

**BİR BOŞ ZAMAN ETKİNLİĞİ OLARAK YELKENLİ YATÇILIK
FAALİYETİNE YÖNELİK MOTİVASYONLAR**

Yüksek Lisans Tezi

Bahar KARACA

Eskişehir 2019

**BİR BOŞ ZAMAN ETKİNLİĞİ OLARAK YELKENLİ YATÇILIK
FAALİYETİNE YÖNELİK MOTİVASYONLAR**

Bahar KARACA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İşletme Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Fatma Zeynep ÖZATA

**Eskişehir
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Haziran 2019**

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Bahar KARACA'yı "Bir Boş Zaman Etkinliği Olarak Yelkenli Yatçılık Faaliyetine Yönelik Motivasyonlar" başlıklı tezi 27 Haziran 2019 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan İşletme (Pazarlama) Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Doç.Dr.F.Zeynep ÖZATA

Üye : Dr.Öğr.Üyesi Feyza AĞLARGÖZ

Üye : Dr.Öğr.Üyesi İçlem ER

Dr.Öğr.Üyesi B. Tuğberk TOSUNOĞLU
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdür Vekili

ÖZET
BİR BOŞ ZAMAN ETKİNLİĞİ OLARAK YELKENLİ YATÇILIK FAALİYETİNE
YÖNELİK MOTİVASYONLAR

Bahar KARACA

İşletme Anabilim Dalı
Pazarlama Bilim Dalı

Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2019
Danışman: Doç. Dr. Fatma Zeynep ÖZATA

Günümüzde bireylerin kariyer planlamaları kadar boş zamanlarını da nasıl planladıkları, hangi motivasyonlarla ne tarz aktiviteleri seçtikleri rekreasyon endüstrisinin karar vericileri ve planlamacıları için önemli bir konudur. Bireyler, yaşamlarına değer katmak için boş zamanlarında severek yaptıkları, koşullara göre değişen ihtiyaçlarına yanıt verecek aktivitelere yönelmektedirler. Yelkenli yatçılık da son yıllarda boş zaman aktiviteleri arasında popülerleşen rekreatif bir aktivitedir.

Bu çalışma ile boş zaman faaliyeti olarak yelkenli yatçılık faaliyeti yapan bireylerin motivasyonlarını belirlemek ve demografik özellikleri açısından motivasyonlarının farklılaşıp farklılaşmadığı ortaya konmak istenmiştir. Araştırmanın evreni, belirlenen illerdeki yelken kulüpleri ve eğitim kurumları ile yelkenli yatçılıkla ilgili forumlar, Facebook grupları, yelkenli yarış yapan bireyler ile tekne sahiplerinden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklem grubu, anket çalışmasında geri dönüş alınan 178 erkek ve 58 kadın olmak üzere toplam 236 kişiden oluşmaktadır. Araştırmanın yöntemi olarak Nicel Araştırma Modeli kullanılmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak Beard ve Ragheb tarafından 1983 yılında geliştirilen “Boş Zaman Motivasyon Ölçeği” kullanılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre, yelkenli yatçılık ile ilgilenen katılımcıların motivasyonlarını etkileyen yedi faktör ortaya çıkmış ve bunlar toplam varyansın % 66.393’ünü açıklamaktadır. Sonuçlara göre yelkencilerin motivasyonları, demografik özelliklerine göre farklılık göstermiştir. Bu araştırmadan elde edilen bulgularla yelkenli yatçılıkla ilgili eğitim ve hizmet sunan kurum ve işletmeler ile boş zaman araştırmacılarına yol gösterebilecek öneriler sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Boş zaman, Rekreasyon, Motivasyon, Yelkenli Yatçılık, Yelkenci

ABSTRACT

MOTIVATIONS of SAILING / YACHTING AS A LEISURE ACTIVITY

Bahar KARACA

Department of Business
Programme in Marketing

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, June 2019

Supervisor: Doç. Dr. Fatma Zeynep ÖZATA

Today, recreation industry's policy makers and planners put emphasis on how people plan their leisure time and their motivations to choose activities as well as individuals' career planning. In order to add value to their lives, individuals tend to engage in activities they love in their leisure times and respond their changing needs. Sailing is one the recreational activity which is becoming more popular among leisure time activities in recent years.

The purpose of this study is to determine sailors' motivations who choose sailing as a leisure time activity. The study also aims to find if there is a meaningful difference between motivation and demographics of sailors. The universe of this research is formed by sailors in sailing clubs, yacht clubs, forums, Facebook groups; also by sailing racers and sailing boat owners. The sample group of this research is comprised of 236 people (178 male, 58 female) whom we got feedback to our survey. Quantitative Research Method was used as research model. As a data collection tool, "Leisure Motivation Scale" is used that is developed by Beard and Ragheb in 1983.

The findings indicate that there is seven factors, which motivate sailors, and these factors explain 66.393% of total variance. According to the results, significant differences are detected between motivation of sailors and their demographics. The findings of this study offers suggestions that can guide sailing related schools, institutions and for leisure researchers.

Keywords: Leisure, Recreation, Motivation, Sailing, Sailor

ÖNSÖZ

Pazarlama bilim dalına ilgi duymama ve kariyerime bu yönde başlamama vesile olan değerli hocalarım Sayın Prof. Dr. Yavuz Odabaşı, Sayın Prof. Dr. Sevgi Ayşe Öztürk ve Sayın Prof. Dr. Gülfidan Barış’a teşekkürlerimi ve saygılarımı sunarım.

Tez çalışmam süresince bilgi ve deneyimleri ile bana yol gösteren değerli hocam ve danışmanım Sayın Doç. Dr. Fatma Zeynep Özata’ya teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Çalışmam süresince bana her zaman vakit ayıran; yaptığı öneriler, verdiği destek ve her türlü katkıdan dolayı sevgili dostum Doktor Öğretim Üyesi Feyza Kaya Ağlargöz’e teşekkür ederim.

Tez çalışmamda benden desteğini esirgemeyen değerli arkadaşım Doktor Öğretim Üyesi Funda Kaya Bayrakdaroğlu’na teşekkür etmek isterim.

Tez konumun ortaya çıkmasına vesile olan, bana denizciliği ve yelkenli yatçılığı sevdiren, araştırma ve yazım sürecinde desteklerini esirgemeyen Kaptan Halil Gürkan Arıkan, Kaptan Eyüp Ogan ve Omerta Yelken Okulu ailesine ne kadar teşekkür etsem azdır.

Tez sürecimde maddi ve manevi destekleriyle yanımda olan, başta Zeynep Özkoçak Arslan, Beraat Yüzer Tiftik, Cansu Savran Özel ve Cansu Bursa olmak üzere tüm arkadaşlarıma teşekkürlerimi ve sevgilerimi sunarım.

Teşekkürlerin en büyüğü ise verdiğim tüm kararlarda yanımda olan, hayattaki en büyük desteklerim sevgili annem Sedef Karaca ve sevgili babam Mustafa Karaca’ya gidecek.

27.06.2019

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.

Bahar KARACA

İÇİNDEKİLER

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	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xii
GÖRSELLER DİZİNİ	xiii
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. BOŞ ZAMAN VE REKREASYON	3
1.1.Boş Zaman Tanımları ve Anlamı	3
1.1.1. Boş zamanın temel fonksiyonları	6
1.1.2. Boş zaman kavramları	7
1.1.3. Boş zamanın sınıflandırılması	11
1.2.Rekreasyon Tanımları ve Anlamı.....	12
1.2.1. Boş zaman ve rekreasyon ilişkisi.....	13
1.2.2. Rekreasyonun özellikleri	13
1.2.3. Rekreasyonun sınıflandırılması	14
1.2.4. Rekreasyon faaliyetleri	17
1.2.5. Açık hava (outdoor) aktiviteleri (rekreasyonu).....	20
1.2.6. Rekreasyon ihtiyacı (talebi) ve rekreasyonun yararları	21
1.2.7. Rekreasyona katılımı etkileyen faktörler.....	26
1.3.Rekreasyon ve Spor	27
1.4.Turizm ve Boş Zaman(Rekreasyon) Faaliyetlerindeki Benzerlikler.....	30

İKİNCİ BÖLÜM

2. MOTİVASYON	32
---------------------	----

2.1.Motivasyon Tanımları ve Anlamı	32
2.2.Motivasyonla İlgili Temel Kavramlar	33
2.2.1. Güdü/Motive	33
2.2.2. İhtiyaç / Need	33
2.2.3. Dürtü / Drive	34
2.3.Motivasyon Teorileri.....	34
2.3.1. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi	35
2.3.2. Herzberg'in çift faktör (motivasyon-hijyen) teorisi	38
2.3.3. Alderfer'in E.R.G. teorisi.....	39
2.3.4. Öz belirleme (özerklik) teorisi (öbk) / (self-determination theory)	40
2.4.Boş Zaman ve Motivasyon İlişkisi	44

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. BOŞ ZAMAN ETKİNLİĞİ OLARAK YELKENLİ YATÇILIK.....	48
3.1.Yelkenin Dünyadaki Tarihi.....	48
3.1.1. Yelkenli yatçılığın ilk günleri	49
3.1.2. Yelkenli yatçılığın Türkiye'deki tarihi	50
3.2.Yelken Kulüpleri	50
3.3.Yelkenli Tekne Yarışları.....	51
3.3.1. Yarış yelkenciliğinin tarihi	51
3.3.2. Uluslararası yelken yarışları	51
3.3.3. Türkiye'de yelken yarışları	52
3.3.4. Yarış yelkenciliği ve yat yarışları.....	53
3.4.Yelkenli Tekneler	54
3.5.Yelkenli Yatçılık Eğitimi	59
3.6.Boş Zaman Aktivitesi olarak Yelkenli Yatçılık	60

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. YÖNTEM	62
4.1.Araştırmanın Konusu	62
4.2.Araştırmanın Amacı	63
4.3.Araştırmanın Soruları	64

4.4.Araştırmanın Önemi.....	64
4.5.Araştırmanın Sınırlılıkları	64
4.6.Araştırmanın Yöntemi.....	65
4.6.1. Araştırma modeli.....	65
4.6.2. Evren çerçevesinin oluşturulması ve örneklem	65
4.6.3. Anket formunun hazırlanması ve veri toplama yöntemi.....	66
4.6.4. Anketin geçerliliği ve güvenirliliği	68
4.6.5. Verilerin analizi	68

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLAR.....	70
5.1.Ankete Katılan Bireylerin Demografik Özellikleri.....	70
5.2.Yelkenli Yatçılık Faaliyetiyle İlgili Bireyleri Tanımaya Yönelik Araştırma Soruları	72
5.3.Yelkenli Yatçılık Motivasyon Faktörleri	75
5.4.Motivasyon Faktörlerinin Katılımcıların Demografik ve Diğer Özellikleri Açısından Farklılıkları	80

ALTINCI BÖLÜM

6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	90
6.1.Sonuç.....	90
6.2.Öneriler	95
6.2.1. Uygulayıcılar için öneriler:.....	95
6.2.2. Sonraki çalışmalar için öneriler:.....	95
KAYNAKÇA.....	97

EKLER

ÖZGEÇMİŞ

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Boş Zaman Paradigması	6
Tablo 1.2. Artık Zaman Olarak Boş zaman.....	8
Tablo 1.3. Aktivite Olarak Boş zaman	8
Tablo 1.4. Fonksiyon Olarak Boş zaman	9
Tablo 1.5. Özgürlük Olarak Boş zaman.....	9
Tablo 1.6. Özel Sektör Tarafından Sağlanan Boş Zaman Faaliyetlerinin Sınıflandırılması.....	18
Tablo 1.7. Macera Rekreasyonunda Organizasyon Çeşitleri.....	19
Tablo 1.8. Suya Dayalı ve Suyla İlgili Rekreasyon Faaliyetlerine Örnekler..	20
Tablo 1.9. Müşteri Özellikleri ve Aranan Faydalar	21
Tablo 1.10. Cazibe Merkezleri (Types of attraction) ve Aranan Faydalar	22
Tablo 1.11. Serbest Zaman Faaliyetlerine Katılımı Etkileyen Faktörler.....	26
Tablo 3.1. Türkiye Geneli Lisanslı Sporcu Sayısındaki Durum	53
Tablo 5.1. Katılımcıların Cinsiyetleri	70
Tablo 5.2. Katılımcıların Yaş Durumları	70
Tablo 5.3. Katılımcıların Eğitim Seviyesine Göre Dağılımı	71
Tablo 5.4. Katılımcıların Ortalama Aylık Gelirleri	71
Tablo 5.5. Katılımcıların Meslek / Çalışma Grupları	72
Tablo 5.6. Yelkenli Yatçılık Faaliyetlerine Katılma Şekli	72
Tablo 5.7. Katılımcıların Yelkenli Yatçılık Faaliyetleri Deneyim Durumu...	73
Tablo 5.8. Katılımcıların Kendilerine Ait ya da Ortak Tekneye Sahip Olma Durumu.....	73
Tablo 5.9. Katılımcıların Yelkencilik Eğitimi Alma Durumları	74
Tablo 5.10. Katılımcıların Yelkenli Yatçılık Faaliyetleri İçin Yıl İçinde Denizde Geçirdikleri Süre.....	74
Tablo 5.11. Katılımcıların Boş Zaman Motivasyon Unsurlarına İlişkin Faktör Analizi	78
Tablo 5.12. Yelkenli Yatçılık Faaliyetleri Deneyimine Göre Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları.....	81
Tablo 5.13. Yelkenli Yatçılık İçin Yıl İçinde Denizde Geçirdikleri Süreye Göre Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları	81

