



**BOŞ ZAMAN SPOR ETKİNLİK DENEYİMİ:
AKTİF KATILIM TEMELLİ BİR
ARAŞTIRMA**

Doktora Tezi

Hüseyin ÇEVİK

Eskişehir 2018

**BOŞ ZAMAN SPOR ETKİNLİK DENEYİMİ: AKTİF KATILIM TEMELLİ BİR
ARAŞTIRMA**

Hüseyin ÇEVİK

DOKTORA TEZİ

**Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı
Danışman: Doç. Dr. Kerem Yıldırım ŞİMŞEK**

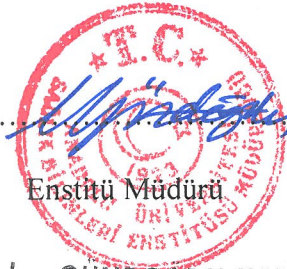
**Eskişehir
Anadolu Üniversitesi
Sağlık Bilimleri Enstitüsü
Ekim 2018**

Bu tez çalışması BAP Komisyonunca kabul edilen 1608S600 no'lu proje kapsamında desteklenmiştir.

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Hüseyin ÇEVİK'in "Boş Zaman Spor Etkinlik Deneyimi: Aktif Katılım Temelli Bir Araştırma" başlıklı tezi 01/10/2018 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Anadolu Üniversitesi Lisanüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim dalında Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

	<u>Ünvanı Adı Soyadı</u>	<u>İmza</u>
Üye (Tez Danışmanı)	: Doç. Dr. Kerem Yıldırım ŞİMŞEK
Üye	: Prof. Dr. Erdal ZORBA
Üye	: Prof. Dr. Metin ARGAN
Üye	: Doç. Dr. Bülent GÜRBÜZ
Üye	: Doç. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ



Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Nalan GÜNDOĞDU-KARABURUN
Müdür

ÖZET

BOŞ ZAMAN SPOR ETKİNLİK DENEYİMİ: AKTİF KATILIM TEMELLİ BİR ARAŞTIRMA

Hüseyin ÇEVİK

Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ekim 2018

Danışman: Doç. Dr. Kerem Yıldırım ŞİMŞEK

Rekabetçi bir çevrede boş zaman spor etkinliklerini deneyimle bütünleştirip katılımcılara sunmak, organizasyonlara farklılaşma fırsatı ve rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Bunu gerçekleştirebilmek için boş zaman spor etkinlik deneyimlerinin ortaya çıkartılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Dolayısıyla bu araştırmada, boş zaman spor etkinliklerine katılan bireylerin etkinlik deneyimlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma karma araştırma yöntemi desenlerinden keşfedici sıralı desene göre tasarlanmıştır. Kavramsal modeli oluşturmak için amaçlı örnekleme yöntemine göre seçilen 51 koşu etkinliği katılımcısı ile yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirilmiştir. Modeli test etmek için 38. İstanbul Maratonuna katılanlar arasından kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 391 kişi araştırmaya dahil edilmiştir. Veriler yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak anket aracılığıyla toplanmıştır. Nitel veriler içerik analizi, nicel veriler ise geçerlik ve güvenilirlik analizleri ile yorumlanmıştır. Nitel veri analizi sonucunda boş zaman spor etkinlik deneyimi ile ilgili yedi tema belirlenmiştir. Sonraki aşamada nicel veri analiziyle bu temalardan kişisel gelişim, sosyal etkileşim, etkinlik yeri, kaçış, duygusal yön ve profesyonel destek boş zaman spor etkinlik deneyimi olarak tanımlanmıştır. Sonuç olarak deneyim konusunda daha önce yapılan araştırmalar genel yaklaşımlara göre konuyu ele alırken, farklı metodolojik yaklaşımla ortaya çıkartılan boş zaman spor etkinlik deneyimlerinin farklı ve çok boyutlu bir yapıya sahip olduğu anlaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Boş zaman, Spor, Etkinlik, Deneyim, Aktif katılım.

ABSTRACT

LEISURE SPORTS EVENT EXPERIENCE: AN ACTIVE PARTICIPATION-BASED RESEARCH

Hüseyin ÇEVİK

Department of Physical Education and Sport

Anadolu University, Graduate School of Health Science, October 2018

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Kerem Yıldırım ŞİMŞEK

Combining leisure sports events with experience in a competitive environment provides an opportunity for differentiation and competitive advantage. It is thought that introducing leisure sports events experiences have an importance in terms of realizing it. Therefore, in this research study, it was aimed to determine the activity experiences of individuals who participate in leisure sports events. The study was designed according to the exploratory sequential design among the mixed research methods. In order to form the conceptual model, semi-structured interviews were conducted with 51 running activity participants who were chosen according to the purposeful sampling method. In order to test the model, 391 individuals among the ones that participated in 38. Istanbul Marathon that were chosen through the convenience sampling method were included in the study. The data were collected through a survey by using the face-to-face interview method. The qualitative data were interpreted by using a content analysis and the quantitative data were interpreted by using validity and reliability analysis. As a result of the qualitative data analysis, seven themes related to leisure sports events with experience were specified. In the next phase, among these themes; personal development, social interaction, activity location, escape, emotional aspect and professionalism were defined as a leisure sports events experience through a qualitative analysis. As a result, while the previous studies conducted on the subject of experience addressed the issue from the perspective of general approaches; it was understood that the leisure sports event experiences which are presented through different methodologic approaches are diverse and multidimensional.

Key Words: Leisure, Sport, Event, Experience, Active participation.

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında karma araştırma yöntemi kullanılarak boş zaman spor etkinlik deneyimleri ortaya çıkartılmıştır. Araştırma Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir.

Tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın sorunu, önemi, amacı ve sınırlılıklarına yer verilmiştir. İkinci bölümde boş zaman kavramının tanımı, boş zaman kavramına yönelik yaklaşımlar, boş zaman kavramının tarihsel gelişimi, boş zamanın sınıflandırılması, boş zaman, rekreasyon, spor ve turizm arasındaki ilişki, etkinlik, spor etkinlikleri ve deneyim kavramının anlamı konularından bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde ise araştırmanın yöntemi, elde edilen bulgular, tartışma ve sonuç kısımları yer almıştır.

Öncelikle bu çalışmanın ve akademik hayatımın her aşamasında yol gösterici önerileri ve yapıcı eleştirileri ile katkıda bulunan değerli danışmanım Doç. Dr. Kerem Yıldırım ŞİMŞEK'e çok teşekkür ederim. Tez izleme komitesinde yer alan lisansüstü eğitim süresince öğrenciliğini yaptığım ve her zaman fikirlerinden yararlandığım değerli hocam Prof. Dr. Metin ARGAN'a ve tezime önemli katkılar sunarak beni motive eden Turizm Fakültesi Öğretim Üyesi sayın hocam Doç. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ'ye çok teşekkür ederim.

Jüri değerlendirmesinde görüş ve önerilerini ifade ederek çalışmama katkıda bulunan Gazi Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Rekreasyon Bölümü öğretim üyesi Prof. Dr. Erdal ZORBA ve Ankara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Spor Yöneticiliği Bölümü öğretim üyesi Doç. Dr. Bülent GÜRBÜZ' içten teşekkürlerimi belirtmek isterim.

Tüm yaşamım boyunca olduğu gibi, doktora tez çalışması sürecinde her türlü desteklerini hiçbir zaman benden esirgemeyen ve her zaman beni güdüleyen çok kıymetli Annem Şükriye ÇEVİK ve babam Fevzi ÇEVİK'e çok teşekkür ederim. Ayrıca benimle bu güzel hayatı paylaşan, neredeyse benim kadar bu çalışmanın ortaya çıkmasında emeği olan canım eşim Araş. Gör. Ulviye ACAR ÇEVİK'e çok teşekkür ederim. Ayrıca çok kıymetli zamanından en kısa sürede geri vermek için ödünç aldığım biricik kızım Nil'e çok teşekkür ederim.


Eskişehir, Ekim 2018

Hüseyin ÇEVİK

01/09/2018

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.



Hüseyin ÇEVİK

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
BAŞLIK SAYFASI	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
GÖRSELLER DİZİNİ	xv
SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ	xvi
1.GİRİŞ	1
1.1.Sorun	1
1.2.Amaç	3
1.3.Önem	4
1.4.Sınırlılıklar	5
1.5.Tanımlar	5
1.5.1. Boş zaman	5
1.5.2. Spor	5
1.5.3. Etkinlik	6
1.5.4. Deneyim	6
2. ALANYAZIN	7
2.1. Boş Zaman Kavramının Tanımı	7
2.2. Boş Zaman Kavramının Tarihsel Gelişimi	9
2.2.1. Endüstri devrimi öncesi boş zaman	9
2.2.2. Endüstri devrimi sonrası boş zaman	13

2.3. Boş Zaman Kavramına Yönelik Yaklaşımlar	17
2.3.1. Zaman olarak boş zaman	17
2.3.2. Aktivite olarak boş zaman	18
2.3.3. Ruh hali olarak boş zaman	19
2.3.4. Yaşam tarzı olarak boş zaman	19
2.3.5. Bütünsel yayılımcı kavram olarak boş zaman	20
2.3.6. Harcama olarak boş zaman	20
2.4. Boş Zaman Sınıflandırması	21
2.5. Boş Zaman, Rekreasyon, Spor ve Turizm Arasındaki İlişki	21
2.6. Etkinlik	29
2.7. Spor Etkinlikleri	33
2.7.1. Spor etkinliklerinin sınıflandırılması	35
2.7.1.1. Önemlerine göre spor etkinlikleri	36
2.7.1.2. Düzenlendiği yer ve zamana göre spor etkinlikleri	37
2.7.1.3. Özelliğine göre spor etkinlikleri	38
2.8. Deneyim Kavramının Anlamı	39
2.8.1. Pazarlama bakış açısına göre deneyim	41
2.8.2. Turizm bakış açısına göre deneyim	44
2.8.3. Boş zaman bakış açısına göre deneyim	46
2.8.3.1. Boş zaman spor deneyimi	50
2.8.3.2. Boş zaman spor etkinlik deneyim boyutları	52
2.8.3.2.1. Duygusal yön	58
2.8.3.2.2. Etkinlik yeri	58
2.8.3.2.3. Profesyonel destek	59
2.8.3.2.4. Kişisel gelişim	59
2.8.3.2.5. Sosyal etkileşim	59
2.8.3.2.6. Kaçış	60
3. YÖNTEM	61

3.1. Araştırma Modeli	61
3.2. Evren ve Örneklem	62
3.2.1. Nitel araştırma aşaması örnekleme	62
3.2.2. Nicel araştırma aşaması örnekleme	63
3.3. Veri Toplama Tekniği ve Aracı	64
3.3.1. Nitel araştırma aşaması veri toplama tekniği ve aracı	64
3.3.1.1. <i>Yarı yapılandırılmış görüşme</i>	65
3.3.1.2. <i>Odak grup görüşmesi</i>	67
3.3.2. Nicel araştırma aşaması veri toplama tekniği ve aracı	69
3.4. Veri Analizi	73
3.4.1. Nitel araştırma aşaması veri analizi	73
3.4.2. Nicel araştırma aşaması veri analizi	77
4. BULGULAR VE YORUM	78
4.1. Giriş	78
4.2. Nitel Araştırma Bulguları	78
4.2.1. Nitel araştırmada geçerlik ve güvenirlik	90
4.3. Nicel Araştırma Bulguları	95
4.3.1. Pilot teste yönelik bulgular	95
4.3.2. Standartlaşmaya yönelik bulgular	101
5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER	107
5.1. Sonuç	107
5.2. Tartışma	108
5.3. Öneriler	115
KAYNAKÇA	117
EKLER	
ÖZGEÇMİŞ	

TABLolar DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 3.1. Odak grup görüşme soruları	69
Tablo 3.2. Ölçek geliştirme aşamaları	72
Tablo 4.1. Katılımcı bilgileri	78
Tablo 4.2. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analiz sonuçları	80
Tablo 4.3. Odak grup görüşme verilerinin analiz sonuçları	81
Tablo 4.4. Temaların karşılaştırılması	82
Tablo 4.5. Pilot test örneklem grubunun tanımlayıcı istatistikleri	95
Tablo 4.6. Spor etkinlik deneyim ölçeği'nin açımlayıcı faktör analizi sonuçları	99
Tablo 4.7. Spor etkinlik deneyim ölçeği boyutlarının korelasyon bağıntısı değerleri	100
Tablo 4.8. Spor etkinlik deneyim ölçeği'nin cronbach alpha değerleri ...	100
Tablo 4.9. Spor etkinlik deneyim ölçeği'nin madde toplam korelasyon değeri	101
Tablo 4.10. Standartlaşma aşaması örnekleminin tanımlayıcı istatistikler örnekleminin tanımlayıcı istatistikler	101
Tablo 4.11. Uyum indeks değerleri	104
Tablo 4.12. Faktör yük değerleri ve t-değerleri	104
Tablo 4.13. Spor etkinlik deneyim ölçeği'nin dfa sonucuna göre boyut korelasyon bağıntısı, AVE ve CR değerleri	105
Tablo 4.14. Modeller arası karşılaştırma	106

ŞEKİLLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 2.1. Boş zaman kavramının tanımında dikkate alınan faktörler	8
Şekil 2.2. Rekreatif aktivite türleri	24
Şekil 2.3. Rekreatif sporun sınıflandırılması	25
Şekil 2.4. Rekreatif ve sporun yorumlanmasındaki bazı ortak kavramlar ...	26
Şekil 2.5. Boş zaman, rekreatif ve turizm arasındaki ilişki	27
Şekil 2.6. Aktivite sınıflandırılması	30
Şekil 2.7. Aktivite tipolojisi ve ilgili sektörler	32
Şekil 2.8. Aktivite düzenleyen kurumlar ve temel amaçları	33
Şekil 2.9. Ekonomik değer dizini	41
Şekil 2.10. Deneyim evreleri	43
Şekil 2.11. Turist deneyimi etkiler ve sonuçlar kavramsal modeli	45
Şekil 2.12. Subjektif boş zaman deneyimi ve bileşenleri	47
Şekil 2.13. Beş aşamalı rekreatif deneyim modeli	48
Şekil 2.14. Spor deneyimi tasarım sistemi	51
Şekil 2.15. Deneyimin dört alanı (The four realms of experiences)	53
Şekil 2.16. Katılımcı spor turizmi deneyim sistemi	54
Şekil 2.17. Spor turizmi tüketim deneyimi modeli	55
Şekil 3.1. Keşfedici sıralı desen	61
Şekil 3.2. Nitel bulgulardan nicel veri toplama evresine geçiş	70
Şekil 3.3. Veri analiz süreci aşamaları	76
Şekil 4.1. Boş zaman spor aktivite deneyimi ile ilgili temalar	82
Şekil 4.2. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan duygusal yön teması ile ilgili model	83
Şekil 4.3. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan duygusal yön teması ile ilgili model	83

Şekil 4.4. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan atmosfer teması ile ilgili model	84
Şekil 4.5. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan atmosfer teması ile ilgili model	84
Şekil 4.6. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan yer özelliği teması ile ilgili model	85
Şekil 4.7. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan yer özelliği teması ile ilgili model	85
Şekil 4.8. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan profesyonel destek teması ile ilgili model	86
Şekil 4.9. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan profesyonel destek teması ile ilgili model	86
Şekil 4.10. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan kişisel gelişim teması ile ilgili model	87
Şekil 4.11. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan kişisel gelişim teması ile ilgili model	87
Şekil 4.12. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan sosyal etkileşim teması ile ilgili model	88
Şekil 4.13. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan sosyal etkileşim teması ile ilgili model	88
Şekil 4.14. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan kaçış teması ile ilgili model	89
Şekil 4.15. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan sosyal etkileşim teması ile ilgili model	89
Şekil 4.16. Spor etkinlik deneyim ölçeği ölçüm modeli	103

GÖRSELLER DİZİNİ

Sayfa

Görsel 3.1. Scree plot 106	98
---	----



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

α	: Cronbach's Alpha
n	: Frekans
n_e	: "Gerekli" Görüşünü Belirten Uzman Sayısı
r	: Korelasyon
χ^2	: Ki kare
%	: Yüzde
AFA	: Açımlayıcı Faktör Analizi
AGFI	: Adjusted Goodness-of-Fit Index (Düzeltilmiş İyilik Uyum İndeksi)
AIC	: Akaike Information Criterion (Akaike Bilgi Kriteri)
A	: Atmosfer
AVE	: Açıklanan Ortalama Varyans (Average Variance Extracted)
CAIC	: Consistent Akaike Information Criterion (Tutarlı Akaike Bilgi Kriteri)
CFI	: Comparative Fit Index (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)
CR	: Yapı Güvenirliği (Construct Reliability)
df	: Serbestlik derecesi
DFA	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
DY	: Duygusal Yön
ECVI	: Expected Cross Validation Index (Beklenen Çapraz Doğrulama İndeksi)
Eİ	: Etkinlik İmajı
EY	: Etkinlik Yeri
FIFA	: Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği
GFI	: Goodness-Of-Fit Index (İyilik Uyum İndeksi)
GR	: Görüşme
K	: Kaçış
KMO	: Kaiser M

- KG : Kişisel Gelişim
- KGI : Kapsam Geçerliği İndeksi
- KGO : Kapsam Geçerliği Oranı
- KMO : Kaiser-Meyer-Olkin Testi
- MSA : Measure of Sampling Adequacy (Örneklem Yeterliği Ölçüsü)
- N : Toplam Uzman Sayısı
- NFI : Normed Fit Index (Normlaştırılmış Uyum İndeksi)
- NNFI : Non-Normed Fit Index (Normlaştırılmamış Uyum İndeksi)
- PD : Profesyonel Destek
- OG : Odak Grup
- RMSEA : The Root Mean Square Error of Approximation (Yaklaşık Hataların Ortalama Kare Kökü)
- SE : Sosyal Etkileşim
- SRMR : Standardized Root Mean Square Residual (Standartlaştırılmış Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü)
- TDK : Türk Dil Kurumu

1. GİRİŞ

Günümüzde boş zaman spor etkinliklerinin nitelik ve niceliğinde artış olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle koşu etkinlikleri, bisiklet festivalleri ve doğa sporları festivallerinin boş zaman spor etkinlikleri içerisinde en çok düzenlenen türlerden olduğu ifade edilebilir. Birbirinden farklı kar amacı güden ya da gönüllü olan kuruluşlar düzenledikleri boş zaman etkinlikleri ile katılımcılara farklı deneyimler yaşatarak organizasyonel hedeflerini gerçekleştirmeyi istemektedir.

Deneyim kavramının pazarlama, turizm ve boş zaman alanlarında birbirine benzer aşamalar sonucunda gerçekleştiği dikkat çekmektedir. Tez kapsamında incelenen literatürde deneyim sağlayıcılar tarafından katılım evresinin önemli olduğu çünkü bu evrenin manipüle edilebileceği anlaşılmaktadır. Katılımcılarına manipülasyonlar sonucu arzu edilen deneyimleri yaşatan organizasyonlar rakipleri ile güçlü bir şekilde mücadele edebilir. Dolayısıyla, katılım evresindeki deneyimler organizasyonların birbirleri ile rekabet edebilmeleri açısından önemli bir unsur olarak değerlendirilebilir.

Boş zaman spor etkinlik pazarlamacıları, yöneticiler, organizatörler ve diğer paydaşlar tarafından katılımcıların etkinlik deneyimlerinin değerlendirilmesi önemli bir konu olarak düşünülmektedir. Ancak, literatür incelemesi sonucu boş zaman spor etkinlik bağlamında bu değerlendirmenin yapılması için hangi boyutlardan yararlanılacağı net olmadığı anlaşılmaktadır. Bu çalışmada literatürde eksiklik olduğu düşünülen boş zaman spor etkinlik deneyimi ile ilgili boyutların belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın birinci kısmında boş zaman deneyiminin daha iyi anlaşılabilmesi için boş zaman kavramına yönelik yaklaşımlar ve boş zaman kavramının tarihsel değişimi ele alınmıştır. Sonraki bölümde farklı yaklaşımlar ile boş zaman kavramının anlamı derinlemesine incelenmeye çalışılmıştır. İlerleyen kısımda spor etkinlikleri farklı özelliklerine göre sınıflandırılmıştır. Son bölümde ise deneyim kavramı ve spor etkinlik deneyimi ile ilgili yapılar incelenmiştir.

1.1. Sorun

Bu çalışmanın genel amacı boş zaman spor etkinlik deneyimi ile ilgili boyutları ortaya çıkarmak ve katılımcıların etkinlik deneyimlerini değerlendirmektir. Bu genel amaç doğrultusunda çözülmek istenen problem ise şudur;

Boş zaman spor etkinlik deneyim boyutları katılımcılar tarafından nasıl tanımlanmaktadır? Bu probleme bağlı olarak çözüme kavuşturulmak istenen alt problemler aşağıda belirtilmektedir:

- Eğlence boyutu, etkinlik deneyimi kapsamında katılımcı görüşlerine göre nasıl tanımlanmaktadır?
- Kaçış olgusu, etkinlik deneyimi olarak katılımcı görüşlerine göre nasıl tanımlanmaktadır?
- Sosyal kimlik arayışı, etkinlik deneyimi olarak katılımcı görüşlerine göre nasıl tanımlanmaktadır?
- Etkinlik yeri boyutu, etkinlik deneyimi kapsamında katılımcı görüşlerine göre nasıl tanımlanmaktadır?
- Etkinliğin önemi, etkinlik deneyimi olarak katılımcı görüşlerine göre nasıl tanımlanmaktadır?
- Güvenlik, etkinlik deneyimi kapsamında katılımcı görüşlerine göre nasıl tanımlanmaktadır?
- Sağlıklı yaşam boyutu, etkinlik deneyimi kapsamında katılımcı görüşlerine göre nasıl bir ilişki vardır?
- Yerel kültür, etkinlik deneyimi kapsamında katılımcı görüşlerine göre nasıl tanımlanmaktadır?
- Sosyal etkileşim, etkinlik deneyimi olarak katılımcı görüşlerine göre nasıl tanımlanmaktadır?
- Hızlı (hedonik) tüketim, etkinlik deneyimi olarak katılımcı görüşlerine göre nasıl tanımlanmaktadır?
- Kişisel gelişim, etkinlik deneyimi olarak katılımcı görüşlerine göre nasıl tanımlanmaktadır?
- Profesyonel destek boyutu, etkinlik deneyimi kapsamında katılımcı görüşlerine göre nasıl tanımlanmaktadır?

Tez çalışması kapsamında araştırma modeli bölümünde bahsedildiği gibi karma araştırma yöntemi içerisinde yer alan keşfedici sıralı desen kullanılmaktadır. Keşfedici sıralı desende nitel aşama tamamlandıktan sonra ikinci aşamada nicel araştırma sorusu ya da soruları belirtilmektedir (Creswell ve Clark, 2015). Tez çalışması kapsamında nitel araştırma evresi sonucuna göre çözülmek istene problem ise şudur;

- Boş zaman spor etkinlik deneyimi ile ilgili temalar, boş zaman spor etkinliği katılımcılarından oluşan bir örneklem grubuna genellenebilir mi?

Karma araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada öncelikle nitel araştırma ile ilgili sorunlar, sonrasında ise nicel araştırma ile ilgili sorun çözümlenmeye çalışılmıştır. Sorunlar ile ilgili değerlendirmeler araştırmanın bulgular ve tartışma bölümünde yer almaktadır.

1.2. Amaç

Boş zaman spor organizasyonlarına katılımın artırılması ve sürekliliğin sağlanmasında katılımcıların özelliklerinin, beklentilerinin ve ihtiyaçlarının iyi analiz edilmesi gerektiği düşünülmektedir. Etkinlik deneyiminin anlaşılması bu organizasyonlara katılım ve katılımın devamında önemli olabilir.

Boş zaman spor etkinlikleri destinasyonlar için önemli turizm ürünleri olarak sunulmaktadır. Bu etkinlikler dünyanın ve ülkenin farklı noktalarından yerli ve yabancı turistleri destinasyona çekerek önemli bir spor turizmi geliri yaratmakta ve ev sahibi destinasyonun spor turizmi destinasyonu olarak konumlanmasına katkı sağlamaktadır. Bu katkı sayesinde ülke olarak spor turizm endüstrisinden alınan pay arttırılabilir. Ancak, Türkiye’de boş zaman spor etkinliklerinin sağladığı ekonomik faydaların tam olarak anlaşılmadığı ve bu organizasyonlara katılanların tüketim davranışlarının öneminin yeteri kadar farkına varılmadığı söylenebilir.

Boş zaman spor etkinliklerine yönelik beklentilerin tespit edilmesinde hedef pazar bölümü özelliklerinin önemli olduğu belirtilmektedir (Hill ve Chalip, 2005). Bu bağlamda, spor katılım biçimine göre deneyimlerin farklılaşabileceği ifade edilebilir. Ayrıca tüketim deneyimlerinin karmaşık bir yapıda olduğu boş zaman spor tüketimi konusunda yapılan çalışmalardan bilinmektedir. Bu karmaşıklığın daha iyi anlaşılmasının ve analiz edilmesinin boş zaman spor organizasyonlarını ürün olarak geliştirmek isteyen paydaşlar için yararlı olacağına inanılmaktadır. Bu noktada, tez çalışması kapsamında katılımcıların deneyimlerinin değerlendirilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Boş zaman spor etkinliklerine yönelik tüketici davranışı araştırmalarının temelini katılımcıların ziyaret ettikleri yerler, etkileşimde buldukları insanlar ve katıldıkları aktivitelerdeki deneyimler oluşturmaktadır (Shipway ve Stevenson, 2012). Ancak bu deneyimleri etkileyen boyutların neler olduğu konusunda bir fikir birliğinden söz

edilememektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı; boş zaman spor etkinlik deneyimi boyutlarını ortaya çıkarmak olarak belirlenmiştir.

1.3. Önem

Boş zaman spor konusuna akademik çalışmalarda giderek artan bir ilgi olduğu görülmektedir. Artan çalışmalarla birlikte boş zaman spor tüketicisinin daha iyi anlaşılmasına ihtiyaç duyulduğu söylenebilir. Özellikle, boş zaman seyahatinin parçası olarak spor kapsamını şekillendiren faktörlerin tespit edilmesi gerektiğinden söz edilmektedir (Humphreys ve Weed, 2014). Boş zaman sporu hem alan hem de ölçek olarak genişledikçe katılımcıların ihtiyaçlarının, beklentilerinin ve deneyimlerinin daha fazla çeşitlendiği ve karmaşık hale geldiği dikkati çekmektedir (Shipway ve Stevenson, 2012). Son yıllarda araştırmacılar, yöneticiler ve girişimciler tarafından tüketici deneyimi ve oluşumlarına giderek artan bir ilginin yanı sıra, literatürde farklı yapılar ve katılımcı tipleriyle birlikte deneyimlerin araştırıldığı gözlemlenmektedir (Volo, 2010).

Büyük ölçekli spor etkinliklerinin ev sahibi toplumun ekonomisine ve pazardaki çekiciliğine katkı sağladığı bilinmektedir. Buna karşın maraton gibi küçük ölçekli tekrar eden boş zaman spor etkinliklerinin toplum için daha fazla sürdürülebilir ekonomik etkiler ve sürdürülebilir imaj oluşturduğu ifade edilmektedir. Ayrıca, küçük ölçekli etkinliklere önemli oranda aktif katılımcı çekebilmek için düşük bütçeli organizasyon yatırımlarının yeterli olacağı belirtilmektedir (Kaplanidou ve Vogt, 2010). Bu bilgiler doğrultusunda katılımı arttırabilmek için etkinlik deneyimlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesinin ve bu faktörler göz önünde bulundurularak etkinlik organize edilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Boş zaman spor etkinlik katılımcılarının davranış ve deneyimlerinin daha iyi anlaşılmasının paydaşlara, katılımcıların ihtiyaç ve istekleriyle ilgili daha fazla bilgi sağlayacağı ifade edilebilir. Boş zaman spor etkinlik katılımcılarının davranışlarının anlaşılması ve açıklanması için profillerinin ötesinde hareket etmeye ihtiyaç olduğu belirtilmektedir. Literatürde, spor araştırmalarında baskın olan pozitif bilimsel araştırma modellerinin sosyal oluşumların gerçek doğasını anlamada yetersiz olduğu vurgulanmaktadır. Yani boş zaman spor etkinlik katılımcısını, profillerinin ötesinde incelemek için daha derin bilgi sağlayan araştırma yöntemlerine ihtiyaç duyulduğu dikkati çekmektedir (Shipway and Kirkup, 2011). Bununla birlikte boş zaman formu olarak spor tüketimi konusunda araştırmaların spor tüketim motivasyonlarını

değerlendiren ölçekleri test etme ve tasfiye etme konusuna odaklandıkları gözlemlenmektedir (James ve Ross, 2004). Sonuç olarak varolan çalışmalar nicel ve nitel araştırma paradigmalarından yararlanarak konuyu ele almaktadır. Bu çalışmada nicel ve nitel araştırma paradigmalarının kesiştiği karma araştırma yöntemi kullanarak boş zaman spor etkinlik deneyimi derinlemesine anlaşılmasına çalışılmıştır.

1.4. Sınırlılıklar

Araştırmanın aşağıda belirtilen sınırlılıkları bulunmaktadır. Bunlar;

- Araştırma boş zaman spor etkinlikleri ile sınırlıdır.
- Araştırma 2016 yılı içerisinde düzenlenen boş zaman spor etkinlikleri kapsamında yer alan koşu etkinlikleri ile sınırlıdır.
- Araştırma, boş zaman spor etkinlikleri kapsamındaki etkinliklere aktif olarak katılan bireyler ile sınırlıdır.
- Araştırma etkinliklere boş zaman amaçlı katılım sağlayan bireyler ile sınırlıdır.
- Araştırma, yapılandırılmış deneyimlerin ölçümü ile sınırlıdır.
- Araştırmada yapılan ölçüm etkinlik deneyiminin katılım evresi ile sınırlıdır.
- Araştırmayla ilgili diğer bir kısıt ise zaman ve maliyet baskısından dolayı evrenin tamamına ulaşmanın zor olmasıdır.

1.5. Tanımlar

1.5.1. Boş zaman

Boş zaman bireyin iş, iş ile bağlantılı ve kişisel ihtiyaçlarını karşıladığı zorunlu zamanların dışında özgür hissettiği, gönüllü olarak seçim yaptığı, derin düşüncelere daldığı, kendini geliştirdiği, rahatladığı, haz alma ve bağ oluşturma gibi ihtiyaçlarını karşıladığı zamandır (McLean ve Hurd, 2012).

1.5.2. Spor

Spor belirli kurallar çerçevesinde ve farklı biçimlerde meydana gelen, sonuçların diğerlerinin göreceli ölçümü ile ilişkili olduğu ve fiziksel çabanın yer aldığı düzenlenmiş aktivitedir (Kelly, 1982).

1.5.3. Etkinlik

Katılımcılara günlük yaşantı dışında boş zaman değerlendirme ve sosyalleşme fırsatı sağlayan, bir dizi koşullar altında bir defa ya da seyrek olarak düzenlenen, belirli bir yer ve sınırlandırılmış zaman diliminde meydana gelen olay olarak tanımlanmaktadır (Getz, 1997; Jago ve Shaw, 1998).

1.5.4. Deneyim

Hayallerin, hislerin ve zevkin sabit akışı; olayların gözlemlenmesi aracılığıyla yaşam eylemini, sonradan elde edilen bilgiyi, eğitimi ve beceri anlamını ima eden; durumları, duyulara karşı tetiklenmiş uyarıcıları, kalp ve zihin vasıtasıyla karşılaşılan, süregelen, yaşanan sonuçları; tüketicinin önceki tüketim aktiviteleriyle ilgili geçmiş ürün toplamını; bilişsel şema ve harita yapılarında dünyayı özümseme sürecinin sonucu olarak tanımlanmaktadır (Volo, 2010).

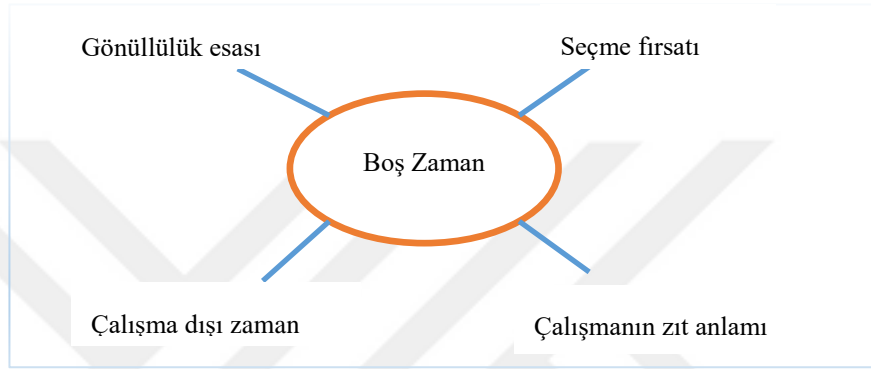
2. ALANYAZIN

2.1. Baş Zaman Kavramının Tanımı

Boř zaman gelişmiş toplumlarda 20. yz yıla birlikte insanların bir hakkı olarak gcrclmeye başlanmıştır. Boř zaman kavramı hem olumlu hem de olumsuz olmak zere iki Őekilde algılanabilir. Torkildsen (1992) ilk bakışta boř zamanın anlamı ve amacı olmayan bir zaman dilimi olarak algılanabileceğini ifade etmektedir. Bu bakış aşınsının dile getirilmek istenen boř zaman kavramıyla ilgisinin olmadığını belirtmektedir. Asıl anlamın bireyin kendisine ve yaşadığı topluma fayda sağlamak ićin ihtiyać duyduğu ve kendisini ifade etmek ićin bireye fırsatların sunulduğu zaman dilimi olduğunu dile getirilmektedir. Williams (2003) tarafından ise geleneksel boř zaman kavramı iř, temel gcrclverler ve sorumluluklar ile uyku ve kişisel bakım ićin ayrılan zamanın dışında kalan gcrclnün diğer zamanlarını ifade eden bir kavram olarak gcrclmektedir. Ayrıca, sećim ozgurluğu, kendini ifade etme, karar verme ve doğallık olarak gcrclmesi gerektiğinden bahsedilmektedir. Dolayısıyla boř zaman aktivitesinin genellikle arınma, yenilenme, iř ićin bireyin yenilenmesi olarak gcrcllduğuğüne dikkat ćekmektedir. Leitner ve Leitner (2004) tarafından boř zaman kavramı bireyin ćalıřmadıđı ya da yaşamı sdrclrmek ićin diğer fonksiyonlarla uğraşmadığı serbest zaman ya da zorunlu olarak bir Őeylerin yapılmadığı zaman olarak ifade edilmektedir.

Stebbins (2007) boř zaman kavramını serbest zamanda zorunluluk olmadan bireylerin yapmak istediđi tatmin edici, yeteneklerini ve becerilerini kullandıđı aktivite olarak ifade etmektedir. Boř zaman ve serbest zaman arasındaki farklılıđa dikkat ćekmektedir. Serbest zamanı bireyin hořuna gitmeyen zorunluluklardan ayrı bir zaman dilimi olarak gcrclmektedir. Boř zaman ise birey ićin hořa giden uđrařların gerćekleřtirildiđi zaman anlamına gelmektedir. Ayrıca, bireyin serbest zaman srclrecinde, bir Őey yapmamaktan ya da ilginć gelmediđi veya bireyi harekete gećirmediđi ićin uđrařtıđı aktiviteden sıkılabileceđi, aynı durumun ćalıřırken ya da iř dıřındaki zorunlulukları gerćekleřtirirken de olabileceđinden bahsetmektedir. Can sıkıntısının negatif bir ruhsal durum olduđu ićin mantıksal olarak bunun boř zaman olarak ifade edilemeyeceđini sdrclmektedir. Grazia (1962) boř zaman ve serbest zaman kavramlarının farklı anlamlara geldiđini belirtmektedir. Herkesin serbest zamanı olabileceđini, ancak boř zamanı olamayacađını sdrclmektedir. Boř zamana ycklenen anlamın bireyin varoluđu ićin onemli olduđunu vurgulamaktadır.

Boş zaman kavramını açıklamaya yönelik birçok tanımın ve yaklaşımın olduğu görülmektedir. Bu durumun sebebi olarak boş zamanla ilişkisi olan her alanın kendine özgü özelliklerinin olması gösterilmektedir. Boş zaman çalışmalarının bağımsız akademik disiplin olmadığı ancak, farklı bakış açılarından yaklaşan diğer disiplinlerden ortaya çıkan bir alan olduğu ifade edilmektedir. Boş zaman kavramının diğer alanlarla ilişkisinden dolayı tanımlanırken göz önünde bulundurulması gereken unsurlar bulunmaktadır (Page ve Connell, 2010). Bu unsurlar şekil 2.1’de gösterilmektedir.



Şekil 2.1. *Boş zaman kavramının tanımında dikkate alınan faktörler (Page ve Connell, 2010)*

Torkildsen (1992) boş zaman kavramını iş üretmenin/çalışmanın zıt anlamdaki karşılığı olarak değerlendirmektedir. Ancak, bir birey için boş zaman faaliyeti olarak görülen bir uğraşının bir başkası için çalışma ya da bir iş olabileceğinden bahsetmektedir. Boş zamanla ilgili anahtar kavramın zorunluluğun dışında bireyin sahip olduğu ya da hissettiği özgürlük olduğunu dile getirmektedir. Sosyal amaçlı, gönüllülük temelli ve toplum için yapılan bazı faaliyetler zorunluluk gerektirebilir. Buna ilaveten bahsedilen bu aktiviteler bireylerin rahatlamalarını ve haz almalarını sağlayan fırsatlar sunabilir. Bazı durumlarda insanlar boş zamanlarını bir konuda hizmet sunmaya, ders çalışmaya, kendini geliştirmeye, kendini disipline etmeye ve bir konuda kitap yazmaya ayırabilirler. Kısacası Torkildsen (1992)’ e göre elde edilen faydalar bireyden bireye değişebilmektedir. Bu bağlamda, boş zaman kavramı ifade edilirken bireyin bakış açısının ve elde ettiği faydaların göz önünde bulundurulması gerektiği sonucu çıkarılabilir. Iso Ahola’nın da boş zaman kavramının bireyin kendi algısıyla ilişkili olduğunu belirtmesi bu görüşü desteklemektedir (Honggen ve Huyton, 1996).

2.2. Boş Zaman Kavramının Tarihsel Gelişimi

Boş zaman kavramına bakış açısının tarih boyunca toplum, sanayi ve teknolojideki gelişmelerle değişiklik gösterdiği gözlemlenmektedir. Boş zaman kavramının tarihsel gelişimini incelemenin günümüzde boş zaman davranışı, boş zaman hizmetleri ve deneyimlerini değerlendirme ve karşılaştırma yapmada yararlı olacağı düşünülmektedir (Leitner ve Leitner 2004; McLean ve Hurd, 2012). Dolayısıyla, bu bölümde boş zaman anlayışının tarihsel süreci değerlendirilmektedir.

Boş zaman anlayışı endüstri devrimi öncesi ve sonrası olmak üzere iki aşamada değerlendirilmektedir. Endüstri devrimi sonrası dönem modern boş zaman olarak da ifade edilmektedir. Bu ayrımın kaynağı olarak endüstri devrimi sonuçlarının boş zaman anlayışı üzerinde etkisi gösterilmektedir (Bull vd. 2003). Page ve Connel (2010) endüstri öncesi dönemde boş zamanın daha esnek ve gelişmiş güzel bir şekilde değerlendirildiğini, kadın, erkek ya da aile temelli boş zamanın çok fazla ayrılmadığı ve belirli bir rutine sahip olduğunu ifade etmektedir.

2.2.1. Endüstri devrimi öncesi boş zaman

Boş zaman kavramı kökleri yontma taş devri (paleolitik) ve cilalı taş devri (neolitik) dönemlerine kadar uzanmaktadır. Arkeologların ortaya çıkardıkları kalıntıların ilkel insanların yaratıcılıkları, beden güçleri ve rekreasyon aktivitelerine yönelik ilk elden veriler sağladığı belirtilmektedir (McLean ve Hurd, 2012). Fransa'nın Dordogne şehrinde bulunan Cro-Magnon mağarasındaki kalıntılar bu dönemde yaşayanların insan ırkını benzersiz bir noktaya getirdiğiyle ilgili ipuçları sunmaktadır (Shivers ve deLisle, 1997). Ancak, bu dönemde boş zamanla ilgili çok fazla bilginin olmadığı vurgulanmaktadır (McLean ve Hurd, 2012). Paleolitik dönem insanların yaşamlarını devam ettirebilmeleri için çoğunlukla avlandıkları, avlanma dışında kalan zaman ise bu dönemde boş zaman olarak ifade edilmektedir (Shivers ve deLisle, 1997).

İnsanlığın geçirdiği en uzun aşama olan tarih öncesi dönemde (prehistorik) insanlar zamanın büyük çoğunluğunu fiziksel varoluş için mücadeleye ayırmıştır (Edginton vd., 2006). Bu dönem ilerledikçe, insanların fonksiyonlarında değişimlerin olduğu ifade edilmektedir. İnsanoğlunun bitki ve hayvanları evcilleştirerek avcılık ve toplayıcılık gerektiren göçebe yaşamdan yerleşik hayata geçiş yaptığı, bunun sonucunda topluluklarda yönetici sınıfı, askerler, köleler, köylüler ve sanatkârlar gibi gruplar

oluştugu görülmüştür. Alt sınıf olarak görülen işçiler tarım işleriyle uğraşırken, üst sınıflar daha fazla güç, zenginlik kazanmışlar ve daha fazla boş zamana sahip olmuşlardır. Böylece tarihteki ilk boş zaman sınıfının bu dönemde oluşmuştuğu görülmüştür (McLean ve Hurd, 2012).

Zaman kavramının bu dönemde yaşamı düzenleyici bir boyut kazandığına dikkat çekilmektedir. İnsanların tarım toplumunun bir üyesi olduğu için yaşamlarını mevsimsel değişimlere bağladıklarına vurgu yapılmaktadır. Bitkilerin ekilme ve hasat edilme zamanı olarak bir ayrışma görülmüştür. Özellikle hasat mevsimi olan sonbahar aynı zamanda boş zamana katılım ve boş zaman aktivitelerinin gerçekleştiği bir dönem olarak değerlendirilmektedir. Hasat zamanı sonunda oyunların oynandığı, ziyafetlerin verildiği, dans edildiği ve bireylerin sosyalleştiği büyük kutlamaların yapıldığından bahsedilmektedir. Ayrıca, tarım işlerinin yavaşladığı dönemde insanların bir hayli boş zamanlarının olduğunu gösteren kanıtların olduğu da ifade edilmektedir (Edginton vd., 2006).

İlk uygarlıklarda boş zaman kavramını incelemenin modern toplumlardaki boş zaman kavramıyla karşılaştırma yapmada yararlı olacağı vurgulanmaktadır (Leitner ve Leitner, 2004). İlk uygarlıklardan biri olan Mısır toplumunun güçlü soylular, ruhbanlar, askeri sınıf ve sanatçılar, işçiler, köylüler ve kölelerden oluşan alt sınıf yapısına ayrılmıştır. Milattan önce 5000 yılından Roma dönemine kadar hüküm süren bu uygarlık resim, heykeltıraş ve hiyeroglif alanında gelişmiştir. Antik Mısırlıların renkli ve güzel bir yaşamlarının olduğu, enerjilerini sanata yönlendirdikleri belirtilmektedir. Eğitim ve rekreasyonun bir parçası olarak güreş, cimnastik egzersizleri, ağırlık kaldırma ve çekme, top oyunlarını kapsayan sporlar ile ilgilendikleri ve boğa güreşinin popüler ve izleyiciye yönelik bir aktivite olduğu belirtilmektedir. Sporun dışında müzik ve eğlence ile de ilgilendikleri görülmektedir. Mısırlıların yaylı ve vurmali enstrümanlardan oluşan çeşitli karışık orkestralarının olduğu ve kraliyet ailelerinin kutsal ve sosyal günlerde performans sergileyen eğlence grupları bulunduğu belirtilmektedir (McLean ve Hurd, 2012).

Antik Yunan'da milattan önce 500 yılından 400 yılına kadar altın çağ olarak adlandırılan dönemde insanlar felsefe ve kültür alanlarında en yüksek gelişmişlik seviyesine ulaşmıştır. Atinalılar sanata, öğrenmeye ve spora büyük ilgi duymuşlardır. Bu ilgi alanlarının çoğunlukla devlet meselelerine katılma ve oy kullanma hakkına sahip aristokratlar için olduğundan bahsedilmektedir (McLean ve Hurd, 2012). Dönemin etkili felsefecilerinden Aristotle boş zamanın bir ihtiyaç olduğu düşüncesini

savunmaktadır. Aristotle boş zamanın sadece zorunluluk dışında elde edilen özgürlük olmadığını, iyi bir yaşam sürdürmek için gerektiğini söylemektedir. Boş zamanın bireye entelektüel gelişim, ruhen rahatlama ve yaşamdan haz alma fırsatları sunduğundan bahsetmektedir (Edginton vd., 2006). Dolayısıyla antik Yunan'da sanata, öğrenmeye ve spora ilgi duymanın temelinde Aristotle gibi düşünürlerin boş zaman kavramını yorumlayışı ve toplumun bundan etkilenmesi yatabilir.

Romalıların boş zaman anlayışının Yunanlılardan farklılık gösterdiği ve boş zaman anlayışında, estetik ve ruhsal yönden faydacı yöne doğru geçiş olduğundan bahsedilmektedir. Romalıların kültürel aktivitelere ve tiyatroya Yunanlılardan daha az ilgi gösterdikleri ileri sürülmektedir (McLean ve Hurd, 2012). Ayrıca Romalılar ve Yunanlılar arasında izleyici ve katılımcı olarak bir farklılık olduğu dikkati çekmektedir. Shivers ve DeLisle (1997) o dönemde Yunanlıların oyunlara aktif olarak, Romalıların ise genellikle izleyici olarak katıldığını belirtmektedir.

Roma döneminde boş zamanın bireyin kendi iyiliği ve kendisini geliştirmesi için bir araç olma özelliğinden çok tüketim ve toplumun yönetilmesinde bir araç olarak kullanılmıştır (Kelly, 1982). İmparatorlar ve senato tarafından politik popülerliği sürdürmek ve sıkılmış bir kitleyi sakinleştirmek için geçit törenleri, sirkler, bayramlar ve oyunlar düzenlenmiştir. Roma oyunlarının çeşitli silahları kullanan gladyatörler arasındaki ölümcül dövüşleri içeren yarışma özelliğinde olduğu hatta arenalarda yapay olarak inşa edilmiş göllerde su savaşları gerçekleştiği ve kaplan, fil gibi dışarıdan getirilen vahşi hayvanların birbirlerine ya da gladyatörlere karşı mücadele ettikleri belirtilmektedir. Bunun yanı sıra, Roma döneminde boş zaman anlayışındaki bozulmanın devleti zayıflattığı ve çarpıklığa yol açtığı da ifade edilmiştir (McLean ve Hurd, 2012).

Batı Roma imparatorluğunun çöküşü ile başlayan orta çağ döneminde Batı Avrupa'nın birçok feodal devlete bölünmüştür. Bu devletlerin köylülerin topraklarında çalışarak destekledikleri lordlar tarafından yönetildiği ifade edilmektedir (Edginton vd. 2006). Bu dönemde dinin boş zaman üzerindeki etkisinin açık bir şekilde hissedildiği, Katolik kilisesinin Romalılar tarafından müsaade edilen ve ahlaka uygun olmayan rekreasyon uygulamalarının bir çoğunu yasakladığından söz edilmektedir (Leitner ve Leitner, 2004). Ayrıca, boş zaman ve diğer aktiviteler bağlamında toplumda sınıf farklılıklarının olduğu tespit edilmiştir. Erkek soyluların avcılık, atlı mızrak dövüşü, şahin ile avlanma, at yarışı, okçuluk, balık tutma, güreş, boks, tenis, futbol, halka atma vb. aktiviteler ile ilgilenmişlerdir. Avcılığın sıkı kurallar çerçevesinde gerçekleştiği ve

soyluluğu devam ettirmek için yürütüldüğüne dikkat çekilmiştir. Spor aktivitelerinin genellikle büyük kalabalık önünde gerçekleşen izleyicilere yönelik boş zaman uğraşları olduğu ve kadınların bu dönemle ilgili boş zaman anlayışı konusunda tarihsel belgelerin kısıtlı olduğu belirtilmektedir. Bu dönemde kadınlar evlenene kadar babalarının, evlendikten sonra kocalarının mülkü olarak görülmüştür. Zamanlarını çoğunlukla evde ailelerine hizmet ederek geçirmişlerdir (Edginton vd., 2006).

İtalya'da rönesans hareketinin başlamasıyla ve bu hareketin Fransa ve İngiltere gibi ülkelere yayılmasıyla orta çağdan modern dünyaya bir geçiş olmuştur. Bu geçişte özgür düşünce ve ifade, mantıksal ve bilimsel bakış açısını gösteren, ticaret ve seyahatin yaygınlaşmasına neden olan rönesans hareketinin etkisinden bahsedilmektedir (McLean ve Hurd, 2012). Rönesans hareketinin spor aktiviteleri ve oyunlar dahil birçok alanda etkisi bulunmaktadır. Fiziksel aktiviteye eğitim programının bir parçası olarak yer verildiğinden ve hem genç hem de yaşlılar için gerekli görüldüğünden söz edilmektedir. Tenis, beyzbol ve bowling gibi spor branşlarının ilk formatları o dönemde çok popüler olmuştur. Benzer şekilde izleyicilere yönelik sporların önemi vurgulanmıştır. Kıran kırana geçen at yarışları ya da Floransalı azizler onuruna gerçekleştirilen palio gibi geleneksel oyunlar düzenlenmiştir (Shivers ve deLisle, 1997).

Rönesans hareketi toplumu şatafatlı gösteriler konusunda doyurmuş, maskeli ve kostümlü balolar, akşam yemeği partileri, kostüm ve dekorun yoğun olarak kullanıldığı performanslar ve fantastik şovlar düzenlenmiştir. Müziğin bütün toplumsal sınıflarda en büyük zevk olduğu ve hemen hemen her şehirde sokak şarkıcılarının varlığı söz konusu olmuştur (Shivers ve DeLisle (1997).

Rönesans döneminde geçici olarak dinin etkisinin azaldığı ve insanların çok çeşitli boş zaman uğraşlarına katıldıkları belirtilmektedir. Ancak, protestan reformuyla birlikte başlayan dini hareketin spor, sanat ve eğlence gibi birçok boş zaman formu üzerinde tekrar etkisini arttırdığı ve boş zaman katılımını sınırlandırdığı ifade edilmektedir (Leitner ve Leitner, 2004).

Spor, erkeklerin askere hazırlanmasında bir araç olarak görülmüş ve bu düşünceye paralel olarak belirli ekipmanlar ve sopalar ile yapılan müsabakalara, koşmaya ve güreşe izin verilmiştir. Dans, gezici tiyatro ve kapalı alan dışında toplu katılım gösterilen diğer boş zaman aktivitelerine ise alkol tüketiminden daha sağlıklı olduğu için izin verilmiştir. Bu dönemde prütanlar sporu bir disiplin ve eğitim aracı olarak görmüşler, haz veren bir uğraşı olarak kabul etmemişlerdir. Yaşamdan zevk almanın çalışmaya, ibadete ve

mantıksal yaşam düzenine ters düştüğüne dikkat çekmişlerdir. Püritanların aile ve toplum için eğlence ve kutlama imkânı sunan festival ve Noel gibi kutlamalarından nefret ettikleri söylenmektedir. Ayrıca, tiyatro ve sanatsal aktivitelerin ayıplandığı da belirtilmektedir (Kelly, 1982).

