının devreye girdiği durumlarda yaptıkları işlerde daha başarılı ve yoğunlaştığı söylenebilir. Ancak bireyler karşılaştıkları etik dışı durumlarda içsel motivasyonlarında bir düşüş olacağı gibi bu durum yaptıkları işlere de olumsuz şekilde yansıyacaktır (Charyyev ve Karabey 2022).

### **1.5.2. Dışsal Motivasyon**

Dışsal motivasyon, bireylerin sosyal statü, kazanma, onay görme ve ödüllendirilme gibi yapmış olduğu faaliyetleri başarma amacı taşımaktadır. Ayrıca faaliyetlerde soyut kazanımlardan çok dlleri kazanmak için uğraş verir (Amorose ve Horn, 2000, Vallerand, 2004).

Dışsal motivasyon unsurları çeşitli olup daha çok dış etkenlere bağlı olarak sunulan imkânları oluşturmaktadır. Bireylerin yapacakları eylemlerde onlara olumlu vaatlerde bulunulması dışsal motivasyonun etkisini göstermektedir. Bu durumun sonuca olumlu şekilde etki edeceği ve bireylerin amaçlarına yönelik tutumlarını şekillendirebileceği belirtilmektedir (Yardım 2017). Karaca (2016) bireylerin karakterlerine uygun dışsal motivasyon unsurlarını uygulamanın, yapılan işin veya oluşun verimliliğini olumlu yönde etkileyeceğini savunmaktadır. İçsel ve dışsal motivasyon bir bütün olduğu ve her iki kavramın da birbirine girmiş olduğu belirtilebilir.

Dışsal motivasyonun fazla benimsenmesi ve alışkanlık haline getirilmesinin, zamanla yapılan eylemlerde başarıdan çok belirsiz sonuçlara yol açabileceği belirtilmektedir. Dış etkenlere bağlı bir motivasyon kaynağı bireyin yapacağı eylemin kalitesinden çok ödül veya ödüllere odaklanması sonucunu çıkarabilir. Bu durumun beraberinde kalitesiz ya da başarısız sonuçları doğurabileceği vurgulanmıştır (Deci ve Ryan 2000). Kişilere alışma alanlarında verilecek olan bir dışsal motivasyon kaynağı olarak terfi veya ödül etik kurallar çerçevesinde yapılacak olan işi olumlu yönde etkileyebilir (Khadyr ve alışkan 2016).

Dışsal motivasyon unsurları içsel motivasyon unsurlarının tam tersi şekildedir. Eğer bir eylemi yapmada ödül, terfi ve bunların tam aksine ceza-kıdem düşürme veya herhangi bir olumsuzluk ya da başarısızlık gibi dış etkenlerin direktmelerine maruz kalıyorsa, birey dışsal motivasyon kaynağından olumlu/olumsuz etkileniliyor olduğu söylenebilir (Akgün Babaoğlu 2015). Kişilerin yapmış oldukları eylemde o işte adından söz ettiren kişilerce beğenilmesi ve takdir edilmesi işi yapan kişinin dışsal motivasyon kaynağının önemli bir parçasını oluşturmaktadır ve kişiyi olumlu yönde iyi hissettirmektedir (Ökmen 2017). Özdemir (2015)'e göre bireyin dışsal motivasyonunu, demografik ve sosyo-kültürel etmenler etkilemektedir.

### **1.5.3. Motivasyonu Etkileyen Faktörler**

Kişisel ve çevresel faktörler, bireylerin yapacakları herhangi bir işe başlamada ya da devam ettirmede önemli bir yer tutmaktadır. Bireyin spora veya egzersize başlamak için kişisel ve çevresel faktörlerden etkilendiği savunulmakla beraber bu tip aktivitelerin bir gönüllülük üzerine olabileceği ve faydalı rekreatif etkinlikler sınıfına gireceği için bu unsurların motivasyon kaynağını etkileyen faktörler sınıfına alınabilmesi mümkündür (Hekim 2021). Sedanter olmayan bireylerin psikolojik unsurlara bağlı olarak yaşamış oldukları tükenmişlik hissiyatı motivasyonu olumlu ya da olumsuz şekilde etkileyebilmektedir. Kişisel bir faktör olarak tükenmişlik seviyesi daha az olan bireylerin motivasyonlarının daha yüksek olduğu söylenebilir (Kasil 2021). Kişilerin motivasyon unsurlarını kendilerinin belirledikleri yani içsel ve dışsal olarak karar kıldıkları uyarıcıyı seçmeleri halinde yaptıkları işlerdeki başarı ve tatmin oranı artmaktadır. Tam aksi bir durumda kişinin bilgisi dışında gelişen bir motivasyon kaynağı, kişinin yaptığı işi en üst seviyede sonlandırmasına engel olacağı vurgulanmaktadır (Kowal ve Fortier 1999).

#### *Kişisel Faktörler*

Bireylerin stres durumlarındaki değişimler yaptıkları işlerde olumlu ya da olumsuz sonuçlara sebep olabilmektedir. Bu durum bireylerin motivasyonlarını etkileyen bir unsuru ön plana çıkarmaktadır. Stresin kişisel olarak insanın psikolojisine doğrudan etkileri, bireylerin yapacakları işleri etkilemektedir (Tepe 2021). Kişisel olarak beklenti içerisinde olup içsel veya dışsal motivasyon kaynağı ile güdülenen bireyler, yapılacak bir eylem veya bir iş sonucundaki ödül ya da tatmin olma mekanizmalarını ön plana çıkarabilirler (Dündar ve ark 2007). Altok ve İbicioğlu

(2009)' a göre de bireylerin kişisel olarak yaptıkları bir eylemin sonucunda maddesel bir ödül mekanizması yerine, yaptığı işin takdir edilmesi bireyin psikolojik anlamda motivasyon kaynağının kendini gerçekleştirme ve tatmin olma gibi birtakım kişisel faktörlerden etkilendiği söylenebilir.

Bireylerin içerisinde bulundukları topluluklara kabulünde, kendini kanıtlama veya başarısızlık gibi düşünceleri içsel motivasyonun bir ürünü olarak bazı durumlarda olumsuz sonuçlar verebilmekle beraber bazı durumlarda ise olumlu bir motivasyon kaynağı olabilir (Uyulgan ve Akkuzu 2017). Kişinin motivasyonun yüksek olması kişisel bir tercihidir ve yapmış olduğu işteki başarısını olumlu yönde etkilemektedir (Köroğlu 2011).

#### Çevresel Faktörler

Kişilerin sosyal ihtiyaçlarını bilmek ve bunlara uygun olacak şekilde bir motivasyon kaynağı oluşturmak yapılacak olan eylemin de daha verimli olmasına zemin hazırlayacağını söylemek mümkündür (Bilecen 2008). Bireyleri başarıya götürme yolunda personel desteği, teşvik ve zaman gibi birtakım çevresel faktörler, başarının oluşumunda etkili olan olgulardır. Bireyin bu gibi faktörlerin eksikliğini hissetmesi motivasyonunda düşüslere sebep olabilir ve sonucu etkileyebilir (Mengi ve Schrelgmann 2013). Yapılacak olan bir iş için bireylerin çevresel bir faktör olarak alanına hizmet eden araç ve gereçlerin olması veya olmaması bireylerin motivasyon durumlarını etkilenebileceği belirtilmektedir (Çiftçi ve Cesur 2017).

#### **1.6. Destinasyon ve Rekreatif Etkinlik İlişkisi**

Yapılacak olan bir gezide veya seyahatte destinasyon seçimi için o bölgeye has unsurlar oldukça önemlidir. Bununla beraber ziyaretçilerin boş zaman aktivitelerinin çeşitliliği destinasyon seçiminde önemli bir bölümü oluşturmaktadır (Aylan ve Yetiş 2021). Rekreatif etkinlikler ile destinasyon bölgeleri arasında bir bağlantı olduğu belirtilmekle beraber iki kavramın da birbirini destekleyici birer unsur olduğu vurgulanmaktadır. Ayrıca rekreatif etkinliklerin çeşitliliği de destinasyonel bölgenin gelişimine olumlu katkılar yaptığı belirtilmektedir (Sarıbaş 2015). Öztürk ve Şahbaz (2019) çalışmalarında turizm ve açık hava rekreasyon faaliyetlerine olan ilginin arttığını ve bu yüzden milli park alanlarına olan ilgide de artış olduğunu belirtmektedir. Araştırmacılar ayrıca rekreasyonel faaliyetlerin çeşitliliğinin destinasyon bölgesine

olan ilgiyi artırdığını ve rekreatif etkinliklerin sınıflandırılması noktasında zengin bir altyapı oluşturulmasına da ön ayak olduğunu rapor etmişlerdir.

Can (2015) bir ihtiyaç olarak rekreatif etkinliklerin ulaşım, alt yapı ve teknolojik unsurlarla desteklendiğinde, destinasyon alanlarının da bu durumdan olumlu şekilde etkileneceğini belirtmiştir. Kapsayıcı bir tutum olarak rekreasyon çeşitlerinin geliştirilmesi destinasyonun da o bölge ya da bölgeler için kalkındırıcı bir nitelik taşıyacağı vurgulanmaktadır. Ayrıca bu kalkınma hareketi için o destinasyon alanındaki yönetici ve çalışanların bilinçlendirilmesi ve eğitim verilmesi, gelişimleri çok daha etkin kılacağı belirtilmektedir (Dülgaroğlu 2021). Türker ve ark (2014) destinasyon alanının klimatolojisi elverişli olması yapılmak istenen rekreatif etkinliğe zemin hazırlamaktadır ve yapılacak olan destinasyon seçiminde önemli bir rolü üstlenmektedir.

Destinasyon alanlarının gelişimini sağlamada bölgeye uygun rekreasyon unsurlarını ortaya çıkarmada ve geliştirmede geç kalınması, bölgenin gelişimini olumsuz etkileyeceği belirtilmektedir (Başarangil ve ark 2016). Gelişmekte olan destinasyonlar için bölgesine uygun rekreatif faaliyetlerin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi gerekmektedir (Göker ve Ünlüöner 2019). Yılmaz (2021) ülkemizin çeşitli bölgelerini turizm destinasyon alanı olarak seçmiş ve gelmiş yabancı turistler üzerine yapmış olduğu çalışmada, kişilerin destinasyon tercihlerinde iyi hissetme ihtiyacı, hijyen unsurları, günlük hayatın rutininden uzaklaşma, tatile olan ihtiyaçlar gibi rekreasyon kavramlarını vurguladıkları belirtilmektedir. Ayrıca kişilerin bu unsurları tercih etmeleri motivasyonlarını da yükselten bir olgu olduğu söylenebilir.

### **1.7. Motivasyon ve Rekreasyon İlişkisi**

Rekreasyonel aktivite olarak offroad faaliyetlerine katılan bireylerin motivasyon faktörlerinin yaşam doyumları üzerinde olumlu yönde etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. En çok sosyal temelli ihtiyaçlar olmak üzere sırasıyla fiziksel sağlık temelli ihtiyaçlar, zihinsel sağlık temelli ihtiyaçlar ve başarı-rekabet boyutlarının yaşam doyumu üzerinde anlamlı ve pozitif etkileri tespit edilirken, spor temelli ihtiyaçların anlamlı etkisinin olmadığı belirlenmiştir (Acar ve ark 2021).

Üniversitedeki spor tesislerinde sportif rekreasyon faaliyetlerine katılan ve katılmayan akademik ve idari personellerin serbest zaman motivasyonlarının farklı değişkenler çerçevesinde incelendiği farklı bir çalışmada, cinsiyet ve memuriyetteki

toplam çalışma yılı açısından katılımcıların serbest zaman motivasyonlarında herhangi anlamlı bir farklılık tespit edilememişken; medeni durum, görev durumu, ünvan, gelir, sportif rekreasyon alanları hakkındaki bilgi düzeyi, sportif rekreasyon alanlarından faydalanma durumları, boş zaman değerlendirme düzeyleri, haftalık boş zaman süreleri ve boş zamanları değerlendirmede zorluk çekme değişkenleri açısından anlamlı farklılıklara rastlanmıştır (Telci 2020). Er (2020) uluslararası spor organizasyonlarında gönüllülük faaliyetlerine katılım gösteren bireylerin en önemli motivasyon faktörlerinin; değerlerin ifadesi, spor sevgisi, vatanseverlik, kişilerarası ilişkiler ve kariyer yönlendirme olduğunu ayrıca katılımcıların genel motivasyon düzeylerinin de oldukça yüksek olduğunu rapor etmiştir. Yılgin (2021) parklarda ve kent ormanında rekreatif amaçlı yürüyüş yapan bireylerin yaşam becerilerinin geliştirilmesinde katılım motivasyonlarının etkisinin oldukça yüksek olduğunu ve bireylerin yaşamlarındaki istek ve arzularını gerçekleştirmede rekreatif faaliyetlere katılımın bu olguları etkilediğini belirtmektedir.

## **2.GEREÇ VE YÖNTEM**

### **2.1. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evrenini Türkiye’de sportif rekreasyon amaçlı turizm hareketine katılan yetişkin bireyler oluşturmaktadır. Örneklem grubu ise Muğla ili, Bodrum ilçesi Gümüşlük mahallesi sınırlarında kano, rüzgâr sörfü ve katamaran etkinliklerine katılan 221 kadın, 283 erkek olmak üzere toplam 503 katılımcıdan oluşmuştur.

### **2.2.Çalışmanın Deseni**

Mevcut durumu ortaya koymak için tasarlanan bu çalışma da tarama (survey) modeli esas alınarak yürütülmüştür (Karasar 2002). Araştırmacı, tüm katılımcılara etkinlik aralarında, sosyalleşme alanlarında veya talep edilen alanlarda ulaşmış, veriler bizzat toplanmıştır. Araştırmaya yönelik olarak gerekli açıklamalar yapıldıktan sonra çalışmaya gönüllü bireyler dahil edilmiştir. Formların doldurulması 5-7 dakika sürmüştür. Tüm katılımcılar çalışmaya gönüllü katılım sağlamışlardır.