Tablo 5.14. Yelkenli Yatçılık İçin Yıl İçinde Denizde Geçirdikleri Süreye Göre ANOVA Sonuçları.....	82
Tablo 5.15. Yelkenli Yatçılık İçin Yıl İçinde Denizde Geçirdikleri Süreye Göre Tamhane Sonuçları	83
Tablo 5.16. Tekne Sahibi Olma Durumuna Göre Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları.....	84
Tablo 5.17. Yaşa Göre Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları	85
Tablo 5.18. Yaşa Göre Motivasyon Farklılıkları ANOVA Sonuçları.....	86
Tablo 5.19. Yaşa Göre Motivasyon Farklılıkları Tukey HSD Sonuçları	87
Tablo 5.20. Cinsiyete Göre Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları.....	87
Tablo 5.21. Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları Özet Tablo	88

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Boş Zaman Tanımı.....	4
Şekil 1.2. Boş Zaman, Rekreasyon ve Rekreasyon Sporlarının İlişkisi.....	28
Şekil 1.3. Rekreasyon faaliyet çeşitleri	29
Şekil 1.4. Boş zaman, Rekreasyon ve Turizm	31
Şekil 2.1. Temel Motivasyon Süreci	32
Şekil 2.2. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi.....	36
Şekil 2.3. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi, Aiderfer'in ERG Teorisi ve Hertzberg'in Çift Faktör Kuramı	40
Şekil 2.4. ÖBK Organizmik Bütünleşme Kuramı Sürecindeki Motivasyon, Düzenleme ve Davranış Türleri.....	43

GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 3.1. Motorlu yat	55
Görsel 3.2. Yelkenli yat	55
Görsel 3.3. Optimist tekne	56
Görsel 3.4. Tek gövdeli tekne	57
Görsel 3.5. İki gövdeli (katamaran) tekne.....	57
Görsel 3.6. Üç gövdeli (trimaran) tekne	58
Görsel 3.7. Hareketli salmalı (sol) ve sabit salmalı (sağ)	58
Görsel 3.8. Armalarına göre yelkenli örnekleri.....	59

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

- SPSS** : Sosyal Bilimler İçin İstatistiksel Program
TDK : Türk Dil Kurumu
Vb. : Ve Bunun Gibi

GİRİŞ

Günümüzde başta büyük şehirler olmak üzere, yoğun iş temposunun toplumsal yaşamın bir rutini haline gelmesiyle birlikte “boş zaman” kavramı ve aktiviteleri bireyler için önem kazanmıştır. Daha verimli çalışabilmek ve sağlıklı kalabilmek için boş zaman aktiviteleri bireylerin yaşam döngülerinde önemli rol oynamaktadır. Haftalık çalışma saatlerinin düzenlenmesi, evden çalışma imkânları ile kazanılan zaman, uzun yıllık izinler ve erken emeklilik planları ile farkındalıkları artan bireyler bu boş zamanları en iyi şekilde değerlendirmek için arayışa girmişlerdir.

Boş zaman, Dumazedier (1960, s. 526) tarafından iş, aile ve toplumun getirdiği yükümlülüklerin dışında bir şey üretmek zorunluluğu olmadan gelişim sağlayan ve sosyal katılım içeren zaman dilimi olarak tanımlanır. Boş zaman etkinlikleri ise insanların çalışma saatleri ile yemek ve uyumak gibi biyolojik ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ayırdıkları zaman dilimleri dışında kalan bu zamanlarını değerlendirmek için özgür iradeleriyle seçtikleri ve belirli kurallara bağlı olmayan etkinliklere denir (Ragheb ve Tate, 1993).

Rekreasyon ise yenilenme, yeniden yaratılma veya yeniden yapılanma anlamına gelen Latince “recreatio” kelimesinden gelmektedir (Karaküçük, 2005, s. 59). Türk Dil Kurumu rekreasyonu, “İnsanların boş zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak katıldıkları etkinlikler” ve “Bir bölgeyi insanların eğlenme, dinlenme amacıyla kullanabilecekleri bir duruma getirme” olarak iki farklı şekilde tanımlanmaktadır. Boş zaman kavramı bir “zaman” dilimi içerisinde yer alırken, rekreasyon bir “aktivite” olarak tanımlanmaktadır. Rekreasyon, spor, egzersiz, müzik, dans, oyun, dinlenme, seyahat, açık alan gibi çeşitli aktivite formlarında karşımıza çıkmaktadır. Literatür taraması yapıldığında özellikle yabancı araştırmacıların hem boş zaman hem de rekreasyon konularında çok ciddi çalışmaları olduğunu görmekteyiz.

Ülkemiz tarihi ve doğal zenginlikleri ile üç tarafı denizlerle çevrili olma özelliği sayesinde çok çeşitli boş zaman aktivitelerine uygun bir coğrafyadır. Türkiye’de boş zaman aktivitelerinden açık hava aktiviteleri yakın zamanda yaygınlaşmaya başlamış, bireylerin tatil seçimlerinden giyim tarzlarına kadar birçok konudaki tercihlerinde değişiklik yaratmıştır. Bu durum rekreasyonun çok önemli bir sektör haline dönüşmesini sağlamıştır. Yelkenli yatçılık da açık hava aktiviteleri arasında içinde keyif, keşif, öğrenme, sakinlik, dostluk, dinlenme gibi birçok farklı unsur barındıran rekreatif bir aktivitedir. Rekreasyon etkinlikleri insanların keyifli vakit geçirmelerinin yanı sıra;

fizyolojik, psikolojik, ekonomik, sosyal faydaları ile hem bireylerin kendilerini iyi hissetmelerini hem de toplumsal ilişkileri geliştirerek huzuru sağlar. Boş zaman ve rekreasyonun anlamı düşünüldüğünde, tercihlerin kişiden kişiye değişkenlik göstermesi motivasyon konusuna işaret etmektedir.

Motivasyon Latince “hareket etmek” anlamını taşıyan “movere” kelimesinden türemiştir (Adair, 2003, s. 9). Bizi belirli bir biçimde hareket etmeye ve belirli aktiviteler aramaya yönlendiren; davranışlarımızın arkasındaki itici güç motivasyondur (Evans, 2012, s. 9). Boş zaman motivasyonu ise, aktivitelere katılmayı teşvik eden ihtiyaç, sebep ya da memnuniyet olarak tanımlanan bir kavram olarak ifade edilir ve kişilerin içinde bulunduğu koşullara göre değişiklik gösterir. Motivasyon teorileri, hangi tip güdülerin insan davranışlarını nasıl etkilediğini açıklamakta faydalıdır. Yine de teoriler belirli bir kişiyi veya grubu neyin motive ettiği konusunda tam bir iç görü sağlamamaktadır. Bu nedenle, belirli bir birey veya grubun belirli motivasyonlarını ararken, o kişiyi veya grubu gerçekten neyin motive ettiğini sorup bulmaktan başka bir yol yoktur. Motivasyonların değişkenlik göstermesinde etki eden faktörler, rekreasyon endüstrisi için tüketicilerine boş zamanlarında en çok fayda sağlayacakları hizmeti sunmaları için girdi teşkil eder.

Bu düşünceden yola çıkarak bir boş zaman etkinliği olarak yelkenli yatçılık yapan kişilerin motivasyonları bu araştırma ile belirlenmek istenmiştir. Çalışma aynı zamanda katılımcıların yelkenli yatçılık motivasyon faktörleri ile demografik özellikleri arasındaki ilişkiyi değerlendirmeye yöneliktir. Araştırmadan elde edilecek bilgilerin ileride gerçekleştirilecek olan çalışmalar ve bu alanda faaliyet gösteren kurum ve işletmelere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu tez çalışması beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde konu ile ilgili literatür taraması kapsamında boş zaman ve rekreasyon konuları yer almaktadır. İkinci bölümde motivasyon kavramı ve teorileri ile ilgili literatür çalışmasına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde yelkenli yatçılığı tanıtıcı bilgiler paylaşılmıştır. Dördüncü bölümde boş zaman faaliyeti olarak yelkenli yatçılık motivasyonları üzerine yapılan araştırmanın yöntemi açıklanmıştır. Çalışmanın beşinci bölümünde araştırmanın bulguları ve bu bulgulara yönelik yorumlar yer almaktadır. Son bölümde ise sonuç ve öneriler yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. BOŞ ZAMAN VE REKREASYON

1.1. Boş Zaman Tanımları ve Anlamı

Boş zaman kavramının İngilizce karşılığı olan “leisure” kelimesi, serbest olma anlamına gelen Latin kökenli “licere” kelimesinden türetilmiştir. Eski Fransızca’da “loisir”; izinli olmak, yani serbestçe seçilen aktivite anlamına gelir. (Chiu, 2008, s. 21). Yunanca’da “scole” ve “skole” kelimeleri serbest zaman ile aynı anlamı taşır. Bu kelimeler daha sonra İngilizce “school” ve Latince “scola” kelimelerine dönüşmüştür.

Etimolojiden yola çıktığımızda, “leisure” kelimesinin anlamı boş zaman, davranış, aktivite ve deneyim içermektedir. Bu fonksiyonuyla boş zaman, çoğunlukla bir bireyin sorumluluk ve görevleri dışında kalan keyif aldığı serbest zamanı temsilen kullanılır. İnsanlar bu belirli zamanı, iş dışındaki etkinliklere katılıp fiziksel ve zihinsel doyum elde etmek için kullanabilir (Chiu, 2008, s. 21).

The Oxford English Dictionary tanımına göre boş zaman, bir kimsenin belirlediği zamanda tercihiye göre katılmayı seçtiği etkinliktir (Murray, 2004). Yine burada da çalışma saatleri dışındaki isteğe bağlı zamanlarda yapılan aktiviteler ifade edilmiştir. Kişi bu süreyi herhangi bir faaliyet yürütmek için kullanabilir, stressizdir. Bu ayrıca “boş zaman” olarak da ifade edilir (Chiu, 2008, s. 22).

Boş zamanı tanımlamak çok kolay değildir. Anlamı toplumlara, durumlara, kültüre ve tarihi gelişime göre değişebilir. Serbest zamanda yapılan aktivite bireylerin kendi arzusu ile gerçekleşir. İnsanın yaşam kalitesini artıracak, sağlığına faydalı olacak içeriktedirler. Amacı sadece dinlenmek ve rahatlamak değil, aynı zamanda kişinin yaratıcılığına, kendini ifade etmesine, kendini geliştirmesine ve kendini gerçekleştirmesine katkıda bulunmaktır (Chiu, 2008, s. 23).

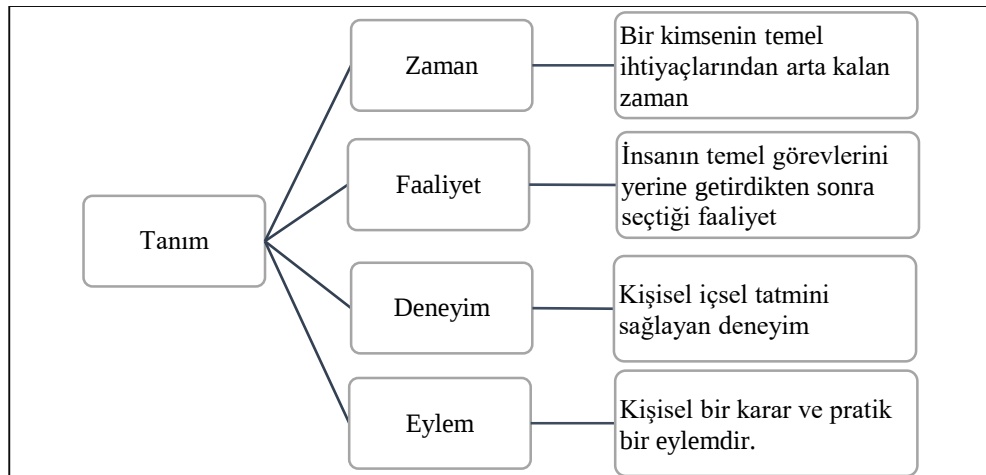
Boş zaman genel olarak bireylerin zorunlu işleri yaptıktan sonra özgür oldukları zamanı ifade etmektedir. Günümüzde boş zamanı değerlendirmek bir yaşam biçimi haline almıştır. Literatürdeki diğer bir tanımda boş zaman, insanın bir şey yapmak ya da yapmamak arasında serbest seçim yapabildiği, yapmak ya da yapmamak istediği şeyleri yine serbestçe belirlediği, fakat yapılan işin sorumluluğunu da yüklenebilecek, sorumlu davranışlar gösteren zaman olarak da tariflenmiştir (Hicter, 1966, s. 107-10 aktaran, Karaküçük, 2005, s. 31).