2.2.2. Endüstri devrimi sonrası boş zaman

Endüstri devriminin Britanya’da başlayıp, onsekizinci yüzyıl boyunca Avrupa’nın diğer kısımlarına yayıldığı belirtilmektedir (Edginton vd., 2006). Ondokuzuncu yüzyılda ise dünyada büyük değişimlerin yaşandığı gözlemlenmektedir. Demokrasinin geliştiği, bilimsel bilgi ve teknolojinin ilerlediği ve Avrupa’dan Amerika Kıtasına dev göç dalgalarının yaşandığı bir dönem olduğundan bahsedilmektedir. Bu dönemde gerçekleşen endüstri devriminin insanların yaşam şeklini değiştirdiği bununla birlikte boş zaman ve rekreasyon yapılarında da değişimlere neden olduğu ifade edilmektedir (McLean ve Hurd, 2012).

Endüstri devrimi sonrasında fabrika üretiminin artması ve insanların sanayi kuruluşlarında çalışmaya başlaması zaman rejiminin gelişmesine ve bunun paralelinde zaman disiplini kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu dönemde zaman kavramının iş ve iş dışı zaman olarak sınırlarının çizildiği görülmektedir. Bunun aynı zamanda boş zamanın işin dışında bir zaman olarak algılanmasının temelini oluşturduğu ifade edilmektedir (Page ve Connel, 2010).

Endüstri devrimi sonucunda boş zaman anlayışıyla ilgili değişimlerden bahsedilmektedir. Bu değişimler;

- Nüfusun kırsal alanlardan şehirlere göç etmesi sonucu bireylerin kırsal rekreasyondan uzaklaşmış olmaları,
- Endüstri devriminin ilk yıllarında çalışma saatleri fabrika sistemine bağlı olduğundan kalabalık şehirlerde ve endüstriyel çevrede gelişen yeni kent eğlencelerinin bireylerin boş zamanlarını değerlendiği uğraşlar haline gelmesi,
- Endüstri devriminin ilk yıllarında günlük 12 saat olan uzun çalışma saatleri sonucunda boş zamanın, çalışmanın karşılığı olması,
- Kent içi boş zaman ihtiyacı olan büyük oranda çalışan sınıfın ortaya çıkması,
- Viktorya dönemi sonunda gerçekleşen boş zaman artışının, toplu boş zaman ve ticari boş zamanın artışını etkilemesi,

- Uzun ve günü birlik seyahatlerin gerçekleşmesini sağlayan tren yollarının inşa edilmesi gibi teknolojiadaki değişimlerin boş zaman fırsatlarının artmasına neden olması şeklinde sıralanmaktadır (Bull vd., 2003; Page ve Connel, 2010).

Endüstri devriminin getirdiği en büyük yenilik iş gücü bölümlerinin ve montaj hatlarının kurulması sonucunda kitlesel üretimin arttırılması olmuştur. İşin zamanla uzmanlık gerektiren bir hale gelmesinin bireyi amaç duygusundan uzaklaştırdığına dikkat çekilmektedir. Bu durumun zamanla birey tarafından işin bıktırıcı, sıkıcı ve monoton olarak görülmesine neden olduğu, işten sıkılan bireyin tatmin olabilmesi için çevresinde arayış içerisine girdiğinden söz edilmektedir. Bunun sonucunda boş zamanın, iş deneyiminden kaynaklanan tatminsizliği telafi etmede bir yöntem olarak görülmesi gerektiği ifade edilmektedir (Edginton vd., 2006).

Endüstri devrimi ile birlikte çalışan kesimin gelirinde artış olmuştur. İlk defa çalışan kesim boş zaman tüketimi için harcayabileceği gelir elde etmiştir. Bunun sonucunda da şimdiye kadar elitler için ayrıcalıklı olan çeşitli boş zaman aktiviteleri, ortalama bir aile için satın alınabilir hale gelmiştir. Zamanla izleyici ya da katılımcı olarak insanların ödemekle yükümlü olduğu satılabilir ürünler haline gelen boş zaman tüketiminin metalaştığından da söz edilmektedir. Bunun dışında yerel yöneticiler tarafından kentsel parklar ve yeni tesislerin kurulduğu ancak giderek daha fazla boş zaman ürününün üretildiği ve ücret karşılığı kullanılan tesisler oluşturulmuştur (Bull vd., 2003).

Zaman ilerledikçe işçi sınıfına yönelik gerçekleştirilen reformlar sayesinde çalışanlar için daha fazla boş zaman yaratıldığı görülmektedir. Otomobil gibi buluşlar mobilitayı arttırmış ve insanların yaşamını kolaylaştırmıştır. Bu dönemde devlet tarafından açık alan rekreasyona ilgi gösterilmiş ve hükümetler tarafından devlet parkları açılmıştır. Boş zaman tesislerini hazırlayan ve boş zaman kullanım standartlarını tanımlayan bazı kurumlar sadece çocuklara değil bütün yaş gruplarına hizmet sunan bir pozisyon almıştır (Edginton vd., 2006).

1920 ve 1930'lu yıllarda insan hayatına radyo, gramafon ve sinema gibi yeni boş zaman araçlarının girdiği görülmektedir. Bu gelişmeler gelecekte boş zaman anlayışında önemli gelişmeler olacağına göstergeleri olarak yorumlanmıştır (Bull vd., 2003). 1930'da Dünya Ekonomik Bunalımı ile birlikte işsizlik artmış ve bu durum insanları rahatlatmak için kamunun fonlarını boş zaman programları ve tesisleri için harcamasına neden olmuştur. Bazı kamu kurumları tarafından artan işsizliği gidermede projeler

gerçekleştirildiği ve işsizliğin toplumda yarattığı baskıyı azaltmak için şehirlerde rekreasyon merkezleri ve parklar kurulmuştur (Edginton vd., 2006).

İkinci dünya savaşı yaşamın farklı yönlerinde olduğu gibi boş zamanın gelişiminde kilit nokta olmuştur. İkinci dünya savaşı ile birlikte günlük yaşamın birçok özelliğinin sekteye uğradığı ve boş zamanın yok sayıldığı belirtilmektedir. Savaş öncesi yıllarda boş zaman biçimlerindeki çeşitli eğilimlerin savaş ile birlikte kesintiye uğradığı vurgulanmaktadır. Ancak, savaş sonrası 1940 yılların sonuna doğru yavaş yavaş daha önceki boş zaman eğilimlerinin giderek yaygınlaştığı görülmektedir. Futbol ve sinema gibi boş zaman aktivitelerine katılım rekor seviyelere ulaşmıştır (Bull vd., 2003).

Savaş sonrası dönemde yaşam standartlarındaki artış bireylerin daha fazla boş zaman ekipmanı almasına neden olmuştur. Bu dönemin boş zaman açısından en önemli kazanımı televizyondur. Televizyonun insan hayatına girmesine rağmen, ev temelli boş zaman anlayışının henüz gelişmediği ifade edilmektedir. Çünkü takip eden yıllarda yani 1960'larda araba sahibi olmanın yaygınlaştığı bu durum ise insanların ev dışına daha fazla çıkmasını kolaylık sağladığından söz edilmektedir (Roberts, 2006).

1960'lı yıllar bolluğun arttığı yıllar olmuştur. Clark ve Critcher (1985'den aktaran Page ve Connel, 2010) o yıllarda boş zaman konusunda altı önemli gelişmeden bahsetmektedir. Bunlar;

- İç tüketim standartlarında artış olması,
- Aile merkezli boş zamanın gelişmesi,
- Kamu temelli kentsel boş zaman ve rekreasyonun biçimlerinde azalma,
- Gençlik kültürünün ortaya çıkması,
- Etnik boş zaman ve rekreasyon kültürünün oluşması,
- Kentsel rekreasyon alanlarında devlet faaliyetinin artması ve boş zaman kurumları ve hizmetlerinin ticari olarak gelişmesi şeklinde sıralanmaktadır.

1970'li yıllar endüstri toplumundan endüstri sonrası topluma geçişin deneyimlendiği yıllardır (Edginton vd., 2006). Birçok eğilim yavaş bir tempoda devam etmiş, ekonomilerde daralma ve zayıflama olmuştur. Endüstri sonrası dönemde ekonomik rasyonelliğini kaybeden şehir merkezlerinde çöküş yaşanmış ve bu kentsel yenilenmeye neden olmuştur. Bunun sonucunda ise, varoştan kaçış ve soylulaşmada artış eğilimleri ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda, boş zaman kullanımı olarak avm ve boş zaman alışverişi gibi ticari boş zaman biçimlerinin de belirdiği gözlemlenmiştir (Page ve Connel, 2010).

1980'li yıllara kadar olan dönemde sadece toplum yapısında değil boş zaman hükümlerini de şekillendiren politik ideoloji ve yönetim anlayışında değişimler yaşanmıştır. Bu yılları birçok ülkede boş zaman açısından dönüm noktası olmuştur. Devlet tarafından kolektivist boş zaman anlayışı son bulmuş, bireysellik ön plana çıkmış, tüketimin özendirilmiş ve toplumun artan boş zaman ihtiyaçlarını karşılayan özel sektörün kendini göstermeye başlamıştır. Fit olma, jogging, step vb. eğilimlerin 1980'li yıllarda küresel bir fenomene dönüştüğü gözlemlenmiştir. Ayrıca, birçok ülkede ev sahibi olma yaygınlaşmış ve evler boş zaman alanları olarak gelişmeye başlamıştır (Page ve Connel, 2010).

1990'lı yılların başında teknolojik ilerlemeler ile birlikte insanların hayatına mobil telefon, internet ve e-mail gibi yeniliklerin girmeye başladığı görülmektedir. 1990'lı yılların sonuna doğru online internet kullanıcılarının sayısının arttığı, daha sonraki yıllarda genç nüfusun önemli bir oranının internet kullanıcısı olduğu ifade edilmektedir. Milenyumun ilk yıllarında ise televizyon, sabit hatlı telefon ve internet gibi teknolojilerin yaygınlaşmasında bir yavaşlama olduğu, ilerleyen yıllarda mobil telefon, akıllı telefon ve internet erişiminin giderek arttığı ve insanların büyük bir kısmının bu yeni teknolojiye sahip olduğu görülmektedir (Roberts, 2006).

Boş zaman kavramının tarihsel süreci incelendiğinde insanlığın var oluşundan günümüze kadar farklı dönemlerden geçtiği, zaman zaman sınırlandığı ve bazı dönemlerde boş zaman anlayışına yönelik daha özgür anlayışın olduğu söylenebilir. Tarih şeridinde boş zaman kavramını sınırlayan unsurların din, savaşlar ve ekonomik nedenler olduğu ifade edilebilir. Orta çağ döneminde boş zaman anlayışı üzerinde dinin baskın bir etkisinin olduğu gözlemlenmektedir. Savaş dönemlerinde boş zaman anlayışının özellikle bireylerin mücadele etmesini gerektiren oyunlar ve eğitimler ile sınırlandığı dikkati çekmektedir. Ekonomi yönünden bakıldığında her dönemde refah seviyesi iyi olan birey, grup veya topluluğun boş zamana katılım gösterdiği ifade edilebilir.

Endüstri devrimi öncesinde boş zaman genellikle aristokrasinin fayda elde ettiği bir zaman dilimi olarak değerlendirilebilir. Bu dönem de toplumun önemli bir kısmını oluşturan işçi ve köle sınıfının boş zamana sahip olmadığı anlaşılmaktadır. Endüstri devrimi sonrası ise, çalışan verimini arttırmak için boş zamanın önemli bir etken olarak kullanıldığı gözlenmektedir. Genel olarak incelendiğinde boş zaman olgusunun tarih boyunca politik bir araç olarak kullanıldığı görülmektedir. Roma döneminde boş zaman imparatorlar ve senato tarafından topluma yön vermede ve iktidarı devam ettirmede

yardımcı bir unsurken, günümüzde de devletler, hükümetler ve yerel yönetimler tarafından boş zaman tesisleri kurularak ve hizmetleri sunularak politik amaçları gerçekleştirmede bir araç olarak kullanılmaktadır.

2.3. Boş Zaman Kavramına Yönelik Yaklaşımlar

Boş zaman kavramını anlamak boş zaman ile ilgili program oluşturma, hizmet sunma, deneyim yaşatma, tesis ve işletme kurma konularında boş zaman endüstrisinde yer alanlara güçlü temeller oluşturmaktadır. Boş zaman anlayışına yönelik standart bir yaklaşımın olmadığı, en önemli meselenin katılımcılara deneyim sağlamak olduğu vurgulanmaktadır. Kamu, kar amacı güden ve kar amacı gütmeyen özel işletmelerin hepsi boş zaman endüstrisi çalışanlarının sunduğu deneyimlerin arkasındaki gücü kullanmaktadır (Hurd ve Anderson, 2011). Dolayısıyla, boş zaman kavramını farklı yaklaşımlardan ele alarak anlamaya çalışmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

Boş zaman kavramı ile ilgili altı farklı yaklaşımdan bahsedilmektedir. Bu yaklaşımlar;

- Zaman olarak boş zaman,
- Aktivite olarak boş zaman,
- Ruh hali olarak boş zaman,
- Bütünsel yayılımcı kavram olarak boş zaman,
- Yaşam şekli olarak boş zaman,
- Harcama olarak boş zaman şeklinde ifade edilmektedir.

Bu yaklaşımların her birinin bireyin boş zamanı nasıl deneyimlediği ve haz aldığı konusunda farklı noktalara baktığı belirtilmektedir (Grainger-Jones, 1999; Bull vd., 2003; Horner ve Swarbrooke, 2005; Torkildsen, 2005; Argan, 2007; Page ve Connel, 2010).

2.3.1. Zaman olarak boş zaman

Boş zaman işten arta kalan zaman olarak tanımlanırken, çalışma zamanı para kazanmak için harcanan zaman olarak değerlendirilmektedir. Bu boş zaman ile ilgili çok genel bir yaklaşımdır. Sosyologlara göre boş zaman iş ve yaşamın bağlı olduğu gereklilikler yerine getirildikten sonra arta kalan zamandır. Bu bakış açısına göre bütün zorunluluklar giderildikten sonra birey zamanı nasıl harcayacağı ile ilgili tercihlerde bulunabilmektedir. Ancak bazı aktivitelerin çalışma, zorunlulukların giderildiği ve boş

zaman dilimlerinden hangisinde yer aldığı net değildir. Bazı aktivitelerin çalışma ile bağlantılı olabileceği ancak tam olarak normal çalışma tanımına uymamaktadır. Örneğin işe gitmek için hazırlanma ve işe gidip gelme gibi aktivitelerin iş ile ilgili olduğu ve iş ile ilgili zorunluklar olarak görülebileceği ifade edilmektedir (Bull vd., 2003).

Zaman kavramının çalışma zamanı, iş ile ilgili zorunluluklar için ayrılan, iş ile ilgili olmayan zorunluluklar için ayrılan, fizyolojik ihtiyaçlar için ayrılan zaman ve boş zaman olmak üzere beş kategoriye ayrıldığı belirtilmektedir. Bu zaman kategorileri arasında açık bir ayrışmanın olmadığı ifade edilmektedir. Örneğin ebeveynlerin çocukları ile oynayarak zaman harcaması, anne ve baba olmanın gerektirdiği zorunluluk ile ilişkili olabileceğinden bahsedilirken diğer taraftan bunun ortak bir boş zaman deneyimi olarak zorunluluk olamayacağına vurgu yapılmaktadır (Bull vd., 2003). Böyle bir noktada boş zaman kavramını nitelimenin zor olduğu söylenebilir. Bull vd. (2003) zamanın sosyal yapıda önemli bir unsur olduğu, boş zaman fırsatları ve kaynaklarının ise böyle sosyal bir yapıda bulunacağından söz edilmektedir. Dolayısıyla, boş zaman olgusunu diğerlerinden ayıran anahtar kavramlardan birinin sosyal yapı olabileceği söylenebilir.

2.3.2. Aktivite olarak boş zaman

Boş zaman bireyin iş, aile ile ilgili ve sosyal görevlerini yerine getirdikten sonra kendi özgürlüğüne, dinlenmesine, eğlenmesine, bilgilenmesine, beceri geliştirmesine ya da toplumsal yaşamda gönüllü katılım sağlamasına izin veren bir dizi aktiviteyi kapsamaktadır (Dumazedier, 1960'den aktaran Torkildsen, 2005). Bu aktiviteler boş zaman olarak nitelendirilmektedir. Çünkü çalışmanın dışında kalan zaman diliminde gerçekleşmekte ve bireyin yeme, içme ve uyuma gibi varoluşu için gerekli uğraşların dışında yer alan aktivitelerdir (Hurd ve Anderson, 2011). Bu boş zaman aktivitelerinin Page ve Connel (2010) tarafından belirli başlıklar altında toplandığı görülmektedir. Bunlar;

- Dinlendirici aktiviteler
- Eğlence aktiviteleri
- Eğitsel aktiviteler ve
- Katılım gerektiren aktiviteler olarak belirtilmektedir.

Boş zaman aktiviteleri çok çeşitlidir. Boş zaman kavramının tanımında yer alan anahtar kavramlardan birinin özgür seçim yani gönüllü katılım olduğu dikkate alındığında, bireyler için her aktivitenin boş zaman aktivitesi olarak değerlendirilmesi

gözden kaçan noktalardan biri olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla, bir aktivitenin boş zaman aktivitesi olarak ifade edilebilmesi için bireyin boş zaman anlayışının dışında olmaması gerekmektedir.

2.3.3. Ruh hali olarak boş zaman

Ruh hali olarak boş zaman anlayışında bireyin aktivite algısı dikkate alındığından öznel bir yaklaşım söz konusudur. Yani algılanan özgürlük, yeterlilik, içsel motivasyon ve pozitif duygu bir deneyimin boş zaman olup olmadığıyla ilgili anahtar kavramlardır. Algılanan özgürlük, zorunluluk ve diğer bireylerin kontrolü olmadan bireyin aktivite ve deneyim seçimindeki yeterliliği olarak değerlendirilmektedir. İçsel motivasyonda bireyin dış faktörlerden etkilenmediği ve boş zaman deneyiminin hoşlanma, tatmin ve haz ile sonuçlandığı ifade edilmektedir. Algılanan yeterlilik bireyin sahip olduğunu düşündüğü beceriler anlamına gelmekte ve boş zaman deneyimi sırasında içselleştirdiği zorluğun derecesiyle bağlantılı olduğundan bahsedilmektedir. Pozitif duygu hoşlanma anlamına gelmekte ve bu hoşlanma duygusu ise seçme hissinden ortaya çıkmaktadır (Hurd ve Anderson, 2011).

Ruh hali olarak boş zaman anlayışına göre bireyin boş zaman deneyimi olarak değerlendirdiği bir aktivite, başka bir birey için böyle olmayabilir. Bir deneyimin boş zaman olup olmadığı yukarıda bahsedilen anahtar kavramlar ile ilişkilendirilmektedir. Dolayısıyla, farklı bireylerin aynı aktivite ile ilgilenebileceklerinden ancak ruh hallerinin ciddi bir şekilde birbirinden farklılık gösterebileceğinden söz edilmektedir (Hurd ve Anderson, 2011). Örneğin kayak aktivitesine katılan ve beceri açısından kendini yeterli gören biri için boş zaman deneyimi hoşlanma ya da pozitif duygu ile sonuçlanabilirken, yeterli olmadığını düşünen birinin ruh hali daha farklı olabilir.

2.3.4. Yaşam tarzı olarak boş zaman

Boş zaman alanında gerçekleştirilen araştırmalar bazı iş ve kariyer biçimlerinin boş zaman temelli yaşam tarzına neden olabileceğini işaret etmektedir. Bu yaklaşıma göre boş zaman bir ürün, zaman ve ruh hali olarak görülmektedir. Üretici bir aktivite kariyer olarak bireyin kişisel ilgi ya da hobisini devam etmesini sağlayan bir konumda ise onun yaşam tarzı olarak değerlendirilmesi gerektiği belirtilmektedir (Page ve Connel, 2010).

Yaşam tarzı olarak boş zaman arzu edilen yaşam türüne yönelik bireye özgürlük sağlamak ve yaptığı ile ilgili kontrolü daha fazla elinde tutma fırsatı sunmaktadır. Bu

yaşam tarzı yaklaşımına örnek olarak emekli olmadan önce butik bir otel işletmesi satın almak isteyen bir kişi örnek olarak verilebilir (Page ve Connel, 2010). Böyle bir işletmeye sahip olan kişi kendi bakış açısına göre daha özgür bir yaşama sahip olabilir ve yaşamıyla ilgili kontrolü elinde bulundurabilir.

2.3.5. Bütünsel yayılımcı kavram olarak boş zaman

Boş zamanın rahatlama, eğlenme ve kişisel gelişim olmak üzere üç temel fonksiyonu bulunmaktadır. Boş zamanın bu üç özelliği bireyleri tükenmişlikten, sıkılma durumundan ve günlük otonizimden uzaklaştırmakta ve onları canlandırmaktadır. Boş zaman yeni mutluluklar, görevler, değerler, politikalar ve yeni kültür arama konusunda bireyin arzularının toplam bütünü olarak değerlendirilmektedir (Torkildsen, 2005).

Çalışmanın birey üzerinde yarattığı erozyon bireyde öz kimlik ihtiyacına sebep olurken, bunun aksine boş zaman bireye statü oluşturma ve kimlik kazanma fırsatı sunmaktadır. Boş zamanın bütünsel yayılımcı bakış açısı bireyin bütünlüğü bağlamında görülmektedir (Torkildsen, 2005). Yani boş zaman katılımı bireyi dinlendirmekte, eğlendirmekte, kişisel gelişimini arttırmakta, kültür ile bağlantılı zihinsel ve ruhsal tutum geliştirmesine yardımcı olmaktadır (Horner ve Swarbrooke, 2005).

2.3.6. Harcama olarak boş zaman

Bireylerin giyim, yiyecek ve barınma gibi temel ihtiyaçları bulunmaktadır. Finansal olarak ihtiyaçlarına yönelik harcama yapan bireyin elinde istediği gibi harcaabileceği bir miktar kalabileceğinden söz edilmektedir. Birey gerekli ihtiyaçlarını giderdikten sonra boş zaman tüketimi bağlamında harcama yapabilir. Harcamının boş zaman olarak değerlendirilmesinde seçme ve karşılık beklemeden kullanma unsurlarının önemli olduğu vurgulanmaktadır (Grainger ve Jones, 1999). Örneğin soğuktan korunmak için alınan bir kıyafet için boş zaman temelli bir tüketim ifadesi doğru olmayabilir. Çünkü harcama, ihtiyacı gidermek için gerçekleşmiştir. Harcama olarak boş zaman anlayışına göre seçimin özgürce yapıldığı ve ihtiyacı gidermenin dışında, yani karşılık beklenmeyen harcamanın boş zaman tüketimi olabileceği anlaşılmaktadır.

Dikkat çekilen noktalardan bir tanesi lüksün karşılığı olan ihtiyacı nelerin oluşturduğudur. Cep telefonu, bilgisayar vb. cihazlar pazara ilk çıktıklarında lüks olarak değerlendirilirken artık yaşamı kolaylaştıran ihtiyaçlar olarak görülmektedir. Dolayısıyla,

teknolojinin gelişmesiyle iş yükünü azaltan bu aletler boş zaman harcaması olarak değerlendirilmemektedir (Grainger-Jones, 1999).

2.4. Boş Zaman Sınıflandırması

Boş zaman kavramı, katılım gösterilen aktivite türüne göre farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Furham (1991) boş zamanda gerçekleştirilen aktiviteleri mücadele gerektiren, rekabete dayalı ve yaratıcı aktiviteler şeklinde gruplandırmaktadır. Boks, güreş, tekvando, judo, karete, wingsun vb. savunma sporları mücadele gerektiren aktiviteler kategorisinde yer alırken, tenis, squash, voleybol, basketbol, futbol vb aktiviteler ise rekabete dayalı aktiviteler olarak belirtilmektedir. Sanatsal temelli aktiviteler ise yaratıcı aktiviteler grubunda gösterilebilir.

Hill (1985) boş zamanı aktif boş zaman, pasif boş zaman ve sosyal eğlence temelli olmak üzere üç farklı kategoriye ayırmaktadır. Fiziksel ve zihinsel çaba gerektiren uğraşlar aktif boş zaman aktiviteleri olarak belirtilmektedir. Yürüyüş, bisiklet, kamp yapma, avlanma, sörf vb. aktiviteler fiziksel çaba gerektirirken, drama, puzzle, bingo oyunu gibi aktiviteler ise zihinsel çaba gerektirmektedir. Pasif boş zaman televizyon izleme, radyo dinleme, sohbet etme, günümüzde özellikle sosyal medya araçlarını kullanma şeklinde aktivitelerden oluşmaktadır. Sosyal eğlence temelli boş zaman spor etkinlikleri, sirk gösterileri, konserler, tiyatro ve sinema gibi izleyici olarak katılım gösterilen aktivitelerden oluşmaktadır.

Literatürde yapılan bu sınıflandırmada katılımcıların aktivitelerdeki rollerinin dikkate alındığı görülmektedir. Bazı aktivitelerde katılımcılar hem aktif hem de pasif olarak rol alabilir ya da aktif olarak katılım gösterilen bir aktivide diğer katılımcılarla sosyal etkileşim sağlanabilir. Kısacası bazı aktivitelerde kesin sınırların olmadığı katılımcı rollerinin geçişken olduğu ifade edilebilir.

2.5. Boş Zaman, Rekreasyon, Spor ve Turizm Arasındaki İlişki

Boş zaman ve rekreasyon arasındaki ilişki aslında rekreasyon kavramının tanımında ifade edilmektedir. Rekreasyon kavramı bireylerin boş zamanlarında gönüllü olarak katıldıkları, haz aldıkları ve doyum sağladıkları etkinliklerdir (Hazar, 2014). Karaküçük (2005) ise, rekreasyonu insanın yoğun çalışma yükü, rutin hayat tarzı veya olumsuz çevresel etkilerden tehlikeye giren veya olumsuz etkilenen bedeni ve ruhi sağlığını tekrar elde etmek, korumak veya devam ettirmek aynı zamanda zevk ve haz

almak amacıyla, kişisel doyum sağlayacak, tamamen çalışma ve zorunlu ihtiyaçlar için ayrılan zaman dışında kalan bağımsız ve bağlantısız boş zaman içinde, isteğe bağlı ve gönüllü olarak ferdi veya grup içinde seçerek yaptığı etkinlik olarak tanımlanmaktadır.

McLean ve Hurd (2012) rekreasyon kavramının literatürde yer alan tanımlarıyla ilgili altı noktaya dikkat çekmektedir. Bunlar;

- Rekreasyon genellikle aylıklık ya da tamamen dinlenmenin karşılığı olarak fiziksel, zihinsel, sosyal ve duygusal olarak ilgilenilen aktivite olarak düşünülmektedir.
- Rekreasyon spor, oyun, el sanatları, performans dayalı sanatlar, güzel sanatlar, müzik, seyahat, hobiler ve sosyal aktiviteler gibi son derece geniş bir yelpazede yer alan aktiviteleri içermektedir. Bu aktivitelerle bireysel ya da grup olarak ilgilenilmekte ve birey yaşamı boyunca sürekli ya da aralıklı olarak bu aktivitelere katılabilmektedir.
- Aktivite seçimi ya da aktiviteyle ilgilenme herhangi bir zorunluluk ya da zorlama olmadan gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Rekreasyona dışsal amaç ve ödüllerden ziyade içsel motivasyon ve kişisel doyumunu ulaşmak için katılım sağlanmaktadır.
- Rekreasyon bireyin ruh hali ya da bireyin tutumuna bağlıdır. Bireyin onu yapmak için sebep aradığı bir şey değildir.
- Rekreasyonla ilgilenimde öncelik motivasyon ve haz arama olmasına rağmen, zihinsel, fiziksel ve sosyal ihtiyaçlarda karşılanabilmektedir. Bazı durumlarda rekreasyon ciddi derecede bağlılık ve öz disiplin gerektirebilir ve hayal kırıklığıyla sonuçlanabilir.

Kısacası, rekreasyon kavramının boş zamanın aksine çoğunlukla aktiviteye odaklandığı belirtilmektedir. Rekreasyon, bir amacı gerçekleştirmek için aktiviteye katılmakla ilişkilendirilmektedir (Hughes, 2015). Ancak Türkçe literatürde rekreasyon kavramıyla ilgili tanımlarda sadece etkinliklerden bahsedildiği gözlemlenmektedir. Rekreasyon kavramını sadece etkinliklerle sınırlamamak gerekmektedir. Aynı zamanda bireyler boş zamanlarında bireysel olarak ya da grup olarak; kapalı, açık, kent içi ve kırsal alanlarda; yaş gruplarına yönelik; günlük ve uzun süreli; entelektüel, estetik ve sanatsal, kültür ve turizm, sağlık ve terapi, sosyal ve sportif fonksiyonları olan aktivitelere de katılmaktadır (Gül, 2014). Bu noktada etkinlik ve aktivite kavramlarını arasındaki farklılığı göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

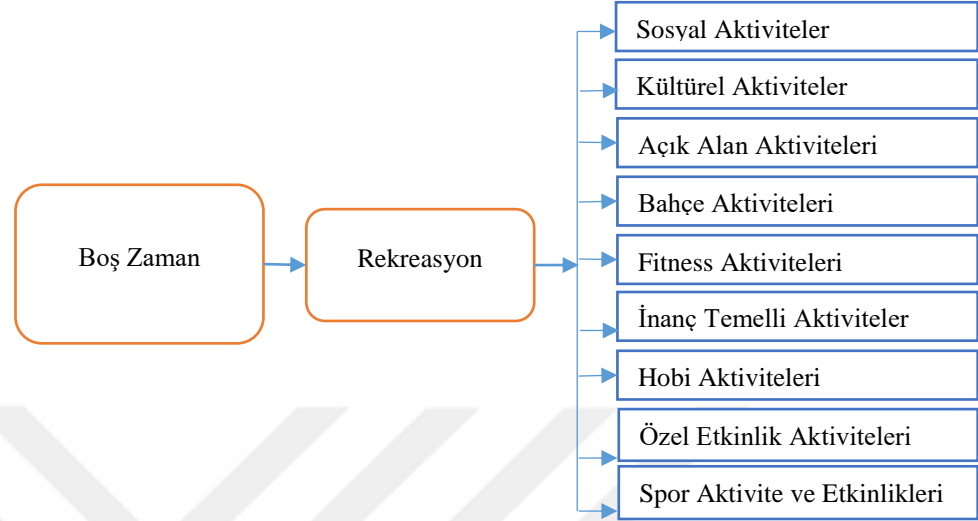
TDK tarafından “etkinlik” kavramı etkin olma durumu, eylem, faaliyet ve aktivite olarak tanımlanmaktadır. “Aktivite” kavramı ise etkinlik olarak belirtilmektedir (http-1). Etkinlik ve aktivite kavramları birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Ancak Getz (2007) etkinliklerin birçok aktiviteyi içerdiğini ancak aktivitelerin etkinlik olarak tanımlanamayacağını belirtmektedir. Aktivite kavramı aktif olma durumu, enerjik eylem ya da hareket, hareketlilik ya da bireyin yer aldığı özel uğraş olarak tanımlanmaktadır. Boş zaman ve rekreasyon aktivitesi kendiliğinden gerçekleşmekte ve birey içsel ödül için bu aktivitelere katılmaktadır. Aktiviteler genellikle etkinliklerin içerisinde yer alan konserde gösterilen performanslar, mücadele gerektiren spor etkinliklerindeki karşılaşmalar, konferans sırasında gerçekleştirilen toplantılar gibi temalardır.

Rekreasyonun bireyin özel olarak değerlendirdiği, yarar sağladığını düşündüğü ve gönüllü katılım gösterdiği aktiviteleri kapsamaktadır. Boş zamanda olduğu gibi bir yönelim değerinin olmadığı ifade edilmektedir. Yani, boş zaman ya da boş zaman deneyimine katılımın ne iyi ne de kötü olduğu, önemli olanın bireyin boş zamana katılım göstermesidir. Ancak bunun aksine, rekreasyona katılımın genellikle yapıcı, pozitif ve sosyal kabul davranışları ile sonuçlandığından bahsedilmektedir. Rekreasyonun bir toplumun bireylerine yönelik böyle olumlu sonuçlar ortaya koyduğu için düzenlendiği ve desteklendiği belirtilmektedir (Edginton vd., 2006).

Rekreasyon birçok oyun biçimini ve oyun biçimi olarak değerlendirilmeyen seyahat etme, okuma, müze ziyareti, diğer kültürel ve entelektüel uğraşları kapsamaktadır. Rekreasyonun sosyal bir kurum olarak iki noktada boş zamandan daha geniş uygulamaya sahip olduğu ifade edilmektedir. Birincisi rekreasyon, askeri kuvvetler ve ticari işletmeler gibi öncelikli amacı boş zaman olmayan kurumlar tarafından sunulmaktadır. İkincisi, rekreasyon kuruluşları genellikle rekreasyon hizmetinin dışında diğer sosyal ve çevresel hizmetleri de sağlamaktadır (McLean ve Hurd, 2012).

Mull vd. (2005) tarafından rekreasyon, seçimlerin ve katılımda beklenen sonuçların bireye bırakıldığı boş zaman deneyimi olarak ifade edilmektedir. Rekreasyonun amacının katılımcılara çeşitli aktiviteleri sunmak ve pozitif deneyim yaşatmak olduğu belirtilmektedir. Boş zamanı değerlendirme olarak ifade edilen rekreasyon kapsamında farklı aktiviteler bulunmaktadır. Bu aktiviteler şekil 2.2’de gösterildiği gibi partiler, akşam yemekleri, sohbetler vb. sosyal, bireyin yaratıcılığını ortaya çıkardığı ve kendini ifade ettiği kültürel, tırmanış, kamp, rafting, bisiklet, bot vb. açık alan, yürüyüş, koşu, bisiklet, yüzme vb. fitness, bahçe işleri, hobi, inanç temelli

fuvarlar, konserler gibi özel aktiviteler ve etkinlikler ile spor aktiviteleri ve etkinliklerinden oluşmaktadır (Mull vd. 2005).

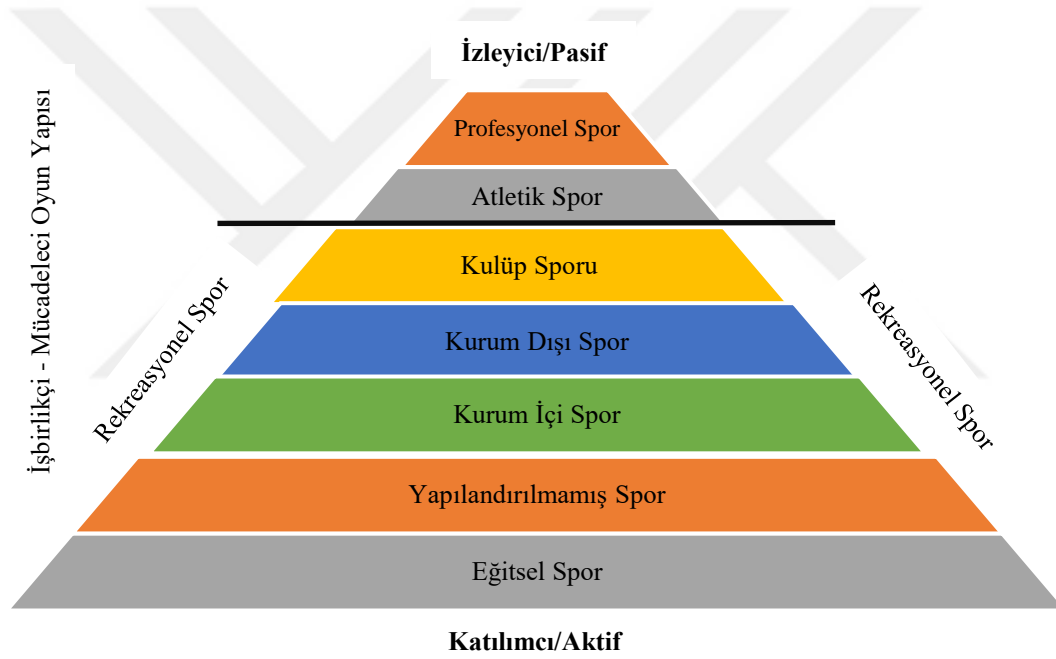


Şekil 2.2. Rekreasyonel aktiviteler (Mull vd., 2005)

Spor aktivite ve etkinlikleri, boş zamanlarda katılım gösterilen en önemli unsurların başında gelmektedir. Boş zaman tanımında yer alan özgür seçim ve içsel tatminin katılım açısından çoğu spor aktivitesinde yer aldığı vurgulanmaktadır. Sporun katılımcıları tatmin eden sonuçlar ortaya koyduğu, amaç yönelimli fiziksel çaba gerektirdiği ve organize bir şekilde gerçekleştiği belirtilmektedir. Bu özellikler dikkate alındığında bazı katılımcılar için sporun boş zaman aktivitesi olarak değerlendirilemeyeceği anlaşılmaktadır. Belirli sözleşmeye göre performans sergileyen ya da beceri öğretimini sağlayan profesyoneller için spora katılımın boş zaman olarak değerlendirilemeyeceği ifade edilmektedir. Benzer şekilde, seçme şansının çok az olduğu ya da hiç olmadığı beden eğitimi derslerine katılımın da boş zaman olarak değerlendirilemeyeceği belirtilmektedir. Ayrıca partnerinin tenis turnuvasına katılabilmesi için ona eşlik eden biri için boş zaman kavramından bahsetmenin doğru olmadığı vurgulanmaktadır (Kelly, 1982). Kısaca spor katılımcısının performansını sergilemesi için bir zorunluluk gerektiriyorsa, özgür seçim şansı yoksa ve katılımcı tarafından içsel tatmin elde edilemiyorsa sporun boş zaman aktivitesi olarak değerlendirilmesi mümkün görünmemektedir.

Mull vd. (2005) tarafından boş zaman spor yönetim modelinde spor, program sunum alanlarına göre sınıflandırılmaktadır. Katılım aktif ve pasif olmak üzere iki

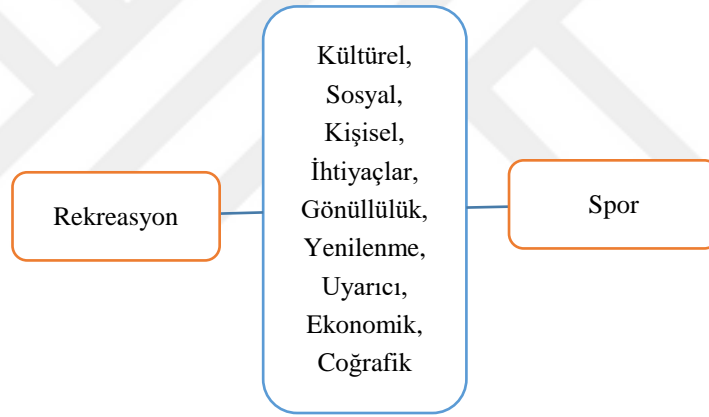
eksende değerlendirilmektedir. Her iki eksende yer alan spor türleri rekreasyonel spor olarak ifade edilmektedir. Aktif katılım ekseninde eğitsel sporun temelde yer aldığı piramit yapıda bir hiyerarşi görülmektedir. Modele göre aktif katılım, profesyonel sporun yer aldığı zirveye doğru azalmaktadır. Zirvede profesyonel spor yer almakta aktif katılım yerini, pasif yani izleyici katılımına bırakmaktadır. Her iki ilgilenim türünde boş zaman spor aktivitesi olarak değerlendirilmektedir. Rekreasyonel spora aktif katılım ekseninde eğitsel, yapılandırılmamış, kurum içi, kurum dışı ve kulüp sporu yer almaktadır. Pasif katılım ekseninde ise atletik ile profesyonel spor yer almaktadır. Şekil 2.3’de rekreasyonel spora katılım biçimine göre yapılan sınıflandırma gösterilmektedir.



Şekil 2.3. Rekreasyonel sporun sınıflandırması (Mull vd., 2005)

Aktif katılım daha çok olayı içinde rol alma durumu, pasif katılım ise sporun seyir yönü anlamına gelmektedir. Aktif katılımın bireyin ilgisine, yeteneğe ve ruh haline bağlıdır. Pasif katılım yani sporun seyir yönü, çok bilinmemesine rağmen rekreasyonel sporun bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Bireyin izlemekten hoşlandığı herhangi bir spor olayı rekreasyon olarak nitelendirilmektedir. İnsanlar oyuncuların becerilerini ya da o spor dalında katılımcı oldukları ve izledikleri sporcuyla kendilerini özleştirdikleri için spor olayını gözlemlemekten hoşlanmaktadır (Mull vd., 2005).

Rekreasyon ve spor arasında koordineli bir ilişki bulunmaktadır. İki kavram arasındaki ilişki yorumlanırken her iki kavramın temelini bakmak gerekmektedir. Rekreasyon ve sporun birçok ortak özelliğinin olduğu hatta benzerliklerin farklılıklardan çok olduğu belirtilmektedir. Kültürel bir fenomen olarak görülmesi, gönüllü olarak gerçekleştirilmesi, fiziksel ve zihinsel enerjiyi geri kazanmak amacıyla boş zamanlarda katılım gösterilmesi, kişilik gelişimine katkı sağlaması, yenilenme amacıyla bedensel ve psikolojik ihtiyaçlardan ortaya çıkması, ikisinde boş zaman davranışı olarak yaşam deneyiminden hoşlanma ile sıkı bağının olması, doğal ve sosyal çevreyle kısacası coğrafik çevreyle yakın etkileşim kurulan sosyal aktiviteler olması genel ortak özellikler olarak sıralanmaktadır. Rekreasyon ve spor yorumlanmasındaki bazı ortak kavramlar Şekil 2.4’de de gösterilmektedir (Gyori, 2015).

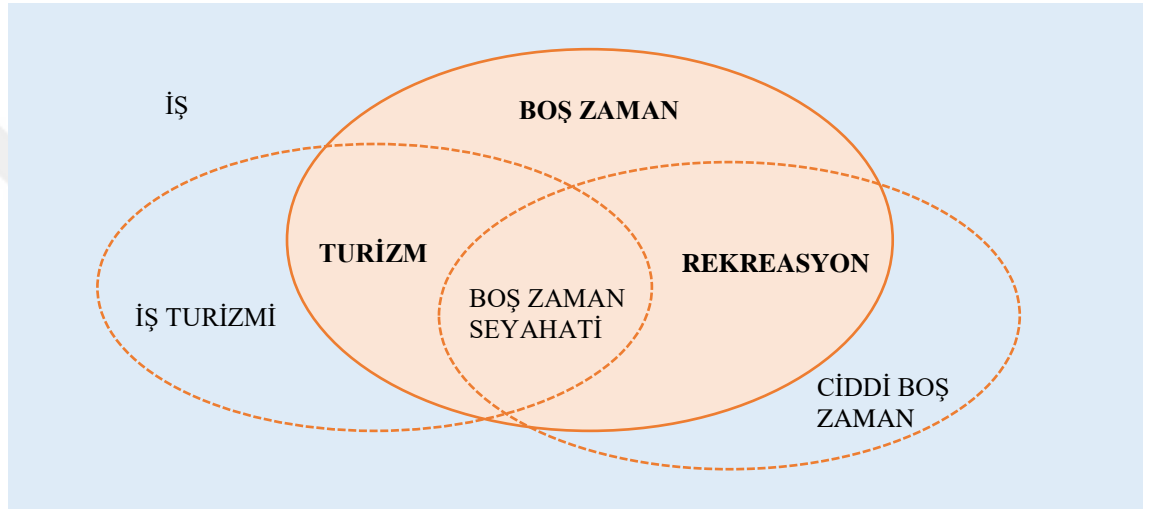


Şekil 2.4. Rekreasyon ve sporun yorumlanmasındaki bazı ortak kavramlar (Györi, 2015'den uyarlanmıştır)

Boş zaman deneyimi ya da rekreasyon aracı olarak spor olayının turizm yönünden de bahsetmek gerekmektedir. Ancak öncesinde boş zaman, turizm ve rekreasyon arasındaki ilişkinin incelenmesi yararlı olacaktır. Turizm bir anlamda boş zaman aktivitelerinin tüketimi olarak değerlendirilmektedir. Birçok turizm deneyimi boş zaman temelli aktivitelerden oluşmaktadır. Boş zaman, rekreasyon ve turizm arasındaki ilişki konusunda Chang (2009) turizmin boş zamanın özel bir biçimi olarak değerlendirilmesi gerektiğini söylemektedir. Rekreasyonun ise boş zaman sürecinde gerçekleşen bir deneyim olduğu için boş zaman kavramı içinde yer aldığını ve bir çok turizm hareketinin doğası gereği rekreasyon olduğunu belirtmektedir. Butler (1999) boş zaman, rekreasyon

ve turizm arasındaki ilişkiyi kısaca şöyle ifade etmektedir; turizm boş zaman sürecinde gerçekleştirilen bir olaydır. Turizm seyahat anlamına gelmekte, bu yüzden mantık olarak turizm adına bazı aktiviteler boş zaman ve rekreasyonun bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

Literatürde boş zaman, rekreasyon ve turizm arasında iç içe geçmiş bir ilişkinin olduğu gözlemlenmektedir. Chen (2006) boş zamanı rekreasyon ve turizmi kapsayan daha geniş bir kavram olarak değerlendirmektedir. Boş zaman, rekreasyon ve turizm arasındaki ilişki Williams (2003) tarafından şekil 2.5’de diyagramlar ile anlatılmaktadır.



Şekil 2.5. Boş zaman, rekreasyon ve turizm arasındaki ilişki (Hall ve Page (1999’dan aktaran Williams), 2003)

Williams (2003) boş zaman, turizm ve rekreasyon arasındaki ilişkide diyagrama göre bazı temel noktalar olduğunu belirtmektedir. Bu noktalar;

- Doğaları gereği rekreasyon ve turizmin birçok alanı boş zaman içerisinde yer almaktadır. Bu deneyim alanları genellikle bireylerin kişisel ödülleri aldıkları, fayda sağladıkları boş zaman dilimi içerisinde gerçekleşmektedir.
- Turizm ve rekreasyon alanlarının her ikisinde de iş alanına doğru uzanan bir çıkıntı görülmektedir. Bunun iş turizminin bir kanıtı olduğu ve aynı zamanda rekreasyonel ilginin profesyonel seviye de mücadele arayışı özelliği olduğu ciddi boş zaman alanına uzandığı görülmektedir.
- Rekreasyon ve turizm küreleri arasında ciddi anlamda kesişmelerin olduğu görülmektedir. Turistlerin ve rekreasyonistler arasındaki bu kesişim en temel düzeyde zaman ve mekân kullanımında görülmektedir.

Turizm ve rekreasyonun birbiriyle ilişkili alanlardır. Turizm ve rekreasyon arasındaki ilişki Hazar (2014) tarafından şu şekilde ifade edilmektedir;

- Turizm ve rekreasyonun her ikisinde de doğal ve beşeri değerler kaynak olarak kullanılmaktadır.
- İnsanların rekreasyona yönlendirilmesi beraberinde turizmin gelişmesini sağlayacaktır.
- Rekreasyon bazen turistik bir ürünün parçası olabilmektedir. Paket tur kapsamında gidilen bölgede festival ya da spor müsabakasının izlenmesi bu duruma örnek gösterilebilir.
- Rekreatif işletmeler turistler için boş zaman değerlendirme imkânı yaratmaktadır. Dolayısıyla bir destinasyonda cazibe, faydalılık, kolay elde edilebilirlik özelliklerine sahip rekreatif etkinlikler, turistlerin konaklama süresini uzatmaktadır.
- Doğaları gereği rekreasyonun ve turizmin birçok alanı boş zamanın geniş bir bölümünde yer almaktadır. Bunlar genellikle çoğu insanın boş zaman olarak tanımlayacağı zaman diliminde ve insanların boş zaman aktivitesine yükledikleri faydalar ile kişisel ödülleri verildiği yerlerde gerçekleşen deneyim alanlarıdır.
- Şekilde görüldüğü gibi iş alanının içinde boş zaman çemberinin dışına doğru uzanan turizm ve rekreasyon alanları bulunmaktadır. Bu iş turizmi etki alanına yönelik bir kanıttır. Bir de rekreasyonel ilgilerin söz konusu aktivitede, profesyonel yeterlilik seviyesi için arayışta iş niteliklerinin bazı özelliklerini üstlendiği yer olan ciddi boş zaman alanı içinde kanıttır.
- Rekreasyon ve turizm küreleri arasında en basit seviyede zaman ve mekan anlamında turistlerin ve rekreasyonistlerin kayda değer derecede bir kesişim vardır.

Literatürde rekreasyon ve turizm arasındaki ortak kesişim noktasından bahsedilmesine rağmen (Page ve Connell, 2010), rekreasyon ve turizmin birbirinden ayrıldığı noktalar da bulunmaktadır. Leiper (1979) göre rekreasyon ve turizmin ayrıldığı bazı kriterler vardır. Bu kriterler;

- Turizmde çekiciliğin doğası, yaşanılan yerden uzaklaşma ve ilgili aktiviteler daha fazla vurgulanmakta,
- Turizmde seyahat süresi uzun olmakta,

- Turistik seyahat sıklığının diğer rekreasyonel seyahatlere göre daha az olması,
- Turizmin rutin rekreasyon ve boş zaman aracılığıyla ulaşılabilen sosyal fırsatlardan daha fazlasını sunması,
- Turizmde maliyetlerin daha yüksek olması,
- Turizmde deneyimin daha kişiye özel olması,
- Turistik seyahatin soyut olarak algılanması dolayısıyla hatıradan kalması olarak ifade edilmektedir.

Baud-Bovy ve Lawson (1998) göre rekreasyon ve turizmin her ikisi de aynı çevreyi ve tesisleri paylaştığından aradaki sınırlar belirsizdir. Rekreasyon ve turizm arasındaki sınırlar genellikle mekân ve gelir bakımından karşılaştırılmaktadır. Çevreyi geliştirmek, korumak ve doğal mirası restore etmek rekreasyon ve turizmin her ikisi içinde faydalıdır. Bir bölgede rekreasyona yönelik kaliteli fiziksel şartlar oluşturulursa aynı zamanda o bölgede turizme olan ilgi de artar, konaklama ve diğer hizmetler için talep yaratılır. Örneğin bugün Eskişehir ili kent merkezinde rekreasyonel amaçlı kurulan kent park ve sazova parkı, Eskişehir'i ziyaret eden turistler için çekim merkezi durumundadır.

Boş zaman değerlendirme ve rekreasyon amaçlı katılım gösterilen spor aktivite ve etkinlikleri bazı durumlarda turizmin ana veya yan ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler spor olayına aktif katılmak, izlemek ya da spor ile ilgili çekicilikleri ziyaret etmek için boş zaman temelli seyahatler gerçekleştirmektedirler. Bu seyahatler spor turizmi olarak tanımlanmaktadır (Gibson, 1998b). Bazen bu seyahatler Olimpiyat Oyunları ve Dünya Futbol Şampiyonası gibi mega etkinlikleri izleme, sporla ilişkili müze, ünlü spor salonları, tesisleri, mekanları vb. çekicilikleri ziyaret etme ve ünlü spor kişilikleriyle buluşma ya da spor olayına aktif katılmak amacıyla düzenlenmektedir (Gibson, 1998b; Weed ve Bull, 2009; Kaplanidou ve Gibson, 2010).

Bu bölümde boş zaman, rekreasyon, spor ve turizm arasındaki ilişki ve benzerlikler tartışılarak kuramsal temel oluşturulmaya çalışılmıştır. İlerleyen bölümde etkinlik, deneyim, spor etkinlik deneyimi ile ilgili yapılar hakkında bilgi verilmiştir.