### **2.3. Veri Toplama Araçları**

Araştırmada Özdemir (2013)’in geliştirdiği “İçsel Seyahat Motivasyonları Ölçeği (İSMÖ)” ve Gözen (2020) tarafından geliştirilen ‘Rekreasyon Aktivitelerine Katılım Motivasyon Ölçeği’ kullanılmıştır. İSMÖ, toplam 40 maddeden oluşmakta ve “(a) görgü-keşif, (b) uzaklaşma, (c) hareket, (d) ziyaret, (e) prestij” olmak üzere 5 alt boyutta değerlendirilmektedir. Rekreasyon Aktivitelerine Katılım Motivasyon Ölçeği ise 36 maddeden oluşmaktadır ve alt boyutları olarak motivasyon (ihtiyaç) teorisi de dikkate alınarak başarı odaklılık (BO), zorluklara meydan okuma (ZMO), risk alma (RA), bireysellik (BB) ve yenilik (YB) olarak isimlendirilmiştir.

### **2.4. İstatistiksel Analiz**

Uygulanan ölçeklere verilen cevapların ortalamaları ve standart sapmaları gözlemlenerek “İçsel Seyahat Motivasyonları Ölçeği (İSMÖ)” ve ‘Rekreasyon Aktivitelerine Katılım Motivasyon Ölçeği’ alt boyutlarına yönelik dağılımları oluşturulmuştur. Kişisel değişkenler açısından kategorileştirilmiş ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını belirlemek için; ilk önce ölçeklerin alt boyutlarının normal dağılım gösterip göstermedikleri Basıklık ve Çarpıklık (Kurtosis-Skewness) katsayıları aralığı ile kontrol edilmiş, söz konusu aralığın +2.0 ve -2.0

değerlerinde olduğu, normal dağılım gösterdikleri tespit edilmiştir (George ve Mallery 2010). Veriler normal dağılım gösterdiğinden ikili küme karşılaştırmaları için bağımsız örneklem t testi, ikiden fazla küme karşılaştırmaları için tek yönlü Anova testi kullanılmıştır. Bağımlı değişkenler arasındaki ilişkinin tespitinde Pearson korelasyon analizi kullanılmıştır. Araştırmada anlamlılık düzeyi 0.05 olarak alınmıştır.



### 3.BULGULAR

**Tablo1. Katılımcıların demografik özellikleri**

| Değişkenler                               | Kategori         | N   | %    |
|-------------------------------------------|------------------|-----|------|
| Cinsiyet                                  | Kadın            | 221 | 43,8 |
|                                           | Erkek            | 283 | 56,2 |
| Yaş                                       | 18-22            | 188 | 37,3 |
|                                           | 23-27            | 152 | 30,2 |
|                                           | 28-32            | 73  | 14,5 |
|                                           | >33 yaş          | 91  | 18,1 |
| Medeni Durum                              | Evli             | 51  | 10,1 |
|                                           | Bekar            | 453 | 89,9 |
| Gelir                                     | Düşük            | 55  | 10,9 |
|                                           | Orta             | 391 | 77,6 |
|                                           | Yüksek           | 58  | 11,5 |
| Yaşadığı yer                              | Kırsal alan      | 44  | 8,7  |
|                                           | Kentsel Alan     | 460 | 91,3 |
| Gümüşlüğü Ziyaret                         | İlk kez          | 188 | 37,3 |
|                                           | Birden fazla kez | 316 | 62,7 |
| Gümüşlüğü ziyaret sıklığı                 | Çok nadir        | 134 | 26,6 |
|                                           | Arada sırada     | 110 | 21,8 |
|                                           | Sık sık          | 75  | 14,9 |
| Gümüşlükte kalış aralığı (gün)            | Günübirlik       | 23  | 4,6  |
|                                           | 1-7 gün          | 376 | 74,6 |
|                                           | 8-14 gün         | 29  | 5,8  |
|                                           | 15 gün ve üzeri  | 76  | 15,1 |
| Gümüşlük rekreasyonel imkân algısı        | Yeterli          | 418 | 82,9 |
|                                           | Yetersiz         | 86  | 17,1 |
| Gümüşlüğü tekrar ziyaret edecek misiniz?  | Evet             | 473 | 93,8 |
|                                           | Hayır            | 31  | 6,2  |
| Gümüşlüğü çevrenize tavsiye eder misiniz? | Evet             | 489 | 97,0 |
|                                           | Hayır            | 15  | 3,0  |

Tablo 1’de katılımcıların demografik özellikleri verilmiştir. Tabloya göre ulaşılan ziyaretçilerin yaş ortalaması  $26.92 \pm 7.98$  olarak belirlenmiştir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun bekar, orta gelir grubunda, kentsel alanlarda ikamet eden, birden fazla kez Gümüşlük’ü ziyaret eden, 1-7 gün aralığında konaklama sağlayan, Gümüşlük’ün rekreasyonel imkânlarını yeterli bulan, tekrar ziyaret etme eğilimi olan ve çevresine bu bölgeyi tavsiye etmek isteyen bireylerden oluşmuştur.

**Tablo 2. Kullanılan veri toplama araçlarına ilişkin tanımlayıcı bilgiler**

| Ölçekler                                          | Alt boyutlar            | Ortalama | SS   |
|---------------------------------------------------|-------------------------|----------|------|
| Rekreatif Etkinliklere Katılım Motivasyonu Ölçeği | Görgü ve Keşif          | 3,47     | 0,42 |
|                                                   | Uzaklaşmak              | 3,15     | 0,52 |
|                                                   | Hareket                 | 3,13     | 0,65 |
|                                                   | Ziyaret                 | 2,91     | 0,69 |
|                                                   | Prestij                 | 3,09     | 0,65 |
| İçsel Seyahat Motivasyonları Ölçeği               | Başarı Odaklılık        | 4,10     | 0,71 |
|                                                   | Zorluklara Meydan Okuma | 3,93     | 0,79 |
|                                                   | Risk Alma               | 3,77     | 0,93 |
|                                                   | Bireysellik             | 3,37     | 0,94 |
|                                                   | Yenilik                 | 4,15     | 0,70 |

SS: Standart sapma

Tablo 2’de ölçeklerin alt boyutlarına ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir. Buna göre ziyaretçilerin Gümüşlük’ü rekreasyonel amaçlı ziyarete motive olma sebebi en yüksek “görgü ve keşif” alt boyutundadır. İçsel motivasyon unsuru ise en yüksek ortalama ile “yenilik” alt boyutu olduğu bulunmuştur.

**Tablo 3. Cinsiyete göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                | Cinsiyet | Ortalama | SS   | t     | p            |
|----------------|----------|----------|------|-------|--------------|
| Görgü ve Keşif | Kadın    | 3,52     | 0,42 | 2.24  | <b>0.03*</b> |
|                | Erkek    | 3,44     | 0,42 |       |              |
| Uzaklaşmak     | Kadın    | 3,17     | 0,48 | 1.01  | 0.31         |
|                | Erkek    | 3,13     | 0,55 |       |              |
| Hareket        | Kadın    | 3,06     | 0,69 | -2.02 | <b>0.04*</b> |
|                | Erkek    | 3,18     | 0,61 |       |              |
| Ziyaret        | Kadın    | 2,91     | 0,73 | -0.00 | 0.10         |
|                | Erkek    | 2,91     | 0,66 |       |              |
| Prestij        | Kadın    | 3,07     | 0,66 | -0.64 | 0.52         |
|                | Erkek    | 3,11     | 0,65 |       |              |

\*p<0.05, SS: Standart sapma

Tablo 3’e göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu alt boyutlarından uzaklaşma, ziyaret ve prestijde cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmazken ( $p>0.05$ ), görgü ve keşif alt boyutunda kadın katılımcılar lehine, hareket alt boyutunda ise erkek katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ).

**Tablo 4. Cinsiyete göre içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                         | Cinsiyet | Ortalama | SS   | t     | p             |
|-------------------------|----------|----------|------|-------|---------------|
| Başarı Odaklılık        | Kadın    | 4,02     | 0,74 | -2.26 | <b>0.02*</b>  |
|                         | Erkek    | 4,17     | 0,68 |       |               |
| Zorluklara Meydan Okuma | Kadın    | 3,81     | 0,84 | -3.01 | <b>0.00**</b> |
|                         | Erkek    | 4,02     | 0,74 |       |               |
| Risk Alma               | Kadın    | 3,59     | 1,01 | -3.87 | <b>0.00**</b> |
|                         | Erkek    | 3,91     | 0,83 |       |               |
| Bireysellik             | Kadın    | 3,26     | 0,96 | -2.41 | <b>0.02*</b>  |
|                         | Erkek    | 3,46     | 0,91 |       |               |
| Yenilik                 | Kadın    | 4,07     | 0,72 | -2.28 | <b>0.02*</b>  |
|                         | Erkek    | 4,21     | 0,67 |       |               |

\*p<0.05, \*\*p<0.01, SS: Standart sapma

Tablo 4'e göre içsel seyahat motivasyonları alt boyutlarının tümünde cinsiyet değişkenine göre erkek katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir (p<0.05, p<0.01).

**Tablo 5. Yaşa göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                | Yaş       | Ortalama | SS   | F     | p             | Post-hoc (Scheffe) |
|----------------|-----------|----------|------|-------|---------------|--------------------|
| Görgü ve Keşif | 1 18-22   | 3,49     | 0,37 | 4,52  | <b>0,00**</b> | 4<1,2,3            |
|                | 2 23-27   | 3,52     | 0,44 |       |               |                    |
|                | 3 28-32   | 3,51     | 0,44 |       |               |                    |
|                | 4 >33 yaş | 3,33     | 0,44 |       |               |                    |
| Uzaklaşmak     | 1 18-22   | 3,20     | 0,48 | 5,04  | <b>0,00**</b> | 4<1,2,3            |
|                | 2 23-27   | 3,16     | 0,55 |       |               |                    |
|                | 3 28-32   | 3,23     | 0,52 |       |               |                    |
|                | 4 >33 yaş | 2,96     | 0,51 |       |               |                    |
| Hareket        | 1 18-22   | 3,27     | 0,51 | 8,76  | <b>0,00**</b> | 4<1,2<br>3<1       |
|                | 2 23-27   | 3,17     | 0,70 |       |               |                    |
|                | 3 28-32   | 3,01     | 0,71 |       |               |                    |
|                | 4 >33 yaş | 2,88     | 0,67 |       |               |                    |
| Ziyaret        | 1 18-22   | 3,02     | 0,71 | 4,44  | <b>0,00**</b> | 1>3,4              |
|                | 2 23-27   | 2,94     | 0,72 |       |               |                    |
|                | 3 28-32   | 2,74     | 0,62 |       |               |                    |
|                | 4 >33 yaş | 2,77     | 0,62 |       |               |                    |
| Prestij        | 1 18-22   | 3,23     | 0,54 | 11,62 | <b>0,00**</b> | 4<1,2              |
|                | 2 23-27   | 3,15     | 0,62 |       |               |                    |
|                | 3 28-32   | 3,01     | 0,80 |       |               |                    |
|                | 4 >33 yaş | 2,76     | 0,68 |       |               |                    |

\*\*p<0.01, SS: Standart sapma

Tablo 5' e göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu alt boyutlarının tümünde yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ( $p<0.01$ ).

**Tablo 6. Yaşa göre içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                            |   | Yaş     | Ortalama | SS   | F     | p             | Post-hoc<br>(Scheffe) |
|----------------------------|---|---------|----------|------|-------|---------------|-----------------------|
| Başarı Odaklılık           | 1 | 18-22   | 4,24     | 0,65 | 7,76  | <b>0,00**</b> | 3<1<br>4<1,2          |
|                            | 2 | 23-27   | 4,16     | 0,68 |       |               |                       |
|                            | 3 | 28-32   | 3,90     | 0,82 |       |               |                       |
|                            | 4 | >33 yaş | 3,88     | 0,71 |       |               |                       |
| Zorluklara<br>Meydan Okuma | 1 | 18-22   | 4,10     | 0,72 | 11,47 | <b>0,00**</b> | 4<1,2<br>3<1          |
|                            | 2 | 23-27   | 4,02     | 0,73 |       |               |                       |
|                            | 3 | 28-32   | 3,73     | 0,90 |       |               |                       |
|                            | 4 | >33 yaş | 3,58     | 0,81 |       |               |                       |
| Risk Alma                  | 1 | 18-22   | 3,88     | 0,92 | 6,34  | <b>0,00**</b> | 4<1,2                 |
|                            | 2 | 23-27   | 3,91     | 0,87 |       |               |                       |
|                            | 3 | 28-32   | 3,55     | 0,88 |       |               |                       |
|                            | 4 | >33 yaş | 3,49     | 0,99 |       |               |                       |
| Bireysellik                | 1 | 18-22   | 3,61     | 0,86 | 11,27 | <b>0,00**</b> | 4<1,2<br>3<1,2        |
|                            | 2 | 23-27   | 3,40     | 1,03 |       |               |                       |
|                            | 3 | 28-32   | 3,19     | 0,73 |       |               |                       |
|                            | 4 | >33 yaş | 2,97     | 0,92 |       |               |                       |
| Yenilik                    | 1 | 18-22   | 4,29     | 0,63 | 9,52  | <b>0,00**</b> | 4<1,2                 |
|                            | 2 | 23-27   | 4,18     | 0,74 |       |               |                       |
|                            | 3 | 28-32   | 4,08     | 0,62 |       |               |                       |
|                            | 4 | >33 yaş | 3,83     | 0,72 |       |               |                       |

\*\* $p<0.01$ , SS: Standart sapma

Tablo 6'ya göre içsel seyahat motivasyonları alt boyutlarının tümünde yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ( $p<0.01$ ). Buna göre 28-32 yaş ve 33 yaş ve üzeri katılımcıların puan ortalamalarının daha küçük yaş kategorisindeki katılımcılara göre düşük olduğu görülmektedir.