Dictionary of Sociology tanımına göre serbest zaman, yaşamın gerekliliklerini yerine getirdikten sonra kalan zamandır (The Dictionary of Sociology'den aktaran, Torkildsen, 2005, s. 52).

Boş zaman, hayatta kalmak için gerekli olan biyolojik olarak yapmamız gereken (yemek yemek, uyumak, vb.) işler ile geçinmek için yapmamız gereken çalışmak, okumak gibi zamanların ötesinde kalan süredir. Aynı zamanda zorlama duygularımızın minimumda olduğu, onun yerine kendi kararlarımız ve tercihlerimize göre kullanılacak isteğe bağlı zaman olarak tanımlanmıştır (Brightbill, 1960, s. 4).

Dumazedier (1960, s. 526) boş zamanı, iş, aile ve toplumun getirdiği yükümlülüklerin dışında, bir şey üretmek zorunluluğu olmadan gelişim sağlayan ve sosyal katılım içeren zaman dilimi olarak tanımlar. Dumazedier, boş zamanı bireyin kendi özgür iradesi ile şımartılabileceği; dinlenmek, eğlenmek, bilgisini artırmak ya da yaratıcı kimliğini serbest bırakacağı gönüllü aktiviteler olarak tanımlar.

Görüldüğü gibi boş zaman tanımı çok geniştir; zaman, faaliyet, deneyim ve eylemi vizyon olarak içine alır (Chiu, 2008, s. 27). Genel bakışla boş zaman, bir kimsenin serbest zamanında katılmayı gönüllü olarak seçtiği aktivitedir ve bu seçim ile fiziksel ve ruhsal tatmin elde eder. Aşağıdaki şekilde Kelly'nin (1996'dan aktaran Chiu, 2008, s. 27) araştırmasına dayanarak yapılan tanımın sonucu gösterilmektedir.



Şekil 1.1. Boş Zaman Tanımı (Chiu, 2008, s. 27)

Boş zaman, tespit edilebilecek ve analiz edilebilecek çeşitli bileşenleri olan deneyimdir. Ayrıca her eğlence deneyimi, boş zamanın bir karar, yaratım, süreç, gibi unsurlarla birlikte yeni bir yaratımdır (Kelly, 1987, s. 49).

Mannell ve Kleiber'in (1997) daha kapsamlı tanımına göre boş zaman:

- ❖ Özgürce seçilen aktivitedir,
- ❖ Zorunluluktan bağımsız olarak harcanan zamandır ve
- ❖ Mutluluk, zevk, anlam peşindedir.

Ayrıca, araştırmacı Neulinger (1981) bir faaliyetin boş zaman olarak değerlendirilmesi için üç kıstas mevcut olmalıdır demiştir (1981'den aktaran Harden, 2008, s. 2-3):

- ❖ Boş zaman faaliyeti ruhsal bir durumdur,
- ❖ Boş zaman faaliyeti gönüllü ve özgürce yapılmalıdır,
- ❖ Boş zaman faaliyetinin kendine özgür içsel bir motivasyonu olmalıdır.

Boş zaman, bir bireyin yaşamının birçok alanında kayda değer bir etkiye sahip olabilir. Beard ve Ragheb'in 1980'deki çalışmalarına göre bir bireyin boş zaman aktivitelerinden kazandığı memnuniyetin bireyin kişiliğiyle, ruh sağlığıyla, mutluluk, kişisel ve sosyal uyum ile ilgili olduğunu anlaması, bir bireyin yaşam kalitesini artıracak çok faydalı bir bilgi olabilir.

Neulinger (1981) boş zaman deneyiminin algılanan özgürlük ve içsel motivasyon özelliklerini içerdiğini belirtmiştir; "boş zaman" özgür seçim, içsel tatmin ve duygu hissidir. Psikolog, boş zaman ile ilgili insanların davranış ve algılarıyla ilgili tutumsal bir yaklaşım sergiler. Sosyal psikolog Neulinger boş zaman paradigmasını açıklayan, altı maddeden oluşan bir model geliştirmiştir (Chiu, 2008, s. 24). Bu paradigma, kişilerin yaşam aktivitelerini değerlendirmesinde yardımcı olabilir; boş zaman ve çalışma süreçlerinde olumlu değişiklikler yapmak için motivasyon aracı olarak kullanılabilir (Leitner ve Leitner, 2004, s. 5). Neulinger'ın Tablo 1.1. de özetlenen paradigmasında üçü boş zaman ile ilgili olmak üzere altı farklı aktivite tanımlanmıştır:

1. Yalın Boş Zaman: Bu sınıflamadaki aktiviteler başkalarına bağlı değildir ve bireyin kendini iyi hissetme amacıyla içsel motivasyon ve özgür iradesi ile seçilir. Örneğin, bir kişinin kendini iyi hissetmek için yüzmesi bu başlıkta değerlendirilir.
2. *Boş zaman – çalışma*: Motivasyonun hem içsel hem de dışsal olduğu bu sınıflama, kişinin özgürce gerçekleştirdiği aktiviteleri içerir. Boş zaman aktivitelerinin çoğunluğunun yer aldığı bu kategoride, tatmin edici etkinlik kazanımları vardır. Örneğin, ev işi yapmak dışsal motivasyonu olan fiziksel bir aktivite olmanın yanı sıra, sonucunda alınacak haz ile içsel motivasyonu da barındırmaktadır.

3. *Boş zaman – iş*: Aktiviteye katılımın tek motivasyon kaynağının dışsal ödüllendirmeler olduğu kategoridir. Finansal ihtiyaç olmadan para kazanmak adına kart oyunları oynamak, bu kategoriye örnek verilebilir.

Yukarıda bahsedilen üç boş zaman türü de katılımcının dışardan baskı olmadan serbest zihinsel durumuna dayanmaktadır.

4. *Yalın çalışma*: Katılımcının yalnızca içsel motivasyonu ile fakat baskı altında gerçekleşen, özgürlükten uzak aktivitelerdir. Örneğin, bir öğrencinin ödevlerine ek olarak araştırmalar yaparak kendi gelişimi için çaba harcaması bu kategoride değerlendirilebilir.
5. *Çalışma – iş*: Belirli bir baskı altında olmakla birlikte katılım motivasyonu hem içsel hem de dışsaldır. Kişinin seçeneği yoktur. Tatildeyken patronu ile golf oynamak dışında seçeneği olmayan birinin içinde bulunduğu durum bu sınıfa örnek verilebilir.
6. *Yalın iş*: Faaliyet sınırlandırılmıştır ve katılım motivasyonu dışsaldır. Örneğin, beden eğitimi öğretmenin öğrencilerine spor becerilerini göstermesi gerekir.

Bu son üç etkinlik türü de boş zaman değildir, çünkü katılımcının özgürlüğü kısıtlanmıştır.

Neulinger (1981) yalın boş zamana, yüksek algılanan özgürlük ve yalın içsel motivasyon ile ulaşıldığını savunmuştur. Diğer yandan yalın iş kısıtlı algılanan özgürlük ve yüksek dışsal motivasyon ile tanımlanır. İçsel ve dışsal motivasyon kavramı, iki ana faaliyet türünü (boş zaman ve boş zaman dışı) üç ayrı gruba ayırmak ve böylece toplam altı aktivite kategorisi oluşturmak için kullanılır (Leitner ve Leitner, 2004, s. 5).

Tablo 1.1. *Boş Zaman Paradigması (Neulinger, 1981, s. 18)*

Özgürlük					
Algılanan Özgürlük			Algılanan Kısıt		
Motivasyon			Motivasyon		
İçsel	İçsel ve Dışsal	Dışsal	İçsel	İçsel ve Dışsal	Dışsal
Yalın boş zaman	Boş zaman - çalışma	Boş zaman - iş	Yalın Çalışma	Çalışma - İş	Yalın iş
Boş Zaman			Boş zaman dışı		

1.1.1. Boş zamanın temel fonksiyonları

Joffre Dumazedier boş zamanın ayrılmaz üç bileşeni olduğunu belirtir; dinlenme, eğlenme ve kişisel gelişim (Dumazedier, 1960, s. 526-527). Sosyal ve ekonomik

faktörler, aile yapısı, kültürel yapı, gelir seviyesi, cinsiyet ve yaş gibi pek çok değişkene bağlı olarak bu fonksiyonlar değişim göstermektedir.

- *Dinlenme Fonksiyonu:* Boş zaman, dinlenmenin temelidir. İnsanların yorgunluklarını gidermeye ihtiyaçları vardır. (Chiu, 2008, s. 26). Karaküçük'e (2005) göre dinlenme fonksiyonu iş sonrası stres ve yorgunluk atma gibi bedensel yıpranmaları ve sinir gerilimlerini ortadan kaldıran bir fonksiyon üstlenmiştir.
- *Eğlenme Fonksiyonu:* Can sıkıntısını yok eden veya sonrasında eğlenme ve rahatlamayı ifade eden, yarışmanın oyun zevkine ağırlık basmadığı tüm spor uğraşları ile diğer etkinlikleri ister gayretli ister pasif olsun günlük ihtiyaçların gerektirmediği bazı aktivite tiplerine katılma fırsatı sağlar (Brotherton, 1991'den aktaran Karaküçük, 2005, s. 48). Eğlenme fonksiyonu sayesinde insanlar geçici olarak sıkıntılarını unuturlar.
- *Gelişim Fonksiyonu:* Kişisel gelişim boş zamanın en gayretli fonksiyonudur. İnsanın vizyonunu genişletirken, hayatını daha anlamlı kılar.

1.1.2. Boş zaman kavramları

Boş zaman, çıkış noktası ele alınıp harekete yönelik aktiviteyle ilgili unsurlar da ilave edilerek, etkinlikler ve katılım konuları özellikle vurgulandığında, çeşitli aktivite türlerinin özellikle arasından bir ayırım yapılarak tanımlanmaktadır (Karaküçük, 2005, s. 65). İster aktif ister pasif olsun, günlük ihtiyaçların dışında kalan bazı aktivite çeşitlerine katılma fırsatı veya bir amaca ulaşmak için araç olarak kullanılan ve işten tamamen bağımsız bir olay olarak yapılan boş zaman açıklamaları (Brotherton, 1991, s. 43) bu tarz tanımları oluşturmaktadır. Bu tanımlar görmezden gelindiğinde boş zaman kavramı, aktivite ve deneyimlerinin toplumsal koşulların dışında kalan kendi dünyası tam olarak anlaşılamayabilir (Haywood vd., 2019, s. 2)

Bir artık zaman ya da bir aktivite olarak ele alınan boş zaman kavramı için güçlü ve zayıf yönleri Haywood ve arkadaşları (2019) aşağıdaki tablolarda özetlemiştir:

Tablo 1.2. *Artık Zaman Olarak Boş zaman (Haywood vd., 2019, s. 3)*

Boyutlar	Güçlü yönler	Zayıf yönler
İş dışında kalan zamanı boş zaman olarak tanımlamak	Ücretli çalışanlar açısından hesaplamak kolaydır. Uzun vadeli veriye ulaşılabilir.	Ücretsiz çalışma için hesaplamak çok zor veya imkânsızdır, örneğin işsizler ve ev hanımları gibi. Bu nedenle nüfusun önemli bir kısmı ihmal edilebilir
	Yemek, aile meseleleri gibi görevler ve yükümlülükler kalan boş zamanı tayin etmek amacıyla yapılandırılabilir.	Mecburiyetler ve görevlerin tanımlanmasındaki zorluklar. Örneğin yemek fizyolojik bir ihtiyaçtan fazlası olur mu veya çocuklarla oynamak bir görev midir yoksa özgürce seçilen bir uğraş mıdır?
Modern boş zamanın yapısını kavramak	Toplum içinde seçilmiş gruplar için boş zaman için ayrılacak zaman miktarını ve bunun nasıl dağıtıldığını geniş bir anlamda tanımlar.	Yaşanan boş zaman olayının kapsamı ve niteliği hakkında bir bilgi vermez. Ücretli işlerde çalışmayan belirli grupları ötekileştirir.

Tablo 1.3. *Aktivite Olarak Boş zaman (Haywood vd., 2019, s. 5)*

Boyutlar	Güçlü yönleri	Zayıf yönleri
Faaliyetleri nispeten özgürce seçilmiş aktiviteler olarak tanımlamak	Boş zaman fikrine ortak bakış açısını anlamak kolaydır.	Pasif katılımı kabul etmez. Din, hayır işleri gibi faaliyetlerin belirsizliği söz konusudur.
Modern boş zamanın yapısını kavramak	İnsanların boş zamanlarında yaptıkları, faaliyetlerin kapsamına ve dolayısıyla bireysel deneyim olarak potansiyelin niteliğine dikkat eder; oyunun önemi vurgulanır.	Spor ve sanat gibi kurumsallaşmış etkinliklere aşırı önem verirken gayri resmi, organize olmayan boş zaman etkinliklerini dışlar. Geçmişte kökleri olma eğilimi gösterir. Değişikliklere adapte olması güçtür.

Boş zaman aktiviteleri, aktivitenin kendisinden daha çok katılımlar için taşıdığı anlam ve yarattığı motivasyonun öneminin vurgulandığı yaklaşımlar ile de açıklanmaktadır. Buna göre boş zaman etkinlikleri, içerdiği motivasyonlara ve aktivitenin taşıdığı amaçlara bağlı olarak katılımcılar için çok değişik anlamlar taşıyabilmektedir (Karaküçük, 2005, s. 66).