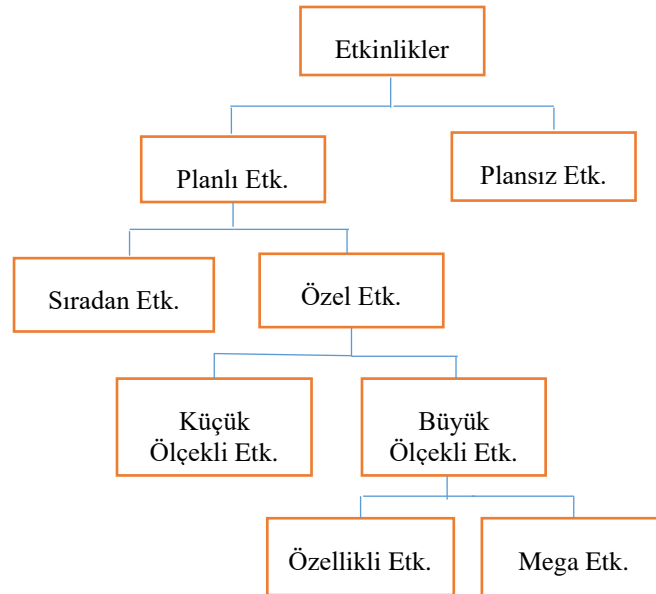
2.6. Etkinlik

Etkinlik özenli bir şekilde tasarlanan, katılımcı ve izleyicide etki yaratan bir tür deneyim olarak tanımlanmaktadır (Pira, 2004). Etkinlikler boş zaman, iş dünyası ve turizmle ilişkili en heyecanlı ve en hızlı büyüyen oluşumlardan biri olarak

değerlendirilmektedir. Etkinliklerin özel çekicilikleri sınırlı süreye sahip olmalarından ve her birinin temelinde bulunan eşsiz özelliklerden kaynaklanmaktadır. Bu özelliklerin etkinlikleri, kurum ve kuruluşlardan ve inşa edilmiş çekiciliklerden ayırdığı vurgulanmaktadır. Çoğunlukla etkinliklerin kutlama ve şölen ortamının, etkinliklerin sıra dışı yaşam deneyimi olarak değerlendirilmesine sebep olduğu ifade edilmektedir (Getz, 2007).

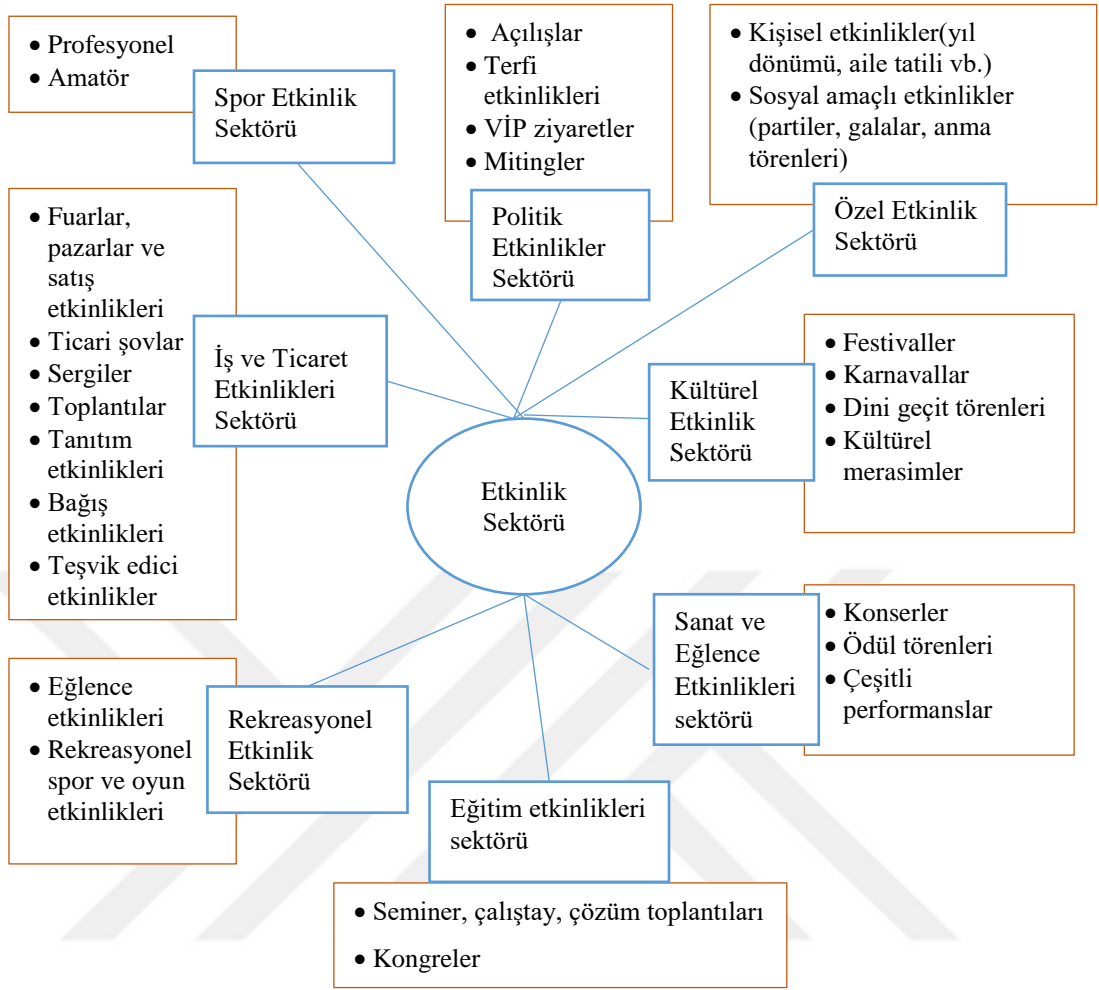
Etkinlikler turizm endüstrisinde strateji ve gelişim aracı olarak görülmektedir. Boş zaman ve turizm endüstrisi içerisinde yer alan etkinlik endüstrinin gelişmesine yönelik katkı yapacak araştırmalar için, öncelikle çeşitli formları olan etkinliklerin açık bir şekilde sınıflandırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır (Tassiopoulos 2005). Berridge (2012) göre etkinliklerin daha iyi anlaşılabilmesi için kategorilerinin, tipolojilerinin ve karakteristiklerinin bilinmesi gerekmektedir.

Etkinliklerin türleri incelendiğinde literatürde farklı yazarlar tarafından yapılmış sınıflandırmaların olduğu gözlemlenmektedir. Temel düzeyde etkinlikler planlı ve plansız etkinlikler olarak sınıflandırılmaktadır. Planlı etkinlikler sıradan ve özel etkinliklere ayrılmaktadır. Özel etkinlikler ise küçük ölçekli ve büyük ölçekli etkinlikler olarak sınıflandırılmaktadır. Son olarak büyük ölçekli etkinlikler özellikli (hallmark) ve mega etkinlikler olarak ikiye ayrılmaktadır (Getz, 2007; Tassiopoulos, 2005). Şekil 2.6'da etkinliklerin genel sınıflandırılması görülmektedir.



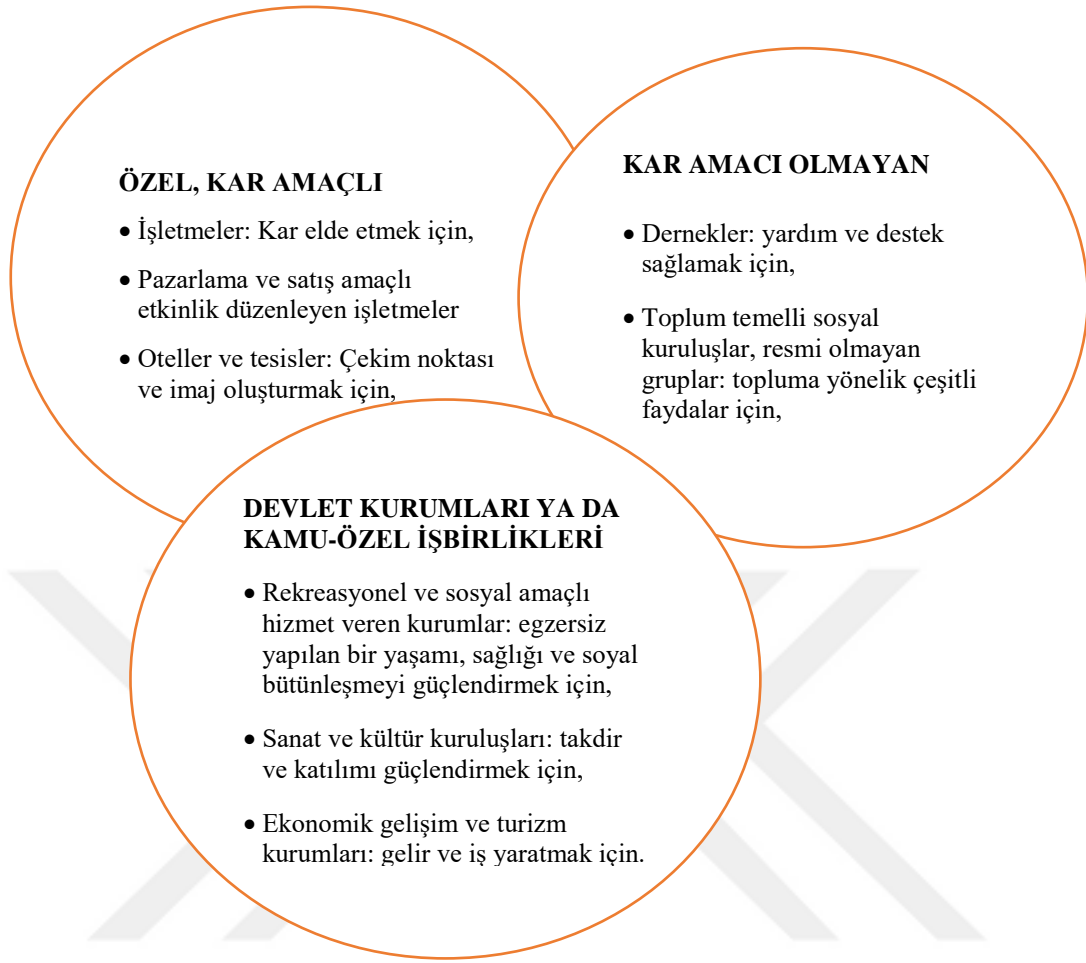
Şekil 2.6. Etkinlik sınıflandırması (Getz, 2007; Tassiopoulos, 2005)

Wagen (2005) etkinlikleri büyüklük ve türlerine göre sınıflandırmaktadır. Büyüklüklerine göre etkinlikler mega, hallmark (özellikli), majör ve minör etkinlikler olarak ayrılmaktadır. Türlerine göre etkinlik sınıflaması ise spor, eğlence, sanat ve kültürel festivaller, ticari, pazarlama ve tanıtım etkinlikleri, toplantı, kongre ve sergi, aile etkinlikleri, bağış toplama amaçlı etkinlikler ve çok yönlü etkinliklerden oluşmaktadır. Shone ve Parry (2004) tarafından etkinlikler; boş zaman etkinlikleri, kültürel etkinlikler, kurumsal etkinlikler ve kişisel etkinlikler olarak ayrılmaktadır. Raj vd. (2009) ise etkinlikleri dini, kültürel, müzikal, spor, kişisel, politik ve yönetsel, ticari ve iş amaçlı, kurumsal, özel ve boş zaman etkinlikleri olarak sınıflandırmaktadır. Literatürden de anlaşıldığı gibi etkinliklere farklı bakış açılarından yaklaşarak sınıflandırmaların yapıldığı gözlemlenmektedir. Etkinlik sınıflandırılmasında Getz (2007) tarafından yapılan tipolojinin literatürde yaygın olarak kabul gördüğü söylenebilir. Tassiopoulos (2005) bu sınıflandırmaya etkinlikle ilgili sektörleri de dahil etmiştir. Şekil 2.7’de etkinlik tipolojisi ve ilgili sektörler gösterilmektedir.



Şekil 2.7. Etkinlik tipolojisi ve ilgili sektörler (Tassiopoulos, 2005)

Etkinlikler turizmin ve pazarlama planlarının gelişmesinde bütünleyici özelliğe sahiptir (Tassiopoulos, 2005). Günümüzde etkinliklerin aratan bir şekilde farklı organizasyonlar tarafından düzenlendiği görülmektedir. Her organizasyonun amacı farklılık göstermektedir. Etkinlik düzenleyen organizasyonlar ve amaçları Getz (2007)'e göre üç grupta değerlendirilmektedir. Şekil 2.8.'de etkinlik düzenleyen organizasyonlar ve amaçları gösterilmektedir.



Şekil 2.8. Etkinlik Düzenleyen kurumlar ve temel amaçları (Getz, 1997)

Etkinlik endüstrisinin giderek büyüyen küresel bir iş alanı olduğundan söz edilmektedir. Etkinliklerin boş zaman aktivitesi, gelir yaratma, tutundurma, şehirlerin canlanmasında ve turistik destinasyon özelliği kazanmalarında bir araç ve kariyer alanı olarak toplumdaki rolleri ve etkileri artık daha da çok fark edilmektedir (Berridge, 2007). Özellikle Olimpiyat Oyunları ve FIFA Dünya Kupası gibi mega etkinliklerin ekonomik etkileri yapılan araştırmalardan bilinmektedir. Ancak günümüzde etkinlik endüstrisinde ilginin artık küçük etkinliklere doğru değiştiği belirtilmektedir. Bunun sebebi olarak yerel toplum için küçük etkinliklerin sonuçlarının ve faydalarının daha pozitif olmasıdır (Agha ve Taks, 2015).

2.7. Spor Etkinlikleri

Spor etkinlikleri yaratıcı ve kompleks içerikle karakterize edilen, eğlence özelliği olan, belirli bir programa göre düzenlenen, turistik etkiye sahip ve ev sahibi destinasyon

için ciddi sosyal ve ekonomik önemi olan olaylar olarak tanımlanmaktadır (Bjelac ve Radovanovic, 2003). Getz (2007) spor etkinliklerini, spor aktivitelerinin meydana geldiği sırada ortaya çıkan gerçek oyunlar ve karşılaşmalar olarak ifade etmektedir.

Spor etkinliklerinin turizm açısından önemli motivatör olduğu bununla birlikte birçok destinasyonun gelişiminde, pazarlama planlarının oluşturulmasında ve ev sahibi destinasyona yönelik algıların oluşmasında belirgin bir değerinin olduğu ifade edilmektedir (Getz, 2008). Lepp ve Gibson (2011) yaptıkları araştırmada, 2010 FIFA Dünya Kupasının Güney Afrika'ya yönelik bilginin artmasına katkı sağladığı sonucuna ulaşmışlardır. Fourie ve Gallego (2011)'nin yaptıkları araştırma sonuçları ise mega etkinliklerin ev sahibi destinasyona gelen turist sayısını arttırdığını ortaya koymuştur. Etkinliğin düzenlendiği yıl gelen turist sayısının yaklaşık %8 arttığı rapor edilmiştir. Wagen (2005) 2000 Sidney Olimpiyat Oyunlarına başarılı bir şekilde ev sahipliği yapmanın ve ardından Rugby Dünya Şampiyonası başarısının Avustralya'yı dünyanın lider etkinlik destinasyonlarından biri yaptığını belirtmektedir.

Günümüzde şehirlerin spor etkinlikleri düzenleyebilmek için birbirleriyle yarıştığı gözlemlenmektedir. Küresel spor şehirleri indeksi sıralaması incelendiğinde birinci sırada etkinlik büyüklüğüne göre 16 etkinlikle Londra, ikinci sırada 7 etkinlikle Rio de Janeiro ve üçüncü sırada 17 etkinlikle Moskova şehirlerinin olduğu dikkati çekmektedir. Listede Türkiye'den sadece 5 etkinlikle 16. sırada İstanbul şehri yer almaktadır (<http-2>).

Spor etkinlikleri destinasyon pazarlama stratejisinin bir birleşeni olarak görülmektedir. Olimpiyat oyunları gibi sabit süreli kısa dönemli etkinliklerin ev sahibi destinasyonlara çekiciliklerini ziyaretçilere göstermek için fırsatlar sunduğu dile getirilmektedir. Ayrıca, bu tür etkinliklerin ev sahibi destinasyonlara yönelik algıyı değiştirebileceği belirtilmektedir (Hede, 2005).

Kavetsos ve Szymanski (2010) spor etkinliklerinin ekonomik açıdan etkilerinden bahsetmektedir. Spor etkinliklerinin ev sahibi topluma ve destinasyona, spor tesisleri, turizm, alt yapı yatırımları ve yenileme çalışmaları gibi ekonomik etkileri bulunmaktadır. Spor etkinliklerinin ekonomik etkilerinin dışında politik etkilerinden de bahsedilmektedir. Herhangi bir toplum, şehir veya ülkeden sporcuların ya da takımların beklenilmeyen başarıları genellikle büyük kutlamalara ve eğlenceye dönüşmektedir. Bunun en güzel örneğinin Yunanistan'ın 2004 yılında Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yaptıktan sonra Avrupa Futbol Şampiyonasında gösterdiği başarı olduğu ifade

edilmektedir. Elde edilen başarının Yunan ulusu için övünç kaynağı oluşturduğu söylenmektedir. Bu yüzden spor etkinliklerinin politik öneme sahip olabileceği belirtilmektedir (Raj vd., 2009).

2.7.1. Spor etkinliklerinin sınıflandırılması

Spor etkinlikleri farklı ülkelerde ve bölgelerde düzenlenen en üst seviyede sporcuları ve rekreasyonel amaçlı aktif katılımcıları cezbeden, o bölgeye çeken ve beraberinde onları izlemek isteyenlerin o bölgeye gelmesine neden olan olaylardır (Wagen, 2008). Spor etkinlikleri farklı bakış açılarına göre sınıflandırılmaktadır. Spor etkinlikleri Getz (2007) tarafından;

- Açık alan ve kapalı alan spor etkinlikleri
- Kara, hava ve su temelli spor etkinlikleri
- Düzenli, periyodik ve bir kez düzenlenen spor etkinlikleri,
- Kamu ya da özel spor etkinlikleri,
- Profesyonel, amatör veya profesyonel ve amatör karışımı spor etkinlikleri,
- Teklife göre düzenlenen ve lig usulü spor etkinlikleri olarak sınıflandırılmaktadır.

Literatürde spor etkinliklerinin önemine, düzenlendiği yer ve zamana göre ve karakterlerine göre de sınıflandırıldığı görülmektedir. Öneme göre spor etkinlikleri yerel, bölgesel, ulusal, uluslararası katılımlı ulusal etkinlikler, kıtasal, kıtalararası ve Olimpiyat Oyunları gibi küresel etkinlikler olarak ayrılmaktadır. Düzenlendiği yer ve zamana göre ise her zaman aynı lokasyonda düzenlenen, her zaman başka bir yerde düzenlenen ve eş zamanlı düzenlenen etkinlikler olarak sınıflandırmanın yapıldığı görülmektedir. Son olarak karakterlerine göre spor etkinlikleri rekreasyonel spor etkinlikleri, kompleks rekreatif spor ve turizm etkinlikleri, profesyonel ve rekabetçi doğası olan sportif etkinlikler ve son olarak destek etkinlik olarak spor etkinlikleri şeklinde sınıflandırılmaktadır. Yapılan sınıflamanın kesin sınırlarının olmadığı, bir etkinliğin farklı kategorilerde değerlendirilebileceği ifade edilmektedir (Bjelac ve Radovanovic, 2003).

2.7.1.1. Önemlerine göre spor etkinlikleri

Önemine göre spor etkinliklerinin coğrafi kapsamalarına göre sınıflandırıldığı görülmektedir.

- **Yerel Spor Etkinlikleri:** Bu gruba giren etkinlikler herhangi bir belediye ya da spor kulübü tarafından düzenlenmektedir. Etkinliğin düzenlendiği şehir veya kasabadan izleyicilerin katıldığı etkinliklerdir. Örneğin Tebebaşı Belediyesinin düzenlediği plaj voleybolu, ya da Odunpazarı Belediyesinin tarafından organize edilen salon futbol turnuvası (Futsal) bu grupta değerlendirilebilir.
- **Bölgesel Spor Etkinlikleri:** Bir ülkenin yönetim ya da coğrafi alanlarından birinde düzenlenen, aynı bölgeden ya da daha geniş çevreden izleyicilerin katıldığı etkinliklerdir.
- **Ulusal Spor Etkinlikleri:** Çeşitli spor dallarında düzenlenen ulusal şampiyonalar bu grupta değerlendirilmektedir. İzleyiciler ülkenin çeşitli yerlerinden bu etkinliği takip etmek için etkinliğin düzenlendiği şehre gelmektedir. Örneğin Basketbol ligi Final Four müsabakaları, Ziraat Türkiye Kupası final maçı, PTT 1.lig Play Off finali gibi müsabakalar örnek verilebilir. Bu gruptaki etkinliklerin izleyici potansiyelinin ilgili spor dalının popülerliğine bağlı olduğu ifade edilmektedir.
- **Uluslararası Katılımlı Ulusal Spor Etkinlikleri:** Ülke genelinde uluslararası sporcuların ve takımların davet edilmesiyle düzenlenen spor etkinlikleridir. Bu etkinliklerin izleyicileri genellikle ev sahibi ülke halkıdır. Bu etkinliklerin uluslararası ilgi çektiği de ifade edilmektedir. İstanbul Cup Tenis Turnuvası bu grupta yer alan spor etkinlikleri için örnek verilebilir.
- **Kıtasal Etkinlikler:** Bir kıtada gerçekleştirilen bireysel sporcuların ve takımların performanslarını gösterdiği, etkinliğin düzenlendiği kıtanın uluslararası federasyonları tarafından düzenlenen etkinliklerdir. Avrupa Futbol Şampiyonası, Futbol Şampiyonlar Ligi, vb. etkinlikler bu grupta değerlendirilmektedir.
- **Kıtalararası Spor Etkinlikleri:** Kıtalararası etkinlikler ulusal, kıtasal ya da dünya spor federasyonları tarafından düzenlenen etkinliklerdir. Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerin katıldığı Akdeniz Oyunları, Avrupa ve Güney Amerika'dan en başarılı futbol takımlarının karşılaştığı Kıtalararası Toyota

Futbol Kupası ve her bir kıtanın en iyi takımlarının katıldığı Futbol Konfederasyonlar Kupası örnek olarak verilebilir.

- Küresel Spor Etkinlikleri: Küresel özelliği olan etkinliklerdir. Yaz ve Kış Olimpiyat Oyunları, Universiad, Dünya Basketbol Şampiyonası, Dünya Şampiyonası, Formula 1 vb. etkinlikler bu grup için örnek gösterilebilir (Bjelac ve Radovanovic, 2003; Tokay Argan ve Yüncü, 2015).

2.7.1.2. Düzenlendiği yer ve zamana göre spor etkinlikleri

Bu gruptaki spor etkinlikleri sürekli olarak ya da aralıklarla belirli yerlerde ya da her defasında başka bir yerde ya da eş zamanlı olarak birkaç lokasyonda gerçekleştirilmektedir. Bunlar;

- Geleneksel olarak her zaman aynı bölgede düzenlenen spor etkinlikleri: Bu tür etkinlikler bir şehrin, kasabanın ya da bir köyün turistik bir ürünü olabilmektedir. Etkinliklere ev sahipliği yapan destinasyon trafik, ulaşım ağı, otel, diğer konaklama imkanları vb. alt yapı olanaklarına sahiptir. Doğal coğrafi ve antropojenik turistik değerlere sahiptir.
- Her zaman farklı bir yerde düzenlenen spor etkinlikleri: Olimpiyat Oyunları, Universiade, Dünya Şampiyonaları vb. etkinlikler her defasında farklı bir destinasyonda düzenlenmektedir. Bu etkinliklerin katılımcısı ve izleyicisi çok olduğu için düzenlendiği yerin turistik çekiciliğini arttırmaktadır. İki yılda bir ya da dört yılda bir düzenlenmektedir. Bu etkinlikler ev sahibi destinasyona ekonomik faydalar sağladığı için, birçok şehir ve ülke ev sahipliği konusunda birbiri ile mücadele etmektedir.
- Eş zamanlı düzenlenen spor etkinlikleri: Farklı şehirlerde, bütün bölgeye yayılarak ya da farklı ülkelerde eş zamanlı olarak düzenlenen spor etkinlikleridir. Örnek olarak 2000 yılında Belçika ve Hollanda'da düzenlenen Avrupa Futbol Şampiyonası, 2002 yılında Güney Kore ve Japonya'nın ev sahibi olduğu Dünya Futbol Şampiyonası, 2005 yılında Sırbistan ve İtalya'da düzenlenen Avrupa Voleybol Şampiyonası ve 2008 yılında İsviçre ve Avusturya'nın ev sahipliğinde düzenlenen Avrupa Futbol Şampiyonası verilebilir (Bjelac ve Radovanovic, 2003; Tokay Argan ve Yüncü, 2015).

2.7.1.3. Özelliğine göre spor etkinlikleri

Özelliğine göre spor etkinliklerinin dört grupta sınıflandırıldığı ancak bu sınıflandırılmanın kesin sınırlarının olmadığı belirtilmektedir. Her bir kategorinin sarmal bir ilişki içerisinde olabileceği belirtilmektedir (Bjelac ve Radovanovic, 2003). Bu etkinlikler;

- **Rekreasyonel Spor Etkinlikleri:** Bu tip etkinlikler belirli bir turizm potansiyeline sahiptir. Bu sebeple, bu etkinliklerin sadece spor ve rekreasyon temelli olmadığı, bunun yanında kültürel-tarihsel, eğitimsel, sosyal (birliktelik, yeni sosyal çevrelere aşina olmak) ve turistik (direkt olarak turistik bir konum ve bu konuma ilişkin doğal ve antropojenik turistik değerler ile tanışma) yönlerinin de olduğu belirtilmektedir. Genellikle bu etkinliklerin büyük sayıda katılımcısı olmakta, etkinlik boyunca devam eden eğlence imkanları ve sportif bir içeriği bulunmaktadır. Rekreasyonel spor etkinlikleri aktif katılımcı odaklı etkinlik grubuna dahil edilebilir. Örnek olarak “Meydan Okuma Günü” (tüm dünyada aynı anda gerçekleştirilen bir etkinlik), Boston maratonu, New York Maratonu, Tarih Boyunca Yarış (Sırbistan Belgrad’daki Kalemegdan eski kasabasındaki kale ve parklardaki komplekslerde), Kuzey Sırbistan’daki Frushka Gora dağcılık maratonu, Sırbistan, Arnavutluk, Makedonya ve Türkiye’de geleneklere göre düzenlenen yağlı güreş (modern serbest güreşin öncüsü) verilebilir.
- **Turistik Spor Etkinlikleri:** Gösterilere, zengin sportif ve turistik programlara, doğal ve ilgi çekici turistik değerlere ve etnik heterojen yapıya sahip, diğer turizm türleri ile desteklenen etkinliklerdir. Bu tip etkinliklere Tuna Nehri’nde düzenlenen “The Golden Kettle-of-Fish” etkinliği “Uluslararası Tuna Nehri Su Karnavalı,” Ortodoks Hristiyan Paskalya bayramında Sırbistan’ın Mokrin kasabasında düzenlenen “Katı Yumurta Vurma Dünya Şampiyonası” ve “Omuz Üzerinden Büyük Kaya Fırlatma Dünya Şampiyonası” gibi geleneksel oyunlar örnek olarak gösterilebilir.
- **Profesyonel ve Rekabetçi Doğası Olan Spor Etkinlikleri:** Bu grupta yer alan etkinlik katılımcıları tam anlamıyla profesyonel değildir. Dolayısıyla bu tip etkinlik programlarında etkinlik süresince devam eden eğlence aktivitelerine de yer verilmektedir. Bu tip etkinlikler çoğunlukla sunumsal etkinliklerdir. Bireysel ya da grup yarışmaları olarak farklı spor dallarında organize

edilmekte, programlar disipline ait spor aktivitesinin nitelik ve niceliğine, sporun özelliğine ve sporcuların bireysel yeteneklerine göre oluşturulmaktadır. Çeşitli seviyelere göre organize edilen yarışmalarda ulusal, kıtasal ve dünya çapında kurallar uygulanmaktadır.

- Yardımcı etkinlik olarak spor etkinlikleri: Etnografik, ekonomik, dini, turistik büyük organizasyonlara eşlik eder konumda olan etkinliklerdir. Bu tip sportif etkinlikler organizasyonu daha ilgi çekici hale getirmek için düzenlenmektedir (Bjelac ve Radovanovic, 2003; Tokay Argan ve Yüncü, 2015).

2.8. Deneyim Kavramının Anlamı

Türk Dil Kurumu tarafından deneyim, bireyin belli bir sürede veya hayat boyu edindiği bilgilerin tamamı olarak tanımlanmaktadır (http-3). Caru ve Cova (2003) deneyim kavramının farklı alanlara göre tanımlandığını belirtmektedir. Deneyim kavramı sosyoloji ve psikoloji alanlarına göre bireyin gelişimini yol açan sübjektif ve bilişsel bir aktivite olarak tanımlanmaktadır. Zhong vd. (2017) sosyal bilim alanında deneyimi, günlük yaşam rutininden ayrı dikkat çekici biçimde göze çarpan zirve anı olarak değerlendirmektedir. Psikoloji bakış açısına göre deneyim, bireyin yeteneğine eş değer zorluklar ile karşılaştığında ortaya çıkan optimal psikolojik durum (akış/flow) olarak tanımlanmaktadır (Csikszentmihalyi ve LeFevre, 1989). Dubet (1994) deneyim kavramını gerçekliği yapılandırmada ve doğrulamada bilişsel bir aktivite, bir test, bir araç olarak ifade etmektedir. Antropoloji ve etnoloji alanlarında deneyim kavramı bireylerin kendi kültürünü yaşama, daha doğrusu olayların bilinç tarafından algılanma biçimi olarak tanımlanmaktadır (Bruner, 1986).

Deneyim kavramının tanımlanmasında iki farklı nokta dikkati çekmektedir. Kavramın ilk kullanımı süregelen algılar, hisler ve direk gözlemler anlamına gelmektedir. İkinci kullanımın ise zamanla oluşan bilgi ve birikmiş tecrübeler olarak ifade edilmektedir (Caru ve Cova, 2003). İki farklı tanımın ortak bir noktası olduğu dikkati çekmektedir. Her iki açıklamada belirli bir süreç sonucunda deneyimin oluşumundan bahsedilmektedir.

Deneyimler yüksek oranda kişisel, sübjektif olarak algılanan, soyut, genelde kısa süren ve sürekli devam eden yapıya sahiptir (O'dell, 2007). Cutler vd. (2010) deneyim kavramının iki durumu ima ettiğini belirtmektedir. Birincisi an ve an yaşanan deneyim (erlebnis: yaşantı), ikincisi derin düşünce ve belirlenmiş anlamla bağlı değerlendirilmiş

deneyimdir (Erfahrung: tecrübe edilen). Değerlendirilmiş deneyim duygusal, fiziksel, ruhsal ya da zihinsel seviyede bir olaya katılan bireyde meydana gelen ve hatırlanır bir etki bırakan bir kavramdır ve birçok araştırmanında odak noktasıdır (Cutler vd. 2010).

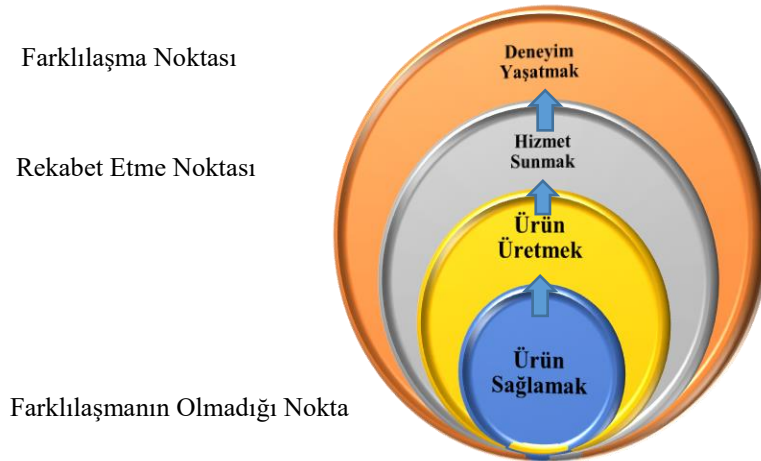
Duerden vd. (2015) katılımcılar ve deneyimi sağlayanlar arasındaki etkileşimin deneyim konusundaki yapıyı manipüle ettiğini ve deneyimle ilgili öznel katılımcı sonuçlarının ortaya çıktığını belirtmektedir. Yazarlar tarafından objektif ve öznel deneyimler her ikisi de yapılandırılmış deneyim olarak açıklanmaktadır. Örneğin restorantta yemek yeme, konser dinleme ve voleybol turnuvasında oynama an ve an yaşanan deneyimler (erlebnis), restoranttaki yemek kalitesinden dolayı mutsuz hissetme, konserde dinlenen bir şarkıdan dolayı duygusallaşma ve gelecek yıl aynı voleybol turnuvasına katılmaya karar verme yaşanmış deneyimler (erfahrung) olarak ifade edilmektedir. Bu kavramsallaşmaya göre tema park, rekreasyon merkezleri, fitness antrenörü vb. deneyim sunanların kasıtlı olarak deneyimin bazı yönlerini manipüle edebilecekleri belirtilmektedir. Koşu etkinlikleri, müzik festivalleri, eğlence amaçlı toplantılar, turnuvalar vb. olayların hepsinin yapılandırılmış deneyimler olduğu açıklanmaktadır. Yapılandırılmamış deneyimin katılımcının asıl deneyim sağlayıcı olduğunda gerçekleştiği belirtilmektedir. Bu durumda birçok deneyim yapılandırılmış deneyim olarak nitelendirilebilir. Çünkü hemen hemen bütün deneyimlerin dışarıdan birileri tarafından bir dereceye kadar kasıtlı olarak manipüle edildiği ifade edilmektedir (Duerden vd. 2015). Örneğin koşu etkinliğine katılan bir birey yapılandırılmış bir deneyim yaşamaktadır. Çünkü etkinlik organizasyonu katılımcıların etkilenebileceği atmosfer oluşturabilir ya da ilgi çekici bir parkur hazırlayabilir. Birçok deneyim bir dereceye kadar yapılandırıldığından deneyim ve yapılandırılmış deneyim kavramlarının bir birinin yerine kullanılabilmesi belirtilmektedir.

Boş zaman spor etkinlikleri bir yönüyle aktif spor turizm etkinliği özelliği de taşımaktadır. Çünkü katılımcıların bir kısmı bu etkinliklere aktif olarak katılmak amacıyla seyahat etmektedirler (Kaplanidou ve Gibson, 2010). Bu tür etkinliklerde katılımcıların farklı deneyimler yaşayabilmesi için farklı hizmetler ve ürünlerde sağlanmaktadır. Dolayısıyla araştırmanın amacı ile bağlantılı olarak bir sonraki bölümde deneyim kavramı pazarlama, turizm ve boş zaman bakış açısına göre değerlendirilmektedir.

2.8.1. Pazarlama bakış açısına göre deneyim

Pazarlama alanında deneyim Schmitt (1999b) tarafından satın alma öncesi ve sonrası pazarlama faaliyetleri ile bazı uyaranlara karşılık olarak meydana gelen özel olaylar olarak tanımlanmaktadır. Deneyimlerin gerçek, rüya ya da sanal olsalar da direk gözlem ya da olaylara katılım sonucunda gerçekleştiğini ve deneyimlerin kendi kendine değil, bir uyarı ya da teşvik sonucu meydana geldiğinden bahsedilmektedir (Schmitt, 1999b; Akyıldız, 2010). Armstrong ve Kotler (2003) göre deneyim, tüketiciler tarafından yaratılan duygusal, fiziksel, entelektüel ve ruhsal etkilerin sonuçları aracılığıyla zenginleşmektedir. Shaw ve Ivens (2002) ise tüketici deneyimini organizasyonla tüketicinin bütün iletişim zamanları süresince tüketicinin beklentilerine karşı sezgiyle ölçülmüş hatırlatıcı duyguların ve fiziksel çevrenin bir karışımı olarak tanımlamaktadır.

Pine ve Gilmore (1998) tüketicilerin deneyim yaşamayı arzu ettiklerini ve işletmelerin bilinçli bir şekilde deneyim tasarlayarak tüketicilerine sunduklarını ifade etmektedir. Deneyimin günümüzde ekonomik değer kapsamında ticari eşya, ürün ve hizmetten sonra gelen dördüncü ekonomik arz olduğu belirtilmektedir. Deneyim sağlama alanında işletmelerin rekabette farklılaştıkları bir nokta olarak da değerlendirilmektedir. Ayrıca, işletmeler ürünlerini deneyimle birleştirerek daha fazla satış yapmaya da çalışmaktadır. Şekil 2.9'da ekonomik değer dizininde işletmeler açısından deneyimin önemi gösterilmektedir.



Şekil 2.9. Ekonomik değer dizini (Pine ve Gilmore, 1998)

Schmitt (2003) tüketicilerin yaşadıkları deneyimleri dört ayrı katmanda tanımlamaktadır. Bunlar;

- Tüketicilerin sosyo-kültürel bağlamda (tüketici pazarında) ya da iş bağlamında yaşadığı geniş-tabanlı deneyimler,
- Bir markanın tüketimi ya da kullanımı ile ilgili deneyimler,
- Ürün kategorileri tarafından sağlanan deneyimler
- Marka tarafından sağlanan deneyimlerdir.

Tüketici deneyimlerinin yönetilebilmesi ve tüketicilere farklı deneyim türleri yaratabilmek için Schmitt (1999a) tarafından stratejik deneyimsel modül önerilmektedir. Deneyimsel modül duyuumsal (sense), duygusal (feel), yaratıcı bilişsel, fiziksel (davranışlar, yaşam tarzı) ve referans grupları ve kültürle ilişkiden ortaya çıkan ilişkisel (relate) deneyimler olmak üzere beş şekilde sınıflandırılmaktadır.

Duyusal deneyimler: Görme, duyma, dokunma, tatma ve koklama aracılığıyla duyuusal deneyimlerin yaratılmasıdır. Duyguların organizasyonların ve ürünlerin farklılaşmasında, tüketicilerin güdülenmesinde ve ürünlere değer katmasında kullanılabilmesi belirtilmektedir (Schmitt, 1999b).

Duygusal deneyimler: Müşterilerde güçlü duygular yaratacak duygusal deneyimlerin yaratılması olarak ifade edilmektedir. Bu güçlü duyguları yaratmak için de hangi uyarıcıların hangi duyguları yarattığını anlamak gerekmektedir (Uygur ve Doğan, 2013).

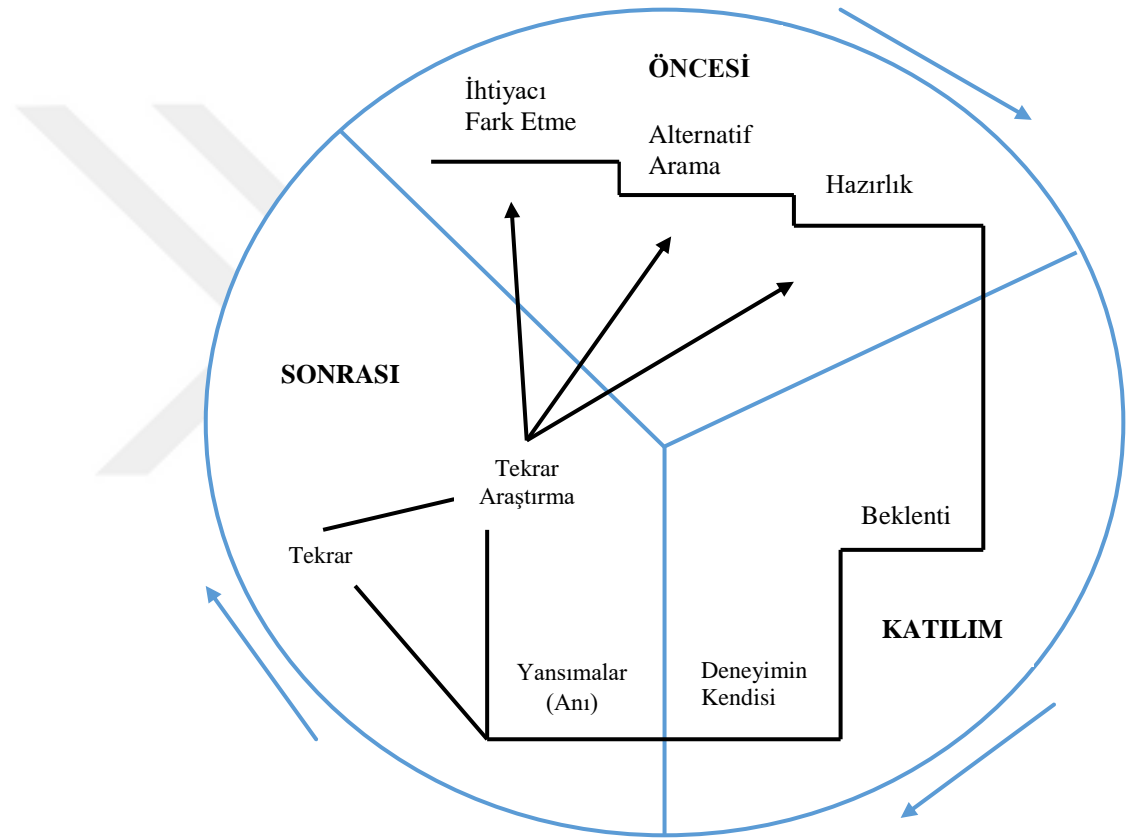
Bilişsel deneyimler: Tüketicinin bilişsel ve yaratıcılığıyla bağlantılı problem çözme deneyimlerini ortaya çıkarma amacı taşımaktadır. Bilişsel deneyimlerin sürpriz, şaşırtma, teşvik etme vasıtasıyla tüketicilerin düşüncelerini etkilemekte, organizasyon ve ürünle ilgili farkındalık yaratmaktadır (Schmitt, 1999b).

Davranışsal deneyimler: Duyusal, duygusal, bilişsel ve ilişkisel deneyimlerin bütünüdür. Davranışsal deneyimlerin müşterilerin nasıl faaliyette bulunduğunu incelemek ve müşterilerin yaşamlarına renk katmak için müşterilere neler verebileceğiyle ilişkilidir (Uygur ve Doğan, 2013).

İlişkisel deneyimler: İlişkisel deneyimler duyuusal, duygusal, bilişsel ve davranışsal deneyimlerden oluşmaktadır. Bireyin kişisel ve özel hislerinin ötesinde bireysel kazanımlar olarak görülmektedir. İlişkisel deneyimler tüketicilerin kendisiyle, diğer insanlar ve kültürler arasındaki ilişkisine yönelik elde ettiği deneyimler olarak da değerlendirilmektedir (Schmitt, 1999b).

Deneyim endüstrisi bugünün ekonomisinin önemli bir parçası olarak görülmektedir. Birçok ürünün tüketicilere sunumunda deneyim unsuruyla birleştiği ve

hizmet endüstrisinin çoğunun da deneyim unsurunu içinde barındırdığı vurgulanmaktadır. Pazarlama bakış açısına göre deneyimin belirli evreler sonucunda oluşmaktadır. Bu evreler deneyim öncesi, katılım ve deneyim sonrası olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Katılımcılar tarafından deneyimin nasıl algılandığı ve bölümlendirildiğinin anlaşılması konusu bu evreler dikkate alınmaktadır. Ancak, bu evrelerin ayrı ve kesin sınırlarının olmadığı yani düzgün bir biçimde birbirinden ayrılmadığı vurgulanmaktadır (O'Sullivan ve Spangler, 1998). Şekil 2.10'da deneyimin evreleri gösterilmektedir.



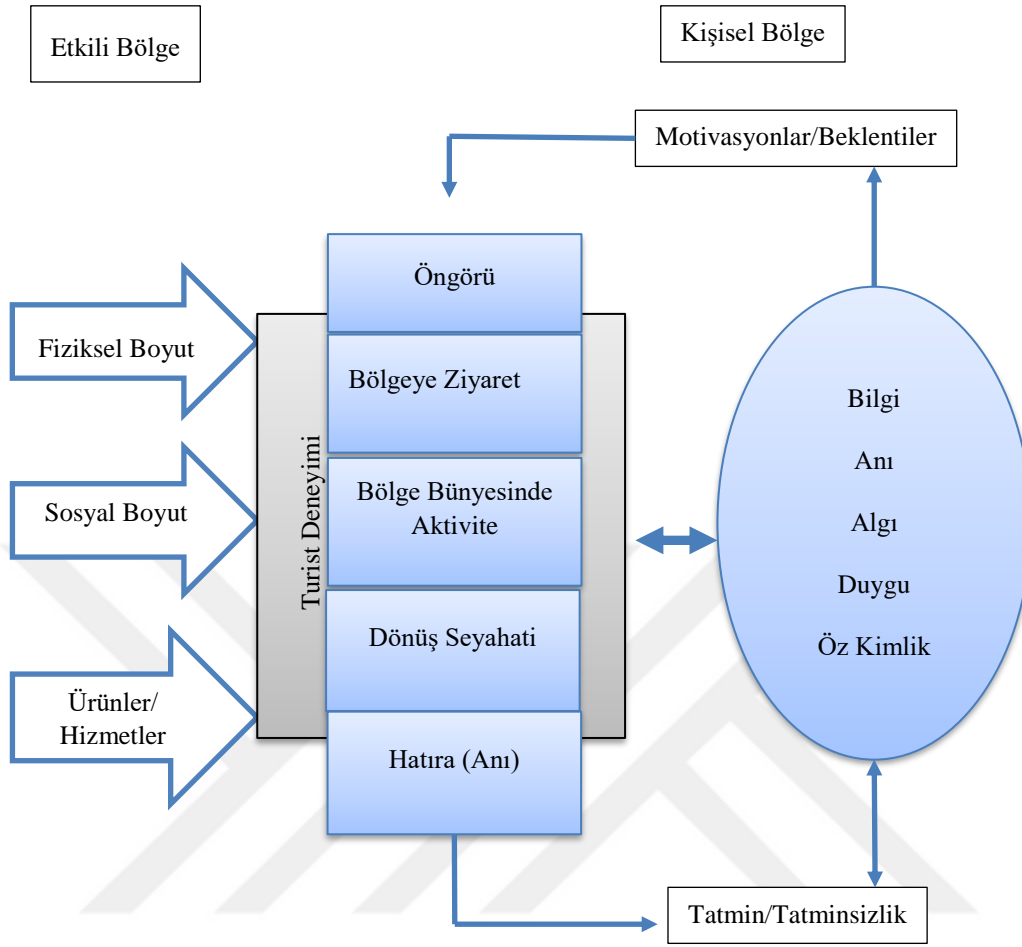
Şekil 2.10. Deneyim evreleri (O'Sullivan ve Spangler, 1998)

Deneyim öncesi evre ihtiyacın fark edilmesi, alternatif arama ve hazırlık alt evrelerinden oluşmaktadır. Katılım evresi, deneyimin yerinde yaşandığı evredir. Bu evrenin başlangıç bölümü beklenti, sonraki bölümü ise deneyimin kendisidir. Deneyim sonrası evre katılımdan sonra gelen son evredir. Bu evre yansıtma (anılar), tekrar etme ve alternatifler arama (tekrar araştırma) alt evrelerinden oluşmaktadır. Deneyim sonrası katılımcıda iyi ya da kötü anılar oluşmaktadır. Bunun sonucunda deneyim tekrar

edilmekte ya da alternatif içerisine girilmektedir. Kısaca deneyim evreleri birbirini takip eden bir süreci yansıtmaktadır (O'Sullivan ve Spangler, 1998).

2.8.2. Turizm bakış açısına göre deneyim

Turizm deneyimleri, turistlerin turistik lokasyonu ziyaret ettiğinde ve orada zaman harcadıklarında oluşturdukları belirli yaşantıların sonucudur (Volo, 2010). Turizm deneyimi bireylerin zihninde bulunan ve rastgele meydana gelen olayların dışında bir ticarileşmiş fenomendir. Turistlerin aktif olarak deneyim aradıkları, daha egzotik olan deneyimleri, deneyimce zengin yerleri, maceraları ve eğlence fırsatlarını giderek artan bir oranda istedikleri ifade edilmektedir (O'dell, 2007). Ayrıca, Pine ve Gilmore (1999)'a göre deneyim, işletme tarafından bilinçli bir şekilde destek için ürün ve ortam gibi hizmetler kullandığında yaratılmaktadır. Ayrıca, tüketici deneyiminin hizmet sağlayan ve tüketici arasında değer önerisinin temel dayanağı olduğu önerilmektedir. Hallmann vd. (2012) deneyimlerin tüketiciler için hatıralar yarattığını, hizmet ve turizmi farklılaştırmak için gelecekte izlenilmesi gereken yol olduğunu belirtmektedir. Bu yüzden birçok girişimci tarafından kültürel geçmiş, tarihi olaylar ya da genel olarak çevredeki manzara gibi temalara dayalı stratejiler geliştirmektedir. Şekil 2.11'de Cutler vd. (2010) tarafından turist deneyimi kavramsal modeli önerilmektedir.



Şekil 2.11. Turist deneyimi etkiler ve sonuçlar kavramsal modeli (Cutler vd. 2010)

Bu modelin turist deneyiminin doğasını gösteren çok evreli, çok etkili ve çok sonuçlu bir model olduğu ifade edilmektedir. Model kişisel bölge ve etkili bölge olmak üzere iki bölgeden oluşmaktadır. Etkili bölgeye göre deneyim sırasında bireyin dışında etkisi olan üç boyutun olduğu belirtilmektedir. Birincisi, mekânsal ve destinasyonun yer tabanlı unsurlarını barındıran fiziksel boyuttur. İkincisi, deneyim üzerindeki çeşitli sosyal etkileri kapsayan sosyal boyuttur. Üçüncüsü yani ürün ve hizmet etkisi ise hizmet kalitesi, ulaşılabilir boş zaman aktiviteleri, turistle ilişkili ulaşılabilir ürünlerdir (Cutler vd., 2010).

Modele göre deneyim bölgeye ziyaret, bölge bünyesinde bulunan aktivite ve dönüş seyahati gibi turistik etkinlikler sırasında olan her şeydir. Deneyimin doğrudan ortaya çıkan sonuçları memnuniyet ve memnuniyetsizlik aracılığıyla genel olarak değerlendirilmektedir (Ryan, 2002). Genel değerlendirme kişisel bölgede yer alan unsurlar üzerinde etkilidir ya da bu unsurlar genel değerlendirmeyi etkilemektedir. Bu unsurların deneyimin kendisi tarafından etkilenen yansıma ve hatıra aracılığıyla,

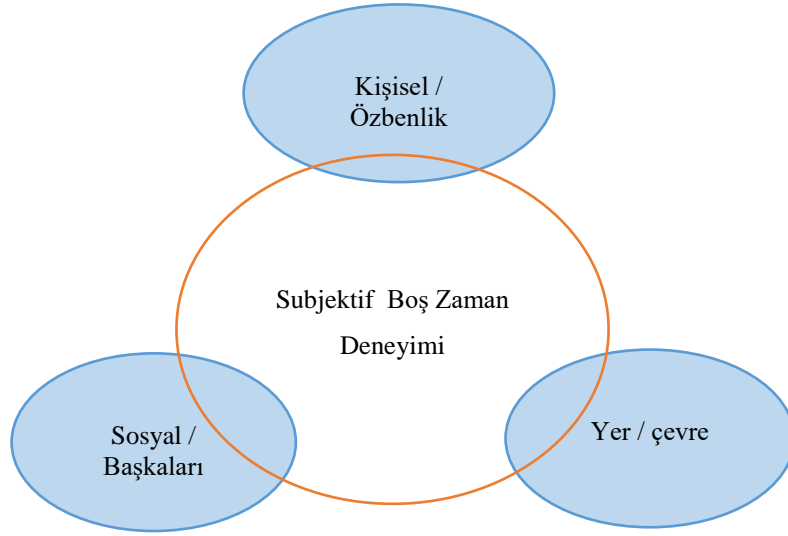
deneyimden sonra değişebilen ve gelişen sonuçlar olarak görülebileceğinden söz edilmektedir. Bu unsurların turistlerin kişisel anıları, yer ve kişi algıları, kendi anlayışları ve dünyalarıyla ilişkili bilgileriyle destinasyona ulaştıklarında deneyimleri şekillendirmektedir. Bu modelin boş zaman ve turist deneyim araştırmalarının incelenmesi aracılığıyla geliştirilmiş bir model olduğu belirtilmektedir (Cutler vd., 2010).