**Tablo 7. Medeni duruma göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                | Medeni Durum | Ortalama | SS   | t     | p             |
|----------------|--------------|----------|------|-------|---------------|
| Görgü ve Keşif | Evli         | 3,26     | 0,49 | -3,91 | <b>0,00**</b> |
|                | Bekar        | 3,50     | 0,41 |       |               |
| Uzaklaşmak     | Evli         | 2,97     | 0,57 | -2,61 | <b>0,00**</b> |
|                | Bekar        | 3,17     | 0,51 |       |               |
| Hareket        | Evli         | 2,73     | 0,69 | -4,65 | <b>0,00**</b> |
|                | Bekar        | 3,17     | 0,63 |       |               |
| Ziyaret        | Evli         | 2,68     | 0,67 | -2,50 | <b>0,01*</b>  |
|                | Bekar        | 2,93     | 0,69 |       |               |
| Prestij        | Evli         | 2,74     | 0,69 | -4,08 | <b>0,00**</b> |
|                | Bekar        | 3,13     | 0,64 |       |               |

\*p<0.05, \*\*p<0.01, SS: Standart sapma

Tablo 7'ye göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu alt boyutlarının tümünde bekar katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir (p<0.05, p<0.01).

**Tablo 8. Medeni duruma göre içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                         | Medeni Durum | Ortalama | SS   | t     | p             |
|-------------------------|--------------|----------|------|-------|---------------|
| Başarı Odaklılık        | Evli         | 3,98     | 0,74 | -1,29 | 0,20          |
|                         | Bekar        | 4,11     | 0,71 |       |               |
| Zorluklara Meydan Okuma | Evli         | 3,64     | 0,91 | -2,45 | <b>0,02*</b>  |
|                         | Bekar        | 3,96     | 0,77 |       |               |
| Risk Alma               | Evli         | 3,44     | 1,01 | -2,71 | <b>0,00**</b> |
|                         | Bekar        | 3,81     | 0,91 |       |               |
| Bireysellik             | Evli         | 3,09     | 0,97 | -2,26 | <b>0,02*</b>  |
|                         | Bekar        | 3,40     | 0,93 |       |               |
| Yenilik                 | Evli         | 3,86     | 0,73 | -3,08 | <b>0,00*</b>  |
|                         | Bekar        | 4,18     | 0,69 |       |               |

\*p<0.05, \*\*p<0.01, SS: Standart sapma

Tablo 8'de içsel seyahat motivasyonları alt boyutlarından zorluklara meydan okuma, risk alma, bireysellik ve yenilik alt boyutlarında bekar katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir (p<0.05, p<0.01).

**Tablo 9. Gelir durumuna göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                | Gelir durumu | Ortalama | SS   | F    | p    |
|----------------|--------------|----------|------|------|------|
| Görgü ve Keşif | Düşük        | 3,46     | 0,46 | 0,06 | 0,94 |
|                | Orta         | 3,47     | 0,40 |      |      |
|                | Yüksek       | 3,49     | 0,53 |      |      |
| Uzaklaşmak     | Düşük        | 3,07     | 0,60 | 1,17 | 0,31 |
|                | Orta         | 3,15     | 0,51 |      |      |
|                | Yüksek       | 3,22     | 0,51 |      |      |
| Hareket        | Düşük        | 3,18     | 0,61 | 0,47 | 0,63 |
|                | Orta         | 3,11     | 0,64 |      |      |
|                | Yüksek       | 3,18     | 0,71 |      |      |
| Ziyaret        | Düşük        | 2,85     | 0,73 | 0,26 | 0,77 |
|                | Orta         | 2,91     | 0,68 |      |      |
|                | Yüksek       | 2,94     | 0,72 |      |      |
| Prestij        | Düşük        | 3,02     | 0,73 | 0,51 | 0,60 |
|                | Orta         | 3,09     | 0,64 |      |      |
|                | Yüksek       | 3,14     | 0,69 |      |      |

SS: Standart sapma

Tablo 9'a göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu alt boyutlarının hiçbirinde gelir durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 10. Gelir durumuna göre içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                         | Gelir durumu | Ortalama | SS   | F    | p    |
|-------------------------|--------------|----------|------|------|------|
| Başarı Odaklılık        | Düşük        | 4,15     | 0,77 | 0,40 | 0,67 |
|                         | Orta         | 4,10     | 0,71 |      |      |
|                         | Yüksek       | 4,03     | 0,70 |      |      |
| Zorluklara Meydan Okuma | Düşük        | 4,10     | 0,79 | 1,74 | 0,18 |
|                         | Orta         | 3,92     | 0,78 |      |      |
|                         | Yüksek       | 3,83     | 0,87 |      |      |
| RiskAlma                | Düşük        | 3,75     | 0,92 | 1,57 | 0,21 |
|                         | Orta         | 3,74     | 0,93 |      |      |
|                         | Yüksek       | 3,97     | 0,88 |      |      |
| Bireysellik             | Düşük        | 3,28     | 1,02 | 1,24 | 0,29 |
|                         | Orta         | 3,36     | 0,92 |      |      |
|                         | Yüksek       | 3,54     | 0,92 |      |      |
| Yenilik                 | Düşük        | 4,15     | 0,69 | 0,14 | 0,87 |
|                         | Orta         | 4,14     | 0,69 |      |      |
|                         | Yüksek       | 4,19     | 0,74 |      |      |

SS: Standart sapma

Tablo 10'a göre içsel seyahat motivasyonları alt boyutlarından hiçbirinde gelir durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 11. İkamet edilen yere göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                | Yaşadığı yer | Ortalama | SS   | t     | p    |
|----------------|--------------|----------|------|-------|------|
| Görgü ve Keşif | Kırsal alan  | 0        | 0,31 | -0,29 | 0,77 |
|                | Kentsel Alan | 3,48     | 0,43 |       |      |
| Uzaklaşmak     | Kırsal alan  | 3,08     | 0,46 | -0,83 | 0,41 |
|                | Kentsel Alan | 3,15     | 0,53 |       |      |
| Hareket        | Kırsal alan  | 3,18     | 0,39 | 0,58  | 0,56 |
|                | Kentsel Alan | 3,14     | 0,66 |       |      |
| Ziyaret        | Kırsal alan  | 2,95     | 0,49 | 0,37  | 0,71 |
|                | Kentsel Alan | 2,91     | 0,71 |       |      |
| Prestij        | Kırsal alan  | 3,09     | 0,50 | -0,08 | 0,94 |
|                | Kentsel Alan | 3,10     | 0,66 |       |      |

SS: Standart sapma

Tablo 11'e göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu alt boyutlarının hiçbirinde ikamet edilen yer değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 12. İkamet edilen yere göre içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                         | Yaşadığı yer | Ortalama | SS   | t    | p             |
|-------------------------|--------------|----------|------|------|---------------|
| Başarı Odaklılık        | Kırsal alan  | 4,20     | 0,61 | 0,89 | 0,37          |
|                         | Kentsel Alan | 4,10     | 0,72 |      |               |
| Zorluklara Meydan Okuma | Kırsal alan  | 4,13     | 0,60 | 2,14 | <b>0,03**</b> |
|                         | Kentsel Alan | 3,92     | 0,81 |      |               |
| Risk Alma               | Kırsal alan  | 3,96     | 0,76 | 1,35 | 0,18          |
|                         | Kentsel Alan | 3,76     | 0,94 |      |               |
| Bireysellik             | Kırsal alan  | 3,62     | 0,83 | 1,85 | 0,07          |
|                         | Kentsel Alan | 3,35     | 0,95 |      |               |
| Yenilik                 | Kırsal alan  | 4,29     | 0,61 | 1,39 | 0,17          |
|                         | Kentsel Alan | 4,14     | 0,70 |      |               |

\* $p<0.05$ , SS: Standart sapma

Tablo 12'ye göre içsel seyahat motivasyonları alt boyutlarından zorluklara meydan okuma alt boyutunda kırsal alanda ikamet eden ziyaretçiler lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $p<0.05$ ).

**Tablo 13. Gümüşlük' ü daha önce ziyaret edip etmemesine göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                | Ziyaret          | Ortalama | SS   | t     | p    |
|----------------|------------------|----------|------|-------|------|
| Görgü ve Keşif | İlk kez          | 3,48     | 0,42 | 0,25  | 0,80 |
|                | Birden fazla kez | 3,47     | 0,42 |       |      |
| Uzaklaşmak     | İlk kez          | 3,13     | 0,52 | -0,66 | 0,51 |
|                | Birden fazla kez | 3,16     | 0,52 |       |      |
| Hareket        | İlk kez          | 3,18     | 0,65 | 1,35  | 0,18 |
|                | Birden fazla kez | 3,10     | 0,65 |       |      |
| Ziyaret        | İlk kez          | 2,89     | 0,66 | -0,48 | 0,63 |
|                | Birden fazla kez | 2,92     | 0,71 |       |      |
| Prestij        | İlk kez          | 3,15     | 0,61 | 1,55  | 0,12 |
|                | Birden fazla kez | 3,05     | 0,68 |       |      |

SS: Standart sapma

Tablo 13'e göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu alt boyutlarının hiçbirinde Gümüşlük' ü daha önce ziyaret edip etmeme değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 14. Gümüşlük' ü daha önce ziyaret edip etmemesine göre içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                         | Ziyaret          | Ortalama | SS   | t    | p            |
|-------------------------|------------------|----------|------|------|--------------|
| Başarı Odaklılık        | İlk kez          | 4,18     | 0,69 | 2,00 | <b>0,04*</b> |
|                         | Birden fazla kez | 4,05     | 0,72 |      |              |
| Zorluklara Meydan Okuma | İlk kez          | 4,04     | 0,76 | 2,34 | <b>0,02*</b> |
|                         | Birden fazla kez | 3,86     | 0,81 |      |              |
| Risk Alma               | İlk kez          | 3,85     | 0,89 | 1,50 | 0,13         |
|                         | Birden fazla kez | 3,72     | 0,95 |      |              |
| Bireysellik             | İlk kez          | 3,38     | 0,94 | 0,23 | 0,82         |
|                         | Birden fazla kez | 3,36     | 0,93 |      |              |
| Yenilik                 | İlk kez          | 4,23     | 0,71 | 2,14 | <b>0,03*</b> |
|                         | Birden fazla kez | 4,09     | 0,68 |      |              |

\* $p<0.05$ , SS: Standart sapma

Tablo 14'e göre içsel seyahat motivasyonları alt boyutlarından başarı odaklılık, zorluklara meydan okuma ve yenilik alt boyutlarında Gümüşlük destinasyonunu ilk

kez ziyaret eden katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $p<0.05$ ).

**Tablo 15. Gümüşlük' e geliş sıklığına göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                |   | Sıklık       | Ortalama | SS   | F    | p             | Post-Hoc Scheffe |
|----------------|---|--------------|----------|------|------|---------------|------------------|
| Görgü ve Keşif | 1 | Çok nadir    | 3,50     | 0,36 | 1,39 | 0,25          |                  |
|                | 2 | Arada sırada | 3,41     | 0,46 |      |               |                  |
|                | 3 | Sık sık      | 3,50     | 0,49 |      |               |                  |
| Uzaklaşmak     | 1 | Çok nadir    | 3,24     | 0,51 | 3,23 | <b>0,04*</b>  | <b>1&gt;3</b>    |
|                | 2 | Arada sırada | 3,10     | 0,50 |      |               |                  |
|                | 3 | Sık sık      | 3,08     | 0,54 |      |               |                  |
| Hareket        | 1 | Çok nadir    | 3,20     | 0,62 | 2,56 | 0,08          |                  |
|                | 2 | Arada sırada | 3,06     | 0,70 |      |               |                  |
|                | 3 | Sık sık      | 3,01     | 0,54 |      |               |                  |
| Ziyaret        | 1 | Çok nadir    | 2,92     | 0,64 | 0,13 | 0,88          |                  |
|                | 2 | Arada sırada | 2,88     | 0,87 |      |               |                  |
|                | 3 | Sık sık      | 2,94     | 0,57 |      |               |                  |
| Prestij        | 1 | Çok nadir    | 3,23     | 0,60 | 6,66 | <b>0,00**</b> | <b>1&gt;2,3</b>  |
|                | 2 | Arada sırada | 2,95     | 0,75 |      |               |                  |
|                | 3 | Sık sık      | 2,95     | 0,66 |      |               |                  |

\* $p<0.05$ ,  $p<0.01$ , SS: Standart sapma

Tablo 15'e göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu alt boyutlarından uzaklaşma ve prestij alt boyutları ile Gümüşlük 'e geliş sıklığı değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ,  $p<0.01$ ).