Boş zaman etkinliklerine katılarak elde edilmek istenen kazanç ile motivasyonları belirlemenin yollarını aramak, rekreasyona katılanlar için yaşam içerisinde taşıdığı anlamı daha açık bir şekilde tanımlar ve rekreasyonu üretken bir olay olarak gösterir. Bu anlayışa göre rekreasyon, aktiviteleri özgürce seçebilme özelliği ile beraber bir deneyim olarak görülür. Bu da sadece zihinsel değil, toplumsal çevrede de söz konusudur (Karaküçük, 2005, s. 66). Rekreasyon, bu bakımdan bir kişinin hem psikolojik hem de

toplumsal yerinin bir göstergesi durumundadır (Brotherton, 1991, s. 48). Bu anlamda boş zaman, fonksiyon ve özgürlük olarak değerlendirilmiştir (Haywood vd., 1995, s. 3):

Tablo 1.4. *Fonksiyon Olarak Boş zaman (Haywood vd., 2019, s. 6)*

Boyutlar	Güçlü yönleri	Zayıf yönleri
Boş zamanı, fonksiyonlarıyla tanımlamak	Boş zamanın kapsamı ve sosyal sonuçları üzerine odaklanır	İmalar dışında, boş zaman ile diğer etkinlikler arasında bir ayrıma gitmez
Boş zamanın yapısını kavramak	Toplum ve katılanlar için boş zamanın işlevlerini açıklamaya çalışır. Boş zaman için doğru politikaların tespit edilmesinin önemi ve hizmet sağlayıcıların yapması gerekenlere odaklanır	Boş zaman etkinliklerini faydalı ve araç olarak değerlendirir. Kişinin, tamamen kendi iyiliğine yönelik boş zaman etkinliklerini önemsememe veya küçümseme eğilimi gösterir
	Boş zamanın zaman içindeki iyi ve kötü kullanımının değişimini vurgular	Bireyi önemsemeyerek toplumsal boyutun önemini abartır

Tablo 1.5. *Özgürlük Olarak Boş zaman (Haywood vd., 2019, s. 10)*

Boyutlar	Güçlü yönleri	Zayıf yönleri
Boş zamanı, özgürlük, niteliksel ve içsel ödüllendirici bir olay olarak tanımlamak	Boş zamanın sübjektif boyutu ve deneyimin niteliği üzerinde odaklanır	Ölçmek zordur. Birçok aktivitenin birden çok motivasyonu vardır. Boş zamanı iş ve sorumluluklardan ayırt etmeye gerek yoktur
Boş zamanın yapısını kavramak	Dikkatleri, boş zamanın kendine özgü doğasına ve yaşam kalitesini yükseltme kabiliyeti üzerine çeker. Boş zamanının pasif biçimlerini kapsar.	Geniş anlamda, seçkin sınıfın boş zaman etkinlikleri üzerine yapılmış bir araştırmadan çıkartılmıştır. Neyin değerli, doyurucu, anlamlı olduğu üzerinde tarihsel ve kültürel olarak durur.

Boş zaman kavramlarının kullanım alanları bakımından gösterdiği farklılıklar ise aşağı gibi açıklanmaktadır (Haywood vd 2019, s. 3-10):

Artık zaman olarak boş zaman kullanıcıları;

- Kaynakların doğru şekilde tahsis edilmesi amacıyla, boş zamana ayrılacak zamanı tayin eden uzun süreli eğilimlerin belirlenmesi konusundaki planlamacı ve karar organları (spor konseyi ve yerel yönetimler vb.),
- Farklı gruplar için programlar oluşturan boş zaman tesis (spor salonları, tiyatro, müze, vb.) yöneticileri,
- Tatil, otel ve seyahat programları vb. konusunda belirleyici olan turizm endüstrisi
- Bolca serbest zamanı ve harcanabilir geliri olan toplulukları belirleyip yönlendiren ticari tedarikçiler.

Aktivite olarak boş zaman kullanım alanları;

- Planlamacı ve karar organları, sosyal kategoriler (yaş, cinsiyet, sosyo-ekonomik grup vb.) tarafından seçilen aktivitelere katılım örnekleri açısından boş zaman eğilimlerini analiz eder.
- Popüler etkinliklerin ve bunlara katılması muhtemel grupların belirlenmesi için uygun şartlar yaratılır. Devamlılığı belirsiz olan yeni etkinlikler ortaya çıktığında (örneğin kayak), diğerlerini hariç tutmak kaydıyla belirli grupların tayin edildiği etkinlikler tanımlandığında (örneğin birçok spor dalı erkek egemen) veya etkinliklerin katılıp yöneticilerin katılımcıların yaşam tarzlarındaki değişikliklere karşı duyarsızlaştıklarında sorunlar ortaya çıkar.

Fonksiyon olarak boş zaman;

- Özellikle kamu sektöründe görevli karar organları ile politikacı ve yöneticiler gibi planlamacılar tarafından aktiviteye katılımcıları için neyin iyi olduğu konularındaki kararlarına gerekçe göstermek için kullanılır.
- Akademisyenler ve teorisyenler tarafından, boş zaman etkinlikleri karar verici ve uygulayıcılarının kararlarının eleştirilip ve analiz edilirken; daha olumlu olaraksa boş zaman yaşam tarzlarının uygulanmasındaki motivasyonun araştırılmasında kullanılır.
- Spor konseyi ve sağlık eğitim konseyi gibi kamu kurumları tarafından alanlarındaki aktivitelerin tanıtılması ve pazarlanması için kullanılır.

Özgürlük olarak boş zaman kullanım alanları;

- Tiyatro, opera, bale, klasik müzik gibi geleneksel sanatların kültürel hayatın kalitesine yaptıkları katkılar açısından, bu boş zaman şekillerinin sürdürülmesi ve geliştirilmesi bakımından önemini vurgular.
- Eğitimciler, gelecekte insanların potansiyelinin ortaya çıkartılmasında işten ziyade boş zaman kullanma biçimlerinin daha çok ön planda olacağını vurgularlar. Bunun için boş zamanın doğru kullanımı için çeşitli kılavuzların gerekliliğini ifade etmektedirler.
- Yöneticiler ve kısa vadeli karar vericiler, 1980 ortalarına kadar boş zamanın niteliğinden ziyade gelişmekte olan toplum yaklaşımıyla daha çok katılımın yüksek olmasıyla ilgilendiler. Tüketim kültürünün maddeciliği ile ilgili eleştiriler, dolaylı olarak boş zamanın bu boyutunda benimsenmiştir.

1.1.3. Boş zamanın sınıflandırılması

Torkildsen (2001) kitabında boş zaman ile ilgili literatür analizinin göz önünde bulundurulması yararlı olan beş farklı fakat örtüşen yaklaşımı ortaya koyduğunu öne sürüyor. Horner ve Swarbrooke (2005), Torkildsen'in yaklaşımlarını aşağıdaki gibi gruplamışlardır. Buradan da anlaşılacağı üzere boş zaman farklı yazarlar tarafından farklı algılanmış; bir faaliyet ya da kapsayıcı bir ruh hali ile iş ve istenmeyen hayat tecrübelerinin sonunda rahatlama sağlayan aktiviteler olarak yorumlanmıştır (Torkildsen, 2001'den aktaran Horner S. ve Swarbrooke, 2005, s. 22).

1. Zaman olarak boş zaman

- ❖ Boş zaman, bir kimsenin para için çalışmadığı zamandır.
- ❖ Boş zaman, bir bireyin diğer tüm aktivitelerinden sonra sahip olduğu artakalan zamandır.
- ❖ Boş zaman, bir bireyin karar ve seçimine göre harcadığı zamandır.

2. Aktivite olarak boş zaman

- ❖ Boş zaman zorunlu ihtiyaçlardan kaynaklanmayan yoğun veya göreceli olarak pasif aktivite türleri ile meşgul olma fırsatıdır.
- ❖ Boş zaman pasif, duygusal, aktif ve yaratıcı katılımı ile ilgili dört seviyedeki faaliyetlerdir.

3. Ruh hali olarak boş zaman

- ❖ Boş zaman sessiz ve derin düşünceye dalma durumudur.
- ❖ Boş zaman derin düşünme ruh halidir.
- ❖ Boş zaman bir bireyin temel fizyolojik ihtiyaç düşüncelerinden kurtulduğu bir ruh halidir.

4. Bütünsel yayılımcı kavram olarak boş zaman

- ❖ Boş zaman dinlenme, eğlenme ve kişisel gelişimle ilgilidir.
- ❖ Boş zaman kültürle bağlantılı zihinsel ve ruhsal bir tutumdur.

5. Yaşam tarzı olarak boş zaman

- ❖ Boş zaman, özgürlük ve değerli yaşam fikirlerine sahip olmakla ilgilidir.

Serbest zaman faaliyetleri; gruplara, amaçlara veya yapılaş yerlerine göre değişik şekilde sınıflandırılabilir (Hacıoğlu vd., 2015, s. 5). Fakat en yaygın olarak kullanılan sınıflama türü sürelerle göre sınıflandırmadır. Buna göre de boş zaman ikiye ayrılır:

1. Uzun süreli boş zaman:

- ❖ Çocukluk dönemi boş zamanları

- ❖ Yıllık izin boş zamanları
- ❖ Emeklilik

2. Kısa süreli boş zaman:

- ❖ İşgünü sonu boş zamanları,
- ❖ Hafta sonları
- ❖ Kısa süreli tatiller

1.2. Rekreasyon Tanımları ve Anlamı

Rekreasyon, yenilenme, yeniden yaratılma veya yeniden yapılanma anlamına gelen Latince “recreatio” kelimesinden gelmektedir (Karaküçük, 2005, s. 59). Türk dil kurumu ise rekreasyonu, “İnsanların boş zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak katıldıkları etkinlikler” ile “Bir bölgeyi insanların eğlenme, dinlenme amacıyla kullanabilecekleri bir duruma getirme” olarak iki farklı şekilde tanımlanmaktadır (http-1).

Rekreasyonun tanımı, araştırmacılar tarafından farklı yaklaşımlarla açıklanmaya çalışılmıştır. Torkildson’a göre (2005, s. 56) rekreasyon, boş zaman terimiyle eşanlamlıdır, sadece aralarında bir anlambilim sorunu bulunur. Hem farklı köklerden gelen, hem de farklı tarihi olan bu iki kelimenin farklı kullanım alanlarının olması tesadüf olamaz. Tarihsel anlamda ve hatta bugün bile birçok toplumda “boş zaman” üşengeçlik ve başıboşluk görüntüleri çağrıştırmaktadır. Araştırmacılar bu iki terimin birbirinden ayrılması adına yeterli bilgiye ulaşmaya çalışmışlardır.

The Dictionary of Sociology rekreasyonu şöyle tanımlar: Serbest zaman boyunca devam eden, bireysel ya da toplu olarak yapılan, ücretsiz ve zevkli, kendi anında çekiciliğe sahip, kendisinin dışında bir ödülünden etkilenmeyen herhangi bir aktivite (Torkildsen, 2005, s. 57). Kraus (1998) rekreasyonu serbest zaman ve oyun arasında bir füzyon olarak tanımlamıştır (Kraus, 1998, s. 46). Cushman ve Laidler (1990) ise rekreasyonu boş zamanın deneyimlenebileceği ve keyif alınacağı bir faaliyet olarak kabul ederken, ancak aynı zamanda sosyal amaçlar için sosyal olarak düzenlenen bir sosyal kurum olarak da görür.

1.2.1. Boş zaman ve rekreasyon ilişkisi

Boş zaman, rekreasyon kavramını kapsayan bir kavramdır. Çünkü rekreasyon, insanların çalışma saatleri dışındaki boş zamanlarında katıldıkları etkinliklerle ilgilidir (Karaküçük, 2005, s. 58). Boş zaman kavramı bir “zaman” dilimi içerisinde yer alırken, rekreasyon bir “aktivite” olarak tanımlanmaktadır. Bir futbolcu için futbol oynamak işinin gereği bir zorunlulukken, bir devlet memuru için hafta sonu dinlenme zamanında futbol oynaması bir rekreasyon faaliyetidir. Boş zaman içindeki her faaliyet de rekreasyon değildir. Örneğin kişinin mesai bitiminde eve dönüp uyuması her ne kadar boş zaman sürecinde gerçekleşiyor olsa da, rekreatif faaliyet değildir (Sevil, 2012, s. 6).