2.8.3. Boş zaman bakış açısına göre deneyim

Deneyim uyarıcılar, çevresel faktörler, tutumlar ya da zihinsel durumlar ve davranışlar sonucunda meydana gelmektedir. Aslında deneyim katılım, algılama, tepki verme, yorumlama, değerlendirme ve hatırlama sonucunda oluşmaktadır. Burada aşamalar hızlı bir şekilde gerçekleşmekte, süreklilik göstermekte ve birey değerlendirmeyi sonlandırmadıkça genellikle farkına varmadan devam etmektedir. Boş zaman deneyiminin herhangi bir bireysel deneyim gibi karışık bir süreç, basit olmayan ve filtresiz algı olduğu ifade edilmektedir (Kelly ve Freysinger, 2000)

Boş zaman deneyimi sade bir şekilde herhangi bir boş zaman ya da rekreasyon katılımına karşı ortaya koyulan karşılık olarak tanımlanmaktadır. Bu karşılık boş zaman deneyiminin bireyde yarattığı etkiye göre farklılık gösterebilmektedir (Page ve Connel, 2010). Örneğin boş zaman spor etkinliğine aktif katılım ile resim sergisine ziyaret etme sonucunda elde edilen deneyimlerin bireyde bıraktıkları etkiler farklı olabilir. Birinde fizyolojik sınırları keşfetme fırsatı elde edilirken diğerinde estetik hisleri güçlendirmeye yönelik faydalar sağlanabilir. Aynı aktivite ya da etkinliğe katılan bireylerin algıladıkları etkiler de farklı olabilir ve bunun sonucunda deneyimler farklılaşabilir. Kısacası boş zaman deneyiminin öznel bir özelliğe sahip olduğundan bahsedilebilir.

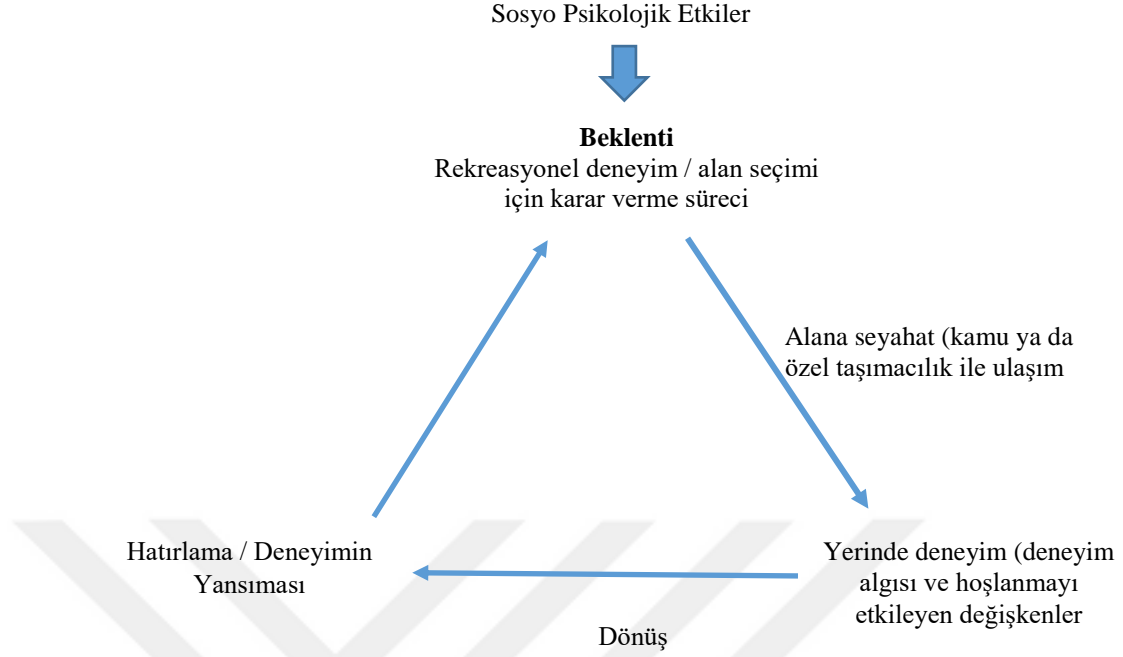
Freire (2013) boş zaman deneyimini sübjektif bir deneyim olarak değerlendirmektedir. Sübjektif boş zaman deneyimi kişisel boş zaman (kişisel düzeyde), sosyal boş zaman (kişiler arası ve gruplar arası düzeylerde) ile yer ya da ekolojik boş zaman (çevresel düzeyde) olmak üzere üç farklı ancak birbirbiriyle ilişkili bileşenden oluşmaktadır. Şekil 2.12’de sübjektif boş zaman ve bileşenleri gösterilmektedir.



Şekil 2.12. *Subjektif boş zaman deneyimi ve bileşenleri (Freire, 2013)*

Kişisel/özbenlik, sübjektif boş zaman deneyiminin içsel düzeyi anlamına gelmekte ve bireyi ya da bireyin kendisini kapsamakta, bireyin kendine özgü deneyimlerini, kişisel becerilerini, eğilimlerini, beğenilerini, boş zaman ya da aktivite ile ilgili beğenilmeyen yönlerini oluşturmaktadır. Sübjektif boş zamanın diğer bileşeni olan sosyal boş zaman kişiler arası ya da gruplar arasındaki sosyal etkileşim ile ilgilidir. Diğer önemli bileşen ise boş zaman aktivitesinin ve boş zaman aktivitesi ile ilişkili deneyimlerin gerçekleştiği yer ya da bölgedir. Bu üç farklı unsurun bütünleşmesiyle öznel bir boş zaman deneyimi yaratılmaktadır (Freire, 2013).

Boş zaman deneyiminin yapılandırılmasında bazı evrelerden bahsedilmektedir. Clawson ve Knetsch (1966'dan aktaran Duerden vd. 2015)'in beş aşamalı rekreasyon deneyim modelinin boş zaman deneyim aşamaları ile ilgili temeli oluşturduğu ifade etmektedir. Page ve Connel, (2010) bu modeli boş zaman deneyimi olarak sunmaktadır. Şekil 2.13.'de beş aşamalı rekreasyon deneyim modeli gösterilmektedir.



Şekil 2.13. Beş aşamalı rekreasyonel deneyim modeli (Page ve Connel, 2010)

Modele göre rekreasyon ya da boş zaman deneyimi beklentileri, alan deneyimini ve deneyim ile ilgili anılardan türetilen değeri kapsayan doğası gereği sosyal psikolojik bir yapıdır (Page ve Connel, 2010). Aslında modele göre bireyin beklentileri, deneyimin gerçekleştiği yer ve katılım sonucunda oluşturulan anılar toplam deneyimi ortaya çıkarmaktadır.

Başka bir bakış açısına göre boş zaman deneyimi beklenti, katılım ve anı olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır. Birçok deneyim sağlayıcı özellikle katılım evresine odaklanmakta beklenti ve anı evrelerini farkında olmadan göz ardı etmektedir. Aslında bu toplam deneyimin göz ardı edildiği anlamına gelmekte çünkü genellikle deneyim sağlayıcılar, organizatörler, planlayıcılar ya da etkinlik programcıları sadece katılım evresine müdahale etmek için planlama yapmaktadır. Bu durum arzu edilen sonuçların elde edilmesinde bir fırsat olarak da değerlendirilmektedir. Katılımcının beklentilerinin karşılanması program tatmini ile ilgili temel yapılardan biri olduğu için beklenti evresinin keşfedilmesi gerekmektedir. Beklenti evresinin manipüle edilerek istenen sonuçların elde edilebileceği ifade edilmektedir. Aktivite ya da etkinlik sonrasında kısa bir açıklama, yeniden bir araya gelme, hediyelik eşya satma vb. uygulamalar ise boş zaman deneyiminin anı aşamasını etkilemeye yönelik manipülasyonlar olarak belirtilmektedir (Rosmann ve Schlatter (2011)).

Page ve Connel, (2010) deneyimin değerlendirilmesinde Rosmann ve Schlatter (2011) gibi üç noktaya dikkati çekmektedir. Bunlar;

- Boş zaman deneyim biçimi, özellikle katılım gösterilen aktivite ve aktivitenin gerçekleştiği yer,
- Tüketim yerinde doğrudan boş zaman deneyimi yani katılım evresi,
- Etkinlikten sonra boş zaman deneyimi yani deneyimin yansıması şeklinde sıralanmaktadır.

Boş zaman deneyim aşamaları ile ilgili yaklaşımlar dikkate alındığında boş zaman deneyimlerinin manipüle edilebileceği anlaşılmaktadır. Yani boş zaman deneyimleri deneyim sağlayıcılar tarafından yapılandırılabilir. Rossman and Schlatter (2011) yapılandırılmış boş zaman deneyimleri ile ilgili altı unsurdan bahsetmektedir. Bu altı anahtar unsur boş zaman programlarının ve hizmetlerinin düzenlenmesinde önemli görülmekte çünkü organizatörler, program düzenleyiciler, hizmet sağlayıcılar vb. boş zaman programlarının geliştirilmesinde bunları manipüle edebilir ya da manipüle etmeye ihtiyaç duyabilir. Boş zaman programlarının oluşturulmasında manipüle edilebilecek unsurlar ise şunlardır;

- Katılımcılarla etkileşim
- Fiziksel çevre
- Fiziksel kanıtlar
- Düzenlemeler (izinler, kurallar vb.)
- Katılımcılar arası ilişkiler
- Animasyon/Eğlence (Rossman ve Schlatter, 2011)

Birçok boş zaman ürünü, hizmetleri ya da deneyimleri sunmak isteyen organizasyonların eğlenceli ve anlamlı boş zaman deneyimleri yaratmaya ihtiyaçları olduğundan bahsedilmektedir (Page ve Connel, 2010). Çünkü bu organizasyonların bir kuruluş amacı bulunmakta ve bu amacı gerçekleştirmek için hizmet sundukları ve deneyim sağladıkları katılımcıların ihtiyaçlarını ve ne aradıklarını iyi analiz etmeleri gerekebilir. Bu noktada boş zaman deneyim aşamalarının ve manipüle edilebilir yönlerin deneyim sağlayıcılar tarafından derinlemesine anlaşılmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

2.8.3.1. Boş zaman spor deneyimi

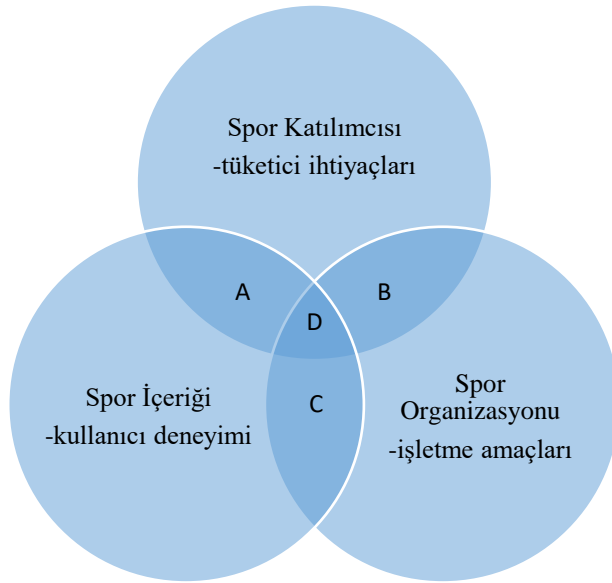
Günümüzde boş zaman aktiviteleri ve etkinliklerine katılma ve genelde aktif olma birçok insanın yaşamının önemli bir parçasıdır. Aktif yaşam tarzının bireyin fiziksel ve ruhsal sağlığı için önemli olduğu bilinmektedir. Boş zaman aktivitelerinde yer alma konusunda bireyin davranış ve kararlarını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bireyler birçok sebepten dolayı spor aktivite ve etkinliklerine katılım gösterebilmektedir. Bu yüzden spor etkinlik katılımcılarının davranışları ve yeni deneyimleri araştırmaları bir çeşitlilik olarak tanımlanmalarına sebep olmaktadır (Hallmann vd. 2012).

Deneyimlerin tamamen bireylerin zihninde bulunan rastgele meydana gelen olaylardan daha fazlası olduğu ve ticari fenomenler olarak görüldüğü ifade edilmektedir (O'dell, 2007). Ayrıca Pine ve Gilmore (1999)'a göre deneyim, bir organizasyon tarafından bilinçli şekilde yaratılmaktadır. Tüketici deneyiminin hizmet sağlayan ve tüketici arasında değer önerisinin temel dayanağı olduğu belirtilmektedir. Hallmann vd. (2012) deneyimlerin tüketiciler için hatıralar yarattığını, hizmeti farklılaştırmak için gelecekte izlenilmesi gereken yol olduğunu vurgulamaktadır. Bu yüzden birçok girişimci tarafından farklı temalara dayalı stratejiler geliştirildiğini ifade etmektedir.

Deneyimler bireyleri çeken, onlara ilham veren, etkileyen unutulmaz olaylardır (Peric, 2010). Sporun tüketiciler açısından özel bir alan oluşturmakta ve tüketicilerine deneyimler sağlamaktadır. Spor tüketiminin anlaşılabilirliği için bir deneyim olarak göz önünde bulundurmaya gerekmektedir (Shipway ve Stevenson, 2012). Peric (2010) deneyimlerin katılımcıların aktif ya da pasif olup, olmamalarına ve zihinsel olarak ya da fiziksel olarak deneyime bağlı olup, olmamalarına göre sınıflandırıldığını belirtmektedir. Shipway ve Kirkup (2011) aktif ve pasif katılımcılar açısından etkinlik ve spor deneyimlerinin merkezde yer aldığını belirtmektedir. Weed ve Bull (2009) tarafından boş zaman spor deneyimlerinin kontrol edildiği ve gizlice yönetildiği ifade edilmektedir. Spor deneyimlerinin kaynağının insanlarla, aktivitelerle, doğal ya da yapay açık alan ve kapalı alan spor tesisleriyle eşsiz etkileşimden ortaya çıktığı belirtilmektedir. Fairley ve Gammon (2005) boş zaman spor deneyimlerinin, katılımcıları zaman ve mekân olarak günlük yaşantıdan ayırdığını söylemektedir. Bireyleri günlük yaşantıdan uzaklaştıran boş zaman deneyimlerinin bazı yönleri deneyim sağlayıcılar tarafından kasıtlı olarak manipüle edilebilmektedir (Duerden vd., 2015). Manipüle edilen deneyimler sübjektif deneyimler olarak ifade edilebilir. Rossman and Schlatter (2011) katılımcılar ile etkileşim kurmayı, deneyimin gerçekleştiği fiziksel çevreyi, kullanılan

malzemeleri, düzenlemeleri, katılımcılar arası ilişkiler geliştirmeyi ve animasyon hizmeti sunmayı boş zaman deneyiminin manipüle edilebilecek yönleri olarak ifade etmektedir. Funk (2017) spor deneyiminin spor tüketicisi ve spor organizasyonu tarafından üretilen deneyim arasında meydana gelen çoklu etkileşimi kapsadığını belirtmektedir. Bu etkileşimin iki yönlü ve çok boyutlu olduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla spor olayında spor organizasyonu tarafından üretilen deneyimler katılımcılar tarafından öznel olarak değerlendirilmekte ve bu deneyimler subjektif deneyimler olarak tanımlanabilmektedir.

Funk (2017) spor deneyimlerinin oluşturulmasında spor deneyimi tasarımı sistemini önermektedir. Spor deneyim tasarımı sistemi spor içeriği, spor kullanıcısı ve spor organizasyonu olmak üzere birbiri ile ilişkili üç unsurdan oluşmaktadır. Spor içeriği kullanıcı yani tüketici deneyimini yansıtır ve deneyim öncesi, sırasında ve sonrasında hem fiziksel hem de teknolojik aracı etkileşimleri kapsamaktadır. Spor kullanıcı boyutu arzu edilen deneyimleri etkileyen kişisel özellikleri, psikolojik ihtiyaçları ve etkileşimlerin algılandığı ve sürdürüldüğü tarzı yansıtmaktadır. Spor organizasyon boyutu ise başarılı bir şekilde amacını ve hedeflerini gerçekleştirmek isteyen işletmeleri temsil etmektedir (Funk, 2017). Spor deneyiminin tasarlanmasında bu üç unsurun dikkatli bir şekilde ele alınması ve birbiri ile olan ilişkilerinin göz önünde bulundurulması önerilebilir. Şekil 2.14’de spor deneyimi tasarımı sistemi gösterilmektedir.



Şekil 2.14. Spor deneyimi tasarımı sistemi (Funk, 2017)

Spor deneyimi tasarım sisteminde A, B, C ve D noktaları üç element arasındaki kesişimi yansıtmaktadır (Funk, 2017). Koşu etkinliği örneği üzerinden şöyle aktarılabilir;

- A kesişim noktası: Koşmayı seven bir birey rekreasyonel bir hobi ve haz veren bir aktivite olduğu için arkadaşları ile hafta sonu koşmaktadır. Koşucunun herhangi bir içerik sunan bir organizasyon olmadan alanda çeşitli parkurlarda koşarak ihtiyacının karşılanması gerekmektedir.
- B kesişim noktası: Birey hafta sonu arkadaşları ile koşmak istemekte ve herhangi bir organizasyon tarafından güvenlik önlemlerinin alındığı rotada su ve aparatif ihtiyaçlarının karşılanmasını beklemektedir. Organizasyon ise gelir elde etmek için kontenjanları, deneyim yaşamak isteyen koşuculara satmayı ve örgütsel amacını gerçekleştirmeyi istemektedir.
- C kesişim noktası: Organizasyon 10 km, 15 km, yarı maraton veya maraton koşu mesafeleri düzenleyerek etkinliği çekici hale getirebilir.
- D kesişim noktası: Organizasyon hafta sonu katılımcının ihtiyaçlarını karşılamak için koşu etkinliği düzenlemekte ve başarılı olmak için kaynak yaratmaktadır.

Spor deneyimi tasarım sisteminde bu üç baskın alanın spor deneyimlerinin nasıl tasarlanması gerektiği konusunda ve bireylerde oluşturduğu düşünceler, hisler ve davranışları etkileme noktasında yönlendirici olduğu belirtilmektedir (Funk, 2017). Özellikle deneyimin katılım evresinde bu yönlendirmelerin önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü deneyim sağlayıcılar tarafından bu evre manipüle edilebilmektedir (Duerden, 2015).

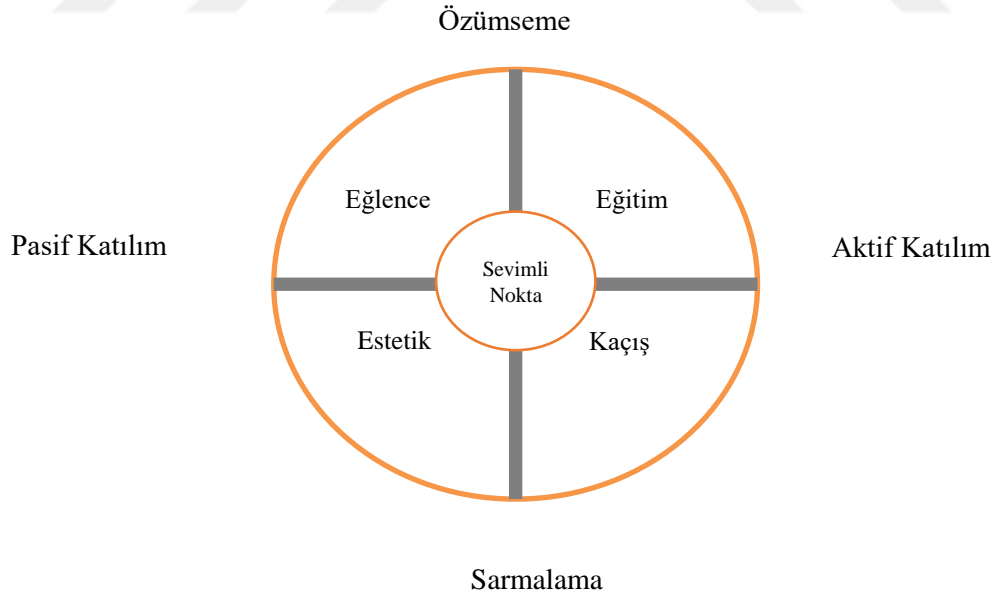
2.8.3.2. Boş zaman spor etkinlik deneyim boyutları

Spor endüstrisinin hizmet endüstrisi olduğu ifade edilmekte (Kouthouris ve Alexandris, 2005) ve ekonomistler tarafından deneyimler hizmet endüstrisinin içerisinde toplanmaktadır. Ancak, deneyimleri, hizmetlerin ürünlerden ayrıldığı gibi hizmetlerden ayrılmaktadır. Bugünün hizmet ekonomisinde birçok işletme geleneksel ürünleri daha iyi satmak için ürünlerini deneyimlerle bütünleştirmektedir. İşletmeler aynı zamanda deneyimler tasarlayarak ve organize ederek tüketicilerine cevap vermekte ve rakipleriyle rekabet etmektedir (Pine ve Gilmore, 1998).

Pine ve Gilmore, (1998) deneyimleri iki boyutlu olarak dört kategoride sınıflandırmaktadır. Bu kategori eğlence, eğlendirerek eğitim, estetik ve gerçeklerden

kaçış deneyimlerinden oluşmaktadır. Geliştirdikleri deneyim şemasında eksenin bir ucunda tüketiciler pasif katılım göstermektedir. Diğer uçta ise tüketici performansın yaratılmasında anahtar rol oynamakta yani aktif katılımcı rolünde bulunmaktadır. Deneyimin ikinci boyutunda ise tüketicinin etkinlik ya da performansla bütünlük kurmasını sağlayan bağ ya da çevresel ilişki yer almaktadır. Bağ ekseninin bir ucunda özümseme diğer ucunda sarmalama yer almaktadır. Özümseme ve sarmalama ile ilgili şunlar örnek verilebilir; tribünden derbi maç izleyenler izledikleri etkinliğe dikkatlerini yoğunlaştırmışlardır. Bu arada sahada olanlar etraflarını saran manzaralara, seslere ve kokulara karışmışlar yani tamamen olayın içerisinde kaybolmuşlardır. Yine bir kitleyle tiyatrodaki büyük ekranda stereo sesle film izleyenler, aynı filmi evde videoda izlemekten daha çok olayın içinde kendilerini bulabilirler.

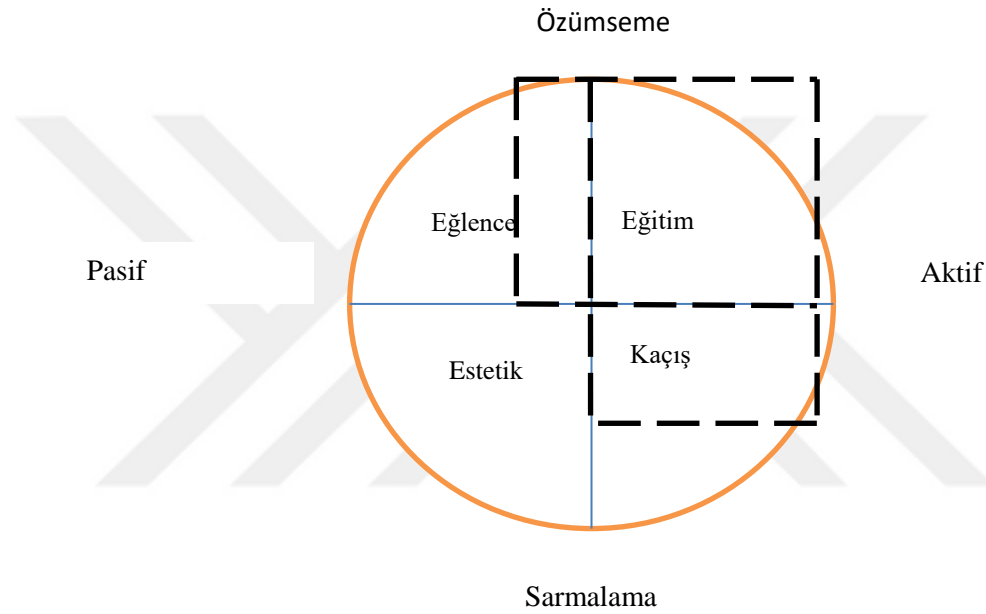
Deneyimin sınıflandırıldığı modele göre her bir boyut birbirinden bağımsız özel deneyim sağlamaktadır. Ancak katılımcı açısından en zengin deneyim dört alanın kesiştiği “sevimli noktada” yaşanmaktadır (Deligöz, 2016). Dolayısıyla bu noktada deneyim sağlayıcıların farklı boyutların kesiştiği deneyimleri yaşatmaları beklenmektedir. Şekil 2.15’de deneyimin dört alanı gösterilmektedir.



Şekil 2.15. Deneyimin dört alanı (*The four realms of experiences*) (Pine ve Gilmore, 1998)

Peric (2010) aktif ya da pasif olarak spora katılım gösterenlerin genellikle eğlence, eğlendirerek eğitim, estetikçilik ve gerçeklerden kaçışla ilişkili deneyimler aradığını belirtmektedir. Yaptığı araştırmada Pine ve Gilmore, (1998)’un deneyim şeması üzerine

Weed ve Bull (2009)'un spor turizm türlerini yerleştirerek ve buna bağlı kalarak destinasyon da unutulmaz anılar bırakan spor etkinlikleri düzenlemenin mümkün olabileceğinden bahsetmektedir. Şema üzerine spor turizmi türlerinden katılımcı spor turizmi türünü yerleştirdiğinde aktif spor turistlerinde eğlendirerek eğitim boyutunu en baskın, gerçeklerden kaçış boyutunun ise eğlence boyutundan daha baskın olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Şekil 2.16'da katılımcı spor turizmi deneyim sistemi gösterilmektedir.

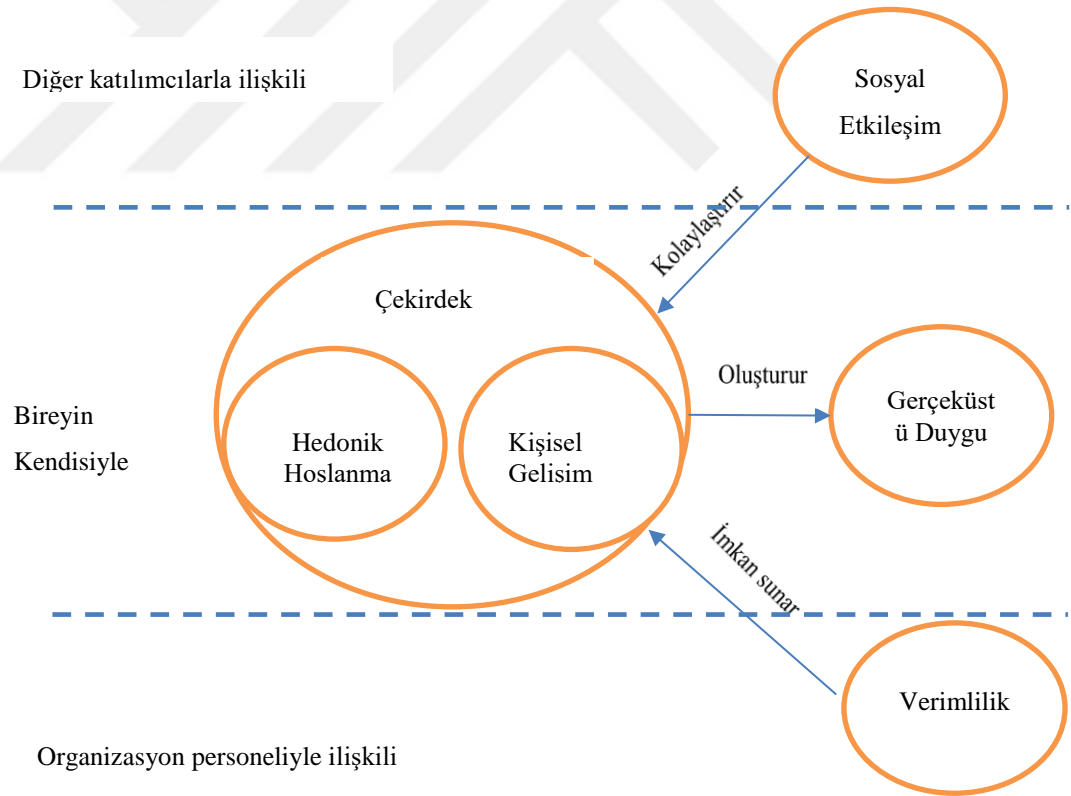


Şekil 2.16. Katılımcı spor turizmi deneyim sistemi (Peric, 2010)

Kaplanidou ve Vogt (2010) aktif spor turistleri tarafından spor turizmi etkinlik deneyiminin anlamını ortaya koymak ve spor turizmi etkinlik deneyiminin organizatörler, destinasyon pazarlamacıları, akademisyenler ve pazarlama araştırmacıları tarafından ölçülebilmesi için ölçek geliştirmeyi amaçladıkları bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmanın kavramsal gelişim bölümü için nitel yaklaşım (fokus grup), ölçeğin gelişimi için ise nicel yaklaşım (anket) metodolojisinden yararlanılmıştır. Odak grup görüşmeleri aracılığıyla seyahat sonrası evrede aktif spor turistleri tarafından spor etkinlik deneyimine yüklenen anlamla ilgili organizasyon, çevresel, fiziksel aktivite, sosyalleşme ve duygusal olmak üzere beş tema ortaya çıkartılmıştır. Ölçek maddelerini test etmek ve sonraki test için iki ayrı aktif spor turizm etkinliğinden veri toplamışlardır. Spor etkinlik deneyiminin anlamını ölçmek için değerlendirme, güç ve aktivite olmak üzere üç boyut

ortaya koymayı düşünmüşlerdir. Ancak, ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik analizleri sonucunda ölçeğin tek faktörlü bir yapı ortaya çıkardığını saptamışlardır. Bu faktöründe anlamsal farklılık ile ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Klaus ve Maklan (2011) spor pazarlamacıları arzlarını stratejik olarak belirleyebilmek, geliştirebilmek ve sunabilmek için spor turisti tüketim deneyimi modelini geliştirmek üzere yaptıkları çalışmada, dünyanın farklı yerlerinden gelen beş hafta süren ekstrem spor dağ bisikleti kampına katılan 89 katılımcıyla derinlemesine görüşme gerçekleştirmişlerdir. Daha sonra keşifsel araştırmadan türetilen boyutların içerik ve görünüş geçerliğini arttırmak için uzman paneli gerçekleştirmişlerdir. Uzman panelinde üyelerden maddeleri puanlamaları ve birbirine benzer spor deneyimlerini gruplandırarak boyutlar oluşturmaları istenmiştir. Araştırma sonucunda hedonik hoşlanma, kişisel gelişim, gerçeküstü duygu, sosyal etkileşim ve verimlilik olmak üzere beş adet spor tüketim deneyimi boyutu belirlenmiştir. Araştırma bulguları temel alınarak Şekil 2.16.'daki tüketim deneyimi modeli geliştirilmiştir.



Şekil 2.17. Spor turizmi tüketim deneyimi modeli (Klaus ve Maklan, 2011)

Modele göre deneyimler bireysel algıyla ilişkili ve ortaya çıkan hedonik hoşlanma, kişisel gelişimi değerlendirmeyi ve gerçeküstü duyguları temel almaktadır. Deneyimler

diğer katılımcılarla ve organizasyon personeliyle etkileşimden etkilenmektedir (Klaus ve Maklan, 2011).

Shipway ve Kirkup (2011), spor turizm deneyimlerinin anlaşılması için gerçekleştirdikleri çalışmada uzun mesafe koşucusu spor turistleriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler, katılımcı gözlem ve gözlemsel çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Araştırma sonunda beş anahtar tema ortaya koymuşlardır. İlk ve en baskın olarak ortaya çıkan temanın koşucu kimliği olduğu, ikinci temanın etkinlik deneyimi, üçüncü temanın ileride olacak spor turizmi etkinlikleri için koşucuların antrenman ve hazırlık ihtiyacı olduğu tespit edilmiştir. Dördüncü tema spor turisti katılımcılarının sağlıklı yaşam isteğiyle ilişkilidir. Son temada ise, uzun mesafe koşusu etkinliği üçüncü yer olarak görülmektedir. Üçüncü yer kavramı Oldenburg (1989'den aktaran Shipway ve Kirkup, 2011) tarafından insanların sosyal etkileşimleri için buluşabildikleri yerleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Bireylerin ilk (ev) ve ikinci (okul ya da iş yeri) yerlerden farklı yerlerde buldukları belirtilmektedir. Oldenburg (1989'den aktaran Shipway ve Kirkup, 2011)'e göre üçüncü yerlerin kaybı sosyal olmaktan, TV, video ve internet gibi ev merkezli tüketim kültürüne yönelik boş zaman davranışının değişiminde anahtar faktör olmaktadır. Geleneksel üçüncü yerler cafeler, barlar vb. mekânlar olduğu ve azalışta oldukları ifade edilmektedir. Ancak, sporla ilişkili seyahatler ve uzun mesafe koşusu ya da olimpiyat oyunları gibi mega sportif etkinliklere katılma yirmi birinci yüzyıl toplumunun değişen taleplerini yansıtan alternatif yeni üçüncü yerler sunduğu belirtilmektedir (Shipway and Kirkup, 2011).

Miller (2012) triatloncuların etkinlik deneyimi üzerine yaptığı çalışmada başlangıçta amaçlı örnekleme ve daha sonraki aşamada kartopu örnekleme yöntemini kullanarak 12 katılımcıyla derinlemesine yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirmiştir. Görüşmeler sonucunda etkinlik deneyimiyle ilgili tatile karar verme ve sonraki gereksinimler için etkinliğin önemi, yarış günü, dostluk, tatil ve yer duygusu temalarını ortaya çıkarmıştır.

Coghlan (2012) Avustralya'nın Queensland bölgesinde yardım amaçlı düzenlenen bisiklet etkinliğinde üç gün süresince günlük notları tutarak etkinlik deneyiminin açık ve gizli yönlerini ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Otoetnografi yöntemi kullanılarak araştırmacı rolüyle katılımcıların sosyal dünyalarının içine girmeye çalışmıştır. Araştırma sonucuna göre dokuz tema tanımlanmıştır. Kaçış, sosyalleşme, macera, başarı, itibar,

arkadaşlık ve özel ilgi belirgin deneyimler olarak tespit edilirken yaratıcılık ve korku/kaygı temaları gizli deneyimler olarak açıklanmıştır.

Mackenzie ve Kerr (2012) dağcılık deneyiminin derinlemesine anlaşılması için otoetnografi yöntemi içerisinde çağrıştırmacı otoetnografi yöntemini kullanarak Bolivya’da bir araştırma gerçekleştirmiştir. Veriler katılımcı gözlem rolü kullanılarak toplanmıştır. Araştırma sonucunda rehberler, malzeme, diğer katılımcılar ve fiziksel şartlar olmak üzere dört tema tanımlanmıştır.

Hallman vd. (2012) spor aktivitelerinin algılanan kış spor turizmi deneyimi üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlayan bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma kapsamında Otto ve Ritchie, (1996) tarafından geliştirilen turizm hizmet deneyimleri ile Kim vd. (2012) tarafından geliştirilen unutulmaz turizm deneyimleri ölçeklerindeki boyutları, Pine ve Gilmore, (1998)’un deneyimin dört alanı modelini dikkate alarak kullanmışlardır. Araştırmacılar bu modelin eğlence ve estetik adlı iki deneyim alanının aktif spor turistleri için uygulanabilir olmadığını ifade etmektedir. Otto ve Ritchie (1996)’in geliştirdiği ölçekteki hedonik, etkileşim, yenilik, rahatlık, güvenlik ve uyarılma olarak adlandırılan altı boyuttan dördünün kaçış deneyim alanıyla ilişkili olduğunu, bunların içerisinde hedonik ve yenilik boyutlarının ilgisiz olduğu belirtilmektedir (Hallman vd., 2012). Kim vd. (2012) tarafından geliştirilen diğer ölçekte yenilik, hedonizm, yerel kültür, canlanma, anlamlılık, ilgilenim ve bilgi olmak üzere yedi boyut belirlenmiştir. Bu boyutların hepsinin spor turizm deneyimiyle ilişkili olabileceği ve Pine ve Gilmore, (1998)’un modelindeki kaçış ile eğitim deneyim alanıyla ilişkilendirilebileceği ifade edilmektedir. Araştırmaya 381 spor turistini dahil eden Hallman vd. (2012) faktör analizi sonucunda kış spor turizmi deneyimini etkileyen dört boyut tespit etmişlerdir. Bu boyutlar güvenlik, rahatlık, hedonizm ve rahatlama olarak sıralanmaktadır.

Sonuç olarak incelenen literatür doğrultusunda spor etkinlik katılımcıları ile ilgili deneyim araştırmalarında farklı alanlarda kullanılan modellerden ve geliştirilen ölçeklerdeki boyutlardan yararlandığı dikkati çekmektedir (Otto ve Ritchie, 1996; Pine ve Gilmore, 1998; Kim vd. 2012). Buna ilaveten nitel araştırma yöntemleri kullanılarak spor etkinlik deneyimiyle ilgili farklı temaların ortaya çıkartıldığı gözlemlenmektedir (Shipway ve Kirkup, 2011). Bu bağlamda boş zaman spor etkinlik katılımcılarının etkinlik deneyimlerini etkileyen alana özgü ve kapsamlı boyutların belirlenmesinin, etkinlik organizatörleri, boş zaman ve spor pazarlamacıları ve araştırmacılar için önemli

olacağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamında boş zaman spor etkinlik deneyimi olarak altı boyut dikkati çekmektedir.

2.8.3.2.1. Duygusal yön

Etkinlikler harika deneyimler yaşamak isteyen farklı beklentileri olan katılımcılar için tasarlanmakta ve düzenlenmektedir (Berridge, 2012). Spor etkinliklerine katılımı duygusal olarak uyarılma arzusu önemli motivasyon kaynaklarından biridir (Getz, 2007). Botterill ve Crompton (1996) göre optimal deneyimlerin yaşanması için duygusal durumlar önemlidir. Deneyimin duygusal boyutu Getz (2007) tarafından hisler, heyecanlar, tercihler ve değerler ile ilişkilendirilmektedir. Deneyimin eğlence olarak tanımlanması ya da haz vermesi hisleri yansıtırken, arkadaşlar ve aile ile birlikte olma, paylaşma ve bir topluluğa ait olma duygusu değeri yansıtmaktadır. Berridge (2012) duygusal deneyim boyutu olan etkinliklerde hazzın yaşandığı ve duyguların paylaşıldığı eğlenceli bir atmosfer yaratıldığını belirtmektedir. Dolayısıyla boş zaman spor etkinliklerinde eğlenceli bir ortamın yaratılması için, etkinlik organizatörleri tarafından duygusal deneyimler gözönünde bulundurulabilir.

2.8.3.2.2. Etkinlik yeri

Etkinlik deneyiminin eşsiz bir özelliğe sahip olmasında düzenlendiği yerin etkisi önemlidir. Yerel bir parkta futbol sahasında oynanan bir maçla stadyumdaki bir müsabakayı seyretmek çok farklı deneyimlerdir. Benzer şekilde insan ve araçların yoğun olduğu bir caddede ya da çekici manzaraya sahip milli parkta bisiklete binmek farklı deneyimler yaşanmasına sebep olabilir (Weed ve Bull, 2009).

Deneyimler bireylerin ziyaret ettikleri yer ve katıldıkları aktivite ya da etkinliğe göre farklılık göstermektedir (Cardinale vd., 2014). Van Aalst ve Van Melik (2012) yaptıkları araştırmada müzik festivalinde etkinlik yerinin ziyaretçiler açısından çok önemli olmadığı sonucuna varmışlardır. Hill ve Green (2000) ise spor etkinliğinin düzenlendiği çevrenin izleyicilerin etkinliğe katılım motivasyonlarını ve deneyimle birlikte tatmin düzeylerini etkilediğini ortaya koymuştur.

2.8.3.2.3. Profesyonel destek

Profesyonel destek bireyleri ve toplumu derinden etkileyen 21. yüzyılın önemli unsurlarından biri olarak görülmektedir. Profesyoneller genellikle benzersiz bir bilgi birikimine, alanları ile ilgili akreditasyon ve sertifika gibi gerekliliklere, profesyonel düzenlemeleri yapabilecek yetenek ve etik konularda duyarlılığa sahiptir (McLean ve Yoder, 2005). Hizmet endüstrisinde profesyonel destek boyutuyla tüketicilerde iz bırakabilmek için bilgi yoğunluğuna sahip olmak ve iş gücünde profesyonel olmaya ihtiyaç vardır. Profesyonel organizasyonlarda tüketicileri motive etmede sunulan bilginin ve becerinin geliştirilmesi temel özelliktir (Neghina vd., 2017). Dolayısıyla boş zaman spor etkinlik katılımcılarına bilgi ve beceri konularında kendilerini geliştirebilecekleri deneyimleri sunmak organizasyonla aralarındaki ilişkinin gelişimini etkileyebilir.

2.8.3.2.4. Kişisel gelişim

Bireyler katıldıkları boş zaman etkinliklerinde sadece eğlence değil, aynı zamanda kendilerini geliştirebilecekleri deneyimler de yaşamak istemektedir. Kişisel gelişim faktörü amaç yönelimi, zorluklara karşı gelme, kendini motive etme, kendinin antrenörü olma ve çevresel etkilerle mücadele etme gibi unsurlar ile ilişkilidir. Bireyler boş zaman etkinliklerine katılırken hangi amaçları gerçekleştirmek istediklerinden emindir. Beklentilerin dışında gelişen olaylar ise farklı bir şeyler öğrenerek kendilerini geliştirebilecekleri bonus dersler olarak görülmektedir. Kişisel gelişim faktörü dağ bisikletçileri ile yapılan araştırmada hedonik hoşlanma ile birlikte tüketici tatminine ve tekrar satın alma davranışına neden olan temel deneyim boyutlarından biri olarak değerlendirilmiştir (Klaus ve Maklan, 2011).

2.8.3.2.5. Sosyal etkileşim

Sosyalleşme etkinliklere katılımında anahtar rolü olan bir faktördür (Gelder ve Robinson, 2009). İyi bir etkinlik organizasyonu katılımcılarına çokça sosyal etkileşim fırsatı sunmaktadır (Povey ve Wyk, 2010). Özellikle kalabalık kitlelerin etkinliğe çekilmesinde çekirdek ürün kadar sosyal etkileşim sağlayan atmosferin yaratılmasının önemli olduğu belirtilmektedir (Bowen ve Daniels, 2005). Morgan (2008)'ın halk dansları festivalinde yaptığı araştırma sonuçları başarılı bir etkinlikte anahtar rolün, kişisel deneyimlerin yer aldığı ve kişiler arası sosyal etkileşimin gerçekleştiği mekanların yaratılması olduğunu ortaya koymuştur. Nordvall vd. (2014) tarafından yapılan

araştımda ise sosyal atmosferi deneyimlemenin, arkadaşlarla zaman geçirmenin ve yeni insanlarla tanışmanın etkinliğe katılmada öncelikli sebep olarak değerlendirildiği görölmektedir.

2.8.3.2.6. Kaçış

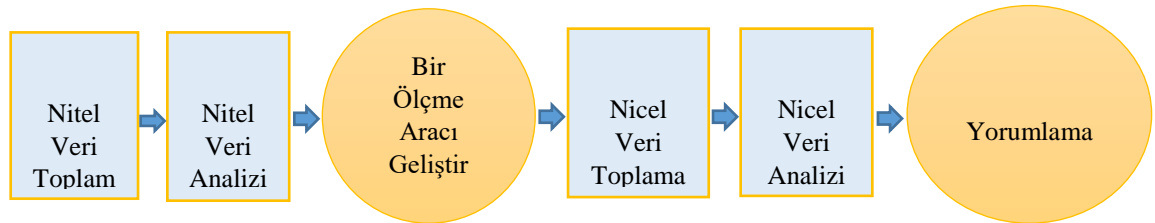
Kaçış bireyin bulunduğu çevreden uzaklaşması anlamına gelen itici bir faktör olarak tanımlanır. Sıradan bir çevreden diğer bir ifadeyle rutin bir düzenden kaynaklanan bıkkınlıktan uzaklaşma yani kaçış, seyahate çıkma davranışının en önemli motivasyon kaynağıdır (Cohen, 2010). Zaman zaman bireyler kendi dünyaları ve diğer kişiler ile oluşturdukları dünyadan kaçmayı denemektedir (Iso-Ahola,1982). Bu aşamada boş zaman spor etkinlikleri bireylerin farklı bir çevreye girmelerinde önemli fırsatlar sağlayabilir. Kaçış deneyimiyle bireyler ilgilendikleri aktivite ya da etkinliğe kendilerini kaptırmakta olayın içerisine daha fazla girmektedir. Kaçış deneyimlerinin çoğu duygu uyarıcı olarak değerlendirilmektedir. Bazı kaçış deneyimleri ortalama düzeyde bir kişinin kendisini süper bir yıldız gibi hissetmesine neden olabilmektedir (Pine ve Gilmore, 1999). Örneğin bir koşu etkinliğinde etkinlik organizatörleri tarafından profesyonel yarışlarda olduğu gibi parkur düzenlemek, katılımcılara madalya vermek, yarış zamanlarını hesaplamak, dereceye girenlere kürsüde ödöl vermek vb. uygulamalar onların kendilerini profesyonel bir yarışçı gibi görmelerine neden olabilir.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli

Araştırma kapsamında boş zaman spor etkinlik deneyimini etkileyen boyutları ortaya çıkarmak için karma araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Bu yöntem, araştırma probleminin anlaşılmasında nicel ve nitel verilerin bütünleştirildiği ve daha sonra bu iki veri setini bütünleştirmenin avantajlarını kullanarak sonuçların çıkarıldığı bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (Creswell, 2017). Karma araştırma yöntemiyle araştırma problemi, tek başına kullanılan herhangi bir yöntemden daha iyi şekilde anlaşılmaktadır (Creswell ve Clark, 2007).

Karma araştırma yönteminde etkileşim, öncelik, zamanlama ve birleştirmeyi yansıtan bir desen seçilmesi gerekmektedir. Bu bilgiler doğrultusunda bu araştırmada araştırmanın amaçlarına uygun olarak keşfedici sıralı desen kullanılmıştır. Keşfedici desende nitel verilerin toplanması ve çözümlenmesine öncelik verilmekte ve araştırma bu aşamayla başlamaktadır. İkinci aşamada nicel aşama uygulanmaktadır. Bu aşamada birinci aşamadan elde edilen sonuçlar test edilir ve geliştirilir. Daha sonra, nicel verilerin birincil nitel verilerin üzerine nasıl inşa edildiği açıklanır. Bu desenin özellikle araçların elverişli olmadığı durumlarda bir araç geliştirmek veya sınamak veya biçimlerin bilinmediği durumlarda çalışmanın önemli biçimlerini nitel olarak tanımlamak amacıyla kullanıldığından söz edilmektedir. Ayrıca, keşfedici sıralı desenin araştırmacının nitel sonuçları farklı gruplara genellemek istediği ortaya çıkan bir kuramın veya sınıflandırmanın boyutlarını sınamak istediği veya bir fenomeni derinlemesine keşfetmek ve tekrarlanma sıklığını ölçmek istediği durumlar için de uygun olduğu belirtilmektedir (Creswell ve Clark 2015). Bu yaklaşım ve mantıktan hareketle, araştırma süreci karma araştırma yöntemi desenlerinden keşfedici sıralı desene göre tasarlanmıştır. Şekil 3.1’de keşfedici sıralı desen süreci gösterilmektedir.



Şekil 3.1. Keşfedici sıralı desen (Creswell ve Clark, 2015)

Araştırma nitel veri toplama ve analizi ile nicel veri toplama ve analizi olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır. Her bir aşama için örneklem seçimi, veri toplama tekniği ve analizi ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırma verileri farklı gruplardan, farklı veri toplama tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Birinci aşama olan nitel veri toplama evresinde daha az katılımcı ile görüşülmüştür. İkinci aşama olan nicel veri toplama evresinde pilot test ve nihai çalışma için iki defa farklı örneklemden veri toplanmıştır.

3.2.1. Nitel araştırma aşaması örnekleme

Araştırmacının kullandığı örnekleme yöntemi, araştırmacının katılımcılara nasıl ulaştığını ve örnekleme seçiminde kullandığı stratejiyi göstermektedir (Jones vd., 2013). Araştırmada örneklem sayısının belirlenmesinde Ritche ve Lewis (2003) tarafından önerilen kriterler dikkate alınmıştır. Bunlar;

- Eğer veri uygun bir şekilde analiz edildi ise, devam eden saha çalışmalarında çok az yeni kanıtın elde edildiği bir noktaya gelineceği ifade edilmektedir. Örneklem sayısının artmasının yeni kanıtlar ortaya koymadığı ayırıcı bir dönüş noktası olduğu belirtilmektedir.
- Nitel araştırmalardan elde edilen bilgi çeşitleri ayrıntı açısından zengindir. Veri toplamada her bir öğeden yüzlerce parça bilgi elde edilmektedir. Bu bilgilerin doğru bir şekilde değerlendirilebilmesi için örneklem büyüklüğünün makul bir şekilde küçük tutulması önerilmektedir.
- Nitel araştırma ihtiyaç duyulan araştırma kaynakları açısından oldukça yoğundur. Dolayısıyla yüzlerce görüşmenin, gözlemin ve grupların yürütülmesinin zor olacağı ve araştırmacının yıllar sürebilecek bir zaman dilimi ayırmasını gerektirecektir.

Nitel veri toplama aşamasında araştırmacının evrenini aktif olarak boş zaman spor etkinliklerine katılan bireyler oluşturmaktadır. Zaman, maliyet, evreni oluşturan birimlerin sayısının tanımlanamaması vb. kısıtlılıklardan dolayı amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak evreni temsil ettiği varsayılan örneklem seçilmiştir. Sandelowski (2000) amaçlı örneklemin hedefinin araştırma amacına göre zengin bilgi elde etmek olduğunu belirtmektedir. Amaçlı örnekleme bireyler, özel bir alanla ilgili bilgi

sağlayabilecekleri için seçilmektedir (Jones vd. 2013). Lin (1976) ise amaçlı örnekleme sadece evreni temsil ettiği düşünülen bireyleri değil, olayları da araştırmaya dahil eden bir yöntem olarak değerlendirmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme için boş zaman değerlendirme amaçlı koşu etkinliklerine katılan 25 kişi çalışmaya dahil edilmiştir. Bununla birlikte 6-8 kişi arasında değişen koşu etkinliği katılımcısından oluşan dört odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir.

Örneklem sayısının belirlenmesinde ise “doyum noktası” dikkate alınmıştır. Nitel araştırmada bazı yaklaşımların veri toplama ve analiz evresini birlikte ele aldığı, bazılarının ise bu evreleri ardışık şekilde yürüttüğü belirtilmektedir (Jones vd., 2013). Marshall ve Rossman (2011) nitel araştırmalarda veri toplama ve analizi evrelerinin tutarlı yorumda bulunabilmek için birlikte yürütüldüğünü ifade etmektedir. Bu araştırmada veri doygunluğuna ulaşıldığına karar verebilmek için veri toplama ve veri analizinin birlikte etkileşimli bir şekilde yürütülmüştür.