**Tablo 16. Gümüşlük' e geliş sıklığına göre içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                         |   | Sıklık       | Ortalama | SS   | F    | p    |
|-------------------------|---|--------------|----------|------|------|------|
| Başarı Odaklılık        | 1 | Çok Nadir    | 4,12     | 0,70 | 0,96 | 0,38 |
|                         | 2 | Arada Sırada | 4,00     | 0,69 |      |      |
|                         | 3 | Sık Sık      | 4,02     | 0,78 |      |      |
| Zorluklara Meydan Okuma | 1 | Çok Nadir    | 3,90     | 0,79 | 0,26 | 0,77 |
|                         | 2 | Arada Sırada | 3,83     | 0,78 |      |      |
|                         | 3 | Sık Sık      | 3,88     | 0,86 |      |      |
| Risk Alma               | 1 | Çok Nadir    | 3,85     | 0,90 | 1,70 | 0,19 |
|                         | 2 | Arada Sırada | 3,65     | 0,86 |      |      |
|                         | 3 | Sık Sık      | 3,65     | 1,06 |      |      |
| Bireysellik             | 1 | Çok Nadir    | 3,50     | 0,92 | 2,26 | 0,11 |
|                         | 2 | Arada Sırada | 3,25     | 0,91 |      |      |
|                         | 3 | Sık Sık      | 3,36     | 0,95 |      |      |
| Yenilik                 | 1 | Çok Nadir    | 4,16     | 0,62 | 1,29 | 0,28 |
|                         | 2 | Arada Sırada | 4,02     | 0,69 |      |      |
|                         | 3 | Sık Sık      | 4,13     | 0,73 |      |      |

SS: Standart sapma

Tablo 16'ya göre içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarının hiçbirinde Gümüşlük' e geliş sıklığı değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 17. Gümüşlük' te kalış süresi değişkenine göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                |   | Süre            | Ortalama | SS   | F    | p    |
|----------------|---|-----------------|----------|------|------|------|
| Görgü ve Keşif | 1 | Günübirlik      | 3,49     | 0,58 | 0,08 | 0,97 |
|                | 2 | 1-7 gün         | 3,47     | 0,41 |      |      |
|                | 3 | 8-14 gün        | 3,50     | 0,41 |      |      |
|                | 4 | 15 gün ve üzeri | 3,46     | 0,42 |      |      |
| Uzaklaşmak     | 1 | Günübirlik      | 3,20     | 0,39 | 0,15 | 0,93 |
|                | 2 | 1-7 gün         | 3,14     | 0,52 |      |      |
|                | 3 | 8-14 gün        | 3,18     | 0,54 |      |      |
|                | 4 | 15 gün ve üzeri | 3,13     | 0,55 |      |      |
| Hareket        | 1 | Günübirlik      | 2,87     | 0,73 | 2,26 | 0,08 |
|                | 2 | 1-7 gün         | 3,16     | 0,66 |      |      |
|                | 3 | 8-14 gün        | 3,14     | 0,55 |      |      |
|                | 4 | 15 gün ve üzeri | 3,03     | 0,59 |      |      |
| Ziyaret        | 1 | Günübirlik      | 2,83     | 0,64 | 2,14 | 0,09 |
|                | 2 | 1-7 gün         | 2,87     | 0,65 |      |      |
|                | 3 | 8-14 gün        | 3,05     | 0,54 |      |      |
|                | 4 | 15 gün ve üzeri | 3,06     | 0,90 |      |      |
| Prestij        | 1 | Günübirlik      | 3,04     | 0,62 | 1,88 | 0,13 |
|                | 2 | 1-7 gün         | 3,12     | 0,64 |      |      |
|                | 3 | 8-14 gün        | 3,09     | 0,75 |      |      |
|                | 4 | 15 gün ve üzeri | 2,93     | 0,60 |      |      |

SS: Standart sapma

Tablo 17'ye göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu alt boyutlarının hiçbirinde Gümüşlükte kalış süresi değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 18. Gümüşlük’ te kalış süresi değişkenine göre içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                         |   | Süre            | Ortalama | SS   | F    | p            | Post-hoc (Scheffe) |
|-------------------------|---|-----------------|----------|------|------|--------------|--------------------|
| Başarı Odaklılık        | 1 | Günübirlik      | 3,93     | 0,68 | 1,52 | 0,21         |                    |
|                         | 2 | 1-7 gün         | 4,14     | 0,69 |      |              |                    |
|                         | 3 | 8-14 gün        | 3,94     | 0,77 |      |              |                    |
|                         | 4 | 15 gün ve üzeri | 4,03     | 0,79 |      |              |                    |
| Zorluklara Meydan Okuma | 1 | Günübirlik      | 3,58     | 0,89 | 2,69 | <b>0,04*</b> | 1<2                |
|                         | 2 | 1-7 gün         | 3,98     | 0,78 |      |              |                    |
|                         | 3 | 8-14 gün        | 3,73     | 0,87 |      |              |                    |
|                         | 4 | 15 gün ve üzeri | 3,87     | 0,79 |      |              |                    |
| Risk Alma               | 1 | Günübirlik      | 3,61     | 1,24 | 1,06 | 0,37         |                    |
|                         | 2 | 1-7 gün         | 3,81     | 0,89 |      |              |                    |
|                         | 3 | 8-14 gün        | 3,56     | 0,94 |      |              |                    |
|                         | 4 | 15 gün ve üzeri | 3,71     | 0,97 |      |              |                    |
| Bireysellik             | 1 | Günübirlik      | 2,96     | 1,08 | 1,88 | 0,13         |                    |
|                         | 2 | 1-7 gün         | 3,41     | 0,94 |      |              |                    |
|                         | 3 | 8-14 gün        | 3,33     | 0,64 |      |              |                    |
|                         | 4 | 15 gün ve üzeri | 3,30     | 0,93 |      |              |                    |
| Yenilik                 | 1 | Günübirlik      | 3,84     | 0,89 | 2,44 | 0,06         |                    |
|                         | 2 | 1-7 gün         | 4,19     | 0,67 |      |              |                    |
|                         | 3 | 8-14 gün        | 4,06     | 0,63 |      |              |                    |
|                         | 4 | 15 gün ve üzeri | 4,07     | 0,76 |      |              |                    |

\*p<0,05, SS: Standart sapma

Tablo 18’de göre içsel seyahat motivasyonları alt boyutlarından sadece zorluklara meydan okuma alt boyutunda Gümüşlük’ te kalış süresi değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir (p<0,05). Kalış süresi 1-7 gün olan ziyaretçilerin puan ortalamalarının günübirlik gelen ziyaretçilere göre daha yüksek olduğu gözlenmiştir.

**Tablo 19. Gümüşlük imkânlarının yeterliliği değişkenine göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                | İmkân durumu | Ortalama | SS   | t    | p             |
|----------------|--------------|----------|------|------|---------------|
| Görgü ve Keşif | Yeterli      | 3,49     | 0,41 | 1,88 | 0,06          |
|                | Yetersiz     | 3,40     | 0,45 |      |               |
| Uzaklaşmak     | Yeterli      | 3,17     | 0,52 | 1,82 | 0,07          |
|                | Yetersiz     | 3,05     | 0,53 |      |               |
| Hareket        | Yeterli      | 3,19     | 0,61 | 4,04 | <b>0,00**</b> |
|                | Yetersiz     | 2,84     | 0,74 |      |               |
| Ziyaret        | Yeterli      | 2,96     | 0,70 | 3,91 | <b>0,00**</b> |
|                | Yetersiz     | 2,64     | 0,60 |      |               |
| Prestij        | Yeterli      | 3,14     | 0,63 | 3,76 | <b>0,00**</b> |
|                | Yetersiz     | 2,85     | 0,70 |      |               |

\*\*p<0,01, SS: Standart sapma

Tablo 19'a göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu alt boyutlarından hareket, ziyaret ve prestij alt boyutları Gümüşlük destinasyonunun rekreatif imkânlarını yeterli bulan ziyaretçiler lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $p<0.01$ ).

**Tablo 20. Gümüşlük imkânlarının yeterliliği değişkenine göre içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                         | İmkân durumu | Ortalama | SS   | t    | p             |
|-------------------------|--------------|----------|------|------|---------------|
| Başarı Odaklılık        | Yeterli      | 4,14     | 0,68 | 2,63 | <b>0,00**</b> |
|                         | Yetersiz     | 3,92     | 0,81 |      |               |
| Zorluklara Meydan Okuma | Yeterli      | 3,99     | 0,76 | 3,67 | <b>0,00**</b> |
|                         | Yetersiz     | 3,62     | 0,88 |      |               |
| Risk Alma               | Yeterli      | 3,81     | 0,90 | 1,93 | 0,06          |
|                         | Yetersiz     | 3,58     | 1,04 |      |               |
| Bireysellik             | Yeterli      | 3,43     | 0,93 | 3,23 | <b>0,00**</b> |
|                         | Yetersiz     | 3,07     | 0,92 |      |               |
| Yenilik                 | Yeterli      | 4,18     | 0,68 | 2,73 | <b>0,00**</b> |
|                         | Yetersiz     | 3,96     | 0,77 |      |               |

\*\* $p<0.01$ , SS: Standart sapma

Tablo 20'de içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarından, başarı odaklılık, zorluklara meydan okuma, bireysellik ve yenilik alt boyutlarında Gümüşlük destinasyonunun rekreatif imkânlarını yeterli bulan ziyaretçiler lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur ( $p<0.01$ ).

**Tablo 21. Gümüşlük destinasyonunu tekrar ziyaret niyetine göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                | Tekrar ziyaret niyeti | Ortalama | SS   | t    | p             |
|----------------|-----------------------|----------|------|------|---------------|
| Görgü ve Keşif | Evet                  | 3,48     | 0,41 | 2,22 | <b>0,03*</b>  |
|                | Hayır                 | 3,31     | 0,50 |      |               |
| Uzaklaşmak     | Evet                  | 3,16     | 0,52 | 2,26 | <b>0,02*</b>  |
|                | Hayır                 | 2,94     | 0,57 |      |               |
| Hareket        | Evet                  | 3,15     | 0,64 | 3,05 | <b>0,00**</b> |
|                | Hayır                 | 2,79     | 0,68 |      |               |
| Ziyaret        | Evet                  | 2,93     | 0,69 | 2,49 | <b>0,01*</b>  |
|                | Hayır                 | 2,61     | 0,62 |      |               |
| Prestij        | Evet                  | 3,11     | 0,65 | 2,18 | <b>0,03*</b>  |
|                | Hayır                 | 2,84     | 0,67 |      |               |

\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , SS: Standart sapma

Tablo 21'e göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu alt boyutlarının tümünde Gümüşlük destinasyonunu tekrar ziyaret etme eğiliminde olan ziyaretçiler lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ,  $p<0.01$ ).

**Tablo 22. Gümüşlük destinasyonunu tekrar ziyaret niyetine göre içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarının değerlendirilmesi**

|                         | Tekrar ziyaret niyeti | Ortalama | SS   | t    | p             |
|-------------------------|-----------------------|----------|------|------|---------------|
| Başarı Odaklılık        | Evet                  | 4,11     | 0,71 | 1,31 | 0,19          |
|                         | Hayır                 | 3,94     | 0,76 |      |               |
| Zorluklara Meydan Okuma | Evet                  | 3,95     | 0,79 | 2,31 | <b>0,02*</b>  |
|                         | Hayır                 | 3,61     | 0,85 |      |               |
| Risk Alma               | Evet                  | 3,80     | 0,92 | 2,67 | <b>0,00**</b> |
|                         | Hayır                 | 3,3      | 1,00 |      |               |
| Bireysellik             | Evet                  | 3,40     | 0,93 | 2,86 | <b>0,00**</b> |
|                         | Hayır                 | 2,90     | 0,92 |      |               |
| Yenilik                 | Evet                  | 4,16     | 0,69 | 2,34 | <b>0,02*</b>  |
|                         | Hayır                 | 3,86     | 0,76 |      |               |

\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$ , SS: Standart sapma

Tablo 22'de içsel seyahat motivasyonları ölçeği alt boyutlarından, zorluklara meydan okuma, risk alma, bireysellik ve yenilik alt boyutlarında Gümüşlük destinasyonunu tekrar ziyaret etme eğiliminde olan katılımcılar lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ,  $p<0.01$ ).

**Tablo 23. Rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ölçeği ve içsel seyahat motivasyonları ölçeği arasındaki ilişki**

|                                                           |                | İçsel Seyahat Motivasyonları Ölçeği (İSMÖ) |                         |               |               |               |               |
|-----------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                                                           |                | Başarı Odaklılık                           | Zorluklara Meydan Okuma | Risk Alma     | Bireysellik   | Yenilik       |               |
| Rekreatif Etkinliklere Katılım Motivasyonu Ölçeği (REKMÖ) | Görgü ve Keşif | r                                          | <b>0,32**</b>           | <b>0,32**</b> | <b>0,21**</b> | 0,07          | <b>0,40**</b> |
|                                                           |                | p                                          | <b>0,00</b>             | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   | 0,12          | <b>0,00</b>   |
|                                                           | Uzaklaşmak     | r                                          | <b>0,31**</b>           | <b>0,28**</b> | <b>0,19**</b> | <b>0,25**</b> | <b>0,25**</b> |
|                                                           |                | p                                          | <b>0,00</b>             | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   |
|                                                           | Hareket        | r                                          | <b>0,41**</b>           | <b>0,40**</b> | <b>0,32**</b> | <b>0,18**</b> | <b>0,41**</b> |
|                                                           |                | p                                          | <b>0,00</b>             | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   |
|                                                           | Ziyaret        | r                                          | <b>0,24**</b>           | <b>0,23**</b> | <b>0,16**</b> | <b>0,11*</b>  | <b>0,26**</b> |
|                                                           |                | p                                          | <b>0,00</b>             | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   | <b>0,01</b>   | <b>0,00</b>   |
|                                                           | Prestij        | r                                          | <b>0,43**</b>           | <b>0,45**</b> | <b>0,28**</b> | <b>0,34**</b> | <b>0,44**</b> |
|                                                           |                | p                                          | <b>0,00</b>             | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   | <b>0,00</b>   |

\* $p<0.05$ , \*\* $p<0.01$

Tablo 23’de rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ölçeği ve içsel seyahat motivasyonları ölçeği arasındaki ilişkiyi gösteren Pearson korelasyon analizi sonuçları verilmiştir. Buna göre REKMÖ görgü ve keşif alt boyutu ile İSMÖ bireysellik alt boyutu haricindeki tüm alt boyutlar arasında düşük ve orta düzeyde pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ,  $p<0.01$ ).