1.2.2. Rekreasyonun özellikleri

Çok çeşitlilik arz eden, kişilerin ilgi, dürtü, amaç ve katılım şekillerine ve daha birçok faktörlere göre değişik anlayışlar sergileyebilen rekreasyonun özellikleri konusunda, ortak bir noktaya ulaşma zorlukları bulunmaktadır. Ancak, rekreasyonun birçok araştırmacı ve diğerleri tarafından kabul edilebilen bazı temel özelliklerinden bahsetmek mümkündür. Bunlar rekreasyonu, diğer faaliyetlerden ve kavramlardan ayıran temel özelliklerdir (Karaküçük, 2005, s. 69). Karaküçük’e (2005) göre rekreasyonun temel özelliklerini şunlar oluşturmaktadır:

1. Rekreasyon faaliyetlerinin seçimi gönüllü olmalıdır
2. Özgürlük hissi verir
3. Faaliyetlere devam ve iştirak zorunluluğu bulunmamalıdır
4. Rekreasyon boş zamanda yapılır
5. Her yaştaki ve cinsteki insanların faaliyetlere katılımlarına imkân verir
6. Rekreasyon faaliyetlerinde “inisiyatif” kişinin kendisine bırakılmalıdır
7. Rekreasyonel faaliyetler, her türlü açık veya kapalı alanlar ile her mevsim ve iklim şartlarında uygulanabilmektedir
8. Rekreasyon bir faaliyeti gerektirir
9. Rekreasyon çok çeşitli faaliyetler içerir
10. Rekreasyon haz ve neşe sağlayan bir faaliyettir
11. Rekreasyon evrensel olarak uygulanmaktadır
12. Rekreasyon, kişinin kendisini ifade edebilme ve yaratıcı olabilmesine imkân sağlayıcı faaliyetler içermelidir
13. Rekreasyonun her kişiye göre bir amacı vardır

14. Rekreatif faaliyetlerin katılımcıya kişisel ve toplumsal özellikler kazandırması beklenir
15. Rekreatif, toplumun geleneklerine, törelerine ahlaki ve manevi değerlerine uygun olmalı ve sosyal değerlere ters düşmemelidir
16. Rekreatif, bir faaliyet yapılırken, ikinci veya daha fazla faaliyetlere de ilgi duyma ve gerçekleştirme imkânı verir
17. Rekreatif etkinlikleri, rekreatifistler tarafından üstlenilir
18. Rekreatif eylemi, planlı veya plansız, beceri sahibi kişilerle veya beceri sahibi olmayan kişilerle ya da organize veya organize olmamış mekânlarda yapılabilmektedir
19. Rekreatif, rekreatif etkinliklere katılma sonucu ortaya çıkan bir deneyimdir

1.2.3. Rekreatifin sınıflandırılması

Rekreatifin sınıflandırılmasında genellikle esas alınan, kişinin rekreatif faaliyetlerine katılmasına sebep olan amaç, zevk ve istekler olmaktadır. Sınıflandırmalar, fonksiyon ve çeşitli kriterlere göre şekillenir. İnsanlar hangi amaç ve istek doğrultusunda bir rekreatif faaliyete katılmaya karar verilerse, buna uygun bir çeşit ortaya çıkar (Karaküçük, 2005, s. 76-78). Buna göre Karaküçük (2005) rekreatif amaçlarına ve çeşitli kriterlere göre olmak üzere iki bölümde gruplandırmıştır:

- 1) Amaçlarına göre rekreatifin sınıflandırılması
 - a) **Dinlenme** amacıyla yapılan rekreatif etkinlikleri: Boş zamanın tamamen dinlenmek, yani beden ve ruh sağlığının devam ettirilmesi veya korunması için yapılan etkinliklerle değerlendirilmesidir.
 - b) **Kültürel** amaçlı yapılan rekreatif etkinlikleri: Boş zamanın, eski sanat ve tarihi eserlerin, müzelerin gezilmesi ve diğer kültürel faaliyetlerle değerlendirilmesidir.
 - c) **Toplumsal** amaçlı yapılan rekreatif etkinlikleri: Toplumsal ilişkiler kurmak ve geliştirmek amacıyla yönelik boş zaman değerlendirme etkinlikleridir.
 - d) **Sportif** amaçlı yapılan rekreatif etkinlikleri: Aktif spor yaparak veya pasif şekliyle seyirci, taraftar yönetici veya başka bir şekilde boş zamanın sportif etkinliklerle değerlendirilmesidir.
 - e) **Turizm** amaçlı yapılan rekreatif etkinlikleri: Öncelikle tatil dönemlerinde bulunduğu mekandan, başka mekanlara gitmek, görmek amacı ile gitmek suretiyle boş zamanı değerlendirmektir.

- f) **Sanatsal** amaçlı yapılan rekreasyon etkinlikleri: Sanatın birçok dalından biri veya birkaçı ile uğraşarak boş zamanların değerlendirilmesidir.
- 2) Çeşitli kriterlere göre rekreasyonun sınıflandırılması
- a) **Yaş faktörüne göre:** Çeşitli yaş gruplarının kendi özelliklerine göre tercih ettikleri etkinlikler.
- b) **Faaliyete katılanların sayısına göre:** Ferdi, grupla, kitlesel veya aile olarak katılınan rekreatif etkinlikler
- c) **Zamana göre:** Yazın, kışın veya başka bir mevsim de yapılabilen rekreatif etkinlikler. Ayrıca günlük ve hafta sonları ile emeklilik dönemlerini kapsayan uzun boş zamanlarda gerçekleştirilen etkinlikler.
- d) **Kullanılan mekâna göre:** Açık veya kapalı alanlarda yapılan etkinlikleri kapsamaktadır. Genel boyutları ile açık havada yapılan tüm rekreasyonel kullanımları içeren bir rekreasyon tipi olarak tanımlayabileceğimiz açık hava rekreasyonunun başta temel fonksiyonları ormanlar, dağlar ve su bölgeleri oluşturmaktadır. Bu kişinin modern şehir yaşamında, kapalı yerdeki ruhsal gerginliğinden kurtulması, rahatlaması ve özgürlüğünü yaşaması için fizyolojik ve ruhsal bir ihtiyacını karşılamaktadır.
- e) **Sosyolojik muhtevaya göre:** Lüks, geleneksel ya da belirli halk kesimlerinin desteklenmesiyle katılımın sağlandığı rekreasyon etkinlikleridir.

Rekreasyonu literatürde farklı biçimlerde sınıflandırılmasını görmek mümkündür. Rekreasyonun sınıflandırılmasını fonksiyonel olarak değerlendiren Hazar'a (2003) göre:

1. *Ticari rekreasyon:* İnsanların belirli bir ücret karşılığında katıldıkları tüm rekreasyon etkinlikleridir.
2. *Estetik rekreasyon:* Genellikle yüksek gelir, eğitim ve kültür düzeyindeki insanların katıldıkları etkinliklerdir.
3. *Sosyal rekreasyon:* Beşeri ilişkiler kurmaya yönelik rekreasyon etkinlikleridir.
4. *Sağlık rekreasyonu:* Sağlığı koruyucu, tedavi edici rekreasyon etkinlikleridir.
5. *Fiziksel rekreasyon:* Kapalı ya da açık alanlarda aktif katılımı gerektiren sportif rekreasyon etkinlikleridir.
6. *Sanatsal rekreasyon:* İnsanların sanatsal becerilerini geliştirici ve arttırıcı etkinliklerdir.
7. *Kültürel rekreasyon:* Katılımcıların bilgi ve becerilerini arttırmaya yönelik rekreasyon etkinlikleridir.

8. *Turistik rekreasyon*: Diğer rekreasyon fonksiyonlarının turistik açıdan kullanılması sonucu ortaya çıkan rekreasyon çeşididir.

Leitner ve Leitner (2004), rekreasyon etkinliklerini, birbirinden tamamen ayrışık olmayan, geniş bir yelpazede sınıflandırmayı amaçlayarak kategorize etmişlerdir. Aynı anda birden fazla kategoriye dâhil olabilecek aktiviteler de olmaktadır (Leitner ve Leitner, 2004, s. 15):

- **Yalın eğlence**. Bu kategori seyirci sporlarını, filmleri, televizyonu ve katılımcıyı fiziksel ve zihinsel olarak çok fazla yormadan tatmin eden her türlü aktivite türünü içerir.
- **Zihinsel aktivite / Öz farkındalık**: Bu kategoriye en uygun aktivite meditasyondur. Bu başlık altında sayılabilecek diğer aktiviteler ise okuma ve yazmaktır (keyif için).
- **Spor ve egzersiz**: Bu kategori basketbol, aerobik, rüzgâr sörfü ve ağırlık kaldırma gibi çok çeşitli aktiviteler içermektedir.
- **Müzik**: Müzik kategorisi, beste çalışmaları da dahil olmak üzere çok çeşitli dinleme ve katılım etkinliklerini kapsar.
- **Sanat**: Yağlıboya, heykel, vitray gibi çeşitli görsel sanatlarla birlikte sanatı değerlendirme etkinliklerini de kapsar.
- **Dans**: Dans kategorisi hem seyirci hem de katılımcı etkinliklerini içerir. Genellikle müzik, sanat ve dans kategorileri birlikte kültürel / estetik faaliyetler olarak adlandırılan bir küme oluşturur.
- **Hobiler**: Pul biriktirmek, puzzle yapmak, ahşap boyamak gibi çok geniş çerçevedeki faaliyetlerdir.
- **Oyunlar**: Çok sayıda çocuk oyunları ile masa oyunları ile “yeni” veya rekabetçi olmayan oyunlar, spontan oyun aktiviteleri dâhildir.
- **Dinlenme**: Sıcak küvet ve masaj, rahatlama kategorisindeki etkinliklerin başlıca örnekleridir.
- **Sosyal aktivite**: Aile toplantıları, partiler ve kulüplere katılım birçok sosyal rekreasyon faaliyetine örnektir.
- **İnsani yardım hizmetleri**: Birçok gönüllü çalışma türü ve insani yardım sunan kuruluşlara katılımı kapsar.

- **Doğa/açık alan aktiviteleri:** Balıkçılık ve yürüyüş gibi, açık havada yapılan veya doğal bir kaynağın odak noktası olduğu etkinlikleri kapsar.
- **Seyahat ve turizm:** Bu kategori, boş zaman hizmetleri endüstrisinin rekreasyonel faaliyetlere belki de en çok harcama yapılan bölümünü kapsar. Bir anlamda, seyahat ederken veya bir tura katıldığınızda, diğer on iki kategorinin herhangi birine veya tümüne katılmaya çalışılabileceği için diğer tüm kategorileri kapsar.

1.2.4. Rekreasyon faaliyetleri

Boş zamanın kısa ya da uzun süreli olması, aktiviteleri de çeşitlendirmektedir. Örneğin çok kısa süreli boş zamanlar çoğunlukla evde televizyon izlemek, parkta kitap okumak, yolda müzik dinlemek gibi faaliyetlerle geçirilir. Daha uzun süreli boş zamanlar ise tiyatroya, konsere, müzeye giderek değerlendirilir. İşten izin alınarak elde edilen uzun süreli zamanlarda ise bireyler bulundukları mevsime, zevklerine göre doğayla, denizle iç içe olacak aktiviteler için şehir/yurtdışına çıkabilir.

Rekreasyon faaliyetlerini sınıflandırmak, tüketicilere sunulan boş zaman deneyimlerinin yapısını anlamak için önemlidir. Tablo 1.6.'daki özel sektör tarafından sağlanan boş zaman faaliyetleri sınıflandırmasında yer alan eğlence ve sosyalleşme, spor, turizm ve sanat alanlarındaki faaliyetlerin her biri kendi alanlarında profesyonellik ve uzmanlık gerektirmektedir (Şen ve Öztekin, 2017, s. 65). Boş zaman deneyimlerinin parçası olan seyahat etmek, alışveriş yapmak, sinemaya ya da maç izlemeye gitmek gibi aktiviteler pazarlanacak ürünün parçalarını oluşturur. Otel, restoran ve havayolu işletmelerinin müşterilerinin önemli bir bölümü ise boş zaman tüketicilerinden meydana gelir. Bu iki konu boş zamanın bileşenleridir (Morgan, 1996, s. 9).

Boş zaman endüstrisi, gerek ev içi gerekse ev dışında, bölgesel, ulusal ya da uluslararası bağlamda; insanlara boş zamanlarında yararlanabilecekleri ürün ve hizmetler (tatil, sinema, tiyatro, lunapark, vb.) sunma konusunda birbiriyle örtüşen işletmelerden oluşmuştur. Boş zaman sektörünün tanımı o kadar geniştir ki, görünüşte çok az ya hiçbir ortak noktası olmayan sayısız farklı aktivite ve işletmeyi bünyesinde barındırır. Buz pateni, kumar ya da kütüphaneye gitmenin bir boş zaman aktivitesi kapsamında olup olmadığı tartışma konusudur (Horner ve Swarbrooke, 2005, s. 24).