3.2.2. Nicel araştırma aşaması örnekleme

Nicel araştırma aşamasında pilot test ve önerilen modelin test edilmesi için katılımcı özelliklerinin benzer olduğu iki farklı etkinlikten veri toplanmıştır. Pilot testin uygulanmasında etkinlik olarak 9 Ekim 2016 tarihinde Bursa ilinde üçüncüsü düzenlenen “Eker I run” koşusu belirlenmiştir. Etkinlik 15 km ve 5 km kategorilerinden oluşmaktadır. 2016 yılında gerçekleştirilen etkinliğe 1600 kişi katılmıştır (http-4). Katılımcılar arasından kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 230 kişi araştırmaya dâhil edilmiştir.

Pilot test sonucunda önerilen modelin sınanması için ise veri toplamada kıtalararası koşulma özelliğine sahip, 13 Kasım 2016 tarihinde 38.’si düzenlenen İstanbul maratonu seçilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 391 katılımcı araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır.

İstanbul maratonu Türkiye’de 1979 yılından beri düzenlenen en büyük koşu etkinliği organizasyonudur. Uluslararası platformda altın kategoride yer almaktadır. 42 km, 15 km ve 10 km olmak üzere üç kategoriden oluşmaktadır. 2016 yılında etkinliğe 42 km kategorisine 2600, 15 km kategorisine 7500 ve 10 km kategorisine 13500 olmak üzere 90 farklı ülkeden toplam 23600 kişi katılmıştır (http-5).

3.3. Veri Toplama Tekniği ve Aracı

Veri toplama tekniği nitel araştırma ve nicel araştırma aşamalarına göre farklılık göstermektedir. Veriler nitel araştırma aşamasında yarı yapılandırılmış görüşme ve odak grup görüşme teknikleri kullanılarak elde edilmiştir. Nicel araştırma aşamasında ise yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak anket aracılığıyla toplanmıştır.

3.3.1. Nitel araştırma aşaması veri toplama tekniği ve aracı

Nitel araştırmada sosyal bir olgu kendine has yönleriyle doğal ortamında tümevarımcı bir yaklaşımla ele alınmaktadır. Araştırmaya katılanların, duygu, düşünce ve bakış açılarını anlamak üzere tasarlanmaktadır. Çalışmanın doğal ortamda geçmesi, araştırmacının veri toplama evresinde katılımcı, gözlemci gibi etkin rolünün olması, katılımcıların duygu, düşünce ve algılarını ortaya koyması ve araştırma deseninin esnek olması nitel araştırmanın öne çıkan özellikleridir. Bu özellikler nitel araştırmayı nicel araştırmadan ayırmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Bu tür araştırmalarda katılımcı sayısı nicel araştırmaya göre daha azdır ve genelleme oranı çok düşüktür. Ancak, araştırılan durum derinlemesine irdelenmekte ve dolayısıyla alana büyük katkı sağlayan çalışmalar ortaya çıkmaktadır (Seggie ve Bayyurt, 2015). Dolayısıyla, bu çalışmanın birinci aşamasında nitel araştırma kullanılarak derinlemesine bilgi elde edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın birinci aşamasında veri toplamak için odak grup ve yarı yapılandırılmış görüşme teknikleri kullanılmıştır. Araştırma amacı göz önünde bulundurularak araştırmacının sahada odaklanacağı noktaları ve kişileri belirlemede gözlem tekniğinden de faydalanılmıştır. Literatürde gözlem yönteminin dezavantajlarından bahsedilmektedir. Ön plana çıkan dezavantajlarının, elde edilen sonuçların kişiye özgü olması, başkalarından elde edilen verilerle kolaylıkla karşılaştırılamaması ve ön yargılı olma ihtimalinin bulunması olarak belirtilmektedir. Dolayısıyla, bu teknikle elde edilen verilerin diğer mekânlara, zamanlara ve durumlara genellemesinin zor olduğu ifade edilmektedir. Dolayısıyla, gözlem tekniğinden araştırmacının doğru noktaya odaklanması için faydalanılmıştır (Sart, 2015).

Yarı yapılandırılmış görüşme ve odak grup yöntemlerinin birbirinden bağımsız kullanılabileceği gibi birbirini desteklemek için kullanılabileceği ifade edilmektedir. Ayrıca, çoklu yöntem araştırmalarında çeşitleme için bir araç olarak kullanılabileceği de belirtilmektedir (Longhurst, 2010). Bu sebeplerden dolayı araştırmanın nitel veri toplama

evresinde gözlem, görüşme ve odak grup teknikleri kullanılarak metodolojik çeşitleme yöntemine gidilmiştir. Böylelikle, yöntemlerin dezavantajları ortadan kaldırılmaya çalışılmıştır.

3.3.1.1. Yarı yapılandırılmış görüşme

King ve Horrocks (2010) görüşmenin gerçekleştirilmesinde gözönünde bulundurulması gereken, araştırmacıya rehberlik eden altı noktanın olduğunu belirtmektedir. Bunlar görüşmenin yapılacağı alan, kayıt, pozitif ilişki kurma, soru sorma, sondalama ve görüşmeyi bitirme olarak sıralanmaktadır. Ritchie ve Lewis (2003) ise görüşmenin altı evrede gerçekleştirildiğini belirtmektedir. Katılımcıyla buluşma, araştırma projesini tanıtmaya, görüşmeye başlama, görüşmeyi sürdürme, görüşmeyi sonlandırma ve görüşme sonrası yazarlar tarafından önerilen görüşme evreleri olarak sıralanmaktadır. Araştırmayla ilgili görüşme tekniğiyle veri toplanırken yukarıda bahsedilen evreler göz önünde bulundurulmuştur.

Görüşmenin yapılacağı alanla ilgili dikkat edilmesi gerekenler rahatlık, kişiye özel olması ve sessizlik olarak belirtilmektedir (King ve Horrocks, 2010). Araştırma kapsamında görüşmelerin büyük çoğunluğu etkinlik sırasında gerçekleştirilmiştir. Az sayıda katılımcıyla etkinlik bittikten sonra belirlenen zaman ve yerde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Etkinlik sırasında görüşmeler katılımcıların konakladıkları otel lobilerinde ve parkuru tamamladıktan sonra dinlenme için ayrılan alanlarda gerçekleştirilmiştir. Böylelikle görüşme yerinin rahatlık özelliğine dikkat edilmeye çalışılmıştır. Katılımcıların buldukları noktaya giderek görüşmeler gerçekleştirilmiş böylelikle alanın kişiye özel olma niteliği sağlanmıştır. Görüşmeler sırasında kullanılan alanların sessiz ve sakin olması tercih edilmiş ve istenilen verilere ulaşılmaya çalışılmıştır.

Görüşmede verilerin kaydedilmesinde iki temel yöntemden bahsedilmektedir. Birinin cihazla kaydetme diğeri not alma. Kayıt cihazı ile kaydedilen verilerin araştırmacıya kolaylıklar sağladığı ifade edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2006; Yüksel vd., 2007). Dolayısıyla, görüşmeler katılımcılardan izin alınarak iki farklı cihazla kayıt altına alınmıştır.

Sıcak ve samimi ilişki oluşturmanın başarılı nitel görüşmede anahtar bir unsur olduğu ifade edilmektedir. Araştırmacının yapmak istediğini açıkça ortaya koymasının önemli olduğu ancak bunun dostane bir ilişki anlamına gelemeyeceği belirtilmektedir.

Görüşmede sıcak ve samimi ilişki geliştirmek katılımcının araştırmacıya açılmasında kendini rahat hissetmesi olarak ifade edilmektedir. Ancak, pozitif ilişki kurmanın garantisinin olmayacağı vurgulanmaktadır. Pozitif ilişki geliştirebilmek için iki konunun altı çizilmektedir. Birincisi araştırma projesini anlatma, ikincisi araştırmacını kendisini tanıtmadır (King ve Horrocks, 2010). Bununla birlikte Warren ve Karner (2010) görüşmecinin yaş, cinsiyet ve görünüş gibi özelliklerinin görüşme sırasında görüşmeyi yapan ve görüşmeci arasındaki etkileşimi, dostane ilişki geliştirmeyi ve iyi veri meydana çıkarmayı kolaylaştırdığını vurgulamaktadır. Araştırma kapsamında katılımcılarla pozitif ilişki kurulmaya çalışılmıştır.

Yarı yapılandırılmış görüşmenin katılımcının orijinal soruya verdiği cevabı takip eden doğaçlama bir şekilde ortaya çıkan diğer soruların takip ettiği az sayıda görüşme sorusu olarak hazırlanmış özelliğinin olduğu belirtilmektedir (Wengraf, 2004). Patton (2002) görüşme sırasında sorulacak sorular içerisinde deneyim, davranış, görüş, değer, duygu ve demografik sorular olması gerektiğini ifade etmektedir. Deneyim ve davranışla ilgili olanların kolay, katılımcının rahatlıkla cevaplandırabileceği ve iyi bir başlangıç yapabileceği sorular olduğuna dikkat çekilmektedir. Diğer önemli bir nokta ise yönlendirici sorulardan kaçınılması gerektiğidir (Ritchie ve Lewis, 2003). Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşmede orijinal soru olarak odak grup görüşmelerindeki sorular kullanılmıştır. Bu sorulara ilaveten görüşmenin gidişatına göre takip soruları sorulmuştur. Takip soruları kullanılırken Schatzman ve Strauss (1973) tarafından önerilen dört tür takip soru özelliği dikkate alınmıştır. Araştırmacılara göre takip sorularının şu özellikleri taşıması gerekmektedir. Bunlar;

- Zaman dizini (ve sonra? Ne zamandı?).
- Detay (şunun hakkında biraz daha bilgi verebilir misin?).
- Berraklaştırma (Bunu anlamadım.).
- Açıklama (Niçin? Nasıl?).

Görüşme ile ilgili bir diğer nokta ise görüşme süresidir. Weiss (1995) görüşme süresinin en az 30 dakika olması gerektiğini, Seidman (2006) ise 90 dakikanın ideal olduğunu daha fazlasının uzun olduğunu belirtmektedir. Araştırma sırasında en kısa görüşme 28, en uzun görüşme ise yaklaşık 90 dakikaya yakın sürmüştür.

Araştırmacı için katılımcının görüş ve davranışlarını anlamının en temel özelliklerden biri derinlemesine görüşme tekniğini kullanmak olabilir. Görüşme sırasında derinlemesine bilgi sondalama yani, derinlemesine araştırma yaparak ortaya

çıkarılmaktadır (Ritchie ve Lewis, 2003). Araştırmada derinlemesine inceleme yapabilmek için üç temel sondalama türü (detaylandırma, açıklığa kavuşturma ve tamamlama) türü kullanılmıştır.

Görüşmenin bitiriş aşamasında, görüşmenin sonuna gelindiği sinyalinin katılımcıya verilmesi, böylelikle katılımcının günlük sosyal etkileşim seviyesine kademeli olarak döndürülmesi gerektiği ifade edilmektedir. Katılımcının anlatmak istediklerini tamamlamasına izin verilmesi gerektiği de belirtilmektedir. Araştırmacı tarafından katılımcıya sıcak bir şekilde teşekkür edilmesi ve araştırmaya nasıl katkı sağladığıyla ilgili açıklama yapılması gerektiği de ifade edilmektedir (Ritchie ve Lewis, 2003). Bu noktalar dikkate alınarak görüşmeler uygun bir şekilde sonlandırılmıştır.

3.3.1.2. Odak grup görüşmesi

Odak grup görüşmeleriyle daha fazla katılımcıdan hızlı ve düşük maliyetle veri sağlanabilmektedir (Richards ve Morse 2007). Kitzinger (1995) bu tekniğin özellikle katılımcıların konu hakkındaki bilgileri ve deneyimlerini keşfetmek için kullanışlı olduğunu belirtmektedir. Odak grup görüşmelerinin hem insanların ne düşündüklerini hem de nasıl ve niçin düşündüklerini incelemede kullanışlı olabileceğini ifade etmektedir.

Odak grup tekniği kullanılarak veri toplamada bazı kararların alınması gerekmektedir. Morgan (1997) öncelikle gruba kimlerin katılacağı, grup yapısının nasıl olacağı, her bir gruptaki katılımcı sayısının ne olacağı ve toplamda kaç odak grup görüşmesinin gerçekleştirileceği konusunda kararların alınması gerektiğini ifade etmektedir.

Odak grup görüşmelerinde homojen yapıda grup oluşturulmuştur. Katılımcıların demografik, sosyo ekonomik yapı vb. değişkenler açısından homojen olması gerektiği belirtilmektedir. Aynı sosyal statü veya aynı yaşam tarzına sahip bireylerin bir araya getirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır (King ve Horrocks, 2010). Krueger ve Casey (2009) ise bazı araştırmalarda farklı bakış açılarından bilgiler sağlanabilecek farklı özellikteki bireylerden oluşturulmuş odak grup görüşmelerinin olduğunu belirtmektedir. Patton (2002) odak grup için katılımcı seçerken bilgi bakımından zengin bireyleri göz önünde bulundurmak gerektiğinden bahsetmektedir. Araştırmanın amacı merkeze alınarak kimden daha zengin veri elde edilebilecekse o bireylerin odak grup görüşmeleri için seçilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla, araştırmada odak grup oluştururken araştırmanın amacı dikkate alınarak, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilen, zengin veri

sağlanabileceği düşünülen katılımcılar seçilmeye çalışılmıştır. Birinci odak grup görüşmesi Eskişehir’de yaşayan farklı demografik özelliklere sahip iki kadın, dört erkek toplam altı katılımcıdan, ikinci odak grup görüşmesi yine Eskişehir’de yaşayan üç kadın, üç erkek olmak üzere toplam 6 etkinlik katılımcısından oluşmaktadır. Üçüncü odak grup görüşmesi Bursa’da iki kadın, dört erkek katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Dördüncü odak grup görüşmesi ise İznik Ultra Maratonu sırasında iletişime geçilen beş kadın ve üç erkek katılımcıyla yapılmıştır.

Odak grup katılımcı sayısı konusunda Morgan (1997) her bir odak grup için 6-10 kişinin yeterli olacağını belirtmektedir. Krueger ve Casey (2009) ise ideal sayının 5-8 kişi arasında olması gerektiğini ifade etmektedir. 10 kişiden fazla katılımcının olduğu gruplarda kontrolün zor olduğu ve aynı zamanda katılımcıların iç dünyalarını yansıtmak için fırsatın ortadan kalkabileceği görüşünü savunmaktadır (King ve Horrocks, 2010). Araştırma kapsamında gerçekleştirilen odak grup görüşmelerinde en az 6, en fazla 8 kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Odak grup görüşmesinin sayısına karar vermede Morgan (1997) her bir araştırma projesi için 3 ya da 5 odak görüşmenin yeterli olacağı görüşünü öne sürmektedir. Krueger ve Casey (2009) ise üç ya da dört odak grup görüşmesinden sonra veri konusunda doyum sağlanıp sağlanmadığına bakılması gerektiğini belirtmektedir. Doyum noktası (saturation point) araştırmacının konuyla ilgili geniş fikirler elde ettiği ve artık yeni bir bilgiyi alamadığı durumlar için kullanılan bir kavramdır. Araştırma kapsamında dört odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Doyum noktasına ulaşıldığına her bir odak grup görüşmesinden elde edilen veriler analiz edilerek karar verilmiştir.

Odak grup görüşmelerinde katılımcıların kendilerini rahat hissettikleri bir ortam hazırlanarak konu hakkında farklı görüş ve düşüncelerin ortaya çıkartılması amaçlanmaktadır (Seggie ve Bayyurt, 2015). Yukarıda bahsedilen kararlara ilaveten odak grup görüşmelerinin gerçekleştirileceği yer konusunun da önemli olduğu vurgulanmaktadır.

Morgan (1998) odak grup görüşmelerinin yapılacağı en iyi ya da en tipik yer konusunda birçok seçenek olduğundan bahsetmektedir. Katılımcılar araştırma konusu hakkında tartışmayla gerçekten ilgileniyorlarsa, grubun nerede toplandığının fazla önemli olmadığı ifade edilmektedir. Önemli olan noktanın araştırmacıların ve katılımcıların rahat etmeleri olduğu ve ona göre yer seçimimin gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen odak grup görüşmelerinden iki tanesi Anadolu Üniversitesi

Spor Bilimleri Fakültesi tesislerinde gerçekleştirilmiştir. Diğer iki görüşme ise etkinlik sırasında konaklamanın gerçekleştiği otellerin seminer salonları kullanılarak yapılmıştır.

Morgan ve Krueger (1998) odak grubun uygunluğundan sonra sıradaki adımın problem üzerine ışık tutacak sorularla ilgili fikirlerin toplanma aşaması olduğunu belirtmektedir. Bu aşamada 4-6 kişiden oluşan bir grupla beyin fırtınası tekniği kullanılarak geliştirilecek sorularla ilgili fikir elde edilmesi önerilmektedir. Farklı geçmişe sahip, konu bilgisi ve deneyimi olan 4 alan uzmanının katıldığı beyin fırtınası oturumu gerçekleştirilerek sorularla ilgili ön bir çalışma yapılmıştır.

Morgan ve Krueger (1998) odak grup görüşmeleri sırasında farklı zamanlarda farklı soru türlerinin kullanıldığı belirtmektedir. Açılış, giriş, geçiş, anahtar ve bitiriş sorusu olmak üzere beş temel soru kategorisi olduğunu vurgulamaktadır. Beyin fırtınasından elde edilen fikirler doğrultusunda Krueger tarafından önerilen soru kategorilerine göre dokuz soru hazırlanmıştır. Daha sonra üç alan uzmanından soruları uygunluğunu değerlendirmeleri istenmiştir. Her bir soru için 1-4 arasında değişen puanlar verilerek değerlendirme yapılmış, değerlendirme sonucunda 2 soru araştırmaya dâhil edilmemiştir. Odak grup görüşmesi ve yarı yapılandırılmış görüşmelerde kullanılan soruların son hali ve soru türleri Tablo 3.1.'de gösterilmektedir.

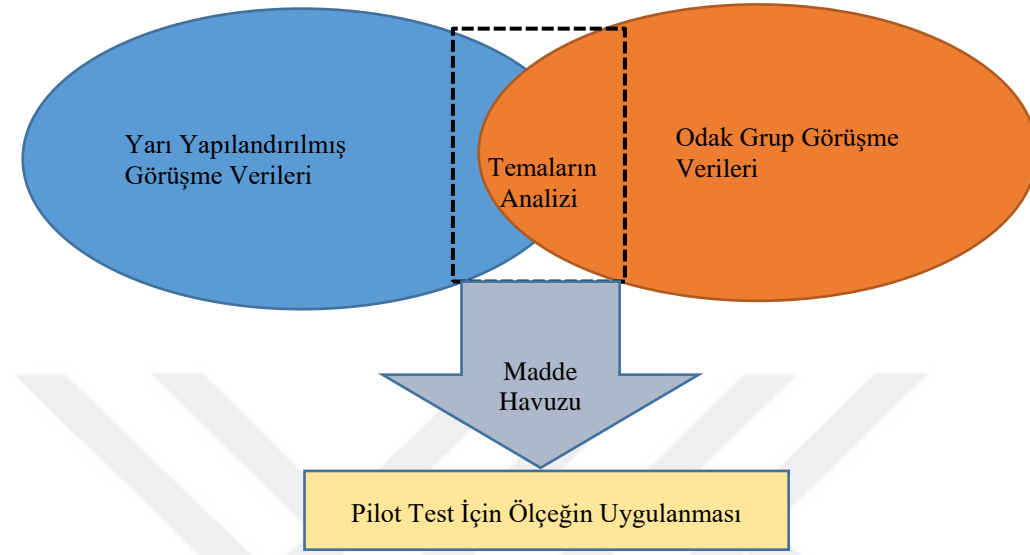
Tablo 3.1. *Odak grup görüşme soruları*

Sorular	Soru Türü
1. Boş zaman spor etkinliklerine katılım hikâyenizi anlatır mısınız?	Açılış Sorusu
2. Katıldığınız etkinliklerle kendinizi nasıl ilişkilendirirsiniz?	Giriş Sorusu
3. Katılmayı düşündüğünüz etkinliklerde hangi özelliklerin olmasını istersiniz?	Geçiş Sorusu
4. Katıldığınız etkinlikler hayatınızda ne gibi değişikliklere sebep olmaktadır?	Anahtar Soru
5. Etkinliğine katılmaktan elde ettiğiniz faydalar nelerdir?	Anahtar Soru
6. Etkinlik sırasında yaşadığınız deneyimleri nasıl ifade edersiniz?	Anahtar Soru
7. Etkinlik sırasında hissettiğiniz duyguları yorumlar mısınız?	Kapanış Sorusu

3.3.2. Nicel araştırma aşaması veri toplama tekniği ve aracı

Araştırmada karma araştırma yöntemi desenlerinden keşfedici sıralı desen kullanıldığından bu aşamada nitel veriler nicel verilerle birleştirilerek bir ölçe aracı geliştirilmiştir. Keşfedici sıralı desende analiz üç aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada nitel, ikinci aşamada nicel veriler toplanmakta son aşamada ise nitel keşfedici bulgular nicel analizlerle genellenmekte ve genişletilmektedir. Nicel veri toplama aşamasına geçilmeden önce nitel bulguların kullanımıyla ilgili ara yüz oluşturulması

gerekmektedir (Creswell ve Clark, 2015). Şekil 3.2’de nitel bulgulardan nicel veri toplama evresine geçiş şekli gösterilmektedir.



Şekil 3.2. Nitel bulgulardan nicel veri toplama evresine geçiş

Şekil 3.2’de görüldüğü gibi yarı yapılandırılmış görüşme ve odak grup görüşme verilerinin analizi sonucunda ortaya çıkan ortak temalar Spor Etkinlik Deneyim Ölçeği ile ilgili boyutlar olarak değerlendirilmiştir. Her bir boyut ile ilgili madde yazılarak ölçeğin madde havuz oluşturulmuştur.

Nitel veri ile elde edilen etkinlik deneyimi temaları bu aşamada geliştirilen ölçme aracı ile daha büyük bir örnekleme genellenmeye çalışılmıştır. Ölçek geliştirme ile ilgili literatür incelendiğinde farklı yazarlar tarafından önerilen ölçek geliştirme süreçlerinin olduğu görülmektedir. Spector (1992) ölçek geliştirmenin çok aşamalı bir süreç olduğunu ifade etmektedir. Bu süreç, yapının tanımlanması, ölçeğin tasarlanması, pilot test yapılması, uygulama ve madde analizleri ve son olarak geçerlik ve model olmak üzere beş temel aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada ilgili yapı açık bir şekilde tanımlanmaktadır. İkinci aşamada cevap seçimi ve bilgilendirme yazısı dahil ölçeğin tam formatına karar verilmektedir. Ölçekte yer alan maddeler bu aşamada yazılarak havuz oluşturulmaktadır. Üçüncü aşamada ölçeğin başlangıç aşamasının pilot testinin yapılması önerilmektedir. Bu aşamada ölçek, küçük bir örneklem grubuna uygulanmaktadır. Geri dönüşlere göre ölçekte revizyon yapılması gerektiği ifade edilmektedir. Dördüncü aşamada ölçeğin madde analizi için 100-200 arasında değişen örneklem grubuna

uygulanması gerektiği belirtilmektedir. İç tutarlılık güvenilirliği anlamına gelen alfa katsayısı bu aşamada hesaplanmaktadır. Eğer maddeler yeterli içsel tutarlılık gösterirlerse son aşamaya geçilmektedir. Aksi durumda ölçeğin revize edilebilmesi için ilk aşamaya geri dönülmesi gerektiği ifade edilmektedir. Son aşamada ölçeğin doğrulanması için bir dizi geçerlik çalışması yapılmaktadır. Bu aşamada hem geçerlik için hem de model için veri toplanması gerekmektedir. Analizler sonucu ölçeğin son şekli bu aşamada verilmektedir (Spector, 1992).

Netemeyer vd. (2003) ölçek geliştirme için dört aşama önermektedir. Birinci aşama yapıyı tanımlama ve içerik alanını belirleme, ikinci aşama madde oluşturma ve karar verme, üçüncü aşama ise ölçeği arındırmak ve geliştirmek için çalışma tasarlama işlemlerinden oluşmaktadır. Dördüncü ve son aşamada çeşitli geçerlik türlerini test etmek için araştırma planlama, açımlayıcı faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi ve içsel tutarlılık katsayılarına göre madde analiz etme, ilave geçerlik tahminlerinde bulunma, model oluşturma ve ölçeğe son şeklini verme işlemleri gerçekleştirilmektedir.

DeVellis (2012) ise ölçek geliştirmede sekiz aşamadan bahsetmektedir. Bu aşamalar;

- Ölçülmek istenen yapıyı açık bir şekilde tanımlama,
- Madde havuzu oluşturma,
- Ölçüm formatına karar verme,
- Madde havuzundakiler için uzman görüşü alma,
- Geçerli maddelerin ilave edilmesini göz önünde bulundurma,
- Maddelerin üzerinde ölçek geliştirilen örnekleme uygulanması,
- Maddelerin değerlendirilmesi ve
- Ölçek uzunluğunu uygun hale getirme olarak sıralanmaktadır.

Erkuş (2014) var olan ölçek geliştirme prosedürlerine bazı eleştiriler getirerek yeni bir yöntem önermektedir. Bu yöntem sekiz aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada ölçülecek özelliğin kuramsal-kavramsal yanının çok iyi irdelenmesi ve kuramsal-kavramsal yapının alt kavramlarla ilişkisinin çok iyi tanımlanması gerekmektedir. İkinci aşamada ölçülecek özelliği ortaya çıkartabilecek en uygun madde türü ve tepki kategorileri belirlenmelidir. Üçüncü aşamada her faktör için ayrı ayrı ve aynı sayıda madde üretilmesi önerilmektedir. Dördüncü aşamada her bir alt bileşenin ayrı ayrı hedef kitleye sunulması ve ayrı ayrı açıklayıcı faktör analitik tekniklerin ve döndürme tekniklerinin hemen hemen hepsinin uygulanıp en iyi çözüm veren yapı bulununcaya

kadar, her bir alt bileşenin olabildiğince basit yapıya indirgenmesi sağlanmalıdır. Beşinci aşamada madde puanlarının yeniden hesaplanması önerilmektedir. Altıncı aşamada ayrı ayrı yaklaşık basit yapıya indirgenmiş alt bileşenlere topluca aynı açıklayıcı faktör analitik teknikleri uygulayarak, alt bileşenler ve alt bileşen kesişim alanlarına giren maddeler ile genel yapı içindeki büyüklükler saptanmalıdır. En son değişmez madde-faktör puanlarıyla tüm alt bileşenler bir araya getirilerek tekrar açıklayıcı faktör analizi uygulanmalıdır. Bu şekilde ölçeğin yapısı çok daha gerçeğe yakın bir şekilde elde edilmektedir. Yedinci aşamada madde-alt bileşen haritası çıkarılarak, hangi madde hangi bileşene ne kadar katkı sunuyor, toplamda artık bu madde-faktör puanları kullanılıp değerlendirme yapmak üzere ölçek kullanıcılara sunulmaktadır. Sekizinci aşamada ise yapı doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmektedir.

Literatür incelemesinden anlaşıldığı gibi farklı araştırmacılar tarafından önerilen ölçek geliştirme prosedürlerinin olduğu anlaşılmaktadır. Bu araştırmada literatürde sık kullanıldığı gözlemlenen Churchill (1979)'in ölçek geliştirme süreci dikkate alınmıştır. Ölçek geliştirme sürecinin aşamaları ve ilgili teknikler Tablo 3.2'de gösterilmektedir.

Tablo 3.2. Ölçek geliştirme aşamaları

Aşama	Teknik
1. Aşama: Yapının belirlenmesi	Literatür incelemesi
2. Aşama: Ölçek maddelerin oluşturulması	Literatür araştırması, İç görü oluşturan örnekler, Önemli olaylar, Odak grup görüşmeleri
3. Aşama: Pilot test için veri toplama	
4. Aşama: Ölçeği sadeleştirme	Faktör analizi, Alfa Katsayısı
5. Aşama: Veri toplama	
6. Aşama: Güvenilirliği ve geçerliği test etme	Yapı geçerliği, Kriter geçerliği, Alfa katsayısı, Eşdeğer yarılar güvenilirliği
7. Aşama: Modeli oluşturmak	Puanların dağılımını açıklayan ortalama ve diğer istatistikler

Churchill (1979) önerdiği gibi ilk aşamada literatür incelemesi gerçekleştirilmiş ve ilgili örneklerden nitel veri toplama teknikleriyle veri toplanmıştır. Veri analizi sonucunda ortaya çıkartılan duygusal yön, atmosfer, etkinlik yeri, kişisel gelişim, profesyonel destek, sosyal etkileşim ve kaçış temaları boş zaman spor etkinlik deneyimi ile ilgili yapılar olarak belirlenmiştir.

Nitel veri bulguları dikkate alınarak her yapı ile ilişkili madde yazılarak havuz oluşturulmuştur. Madde havuzundaki madde sayısı konusunda Netemeyer (2003) eğer ölçek yapısı çok geniş değilse ve nihai ölçek 5-10 maddeden oluşursa, madde havuzunda 20-30 maddenin yeterli olacağını belirtmektedir. DeVellis (2012) 10 maddeli bir ölçek

için madde havuzunda 40 maddenin olması gerektiğini ya da ölçeğin son halinin % 50'sinden daha büyük olması gerektiğini önermektedir. Madde havuzu oluştururken yarı yapılandırılmış görüşme ve odak grup görüşmelerinden elde edilen verilerin analizi sonucu belirlenen kodlar temel alınmıştır. Benzer olan ve olmayan her bir kod için örnek madde yazılmıştır. Sonuç olarak toplam 64 maddeden oluşan madde havuzu oluşturulmuştur.

Verilerin toplanmasında deneyim kavramı ile ilgili kuramsal bilgiler dikkate alınmıştır. Katılım deneyimini sağlıklı bir şekilde değerlendirebilmek için veriler, etkinliğin son evresinde yani katılımcıların koşu sonrası dinlendiği aşamada anketörler aracılığı ile yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Etkinlik alanında katılımcılar koşuttan sonra kıyafetlerini değiştirebilmekte, dinlenebilmekte, yeme, içme vb. ihtiyaçlarını giderebilmektedir. Ayrıca, canlı müzik, sahne gösterleri vb. aktiviteler ile katılımcıların iyi vakit geçirmeleri sağlanmaktadır. Dolayısı ile bu aşamanın veri toplamak için uygun olduğu söylenebilir.

Veri toplama aracı pilot test için iki, nihai çalışma için üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde beyan temelli katılım yeri (il içi ve il dışı) ve boş zaman katılım biçimi (kayıtsız ve ciddi boş zaman) ile ilgili sorular yer almaktadır. İkinci bölümde boş zaman spor etkinlik deneyimi ile ilgili faktörler ve maddeler yer almaktadır. Son bölümde ise demografik sorular bulunmaktadır.

3.4. Veri Analizi

Nitel ve nicel araştırma yaklaşımı ile toplanan araştırma verileri iki aşamada analiz edilmiştir. Öncelikle nitel veri analizi gerçekleştirilmiştir. Sonraki aşamada ise nicel veriler analiz edilmiştir.

3.4.1. Nitel araştırma aşaması veri analizi

Nitel araştırmada analiz, aralarında farklılaşma olmayan yorumları ve gözlemleri örneklerde, kategorilerde, tanımlayıcı birimlerde belirli bir düzene sokma ve aralarında ilişki arama süreci olarak tanımlanmaktadır (Jones vd., 2013). Nitel veri araştırmacının görüşmeler, gözlemler ve belge inceleme sonucunda topladığı bilgi anlamına da gelmektedir. Veriler görüşmelerden oluşturulmuş deşifre metinleri, saha notları, ses ve video kayıtları, fotoğraflar, belgeler ve günlükler şeklinde olabilmektedir. Bu veriler ham veriler olarak adlandırılmaktadır (Jones vd. 2013). Nitel veri analizinin ham veriden

başlayarak zamanla elde edilmiş veriyi keşfetme, yönetme, yorumlamadan oluştuğu ve ham verinin yansıtıcı süreçten geçerek dönüştürüldüğü bir aşama olduğu belirtilmektedir (Jones, 2013).

Ritchie ve Lewis, (2003) nitel veri analizinde nicel veri analizindeki gibi kabul görmüş kurallar ve prosedürler olmadığını belirtmektedir. Öncelik ve odaklanılan noktaya göre analitik yaklaşımların birçok araştırmacı tarafından tartışıldığından bahsedilmektedir. Jones (2013) veri analizinde her bir nitel araştırma yaklaşımının kendine özgü prosedürlerinin olduğunu ifade etmektedir. Ancak verilerin dönüştürülme, organize edilme ve yönetilme yöntemleri arasında birçok benzerlik bulunmaktadır. Ritchie ve Lewis, (2003) ise yaklaşımlar arasındaki sınırların net olmadığını, nitel araştırma geleneğinde sınırların birbiriyle örtüştüğünü belirtmektedir. Richards ve Morse (2007) da farklı nitel araştırma yaklaşımlarında farklı analizlerin olduğundan bahsetmekte, ancak bu analizlerin hepsinin amacının aynı olduğunu, yapılandırılmamış ve dağınık veriden fikirler ortaya çıkarmak için kullanıldıklarını vurgulamaktadır.

Engel ve Schutt (2005'den aktaran Güler vd. 2015) veri analizinde kullanılan tekniklerin ortak noktalarını beş aşamada şöyle ifade etmektedir,

- Elde edilen verinin yazıya dökülmesi,
- Verinin ana kavramlar etrafında düzenlenmesi,
- Elde edilen konseptlerin birbirleriyle olan ilişkisinin ortaya konulması,
- Verideki alternatif açıklamaların, negatif durumların ve farklı açıklamaların değerlendirilerek konseptlerin meşruluk kazanması,
- Veri analizinin belli bir mantık çerçevesinde sunulması.

Marshall ve Rossman (2011)'a göre süreç yedi aşamadan oluşmaktadır. Bunlar;

- Veriyi düzenleme,
- Veride derine inme,
- Kategoriler ve temalar oluşturma,
- Veriyi kodlama,
- Analitik notlar aracılığıyla yorumlar ortaya koyma,
- Alternatifler için arama yapma,
- Rapor yazma.

Bruce vd. (2016) herhangi bir nitel analiz sürecinde belirli aşmaların tekrar ettiğini ileri sürmektedir. Bu aşamalar;

- Verilerin metin haline getirilmesi,
- Kodların analitik olarak geliştirilip tümevarımsal şekilde veride tanımlanması,
- Kodların kategorik etiketlere veya temalara dönüştürülmesi,
- Verinin, benzer ifadeleri, şablonları, ilişkileri ve benzerlikleri veya uyumsuzlukları tanımlayan bu kategoriler tarafından tasnif edilmesi,
- Tasnif edilmiş verinin anlamlı şablonlar ve süreçleri ayırmak için incelenmesi,
- Belirlenen şablonların, daha önceki araştırmalar ve teorilerin ışığında değerlendirilmesi ve bir takım küçük genellemelerin yapılması olarak sıralanmaktadır.

Jones vd. (2013) spor ve fiziksel aktivite kapsamında nitel araştırma yapan araştırmacılara veri analizi için dört aşama önermektedir. Bunlar;

- Veri yönetimi; veriyi düzenlemek, sıralamak ve depolamak için bir sistem oluşturmak,
- Transkripsiyon; görüşmeleri ve saha notlarını deşifre etmek,
- Tanıma Aşaması, toplanan veriyi dinlemek, okumak ve gözden geçirmek,
- İndirgeme; temalar oluşturabilmek için veriyi kodlara ve kategorilere ayırmak.

Veri analizinde son aşama kodlama, kategori oluşturma ve temalar çıkarma olarak sıralanmaktadır. Kodlama oluşturma aşamasında tanımlayıcı, kategorik ve analitik olmak üzere üç tür kodlama türü bulunmaktadır. Tanımlayıcı kodlamayla bilgi depolanmakta, kategorik kodlama ile materyaller bir araya getirilmekte ve analitik kodlama ile kavramlar geliştirilmektedir. Bu aşamalardan sonra temalar tanımlanmaya çalışılmaktadır (Richards ve Morse, 2007).

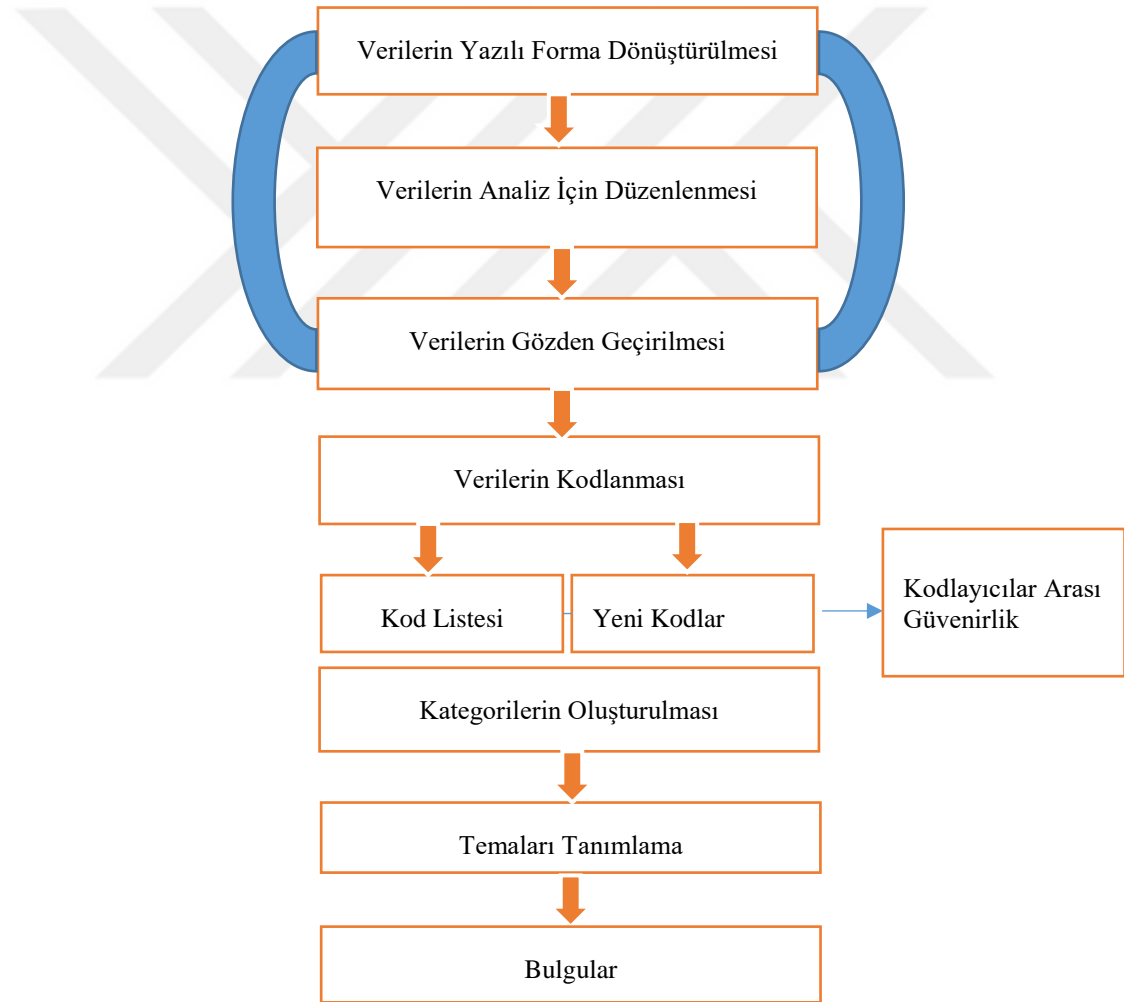
Marshall ve Rossman (2011) kategorileri kavramsallaştırmakla ilgili ilk adımın açık kodlama olduğunu ifade etmektedir. Bu aşamada veri başlangıç kodlama için ayıklanmaktadır. Daha sonra kodlar aralarındaki ortaklığı yansıtan kategorileri kavramsallaştırmak için gruplanmaktadır. Bu gruplama eksen kodlama olarak açıklanmaktadır. Analiz için önerilen diğer bir yol da kümelemedir. Kümeleme araştırmacının birbiriyle örtüşen ilişki diyagramlarını oluşturduğu yaratıcı bir iş olarak ifade edilmektedir.

Nesnelci bakış açısına göre araştırmacı veri kodlamaya başlamadan önce önceden belirlenmiş geçici kategori listesinin sahip olmalıdır. Böyle bir liste oluşturma bilgiye erişmeyi ve analizi kolaylaştırmaktadır (Marshall ve Rosman, 2011). Miles ve Huberman (2015) oluşturulacak geçici liste kaynağının kavramsal çerçeve, araştırma soruları,

hipotezler veya araştırmacının çalışmaya kattığı anahtar değişkenler olabileceğini belirtmektedir. Bu öneriler çerçevesinde kodlama aşamasında liste oluştururken kavramsal çerçeve ve araştırma soruları kaynak olarak alınmıştır.

Kategorilerin oluşturulmasında Marshall ve Rossman (2011)'a göre literatür incelemesi ve kavramsal çerçevenin dikkate alınması gerekmektedir. Bu kategoriler veri bölümlerinin içine koyulduğu bir sepete benzemektedir. Veri derinlemesine incelenerek bu kategorilerin boyutları artabilmektedir.

Verilerin analizinde nitel veri analizi programı kullanılmıştır. Şekil 3.3'de veri analiz sürecinin aşamaları gösterilmektedir.



Şekil 3.3. Veri analiz süreci aşamaları (Cavkaytar (2009)'dan uyarlanmıştır)

3.4.2. Nicel araştırma aşaması veri analizi

Nicel veri aşamasında örneklem ait değerlerin tanımlanmasında tanımlayıcı istatistikten yararlanılmıştır. Yapıların tanımlanmasında Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) kullanılmıştır. Ortaya çıkan model ise Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ile test edilmiştir. Ölçümlerin geçerliği yapı, ayrışma ve yakınsak geçerlik analizleri ile kontrol edilirken, güvenilirlik Cronbach's Alpha katsayısı, madde toplam korelasyonu ve test tekrar test analizleri ile değerlendirilmiştir. Analizler istatistik programları kullanılarak yapılmıştır.



4. BULGULAR VE YORUM

4.1. Giriş

Boş zaman spor etkinlik deneyiminin anlaşılmasını amaçlayan bu çalışma, iki aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada nitel araştırma paradigmasından yararlanarak boş zaman spor etkinlik deneyimi ile ilgili derinlemesine bilgi elde edilmeye çalışılmıştır. İkinci aşamada ise birinci aşama sonucunda elde edilen veriler nicel araştırma paradigması temel alınarak daha büyük bir örneklem grubuna genellenmiştir. Araştırma bulguları daha önceki aşamalarda olduğu gibi nitel ve nicel araştırma evrelerine göre ortaya çıkartılmıştır.

4.2. Nitel Araştırma Bulguları

Nitel veri toplama ve analizi evrelerinden oluşan I. aşama 5 Şubat 2016 tarihinde başlamış, 14 Haziran 2016' da bitmiştir. Süreç içerisinde dört farklı etkinlikte katılımcılarla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ayrıca homojen yapıda oluşturulmuş dört odak grup görüşmesi gerçekleştirilerek veri toplama süreci sona ermiştir. Araştırma bulgularını elde etmek için Jones vd. (2013) tarafından önerilen veri analizi aşamaları takip edilmiştir. Kodlama aşamasında ise Richards ve Morse (2007)'un önerdiği tanımlayıcı, kategorik ve analitik kodlama yöntemi kullanılmıştır.

Çalışma kapsamında bulgular veri analizini içeren satır numaraları ve kod belirteçleri ile ele alınmıştır. Temalara ait kodlar ve veri toplama tekniklerinden elde edilen transkriptlerin satır numaraları araştırmanın anlamlandırılmasında yol gösterici olmuştur. Alıntılar görüşme için "GR" ve odak grup için "OG" kısaltmaları kullanılarak sıra numaraları ile birlikte verilmiştir. Tablo 4.1.'de hem yarı yapılandırılmış görüşme hemde odak grup görüşmelerine katılanların sıra numaraları ile birlikte yaş, eğitim durumu, meslekleri ve yıl içerisinde katıldıkları etkinlik sayıları gösterilmektedir.

Tablo 4.1. Katılımcı bilgileri.

Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Meslek	Yıllık Etk. Say.
E1	37	Lisans	Öğretmen	2
E2	48	Lisans	Memur	4
E3	40	Lisans	Hâkim	8
E4	62	Lisans	Yönetici	3
E5	47	Orta Öğretim	S. Meslek	6
E6	57	Lisans Üstü	Yönetici	3

Tablo 4.1. (Devam) *Katılımcı bilgileri.*

Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Meslek	Yıllık Etk. Say.
K7	25	Lisans	Yönetici	3
K8	30	Lisans	Spor Uzm.	3
E9	55	Lisans	Emekli	7
E10	40	Ön Lisans	Memur	5
E11	45	Lisans	Memur	12
E12	34	Lisans	Serbest Meslek	5
E13	28	Lisans Üstü	Yön. Danışmanı	7
E14	28	Lisans Üstü	Bil. Müh.	3
K15	42	Lisans	Rehber	4
E16	38	Lisans	Eczacı	6
E17	61	İlköğretim	Emekli	15
E18	28	Lisans Üstü	Öğrenci	5
E19	27	Lisans Üstü	Öğretmen	10
E20	36	Lisans Üstü	Elek. Müh.	3
E21	29	Lisans Üstü	Mühendis	15
E22	42	Ön Lisans	Spor Eğitmeni	3
E23	52	Lisans Üstü	Serbest Meslek	2
K24	32	Lisans	Ev Hanımı	3
E25	43	Lisans Üstü	Yönetici	4
K26	51	Lisans	Serbest Meslek	2
K27	44	Lisans	Doktor	4
K28	45	Lisans	Yönetici	5
K29	45	Lisans Üstü	Diş Hekimi	3
K30	33	Lisans	İç Mimar	2
K31	38	Orta Öğretim	İşçi	4
E32	26	Lisans Üstü	Mühendis	8
K33	29	Ön Lisans	Estetisyen	15
E34	57	Lisans Üstü	Emekli	10
E35	46	Lisans	Serbest Meslek	3
E36	36	Ön lisans	İşçi	13
E 37	30	Lisans	Mühendis	2
K38	19	Lisans	Öğrenci	2
E39	35	Lisans Üstü	Öğretmen	4
E40	31	Lisans	Öğretmen	10
K41	23	Lisans	Öğrenci	6
E42	49	Lisans Üstü	Yönetici	4
K43	20	Lisans	Öğrenci	2
K44	20	Lisans	Öğrenci	3
E45	20	Lisans	Öğrenci	2
K46	19	Lisans	Öğrenci	3
E47	22	Lisans	Öğrenci	3
E48	24	Lisans	Öğrenci	3
E49	32	Lisans	Memur	5
K50	43	Lisans	Serbest Meslek	4
E51	37	Lisans	Memur	3

Yarı yapılandırılmış görüşmeler ve odak grup görüşmelerinden elde edilen veriler ayrı ayrı analiz edilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu duygusal yön, atmosfer, etkinlik yeri, profesyonel destek, kişisel gelişim, sosyal etkileşim, kaçış ve etkinlik imajı temaları ortaya çıkartılmıştır. Tablo 4.2’de kodlar, alıntı

sayısı, alıntının yapıldığı kaynak sayısı, kodların bir araya getirilmesiyle oluşturulan kategoriler ve ortaya çıkarılan temalar gösterilmektedir.

Tablo 4.2. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analiz sonuçları.

Yarı Yapılandırılmış Görüşme				
Kod	Refereans	Kaynak Sayısı	Kategori	Tema
Anı	6	5	Duygular	Duygusal Yön (DY)
Mutluluk	22	12		
Hırs	6	3		
Heyecan	12	9		
Zevk	17	7		
Eğlence	13	7		
İzleyici Ortamı	15	9	Etkinlik Ortamı	Atmosfer (A)
Aktivite Ortamı	22	14		
Katılımcı Ortamı	10	9		
İklim	15	8	Yer Özelliği	Etkinlik Yeri (EY)
Doğa Güzelliği	6	4		
Tarihi Doku	4	3		
Yerel Kültür	19	8		
Alt Yapı	4	4		
Tatil Fırsatı	35	12		
Yakınlık	20	9	Organizasyon	Profesyonel Destek (PD)
Katılım Maliyeti	13	7		
Çekicilik	5	4		
Sponsor	16	7		
Verilen Değer	6	6		
Konaklama	12	8		
Güvenlik	16	5		
Parkur Manzarası	19	10		
Parkur Düzeni	3	2	Parkur Özelliği	
Parkur Zorluğu	13	11		
Bilgilenme	11	4		
Disiplinli Olma	1	1	Kişisel Özellikler	Kişisel Gelişim (KG)
Özgüven	4	4		
Sağlık	9	6		
Sınırlarını Keşfetme	24	10		
Strateji Geliştirme	2	1		
Mücadele Etme	19	10		
Başarma	64	16		
Sosyal Medya	21	9		
Sosyal Kimlik	3	3		
Buluşma	3	2	Sosyalleşme	Sosyal Etkileşim (SE)
İletişim	26	12		
Paylaşım	6	2		
İşbirliği	2	2		
Arkadaşlık	9	4		
Sosyal Çevre	5	4	Uzaklaşma	Kaçış (K)
Evden Uzaklaşma	6	5		
Gün. İşl. Uzaklaş.	3	3		
Stresten Uzak.	9	6		
İşten Uzak.	5	4		
Etkinlik Kişiliği	14	7		
Etkinlik Anlamı	5	2		

Odak grup görüşmelerinden elde edilen verilerin analiz sonucunda ise duygusal yön, atmosfer, etkinlik yeri, profesyonel destek, kişisel gelişim, sosyal etkileşim ve kaçış temaları çıkartılmıştır. Tablo 4.3’de odak grup görüşmelerinden elde edilen verilerin analizi sonucu ulaşılan kodlar, alıntı sayısı, alıntının yapıldığı kaynak sayısı yani referans, kodların bir araya getirilmesiyle oluşturulan kategoriler ve ortaya çıkarılan temalar gösterilmektedir. Kodlarla ilgili kaynak sayısı alıntının kaç odak grup görüşmesinde geçtiği tespit edilerek belirlenmiştir.

Tablo 4.3. Odak grup görüşme verilerinin analiz sonuçları.

Odak Grup				
Kod	Referans	Kaynak Sayısı	Kategori	Tema
Merak	7	3	Duygu	Duygusal Yön (DY)
Tutku	12	3		
Havaya Sokma	3	2	Etkinlik Ortamı	Atmosfer (A)
Çevre	16	4		
Ortam Heyecanı	4	1		
Cazibe	6	2	Yer Özelliği	Etkinlik Yeri (EY)
Eğlence İmkânı	2	2		
İklim	10	3		
Tatil Fırsatı	7	3		
Ulaşım	3	2		
Yerel Kültür	9	2	Organizasyon	Profesyonel Destek (PD)
Konaklama	3	2		
İlave Aktiviteler	39	4		
Sponsor	4	3		
Güvenlik	22	2	Parkur Özelliği	
Parkur Manzarası	13	3		
Parkur Zorluğu	4	2	İmaj	
Sosyal Kimlik	3	3		
Sosyal Medya	10	3	Kişisel Özellikler	Kişisel Gelişim (KG)
Tutum	13	3		
Özgüven	9	4		
Sınırlarını Keşfetme	21	4		
Strateji Geliştirme	4	1		
Mücadele Etme	5	2	Sosyal Sorumluluk	
Destek Olma	10	2		
Farkındalık	4	2	Sosyalleşme	Sosyal Etkileşim (SE)
Arkadaşlık	21	4		
Dayanışma	12	4	Uzaklaşma	Kaçış (K)
Gün. İşl. Uzaklaş.	2	2		
Strestan Uzakla.	3	1		

İki ayrı veri toplama tekniği ile elde edilen verilerin analiz sonuçları birbiri ile karşılaştırılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucunda ortaya koyulan “etkinlik imajı” temasının odak grup görüşme verilerinin analizi sonucunda

ortaya çıkmadığı tespit edilmiştir. Tablo 4.4’de her iki analiz sonuçlarına göre elde edilen temaların karşılaştırılması gösterilmektedir.