#### 4.TARTIŞMA

Suya dayalı rekreatif etkinliklere katılan bireylerin katılım ve destinasyon seçim motivasyonlarının belirlenmesi amacıyla yapılan araştırmada cinsiyet, yaş, medeni durum, ikamet yeri, destinasyon tecrübesi, ziyaret sıklığı, destinasyonun rekreasyonel yeterliliği, tekrar ziyaret niyeti gibi değişkenlere bağlı olarak motivasyon kaynakları ve şekillerinin değiştiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca rekreasyonel aktiviteye katılım motivasyonu ile içsel motivasyon unsurlarının birbirini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Bireylerin motivasyonlarının yüksek olması durumunda zorluklara karşı vermiş olduğu mücadelesinin de yüksek olduğu ve bunun sonucunda rekreatif etkinliklere katılımının da daha yüksek olduğu belirtilmiştir (Yağar 2016). Bir başka çalışmada bireylerin başarı odaklılığı serbest zaman aktivitelerine katılımlarda zaman kısıtlılığının önemli bir rol oynadığı ve kişilerin refah düzeylerinin artmasının; motivasyonu, hedefe ulaşma durumu ve psikolojik olarak iyi olma hallerinin önemli bir etken olduğu rapor edilmiştir (Williams 2013). Özdemir (2013) çalışmasında hareket, görgü-keşif, ziyaret ve uzaklaşma içsel motivasyonları yüksek olan kişilerin rekreasyonel aktivitelere katılıma daha fazla önem verdiğini belirtmiştir. Farklı bir çalışmada Gövce (2022) destinasyona yönlendirecek motivasyonun kişiler arasındaki bazı olguların önemli olduğunu, prestij ve sosyal statü gibi kavramların kişileri motive eden unsurlar olduğunu vurgulamıştır. Mevcut araştırmada rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu ile içsel seyahat motivasyonu arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiş olup, bu sonuçlar Özdemir (2013) çalışmasının bulgularıyla paralellik göstermektedir.

Rekreatif etkinliklere katılımın çeşitli değişkenlere göre incelendiği araştırmalarda Gözen (2019) katılımcıların, rekreatif etkinliklere çeşitlilik/yenilik metaforunda büyük oranda olumlu nitelemeler üzerinde birleştiğini vurgulamıştır. Alakoç (2019) cinsiyet ve medeni durumun rekreatif faaliyetlere katılımı anlamalı bir farklılık olmadığını belirtmiştir. Bir başka çalışmada ise İskender ve ark (2015) erkek katılımcıların, özellikle fiziksel aktivite gerektiren rekreatif etkinliklere daha fazla katıldıklarını ayrıca doğa sporlarına katılım ve spor yapma sıklığı konusunda erkek ve kadın katılımcılar arasında anlamlı farklılıklar olduğunu belirtmiştir. Bingöl (2021) macera-ekstrem spor dallarına katılan bireylerin algılanan içsel zorluklarının, aktivite

türü, cinsiyet ve deneyim düzeyi bakımından kısmen farklılık gösterdiğini gözlemlemiştir. Mevcut araştırmada Gümüşlük'deki rekreatif alan ve imkânların yeterliliği değişkenine göre; hareket, ziyaret, prestij, başarı odaklılık, zorluklara meydan okuma, bireysellik ve yenilik alt boyutunda anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Saçlı ve Kahraman (2019) ilk defa yamaç paraşütü etkinliğine katılan bireylerin yenilik arzusu, prestij, merak duygusu ve zorluklara karşı meydan okumada yükseklik korkularını yenmek için katıldıklarını belirtmektedir. Mevcut araştırma bulgularının Saçlı ve Kahraman (2019)'nın çalışması araştırma bulguları ile paralellik gösterdiği söylenebilir. Bununla birlikte Yavaş (2017) rekreasyonel etkinliklere katılımı erkek katılımcıların risk alma eğilimlerinin daha yüksek düzeyde olduğunu ve rekreasyonel risklere daha açık olduklarını ifade etmiştir. Aynı çalışmada genel olarak katılımcıların bazı değişkenlere göre rekreasyonel risk alma davranışları değerlendirildiğinde en fazla risk alanların sırası ile katıldıkları aktiviteler; serbest paraşüt, rüzgâr sörfü ve yelken kanat sporları olduğu gözlenmiştir. Karaçar ve Pashı (2014) rekreatif etkinliklere katılımı bireylerin cinsiyet ve medeni durumlarına göre aktiviteye katılımı herhangi bir farklılık göstermediğini belirtmiştir. Karakuzulu (2008) ise kişilerin sosyo-kültürel açıdan rekreatif hizmet veren mekanların incelenmesi gerektiğini, insanların artık ihtiyaçtan çok prestij ve yaşam tarzlarını göstermek amaçlı bu tür aktivitelere katıldığını rapor etmiştir. Mevcut çalışmada ise görgü-keşif ve hareket alt boyutlarında anlamlı farklılıklar tespit edilirken, uzaklaşma ve ziyaret alt boyutlarında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Ayrıca kişilerin rekreatif etkinliklere katılım motivasyonlarında prestij kavramının etkili olmadığı görülmektedir. Bunun sebebinin ise Gümüşlük destinasyonunu tercih eden bireylerin özellikle kalabalık şehirlerden kurtulma durumunu göz önünde bulundurarak hareket ettiği söylenebilir. Bununla birlikte yine mevcut araştırmada kırsal alanda yaşayan bireylerin zorluklara karşı meydan okuma alt boyutunda anlamlı bir farklılık olduğu, bunun sebebinin Gümüşlük destinasyonda yaşayan bireylerin kırsal alanların vermiş oldukları zorluklara karşı hazır olma hali ve örf, gelenek ve göreneklerine dayalı bir çatı altınca büyütülmeleri olabilir.

Rekreatif etkinliklere katılım ile yaş değişkeni arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma mevcuttur (Kement ve Bükey 2019, Yaşartürk ve Yılmaz 2019, Demir ve Çetin 2021). Demir ve Çetin (2021) bireysellik alt boyutunda 18-24 ve 25-34 yaş grubu kişilerin bireysellik düzeylerinin diğer yaş gruplarına oranla daha yüksek

olduğunu vurgulamıştır. Kement ve Bükey (2019) araştırmaya katılan bireylerin yaşları ile boş zaman motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık olduğunu tespit etmiştir. 55 yaş ve üzeri bireylerin diğer yaş gruplarına göre daha düşük boş zaman motivasyonları olduğunu sonucuna ulaşmıştır. Yaşartürk ve Yılmaz (2019) üniversite personeli ve öğretim elemanları üzerindeki yapmış olduğu çalışmada yaşın artmasıyla birlikte stres düzeyinin yükseldiğini belirtmiştir. Bu durumun, çalışma yılı ve yaşın ilerlemesiyle birlikte aile ve benzeri sorumluluk duygularının paralel olarak artmasının, iş stresine etki ettiğini gösterdiğini savunmuştur. Ayrıca rekreatif etkinliklere katılımın kamu personeli için rahatlama ve eğlence düzeyine olumlu bir şekilde yansıdığını, ancak yaş değişkeni ile herhangi bir ilişki göstermediğini vurgulamıştır. Mevcut çalışma bulguları ile Kement ve Bükey (2019)'ın çalışma bulguları paralellik göstermektedir. Bu çalışmada içsel seyahat motivasyonları ile rekreatif etkinliklere katılım motivasyonları alt boyutları ile yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Bireylerin rekreatif etkinliklere katılım motivasyonları ile yaşanan yer değişkenine göre incelenen çalışmalarda, Ceylan (2023) açık alan ve kırsal alan rekreasyon aktivitelerine katılanların yarısından fazlasının kadın bireyler olduğunu ve katılımcıların çoğunluğunun genç ve genç yetişkin bireylerinden oluştuğunu belirtmiştir. Araştırmacı ayrıca çalışmaya katılan kişilerin kalabalıktan uzaklaşmak istediklerini, izole yerleri tercih ettiklerini ve doğa içinde bir destinasyonu arzuladıklarını vurgulamıştır. Kırsal rekreasyon işletmelerini ziyaret eden bireyler üzerinde yapılan bir çalışmada sessizlik, rahatlatıcı ortam, korunmuş güzellikler, sakinlik ve ulaşım kolaylığı gibi unsurların memnuniyeti artırırken, kalabalık, bakımsızlık ve bozuk yolların memnuniyet düzeyini düşürdüğü belirtilmiştir Ayaz ve ark (2023). Kalkan (2012) açık alan rekreatif faaliyetlerin, bireyleri normal gündelik yaşamın rutininden uzaklaştırarak fizyolojik ve psikolojik olarak faydalar sağladığını ifade etmiştir. Swarbrooke ve ark (2003) ise bazı doğa tarihçilerinin keşfetme arzusu için macera destinasyonunu tercih ettiklerini belirtmiştir. Başka bir çalışmada ise Aslan ve Karaküçük (1997) kişilerin yaşadıkları çevrenin, katıldıkları rekreatif etkinliklerin sıklığını etkilemediğini belirtmektedir. Mevcut araştırmada bireylerin yaşadığı yere göre rekreatif etkinliklere katılım motivasyonu alt boyutları arasında anlamlı farklılık tespit edilmezken, zorluklara meydan okuma içsel seyahat motivasyonu alt boyutunda anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Kırsal alanda

yaşayanların kentsel alanda yaşayanlara göre zorluklara meydan okuma puanlarının daha yüksek olduğu gözlenmiştir.



## 5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın sonucunda cinsiyet, yaş, medeni durum, ikamet yeri, destinasyonun daha önce ziyaret edilip edilmemesi, ziyaret sıklığı, destinasyon yeterliliği, tekrar ziyaret niyeti değişkenlerine göre istatistiki açıdan anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır. Ayrıca “İçsel Seyahat Motivasyonları Ölçeği (İSMÖ)” ve “Rekreatif Etkinliklere Katılım Motivasyonu Ölçeği” alt boyutları arasında düşük ve orta düzeylerde pozitif yönlü ilişki bulunmuştur. Sonuç olarak, suya dayalı etkinliklere katılımda içsel seyahat motivasyonu ve rekreatif etkinliklere katılım motivasyonunun etkili olduğu söylenebilir.

### Öneriler

- Gümüşlük’e gelen bireylerin suya dayalı rekreatif etkinliklere katılımlarını artırmak amacı ile özel işletmeler ve belediye bünyesinde iş birliği kurularak destinasyonun daha çekici hale gelmesi sağlanabilir.
- Gümüşlük yerli halkının deniz ve doğayla iç içe olmasına rağmen, özellikle yerli genç nüfusun konserler hariç diğer rekreatif etkinliklere çok fazla katılmadığı ve bu bağlamda öncelikle yerli halkın bu tür etkinliklere katılım oranlarının yükselmesi gerekmektedir.
- Yapılacak olan rekreatif etkinliklerin duyurusu ve reklamının amacına uygun bir biçimde yapılması, katılım düzeylerinde önemli bir artışa neden olacaktır.
- Bazı ulusal ya da uluslararası su sporları şampiyonalarının Gümüşlük destinasyonunda yapılacak olması bölgenin bilinirlik durumunu artıracak ve tercih edilme ihtimalini yükseltecektir.
- Yapılacak olan suya dayalı rekreatif etkinliklerin sadece bahar ve yaz döneminde değil kış döneminde de devam ettirilmesi bireylerin bu tür aktivitelerine katılmada motivasyonlarını artırıcı bir unsur olabilir.
- Bireylerin istekleri ve ihtiyaçları belirlenerek Gümüşlük destinasyonunda iyileştirmeler yapılarak kişilerin katılım düzeyleri yükseltilebilir.
- Benzer destinasyon noktaları incelenerek Gümüşlük destinasyonuna uygun olan durumları Gümüşlük’e uyarlamak bireylerin motivasyonlarını artırarak destinasyonun tercih edilme oranını yükseltebilir.

- Gümüşlükte yaptığımız çalışmamızda olduğu gibi benzer olarak yurt içi ya da yurt dışı bu tarz rekreasyon hizmetleri sunan destinasyonlarda başka çalışmalar yapılabilir ve literatüre katkı sağlanabilir.



## 6.KAYNAKLAR

- Abiodun JO, Özdemir G, 2020. Reflections of destination quality on destination image: a case of Kuşadası. 4 TURIZAM Volume 24, Issue 1, s.1–12.
- Acar A, Yalçın Y, Koçoğlu CM, 2021. Rekreatyonel aktivitelerde tüketiciyi motive eden faktörlerin yaşam doyumu üzerine etkisi: turistik bir ürün olarak offroad örneği, Turizm Akademik Dergisi, 8 (1), s. 97-114.
- Açıksöz S, Topay M, Aydın H, 2006. Bartın-Arıt Beldesi Trekking Potansiyelinin Belirlenmesi. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 8(10), s.80-89.
- Akbulut BA, Başkan AH, 2020. Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü Çalışanlarının Rekreatif Etkinliklere Katılımını Kolaylaştıran Faktörlerin ve İş Yeri Rekreatyon Farkındalıklarının İncelenmesi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi: 6(2): s.53-75.
- Akça F, Müniroğlu S, 2006. Türk Erkek Kano Milli Takımı Durgunsu Kayakçılarının Somatotip Özelliklerinin İncelenmesi. Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 4(2), s.43-47.
- Akgün Babaoğlu Z, 2015. Feminen normlara uyum ve iyi oluş ilişkisi: içsel ve dışsal motivasyonlar bakımından bir inceleme, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Mersin Üniversitesi.
- Akkuş G, 2018. Kış turizmi destinasyonu pazarlama yönetimi: Erzurum örneği, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 32(3), s. 557-75.
- Aksöz EO, Önem B, Aydın B, 2020. Kamp Deneyimi Yaşayan Bireylerin Glamping'e İlişkin Algılarının Belirlenmesi. Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research, 4(2), s.185-196.
- Aktuğ MH, 2021. Rekreatyonel faaliyet olarak rüzgâr sörfü yapan bireylerin zihinsel dayanıklılık düzeyleriyle problem çözme becerilerinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Akyol C, 2020. Doğu Karadeniz turizminin geliştirilmesine yönelik bir araştırma: Artvin destinasyonu örneği, Doktora Tezi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. T.C. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.
- Alakoç F, 2019. Sosyo-demografik değişkenlerin rekreatyon katılımına etki: İstanbul (Kadıköy ve Maltepe) örneği. Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Edirne.
- Alan U, 2018. Motivasyon teorileri ve motivasyonun iş hayatı üzerindeki etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Beykent Üniversitesi.
- Altok T, İbicioğlu H, 2009. Çalışanların motivasyonunu etkileyen faktörlere ilişkin hizmet ve imalat işletmelerinde karşılaştırmalı bir araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Amorose JA, Horn TS, 2000. Intrinsic motivation:Relationships with collegiate athletes' gender, scholarship status, and perceptions of theircoaches' behavior. Journal of Sport and Exercise Psychology, 22, s.63-84.
- Aslan S, Karaküçük S, 1997. Devlet Yurtlarında Kalan Bayan Öğrencilerin Rekreatyonel Sorunları (Ankara Örneği). Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 2(3), s. 51-71.