Tablo 1.6. Özel Sektör Tarafından Sağlanan Boş Zaman Faaliyetlerinin Sınıflandırılması (Morgan, 1996, s. 10'dan aktaran, Şen ve Öztekin, 2017, s. 66)

BOŞ ZAMAN: Genel Elemanları TAŞIMA: Özel araç, Bisiklet, Motosiklet, Otobüs, Demiryolu, Havayolu	SANAT	Ev içi	Gazete ve Dergiler, Kitaplar, Radyo, Televizyon, Plaklar, Kasetler, Hi-Fi, Ev İçinde Oynana Oyunlar	
		Ev dışı	Müzik, Tiyatro, Sinema, Müzeler, Sanat Galerileri, Kütüphaneler, Parklar, Sayfiye evleri, Eğitim	
	TURİZİM	Konaklama	Oteller, Tatil Köyleri, Kamp Yapma, Karavanla Yolculuk, Yazlık Evler, Tekne Tatili	
		Yerler	Tarihi Yerler, Turistik Yerler, Yaban Hayvan & Eğlence Parkları, Hayvanat Bahçeleri	
		İşletmeler	Seyahat Acenteleri & Tur Operatörleri	
	SPOR	Faal	Kapalı	Bowling, Buz Pateni, Yüzme & Dalma, Tenis, Masa Tenisi, Squash, Dart Oyunu, Bilardo vb.
			Açık	Yatçılık & Yelkencilik, Balık Tutmak, Yüzme, Dalma, Kaykay, Paten, Tenis, At Binme, Golf, Futbol, Atletizm, Pilotluk & Planörcülük vb.
		Ekipman sağlayıcılar	Kapalı	Boks & Güreş, Gösteri Atlayışı, Yüzme & Dalma, Atletizm, Tenis, Masa Tenisi vb.
		Seyirci	Açık	Futbol, Kriket Oyunu, Tenis, Atletizm, Yüzme & Dalma, Motor Yarışı, At Yarışı, Gösteri Atlayışı vb.
	EĞLENCE VE SOSYALLEŞME	Kumar oyunu	Eğlence Salonları, Spor Toto, Bingo, Bahis, Kumarhane, Piyango	
		Yemek yeme	Restoranlar, Kafeteryalar, Büfeler, Sokak Tezgahları, Ev	
		İçki içme	Meyhaneler, Oteller, Alkol Dükkânları, Evde Yapılan İçki	
		Tütün		
		Alışveriş	Vitrine bakma, Özel Vitrinler (Yılbaşı satışları vb.), Karşılaştırmalı Alışveriş, Fuarlar	
		Dans	Balo Salonları, Diskotekler, Dans Okulları	
		Ev Ortamı	Hobiler, Ev Yapımları, Bahçeyle Uğraşma, Araba Bakımı, Evcil Hayvanlar, Örgü & Dikiş Grupları	
		Sağlık ve güzellik	Sağlık, Spa, Saunalar, Güzellik Salonları, Zayıflama Yardımları, Kozmetik Ürünleri	
		Diğer	Eğlence Fuarları, Gençlik Kulüpleri, Ticari Futbolu İçeren Belediye Faaliyetleri, Buluşturma & Evlendirme Büroları	

Ticari kaygının bulunmadığı boş zaman ve rekreatif organizasyonların yanı sıra ticari amaçla düzenlenen boş zaman ve rekreatif organizasyon çeşitleri de bulunmaktadır (Şimşek, 2012, s. 38). Bu çeşitlerin sınıflandırılmasına şöyle örnekler verilebilir:

1. Rekreatif turizm seyahati organizasyonları (tarihi alanlar, müzeler, temalı parklar vb. geziler),
2. Macera rekreasyonu organizasyonları (doğa sporları, ekstrem sporlar),
3. Spor, konser ve festival seyahati organizasyonları (yurt içi/dışı),
4. Sosyal ve eğitim içerikli organizasyonlar (belediyeler ve okullarda yapılan uygulamalar),
5. Özel spor merkezi organizasyonları (pilates, yoga, dans vb. kurs programları),
6. Terapistik rekreasyon organizasyonları (hasta çocuklarla hayvan bakımı, atla tedavi, liderlik),
7. Rekreatif alışveriş organizasyonları (alışveriş merkezlerinde reklam ve tüketici odaklı yapılan rekreatif organizasyonlar),
8. Eğlence ve animasyon organizasyonları (gösteriye yönelik paket programlar, rekreasyon uzmanı ihtiyacının karşılanması),
9. Rekreatif sanayi organizasyonu (rekreasyon içerikli piknik organizasyonu, grup dinamiği çalışmaları, sportif grup etkinlikleri, iş verimini artırma vb.).

Macera rekreasyonu, gerçek veya algılanan tehlike öğelerini içeren, genellikle doğal bir ortamda gerçekleştirilen, belirsiz sonuçların olduğu ve bu sonuçların katılımcılarca etkilendiği rekreatif faaliyetler olarak tanımlanabilir (Ewert ve Hollenhorst, 1995, s. 21). Şimşek'e göre (2012) macera rekreasyonu organizasyonları incelendiğinde (Tablo 1.7.), risk ve tehlike elemanları ile belirsiz sonuçların olduğu görülmektedir. Macera rekreasyonu sonuçları, kişilerin becerisi, hava koşulları ve şansa bağlı olaylardan etkilenebilir.

Tablo 1.7. Macera Rekreasyonunda Organizasyon Çeşitleri (Ewert, 1987; Hall ve Weiler, 1992'den aktaran Şimşek, 2012, s. 40)

Sırt Çantalı Seyahatler	Eskimo Kanoculuğu	Takımlı Hedef Bulma
Balon Seyahatleri	Dağcılık	Yelkencilik
Bisikletli Seyahat	Hedef Bulma	Hedikli yürüyüş
Sualtı /Dalış	Rafting	Paraşütle Atlayıp
Yelken Kanat	İple İniş	Mağaracılık
Patika yürüyüşleri	Kaya Tırmanışı	Doğa yürüyüşleri

1.2.5. Açık hava (outdoor) aktiviteleri (rekreasyonu)

Açık hava rekreasyonu genellikle agresif olmayan daha yararlı kaynakları kullandığı için, çok amaçlı kullanım durumlarını görmek ve önceden planlamak mümkün olur. Ormanlık alanlar ve su kütleleri, kaynağın birincil rolü ile uyumlu olarak açık hava aktivitelerine en yaygın örneklerdir (Pigram ve Jenkins, 1999, s. 59). Akarsuların ve su kütlelerinin boş zaman aktivitelerini karşılama işlevi görmesi için birçok farklı yol varken; su kaynaklarının mülkiyeti ve yönetiminin farklı formları bulunur. Rekreasyonel balıkçılık, yüzme, botla ve kıyı gezintisi gibi farklı ilgi alanları ve gereklilikleri göz önüne alındığında, kaynak potansiyelini çok amaçlı kullanmakla genişletmek zor bir iştir (Tablo 1.8.)

Suyun varlığı genellikle açık hava rekreasyonunda; ya faaliyetin kendisi için bir araç olarak ya da bir rekreasyon ortamının çekiciliğini arttıran, temel bir gereklilik olarak kabul edilir (Pigram ve Jenkins, 1999, s. 165-167). Diğer bir deyişle su, bazen direk kullanımıyla boş zaman aktivitesi deneyimi sağlarken, bazen de sadece etrafta olması ile manzarayı güzelleştirerek aktiviteye katkıda bulunur. Su ile direk ilişkili olan rekreasyon türleri tekne (yelken, sürat motoru, kano vb.), her türlü balık avlama aktiviteleri, yüzme (dalış, sörf, su kayağı vb.) olarak kaynaklarda yer almaktadır. Bunlar deniz, nehir, göl gibi farklı su kütleleri ile ilişkilendirilir.

Tablo 1.8. *Suya Dayalı ve Suyla İlgili Rekreasyon Faaliyetlerine Örnekler (Chubb ve Chubb, 1981, s. 314'den aktaran Pigram ve Jenkins 1999, s. 60)*

Suya dayalı aktiviteler	
Sürat motoru yarışı	Sahilde değerli eşya aramak
Rafting	Kano yapmak
Deniz kabuğu toplamak	Yelkencilik
Balık avlamak	Kayıkla gezmek
Yüzen evle gezmek	Şnorkel veya tüple dalış
Buzda balık avı	Sörf yapmak
Buz hokeyi	Yüzme
Buz pateni	Cruise gemilerinde seyahat
Kumda yürüyüş	Model bot yüzdürmek
Su kuşu avlamak	Suda oyun oynamak
Su kayağı	
Su ile ilgili aktiviteler	
Plaj oyunları	Keyfi araç kullanmak
Kuş gözlemciliği	Rahatlatıcı aktiviteler
Kampçılık	Kaya da fosil toplamak
Doğa yürüyüşü	Sezonluk evler
Doğayla ilgili çalışmalar	Turistik yerleri gezip görmek
Eskiz ve boyama çalışmaları	Kar arabası kullanmak
Fotoğraf çekmek	Güneşlenmek
Piknik yapmak	Yürümek

Açık hava ve macera rekreasyonları ile macera turizmi arasındaki tamamlayıcı ilişki nedeniyle, macera turizmi kapsamındaki deneyimler, özel beceri ve risk elemanlarının karşılıklı etkileşimiyle nitelendirilmektedir. Risk ve özel beceri kavramlarının etrafında toplanan geleneksel macera rekreasyonlarına ilave olarak, bilgi ve görgü arama kavramlarına dayalı bazı açık hava rekreasyon faaliyetleri de macera turizminin sınırları içinde yer alabilmektedir (Şimşek, 2012, s. 40).

1.2.6. Rekreasyon ihtiyacı (talebi) ve rekreasyonun yararları

Boş zaman ve rekreasyon aktivitesi yapan bireylerin aradıkları, somut bir ürün olmaktan daha ziyade bir faydadır. Günümüzde bu aranan faydayı netleştirmek, aynı aktiviteyi yapan farklı grupların farklı faydalar arayabilmesi nedeniyle zorlaşmıştır (Horner ve Swarbrooke, 2005, s. 85).

Herkesçe bilindiği üzere doğal ortamlarda bulunmanın sağlık üzerinde çok net olumlu etkileri vardır; olumlu kişisel ve sosyal ilişkiler geliştiren insanların daha sağlıklı olma eğiliminde olması, rekreasyon aktivitelerini birlikte yapan ailelerin daha istikrarlı ve doyurucu bir aile hayatına sahip olması gibi. Buna göre rekreasyonun toplum kimliği duygusuna ciddi olumlu katkısı olduğunu söyleyebiliriz (Smith, 1991, s. 8).

Bir rekreasyon müşterisinin yapacağı aktiviteden çeşitli potansiyel faydalar ummasıyla birlikte keyif almayı beklemesi durumu iki temel etkene dayanmaktadır (Swarbrooke, 1999, s. 46). Bunlardan ilki ziyaretçilerin doğası gereği; kendi yaşam tarzları, yaşları, aile yaşam döngüsündeki evreleri, geçmiş tecrübeleri ve kişiliklerinden kaynaklı farklılıklardır ve bu özellikler, rekreasyon müşterisinin aradığı temel faydayı belirler. Swarbrooke (1999) insanların aranan faydaya bakış açısını etkileyebilecek kriterlerden bazılarını aşağıdaki tabloda özetlemiştir:

Tablo 1.9. Müşteri Özellikleri ve Aranan Faydalar (Swarbrooke, 1999, s. 47)

Rekreasyon Müşterisinin Özellikleri	Aranan Temel Faydalar
Yaşlı bireyler	Ekonomi Nostalji Kolay erişim Pasif faaliyetler
Küçük çocuklu aileler	Çocuklar için eğlence Çocuklara özel yemek sunan restoranlar Ekonomi
Maceracı kişilikler	Heyecan Zorluk Yeni deneyimler

Sağlık bilinciyle hareket edenler	Egzersiz Sağlıklı yemek Temiz ve güvenli çevre
Modayı takip edenler	Statü Modaya uygun bir etkinlikte bulunmak/görünmek
Araba sürücüleri	Karayolu ile kolay erişim Kolay, ücretsiz veya ucuz park imkânı Trafik sıkışıklığından uzak
Kent sakinleri	Huzurlu Ev ortamıyla zıt Estetik açıdan hoş bir ortam

Açıkcası bu sınıflandırma insanları ve faydaları belirli kalıplara sokmak üzerine yapılmış olsa da günümüz gerçeklerinde insanların karakterleri, ihtiyaçları ve aradıkları faydalar daha karmaşık ve geçişken bir hal almıştır. Bu tarz sınıflandırmalara ek olarak çok daha fazla değişken, seçimleri ve talepleri etkilemektedir. Gerçekte tek bir özellikten yola çıkmak yerine bir rekreasyon müşterisinin aradığı faydanın birbiriyle ilişkili sayısız özelliği yansıttığını görürüz (Swarbrooke, 1999, s. 47). Mesela çocuklu bir aile aynı zamanda macera arayışında olabilir ve bunu yaparken de sağlıklı yaşam konusunda hassas olabilir. Dolayısı ile aktivite seçimleri de aradıkları bu karmaşık faydalara cevap veren bir tür olur.

Fayda arayışını etkileyen diğer bir faktör ise aktivitenin kendisidir. (Swarbrooke, 1999, s. 48). Tablo 1.10’da bazı çekim türlerinin faydaları ile eşleşmeleri gösterilmiştir. Bu sınıflandırma da belirli türdeki cazibe merkezlerinin benzer faydalar sağladığını, çok genel bir çerçevede göstermektedir. Ancak gerçekte yine günümüzdeki hızlı tüketim dünyasına ve çok çeşitli karakteristiklere servis verebilmek adına cazibe merkezleri ve rekreasyon aktivitesi sunanlar, basmakalıp servislerin dışına çıkmıştır. Her şeyi cam vitrinlerde sunan sessiz bir müze kadar, insanların sergilere dokunduğu daha sesli ve canlı mekânlar olan müzeler de mevcuttur.