Tablo 4.4. Temaların karşılaştırılması

Yarı Yapılandırılmış Görüşme	Odak Grup Görüşmesi	Ortak Temalar
Duygusal Yön (DD)	Duygusal Yön (DY)	Duygusal Yön (DY)
Atmosfer (A)	Atmosfer (A)	Atmosfer (A)
Etkinlik Yeri (EY)	Etkinlik Yeri (EY)	Etkinlik Yeri (EY)
Profesyonel Destek (PD)	Profesyonel Destek (PD)	Profesyonel Destek (PD)
Kişisel Gelişim (KG)	Kişisel Gelişim (KG)	Kişisel Gelişim (KG)
Sosyal Etkileşim (SE)	Sosyal Etkileşim (SE)	Sosyal Etkileşim (SE)
Kaçış (K)	Kaçış (K)	Kaçış (K)
Etkinlik İmajı	-	-

Araştırma kapsamında ilgili kodlar bir araya getirilerek kategoriler oluşturulmuş, kategorilerden de duygusal yön, atmosfer, etkinlik yeri, organizasyon yapısı, kişisel gelişim, sosyal etkileşim ve kaçış temaları çıkartılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme ve odak grup görüşmelerinde elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan ortak temalar boş zaman spor etkinlik deneyimiyle ilişkili olarak değerlendirilmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucunda elde edilen “etkinlik imajı” teması ortak tema olmadığı için kapsama dahil edilmemiştir. Şekil 4.1’de rekreasyonel spor etkinlik deneyimiyle ilgili olduğu düşünülen temalar gösterilmektedir.

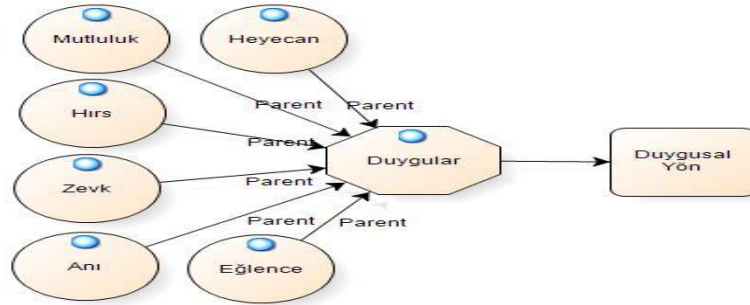


Şekil 4.1. Boş zaman spor etkinlik deneyimi ile ilgili temalar

İlerleyen bölümde ortak temalar ile ilgili bazı alıntılar ve nitel veri analiz programı kullanılarak oluşturulan modeller gösterilmektedir. Alıntılar, veri toplama tekniğinin

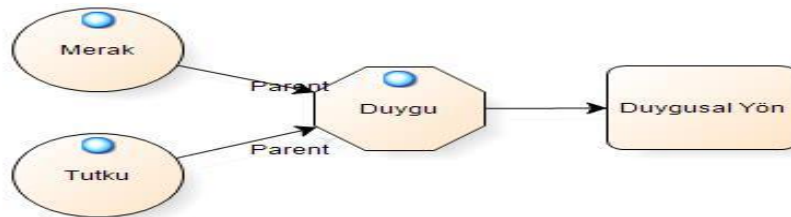
kısaltması, katılımcıya verilen kod ve alıntının satır numaraları ile birlikte aktarılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme için GR kısaltması, odak grup için ise OG kısaltması kullanılmıştır.

Duygusal Yön (GR, E11, 683-688): “Bende hırs oluyor, önümde koşanları geçmek istiyorum. Etkinlikleri de zaten ondan dolayı seviyorum. Öndekini geçeyim daha sonra onu da geçeyim derken bir bakıyorum, ooo bayağı iyi gitmişim bee falan diyorum. Bu hoşuma gidiyor. Mesela şeyde olur ya, arabayla giderken de öyle olur ya, insanın yapısında vardır. Önde bir araba olunca onu geçeyim diyorsun ya, onun gibi bir şey bu da. Ben öyle mutluluk oluyorum, etkinlikten çok büyük haz alıyorum.”



Şekil 4.2. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan duygusal yön teması ile ilgili model

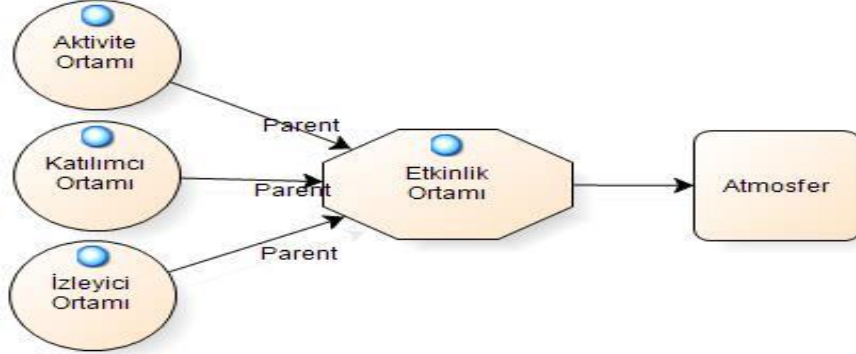
(OG, E1, 1432-1435) “Bir arkadaşımın önerisiyle Tarsus'ta ilk defa etkinliğe katıldım. Tarsus Belediyesinin düzenlemiş olduğu bir etkinlik. O etkinlikten müthiş bir zevk aldım. Ondan sonrada bende tutku oluştu. Mümkün olduğunca, imkânımın el verdiği yerlere gidiyorum.”



Şekil 4.3. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan duygusal yön teması ile ilgili model

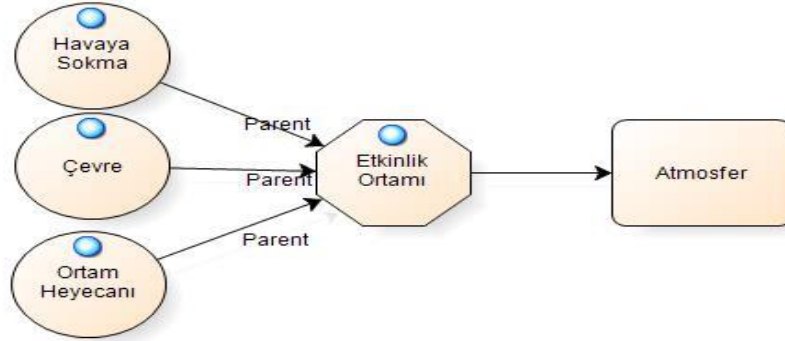
Atmosfer (GR, K8, 25-30): “Renk, dil, din ayırt etmeksizin yabancıyı yerlisi herkes birlikte ve ortak bir dil konuşuluyor. Herkes birbirine yardımcı oluyor. Protesto edenler güncel gelişmeleri siyasi olayları... Bir şekilde tişörtün üzerine yazılanlarla herhangi bir bağlantı

çağırta ve çevreye zarar vermeden uygar insanlar gibi mesajlar veriliyor. Çok güzel bir ortamdı. Yani hep birlikte bütün insanların 7'den 70'e çoluklu çocuklu, çocuk arabasıyla birlikte koşanlar çok güzel bir ortamdı.”



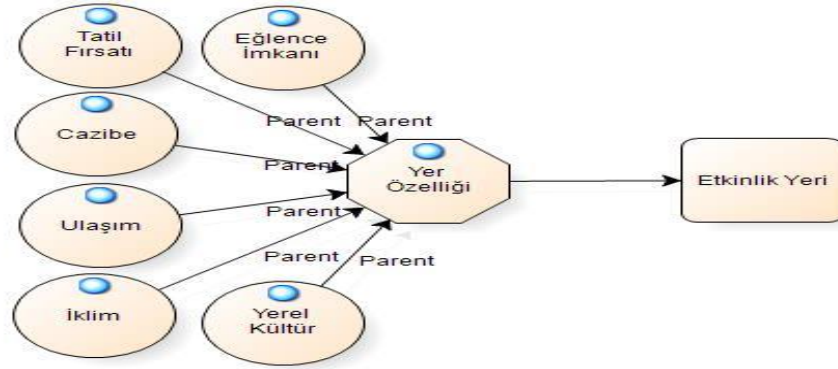
Şekil 4.4. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan atmosfer teması ile ilgili model

(OG,E2) “Etkinliklere geldiğimiz zaman şunu görüyoruz. Ben kendi adıma şunu yaşıyorum; spor salonunda çalışıyorsunuz, bantta koşuyorsunuz veya herhangi bir arazide koşuyorsunuz, açık havada koşuyorsunuz ama profesyonel bir yerde koşmuyorsunuz ve yahut ta o atmosferi yaşayarak koşmuyorsunuz.”



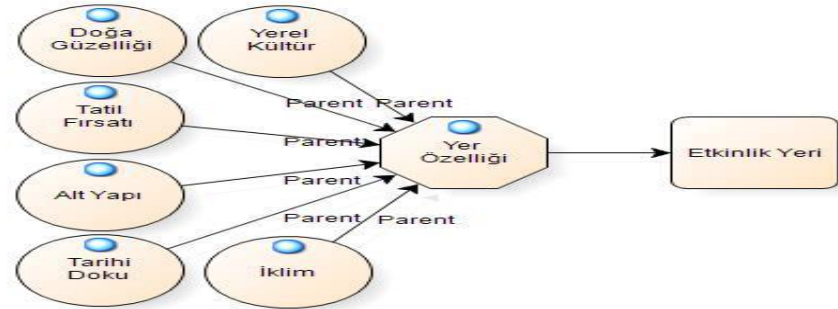
Şekil 4.5. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan atmosfer teması ile ilgili model

Etkinlik Yeri (GR, E6, 307-311): “Ben profesyonel bakmıyorum o şey de hem sporumu yapayım, hem yemeğimi yiyim, hem içkimi içeyim. Hem değişik yerler göreyim, turistik olarak gezeyim. Ya biz mesela bu sene Antalya'dan çok zevk aldık. Mesela; Olympos'a gittik, Kemer'e gittik orda oturduk, değişik yerler gördük. Oranın tarihini bir kokladık. Hem sporumuzu yaptık hem de oranın o turistik yerlerini gezerek ayrı bir haz aldık.”



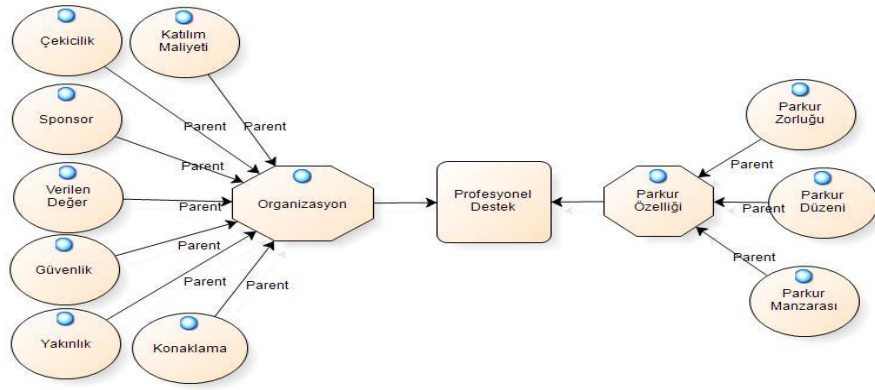
Şekil 4.6. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan yer özelliği teması ile ilgili model

(OG, E37, 586-590) “Ürgüp’ü görmüş oldum. Peri bacalarını gezdim. İki gece konakladık. Bir gün önceden gittik. Bir gece kaldık ondan sonra o gün koştuktan sonrada bir gece daha kalıp orayı gezdikten sonra döndük. İki gün orayı gezme şansımız oldu. Şimdiki hedef İznik'e gitmek. İznik'te koşuya katılacağız. İznik'i görmüş olacağım oralara da daha önce gitmedim.”



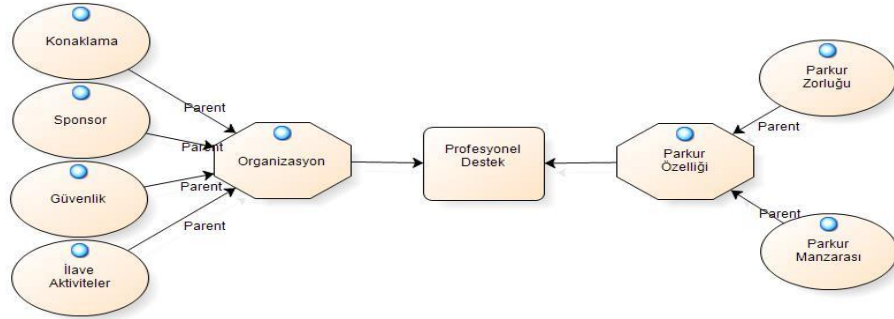
Şekil 4.7. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan yer özelliği teması ile ilgili model

Profesyonel destek (GR, E6, 196-202): “En temel şey koşarken su bulamıyorsunuz. Dolayısıyla hani ne arıyorsunuz, organizasyonun kaliteli olması lazım. Çok böyle şey olmaması lazım, şurada bile mesela hâlâ şeyi öğrenemediler; çıkışta mesela tempo koşan insanlara engel olmamak lazım. Ya ayır şunu koy hedefi atıyorum 2 saat olanlar şu koridorda başlasın işte 1 buçuk saat olanlar onların önünde başlasın. Yani hepimiz biliyoruz ne için koştuğumuzu orada. Dolayısıyla hani orada insanlara engel olmayalım. Kaliteli organizasyondan kastım bu. Her şey mükemmel burası benim gördüğüm en iyi maraton organizasyonu.”



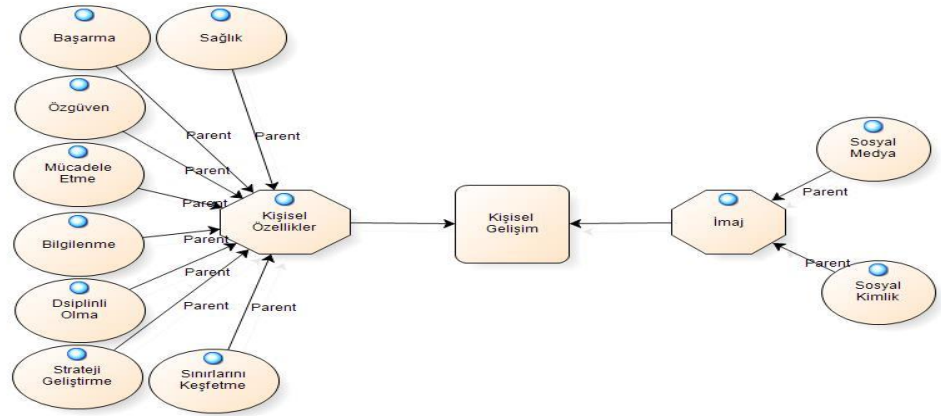
Şekil 4.8. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan profesyonel destek teması ile ilgili model

(OG, K40, 485-490) “Sayının fazla olması da organizasyonun kalitesini düşürebiliyor. Sürekli Avrasya dan örnek veriliyor. 12-13 yıldır katıldığım için biliyorum. Son 3-4 yıldır sayı artsın diye bir çaba var etkinlik organizasyonu tarafından. Çok büyük bir hata. Parkurun darlığı veya otobüslerin yetersizliği, malzemeleri bırakacağımız yerin uygunsuz olması. Eskiden 2000-3000 kişilik katılımcı sayısı vardı. Şimdi 10, 15, 50 bini buluyor ama organizasyon aynı organizasyon. Ekstra yapılan bir şey yok.”



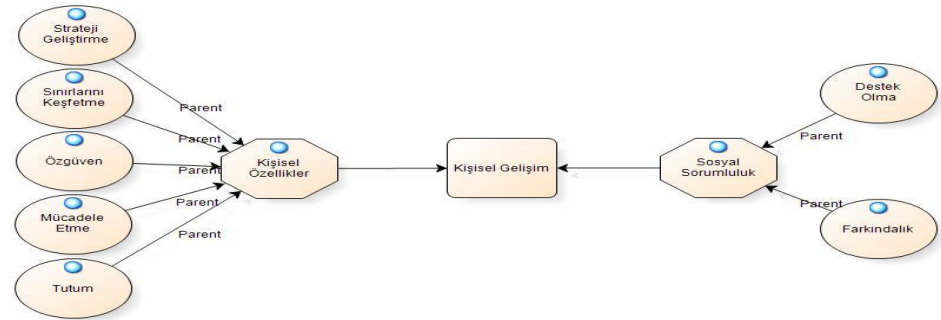
Şekil 4.9. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan profesyonel destek yapısı teması ile ilgili model

Kişisel Gelişim (GR, K7, 122-126): “Benim için şey oluyor... yani daha bir özgüvenimin artıyor. Hani kendi içimde de -hanı bak normalde insanların ya da benim çevremde arkadaşlarımın yapmayacağı bir şey yapıyorum ben ve altından da kalkabiliyorum. Hani öyle sabah kalkıp neyse ya koşuyu geçiştir ne biliyim sahile gidiyim takılayım demektense yine geliyorum, geldiğim amaç için bitirip donuyorum. Bu benim için iyi bir şey.”



Şekil 4.10. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan kişisel gelişim teması ile ilgili model

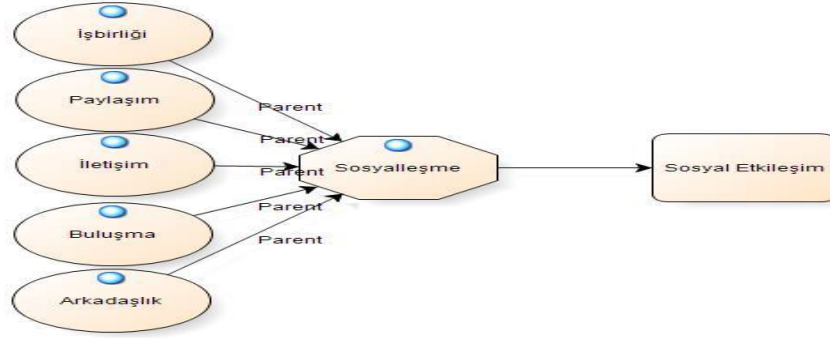
(OG, E22 2071-2076) “50 km bitirdiğimde başka bir insan olarak devam ediyorum. Bambaşka bir insan oluyorsunuz. Her şey değişiyor. Felsefe değişiyor. Kendinize inancınız değişiyor. Sabrınız, sakinliğiniz, hepsini tek tek sınamış oluyorsunuz. Yani etkinlikler hakikaten çok şey katıyor insana.”



Şekil 4.11. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan kişisel gelişim teması ile ilgili model

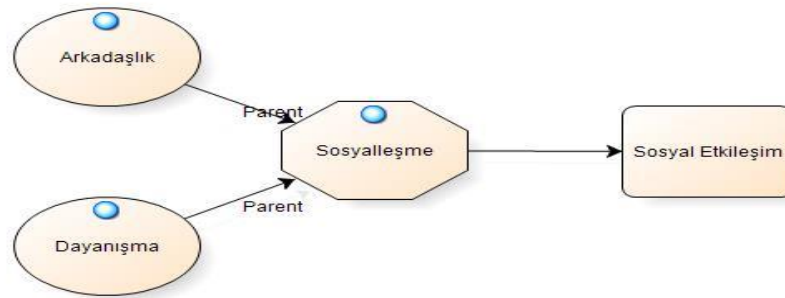
Sosyal Etkileşim (GR, E3, 255-266): “Özellikle etkinlikler öncesi şimdi olduğu gibi otel lobilerinde karşılaştığımız arkadaşlarla konuşuruz falan. Bir grup İstanbul’dan gelen işte yaşça benden 10-15 yaş daha genç arkadaşlardan oluşan hep ekip halinde gidip gelen bir arkadaş grubuyla tanışmıştım. Daha önceki etkinlikler öncesinde sohbet ederken ben nihai hedefimin onlara yarı maratonda iki saatin altına düşmek olduğunu söylemiştim. İki saatin altına düşmem lazım işte bu organizasyonda biraz daha yaklaştım. Böyle dakika dakika gidiyorum şeklinde. Benim için önemini o arkadaşlar muhtemelen şey anlamış oldular. Trabzon da yine aynı arkadaşlarla karşılaştım. İşte yarışın bitiminde onlar haliyle benden daha da genç oldukları için benden önce bitirmişler işte yerlerini almışlar. Kim geliyor? Kim gidiyor? Onları takip ediyorlar. Ben daha sonra onlarla konuştum oradan öğreniyorum. Ben

Trabzon koşusunda finiši geçtiğimde, saat 2:01;00' I gösteriyormuş ve bu arkadaşlar çok üzölmüşler. Gerçekten hepsi çok iyi çocuklar. İyi kalpli çocuklar. Ve gerçekten benim adıma çok üzölmüşler.”



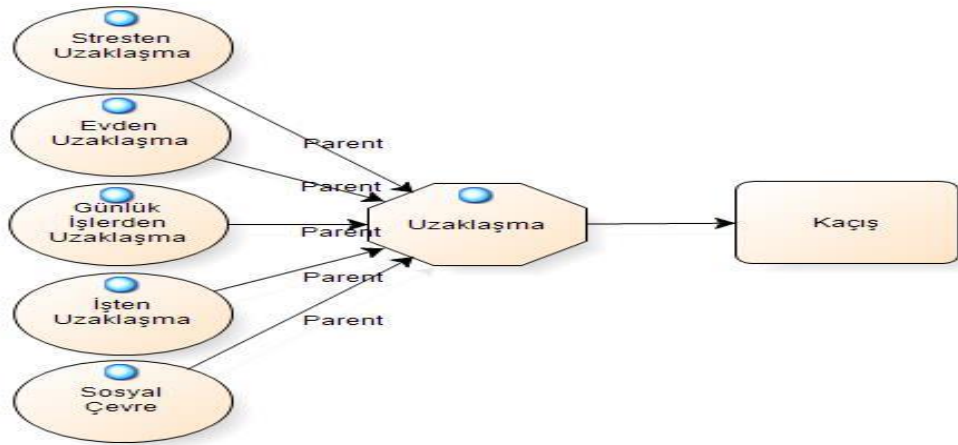
Şekil 4.12. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan sosyal etkileşim teması ile ilgili model

(OG, E25, 2185-2200) “Yolda ne tarafa gideceğini bilemeyen bir yarışçıyla karşılaştım. Hiç kimseyi de görememiş yani. Tek başına gitmiş uzun süre yol ayırımında kalmış bide dağın başı gerçekten oraları. İşaretlerle ilgili şüphelere düşmüş. Ben gelince beraber fikir jimnastiği yaptık. İşaretlemede biraz eksiklikler vardı. Neyse biz oradan gitmeye başladık. Hakikaten de ilerde yarışçıları gördük. Çok rahatladı. Çünkü çok titiz bir adam. İTÜ mezunu bir mühendis. İşte her şeyi böyle programlı şeyli jelleri, bilmem neleri özel falan donanım süper ondan sonra çok dikkatli. İşte ahbab olduk. Söyleşe söyleşe gidiyoruz falan. Derken benim arka bacağıma şu baldırlara kramp girmeye başladı. Aaaa abi sende şu eksiktir dedi. Şak dedi jelini çıkarttı. Yaa dedim o jel senin yani ağızlık? Aaaa dedi bende 12 tane ağızlık var dedi. Şak dedi onu çıkardı. Onu taktı. Neyse bana destek verdi orada... Bir daha dedim sen bekleme git ben sana yetişirim... Ben yokuş aşağıya Çamlıhemşin'e doğru koştum, yokuşun sonunda yakaladım. Hiç beklemiyormuş beni. Abi sen harikasin, büyüksün falan şu oldu. Orda iki insanı yardımlaşmasından bir dostluk doğdu.”



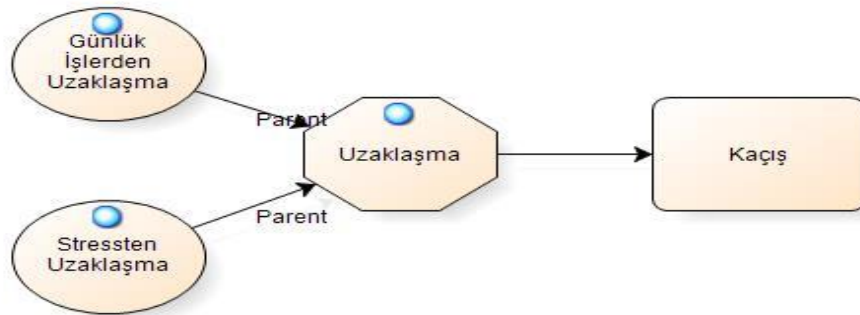
Şekil 4.13. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan sosyal etkileşim teması ile ilgili model

Kaçış (GR, E19, 226-232): “Buradaki etkinlik koşmanın tadı tuzu gerçekten. Kafa dağıtmaya, stresiniz varsa stresinizi dağıtmaya ya da hafta sonunuzu daha kaliteli geçirmeye teşvik ediyor. Şehirde olsanız biliyorsunuz stres. Şehirde gideceksiniz bir yere işte alkol alacaksınız vesaire nereye kadar? Buradaki keyfi alamayacaksınız.”



Şekil 4.14. Yarı yapılandırılmış görüşme verilerinin analizi sonucu oluşturulan kaçış teması ile ilgili model

(OG, E25, 1918-1921) “Otomatiğe bağladığımız hayatın içinde böyle bir farklılık rutinin dışına çıkmak, yani şunu söyleyebilirim; etkinlik insana hakikaten kendini anlama kendini tanıma zır zır konuşan o zihni susturma fırsatı sağlıyor orda sadece kaslarınızla bedeninizle siz varsınız başka hiçbir şey düşünmeye olanağınız yok.”



Şekil 4.15. Odak grup görüşmesi verilerinin analizi sonucu oluşturulan sosyal etkileşim teması ile ilgili model

Nitel veri analizi sonucunda ortaya çıkan duygusal yön, atmosfer, yer özelliği, profesyonel destek, kişisel gelişim, sosyal etkileşim ve kaçış temaları nicel veri analizi

öncesinde boş zaman spor etkinlik deneyimi ile ilgili faktörler olarak belirlenmiştir. Nicel veri toplama ve analiz evresinde bu faktörler ilgili örnekleme genellenmeye çalışılmıştır.

4.2.1. Nitel araştırmada geçerlik ve güvenilirlik

Nitel araştırma yumuşak bir bilim olarak görölmekte deneysel yöntemi kullanan nicel araştırmayla karşılaştırıldığında bilimsel kesinlikten yoksun olduğu konusunda eleştirilmektedir. Genel eleştiriler nitel araştırmanın sübjektif, anektodsalsal, araştırmacı ön yargılarına maruz kalan ve genelleştirilmeden yoksun olduğu yönündedir (Cope, 2014).

Son zamanlarda postmodern bakış açısıyla araştırma kalitesini yargılamak için kriter geliştirme çabalarının tartışmalı olduğu ifade edilmektedir (Seale, 1999). Golafshani (2003) ise nitel paradigmadaki güvenilirlik ve geçerlik kavramlarının güvenilir olma, kesinlik ve kalite olarak kavramsallaştığını belirtmektedir. Jones vd. (2013) geçerlik ve güvenilirliğin nitel araştırmada kalite için olması gereken bir ölçüt olduğunu ifade etmektedir.

Birçok araştırmacı çalışmalarında geçerliği göstermek istemektedir. Nicel araştırmada uzun süre sonucunda oluşturulmuş yöntemler kaliteyi sağlamak adına belirli prensipler önermektedir. Ancak, nitel araştırmada tartışmalar hala devam etmektedir (Jones vd., 2013). Nitel araştırmanın güvenilirlik ve geçerlik konusunda belirli kurallara bağlı olmaması çok eleştiri almasına neden olmaktadır (LeCompte ve Goetz, 1982). Creswell (2007) literatürde bazı yazarların nicel ortamdaki uygulamaların nitel araştırmanın kabulünde yardımcı olduğunu belirtmektedir. Ancak, bu durumun daha çok koruyucu önlem olarak algılandığına pozitivist yaklaşımın nitel çalışma için uyumlu olmadığını ifade etmektedir. Dolayısıyla, nicel araştırmada kullanılan güvenilirlik ve geçerlik kavramlarının nitel araştırmada kullanılmasının zor olduğu, sonuç olarak nitel araştırmacıların aynı kriterleri yansıtan farklı kavramlar kullandıklarından söz edilmektedir. Jones vd. (2013) terminolojiyle ilgili karışıklık olduğunu birçok yazarın nitel araştırmada kesinlik ve geçerlik kavramları yerine güvenilirlik anlamına gelen “trustworthiness” kavramını kullandıklarını, bazılarının nitel araştırma için kullanışlı olan ölçüt kavramını reddettiklerini belirtmektedir. Lincoln ve Guba (1985’den aktaran Güler vd. 2015) nicel araştırmada kullanılan geçerlik ve güvenilirlik kavramlarının yerine nitel araştırmada güvenilirlik anlamına gelen “trustworthiness kavramını kullanmaktadır. Sonuç olarak, hangi yöntem ya da kavram kullanılırsa kullanılsın nitel araştırmada güvenilirlik ve geçerliğin çeşitli yöntemlerle sağlandığını belirtmektedir.

Nitel araştırmanın değerlendirilmesinde farklı yazarlar tarafından önerilen kriterlere rastlamak mümkündür. Lincon ve Guba (1985'ten aktaran Cope, 2014) inandırıcılık (credibility), güvenilebilirlik (dependability), onaylanabilirlik (confirmability), aktarılabirlik (transferability) ve özgünlük (authenticity) olmak üzere beş kriter önermektedir. Whittemore vd. (2001) tarafından birinci ve ikincil geçerlik kriterlerinin olduğu belirtilmektedir. Nitel araştırmanın eleştirilmesinde birincil kriterler güvenilebilirlik, özgünlük, kritiklik, bütünlük'tür. İkincil geçerlik kriterleri ise canlılık (vividness), yaratıcılık (creativity), bütünlük (thoroughness), uyum (congruence) ve duyarlılık (sensitivity) olarak sıralanmaktadır. Jones vd. (2013)'a göre nitel araştırmada geçerlik ve güvenilirliğin belirli stratejilerle sağlanabileceği belirtilmektedir. Bu stratejiler; yol haritası (denetleme yolu), katılımcı kontrolü, bağımsız değerlendirme, çeşitleme, uzun süreli katılım, yoğun (belirgin) açıklama, alternatif açıklamalar ve yorumları arama ve son olarak yansıtıcılık şeklinde ifade edilmektedir. Güler vd. (2015) ise nitel araştırmada geçerliği ve güvenilirliği sağlayan dört kriter ve bu kriterler kapsamında yapılması gerekenler olduğunu ifade etmektedir. Bu kriterler inandırıcılık; (yoğun ve uzun süreli katılım, çeşitleme), genelleme (transfer edilebilirlik), güvenilirlik/değişmezlik (kapsamlı veri kullanımı ve detaylı anlatım, uygun tabloların kullanımı), teyit edilebilirlik (araştırmacıların yanılgılarının azaltılması, katılımcıların onaylaması, metodun uygunluğu, analizde farklı ve negatif hususları değerlendirme, yarı istatistik kullanma) şeklinde sıralanmaktadır. Ayrıca, güvenilirlik için şeffaflık ve derecelendirenler arası güvenilirlik önerilmektedir (Güler vd., 2015). Creswell ve Miller (2000) ve Creswell (2007) geçerlik süreci için uzun süreli katılım ve sürekli gözlem, çeşitleme/üçgenleme, akran incelemesi ve sorgulama, negatif durum analizi, araştırmacı ön yargılarını açıklama, üye kontrolü, yoğun ve zengin betimleme, dış denetim olmak üzere sekiz farklı prosedür önermektedir. Güvenirlik için ise kodlayıcılar arası görüş birliği kriteri önerilmektedir.

Barusch vd. (2011) Creswell'in önerdiği stratejilerin diğer yazarların önermelerinden oluşturulmuş anahtar bir sentez olduğunu belirtmektedir. Bu stratejilerin çalışmanın kalitesini güçlendirme adına araştırmacıya yardımcı olduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla, bu araştırmada Creswell (2007) tarafından önerilen stratejiler dikkate alınmıştır.

Uzun süreli katılım ve sürekli gözlem: Araştırmacının tepkiselliğini azaltmak için kullanılan bir araç olarak değerlendirilmektedir. Ancak, bunun tamamen ortadan

kaldırılmasının mümkün olmadığı da belirtilmektedir. Uzun süreli katılım ve sürekli gözlemlerle seçilen alandaki rutin işler, ritüeller ve dil öğrenilerek araştırmacı katılımcıları tanımakta ve alanın bir parçası olmaktadır. Bu yöntemle araştırmacı alanda daha derine inebilmekte ve daha az dikkat çekmektedir (Jones vd., 2013).

Çeşitleme: Genellikle araştırmacıların çalışmalarında birçok farklı kaynak ve bakış açısını ortaya koymaktadır. Bu yaklaşımın çeşitleme (triangulation) olarak bilindiği ifade edilmektedir. Çeşitleme kavramı doğru pozisyonu oluşturmak için farklı etkileri kullanmayı tanımlayan ölçme kavramından gelmektedir. Aynı şekilde araştırmacıların çoklu yöntem ya da araştırma sorusuyla ilgili anlayışlarını arttırmak için farklı kaynaklar kullanabileceği de ifade edilmektedir (Longhurst, 2010). Çeşitleme araştırmacının çalışmada kategoriler ya da temalar oluşturmak için çoklu ve farklı bilgi kaynakları arasında yakınsamayı aradığı geçerlik prosedürüdür (Creswell ve Miller, 2000). Bir araştırmanın geçerliğini ve güvenilirliği başarma yönteminin ön yargıları azaltan ve sosyal fenomenle ilgili çeşitleme kullanarak araştırmacının önermesinin doğruluğunu arttıran nitel araştırmacı bakış açısından etkilendiği belirtilmektedir (Golafshani, 2003). Denzin (1978'den aktaran Mathew ve Miles, 2015) üç tür çeşitlemeden bahsetmektedir. Veri kaynakları (kişiler, zamanlar, yerler vb.), yöntem (gözlem, görüşme, döküman), araştırmacı (A, B) ve kuram açısından çeşitleme. Çeşitleme nitel ve nicel veri türlerinin bir araya getirilmesiyle de gerçekleştirilmektedir. Çeşitleme türlerinden hangisinin seçileceği konusunda ise farklı çelişkileri, farklı güçleri olan ve özellikleriyle birbirini tamamlayacak çeşitleme kaynaklarının kullanılması önerilmektedir (Mathew ve Miles, 2015).

Akran sorgulama: Verinin ve araştırma sürecinin araştırılan konuyu bilen bir başkası tarafından incelenmesi olarak ifade edilmektedir. Akran inceleme araştırmacıya destek sağlamakta, araştırmacının varsayımlarını sorgulamakta, araştırmacıyı sonraki metodolojik adım için yön vermekte ve yöntem ve yorumlarla ilgili sorular sorulmasına sebep olmaktadır (Creswell ve Miller, 2000).

Negatif durum analizi: Araştırma olumsuz ya da geçersiz kanıtlar eşliğinde ilerledikçe araştırmacı çalışmanın hipotezlerini tasfiye etmektedir. Araştırmacı bütün durumlar uyum sağlayana kadar başlangıç hipotezlerini gözden geçirerek düzeltmektedir. Bu süreç veri analizinin sonucunda beklentiler ve uç değerler dışarıda bırakılarak tamamlanmaktadır.

Araştırmacı ön yargılarını açıklama: Okuyucunun araştırmacının pozisyonunu ya da araştırmayı etkileyen ön yargıları anlaması için araştırmacının ön yargılarını açıklaması anlamına gelmektedir. Bu aydınlatma aşamasında araştırmacı eski deneyimlerini, ön yargılarını ve araştırmanın biçimlenmesine muhtemelen şekil veren yönlendirmeleri yorumlamaktadır (Creswell, 2007)

Üye kontrolü: Nitel araştırmada inandırıcılığı (credibility) güçlendirmek için kullanılan bir tekniktir. Üye kontrolü konusunda uygulanan farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Biri katılımcıların görüşme transkriptlerini okuması, doğruluk ve eksiklikler hakkında yorum yapması diğeri ise veri analizin de ortaya çıkanları kontrol etmek için katılımcılarla bireysel ya da grup tartışması gerçekleştirmektir (Barusch vd., 2011).

Yoğun ve zengin betimleme: Aktarılabirliği (transferability) güçlendirmek için kullanımı önerilen bir tekniktir. Yoğun ve zengin betimleme okuyucunun araştırmanın potansiyelini diğeri zaman, yer, popülasyon ve alana aktarabilmesi için araştırma ile ilgili derin detay vermesi anlamına gelmektedir (Barusch vd., 2011).

Dış denetim: Araştırmacının dışında bir danışmanın veya denetçinin hem araştırma sürecini ve hem de araştırma ürününü incelemesine ve doğruluğu değerlendirmesine olanak sağlamaktadır. Değerlendirme sürecinde denetçi bulguların, yorumların ve sonuçların veri tarafından desteklenip desteklenmediğini incelemektedir (Creswell, 2007).

Creswell (2007) nitel araştırmada kalite için yukarıda bahsedilen kriterlerden en az iki tanesinin yapılan araştırmada kullanılması gerektiğini ifade etmektedir. Farklı veri kaynakları arasında çeşitleme gibi prosedürleri kullanma, yoğun ve detaylı açıklama yapma ve üye kontrolünde yazılı bütün metinleri katılımcılara iletme uygulaması kolay prosedürler olarak görülmektedir. Araştırma kapsamında geçerlik konusunda bir takım önlemler alınmıştır. Bu önlemler şu şekilde özetlenebilir:

- Araştırma kapsamında inanılır ve güvenilir veriler toplamak amacıyla ortamda yeterli zaman geçirilmiştir.
- Değişik ve çoklu veri toplama kaynakları kullanılarak veri çeşitlemesi yapılmıştır.
- Gözlem notları sistematik bir şekilde tutulmuştur. Gözlem yapılan günün sonunda saha notları genişletilerek son halini almıştır.
- Toplanan tüm veriler çeşitlerine göre sınıflandırılarak dosyalanmıştır.

- Araştırma sürecinde gerçekleştirilen ses kaydı dökümlerinin belli bir bölümü bir başka uzman tarafından dinlenerek kayıtların doğrulanması gerçekleştirilmiştir.
- Görüşme transkriptleri katılımcılara gönderilerek doğrulukları teyit edilmiştir.
- Veri toplama ve çözümleme sürecindeki kayıtlar düzenli olarak tutulmuştur.
- Verilere yorum yapılmadan, ilgili veri kaynaklarından alıntılara yer verilerek özgünlük sağlanmıştır.
- Araştırma süreci ve araştırma ürünü dış bir denetçi olarak danışman tarafından değerlendirilmiştir.
- Verilerden elde edilen sonuçlar birbirleriyle ilişkilendirilerek varsa farklı görüşlere ve aykırı açıklamalara da yer verilerek oluşumların bütün olarak algılanmasına çalışılmıştır.
- Araştırma süreci, ortam, araştırma süreci ayrıntılı olarak betimlenmiştir.

Nitel araştırmada güvenilirliğin artırılması konusunda Silverman (2005) ses kayıt cihazının kullanılmasını ve bunların yazıya aktarılmasını önermektedir. Bunun yanında güvenilirlik konusunda kodlayıcılar arası görüş birliği ya da diğer bir ifadeyle derecelendirenler arası güvenilirlik yönteminin kullanılması önerilmektedir (Silverman (2005; Güler vd., 2015). Kodlayıcılar arası güvenilirliğin hesaplanmasında Miles ve Huberman (1994) tarafından formül kullanılmıştır.

$$\text{Güvenirlilik Katsayısı} = \frac{\text{Uzlaşılın öge sayısı}}{\text{Uzlaşılın ve uzlaşılınmayan toplam öge sayısı}} \times 100 \quad (4.1)$$

Formüle göre araştırmacı ve güvenilirlik konusundaki uzman arasında kodlamalardaki uzlaşılın ve uzlaşılınmayan öge sayısına bakılmıştır. Literatürde formül sonucuna göre en az %70'lik bir oran tutturulursa, kodlayıcılar arası güvenilirliğin sağlanabileceği ifade edilmektedir (Miles ve Huberman, 1994). Değerlendirme sonucunda kodlayıcılar arası güvenilirlik %88 olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak amacıyla aşağıdaki önlemler alınmıştır:

- Görüşmeler iki farklı ses cihazıyla kaydedilerek transkriptlere dönüştürülmüştür.

- Araştırma sürecinde toplanan veriler, iki ayrı alan uzmanı tarafından analiz edilerek kodlanmıştır. Daha sonra kodlayıcılar arası güvenilirlik hesaplanmıştır.
- Araştırma süreci ayrıntılı olarak betimlenmiştir.

4.3. Nicel Araştırma Bulguları

Nicel veri toplama aşamasında iki farklı zamanda farklı örneklemden veri toplanıp, analiz edilmiştir. Elde edilen veriler pilot teste ve standartlaşmaya yönelik bulgular başlıkları altında sunulmuştur.

4.3.1. Pilot teste yönelik bulgular

Bu aşamada öncelikle pilot test kapsamında araştırmaya dâhil edilen örneklem grubunun tanımlayıcı istatistikleri ortaya çıkartılmıştır. Demografik özelliklerin frekans ve yüzdeleri hesaplanmıştır. Tablo 4.5’de pilot test örneklem grubunun tanımlayıcı istatistikleri gösterilmektedir.

Tablo 4.5. Pilot test örneklem grubunun tanımlayıcı istatistikleri

Demografik Özellik	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	82	35,7
Erkek	148	64,3
Yaş		
16-22	25	10,9
23-29	70	30,4
30-36	55	23,9
37-43	33	14,3
44 ve üstü	47	20,4
Eğitim Düzeyi		
İlköğretim/Ortaöğretim	33	14,3
Önlisans/Lisans	141	61,3
Lisans Üstü	56	24,3
Meslek		
Öğrenci	40	17,4
İşçi	49	21,3
Memur	56	24,3
Serbest Meslek	62	27,0
Diğer	23	10,0
Gelir		
2000 TL ve altı	49	21,3
2001-3000	37	16,1
3001-4000	44	19,1
4001-5000	26	11,3
5001 TL ve üzeri	74	32,2

Tablo 4.5 incelendiğinde araştırmaya katılanların %64,3'ü erkeklerden oluşmaktadır. %30,4 ile en fazla 23-30 yaş aralığında katılım görülmektedir. Eğitim düzeyi demografik özelliğine göre katılımcıların %61,3'ü önlisans/lisans derecesine sahiptir. Lisansüstü eğitim düzeyine sahip olanların oranının ilköğretim/ortaöğretim eğitim düzeyine sahip olanlardan fazla olması dikkati çeken bir bulgudur. En fazla katılımın olduğu meslek grubu ise %27,0 oranla serbest meslek grubudur. Gelir demografik özelliğine göre ise %32,2'lik oranla en fazla katılımın 5001 TL ve üzeri gruptan olduğu görülmektedir.

Pilot test öncesi madde havuzunda yer alan soruların ilgili yapıyı temsil etmedeki yeterliliği konusunda kapsam geçerliği için 7 uzman görüşü alınmıştır. Kapsam geçerliği ölçüsü için Lawshe (1975)'nin geliştirdiği Kapsam Geçerlik İndeksi (KGİ) yaklaşımı dikkate alınmıştır. KGİ her bir madde için hesaplanmaktadır. Uzmanlardan havuzdaki maddelerin her birini ilgili yapıyı temsil edip etmediği konusunda değerlendirmeleri istenmiştir. Her bir madde ile ilgili “1 Gerekli, 2 Yararlı ama önemli değil ve 3 Gereksiz” şeklinde görüş alınmıştır. Her bir maddenin KGİ'si aşağıdaki formüle göre hesaplanmıştır.

$$KGİ = \frac{n_e - (N/2)}{N/2} \quad (4.2.)$$

Formülde “ n_e ” bir madde ile ilgili “gerekli” görüşünü belirten uzman sayısını göstermekte, “ N ” ise toplam uzman sayısını göstermektedir. Uzmanlar herhangi bir madde için “gerekli (1)” şeklinde görüş bildirmişler ise Kapsam Geçerliği Oranı (KGO) = 1.0, gereksiz şekilde görüş bildirmişler ise KGO = -1.0 değerini almaktadır. Lawshe (1975) tarafından önerilen KGO'yi değerleri Wilson vd. (2012) tarafından yeniden düzenlenmiştir. Bu düzenlemeye göre 7 uzmanın katıldığı bir uzman panelinde her bir madde için KGO'nun 0,74'ün üzerinde olması gerekmektedir. Uzmanlardan gelen dönütler ve hesaplamalar sonucunda 13 madde gerekli kriteri sağlamadığı için ölçekten çıkartılarak madde sayısı 52'ye düşürülmüştür. KGİ hesaplanmasında kalan 52 maddenin KGO'larının ortalaması 0,77 olarak tespit edilmiştir. Elde kalan maddeler tekrar gözden geçirilerek pilot test için son haline getirilmiştir.

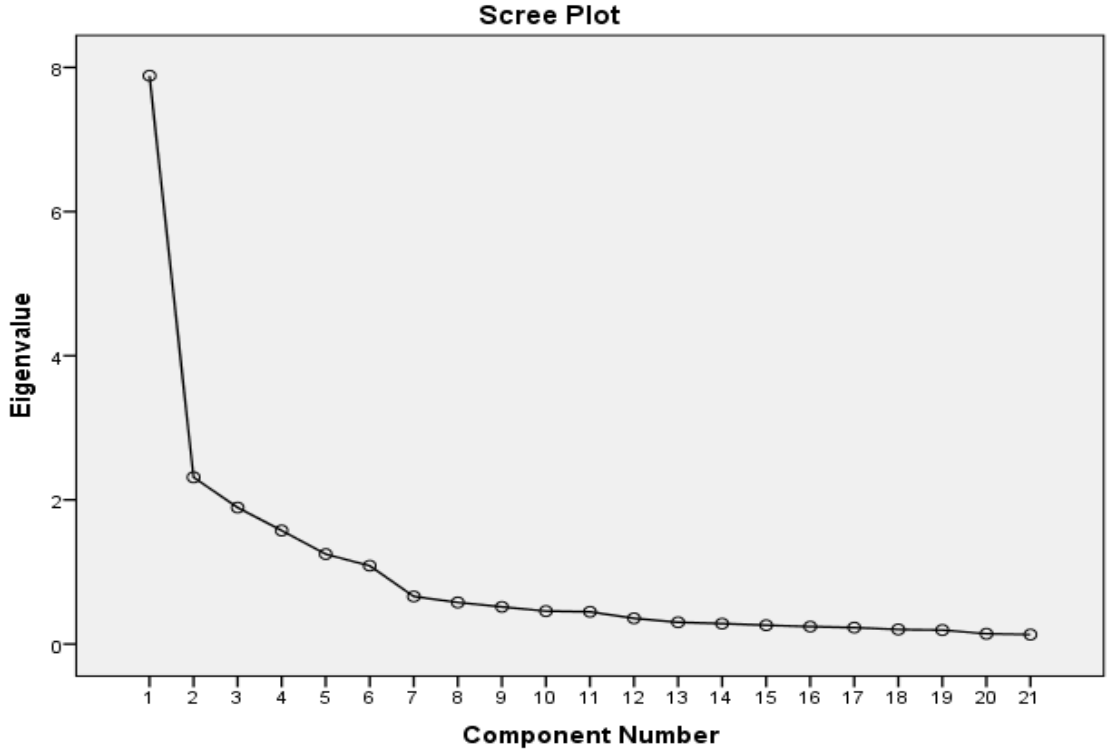
Pilot test için toplanan verilerin yapısal örüntüsünü belirlemek için bir takım analizler yapılmıştır. Spor Etkinlik Deneyim Ölçeğinin yapısını oluşturabilmek amacıyla AFA'dan yararlanılmıştır. AFA ile ölçeğin yapısını analiz etmeden önce bazı kriterlerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bunun için öncelikle gözlem sayısı kontrol edilmiştir. Her değişken için gözlem sayısı konusunda farklı görüşler bulunmakla birlikte, Comrey ve Lee (2013) faktör analizi için gözlem sayısının 100 ile 500 arasında değişmesi gerektiğini önermektedir. Cattell (2011) (1978'den aktaran MacKenzie vd.) ise gözlem sayısının ölçekte yer alan değişken sayısının 3 katı olması gerektiğini önermektedir. Bu bağlamda pilot test ve sonraki aşama için gerekli örneklem sayısına ulaşıldığı ifade edilebilir.

İkinci olarak korelasyon matrisinin faktörlenebilirliğini kontrol etmek için korelasyon matrisinin anlamlılığı test edilmiştir. Bu aşamada Bartlett'in küresellik testinden yararlanılmıştır. Bartlett küresellik testi ile değişkenler arasında korelasyon ilişkisi istatistiki olarak değerlendirilmektedir (Hair vd., 2014). Bartlett test sonuçları değişkenler arasında ilişki olduğunu göstermektedir (3066,315 df: 210, p:0.00). Sonraki aşamada örneklem yeterliliğini ölçmek ve verinin faktör analizine uygunluğuna karar vermede Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testinden yararlanılmıştır. Verilerin KMO değerinin 0,859 olması faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Ölçekteki soruların her birinin faktör analizine uygunluğunu değerlendirmek için ise örnekleme yeterliliği ölçüsünden (Measure of Sampling Adequacy / MSA) yararlanılmıştır. Örneklem yeterliliği ölçüsünde en düşük değer 0,755, en yüksek değer ise 0,911 dir. Hair vd. (2014)'ne göre bu indeks "0 ve 1" arasında değişmektedir. Değerin 1'e yaklaşması her bir değişkenin mükemmel bir şekilde hata olmadan tahmin edilmesi şeklinde yorumlanmaktadır. MSA değerinin 0,50 üzerinde olması, bu oranın altındakilerin ise referans gösterilen değeri yakalayabilmek için çıkartılması önerilmektedir. Analiz sonucunda elde edilen değerler orta ve iyi şeklinde yorumlanmaktadır (Hair vd., 2014).

Verinin faktör analizi için uygunluğuna karar verildikten sonra analiz aşamasına geçilmiştir. Faktörlerin ortaya çıkartılmasında temel bileşenler analizinden yararlanılmıştır. Ortaya çıkan faktörlerin yorumlanması için dik döndürme yöntemlerinden varimaks kullanılmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2013). AFA sonucunda ortaya çıkan faktör sayısına karar vermek için yapıların öz değeri ve yamaç birikinti

grafığı kontrol edilmiştir. Öz değeri 1,0'ın üzerinde 6 boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Görsel 4.1'deki yamaç birikinti grafığı de yapının 6 boyutlu olduğunu desteklemektedir. Analize göre “duygusal yön” ve “atmosfer” boyutları altında yer alan maddelerin tek bir faktör altında toplandığı gözlemlenmiştir. Kalan maddeler dikkate alınarak bu boyutun “duygusal yön” olarak isimlendirilmesine karar verilmiştir.