- Ardahan F, Turgut T, Kaplan Kalkan A, 2016. Her yönüyle rekreasyon. Ankara: Detay Yayıncılık, s. 215.
- Atabeyoğlu C, 1986. Türk Yelken Spor Tarihi. Türk Spor Vakfı.
- Atsız O, Kızıllırmak İ, 2017. Mardin'in doğal ve kültürel çekiciliklerinin destinasyon pazarlaması kapsamında incelenmesi. Mukaddime, 8(1), s. 25-41.
- Ayaz N, Sert S, Pınaroğlu B, 2023. Kırsal Turizmde Seyahat Memnuniyeti ve Tavsiye Etme Davranışı Üzerine Bir İçerik Analizi. Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 6(1), s. 89-105.
- Aydın B, 2020. Destinasyon yaşam döngüsü kapsamında turizm destinasyonlarında yeniden canlandırma stratejilerinin belirlenmesi: Kaş örneği, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir Anadolu Üniversitesi.
- Aydın B, Alaeddinoğlu F, 2022. Kayak Merkezlerinde Yer Seçimi: Van ve Bitlis İli Örnekleri. Journal Of Academic Tourism Studies, 1(1), s.59-83.
- Aydoğan Çiftçi M, 2020. Yaratıcı turizmin etkilediği destinasyon bileşenlerinin belirlenmesi, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi.
- Aylan FK, Yetiş ŞA, 2021. Açık alan rekreasyon faaliyetlerinin destinasyon kıyaslaması bağlamında incelenmesi: Nevşehir-Konya illerinin karşılaştırılması. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 20(79), s.1279-97.
- Başarangil İ, Altunel MC, Tokatlı C, 2016. Trakya bölge halkının destinasyon yönelimlerindeki rekreasyonel etkinlik tercihlerinin demografik değişkenler açısından incelenmesi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies.
- Bayraktaroğlu E, 2019. Destinasyon değerinin kuramsal altyapısının oluşturulması. Doktora tezi, Anadolu Üniversitesi.
- Bektaş S, 2021. Spor etkinliklerinde gönüllülük motivasyonu, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Pamukkale Üniversitesi.
- Bilecen F, 2008. İşletmelerde motivasyon ve çalışanların motivasyonunu etkileyen faktörlerin belirlenmesi, Yüksek Lisans, Tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bingöl S, 2021. Macera rekreasyonunda algılanan zorluklar: Doğa yürüyüşü ve kaya tırmanışı. Journal of Recreation and Tourism Research, 8(2), s247-267.
- Brewster C, Fager J, 2000. Increasing student engagement and motivation: From time on task to homework. NorthwestRegional Educational Laboratory,2, s.1-25
- Buhalis D, 2000. Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management, 21(1), s. 97-116.
- Bulut Z, 2021. Rekreasyon faaliyetlerinin tercihinde içsel ve dışsal seyahat motivasyon faktörlerinin etkisi, Doktora Tezi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Can E, 2015. Boş zaman, rekreasyon ve etkinlik turizmi ilişkisi. İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi, 10, s. 1-17.
- Carter RA, 2012. Watercraft. A Companion To The Archaeology Of The Ancient Near East. 347-372.
- Ceylan Y, 2023. Glamping seyahat motivasyonunun deneyim ve davranışsal niyete etkisi: Glamper turistler üzerine bir araştırma. Doktora Tezi Mardin Artuklu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı. Mardin.

- Charyyev E, Karabey CN, 2022. Geçiş Ekonomilerinde kurumsal sosyal sorumluluk, ahlaki bozulma ve içsel motivasyon arasındaki ilişkiler. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(1), s. 57-78.
- Cook RA, Hsu CH, Taylor LL, 2018. *Tourism: the business of hospitality and travel*, Vol. 6, p. 255-57, Harlow: Pearson.
- Çakıcı AC, Yavuz G, Çiçek M, 2014. Dağcılık Turizmine Katılımda Dikkate Alınan Hususlar Üzerine Bir Araştırma. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), s.75-94.
- Çavuş F, 2021. Kişilik özellikleri, motivasyon, algılanan değer ve davranışsal niyet ilişkisi: Macera aktivitelerine katılan turistler üzerine bir araştırma, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Çeken H, Karadağ L, Dalgın T, 2007. Kırsal kalkınmada yeni bir yaklaşım kırsal turizm ve Türkiye'ye yönelik teorik bir çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8 (1), s.1-14.
- Çeribaşı S, 2020. Gençlerin mekân tercihlerinin belirlenmesi İstanbul/Kadıköy-Moda sahili örneği. Yüksek Lisans Tezi, Artvin Çoruh Üniversitesi.
- Çetinkaya G, 2014. Bir macera turizmi etkinliği olarak kaya tırmanış sporu ve Antalya-Geyikbayırı'nın potansiyeli. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19(31), s.83-100.
- Çiftçi N, Cesur MO, 2017. Öğretmenlerin algılarına göre motivasyon kaynaklarının belirlenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Maltepe Üniversitesi.
- Davras Ö, Uslu A, 2019. Destinasyon seçimini belirleyen faktörlerin destinasyon memnuniyeti üzerindeki etkisi: Fethiye'de İngiliz turistler üzerinde bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), s. 679-96.
- Deci EL, Ryan RM, 2000. The "what" and "why" of goalpursuits: Human needs and the self-determination of behavior, *Psychological Inquiry*, 11:4, s.227-68.
- Demir A, Çetin, A. 2021. Rekreatyonel spor etkinliğine katılan ve profesyonel olmayan sporcuların motivasyon boyutları: Tarihi yarımada bisiklet turu üzerine bir araştırma. *Herkes için Spor ve Rekreatyon Dergisi*, 3(2), s.73-82.
- Demirtaş B, 2020. Yerli Turistlerin Nemrut Dağı (Bitlis) Destinasyonu ile İlgili Görüşleri.Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Batman Üniversitesi.
- Dinç H, 2020. Yerli turistlerin destinasyon risk algısı ile destinasyon imajı algısı ilişkisi: Diyarbakır örneği, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Batman Üniversitesi.
- Dinç Y, Kömür T, İlban MO, 2021. Sürdürülebilir destinasyon yönetimi için bir model önerisi: Ayvalık örneği. *OPUS International Journal of Society Researches*, 17 (37), s. 4376-99.
- Dönmez AG, 2020. Destinasyonlarda turizm deneyimini zenginleştirmede oyunlaştırmanın strateji olarak kullanımı: Ege bölgesi illerinin yerel yönetim algısı, Sosyal Bilimler Enstitüsü. T.C. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi.
- Dülgeroğlu O, 2021. Turizmde rekreatyon etkinlikleri kapsamındaki uluslararası troia festivali'nin marka kişiliği: sosyal medya destekli bir çalışma. *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 2(2), s. 131-39.

- Dündar S, Özutku H, Taşpınar F, 2007. İçsel ve dışsal motivasyon araçlarının iş görenlerin motivasyonu üzerindeki etkisi: Ampirik bir inceleme. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, (2), s.105-19.
- Düşükcan M, Katı M, 2017. Performansla ilişkili motivasyon araçlarının kişisel özelliklere göre farklılığını belirlemeye yönelik bir araştırma. Social Sciences, 12(1), s. 1-24.
- Ekici Y, 2019. Destinasyon seçiminde tüketici tercihlerini etkileyen faktörler: Mersin örneği. Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Ekin Y, 2004. Turizm paydaşları perspektifinden turizm gelişimi ve destinasyon rekabetçiliği: Antalya örneği. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi.
- Er B, 2020. Uluslararası spor organizasyonlarında gönüllü motivasyonu ile serbest zaman doyum düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ercan TF, 2019. Kış turizmi destinasyonlarının rekabet gücünün belirlenmesine yönelik bir araştırma: Erzurum, Erzincan ve Kars illeri örneği, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi.
- Ersun N, Arslan K, 2011. Turizmde destinasyon seçimini etkileyen temel unsurlar ve pazarlama stratejileri. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 31(2), s.229-248.
- Eryılmaz G, Akgündüz Y, 2017. Bireyleri rekreatif faaliyetlere yöneltten motive edici faktörler. Journal of Recreation and Tourism Research, 4(1), s. 13-26.
- Framke W, 2002. The destination as a concept: a discussion of the business-related perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory. Scandinavian Journal Of Hospitality And Tourism, 2(2), s. 92-108.
- Gavrilov VN, Zhmaryov VN, 1964. Rowing on Kayaks and a Canoe. Kharkov: Publishing house KhSU.
- Göker G, Ünlüönen K, 2019. Açık alanda yapılan doğa temelli rekreatif etkinlikler ve destinasyon markalaşması: Ilgaz dağı milli parkı örneği. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 18(70), s. 774-89.
- Göksu S, 2017. Başarı ve motivasyon: Editör: Hatice Bahtiyar Vol. Birinci basım. Hiper yayın.
- Göktaş T, Arpa N, 2015. Korunan alanlar yönetimi bağlamında kayak merkezlerinin fiziksel ve sosyal taşıma kapasitelerinin analizi: Ilgaz dağı milli parkı, Ilgaz Kış Sporları Turizm Merkezi. Kastamonu University Journal of Forestry Faculty, 15(1), s.104-119.
- Gövce M, 2022. Prestij Arama Davranışının Destinasyon Sadakati Üzerindeki Etkisinde Unutulmaz Turizm Deneyiminin ve Kişiliğin Rolü. Doktora Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı. Muğla.
- Gözen E, 2019. Rekreasyon Yönetimi Bölümü Lisans Öğrencilerinin Rekreasyon Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(3), s.397-416.
- Gül T, Karaçar E, Kement Ü, Paşlı MM, Yayla Ö, Erol E, Göker G, 2014. Rekreasyona giriş. Boş zaman ve rekreasyon, Yaylı, A., (Editör) Rekreasyona Giriş. Ankara: Detay Yayıncılık, s.2-62.
- Güneş K, 2021. Destinasyon kalitesi, destinasyon sadakati ve destinasyon memnuniyeti arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Isparta örneği, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Süleyman Demirel Üniversitesi.

- Gürbüz A, 2005. Kastamonu'ya gelen yerli turist profilini belirlemeye yönelik bir uygulama. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, (2), s. 75-92.
- Gürcün D, 2011. Aydın ili turizm potansiyelinin analizi. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Adnan Menderes Üniversitesi.
- Güripek E, 2013. Turizm destinasyonlarının rekabet gücünün artırılmasında stratejik destinasyon yönetimi: Çeşme Alaçatı destinasyonu üzerine bir uygulama, Doktora Tezi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Güzel FÖ, Şahin İ, Yağmur Y, Erdem Ö, Karasakal S, Ünal C, 2018. Antalya'nın destinasyon kişiliği ve imajına ilişkin keşfedici bir araştırma. Journal of Yaşar University, 13(50), s. 125-39.
- Hacıoğlu N, Gökdeniz A, Dinç Y, 2015. Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi, Detay Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara.
- Hançer H, Aydın Ş, 2021. Eğitim turizmi kapsamında destinasyon seçimini etkileyen faktörler: İstanbul örneği, Doktora Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hazar A, 2014. Rekreasyon ve animasyon, 4. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Hekim H, 2021. Kişilik özellikleri ile egzersize katılım motivasyonu arasındaki ilişki, Doktora Tezi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Anabilim Dalı. T.C. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.
- İskender A, Avcı C, Yaylı A, 2015. Gençlerin Serbest Zaman Değerlendirme Aracı Olarak Rekreatif Faaliyetlere Katılım Düzeylerinin Belirlenmesi. Journal of Recreation and Tourism Research, 2(1), s.36-42.
- Jennings G, 2007. Water-Based Tourism, Sport Leisure, and Recreation Experiences, New York, Elsevier.
- Kalkan A, 2012. Açık alan rekreasyonu, doğa sporları yapan bireylerin bu sporları yapma nedenleri: Antalya örneği Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi. Antalya.
- Karaca A, 2016. İçsel ve Dışsal motivasyonun örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Gaziosmanpaşa Üniversitesi.
- Karaçar E, Paslı MM, 2014. Turizm ve otel işletmeciliği programı öğrencilerinin rekreasyonel eğilimleri ve rekreasyonel etkinliklere katılımına engel olan faktörler. Turizm Akademik Dergisi, 1(1), s. 29-38.
- Karakaş E, 2020. Akıllı destinasyon uygulamalarının turistik satın alma davranışı ve yerel halkın yaşam kalitesi üzerine etkisi. Çanakkale Onsekiz Üniversitesi Turizm Fakültesi, Çanakkale.
- Karakuzulu Z, 2008. Adapazarı'nda, Yeni Rekreasyon ve Tüketim Mekanlarının Gelişim Süreci. Ankara Üniversitesi, Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi (TÜCAUM), V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu, s221-23.
- Karaküçük S, 1997. Rekreasyon-boş zamanları değerlendirme, Seran Ofset, Geliştirilmiş 2. Baskı, Ankara, s. 149-72.
- Karaküçük S, Akgül B, 2016. Ekorekreasyon, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Karashaş B, 2017. Kentsel Ve Kırsal Rekreasyon Alanlarına Yönelik Kullanıcı Tercihlerinin Belirlenmesi 'Artvin Kenti Örneği'. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 19(1), s. 58-69.