Tablo 1.10. Cazibe Merkezleri (Types of attraction) ve Aranan Faydalar (Swarbrooke, 1999, s. 48)

Cazibe Merkezleri (Types of attraction)	Aranan Temel Faydalar
Eğlence Parkı	Heyecan Tesis içindeki mekânların çeşitliliği Ambiyans Diğer kullanıcılara açık olması Paranın karşılığını almak Kaygısız eğlence
Plaj	Güneş banyosu Deniz banyosu Ekonomi Başkalarıyla birlikte olma ya da ıssızlık

Katedral	Tarih Mimariden alınan estetik zevk Ambiyans, huzur ve maneviyat duygusu
Müze	Yeni şeyler öğrenmek Nostalji Hediye almak
Tiyatro	Eğlence Ambiyans Statü
Sosyal tesis	Egzersiz Fiziksel zorluklar ve başkaları ile rekabet Statü

Günümüzde insanlara boş zaman aktivitelerinden ne fayda sağladıklarını sorsak rahatlıkla ve en hızlı şekilde stresle başa çıkabilmek, fit olmak, yeni şeyler öğrenmek gibi başlıkları sıralayabilirler. Eğlenceden elde edilen fayda artık ulaşım, barınma, iletişim, sağlık, eğitim gibi temel hizmetlerden elde edilen faydalara eşit hatta zaman zaman daha önemli olduğunu gösterir. Rekreasyona duyulan ihtiyaç sosyal konuma, kültüre, yaşa, cinsiyete vb. göre farklılıklar gösterse de, araştırmacılar rekreasyona duyulan ihtiyacın nedenleri, yani boş zaman aktivitelerinin yararlarını aşağıdaki başlıklar altında derlemiştir;

- *Fizyolojik Yararlar:* Teknolojik gelişmelerle birlikte bilgisayar ve makinaların hayatımızdaki konumlarının vazgeçilmez hale gelmesiyle daha hareketsiz ve enerji tüketimi azalan toplumlar oluşuyor (Sevil, 2012, s. 14). Bu hareketsizlik beraberinde çeşitli fizyolojik sorunları getiriyor. Bunlardan kurtulmanın ve zararları en aza indirmenin yolu ise egzersiz yapmak. Rekreasyon faaliyetleri içerisinde yer alan ve özellikle aktif rekreasyon sınıfında yer alan faaliyetler fiziksel aktiviteyi arttırmaktadır. Fizyolojik etkiler, bilimsel olarak açıklanabilir, kanıtlanabilir yararlardır. Düzenli egzersiz kolesterol ve trigliseriti düşürürken; kan akışında yoğun lipidler yaratarak yüksek tansiyonun önlenmesine ve kontrolüne destek olup kardiyovasküler fayda sağlar (http-2). Bununla birlikte artık günümüzde herkesin bildiği üzere fizyolojik aktiviteler şişmanlık, kas ve eklem rahatsızlıkları ile bazı dolaşım hastalıklarını önlemek konusunda destekleyici; akciğer kapasitesini artırmak, nöropsikolojik işleyişi geliştirmek, kas gücünü artırmak gibi olumlu etkileri vardır.
- *Psikolojik Yararları:* Sağlık bir bütün olarak ele alındığında, ruh sağlığı da en az beden sağlığı kadar önemlidir. Günümüz toplumunda başta iş ortamı olmak üzere okul ve aile hayatımızdaki sorunlar ve maruz kaldığımız yoğun stresin sinir

sistemini üzerinde olumsuz etkileri olmaktadır (Sevil, 2012, s. 14). Bu olumsuz etkilerden uzaklaşmak ve moral kazanmak için insanlar farklı ortam ve değişiklik arayışlarına girerler. İnsanların boş zamanlarında rekreasyon faaliyetlerine katılması bunun en ideal yoludur. Boş zamanlarını aktiviteler ile değerlendiren bireylerin elde edeceği birçok psikolojik fayda bulunmaktadır. Özgürlük ve bağımsızlık duygusu, artan özdeğer, özsaygı, özgüven; liderlik becerilerinin gelişmesi, hoşgörünün artması, ekip üyesi olabilme, yaratıcılığın ve problem çözme yeteneğinin gelişmesi, adaptasyon ve esnekliğin artması, mizah anlayışının gelişmesi, yaşam kalitesinin artması, dengeli rekabet gücünü sağlamak; tarih, doğa ve şehirler hakkında artan öğrenme isteği, daha olumlu bakış açısına sahip olmak (http-2).

- *Ekonomik Yararları:* Boş zaman aktivitesi yatırımları ve harcamalarının büyük ekonomik faydaları, hem insanların eğlence hizmetleri için ne kadar ödemeye razı olduklarını hem de gerçek harcamaların ekonomik etkileri gösterecek şekilde belgelenmiştir (http-2). Bugün insanlar rekreasyon aktiviteleri için çok ciddi paralar ödeyebilmektedirler. Bu durum bize elde etmek istedikleri ve algıladıkları faydanın da yüksek olduğunu gösterir. Boş zaman endüstrisi sadece sektör olarak büyük değil; aynı zamanda nakit akışı, gelir yaratma ve istihdam olanakları yaratma açısından dünyanın en büyük endüstrilerinden biridir (http-2).
- *Sosyal Yararları:* Gün geçtikçe modernleşen toplum yaşantısı bir yandan bireylerin refah düzeyini artırırken, diğer yandan insanların yalnızlaşmalarına ve içlerine kapanmalarına neden olmaktadır. Bunun yanında yaşanan ekonomik sıkıntılar, din, dil, ırk, eğitim, kültür vb. farklılıklar insanları giderek birbirinden uzaklaştırmaktadır. Oysa insan doğası gereği sosyal bir varlıktır ve insan ihtiyaçları yalnızca fizyolojik ihtiyaçlardan değil, bunun yanında sosyal ihtiyaçlardan da oluşmaktadır (Sevil, 2012, S:14). Boş zaman kaynakları ve fırsatları toplumların ortak değerlerini ve kimliklerini korumalarında önemli rol oynar (http-2). Diğer bir deyişle rekreasyon sadece bir bireyin ihtiyaçlarının tatmini için değil, toplumun bütünsel huzuru için de önem arz etmektedir Belki de bir insanın ya da toplumun gurur duyduğu imkanlar ve eğlence olanaklarından en iyi dokümente edilmiş olanlar arasında eğlence aktiviteleri yer alır. Rekreasyon faaliyetleri ile kişilerin ve grupların bir araya gelmesi toplumsal ilişkileri geliştirir, dayanışma ve yardımlaşmayı sağlar. Boş zaman etkinlikleri ve yerleri aynı

zamanda etnik kimlikleri koruyup ve geliştirirken, toplumun belirli kesimlerinin (yaşlı, çocuk, fiziksel engelli, evsiz, işsiz vb) özel ihtiyaçlarını da karşılayabilir.

Smith (1991, s. 8) ise, rekreasyonun yararlarıyla ilgili örnekleri aşağıdaki gibi listelemiştir:

1. Fiziksel sağlıkla ilgili yararları:

- Stresin azaltılması (böylece bağışıklık sisteminin güçlendirilmesi)
- Kardiyovasküler fonksiyonların geliştirilmesi
- Solunum sisteminin geliştirilmesi
- Obezitenin azalması
- Kas gücünün artırılması

2. Zihinsel sağlıkla ilgili yararları:

- Stresin azaltılması
- Duygu durumunun gelişmesi, azalan depresyon ve anksiyete
- Sağlıklı yaşam duygusunun artması

3. Kişisel gelişime yararları:

- Öğrenme
- Daha fazla farkındalık ve takdir etme
- Gelişmiş bağımsızlık ve özgürlük duygusu
- Artan öz değer, özsaygı, özgüven
- Kişisel değerlerin yansımaları

4. Sosyal gelişime yararları:

- İyileşmiş sosyal bağlar
- Artan sosyal destek
- Topluluk olma duygusunun artması
- Karşılıklı bağımlılık ve işbirliği kapasitesi
- Gelişmiş aile bağları
- Tutarlılık duygusu

5. Topluma yararları:

- Daha katılımcı bir toplum
- Artan diğergamlık
- Ekonomik faydaları
- Büyüyen üretkenlik

- Çevreye karşı olan sorumluluğun artması

1.2.7. Rekreasyona katılımı etkileyen faktörler

İnsanların serbest zamanlarını nasıl harcayanlarını etkileyen birçok neden bulunur (Torkildsen, 2005, s. 107). Aşağıdaki gibi gruplanabilir:

- *Bireysel etkenler*: Kişinin hayat evresi, ilgi alanları, davranışları, yetenekleri, yetiştirilme tarzı ve kişiliği.
- *Bireyin içinde bulunduğu koşul ve durumlar*: Kişilerin parçası olduğu sosyal ortamlar, kendi idarelerindeki zaman, işleri ve gelirleri.
- *Bireye sunulan fırsat ve destekler*: Kaynaklar, olanaklar, programlar, aktiviteler ile bunların kalitesi, çekiciliği ve idare edilmesi.

Serbest zaman faaliyetlerine katılımı etkileyen faktörler arasındaki ilişkiyi yorumlamak kolay değildir. Bazıları tek başına etki ederken bazıları da eş zamanlı olarak devreye girer. Aşağıdaki tabloda rekreasyon aktivitelerine katılımı etkileyen önemli nedenler üç ana başlık altında sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma yeterince kapsamlı olmasa da durumun karmaşıklığı ve etkilerin çeşitliliğini anlatmak adına faydalıdır (Torkildsen, 2005, s. 107-108).

Tablo 1.11. Serbest Zaman Faaliyetlerine Katılımı Etkileyen Faktörler (Torkildsen, 2005, s. 108)

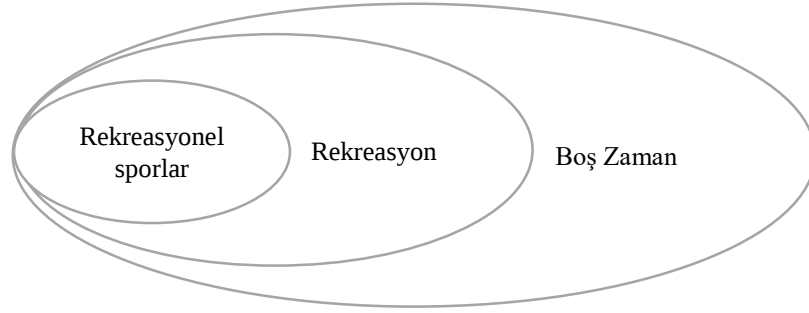
Bireysel Faktörler	Sosyal Çevre ve Ortam	Fırsatlar
Yaş	Meslek	Mevcut Kaynaklar
Yaşam döngüsü evresi	Gelir	Tesislerin türü ve kalitesi
Cinsiyet	Harcanabilir net gelir	Farkındalık
Medeni durum	Maddi servet ve mal mülk	Fırsatları idrak etme
Bakmakla yükümlü olduğu kişiler ve yaşları	Araba sahibi olmak	Rekreasyon hizmetleri
Hayattaki amacı	Müsait zaman	Tesislerin dağılımı
Kişisel zorunlulukları	Görev ve zorunluluklar	Erişim ve lokasyon
Beceriklilik	Ev ve sosyal çevre	Aktivite seçimi
Boş zaman algısı	Arkadaşlıklar ve arkadaş grupları	Ulaşım
Davranış ve motivasyonlar	Sosyal roller ve bağlantılar	Maliyetler

İlgi alanları ve meşgaleleri	Çevresel etkenler	Yönetim politikası ve desteği
Yetenekler (fiziksel, sosyal ve entelektüel)	Toplu boş zaman faktörleri	Pazarlama
Karakter ve kendine güven	Eğitim ve seviyesi	Programlama
Doğduğu Kültür	Toplumsal nedenler	Organizasyon ve liderlik
Yetiştirilme tarzı ve geçmişi		Sosyal erişilebilirlik
		Siyasal politikalar

1.3. Rekreasyon ve Spor

Rekreasyon sınırları çok geniş bir alanı kapsaması ve çok disiplinli bir yapıda olması nedeniyle, birçok alan veya konuyla bağlantılıdır. Ancak gerek akademik, gerekse eylemsel bazda turizm ve spor ile daha kuvvetli ilişkisi bulunduğu söylenebilir (Metin vd., 2013, s. 5028). Spor, rekreasyonun en kapsamlı, çeşitli ve ilgi çeken alanlarından birini oluşturmaktadır. Spor, insanların rekreatif gereksinimlerini karşılamada önemli bir hareket alanı sağlarken, rekreasyon da sporun toplumda yaygınlaşması, tanınması ve sportif başarılar elde edilmesinde önemli roller üstlenmiştir (Karaküçük, 2005, s. 238). Spor, rekreasyonel bir araç olarak insanların; endüstrileşmeyle beraber olarak açıkça hayat ve iş birimlerini değiştirmeleri sonucu, şehir ve endüstriyel ortamlara taşınmaları, bir taraftan uygarlaşma ve hayat standardının yükselmesi, diğer taraftan negatif olarak zihinsel ve fiziksel eksikliklerin ortaya çıkardığı olumsuzlukları gidermek için önemli fonksiyonlar üstlenmiştir (Karaküçük, 2005, s. 234).