Görsel 4.1. Yamaç birikinti grafığı

Analizde önce binişik olan, yani farklı faktörler altında yük alan maddeler çıkartılmıştır. “etkinlik yeri” ve “kişisel gelişim” boyutları altında yük alan 30. madde binişik olduğu için çıkartılmış ve veri seti tekrar analiz edilmiştir. Daha sonra yine aynı boyutlar altında yük alan 31. madde çıkartılmıştır. Sonraki aşamada yapılan analiz sonucunda 0,700'ün (Bagozzi and Yi, 1988) altında faktör yük değeri alan 29 madde çıkartılmıştır. Analiz sonucunda 6 boyutlu 21 maddelik yapı elde edilmiştir. Belirlenen 6 boyutun toplam varyansa yaptıkları katkı %76,193 olarak tespit edilmiştir. Hair vd. (2014) sosyal bilimlerde açıklanan varyansın %60 ve üzeri oranda olması gerektiğini önermektedir. Dolayısıyla elde edilen toplam varyans yüzdesinin yeterli oranı yakaladığı söylenebilir.

Ayrıca maddelerin ortak varyansı incelendiğinde en küçük değerin 0,636 en yüksek değerin ise 0,847 olduğu saptanmıştır. Tablo 4.6'da AFA sonucu elde edilen faktör yük

değerleri, her bir faktörün özdeğeri, açıklanan varyansa yaptığı katkı ve Cronbach's alpha (a) değeri gösterilmektedir.

Tablo 4.6. Spor Etkinlik Deneyim Ölçeğinin Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları (n=230).

Maddeler	Faktör Yüğü	a
Kişisel Gelişim (Özdeğer:7,885; Varyans %37,546)		
1. ... özgüvenimin artmasına katkı sağladı.	,716	,894
2. ... sağlıklı olma konusundaki düşüncelerimi olumlu yönde etkiledi.	,789	
3. ... sayesinde fiziksel kapasitemi keşfetme fırsatı buldum.	,846	
4. ... mücadelenin bana katkı sağladığını hissettim.	,811	
Sosyal Etkileşim (Özdeğer:2,314; Varyans %11,018)		
5. ... farklı insanlarla iletişim kurma fırsatı yakaladım.	,802	,880
6. ... diğer katılımcılarla paylaşımında (bilgi, ekipman vb.) bulunmak hoşuma gitti.	,826	
7. ... diğer katılımcılarla iş birliği yapma fırsatı yakaladım.	,785	
8. ...'da diğer katılımcılarla arkadaş olma fırsatı yakaladım.	,804	
Etkinlik Yeri (Özdeğer:1,893; Varyans %9,016)		
9. ...etkinlik alanının düzeninden etkilendim.	,736	,851
10. ...düzenlendiği parkur/rotadan/pistten keyif aldım.	,874	
11. ...düzenlendiği yerin yerel kültüründen etkilendim.	,849	
12. ...düzenlendiği yeri cazip buldum.	,704	
Kaçış (Özdeğer:1,575; Varyans %7,499)		
13. ..., rutinden uzaklaşma fırsatı sağladı.	,840	,893
14. ..., stresten uzaklaşmamı sağladı.	,834	
15. ..., iş ortamından kaynaklanan olumsuzluklardan uzaklaşmamı sağladı.	,825	
Duygusal Yön (Özdeğer: 1,248; Varyans %5,941)		
16. ...katılımcıların mücadelesi beni hırslandırdı.	,742	,806
17. ...yaşadığım deneyimler beni heyecanlandırdı.	,834	
18. ...etkinliğinden zevk aldım.	,744	
Profesyonel Destek (Özdeğer: 1,086; Varyans %5,173)		
19. ... aradığım çekici özelliklere sahipti.	,709	,821
20. ... sponsorların sağladığı desteği takdir ettim.	,874	
21. ... katılımcılara değer verildiğini hissettirdi.	,806	

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen AFA sonucunda Tablo 4.6'de görüldüğü gibi 21 madde içerisinde ,700 alt kesme noktasının altında madde bulunmamaktadır. Bütün maddeler arasında en düşük faktör yük değeri ,704 ve en yüksek faktör yük değeri ise ,874'dir. Elde edilen faktör yükleri ölçeğin yakınsak geçerliği sağladığını ortaya koymaktadır (Hair vd. 2014).

Ölçeğin ayrışma dış geçerliliğe sahip olup olmadığını değerlendirmek için ölçek içerisinde var olan yapılar incelenmiştir. Yapılar arasındaki korelasyonlar $r=,226$ ile $r=,542$ arasında pozitif yönde değişmektedir. En zayıf ilişki "etkinlik yeri" ile "duygusal yön," en yüksek ilişki ise "kişisel gelişim" ve "kaçış" yapıları arasındadır. Hair vd. (2014)

göre faktörler arasında korelasyon değerlerinin $r=,900$ 'a kadar kabul edilmektedir Tablo 4.7'da ölçeğin boyutları arasındaki korelasyon değerleri gösterilmektedir.

Tablo 4.7. Spor etkinlik deneyim ölçeği boyutlarının korelasyon bağıntısı değerleri

	Kişisel Gelişim	Sosyal Etkileşim	Etkinlik Yeri	Kaçış	Duygusal Yön	Profesyonel Destek
Kişisel Gelişim	-					
Sosyal Etkileşim	,448**	-				
Etkinlik Yeri	,389**	,411**	-			
Kaçış	,542**	,423**	,258**	-		
Duygusal Yön	,497**	,392**	,226**	,453**	-	
Profesyonel Destek	,406**	,297**	,351**	,303**	,472**	-

$p<.01$ **

Spor Etkinlik Deneyim Ölçeğindeki maddelerin benzeşiklik düzeyini ve maddelerin ölçmek istediği yapının ayrışıklığını belirlemek için Cronbach's Alpha katsayısından yararlanılmıştır. Ölçek maddelerinin bireyleri ayırt etmedeki yeterliliğini belirlemek için ise madde toplam korelasyon değerleri gözden geçirilmiştir. Ölçeğin güvenilirlik ile ilgili yapılan iç tutarlık analizi sonucunda ölçeğin toplam Cronbach Alpha katsayı değeri $r=,912$ 'dir. Kişisel gelişim $r=,894$, sosyal etkileşim $r=,880$, etkinlik yeri $r=,851$, kaçış $r=,893$, duygusal yön $r=,806$, profesyonel destek faktörü ise $r=,821$ güvenilirlik düzeyine sahiptir. Elde edilen sonuçlar ölçeğin tamamı ve boyutlarının iyi ($r>,80$ iyi) ve mükemmel ($r>,90$) düzeyde güvenilirliğe sahip olduğunu ortaya koymuştur (George ve Mallery, 2003). Tablo 4.8'de ölçekteki faktörlerin Cronbach Alpha değerleri gösterilmektedir.

Tablo 4.8 Spor etkinlik deneyim ölçeği'nin cronbach alpha değerleri

Faktörler	α
Kişisel Gelişim	,894
Sosyal Etkileşim	,880
Etkinlik Yeri	,851
Kaçış	,893
Duygusal Yön	,806
Profesyonel Destek	,821
Toplam	,912

Test maddelerinden alınan puanlar ile testin puanı arasındaki ilişkiyi açıklamak için madde toplam korelasyon analizi kullanılmıştır. Analiz sonucu her bir sorunun korelasyon değerinin $r=,30$ 'dan büyük olduğu tespit edilmiştir (Seçer, 2015). Tablo 4.9'da madde toplam korelasyon değerleri gösterilmiştir.

Tablo 4.9 Spor etkinlik deneyim ölçeğinin madde toplam korelasyon değeri

MN	r	MN	r	MN	r
1	,566	8	,564	15	,529
2	,548	9	,360	16	,594
3	,443	10	,558	17	,584
4	,536	11	,636	18	,600
5	,467	12	,654	19	,581
6	,471	13	,632	20	,605
7	,539	14	,634	21	,535

4.3.2. Standartlaşmaya yönelik bulgular

Pilot test aşamasında veri analizi sonucu ortaya çıkan Spor Etkinlik Deneyim Ölçeği'nin yapısının doğrulanması için tekrar veri toplanmıştır. Ölçeğin standartlaşma aşaması olarak gerçekleştirilen bu evrede pilot çalışma aşamasında araştırmaya dahil edilen örnekleme benzer başka bir örneklemden veri elde edilmiştir. Tablo 4.10'da standartlaşma aşaması örnekleminin cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, meslek, gelir, katılım yeri ve boş zaman katılım türü demografik özelliklerinin tanımlayıcı istatistikleri gösterilmektedir.

Tablo 4.10 Standartlaşma aşaması örnekleminin tanımlayıcı istatistikler

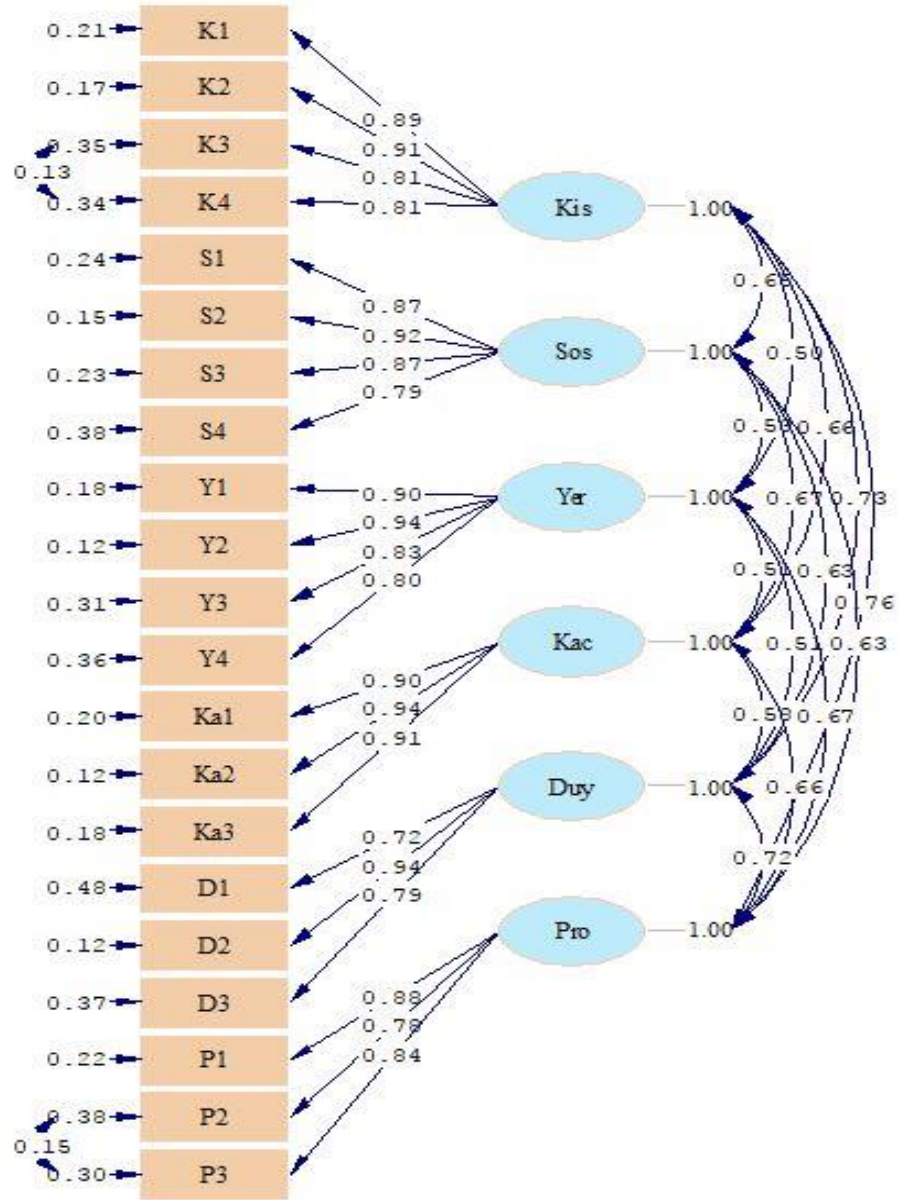
Demografik Özellik	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	148	37,9
Erkek	243	62,1
Yaş		
16-22	61	15,6
23-29	115	29,4
30-36	111	28,4
37-43	58	14,8
44 ve üstü	11,8	11,8
Eğitim Düzeyi		
İlköğretim/Ortaöğretim	42	10,7
Önlisans/Lisans	234	59,8
Lisans Üstü	115	29,4
Meslek		
Öğrenci	73	18,7
İşçi	114	29,2
Memur	101	25,8
Serbest Meslek	85	21,7
Diğer	18	4,6

Tablo 4.10 (Devam) Standartlaşma aşaması örnekleminin tanımlayıcı istatistikler

Demografik Özellik	Frekans (n)	Yüzde (%)
Gelir		
2300 TL ve altı	81	20,7
2301-3300	80	20,5
3301-4300	64	16,4
4301-5300	48	12,3
5301 TL ve üzeri	118	30,2
Katılım Yeri		
İl içi	174	44,4
İl dışı	217	55,5
Boş Zaman Katılım Türü (Kayıtsız – Ciddi)		
10’u işaretleyenler	88	22,5
9’u işaretleyenler	40	10,2
8’i işaretleyenler	104	26,6
7’yi işaretleyenler	69	17,6
Diğer	90	22,9

Tablo 4.10’daki tanımlayıcı istatistikleri incelendiğinde örneklem grubunun %37,9’u kadın, %62,1’i erkeklerden oluşmaktadır. En fazla katılım sağlayan yaş grubu %28,4’lük oranla 30-36 yaş aralığıdır. Örneklemin %59,8’i önlisans/lisans mezunu iken, en fazla katılım %29,2 oranla işçi sınıfından oluşmaktadır. Katılımcıların %30,2 ise “5301 TL ve üzeri” gelir düzeyine sahiptir. Etkinliğe gelenlerin %55,5’i il dışından katılım göstermektedir. Bu sonuç bu tarz etkinlik katılımcılarını aktif spor turisti olarak tanımlayan literatür bilgisini desteklemektedir (Dolinting vd., 2015). Ayrıca katılımcılardan 1’den 10’a doğru (kayıtsız – ciddi boş zaman katılımcısı) sıralanan ölçüm aracında, kendilerini yakın gördükleri boş zaman katılım grubunu işaretlemeleri istenmiştir. Örneklem grubunun %26,6’sı 8’i işaretleyerek kendilerini ciddi boş zaman katılımcısı gruba daha yakın hissettiğini beyan etmiştir. Aktif olarak spor etkinliklerine katılanlar ciddi boş zaman katılımcıları olarak tanımlanmaktadır (Shipway ve Jones, 2007). Elde edilen bu sonuç aktif olarak spor etkinliklerine katılanların ciddi boş zaman katılımcısı olduğu görüşü ile örtüşmektedir.

Pilot uygulama evresinde AFA ile ortaya çıkartılan spor etkinlik deneyimi ile ilgili faktör deseninin test edilmesi amacı ile DFA’dan yararlanılmıştır. DFA’ya başlamadan önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediği kontrol edilmiştir. Veri setinin basıklık değerlerinin 3,563 ile ,014 arasında değiştiği çarpıklık değerlerinin ise -1,729 ile -,222 arasında farklılık gösterdiği gözlemlenmiştir. Bu sonuç verinin normal dağılım gösterdiğini ortaya koymaktadır (Kline, 2011). Normal dağılım tespit edildikten sonra ölçüm modeli analiz edilmiştir. Spor Etkinlik Deneyimi Ölçeğinin ölçüm modeli şekil 4.16’da gösterilmektedir.



Şekil 4.16. Spor etkinlik deneyim ölçeği ölçüm modeli

Ölçüm modelinin eldeki veriye uygunluğunu gösteren ve literatürde en sık kullanılan uyum indeksleri dikkate alınarak modelin kabul edilebilirliği değerlendirilmiştir. Ortaya çıkan uyum indeksleri göre ölçüm modelinin kabul edildiği söylenebilir. Analiz sonucunda gözlenen uyum indeks değerleri ve literatürdeki yorumları Tablo 4.11’de gösterilmektedir.

Tablo 4.11 Uyum indeks değerleri

Model Kriterleri	Uyum	Kabul Düzeyi	Yorum
χ^2/df	2,77		Kabul edilebilir uyum (Kline, 2011)
RMSEA	0,067		Kabul edilebilir uyum (Schumacker ve Lomax, 2010),
SRMR	0,04		İyi uyum (Byrne, 2016)
NFI	0,98		İyi uyum (Tabachnick and Fidel, 2013),
NNFI	0,98		İyi uyum (Schumacker ve Lomax, 2010),
CFI	0,98		İyi uyum (Kline, 2011, s. 208; Byrne, 2016)
GFI	0,90		İyi uyum (Schumacker ve Lomax, 2010)
AGFI	0,86		Kabul edilebilir uyum (Schermelleh-Engel vd. 2003)

Önerilen ölçüm modelinin geçerliği için yakınsak ve ayrışma geçerliği analizleri yapılmıştır. Yakınsak geçerlik için önce faktör yük değerleri kontrol edilmiştir. Ölçekteki maddelerin ,70 üzerinde faktör yük değeri aldığı tespit edilmiştir (Hair vd., 2014). Yakınsak geçerlik dışında ayrıca her bir faktör için t-değeri hesaplanmıştır. Her bir gözlenen değişkenin t-değerinin $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde 1,960'dan büyük olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla faktör yüklerinin istatistiki olarak anlamlı olduğu söylenebilir (Çelik ve Yılmaz, 2013). Tablo 4.12'de faktör yük değerleri ve t-değerleri gösterilmektedir.

Tablo 4.12 Faktör yük değerleri ve t-değerleri

Maddeler	Faktör Yüğü	t-değeri
<i>Kişisel Gelişim</i>		
1. ... özgüvenimin artmasına katkı sağladı.	,89	22,01
2. ... sağlıklı olma konusundaki düşüncelerimi olumlu yönde etkiledi.	,91	22,83
3. ... sayesinde fiziksel kapasitemi keşfetme fırsatı buldum.	,81	18,93
4. ... mücadelenin bana katkı sağladığımı hissettim.	,81	19,07
<i>Sosyal Etkileşim</i>		
5. ... farklı insanlarla iletişim kurma fırsatı yakaladım.	,87	21,48
6. ... diğer katılımcılarla paylaşımda (bilgi, ekipman vb.) bulunmak hoşuma gitti.	,92	23,65
7. ... diğer katılımcılarla iş birliği yapma fırsatı yakaladım.	,87	21,56
8. ...'da diğer katılımcılarla arkadaş olma fırsatı yakaladım.	,79	18,28
<i>Etkinlik Yeri</i>		
9. ...etkinlik alanının düzeninden etkilendim.	,90	22,76
10. ...düzenlendiği parkur/rotadan/pistten keyif aldım.	,94	24,29
11. ...düzenlendiği yerin yerel kültüründen etkilendim.	,83	19,93
12. ...düzenlendiği yeri cazip buldum.	,80	18,82
<i>Kaçış</i>		
13. ..., rutinden uzaklaşma fırsatı sağladı.	,90	22,54
14. ..., stresten uzaklaşmamı sağladı.	,94	24,20
15. ..., iş ortamından kaynaklanan olumsuzluklardan uzaklaşmamı sağladı.	,91	22,88
<i>Duygusal Yön</i>		
16. ...katılımcıların mücadelesi beni hırslandırdı.	,72	16,00
17. ...yaşadığım deneyimler beni heyecanlandırdı.	,94	23,33
18. ...etkinliğinden zevk aldım.	,79	18,19

Tablo 4.12. (Devam) Faktör yük değerleri ve t-değerleri

Maddeler	Faktör Yüğü	t-değeri
<i>Profesyonel Destek</i>		
19. ... aradığım çekici özelliklere sahipti.	,88	21,13
20. ... sponsorların sağladığı desteği takdir ettim.	,78	17,60
21. ... katılımcılara değer verildiğini hissettirdi.	,84	19,53

Yakınsak geçerlik kapsamında faktör yüklerinin dışında ayrıca açıklanan ortalama varyans (average variance extracted - AVE) ve yapı güvenirligi (construct reliability - CR) değerleri de hesaplanmıştır. AVE değerlerinin ,50'ten, büyük olması yakınsak geçerliğin bir kanıtıdır (Fornell ve Larcker, 1981). Yapı güvenirliginde her faktörün ,70'den büyük olması ise iyi güvenirlilik düzeyi olarak rapor edilmektedir (Hair vd., 2014). Tablo 3.14'de görüldüğü gibi AVE ve CR değerlerinin referans değerlerin üzerindedir. Dolayısıyla faktör yükleri, AVE ve CR değerleri dikkate alınarak ölçüm modelinin yakınsak geçerliğı sağladığı ifade edilebilir.

Ölçüm modelinin ayrışma geçerliğı için öncelikle faktörler arası korelasyon değerlerine bakılmıştır. Faktörler arası korelasyon değerinin $r=,90$ 'ı aşmadığı tespit edilmiştir. Sonra modeldeki yapıların AVE değerleri ile yapılar arasındaki korelasyon değerlerinin karesi karşılaştırılmıştır. Ayrışma geçerliğinin sağlanabilmesi için AVE değerlerinin korelasyon değerinin karesinden büyük olması gerekmektedir. (Hair vd., 2014). Tablo 4.13 incelendiğinde diagonal çizginin altındaki yapılar arası korelasyon değerlerinin $r=,90$ 'ın altında kaldığı, AVE değerlerinin ise diagonal çizginin üzerindeki korelasyon değerlerinin karesinden büyük olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla elde edilen değerler ölçüm modelinin ayrışma geçerliğini desteklemektedir.

Tablo 4.13 Spor etkinlik deneyim ölçeğinin DFA sonucuna göre faktör korelasyon bağıntısı, faktörler arası korelasyon değerlerini karesi, AVE ve CR değerleri

	Kişisel Gelişim	Sosyal Etkileşim	Etkinlik Yeri	Kaçış	Duygusal Yön	Profes. Destek	AVE	Yapı Güvenirligi (CR)
Kişisel Gelişim	1,00	0,42*	0,25*	0,39*	0,53*	0,57*	0,73	0,91
Sosyal Etkileşim	0,65**	1,00	0,28*	0,44*	0,39*	0,39*	0,59	0,82
Etkinlik Yeri	0,50**	0,53**	1,00	0,26*	0,26*	0,44*	0,75	0,92
Kaçış	0,63**	0,67**	0,51**	1,00	0,33*	0,43*	0,84	0,94
Duygusal Yön	0,73**	0,63**	0,51**	0,58**	1,00	0,51*	0,65	0,86
Profes. Destek.	0,76**	0,63**	0,67**	0,66**	0,72**	1,00	0,69	0,87

Faktörler Arası Korelasyon Değeri Karesi *
p<.01 **

Ayrışma geçerliği için ayrıca, önerilen ölçüm modeli ile tek faktörlü model ve yapıların bağımsız olduğu boş model karşılaştırılmıştır (Lance ve Vandenberg, 2002). Spor Etkinlik Deneyim Ölçeğinin Ölçüm Modeli indeksleri, genel model ve boş model indeksleri ile karşılaştırılarak değerlendirilmiştir. Tablo 4.14’de ayrışma dış geçerliği için modeller arası karşılaştırma gösterilmektedir.

Tablo 4.14. Modeller arası karşılaştırma

	Model		
	Hedef Model	Tek Faktörlü Model	Boş Model
χ^2	476,72	3702,70	2390,98
df	172	189	188
NC (χ^2/df)	2,771	19,591	12,717
RMSEA	,067	,218	,173
GFI	,90	,53	,63
AGFI	,86	,42	,55
CFI	,98	,87	,93
AIC	594,72	,3786,70	,21953,47
CAIC	887,88	3995,38	,2690,64
ECVI	1,52	9,71	6,35
$\Delta\chi^2$	-	3,225,98	1,914,26
Δdf	-	25	16

Değerlendirmede AIC, CAIC ve ECVI model karşılaştırma uyum indeksleri de dikkate alınmıştır. Model karşılaştırma uyum indekslerinde en küçük değere sahip model gerçeğe en yakın modeldir (Kline, 2011). Modeller arası karşılaştırma incelendiğinde hedef modelin yani ölçüm modelinin diğer modellerden daha iyi sonuçlar verdiği gözlemlenmektedir. Dolayısıyla önerilen ölçüm modelinin ayrışma dış geçerliği sağladığı ifade edilebilir.

Son olarak güvenilirlik için her bir faktörün ve ölçeğin toplam Cronbach’s alpha değeri hesaplanmış ve test-tekrar test analizi gerçekleştirilmiştir. Toplam Cronbach’s alpha $r=,896$ sırasıyla boyutlar kişisel gelişim $r=,826$ sosyal etkileşim $r=,842$, etkinlik yeri $r=,889$, kaçış $r=,898$, duygusal yön $r=,786$ ve profesyonel destek $r=,865$ olarak tespit edilmiştir. Ölçeğe son şekli verildikten sonra test-tekrar test ile ölçeğin kararlılığına karar vermek için koşu etkinlikleri katılımcısı aynı gruba 3 hafta ara ile iki defa uygulama gerçekleştirilmiştir. Uygulmadan elde edilen puanlar arasındaki korelasyon değeri 0,76 olarak tespit edilmiştir. Yüksek korelasyon değeri test-tekrar test güvenilirliğinin sağlandığını göstermektedir. Genel olarak korelasyon değerinin 0,70 ve üzerinde olması istenmektedir (Robinson vd., 1991).

5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç

Çağımız insanları sıklıkla deneyimlerini paylaşmakta, deneyim aramakta ve deneyimleri hakkında konuşmaktadır. Organizasyonlar ürün ve hizmetlerini deneyimle bütünleştirerek veya sadece deneyim satarak farklılaşma yoluna gitmektedir. Dolayısıyla, deneyim konusuna odaklanmak eskisinden daha önemli bir hale gelmiştir. Bu araştırmada aktif biçimde boş zaman spor etkinliklerine katılan bireylerin etkinlik deneyimini etkileyen boyutları ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Karma araştırma yönteminin kullanıldığı araştırma süreci keşfedici sıralı desene göre tasarlanmıştır. Araştırmanın ilk aşamasında boş zaman spor etkinlik deneyiminin derinlemesine anlaşılabilmesi için nitel araştırma paradigmasından yararlanılmıştır. İlk aşama sonucunda duygusal yön, atmosfer, etkinlik yeri, profesyonel destek, kişisel gelişim, sosyal etkileşim ve kaçış katılımcı görüşlerine göre boş zaman spor etkinlik deneyimleri olarak tanımlanmıştır. Nicel yaklaşımın kullanıldığı ikinci aşamada birinci aşama sonucu ortaya çıkan her bir tema boyut olarak belirlenmiş ve boş zaman spor etkinlik katılımcılarından oluşan örneklem grubuna genellenmeye çalışılmıştır. Bu amacı gerçekleştirmek için ölçme aracı tasarlanmış ve faktör analizi ile boş zaman spor etkinlik deneyim boyutları belirlenmiştir.

Araştırmanın nicel aşamasında veriler öncelikle AFA ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda ilk aşamada ortaya çıkan duygusal yön ve atmosfer boyutlarının tek bir faktör altında toplandığı gözlemlenmiştir. Ortaya çıkan duruma göre, bu boyutların birleştirilmesine ve kalan maddeler dikkate alınarak boyutun duygusal yön olarak adlandırılmasına karar verilmiştir. Bu sonuç nitel araştırma yaklaşımı kullanılarak belirlenen temalardan 6 tanesinin daha büyük bir örneklem grubuna genellenebileceğini göstermiştir.

Sonraki aşamada AFA'ya göre ortaya çıkan 6 faktör ve 21 maddeden oluşan model DFA ile test edilmiştir. Elde edilen istatistiki değerler modelin veri ile uyumlu olduğunu ve ölçümün standartlaştığını ortaya koymuştur. Sonuç olarak nicel araştırma sonucunda kişisel gelişim, sosyal etkileşim, etkinlik yeri, kaçış, duygusal yön ve profesyonel destek aktif katılım temelli boş zaman spor etkinlik deneyim boyutları olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç literatürde belirtildiği gibi deneyimin çok boyutlu bir yapı olduğunu desteklemektedir (Botterill ve Crompton, 1996; Hull vd., 1996; Rossman ve Schlatter, 2003).

5.2. Tartışma

Doğa sporları, dans, bisiklet festivalleri ve maraton koşuları gibi boş zaman spor etkinliklerinin sayısı her geçen gün artmaktadır. Amerika'da 1976 yılından 2014 yılına kadar maraton koşusu bitirenlerin sayısı 22 katına çıkmıştır (http-6). Türkiye'de ise Aktif Yaşam Derneği tarafından yayınlanan raporda 2014 yılında düzenlenen koşu etkinliği sayısı 71 olarak ifade edilmiştir (http-7). 2017 yılında bu sayının 171'e yükseldiği gözlemlenmiştir (htt-8). Ortaya çıkan rakamlar boş zaman spor etkinlik endüstrisinin giderek büyüdüğünün bir kanıtı olarak değerlendirilebilir.

Boş zaman spor etkinlikleri turizm özelliğine sahiptir ve düzenlendiği bölgede tekrar ederek o bölgenin ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır (Turco, 2005). Aynı zamanda destinasyon farkındalığı, imajının güçlenmesi ve destinasyona gelecekteki seyahat sayısının artması gibi faydaları da bulunmaktadır (Dimanche, 2003). Bu etkinliklerin bir diğer özelliği mega etkinliklerde olduğu gibi alt yapı yatırımına ihtiyaç duymamasıdır. Küçük bütçeler ile etkinliğin düzenlendiği bölge ve topluma yüksek düzeyde etkiler sağlamaktadır (Higham, 1999). Bu faydaların elde edilmesinde etkinliklerin sürdürülebilir özelliğinin olması gerekmektedir. Etkinliklerin sürdürülebilmesi için katılımcılara, onları tekrar geri dönmeye istekli olacak şekilde davranılması gerekmektedir. Bunun başarılabilmesi için deneyimlerin yönetilmesine ve tekrar katılmaları için ikna edilmelerine ihtiyaç vardır (Bladen, 2012)

Boş zaman spor etkinlik sayısındaki artış, organizatörlerin rekabetçi bir çevrede oldukları anlamına gelmektedir. Giderek artan rekabet ortamında katılımcıların beklentilerine cevap vermek organizatörler açısından önemlidir. Pine ve Gilmore (1998) artık organizasyonların tüketicilerine deneyimler yaşatarak rakiplerinden farklılaştıklarını ifade etmektedir. Bu bakış açısından boş zaman spor etkinlik katılımcılarının etkinlik deneyimlerinin ortaya çıkartılması boş zaman ve etkinlik yöneticileri, spor pazarlamacıları ve araştırmacılar açısından önemli bir konu olarak gündeme gelmiş ve araştırma kapsamında boş zaman spor etkinlik deneyim boyutları tanımlanmıştır.

Araştırma sonucunda ortaya çıkan deneyim boyutlarından biri kişisel gelişimdir. Etkinlik organizatörlerinin gözönünde bulundurması gereken konulardan biri katılımcıların kendilerini kişisel olarak geliştirebilecekleri ortamın sağlanmasıdır. Brunet ve St-Aubin (2016)'e göre bireyin kendini geliştirmesine, kişisel gelişim sağlamasına, beceri geliştirmesine ve görevde uzmanlaşması gibi konulara odaklanması, bireyin

mevcut program veya etkinliğe devam etme motivasyonlarını etkilemektedir. Bu durum, katılımcıları tekrar eden etkinlik katılımcısı olarak konumlandırmak isteyen etkinlik organizatörlerine yol gösterici olabilir. Shipway vd. (2016) bisiklet etkinliği katılımcıları ile yaptıkları araştırmada bireysel seviyedeki deneyimlerin katılımcıların kendileri ile ilgili fikirler oluşturma ve değiştirme fırsatı sağladığını ortaya çıkartmıştır. Ayrıca benlik duygusu ve kimlik oluşturmalarına da yardımcı olmaktadır. Morgan (2008)'ın etkinlik deneyimi modelinde elde edilen kişisel faydalar, eğlence, sosyalleşme ve kendini geliştirme katılımcıları etkinliğe iten faktörler olarak gösterilmektedir. Dolayısıyla kişisel gelişim bireyin etkinlik deneyimini etkileyen önemli bir unsur olarak değerlendirilebilir.

İlgili spor branşında mücadele etmek ve performans ortaya koymak etkinliğin çekici olmasında rol oynayan önemli unsurlardan olsa da, katılımcıların sosyalleşmesine fırsat sağlayan ortamın oluşturulması yeni deneyimlerin yaşanmasına ve bireylerin tekrar katılımcı olmalarına etki edebilir. Gelder ve Robinson (2009) yaptıkları araştırmada etkinliklere katılımda anahtar motivasyonun sosyalleşme olduğu sonucuna varmıştır. Morgan (2008) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre başarılı bir etkinliğin arkasındaki faktör, katılımcıların sosyalleşebileceği ve kişisel deneyimlerin yaşandığı alanların yaratılması olarak gösterilmektedir. Klaus ve Maklan (2011) dağ bisikletçilerinin kamp deneyimlerini keşfetmeyi amaçladığı araştırmada, sosyal etkileşim çekirdek deneyimi kolaylaştıran bir unsur olarak ortaya çıkmıştır. Etkinliklerde bireyler arası etkileşim Liu vd. (2017) ifade ettiği gibi pozitif ya da negatif olarak katılımcıların deneyimlerini etkileyebilmektedir. Dolayısıyla, etkinlik organizatörleri katılımcı deneyimlerini yapılandırırken veya katılımcıların sosyalleşebileceği ortamı oluştururken bu durumu göz önünde bulundurmaları gerekir.

Boş zaman spor etkinliklerinin düzenlendiği yerin kültürü, spor olayının icra edildiği çevrenin niteliği ve o yerin çekiciliği katılımcıların etkinlik deneyimini etkileyebilir. Liu vd. (2017) etkinlik yerinin çevresel özelliğinin bireylerin deneyimlerini etkilediğini belirterek bunu desteklemektedir. Richards ve Wilson (2006) bir etkinliğin ayırt edici çevresel özelliğe sahip olmasının en önemli özelliği olduğundan bahsetmektedir. Kirillova vd. (2014) bu tarz yerlerin rutinin dışında ve bireyin tamamen kendini kaybettiği etkinlik deneyimi yaşamalarına sebep olduğunu ifade etmektedir. Bu tarz deneyim yaşayanlar etkinlik yerine anlamlar yükleyebilir, oraya ait olduklarını hissedebilir ve o yer, kimliklerinin oluşmasında önemi olabilir (Holloway ve Hubbard, 2001). Bir yerin çevresel özelliğinin o yer ile kurulan duyguları etkilediğinden de

bahsedilmektedir. (Kianicka vd., 2006). Cutler ve Carmichale (2010) ise yere yönelik duyguların ve yerin sahip olduğu özelliklerin orayı ziyaret edenlerin deneyimlerini etkileyebileceğini belirtmektedir.

Etkinlik yeri konusunda literatürden elde edilen bakış açısı etkinlik yerinin, etkinlik deneyimi üzerindeki dolaylı etkisinin olduğunu yansıtmaktadır. Deneyim olarak etkinlik yeri ile ilgili literatür incelendiğinde bazı araştırmalar boş zaman spor etkinlik katılımcılarının etkinlik yerini bir deneyim olarak tanımladıklarını ortaya koymaktadır. Brochado vd. (2018) sörf kampı etkinliğine katılanlarla yaptığı araştırmada, etkinlik yerini sörfçülerin deneyimlerinin bir unsuru olarak ifade etmiştir. Shipway ve Kirkup (2011) koşucuların etkinlik deneyimlerini keşfetmeyi amaçladığı araştırmada spor etkinlik yerini ev gibi birinci, iş ve okul gibi ikinci yerlerin dışında bireyleri bir araya getiren, çeşitli özellikleri olan ve deneyimlenen üçüncü yerler olarak tanımlamıştır.

Boş zaman spor etkinlik deneyimi olarak yer özelliğinin genişletilmiş boş zaman deneyim özelliğinden de bahsedilebilir. Zurcher (1970) poker oynayan bir grup üzerinde yaptığı araştırmada, grup üyelerinin poker oynadıktan sonra rutin olarak birlikte yemek yediklerini belirtmiştir. Akşama özgü bir boş zaman olarak ele alınan poker oynama, diğer oyuncuların gelmesini beklerken gerçekleşen yapılandırılmamış tartışmalar, oyunun kendisi ve oyundan sonra gerçekleşen yemek olarak üç boş zaman ögesine ayrılmaktadır. Scott ve Harmon (2016)'a göre poker oyunundan sonra gerçekleşen yemek genişletilmiş boş zaman aktivitesi iken, poker oyununun kendisi öncelikli boş zaman aktivitesidir. Araştırmacılar genişletilmiş boş zaman deneyiminin öncelikli boş zaman deneyimini takip ettiğini belirtmektedir. Katılımcıların öncelikli boş zaman deneyimi kadar önemli gördükleri genişletilmiş boş zaman deneyimi ile ilgilenebilecekleri ifade edilmektedir. Bu noktada spor etkinliğinin öncelikli deneyim olduğu düşünülürse, etkinliğin düzenlendiği yerin kültürel, tarihi ve turistik özelliklerini etkinlik sonrası gezme ve görme genişletilmiş boş zaman deneyim olarak değerlendirilebilir.

Boş zaman spor etkinliği olarak tanımlanan bir diğer boyut ise kaçış deneyimidir. Boş zamanın kendisi, günlük yaşantının getirdiği baskıdan kaçmanın ya da uzaklaşmanın bir yoludur (Stebbins, 2007). Boş zaman spor aktivite ve etkinlikleri sayesinde katılımcılar iş, okul, aile hayatı ile ilişkili zorunluluklardan uzaklaşıp özgürlük duygusunu yaşayabilir. İlginin yoğun bir şekilde aktarıldığı boş zaman spor etkinliklerine katılmak, belirli bir süre için katılımcıları sıradışı bir yaşamın içerisine çekebilir (Kleiber, 2011). Bundan dolayı boş zaman spor etkinlikleri bağlamında kaçış deneyimi, bireyin olayın

içerisine tamamen daldığı ve kendinden geçtiği bir boyut olarak tanımlanır (Csikszentmihalyi 1990). Caru ve Cova (2003)'nın deneyimin kişiyi günlük yaşamın akışının dışına çıkartan özelliği olması gerektiğine belirtmesi, boş zaman spor etkinlik deneyim boyutu olarak kaçışın öneminin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır.

Kaçış, turizm alanındaki çalışmalar başta olmak üzere deneyim boyutu olarak birçok çalışmada yer almaktadır (Oh vd., 2007; Lee vd., 2011; Song vd., 2015; Zhang vd., 2016). Bununla birlikte boş zaman spor etkinlik deneyimi olarak da tanımlandığı gözlemlenmektedir. Coghlan (2012) tarafından bisiklet etkinliği katılımcılarının deneyimlerinin oto etnografi yöntemi ile incelendiği araştırmada, kaçış etkinlik deneyimi ile ilgili temalardan biri olarak tanımlanmıştır. Kaçış aynı zamanda bireyi seyahate yönlendiren motivasyonel bir faktördür (Ross ve Iso-Ahola, 1991). Ritchie vd. (2010) bisikletçi spor turistlerinin motivasyonları ve seyahat davranışlarını inceledikleri araştırmada, kaçışın motivasyonel bir faktör olduğunu tespit etmiştir.

Kaçışın boş zaman spor etkinlik deneyimi olarak anlaşılmasında bazı noktalara dikkat etmek gerekebilir. Öncelikle birçok insan kendini rutinden uzak tutmak için günlük yaşantıdan uzaklaşır. Bu tür kaçış deneyimi nefes almak, yenilenmek ve canlanmak için geçici olarak katılımcının rutin yaşamdan uzaklaşmasına odaklanır. Bunu başarabilmek için boş zaman spor etkinlikleri fırsat olarak görülebilir. Bununla birlikte insanlar günlük yaşantıdan uzaklaşma gibi bir nedene bakmaksızın boş zaman spor etkinliklerini bir kaçış fırsatı olarak görebilir. Bu durum kaçış deneyiminin katılımcıları etkinliğe yönlendiren çekici bir faktör olarak değerlendirilmesine yol açmaktadır. Diğer bir nokta ise bireyler özel bir aktivite ile aktif bir şekilde ilgilendiklerinde olayın içerisinde kendilerini kaybetmektedir. Boş zaman spor etkinlikleri özelliği itibari ile katılımcılara kendilerini olayın içerisine dahil etme ve kendini kaybetme olanağı sunmaktadır (Oh vd., 2007).

Lee vd. (1994) göre kaçış, boş zaman deneyiminin pozitif yönlerinden biridir. Boş zaman endüstrisinde hizmet sağlayanların yeni ve tekrar ziyaretçi konumundaki bireyleri etkilemeleri için pozitif deneyimler tasarlamaları gerekmektedir (Morgan vd. 2010). Nitekim yapılan araştırmalar kaçışın, etkinlik tatmini üzerinde pozitif ve anlamlı etkisinin olduğunu ispatlamaktadır (Mehmetoglu ve Engen, 2011). Park vd. (2010)'nin yaptıkları araştırmada ise kaçış deneyimi etkinliğe yönelik tekrar satın alma davranışına sebep olan bir boyut olarak değerlendirilmiştir.

Boş zaman aktivite ve etkinliklerine katılmak, bireylerin ruh halini değiştirmektedir. Boş zaman aracılığıyla birey çöşku, hoşlanma, heyecanlanma, zevk

alma vb. pozitif duyguları hissetmektedir. Hissedilen bu ve benzeri duygular ileride boş zaman aktivite ve etkinliklere katılımın sürdürülmesine yardımcı olmaktadır (Denovan ve Macaskill, 2017). Ayrıca bireyin arzu edilir duyguları yaşamasında uyarılma düzeyinin önemli rolü bulunmaktadır. Uyarılma düzeyi yüksek ya da düşük olduğunda birey negatif duygular hissederken, optimal düzeyde pozitif duygular hissetmektedir (Ellis, 1973). Buradan hareketle, etkinlik sırasında pozitif duyguların yaşanması için katılımcıların optimal olarak uyarılmaları gerekmektedir.

Boş zaman spor etkinlik katılımcılarının pozitif duygular hissedebilmeleri için akış deneyimi yaşamaları gerekmektedir (Kleiber vd., 2011). Akış deneyimine göre, birey özel bir aktivite ile ilgilenirken karşılaştığı yüksek derecedeki zorluğu, sahip olduğu yüksek beceri düzeyi ile aşmaktadır. Eğer aktivitenin zorluk derecesi yüksek, bireyin beceri düzeyi düşüğe kaygı durumu ortaya çıkmaktadır. Zorluk düşük, beceri düzeyi yüksek ise aktiviteden sıkılma durumu meydana gelmektedir. Akış deneyimi için zorluk ve beceri düzeyinin bir denge içerisinde olması gerekmektedir. Birey karşılaşılan zorluk ve sahip olunan becerinin düşük olduğu durumda da akış deneyimi yaşamaktadır. Bu özellikle aktiviteye yeni başlayanlarda görülen bir durumdur. Dikkat edilmesi gereken nokta bireyin beceri düzeyinin zamanla gelişebilme ihtimalidir. Eğer gelişen beceri düzeyi karşısında, zorluğun derecesi değişmezse, birey akış durumuna geçemez (Csikszentmihalyi, 1990). Böyle bir durumda etkinlik sırasında arzu edilen duygular hissedilemeyebilir. Akış deneyimi yaşayan bireylerin arzu edilir duygular hissetmesi, Jones (2008)'un kanocular üzerinde yaptığı araştırmada bilimsel olarak kanıtlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre akış durumunda olan kanocuların heyecanlandıkları ve pozitif duygular hissettikleri rapor edilmiştir.

Boş zaman spor etkinlikleri kapsamında akış deneyimi incelendiğinde birçok etkinlikte farklı beceri düzeylerine göre zorluğun olduğu kategoriler gözlemlenmektedir. Örneğin koşu etkinliklerinde 5 km, 10 km, yarı maraton ve maraton kategorileri farklı zorluk ve beceri düzeyinde katılımcılar tarafından tercih edilmektedir. Dans etkinliklerinde ise başlangıç, orta ve ileri seviyeye göre eğitimler ve yarışmalar düzenlenmektedir. Bu aslında farklı beceri düzeyine sahip olanların akış deneyimi yaşamaları için organizatörlerce biliçli ya da bilinçsiz şekilde yapılmış bir düzenleme olarak değerlendirilebilir.

Boş zaman spor etkinlik deneyimi olarak duygusal yön yapılan araştırmalar tarafından da desteklenmektedir. Kaplanidou ve Vogt (2010) tarafında spor etkinlik

deneyiminin araştırıldığı çalışmada, bisiklet etkinliği katılımcıları ile yapılan görüşmeler sonucunda duygusal yön etkinlik deneyimi temalarından biri olarak tanımlanmıştır. Jones (2008) ise kanocuların öznel deneyimlerinin analiz sonucunda duygu ve aktivasyon, bilişsel kontrol ve içsel özgürlük boyutu olmak üzere üç faktör altında toplandığını keşfetmiştir. Kısacası, nitel ve nicel araştırma paradigmaları ile ele alınan boş zaman spor etkinlik deneyimi çalışmalarında duyguların bir deneyim boyutu olarak tanımlandığı görülmektedir.

Boş zaman deneyimi beklenti, hazırlık, katılım, deneyimin yansımaları yani hatırlama aşamalarından oluşmaktadır (Lankford vd., 1999; Page ve Connel, 2010). Katılım evresi, katılımcının etkinliği deneyimlediği ve organizatörün katılımcılara hizmet sunduğu evredir. Organizatörler açısından bu evrede katılımcıların arzu edilen isteklerinin karşılanması, tatmin olmaları, sunulan hizmetin devamlılığının ve kalitesinin iyi olması olumlu tutumların oluşması adına önemlidir (Lankford vd., 1999).

Boş zaman spor etkinlik deneyimi katılımcı ve etkinlik organizasyon tarafından oluşturulmuş deneyim çevresi arasında meydana gelen çoklu bir etkileşimi kapsamaktadır. Bu etkileşimler etkinlik hakkında bilgi arama ile başlayıp, etkinlik alanına seyahat, etkinlik kapsamındaki aktivitelere katılma, etkinliği izleme, etkinlik ile ilgili paylaşımlar yapmak için sosyal medyayı kullanma, diğer katılımcılarla etkileşim kurma, etkinlik alanında satılan hizmet ve ürünleri satın alma, organizasyon personeli ile etkileşim kurma, etkinlik alanlarını kullanma, sponsorlar ile etkileşim sağlama, etkinlik ile ilgili ritüellere katılma ve etkinlik alanında ayrılma ile son bulmaktadır (Funk, 2017). Katılımcıların kurduğu etkileşimin kalitesi organizasyonun konuyu profesyonel anlamda ele alması ile artırılabilir.

Boş zaman spor etkinlik katılımcıları Shipway ve Jones (2007) tarafından ciddi boş zaman katılımcıları olarak tanımlanmaktadır. Ciddi boş zaman kendine özgü özel bilgi, beceri ve deneyimi olan oldukça önemli, kariyer yapmak için ilgilenilen gönüllü ve amatör olarak katılım gösterilen boş zaman aktivitelerini tanımlamak için kullanılan bir kavramdır (Stebbins, 1992). Boş zaman spor etkinliklerine katılan bireyler etkinlik katılımcılarının oluşturduğu grubun bir parçası olmak, bilgilerini arttırmak, kariyer oluşturmak ve gerçek performanslarını görmek için organizasyona ayrı bir anlam yükleyebilir. Bundan dolayı etkinlik organizasyonu katılımcılara gerçekleştireceği düzenlemelerle profesyonel bir ortamda olduğunu hissettirmelidir.

Tez çalışması kapsamında profesyonel destek olarak tanımlanan boş zaman spor etkinlik deneyimi Kaplanidou ve Vogt (2010) tarafından aktif spor turisti olan bisiklet etkinliği katılımcıları ile gerçekleştirilen görüşmelerin analizi neticesinde organizasyonel yön olarak tanımlanmıştır. Sunulan hizmet, güvenli rotalar, parkur, katılımcıların taşınması, etkinlik kayıt süreci vb. unsurlar bu boyut kapsamında yer almaktadır. Ancak organizasyonel yön araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen faktör analizleri neticesinde, aktif spor turizmi etkinlik deneyimi boyutu olarak tanımlanamamıştır. Bu sonuç tez çalışması kapsamında elde edilen bulgularla örtüşmemektedir.

Boş zaman spor etkinlik deneyimi, katılımcıların etkinliğe yönelik algıladıkları değeri etkileyebilir (Lee vd., 2011). Scmitt (1999b)'e göre bir hizmet ya da ürün tüketicileri için kayda değer deneyimler yaratırsa, tüketiciler o ürün ya da hizmetin yüksek değer sahip olduğunu kabul eder. Pine ve Gilmore (1999) iyi yapılandırılmış deneyimlerin tüketicilerin gözünde değer yarattığını ifade ederek bunu desteklemektedir. Bu durum Song vd. (2015) tarafından yapılan araştırma bulguları ile de desteklenmektedir. Araştırma sonuçları turistlerin deneyimlerinin duygusal ve fonksiyonel değer algısı üzerinde etkisinin olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Dolayısıyla etkinlik organizatörleri katılımcılara sıradışı deneyimler yaşatarak, etkinliğe yönelik değer algısı yaratabilir veya var olan algıyı değiştirebilir. Bu da organizatörlerin rekabetçi bir ortamda rakipler karşısında avantajlı duruma geçmelerine yardımcı olabilir.

Csiksentmihalyi (1990)'nin araştırmasına göre birey arzu edilebilir deneyimler yaşarsa derin katılımın sağlandığı, öz bilincin kaybolduğu ve yoğun konsantrasyonun olduğu ideal akış durumuna geçmektedir. Sonuç olarak araştırma kapsamında ortaya çıkan etkinlik deneyimleri, katılımcıların yaşamayı arzuladıkları etkinlik deneyimleri olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda organizatörler boş zaman spor etkinliklerinde katılımcıların akış düzeyine ulaşması için bu deneyimleri Pine ve Gilmore (1998)'un vurguladığı gibi asıl ürünle sarmalayıp sunabilir. Böylece ciddi rekabetin olduğu bir ortamda rakipler karşısında önemli bir avantaj elde edilebilir.

Boş zaman olgusu üzerine yapılan araştırmalar boş zamanın rahatlama/kaçış, kendini geliştirme, duygu hissetme, sosyalleşme vb. deneyimsel fırsatlar sunduğunu ortaya koymuştur (Lankford vd., 1999; Kleiber vd., 2011). Ortaya çıkan bu durum, tez çalışması kapsamında boş zaman spor etkinlik deneyimi olarak tanımlanan kişisel gelişim, sosyal etkileşim, duygusal yön ve kaçış boyutları için kurumsal kanıt olarak

değerlendirilebilir. Etkinlik yeri ve profesyonel destek boyutları ise boş zaman spor etkinlik deneyimini, boş zaman deneyiminden ayıran özellikler olarak ifade edilebilir.

Sonuç olarak, boş zaman spor etkinlikleri dahil deneyim konusunda yapılan çoğu araştırma incelendiğinde (Peric, 2010; Kim vd., 2012; Dieck vd., 2018), Schmitt (1999)'in deneysel boyutları ile Pine ve Gilmore (1998) tarafından önerilen deneyim alanlarından yararlandığı görülmektedir. Boş zaman ve spor olgusunun yapısı dikkate alındığında araştırma sonucu ortaya çıkan etkinlik deneyimi boyutları alana özgü faktörler olarak değerlendirilebilir. Bu noktada boş zaman spor etkinlik deneyiminin farklılaştığı söylenebilir.

5.3. Öneriler

Tez çalışması kapsamında ortaya çıkan sonuçlara göre bazı önerilerde bulunmak yerinde olacaktır. Öneriler ileride yapılacak araştırmalara ve uygulayıcılara yönelik ele alınmaktadır.