- Kasil Ç, 2021. Kayak ve curling eğitimi alan sporcu bireylerin tükenmişlik durumları ile spora özgü başarı motivasyon düzeylerinin incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Anabilim Dalı.
- Kaya F, 2014. Destinasyon markalaşması sürecinde Doğu Karadeniz Bölgesi'nin doğal ve kültürel kaynaklar açısından değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi.
- Kement Ü, Bükey A, 2019. Doğa ve kültür fotoğrafçılığı kapsamında rekreasyonel motivasyonun. demografik özelliklere göre incelenmesi. *Tourism and Recreation*, 1(1), s. 23-30.
- Khadyr A, Caliskan K, 2016. Extrinsic motivation orientation as a predictor of impression management among academics in Istanbul, Turkey. *Journal of Marmara University Social Science Institute*, s. 1-36.
- Kılbaş Ş, 2010. Rekreasyon (boş zamanı değerlendirme), Gazi Kitabevi, 4. Baskı, Ankara.
- Kılıç H, 2021. Sağlık turizmine katılan bireylerin yöresel yemek tüketim motivasyonlarının ve sağlık endişesinin incelenmesi: Edremit/ Güre örneği, Yüksek Lisans Tezi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. T.C. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Kından A, 2006. Bir eko-etiket olarak mavi bayrak'ın Türkiye kıyı turizminde bir pazarlama unsuru olabilirliğinin araştırılması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Kim SS, Lee CK, Klenosky DB, 2003. The influence of push and pull factors at Korean national parks. *Tourism management*, 24(2), s. 169-180.
- Kowal J, Fortier, MS, 1999. Motivational determinants of flow: contributions from self-determination theory. *The journal of social psychology*, 139(3), s. 355-68.
- Kömür T, 2020. Sürdürülebilir destinasyon yönetimi için bir model önerisi: Ayvalık örneği, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Balıkesir Üniversitesi.
- Köroğlu Ö, 2011. İş doyumu ve motivasyon düzeylerini etkileyen faktörlerin performansla ilişkisi: Turist Rehberleri Üzerine Bir Araştırma, Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir Üniversitesi.
- Kutvan A, Kutvan A, 2013. Turizm planlamasında destinasyon çekiciliklerinin ölçümü: bir yöntem yaklaşımı. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (11).
- Küçüközkın Y, 2015. Liderlik ve motivasyon teorileri: kuramsal bir çerçeve. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(2), s. 85-116.
- Leiper N, 2000. Are destinations' the heart of tourism'? The advantages of an alternative description. *Current Issues in Tourism*, 3(4), s. 364-68.
- McManus J, 2013. Been There, Done That, Bought The T-Shirt: Beşiktaş Fans And The Commodification Of Football İn Turkey. *International Journal of Middle East Studies*, 45(1), s. 3-24.
- Memiş S, 2016. Tatil yeri seçiminde etkili olan faktörler: yerli turistler üzerine bir araştırma. *Kesit Akademi Dergisi*, (4), s. 212-226.
- Mengi F, Schreglmann S, 2013. Akademisyenlik bağlamında bilimsel üretkenliği etkileyen çevresel faktörler. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), s. 1-17.

- Nasıbov V, 2021. Covid 19 Salgını sürecinde turistlerin seyahat risk algısının ve turizm motivasyonlarının araştırılması: Azerbaycan örneği, Yüksek Lisans Tezi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı. T.C. Ondokuz Mayıs Üniversitesi. Samsun.
- Oran S. 2021. Spor bilimleri mezunlarının motivasyon düzeyi ile örgüt iklimi ilişkisi, Yüksek Lisans Tezi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Antrenörlük Eğitimi Anabilim Dalı, Spor Yönetimi Bilim Dalı. T.C. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Ökmen O, 2017. İtfaiyecilerin iş performanslarının açıklanmasında içsel ve dışsal motivasyon faktörlerinin rolü, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Türk Hava Kurumu Üniversitesi.
- Ön Esen F, Kılıç B, 2017. Destinasyon rekabetçiliğini etkileyen faktörler: fethiye ve marmaris turizm destinasyonlarında karşılaştırmalı bir analiz. Journal of International Social Research, 10(49).
- Öter Z, Özdoğan, ON, 2005. Kültür amaçlı seyahat eden turistlerde destinasyon imajı: Selçuk-Efes örneği. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 16(2).
- Özdemir AS. 2013. Motivasyonel ve demografik faktörlerin rekreasyonel olanaklara dayalı yapılan destinasyon tercihleri üzerine etkisi. Doktora Tezi. T.C Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Özdemir AS, Büyüköztürk Ş, Karaküçük S, 2016. Rekreasyonel olanaklara dayalı yapılan destinasyon tercihlerinin içsel ve dışsal seyahat motivasyonlarıyla açıklanması. Journal of Human Sciences, 13(2), s. 3002-21.
- Özdemir C, 2015. İlkokul ve ortaokul yöneticilerinin öğretmenlerin başarısını artırmada dışsal güdüleme (dışsal motivasyon) yeterlilikleri, Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Anadolu Üniversitesi.
- Özdemir G, 2007. Destinasyon yönetimi ve pazarlama temelleri İzmir için bir destinasyon model önerisi. Doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü. İzmir.
- Öztürk Y, Şahbaz RP, 2019. Hizmet kalitesi, destinasyon imajı ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Ilgaz Dağı milli parkı ziyaretçilerine yönelik bir araştırma. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 7(4), s. 2962-76.
- Pektaş F, Güneren Özdemir E, 2017. Seyahat motivasyonunu oluşturan itici ve çekici faktörlerin tüketici temelli destinasyon değeri üzerine etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Saçlı Ç, Kahraman CÖ, 2019. Açık Alan Rekreasyonu Olarak Yamaç Paraşütü Etkinliğine Katılanların Motivasyonları ve Etkinlik Memnuniyetlerinin Belirlenmesi: Arsuzfest Örneği. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21(4), s.1249-1269.
- Sarıbaş Ö, 2015. Turistlerin rekreasyon faaliyetlerine katılımlarını etkileyen unsurlar: Antalya ve İzmir örneği, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi. İzmir.
- Savaşçı U, 2020. Destinasyon imajı ve algılanan riskin, davranışsal niyete etkisi: Bodrum örneği, Yüksek Lisans Tezi, T.C. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Çanakkale.

- Soylu BÇ, 2019. Destinasyon özelliklerinin ve algılanan destinasyon kişiliğinin davranışsal niyetler üzerindeki etkisi: Şirince örneği. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Balıkesir.
- Swarbrooke J, Beard C, Leckie S, Pomfret G, 2003. Adventure Tourism: The New Frontier. Elsevier Science Ltd. Usa.
- Şimşek KY, 2018. Ticari rekreasyon, 1. Baskı, Ankara, Detay Yayıncılık, s. 27-103.
- Tarcan S, 2019. Yelken ve rüzgâr sörfü yapan bireylerin serbest zaman motivasyonu ve heyecan arayışları, Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Manisa Celal Bayar Üniversitesi.
- Telci İ, 2020. Üniversitedeki spor tesislerinde sportif rekreasyon faaliyetlerine katılan ve katılmayan akademik ve idari personellerin serbest zaman motivasyonlarının incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Rize.
- Tepe M, Çelik M, 2021. Stres ve motivasyon ilişkisi: kadın sağlık çalışanları örneği. Al Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 6(1), s. 43-61.
- Terzi S, 2020. İnanç turizmi kapsamında destinasyon imajı: Trabzon ili örneği, Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kastamonu.
- Topay M, Koçan N, 2009. Kamping/Çadırılı Kamp İçin Alan Seçim Kriterlerinin Belirlenmesi ve Bartın-Uluyayla'da Örnek Bir Uygulama. Turkish Journal of Forestry, 10(1), s.116-128.
- Torlak M, 2020. Destinasyon imajı, seyahat kalitesi, memnuniyet ve davranışsal niyet bağlamında istanbul'un marka şehir yönetimine dair niteliksel ve niceliksel bir araştırma. Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, Journal of Consumer and Consumption Research, 12(1), s. 61-100.
- Tuna S, 2018. Tüketicilerin destinasyon seçimini etkileyen faktörlerin araştırılması, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Aydın.
- Türk Dil Kurumu, 2022. Erişim tarihi: 03.03.2022. Erişim adresi, <https://sozluk.gov.tr/>
- Türk E, Güneren ÖE, 2020. Turistlerin macera turizmi motivasyonları, memnuniyetleri ve bölgeyi tekrar ziyaret niyetleri: Kapadokya destinasyonunda bir araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Türker GÖ, Türker A, Güzel Ö, 2014. Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında dalyan destinasyonunun rekreasyon potansiyelinin değerlendirilmesi. International Journal of Sport Culture and Science, 2(Special Issue 2), s. 70-86.
- Türkiye Dağcılık Federasyonu, 2017. Hiking, Trekking ve Dağcılık Farkları Nelerdir? Erişim tarihi 5 Ağustos 2023. Erişim adresi, [https://drive.google.com/file/d/18ownbW7Jdqdb6IAEs\\_ovxGTVXyMxbIl-/view](https://drive.google.com/file/d/18ownbW7Jdqdb6IAEs_ovxGTVXyMxbIl-/view)
- Türkiye Kamp ve Karavan Derneği, 2010. Kampçılık – Karavancılık: Birinci Sınıf Özgürlük. Erişim Tarihi 20 Ocak 2022. Erişim Adresi, <https://www.kampkaravan.org.tr/kampcilik-karavancilik.html>
- Türkiye Kano Federasyonu, 2018. Kano Nedir? Erişim tarihi 13 Temmuz 2023. Erişim adresi, <https://kano.org.tr/>
- Türkiye Kayak Federasyonu, 2022. Erişim tarihi 16 Temmuz 2023. Erişim adresi, <https://tkf.org.tr>

- Tütüncü Ö, Aydın İ, Küçükusta D, Avcı N, İlkay T, 2011. Üniversite öğrencilerinin rekreasyon faaliyetlerine katılımını etkileyen unsurların analizi. Spor Bilimleri Dergisi, 22(2), s. 69-83.
- Uca Özer, S, 2010. Şehir turizmi ve kültür: yabancı turistlerin kültürel bir destinasyon olarak İstanbul'u değerlendirmeleri üzerine bir araştırma, Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Uluslararası Kano Federasyonu, 2023. Kano Nedir? Erişim tarihi 10 Ekim 2023. Erişim adresi, <https://www.canoeicf.com/>
- Uyulgan MA, Akkuzu N, 2017. Ortaöğretim öğrencilerinin akademik başarılarını yordayan kişisel faktörler üzerine bir araştırma. Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 6(3), s. 1211-26.
- Uztemur ÇN, 2021. Üstün yetenekli öğrencilerin mükemmeliyetçilik düzeyleri ile içsel dışsal motivasyonları arasındaki ilişkinin incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. İstanbul.
- Uwizeye J, 2020. Rwanda's tourism destination image in Turkey. Yüksek Lisans Tezi, Atılım University, Ankara.
- Üsküdar Ş, 2021. Kültürel miras alanlarında algılanan otantikliğin destinasyon sadakatine etkisinde seyahat motivasyonunun rolü, Doktora Tezi, T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- Vallerand RJ, 2004. Intrinsic And Extrinsic Motivation In Sport. Encyclopedia of Applied Psychology, 2, s. 427-435.
- Yahaya AH, 2004. Enhancing intrinsic motivation and parenting to help underachieving students to perform well in school, Faculty of Education, University Technology Malaysia.
- Yağar G, 2016. Yetişkin bireylerde egzersizde davranışsal düzenlemeler, serbest zaman engelleriyle baş etme stratejileri ve fiziksel aktivite düzeyi ilişkisinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Antalya.
- Yardım M, 2017. Dışsal ve içsel motivasyon ile psikolojik sermaye etkileşiminin iş tatmini ve performansa etkileri, Doktora Tezi, T.C. Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Niğde.
- Yaşartürk F, Yılmaz H, 2019. Rekreatif etkinliklere katılan kamu personellerinin iş stresi ve serbest zamanda algılanan özgürlük düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(1), s.1325-1335.
- Yavaş Ö, 2017. Doğa ve Macera Rekreasyonu Katılımcılarının Baskın Beyin Alanları, Aleksitimi ve Risk Alma Davranış İlişkisinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Manisa.
- Yılgin A, 2021. Rekreasyon alanı kullanımına ilişkin katılım engellerinin ve motivasyonun yaşam becerisine olan etkisinin incelenmesi, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Yılmaz C, 2021. Milliyetlerine göre turist motivasyonlarının satın alma niyeti ile ilişkisi: Rusya, Almanya ve Bulgaristan üzerine bir araştırma. Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Yüksel G. 2004. Öğrenme için motivasyon. Sınıf yönetimi. Asil Yayınevi, Ankara.
- Williams T, Guerin E, Fortier M, 2014. Conflict between women's physically active and passive

leisurepursuits: The role of self-determination and influences on well-being. Applied Psychology: Health and Well-Being, 6(2), s.151-172.



## 7.EKLER

### Ek-A: Kişisel Bilgi Formu

Değerli katılımcı,

**Destinasyon;** kısaca tatil için gittiğiniz yeri, tatil için tercih ettiğiniz turistik yöreyi-kenti-bölgeyi ifade etmektedir. **Rekreasyon;** en kısa ifadeyle boş zamanların çeşitli etkinliklerle değerlendirilmesi anlamına gelmektedir. Ölçeklere vereceğiniz cevaplar dikkatle değerlendirilecek, araştırmanın amacı dışında kesinlikle kullanılmayacaktır. Bu sebeple adınızı soyadınızı yazmanıza **gerek yoktur.**

Bu çalışmanın amacı, suya dayalı rekreatif etkinliklere katılmayı motive eden faktörlerin ve içsel seyahat motivasyonlarının belirlenmesidir. Ölçeklerde hiçbir sorunun cevapsız bırakılmaması, samimi ve doğru bilgi verilmiş olması araştırma için önemlidir.

Yardımlarınız için çok teşekkür ederiz.

Yüksek Lisans Öğrencisi  
Mustafa BALLI

Danışman  
Prof. Dr. Serkan REVAN

#### KİŞİSEL BİLGİLER

- Yaşınız (belirtiniz): .....
- Cinsiyetiniz: Kadın ( ) Erkek ( )
- Eğitim Bilgileriniz?  
İlkokul ( ) Ortaokul ( ) Lise ( ) Üniversite ( ) Yüksek Lisans ( ) Doktora ( )
- Medeni Durumunuz: Evli ( ) Bekar ( )
- Mesleğiniz: .....
- Kendinizi hangi sosyo-ekonomik düzeyde görüyorsunuz?  
Düşük ( ) Orta ( ) Yüksek ( )
- Yaşamınızın büyük çoğunluğunu nerede geçirdiniz?  
Kırsal alan (köy-belde) ( ) Kentsel alan (il-ilçe) ( )
- Gümüşlük'e ilk defa mı geliyorsunuz?  
Evet ( ) Hayır ( )
- Cevabınız 'Hayır' ise Gümüşlük'e ne sıklıkla geliyorsunuz?  
Çok nadir ( ) Arada sırada ( ) Sık sık ( )
- Gümüşlük'te kalma süreniz?  
Günübirlik ( ) 1-7 gün ( ) 8-14 gün ( ) 15 gün ve üzeri ( )

11. Gümüşlük'ün sizi en çok cezbeden özelliği/özellikleri nelerdir?

Tarihi özellikleri ( ) Doğal özellikleri ( ) Rekreasyonel özellikleri ( ) Hepsi ( )

12. Gümüşlük'te hangi rekreatif etkinliklere katıldınız? (birden fazla şıkkı işaretleyebilirsiniz.)

Trekking ( ) Kano ( ) Rüzgâr sörfü ( ) Katamaran ( ) Rekreasyonel balıkçılık ( )  
Festival ve Konserler ( ) Diğer ( ) .....

13. Gümüşlük'teki rekreasyonel etkinlikleri ve rekreasyonel alanları nasıl buluyorsunuz?

Yeterli ( ) Yetersiz ( )

14. Gümüşlük'te rekreasyonel amaçlı etkinliklere katılmanız, bu bölgeye tekrar gelmenizi etkiler mi?

Evet ( ) Hayır ( )

15. Gümüşlük'teki rekreasyonel etkinlikleri ve rekreasyonel alanları başkalarına tavsiye eder misiniz?

Evet ( ) Hayır ( )

## EK-B: İçsel Seyahat Motivasyonları Ölçeği (İSMÖ)

| <i>Sizi tatile gitmeye motive eden çeşitli faktörlerle ilgili aşağıdaki her bir ifadenin, tatil yapma anlayışınız ve alışkanlıklarınızda ne kadar önemli olduğunu belirtiniz.</i> | Kesinlikle<br>Önemli<br>Değil | Önemli<br>Değil | Önemli | Kesinlikle<br>Önemli |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------|--------|----------------------|
| 1. Bilgi ve görgümü geliştirmek, yeni şeyler öğrenmek                                                                                                                             | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 2. Meraklarımı gidermek                                                                                                                                                           | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 3. Yeni bir kültür hakkında bilgi sahibi olmak                                                                                                                                    | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 4. Değişik millet ve etnik kökenden insanlar görmek                                                                                                                               | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 5. Daha önce hiç görmediğim bir yeri görmek                                                                                                                                       | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 6. Yurt dışında bir yeri görmek                                                                                                                                                   | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 7. Farklı bir yaşam tarzını görmek                                                                                                                                                | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 8. Yeni insanlarla tanışmak                                                                                                                                                       | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 9. Gittiğim yerin insanını tanımak                                                                                                                                                | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 10. Benzer ilgi alanlarına sahip yeni insanlarla tanışmak                                                                                                                         | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 11. Mümkün olduğunca fazla yer görmek                                                                                                                                             | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 12. Yeni yemekler denemek                                                                                                                                                         | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 13. Form tutmak                                                                                                                                                                   | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 14. Spor müsabakalarını-yarışmalarını izlemek                                                                                                                                     | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 15. Spor turnuvalarına-yarışmalarına katılmak                                                                                                                                     | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 16. Yeteneklerimi geliştirmek                                                                                                                                                     | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 17. Akrabalarımı görmek                                                                                                                                                           | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 18. Spor yapmak                                                                                                                                                                   | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 19. Arkadaşlarımı görmek                                                                                                                                                          | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 20. Memleketimi ziyaret etmek                                                                                                                                                     | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 21. Ailemle olmak                                                                                                                                                                 | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 22. Fiziksel olarak aktif olmak                                                                                                                                                   | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 23. Akranlarımla bir arada olmak                                                                                                                                                  | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 24. Evden uzakta da evimde gibi hissetmek                                                                                                                                         | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 25. Arkadaşlarımın gitmediği yerlere gitmek                                                                                                                                       | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 26. Sosyal statümü göstermek                                                                                                                                                      | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 27. Arkadaşlar tarafından tavsiye edilen bir yeri görmek                                                                                                                          | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 28. Eve döndüğümde anlatacak yerler görmek                                                                                                                                        | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 29. Okuldan kurtulmak                                                                                                                                                             | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 30. Zaman baskısından kurtulmak                                                                                                                                                   | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 31. Evden uzaklaşmak                                                                                                                                                              | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 32. İşten kurtulmak                                                                                                                                                               | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 33. Özgür olma şansı elde etmek                                                                                                                                                   | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 34. Günlük hayatın stresinden kurtulmak                                                                                                                                           | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 35. Monotonluktan kaçmak                                                                                                                                                          | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 36. Kalabalıktan uzaklaşmak                                                                                                                                                       | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 37. Hiçbir şey yapmamak                                                                                                                                                           | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 38. Sadece rahatlamak                                                                                                                                                             | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 39. Fiziksel ve zihinsel olarak yenilenmek                                                                                                                                        | 1                             | 2               | 3      | 4                    |
| 40. Kendimi yeniden keşfetmek                                                                                                                                                     | 1                             | 2               | 3      | 4                    |

## EK-C: Rekreasyon Aktivitelerine Katılım Motivasyon Ölçeği

| Katıldığım /Katılmayı tercih edeceğim açıklanan rekreasyon aktivitelerinde,                                       | 1. Hiç uygun değil | 2 | 3 | 4 | 5. Tamamen uygun |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---|---|---|------------------|
| <b>Başarı Odaklılık</b>                                                                                           |                    |   |   |   |                  |
| .....yeni bir başarı elde edeceğim düşüncesi beni heyecanlandırır                                                 |                    |   |   |   |                  |
| .....yaşadığım başarısızlıklar beni yıldırmaz                                                                     |                    |   |   |   |                  |
| .....zihnimi sürekli hedefimdeki işle meşgul ederim.                                                              |                    |   |   |   |                  |
| .....işimi şansa bırakmam.                                                                                        |                    |   |   |   |                  |
| .....sürekli olarak yaptığımın daha iyisini nasıl başarabileceğime odaklanırım.                                   |                    |   |   |   |                  |
| .....başarısız olmamak için ekstra çaba harcarım.                                                                 |                    |   |   |   |                  |
| .....engellerle karşılaştığımda bile başarı elde edeceğime inanmaya/güvenmeye devam ederim.                       |                    |   |   |   |                  |
| .....her şeyi kusursuz yapmak isterim.                                                                            |                    |   |   |   |                  |
| .....başarılı olduğumun onaylanması benim için önemlidir.                                                         |                    |   |   |   |                  |
| .....başarılı olduğumda hemen yeni hedefler oluşturmak isterim.                                                   |                    |   |   |   |                  |
| <b>Zorluklara Meydan Okuma</b>                                                                                    |                    |   |   |   |                  |
| .....başarılı olduğumda hemen yeni hedefler oluşturmak isterim.                                                   |                    |   |   |   |                  |
| .....yeteneklerimin üst sınırında olan zorlukları ararım                                                          |                    |   |   |   |                  |
| .....karmaşık hedefleri başarmaktan zevk alırım                                                                   |                    |   |   |   |                  |
| .....kendime gerçekçi ama zorlu hedefler koyarım                                                                  |                    |   |   |   |                  |
| .....doğaya meydan okumayı severim                                                                                |                    |   |   |   |                  |
| .....zor etapları kolay olanlara tercih ederim                                                                    |                    |   |   |   |                  |
| .....güçlü ve dayanıklı olduğumu kanıtlamayı severim                                                              |                    |   |   |   |                  |
| .....zor etaplar için yaratılmış bir birey olduğumu düşünüyorum                                                   |                    |   |   |   |                  |
| .....zorluklara karşı dayanma kapasitemi yükseltecek aktiviteleri tercih ederim.                                  |                    |   |   |   |                  |
| <b>Risk Alma</b>                                                                                                  |                    |   |   |   |                  |
| .....üstesinden geleceğim engeller olduğunda risk alırım                                                          |                    |   |   |   |                  |
| .....zor etaplara beni çeken özelliklerden biri de riski sevmemdir.                                               |                    |   |   |   |                  |
| .....içimden bir duygu beni risk almaya iter.                                                                     |                    |   |   |   |                  |
| .....adrenalinimi yükselten deneyimler yaşamaktan hoşlanırım.                                                     |                    |   |   |   |                  |
| .....riskli durumlar karşısında endişe seviyem düşüktür.                                                          |                    |   |   |   |                  |
| .....rahatsız edici / tehdit edici durumlara meydan okumayı severim.                                              |                    |   |   |   |                  |
| <b>Bireysellik</b>                                                                                                |                    |   |   |   |                  |
| .....sorumlulukları paylaşmak yerine, kişisel sorumluluk almayı tercih ederim                                     |                    |   |   |   |                  |
| .....takım aktivitelerinden ziyade, bireysel olarak yapılan aktiviteleri tercih ederim                            |                    |   |   |   |                  |
| .....diğerlerinden daha hırslı ve daha iyi olmak beni motive eder.                                                |                    |   |   |   |                  |
| .....diğerlerinin benden daha iyi performans göstermesi beni olumsuz etkiler.                                     |                    |   |   |   |                  |
| .....performansımı, iyi sonuç elde etmemden ziyade, diğerlerinden daha iyi olup olmama durumumla değerlendiririm. |                    |   |   |   |                  |
| <b>Yenilik</b>                                                                                                    |                    |   |   |   |                  |
| .....amacım, yeni insanlarla tanışmaktır.                                                                         |                    |   |   |   |                  |
| .....başkalarını etkileyecek yeni fikirler sunarım.                                                               |                    |   |   |   |                  |
| .....yeni şeyleri denemek bana haz verir,                                                                         |                    |   |   |   |                  |
| .....bir önceki seferden daha başarılı olmak için yeni taktikler uygulayırım.                                     |                    |   |   |   |                  |
| .....geliştirilen yeni uygulamaları merak ederim.                                                                 |                    |   |   |   |                  |
| .....diğerlerini de yeni fikirler üretmeleri için heveslendiririm.                                                |                    |   |   |   |                  |

## **EK-D: Etik Kurul Raporu**



## EK-E: Turnitin Raporu

### SUYA DAYALI REKREATİF ETKİNLİKLERE KATILAN BİREYLERİN KATILIM VE DESTİNASYON SEÇİM MOTİVASYONLARI :GÜMÜŞLÜK ÖRNEĞİ

#### ORJİNALLİK RAPORU

|                   |                     |            |                  |
|-------------------|---------------------|------------|------------------|
| % <b>15</b>       | % <b>15</b>         | % <b>4</b> | % <b>5</b>       |
| BENZERLİK ENDEKSİ | İNTERNET KAYNAKLARI | YAYINLAR   | ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ |

#### BİRİNCİL KAYNAKLAR

|          |                                                          |            |
|----------|----------------------------------------------------------|------------|
| <b>1</b> | <b>acikbilim.yok.gov.tr</b><br>İnternet Kaynağı          | % <b>4</b> |
| <b>2</b> | <b>dergipark.org.tr</b><br>İnternet Kaynağı              | % <b>2</b> |
| <b>3</b> | <b>www.researchgate.net</b><br>İnternet Kaynağı          | % <b>1</b> |
| <b>4</b> | <b>sbfi.kcu.edu.tr</b><br>İnternet Kaynağı               | % <b>1</b> |
| <b>5</b> | <b>burkonturizm.com</b><br>İnternet Kaynağı              | % <b>1</b> |
| <b>6</b> | <b>www.martikamping.com</b><br>İnternet Kaynağı          | % <b>1</b> |
| <b>7</b> | <b>9lib.net</b><br>İnternet Kaynağı                      | % <b>1</b> |
| <b>8</b> | <b>acikerisim.harran.edu.tr:8080</b><br>İnternet Kaynağı | % <b>1</b> |

## 8.ÖZGEÇMİŞ