Birenboim (2016) belirttiği gibi boş zaman ve turizm bağlamındaki deneyim araştırmaları hala ilk evrelerindedir. İleride farklı örneklemeler ve araştırma paradigmaları ile yapılacak araştırmalar deneyimin kavramsallaşması konusunda literatüre önemli katkılar sağlayacaktır.

Deneyim kavramı pazarlama, turizm ve boş zaman bağlamında ele alınan ve araştırmalar tasarlanan bir olgudur. Bireysel anlamda deneyim alana göre farklılık gösterebilir. Boş zaman bağlamında farklı konularda deneyim üzerine yapılacak araştırmalar kavramın boş zaman olgusu içerisinde kavramsallaşmasına önemli katkılar sağlayabilir.

Araştırma kapsamında incelenen literatür deneyimin öncesi, katılım ve sonrası olmak üzere üç temel evreden oluştuğunu ortaya koymuştur. Bu araştırmada boş zaman spor etkinliklerinin katılım evresi deneyimleri tespit edilmiştir. Dolayısıyla ileride yapılacak araştırmalarda etkinlik öncesi deneyim ve etkinlik sonrası deneyim veya üç deneyim evresinin de değerlendirildiği araştırmaların yapılması önerilmektedir.

Araştırma sonucu ortaya çıkan kişisel gelişim, sosyal etkileşim, etkinlik yeri, kaçış, duygusal yön ve profesyonel destek alana özgü boş zaman spor etkinlik deneyimleri olarak değerlendirilmektedir. İleride farklı kültür ve örneklemelerle yapılacak araştırmalar bu boyutların boş zaman spor etkinlik deneyimi ile ilgili faktörleri olduğu konusunda destek olacaktır.

Boş zaman spor etkinlik deneyimleri, araştırma kapsamında koşu etkinliklerine katılanlardan elde edilen verilerin yorumlanması sonucu ortaya çıkartılmıştır. İleride dans, doğa sporları, bisiklet vb. boş zaman spor etkinliklerine katılanlarla yapılacak çalışmalar, etkinlik deneyimlerinin doğasının tanımlanması konusunda yardımcı olacaktır.

Etkinlik yeri araştırma kapsamında boş zaman spor etkinlik deyiminin bir unsuru olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca ilgili literatürde etkinlik yerinin sahip olduğu niteliklerin deneyim üzerinde önemli etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Ancak boş zaman spor deneyimi bağlamında bu konuya çok fazla önem verilmediği görülmektedir. İleride yapılacak araştırmalarla etkinlik yerinin rolü ortaya çıkartılabilir.

Boş zaman spor etkinliklerinin, etkinlik sonrası düzenlenen yerin kültürel, tarihi ve turistik özelliklerini tanıma dışında genişletilmiş boş zaman deneyim özelliği olabilir. İleride yapılacak araştırmalarda boş zaman spor etkinliklerinin genişletilmiş deneyim özelliklerinin ve fonksiyonlarının araştırılması önerilmektedir.

Boş zaman spor etkinlik katılımcıları için kişisel gelişim etkinlik deneyimini etkileyen önemli bir unsur olarak dikkate alınmaktadır. Dolayısıyla, etkinlik organizatörleri bunu göz önünde bulundurarak katılımcıların kendilerini geliştirebilecekleri ortamı hazırlamalıdır. Katılımcıların her defasında kendine bir şeyler katması etkinlik ile olan bağlarını güçlendirebilir.

Pine ve Gilmore (1998)'un deneyim modeline göre zengin bir deneyim yaşantısı, dört farklı deneyim türü bir arada olduğunda gerçekleşmektedir. Buradan hareketle etkinlik organizatörlerine, katılımcıların zengin etkinlik deneyimi yaşamaları için araştırma sonucunda ortaya çıkan deneyimlerin bir arada olduğu bir düzenleme yapmaları önerilmektedir.

Son olarak, deneyimlerin manipüle edilebilir özelliği vardır. Bu özellik etkinlik organizatörlerine katılımcıların istek ve beklentilerini karşılama şansı vermektedir. Dolayısıyla organizatörlere etkinlik planlaması yaparken bu özelliği göz önünde bulundurmaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Agha, N. ve Taks, M. (2015). A theoretical comparison of the economic impact of large and small events. *International Journal of Sport Finance*, 10(3), 199-216.
- Akyıldız, M. (2010). *Boş zaman pazarlamasında deneyimsel boyutlar: 2009 Rock'n Coke Festivali katılımcılarına yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Argan, M. (2007). *Eğlence pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Armstrong, G. ve Kotler, P. (2003). *Marketing: an introduction (sixth edition)*. New York: Prentice Hall.
- Bagozzi, R. P., ve Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Barusch, A., Gringeri, C. ve George, M. (2011). Rigor in qualitative social work research: A review of strategies used in published articles. *Social Work Research*, 35(1), 11-19.
- Baud-Bovy, M. B. ve Lawson F. (1998). *Tourism & recreation*. Oxford: Architectural Press.
- Berridge, G. (2007). *Events design and experience*. Burlington: Routledge.
- Berridge, G. (2012). Event experience: A case study of differences between the way in which organizers plan an event experience and the way in which guests receive the experience. *J. Park Recreat. Admi.*, 30(3), 7-23.
- Birenboim, A. (2016). New approaches to the study of tourist experiences in time and space. *Tourism Geographies*, 18(1), 9-17.
- Bjelac, Z., ve Radovanovic, M. (2003). Sports events as a form of tourist product, relating to the volume and character of demand. *Journal of Sport Tourism*, 8(4), 260-269.
- Bladen, C., Kennell J., Abson E., Wilde N. (2012). *Events management an introduction*. London: Routledge.
- Botterill, T. D. ve Crompton, J. L. (1996). Two case studies exploring the nature of the tourist's experience. *J. Leis. Res.*, 28(1), 57-82.
- Bowen, H. E. ve Daniels, M. J. (2005). Does the music matter? Motivations for attending a music festival. *Event Management*, 9(3), 155-164.
- Brochado, A., Stoleriu, O., Lupu, C. (2018). Surf camp experiences. *Journal of Sport & Tourism*, 22(1), 21-41.
- Bruce, L., B., Howard, L. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (Çev: H. Aydın). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Brunet, J. ve St-Aubin, A. (2016). Fostering positive experiences of group-based exercise classes after breast cancer: What do women have to say? *Disability and Rehabilitation*, 38(15), 1500-1508.
- Bruner, E.M. (1986). Experience and its expressions. V.W. Turner and E.M. Bruner (Eds.), in *The Anthropology of Experience* (pp. 3-30). Urbana, IL: University of Illinois Press.

- Bull, C., Hoose, J. ve Weed, M. (2003). *An introduction to leisure studies*. London: Prentice Hall.
- Butler, R. W. (1999). Understanding tourism. E. L. Jackson and T. L. Burton (Eds.), in *Leisure studies: Prospects for the twenty-first century* (pp. 97-116). State College, PA: Venture Publishing Inc.
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with Amos: Basic concepts, applications and programming (Third Edition)*. New York: Routledge.
- Cardinale, S., Nguyen, B. ve Melewar, T. C. (2016). Place-based brand experience, place attachment and loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 34(3), 302-317.
- Carù, A. and Cova, B. (2003). Revisiting consumption experience: A more humble but complete view of the concept. *Marketing Theory*, 3(2), 267-286.
- Cattell, R. B. (1978). *The scientific use of factor analysis*, New York: Plenum Press'ten aktaran S. B. MacKenzie, P. M. Podsakoff and N. P. Podsakoff (2011). Construct measurement and validation procedures in MIS and behavioral research: Integrating new and existing techniques. *MIS Quarterly*, 35(2), 293-334, s. 310.
- Cavkaytar, S. (2009). *Dengeli kuma yazma yaklaşımının Türkçe öğretiminde uygulanması: İlköğretim 5. sınıfta bir eylem araştırması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Chang, S. (2009). *Relationship between active leisure and active vacations*. Unpublished Doctorate Thesis. Florida: University of Florida.
- Chen, P. J. (2006). Sport tourists' loyalty: A conceptual model. *Journal of Sport Tourism*, 11(3-4), 201-237.
- Churchill, Jr, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *J. Mark. Res.*, 16 (1), 64-73.
- Clark, J., & Critcher, C. (1985). *The devil makes work: Leisure in capitalist Society*. Macmillan: London'dan aktaran S. J. Page and J. Connell (2010). Leisure an intruduction. Edinburg: Prentice Hall, p.70.
- Clawson, M. ve Knetsch, J. L. (1966). *Economics of outdoor recreation (1966)*. Baltimore, MD: Johns Hopkins Press'den aktaran M. D. Duerden, P. J. Ward, and P.A. Freeman, (2015). Conceptualizing structured experiences: seeking interdisciplinary integration. *J. Leis. Res.*, 47(5), 601-620, p.605.
- Coghlan, A. (2012). An autoethnographic account of a cycling charity challenge event: Exploring manifest and latent aspects of the experience. *Journal of Sport & Tourism*, 17(2), 105-124.
- Cohen, S. (2010). Searching for Escape, Authenticity and Identity: Experience The tourism and leisure experience: Consumer and managerial perspectives. Morgan, M., Lugosi, P., and Ritchie, J. B., (Eds.), in *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives* (pp. 27-42). Bristol: Channel View Publications.
- Comrey, A. L. ve Lee, H. B. (2013). *A first course in factor analysis*. New York: Psychology Press.
- Cope, D. G. (2014). Methods and meanings: Credibility and trustworthiness of qualitative research. *In Oncology Nursing Forum* , 41 (1), 89-91.

- Creswell, J. W. ve Miller, D. L. (2000). Determining validity in qualitative inquiry. *Theory into Practice*, 39(3), 124-131.
- Creswell, J.W.(2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (Second Edition)*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Creswell, J.W.(2007). *Karma yöntem araştırmalarına giriş*. (Çev: M. Sözbilir). Ankara: Pegem Akademi.
- Creswell, J.W. ve Clark, P.V.L. (2015). *Karma yöntem araştırmaları*. (Çev: Y. Dede ve S. B. Demir). Ankara: Anı Yayınları.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2007). *Choosing a mixed methods design. Designing and conducting mixed methods research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience: Steps toward enhancing the quality of life*. New York: Harper & Row
- Csikszentmihalyi, M., ve LeFevre, J. (1989). Optimal experience in work and leisure. *J. Pers. Soc. Psychol.*, 56(5), 815.
- Cutler, S.Q. ve Carmichael, B.A. (2010). Dimensions of tourists experience. M. Morgan, P. Lugosi and J. B Ritchie (Eds.), in *The experience of tourism and leisure: Consumer and managerial perspectives* (pp.3-26). Bristol: Channel View Publications.
- Çelik, H. E. ve Yılmaz V. (2013). *Lisrel 9.1 ile Yapısal Eşitlik Modellemesi Temel Kavramlar-Uygulamalar-Programlama*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Deligöz, K. (2016). *Deneyimsel pazarlama*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Denovan, A. ve Macaskill, A. (2017). Building resilience to stress through leisure activities: A qualitative analysis. *Annals of Leisure Research*, 20(4), 446-466.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: A theoretical introduction to research methods*. New York: McGraw Hill'den aktaran B. Matthew ve B. Miles (2015). Nitel veri analizi (Çev: S. Akbaba ve A. A. Ersoy). Ankara: Pagem, s. 267.
- DeVellis R. F. (2012). *Scale development theory and applications (3 th Edition)*. Los Angeles Sage.
- Tom Dieck, M. C., Jung, T. H. ve Rauschnabel, P. A. (2018). Determining visitor engagement through augmented reality at science festivals: An experience economy perspective. *Computers in Human Behavior*, 82, 44-53.
- Dimanche, F. (2003). The role of sports events in destination marketing. Proceedings of the 53rd Aiest congress. St Gallen, Switzerland, Aiest, pp. 303-311. ISBN: 3952172340. P. Keller and T. Bieger (Eds.).
- Dolinting, E.E., Yusof, A. ve Soon, C.C. (2015). Application of push & pull theory in Island sport tourism: A study of Sipadan Island, Sabah. *Journal of Physical Education and Sport*, 15(2), 295-304.
- Duerden, M. D., Ward, P. J., & Freeman, P. A. (2015). Conceptualizing structured experiences: Seeking interdisciplinary integration. *J. Leis. Res.*, 47(5), 601-620.

- Dumazedier, J. (1960). Editorial, *International social science journal*, 1, Winter, 526'dan aktaran G. Torkildsen (2005). Leisure and recreation management. London: Routledge Taylor & Francis Group, p. 53
- Edginton, C. R., Jordan, D. J., DeGraaf, D. G., & Edginton, S. R. (2006). *Leisure and life satisfaction: foundational perspectives (Fourth Edition)*. New York: McGraw Hill.
- Ellis, A. (1973). *Humanistic psychotherapy: The rational-emotive approach*. New York: Three Rivers Press.
- Erkuş, A. (2014). *Psikolojide ölçme ve ölçek geliştirme-I: Temel kavramlar ve işlemler (2. baskı)*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Fairley, S. ve Gammon, S. (2005). Something lived, something learned: Nostalgia's expanding role in sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 182-197.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *J. Mark. Res.*, 382-388.
- Fourie, J. ve Santana-Gallego, M. (2011). The impact of mega-sport events on tourist arrivals. *Tourism Management*, 32(6), 1364-1370.
- Freire, T. (2013). Leisure experience and positive identity development in adolescents. T. Freire (Ed.) in *Positive leisure science from subjective experience to social context* (p. 61-79). New York: Springer.
- Funk, D. C. (2017). Introducing a sport experience design (SX) framework for sport consumer behaviour research. *Sport Management Review*, 20(2), 145-158.
- Furham, A. (1991). Work and leisure satisfaction. F. Strack, M. Argyle and N. Schwarz (Eds.), in *Subjective well-being an interdisciplinary perspective* (pp. 235-259). Oxford: Pergamon Press.
- Gelder, G. ve Robinson, P. (2009). A critical comparative study of visitor motivations for attending music festivals: A case study of Glastonbury and V Festival. *Event Management*, 13(3), 181-196.
- George, D. ve Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4th ed.)*. Boston: Allyn & Bacon.
- Getz, D. (2007). *Event management & event tourism*. New York: Cognizant Communication Offices.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Gibson, H.J. (1998a). Active sport tourism: Who participates? *Leisure Studies*, 17(2), 155-170.
- Gibson, H.J. (1998b). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1(1), 45-76.
- Golafshani, N. (2003). Understanding reliability and validity in qualitative research. *Qual. Rep.*, 8(4), 597-606.
- Grazia, S. D. (1962). *Of time, work and leisure*. New York: The Twentieth Century Fund.
- Güler, A. Halıcıoğlu, M. B. ve Taşğın, S. (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma (İkinci Baskı)*. Ankara: Seçkin.

- Gül, T. (2014). Rekreasyon olgusuna genel yaklaşım. A. Yaylı (Ed.) *Rekreasyona Giriş* içinde (s. 2-62). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Grainger-Jones, B. (1999). *Managing leisure*. Butterworth-Heinemann: Plant a Tree.
- Györi, F. (2015). Thoughts about the theoretical approach of recreation, sport and tourism. *Arena - Journal of Physical Activities*, 1(4), 25-43.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (Pearson new internat. ed). Harlow: Pearson.
- Hall, C. M. ve Page, S.J. (1999). *The geography of tourism and recreation: environment, place and space*, London: Routledge' den aktaran S. Williams (2003). Tourism and recreation. London: Prentice Hall, p.7.
- Hallmann, K., Feiler, S., Müller, S. ve Breuer, C. (2012). The interrelationship between sport activities and the perceived winter sport experience. *Journal of Sport & Tourism*, 17(2), 145-163.
- Hazar, A. (2014). *Rekreasyon ve animasyon (4. Baskı)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hede, A. M. (2005). Sports-events, tourism and destination marketing strategies: an Australian case study of Athens 2004 and its media telecast. *Journal of Sport Tourism*, 10(03), 187-200.
- Hill, M. S. (1985). Patterns of time use. F.T. Juster and F.P. Stafford (Eds.), *Time, goods, well-being içinde* (pp. 133-176). Michigan: The University of Michigan.
- Hill, H. T. ve Chalip, L. (2005). Marketing sport tourism: Creating synergy between sport and destination. *Sport in Society*, 8(2), 302-320.
- Hill, B. ve Green, B. C. (2000). Repeat attendance as a function of involvement, loyalty, and the sportscape across three football contexts. *Sport Management Review*, 3(2), 145-162.
- Higham, J. (1999). Commentary-sport as an avenue of tourism development: An analysis of the positive and negative impacts of sport tourism. *Current issues in Tourism*, 2(1), 82-90.
- Holloway, L. ve Hubbard, P. (2001). *People and place: the extraordinary geographies of everyday life*. Essex: Prentice-Hall, Harlow.
- Honggen, X., ve Huyton, J. R. (1996). Tourism and leisure: an integrative case in China. *Int. J. Contemp. Hosp. M.*, 8(6), 18-24.
- Horner, S. ve Swarbrooke, J. (2005). *Leisure marketing a global perspective*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Hughes, M. D. (2015). *Re-conceptualizing recreation-based social worlds*. Unpublished Doctoral Dissertation. South Carolina: Clemson University.
- Hull, R. B., Michael, S. B., Walker, G. J., Roggenbuck, J. W. (1996). Ebb and flow of brief leisure experiences. *Leis. Sci.*, 75(4), 299-314.
- Humphreys, C. J. ve Weed, M. (2014). Golf tourism and the trip decision-making process: the influence of lifestage, negotiation and compromise, and the existence of tiered decision-making units. *Leisure Studies*, 33(1), 75-95.

- Hurd, A. R. ve Anderson, D. M. (2011). *The park and recreation professional's handbook*. Champaign: Human Kinetics.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Ann. Touris. Res.*, 9(2), 256-262.
- Jago, L., & Shaw, R. N. (1998). Special events: A conceptual and definitional framework. *Festival Management and Event Tourism*, 5, (21-32).
- James, J. D., ve Ross, S. D. (2004). Comparing sport consumer motivations across multiple sports. *Sport Marketing Quarterly*, 13(1), 17-25.
- Jones, C. D. (2008). Examining interactions between adventure seeking and states of the four channel flow model. *Leisure/Loisir*, 32(1), 139-162.
- Jones, I., Brown, L. ve Holloway I. (2013). *Qualitative research in sport and physical activity*. London: Sage.
- Kaplanidou, K., ve Gibson, H.J. (2010). Predicting behavioral intentions of active event sport tourists: The case of a small-scale recurring sports event. *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), 163-179.
- Kaplanidou, K. ve Vogt, C. (2010). The meaning and measurement of a sport event experience among active sport tourists, *Journal of Sport Management*, 24(5), 544-566.
- Karaküçük, S. (2005). *Rekreasyon: Boş zamanları değerlendirme*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kavetsos, G. ve Szymanski, S. (2010). National well-being and international sports events. *J. Econ. Psychol.*, 31(2), 158-171.
- Kelly, J. R. (1982). *Leisure*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Kelly, J. R. ve Freysinger, V.J. (2000). *21st century leisure current issues*. Needham Heights: Allyn & Bacon.
- Kianicka, S., Buchecker, M., Hunziker, M., Müller-Böker, U. (2006). Locals' and tourists' sense of place: a case study of a Swiss alpine village. *Mt. Res. Dev.*, 26(1), 55-63.
- King, N. ve Horrocks, C. (2010). *Interviews in qualitative research*. Los Angeles: Sage.
- Kirilova, K., Fu, X., Lehto, X., Cai, L. (2014). What makes a destination beautiful? Dimensions of tourist aesthetic judgment. *Tourism Management*, 42, 282-293.
- Kitzinger, J. (1995). Qualitative research. Introducing focus groups. *BMJ*, 311:299.
- Kouthouris, C. ve Alexandris, K. (2005). Can service quality predict customer satisfaction and behavioral intentions in the sport tourism industry? An application of the SERVQUAL model in an outdoors setting. *Journal of Sport & Tourism*, 10(2), 101-111.
- Kim, J.H., Ritchie, J. R. B. ve McCormick, B. (2012) Development of a scale to measure memorable tourism experiences, *J. Travel. Res.*, 51(1), pp. 12–25.
- Klaus, P. ve Maklan, S. (2011). Bridging the gap for destination extreme sports: A model of sports tourism customer experience, *Journal of Marketing Management*, 27(13-14), 1341-1365.

- Kleiber, D. A., Walker, G. J. ve Mannell, R.C. (2011). *A social psychology of leisure*. State College: Venture Publishing, Inc.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling (Third Edition)*. New York: Guilford Press.
- Krueger, R.A., ve Casey, M.A. (2009). *Focus groups: A practical guide for applied research (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Kurtzman, J. (2005). Economic impact: Sport tourism and the city. *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 47-71.
- Lance, C. E. ve Vandenberg, R. J. (2002). Confirmatory factor analysis. F. Drasgow and N.Schmi (Eds.), in *The Jossey-Bass business & management series. Measuring and analyzing behavior in organizations: Advances in measurement and data analysis* (pp. 221-254). San Francisco, CA, US: Jossey-Bass.
- Lankford, S., Jiang, J., Neal, L. L., McDonald, D. (1999). The recreation experience model: linking recreation into visitors'activities. *World Leisure & Recreation*, 41(2), 4-8.
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Pers. Psychol.*, 28(4), 563-575.
- Lee, J. S., Song, H. J. ve Lee, C. K. (2011). A study on the experience, experiential value, and satisfaction of 3D film based on the Pine and Gilmore's experience economy theory: The case of the film 'Avatar. *The Korea Academic Society of Tourism and Leisure*, 23(5), 281-298.
- LeCompte, M. D. ve Goetz, J. P. (1982). Problems of reliability and validity in ethnographic research. *Review of Educational Research*, 52(1), 31-60.
- Lee, Y., Dattilo, J. ve Howard D. (1994). The complex and dynamic nature of leisure experience. *J. Leis. Res.*, 26 (3), 195-211.
- Leitner, M. J. ve Leitner, S. F. (2004). *Leisure enhancement* (3. Edition). New York: The Haworth Press.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Ann. Touris. Res.*, 6(4), 390-407.
- Lepp, A., ve Gibson, H. (2011). Tourism and World Cup Football amidst perceptions of risk: The case of South Africa. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(3), 286-305.
- Lincoln, Y. S., ve Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA:Sage'den aktaran D.G. Cope, (2014). *Methods and meanings: credibility and trustworthiness of qualitative research*. In *Oncology nursing forum*, 41(1).
- Lincoln, Y. S., ve Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA:Sage'den aktaran A. Güler. M.B. Halıcıoğlu ve S. Taşgın (2015). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma (İkinci Baskı)*. Ankara: Seçkin.
- Lin, N. (1976). *Foundation of social research*. Kingsport: Mcgraw-Hill.
- Liu, W., Sparks, B. ve Coghlan, A. (2017). Event experiences through the lens of attendees. *Event Management*, 21(4), 463-479.

- Longhurst, R. (2010). Semi-structured interviews and focus groups. N. Clifford, S. French and G. Valentine (Eds.), in *Key methods in geography* (p. 103-115). Los Angeles: Sage.
- Mackenzie, S. H., ve Kerr, J. H. (2012). A (mis) guided adventure tourism experience: An autoethnographic analysis of mountaineering in Bolivia. *Journal of Sport & Tourism*, 17(2), 125-144.
- Marshall, C. ve Rossman, B. G. (2011). *Designing qualitative research*. (5th Edition). London: Sage.
- McLean, D. D. ve Hurd, A. (2012). *Kraus' recreation and leisure in modern society* (9. Edition). London: Jones and Bartlett Learning.
- McLean, D. J., ve Yoder, D. G. (2005). *Issues in Recreation and Leisure: Ethical decision making*. Champaign: Human Kinetics.
- Mehmetoglu, M. ve Engen, M. (2011). Pine and Gilmore's concept of experience economy and its dimensions: An empirical examination in tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 12(4), 237-255.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2015). *Nitel veri analizi*. (Çev: Sadegül Akbaba Altun ve Ali Ersoy). Ankara: Pegem.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Miller, A. (2012). Understanding the event experience of active sports tourists: Long distance endurance triathletes. R. Shipway and A. Fyall (Eds.), in *International sports events: Impacts, experiences and identities* (pp. 99–112). London: Routledge.
- Morgan, D. L. (1997). *Focus groups as qualitative research. qualitative research methods series 16*. Thousand Oaks: Sage publications.
- Morgan, D. L. (1998). *Focus group guidebook. focus group kit 1*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Morgan, M., Lugosi, P., ve Ritchie, J. R. B. (2010). *The tourism and leisure experience: Consumer and managerial perspectives*. Bristol: Channel View Publications.
- Morgan, D. L. ve Krueger, R. A. (1998). *Developing questions for focus groups (Vol. 3)*. London: Sage Publication.
- Morgan, M. (2008). What makes a good festival? Understanding the event experience. *Event Management*, 12(2), 81-93.
- Mull, R. F., Bayless, K. G., ve Jamieson, L. M. (2005). *Recreational sport management (4th Ed.)*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Neghina, C., Bloemer, J., van Birgelen, M., ve Caniëls, M. C. J. (2017). Consumer motives and willingness to co-create in professional and generic services. *Journal of Service Management*, 28(1), 157-181.
- Netemeyer, R. G., Bearden, O. W. and Sharma, S. (2003). *Scaling procedures issues and applications*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Nordvall, A., Pettersson, R., Svensson, B., Brown, S. (2014). Designing events for social interaction. *Event Management*, 18(2), 127-140.

- O'dell, T. (2007). Tourist experiences and academic junctures. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 34-45 (2007).
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *J. Travel. Res.*, 46(2), 119-132.
- Oldenburg, R. (1989). *The great good place: Café, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts, and how they get you through the day*. New York: Paragon House Publishers.
- O'Sullivan, E. L., ve Spangler, K. J. (1998). *Experience marketing: strategies for the new Millennium*. State College: Venture Publishing Inc.
- Otto, J. E. ve Ritchie, B. (1996) The service experience in tourism. *Tourism Management*, 17(3),165–174.
- Page, S. J. ve Connell, J. (2010). *Leisure an intruduction*. Edinburg: Prentice Hall.
- Park, M., Oh, H. ve Park, J. (2010). Measuring the experience economy of film festival participants. *International Journal of Tourism Sciences*, 10(2), 35-54.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Perić, M. (2010). Sports tourism and system of experiences. *Tourism and Hospitality Management*, 16(2), 197-206.
- Pine, B. J. ve Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harv. Bus. Rev.*, 76, 97-105.
- Pine, B. J. ve Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Boston: Harvard Business Press.
- Pira, A. (2004). *Etkinlik yönetimi*, İstanbul: MediaCat.
- Povey, G. ve Wyk, A. V. (2010). Culture and the event experience. P. Robinson, D. Vale and G. Dickson (Eds.), in *Events management (1-18)*. Oxfordshire: Cabi.
- Raj, R., Walters, P. ve Rashid, T. (2009). *Events management. an integrated and practical approach*. London: Sage.
- Richards, L. ve Morse J. M. (2007). *Read me first for a user's guide to qualitative methods (Second Edition)*. London: Sage.
- Richards, G. ve Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: a solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223.
- Ritchie, B. W., Tkaczynski, A. ve Faulks, P. (2010). Understanding the motivation and travel behavior of cycle tourists using involvement profiles. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(4), 409-425.
- Ritch, J., Lewis, J. ve Elam, G. (2003). Designing and selecting sample. J. Ritchie and J. Lewis (Eds.), in *Qualitative Research Practice a guide for social science students and researchers (pp. 77-108)*. London: Sage Publications.
- Roberts, K. (2006). *Leisure in contemporary society (2. Ed.)*. Cambridge: Cabi.
- Robinson, J. P., Shaver, P. R., ve Wrightsman, L. S. (1991). Criteria for scale selection and evaluation. *Measures of Personality and Social Psychological Attitudes*, 1(3), 1-16.

- Ross, E. L. D. ve Iso-Ahola, S. E. (1991). Sightseeing tourists' motivation and satisfaction. *Ann. Touris. Res.*, 18, 226-237.
- Rossmann, J. R. ve Schlatter, B. E. (2011). *Recreation programming: Designing leisure experiences*. Illinois: Sagamore Publishing LLC.
- Ryan, C. (2002). From motivation to assesment. C. Ryan (Ed.), in *The Toursit Experiences* (pp. 58-77). London: Continuum.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics (6. Edition)*. Boston: Pearson Education.
- Tassiopoulos, D. (2005). *Event management: A professional and developmental approach*. Lansdowne: Juta and Company Ltd.
- Tokay Argan, M. ve Yüncü, D. (2015). *Etkinlik pazarlama yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Torkildsen G. (2005). *Leisure and recreation management*. London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Torkildsen, G. (1992). *Leisure and Recreation Management*. London: E&FN Spon.
- Turco, D. M., Riley R. ve Swart K. (2002). *Sport Tourism*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc.
- Sandelowski, M. (2000). Focus on research methods combining qualitative and quantitative sampling, data collection, and analysis techniques. *Res. Nurs. Health.*, 23, 246-255.
- Sart, G. (2015). Gözlem. F. N. Seggie ve Y. Bayyurt (Ed.), *Nitel araştırma içinde* (s. 219-230), Ankara: Anı Yayıncılık.
- Schatzman, L. ve Strauss, A. (1973). *Field research: Strategies for a natural sociology*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Schmitt, B. H. (1999a). *Experiential marketing; How to get customers to sense, feel, think, act and relate to your company and brands*. New York: Free Press.
- Schmitt, B. (1999b). Experiential marketing, *Journal of Marketing Management*, 15, 53-67.
- Schmitt, B.H. (2003). *Customer experience management: A revolutionarry approach to connecting with your customers*. New York: John Wiley and Sons.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. ve Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schumacker, R. E. ve Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling (Third Edition)*. New York: Routledge.
- Scott, D. ve Harmon, J. (2016). Extended leisure experiences: A sociological conceptualization. *Leisure Sciences*, 38(5), 482-488.
- Seçer İ. (2015). *Psikolojik test geliştirme ve uyarlama süreci SPSS ve Lisrel uygulamaları*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research: A guide for research in education and social sciences*. New York: Teachers College Press.

- Seale, C. (1999). Quality in qualitative research. *Qual. Inq.*, 5(4), 465-478.
- Seggie F. N. ve Bayyurt Y. (2015). *Nitel araştırma yöntem teknik analiz ve yaklaşımlar*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Shaw, C., Ivens, J. (2002). *Building great customer experiences*. London: Palgrave.
- Shipway, R. ve Jones, I. (2007). Running away from home: Understanding visitor experiences and behaviour at sport tourism events. *International Journal of Tourism Research*, 9(5), 373-383.
- Shipway, R., King, K., Lee, I. S., Brown, G. (2016). Understanding cycle tourism experiences at the Tour Down Under. *Journal of Sport & Tourism*, 20 (1), 21-39.
- Shipway, R., Kirkup, N. (2011). Understanding sport tourism experiences: Exploring the participant–spectator nexus. S. Richard and R.S. Philip (Eds.). in *Tourist experiences: Contemporary perspectives* (pp. 127-139). New York: Routledge.
- Shipway, R. ve Stevenson, N. (2012). Experiencing sport tourism, *Journal of Sport & Tourism*, 17(2), 81-84 (2012).
- Shivers, S. J. ve deLisle, L.J. (1997). *The story of leisure*. Champaign: Human Kinetics.
- Shone, A. ve Parry, B. (2004). *Successful event management: A practical handbook*. London: Thomson Learning.
- Silverman, D. (2005). *Doing qualitative research*. Los Angeles: Sage Publications.
- Song, H. J., Lee, C. K., Park, J. A., Hwang, Y. H., Reisinger, Y. (2015). The influence of tourist experience on perceived value and satisfaction with temple stays: The experience economy theory. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(4), 401-415.
- Spector, P. E. (1992). *Summated rating scale construction: An introduction*. Newbury Park, CA: Sage
- Stebbins, R. (1992). *Amateurs, professionals and serious leisure*. Montreal: McGill-Queen's University Press.
- Stebbins, R.A., (2007). *A perspective for our time serious leisure*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Uygur, S. M. ve Doğan, S. (2013). Deneyimsel pazarlamanın müşteri memnuniyeti üzerine etkisi: Restoranlar üzerine bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (37), 33-48.
- Volo, S. (2010). Conceptualizing experience: A tourist based approach. N. Scott, E. Laws and P. Boksberger (Eds.), in *Marketing of tourism experiences* (pp. 13–28). New York: Routledge.
- Wagen, L. V. D. (2005). *Event Management For Tourism. Cultural, Business and Sporting Events (2. Edition)*. Australia: Pearson Hospitality Press.
- Warren, C. A. B. ve Karner, T. X. (2010). *Discovering qualitative methods*. New York: Oxford University Press.
- Weed, M ve Bull, C. (2009). *Sport tourism participants, policy and providers (Second Edition)*. London: Elsevier.

- Weiss, R. S. (1995). *Learning from strangers: The art and method of qualitative interview studies*. New York: The Free Press.
- Wengraf, T. (2004). *Qualitative Research Interviewing. Biographic Narrative and Semi-Structured Methods*. London: Sage Publications.
- Williams, S. (2003). *Tourism and recreation*. London: Prentice Hall.
- Wilson, F. R., Pan, W., & Schumsky, D. A. (2012). Recalculation of the critical values for Lawshe's content validity ratio. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 45(3), 197-210.
- Whittemore, R., Chase, S. K. ve Mandle, C. L. (2001). Validity in qualitative research. *Qual. Health. Res.*, 11(4), 522-537.
- Van Aalst, I. ve van Melik, R. (2012). City festivals and urban development: Does place matter? *European Urban and Regional Studies*, 19(2), 195-206.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüksel, A., Mil, B. ve Bilim, Y. (2007). *Nitel araştırma neden, nasıl, niçin?* Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zhang, Y., Song, H. ve Park, K. S. (2016). A study on tourists experiences and satisfaction to macao casinos. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 30 (10), 83-95.
- Zhong, Y.Y.S., Busser, J. ve Baloglu, S. (2017). A model of memorable tourism experience: The effects on satisfaction, affective commitment, and storytelling. *Tourism Analysis*, 22(2), 201-217.
- Zurcher, L. A. Jr. (1970). The "friendly" poker game: A study of an ephemeral role. *Social Forces*, 49, 173-186.
- http-1:**
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.56eedad22ff9e4.10972656 (Erişim Tarihi: 20.03.2016).
- http-2:**http://www.sportcal.com/Impact/EV_CitiesIndex.aspx (Erişim Tarihi: 28.03.2016)
- http-3:**
http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.58db59c18efc51.29207282 (Erişim Tarihi: 29.03.2017)
- http-4:** <http://www.ekerkosu.com/> (Erişim tarihi: 15.09.2016)
- http-5:** <http://www.istanbulmarathon.org/genel-b%C4%B0lg%C4%B0ler/%C4%B0statistikler/> (Erişim Tarihi: 24.04.2017)
- http-6:** <https://www.runningusa.org/marathon-report-2016>
- http-7:** <http://www.aktifyasam.org.tr/projeler/turkiyede-kosu-2014-raporu>
- http-8:** <https://runbursa.com/yaristakvimi2017/>

EK-1. Görüşme Soruları

1. Boş zaman spor etkinliklerine katılım hikâyenizi anlatır mısınız?
2. Katıldığınız etkinliklerle kendinizi nasıl ilişkilendirirsiniz?
3. Katılmayı düşündüğünüz etkinliklerde hangi özelliklerin olmasını istersiniz?
4. Katıldığınız etkinlikler hayatınızda ne gibi değişikliklere sebep olmaktadır?
5. Etkinliğine katılmaktan elde ettiğiniz faydalar nelerdir?
6. Etkinlik sırasında yaşadığınız deneyimleri nasıl ifade edersiniz?
7. Etkinlik sırasında hissettiğiniz duyguları yorumlar mısınız?

EK-2. Araştırma Gönüllü Katılım Formu

Bu çalışmada boş zaman spor etkinlik deneyimini etkileyen boyutların ortaya çıkartılması amaçlanmaktadır. Araştırma Araş. Gör. Hüseyin ÇEVİK tarafından yürütölmektedir. Etkinlik katılımcılarının davranış ve deneyimlerinin daha iyi anlaşılmasının etkinlik organizatörlerine, yöneticilere, spor pazarlamacılarına ve diğer boş zaman spor etkinlik paydaşlarına katılımcıların ihtiyaç ve istekleriyle ilgili bilgi sağlayacağı düşünölmektedir.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllölük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda, odak grup görüşmesi, yarı yapılandırılmış görüşme, gözlem ya da anket yoluyla sizden veriler toplanacaktır.
- İsminizi yazmak ya da kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz/araştırmada katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında toplanan veriler, sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin (yazılı) izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır.
- Sizden toplanan veriler arşivleme yöntemi ile korunacak ve araştırma bitiminde arşivlenecek veya imha edilecektir.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabilirsiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.

Gönüllü katılım formunu okumak ve değerlendirmek üzere ayırdığınız zaman için teşekkür ederim. Çalışma hakkındaki sorularınızı Anadolu Üniversitesi Spor Bilimleri Faköltesi Rekreatyon Bölümü Araş. Gör. Hüseyin ÇEVİK'e (mail/tel) yöneltebilirsiniz.

Araştırmacı Adı: Araş. Gör. Hüseyin ÇEVİK

Adres: Anadolu Üniversitesi Spor Bilimleri Faköltesi İki Eylül Kampüsü

İş Tel: 0222 3350580/ 6794

Cep Tel: 0 532 600 36 93

Bu çalışmaya tamamen kendi rızamla, istediğim takdirde çalışmadan ayrılabileceğimi bilerek verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını kabul ediyorum.

(Lütfen bu formu doldurup imzaladıktan sonra veri toplayan kişiye veriniz.)

Katılımcı Ad ve Soyadı:

İmza:

Tarih:

EK-3. Anket

Değerli anket katılımcısı bu çalışma spor etkinlik katılımcılarının deneyimleri ile ilgili bilimsel amaçlı bir ankettir. Bu envanterden toplanacak veriler tamamen **bilimsel amaçla** kullanılacaktır. Bu nedenle vereceğiniz cevapların doğruluğu **araştırmanın tarafsızlığı ve bilimselliği** için çok önemlidir. Lütfen anketteki ifadeleri dikkatlice okuyarak en doğru biçimde değerlendiriniz.

Araştırmacı: Hüseyin ÇEVİK
Anadolu Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi

Kendinizi hangi boş zaman katılımcısı kategorisine yakın hissetmektedir? 1'den 10'a kadar lütfen belirtiniz.											
Bu etkinliğe sadece keyifli vakit geçirmek, eğlenmek, zevk almak için katılıyorum. Kendimi ciddi boş zaman katılımcısı olarak görmüyorum.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Bu etkinliğe katılıyorum çünkü, emek veriyorum, engellerle mücadele ediyorum, gelişim sağlıyorum, aktiviteyle ilgili sosyal bir gruba ait olduğumu hissediyorum ve aktiviteye tutkuyla ve gönülden bağlıyım. Kendimi ciddi boş zaman katılımcısı olarak görüyorum.



SPOR ETKİNLİK DENEYİM ÖLÇEĞİ					
Kesinlikle Katılıyorum = 5 Katılıyorum = 4 Biraz Katılıyorum = 3 Katılmıyorum = 2 Kesinlikle Katılmıyorum = 1	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Biraz Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Kişisel Gelişim					
1. ...özgüvenimin artmasına katkı sağladı.	5	4	3	2	1
2. ...sağlıklı olma konusundaki düşüncelerimi olumlu yönde etkiledi.	5	4	3	2	1
3. ...sayesinde fiziksel kapasitemi keşfetme fırsatı buldum.	5	4	3	2	1
4. ...mücadelenin bana katkı sağladığını hissettim.	5	4	3	2	1
Sosyal Etkileşim	5	4	3	2	1
5. ...farklı insanlarla iletişim kurma fırsatı yakaladım.					
6. ...diğer katılımcılarla paylaşımda (bilgi, ekipman vb.) bulunmak hoşuma gitti.	5	4	3	2	1
7. ...diğer katılımcılarla iş birliği yapma fırsatı yakaladım.	5	4	3	2	1
8. ...diğer katılımcılarla arkadaş olma fırsatı yakaladım.	5	4	3	2	1
Etkinlik Yeri	5	4	3	2	1
9. ...etkinlik alanının düzeninden etkilendim.					
10. ...düzenlendiği parkur/rotadan/pistten keyif aldım.	5	4	3	2	1
11. ...düzenlendiği yerin yerel kültüründen etkilendim.	5	4	3	2	1
12. ...düzenlendiği yeri cazip buldum.	5	4	3	2	1
Kaçış	5	4	3	2	1
13. ...rutinden uzaklaşma fırsatı sağladı.					
14. ...stresten uzaklaşmamı sağladı.	5	4	3	2	1
15. ...iş ortamından kaynaklanan olumsuzluklardan uzaklaşmamı sağladı.	5	4	3	2	1

Duygusal Yön	5	4	3	2	1
16. ...katılımcıların mücadelesi beni hırslandırdı.	5	4	3	2	1
17. ...yaşadığım deneyimler beni heyecanlandırdı.	5	4	3	2	1
18. ...etkinliğinden zevk aldım.	5	4	3	2	1
Profesyonel Destek					
19. ...aradığım çekici özelliklere sahipti.	5	4	3	2	1
20. ...sponsorların sağladığı desteği takdir ettim.	5	4	3	2	1
21. ...katılımcılara değer verildiğini hissettirdi.					

DEMOGRAFİK SORULAR

Cinsiyetiniz?

- a) Erkek b) Kadın

Yaşınız?

- a) 16-22 b) 23-29 c) 30-36 d) 37-43 e) 44-50 f) 51-56 g) 57-63 h) 64 ve üstü

Eğitim durumunuz?

- a) İlköğretim b) Ortaöğretim d) Önlisans / Lisans f) Lisans üstü (Yüksek lisans/Doktora)

Mesleğiniz?

- a) İşsiz b) Ev hanımı c) Öğrenci d) Emekli e) İşçi f) Memur d) Serbest Meslek

Aylık ortalama hane (ev) gelir durumunuz?

- a) 1300 TL ve altı b) 1301-2300 TL c) 2.301-3.300 TL d) 3.301-4.300 TL
e) 4.301-5.300 TL f) 5.301 TL ve üstü

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Hüseyin ÇEVİK
Yabancı Dil : İngilizce
Doğum Yeri ve Yılı : Samsun/1980
E-Posta : huseyincevik@anadolu.edu.tr / hcevik.tr@gmail.com

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- 2013, Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Lisans Programı
- 2003, Anadolu Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Bölümü
- 2014, Araştırma Görevlisi, Anadolu Üniversitesi, Rekreasyon Bölümü
- 2011, Beden Eğitimi Öğretmeni, Mardin Kızıltepe Misak-ı Milli Ortaokulu
- 2007, Fitnes ve Grup Egzersizleri Eğitmeni, Gural Premier, Animasyon Departmanı

Yayınlar ve Bilimsel Faaliyetler:

Makale

- Şimşek, K. Y., & Çevik, H. (2018). Are Our Stadiums Ready for EURO 2024? Evaluation of Service Quality. *European Journal of Physical Education and Sport Science*. 4 (10), 11-25.
- Çevik H. & Şimşek K.Y. (2018). Kaynak kuramının boş zaman spor etkinliklerinde uygulanabilirliği: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Journal of Human Science*. 15 (2), 970-983.
- Çevik, H., & Şimşek, K. Y. (2017). The quality of five-star hotel animation services in Turkey with regard to tourists' demographics. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 65(3), 280-293.
- Çevik H., Şimşek K.Y. ve Yılmaz İ. (2017) The evaluating of service quality in recreational sport events: Kite festival sample. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*. 8 (1), 02/01/2017.
- Çevik, H., & Şimşek, K. Y. (2017). Organizational commitment of individuals participating in intramural sports: A study on university employees. *Journal of Physical Education & Sports Science/Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 11(3).
- Mercanoğlu, A. O., Çevik, H. ve Şimşek, K. Y. (2015). Kampüs rekreasyonu kapsamında düzenlenen sportif rekreasyon etkinliklerinin hizmet kalitesinin değerlendirilmesi: Anadolu Üniversitesi örneği. *The Journal of Academic Social Science*, 3(19), 256-267.

- Çevik, H. ve Şimşek, K.Y. (2014) Rekreatyonel sporlarda hizmet kalitesi ölçęęi'nin geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *The Journal of Academic Social Science*. (2) 7, 522-541.

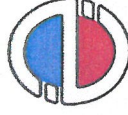
Bildiri

- Çevik, H., Yetim, G., Argan, M. ve Aykut, M. (2018). Boş zaman ve ramazan olgusu: Eskişehir ilinde nitel bir araştırma. *1. Uluslararası Beden Eğitimi, Spor, Rekreatyon ve Dans Kongresi*, İstanbul: Nişantaşı Üniversitesi.
- Şimşek, K.Y., Çevik, H., Bayram, A. ve Mercanoğlu, A.O. (2018). Dünya Okullararası Olimpiyatları Gymnasiade 2016 seyircilerinin etkinliğe yönelimlerinin incelenmesi, *1. Uluslararası Beden Eğitimi, Spor, Rekreatyon ve Dans Kongresi*, İstanbul: Nişantaşı Üniversitesi.
- Çevik, H., Şimşek, K.Y., Mercanoğlu, A.O. ve Bayram, A. (2018). Büyük ölçekli spor etkinliklerinde kişilik: Gymnasiade 2016 Okul Sporları Olimpiyat 'ının değerlendirilmesi, *1. Uluslararası Beden Eğitimi, Spor, Rekreatyon ve Dans Kongresi*, İstanbul: Nişantaşı Üniversitesi.
- Şimşek, K.Y., Çevik, H., Mercanoğlu, A.O. ve Bayram, A. (2018). Büyük spor etkinliklerinde algılanan sosyal etkiler ölçęęi'nin psikometrik özelliklerinin incelenmesi, *1. Uluslararası Beden Eğitimi, Spor, Rekreatyon ve Dans Kongresi*, İstanbul: Nişantaşı Üniversitesi.
- Çevik, H. (2018). Aktif spor turizmi etkinliklerinde organizatörün algılanan kaynak yatırımı, tatmin ve tekrar satın alma davranışı arasındaki ilişki, *Uluslararası Rekreatyon ve Spor Bilimleri Kongresi*, Bodrum: Rekreatyon Çalışmaları ve Araştırmaları Derneği, s. 281.
- Çevik, H., Şimşek, K.Y., Demirtaş, H., Kayacık, U. ve Sönmezer, D. N. (2018). Rekreatyon alanında iş olanakları ve aranan özellikler: İş ilanlarına yönelik içerik analizi, *Uluslararası Rekreatyon ve Spor Yönetimi Kongresi*, Bodrum: Rekreatyon Çalışmaları ve Araştırmaları Derneği, s. 287.
- Şimşek, K.Y., Çevik H., Ün, E.A. ve Yıldırım, F. (2018). Atlı spor kulüplerinde hizmet kalitesinin değerlendirilmesi, *Uluslararası Rekreatyon ve Spor Yönetimi Kongresi*, Bodrum: Rekreatyon Çalışmaları ve Araştırmaları Derneği, s. 171.
- Şimşek, K.Y., Çevik, H., Turhan, G. ve Tekeli, S. (2018). Spor bilimleri fakültesinde okuyan öğrencilerin can sıkıntılarının incelenmesi, *Uluslararası Rekreatyon ve Spor Yönetimi Kongresi*, Bodrum: Rekreatyon Çalışmaları ve Araştırmaları Derneği, s. 205.
- Şimşek, K. Y. ve Çevik, H. (2017). Futbol izleyicilerinin etkinlik kalitesi algısı: 2014-2015 sezonu Eskişehirspor örneği. *4. Uluslararası Balkan Spor Bilimleri Kongresi*, Bursa: Uludağ Üniversitesi, s. 372.


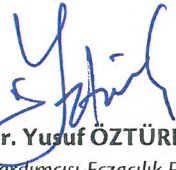



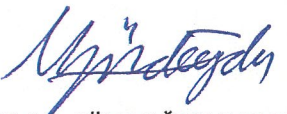
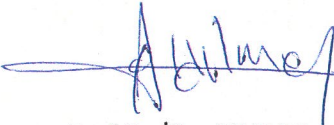
- Çevik, H., Şimşek, K. Y., Mercanoğlu, A. O., ve Bayram, A. (2017). Spor etkinliklerine yönelim ölçeğinin psikometrik özelliklerinin değerlendirilmesi. *4. Uluslararası Balkan Spor Bilimleri Kongresi*, Bursa: Uludağ Üniversitesi, s. 377.
- Çevik, H., Şimşek, K.Y. (2016). The evaluation of service quality of recreational animation activities, *21. Annual Congress of the European College of Sport Science*, Vienna: University of Vienna, s. 100.
- Şimşek, K. Y., Cevik, H. ve Mercanoglu, A. O. (2016). The necessary features of recreation experts need to have for employment: Sample of private sector of turkish recreation industry, *14th International Sport Sciences Congress*, Antalya: Society of Sport Science, s. 318
- Çevik, H. Şimşek, K.Y. (2016). Experience in active sport tourism events, *14th International Sport Sciences Congress*, Antalya: Society of Sport Science, s. 305.
- Cevik, H., Simsek, K.Y., Mercanoglu, A.O. ve Bayram, A. (2016). Turkish adaptation of sporting event personality scale: Pilot study. *The 10th International Conference in Physical Education, Sports And Physical Therapy (ICPESPT)*, Elazığ: Fırat Üniversitesi, s. 109.
- Simsek, K.Y., Cevik, H. (2016). Development and psychometric evaluation of recreative activity enjoyment scale (RAES): Pilot study. *The 10th International Conference in Physical Education, Sports and Physical Therapy (ICPESPT)*, Elazığ: Fırat Üniversitesi, s. 125.
- Çevik, H. Şimşek, K.Y. (2015). Service quality of kite festival as a recreational sport event. *3. International Conference on Hospitality, Leisure, Sports and Tourism*, Tokyo: Waseda University, s. 247.
- Şimşek, K.Y., Çevik, H., Mercanoğlu, A. O. ve Özfidan, S. (2015). Türkiye’de rekreasyon istihdam olanaklarının incelenmesine yönelik bir proje. *3. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, s. 215.
- Mercanoğlu, A. O., Çevik, H. ve Şimşek, K.Y. (2015). Kampüs rekreasyonu kapsamında düzenlenen sportif rekreasyon etkinliklerinin hizmet kalitesinin değerlendirilmesi: Anadolu Üniversitesi örneği. *3. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, s. 92.
- Çevik, H. ve Şimşek, K.Y. (2014). The validity and reability study of scale of service quality in recreational sport. *19. Annual Congress of the European College of Sport Science*, Amsterdam: VU University, s. 109.

Mesleki Birlik/Dernek Üyelikleri

- 2017, Rekreasyon Çalışmaları ve Araştırmaları Derneği (REKCAD), Ankara
- 2014, European College of Sport Science (ECSS), Köln



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU
KARAR BELGESİ

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	BAP Projesi-Doktora Tez Çalışması
KONU:	Sağlık Bilimleri
BAŞLIK:	Boş Zaman Spor Etkinlik Deneyimi: Aktif Katılım Temelli Bir Araştırma
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Doç. Dr. Kerem YILDIRIM ŞİMŞEK
TEZ YAZARI:	Hüseyin ÇEVİK
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu
 Prof. Dr. Z. Asım KAPLANCIKLI (Başkan-Rektör Yardımcısı)	
 Prof. Dr. Yusuf ÖZTÜRK (Başkan Yardımcısı-Eczacılık Fak.)	 Prof. Dr. Dilek AK (Eczacılık Fak.)
 Prof. Dr. Betül DEMİRCİ (Eczacılık Fak.)	 Prof. Dr. Müzeyyen DEMİREL (Eczacılık Fak.)
 Prof. Dr. Nalan GÜNDOĞDU KARABURUN (Eczacılık Fak.)	 Prof. Dr. İlker YILMAZ (Spor Bilimleri Fak.)