İnsanlar spora önce bir boş zaman etkinliği olarak başlar, ancak zaman içerisinde amaçlar değişebilmektedir. Spor, bir boş zaman uğraşısı olarak amatörce yapıldığı haliyle kaldığı sürece rekreatif bir faaliyet olma özelliğini korur. Rekreasyonel sporlar insanların boş zamanlarında zihinsel ve fiziksel ihtiyaçlarını tatmin etmek için; içinde özgürlük, eğlence, rahatlama ve içsel motivasyon gibi karakteristik özellikler barındıran daha çok planlı ve düzenli tekrar eden aktivitelerdir (Chiu, 2008, s. 28). Bisiklet sürmek, dans etmek, sörf yapmak, yüzmek gibi rekreasyonel sporlar durağan boş zaman aktivitelerinden (kitap okumak, radyo dinlemek gibi) farklıdır ve aşağıdaki şekilde resmedildiği üzere boş zaman aktivitesi, rekreasyonu ve dolayısı ile rekreasyonel sporu kapsar.

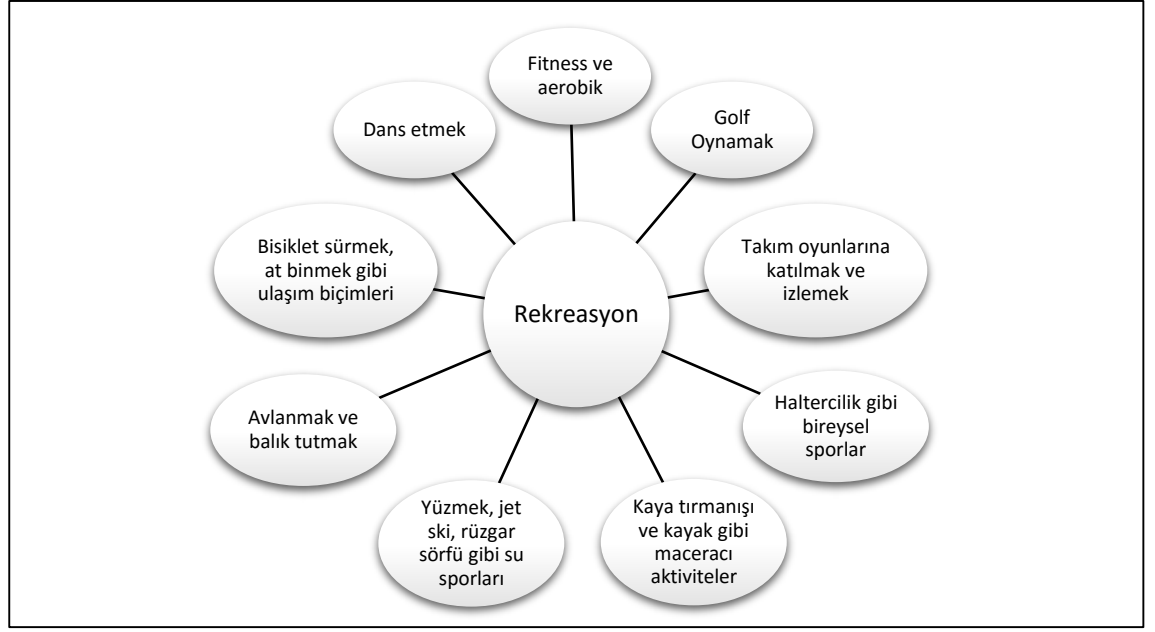


Şekil 1.2. *Boş Zaman, Rekreasyon ve Rekreasyon Sporlarının İlişkisi (Chiu, 2008, s. 29)*

Spor bir boş zaman uğraşısı olarak yani amatörce yapılan sekliyle rekreatif faaliyet özelliği taşımaktadır (Ramazanoğlu vd., 2004, s. 177).

Seçkin, profesyonel veya zirve sporları, geniş seyirci kitlelerinin arzu ederek ödediği mali katkılarıyla ve bu seyirci kitlesini çeken çoğu başarılı takım ve kişisel girişimcilerin oluşturduğu amatör kulüplerin içinden gelişmiştir. Profesyoneller farklı takımlarda ve kulüplerde oynayıp, profesyonel yarışmalarda yarışır. Bu nedenle elit spor modern eğlence endüstrisinin bir parçası haline gelmiştir. Birçok spor dalı, kulüpler tarafından organize edildiği gibi kişisel olarak ta çalışılabilir. Çok sayıda insan jogging, yüzme, golf, tenis, squash, badminton, kayak, sörf, yelken, vb. sporları herhangi bir kulübe üye olmaksızın kendi başına yapabilmektedirler. Takım sporları ise kulüp üyesi olmayı gerektirir (Ramazanoğlu vd., 2004, s. 177-178).

Torkildsen'in (1999) rekreasyon tanımında genellikle boş zamanlarda yapılan ve tatmin, keyif veya yaratıcılığı artırmak için gönüllü olarak seçilen etkinlikler ve deneyimlerin, fiziksel olduğunda sporla yakın ilişkide olduğu belirtilmiştir (Torkildsen, 1999'dan aktaran Horner ve Swarbrooke, 2005, s. 242). Aşağıdaki şekilde insanların boş zamanlarında yapmaktan keyif aldıkları rekreasyon etkinlikleri gösterilmiştir:



Şekil 1.3. Rekreasyon faaliyet çeşitleri (Horner ve Swarbrooke, 2005, s. :243)

Bu tabloda dahi, rekreasyonun çeşitli biçimlerini tarif etmenin karmaşıklığı görülmektedir. Boş zaman sektöründeki uygulamaların farklılıkları (Horner ve Swarbrooke, 2005, s. 243) aşağıdaki gibi açıklamaya çalışmışlar:

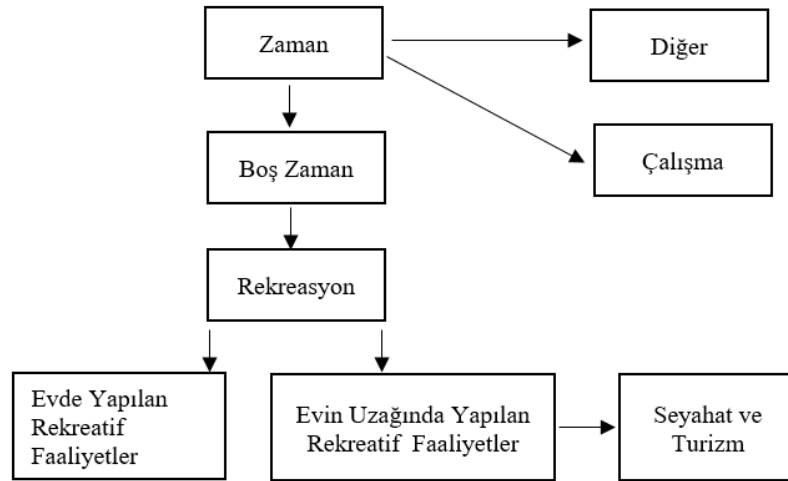
- Dans ve fitness eğitimi gibi bazı rekreasyon etkinlikleri, insanların evlerinde veya yaşadıkları yerlerde uygulanabilir. Bazıları içinse katılımcıların kayalıklar, su/deniz kenarlarındaki uzmanlaşmış tesislere ulaşmak için belirli mesafelere seyahat etmelerini gerektirir.
- Nispeten bu sebepten dolayı, bazı rekreasyon biçimleri günlük olarak kabul edilebilirken, diğerleri yıllık izinlerde, örneğin yılda bir veya iki kez yapılabilmektedir.
- Kayak, golf gibi bazı aktiviteler özel kıyafet ve donanım gerektirirken, diğerleri de halka açık bir parkta futbol oynamak gibi, hemen hiç özel donanım gerektirmez.
- Bazı rekreasyon türleri, golf sahaları gibi büyük bir fiziksel altyapı tarafından desteklenirken diğerlerinde böyle bir gereksinim yoktur.
- Bazı rekreasyon faaliyetleri politik olarak tartışmalı, hatta bazı ülkelerde yasa dışı bile olabilir. Buna en iyi örnek olarak avcılığı gösteriliriz.
- Bazı aktiviteler takım olarak oynanan oyunlar gibi grup aktiviteleri iken diğerleri ise, örneğin binicilik gibi bireysel aktivitelerdir.

- Golf gibi bazı rekreasyon etkinlikleri için önceden rezervasyon yaptırma zorunluluğu olsa da, bisiklete binme ve kaya tırmanışı gibi etkinlikler için önceden organizasyon yapmaya gerek yoktur.
- Rekreasyon, örneğin voleybol maçı için, bazen seyirci olma fonksiyonu bazen de oyuna dahil olan katılımcı formunda ortaya çıkar.

Yine de spor, rekreasyonun içinde en çok tercih edilenidir. Çünkü spor, her yaştan ve cinsten insanın her türlü rekreatif ihtiyaçlarına cevap verebilecek güce ve özelliğe sahip bir sosyal olgudur. Spor, açık veya kapalı alanlarda, araçlı veya araçsız, hafif veya sert, ferdi veya grup olarak, zamana karşı veya zaman mevhumu olmadan, milli veya milletler arası yapılabilen ve daha birçok özelliği, çeşidi, değişkenliği ve sosyalliği ile insanlara birçok alternatif sunabilmektedir (Tel ve Köksalan, 2008, s. 264).

1.4. Turizm ve Boş Zaman(Rekreasyon) Faaliyetlerindeki Benzerlikler

Spor fiziksel ya da sağlık rekreasyonu adı altında kolayca bir kategoriye girerken; turizm için rekreasyon ile ilişkisini tanımlamak çok daha karmaşıktır (Metin vd., 2013, s. 5028). Rekreasyon etkinliği önceki bölümlerde de ifade edildiği gibi evden uzakta, seyahat etmeyi gerektiren lokasyonlarda da yapılabilir, bu durumda etkinlik turizm kapsamına girmektedir. Ancak seyahat, rekreatif ve boş zaman faaliyetlerinin dışında, mesela iş seyahati için gerçekleştiğinde yine turizm ile ilişkilidir. Şekil 1.4'e bakıldığında bu ilişki daha belirgin şekilde anlaşılmaktadır. Bir çok durumda boş zaman, rekreasyon ve turizm faaliyetleri temelde aynıdır. Farklı olan faaliyet alanı, yeri, süresi, motivasyon faktörleri, tutumları ve katılımcıların algılamalarıdır.



Şekil 1.4. Boş zaman, Rekreasyon ve Turizm (Tribe, 2005, s. 3)

İnsanlar tatillerinde artık sadece deniz kenarında oturmamakta, giderek artan bir oranda çeşitli spor ve rekreasyonel faaliyetlere katılmaktadır. Spor ve rekreasyona olan bu ilgi, 21. yüzyılın ilk yıllarında tetiklenen akımdan etkilenerek bireylerin sağlıklarına önem vermeleri ve kilo kontrolü gibi hareketlerle desteklenmektedir. Ev dışında yapılan boş zaman faaliyetleri, boş zaman sektörlerinin en önemli iki bileşeni olan turizm ve konaklamaya bel bağlamıştır (Horner ve Swarbrooke, 2005, s. 25).

Turizm tanımındaki faaliyetler, boş zaman faaliyetlerindeki sınıflamaya işaret etmektedir. Turizm faaliyetlerindeki tek fark turizm faaliyetlerinin ev dışında gerçekleşmesidir. Dolayısıyla günlük gezileri ve ziyaretleri de kapsayan turizm ile boş zaman kavramı arasındaki farkı görmek daha da zorlaşmıştır. Christopher J. Holloway turizmi şöyle tanımlamaktadır (Akt: Morgan, 1996, s. 9): “Turizm, isteğe bağlı olarak kullanılan zamanın bir çeşit dinlenme şeklidir.”

Rekreasyon ve turizm arasındaki ilişkiyi Olarewaju (2000) (Akt: Adesoye ve Ajibua, 2015, S: 81) aşağıdaki gibi maddelendirmiştir:

- Her ikisi de serbest zamanda gerçekleştirilir
- Her ikisi de seçimlere dayalıdır
- Her ikisinde de katılımcılar ödeme almaz
- Turizm, rekreasyondan daha kapsamlı bir konsepttir.
- Her ikisi de benzer öge ve kaynakları kullanır.

İKİNCİ BÖLÜM

2. MOTİVASYON

2.1. Motivasyon Tanımları ve Anlamı

Motivasyon, insanların günlük yaşamlarındaki davranışlarını akademik olarak açıklamaya yarayan kilit unsurlardan biridir. Bizi belirli bir biçimde hareket etmeye ve belirli aktiviteler aramaya yönlendiren; davranışlarımızın arkasındaki itici güç motivasyondur (Evans, 2012, s. 9). Motivasyon, bilimsel olarak insanların davranışları, istekleri ve ihtiyaçlarını açıklamada kullanılır. Örneğin insanların yaptıkları eylemleri neden yaptıklarını anlatmak için kullanılabilir (Şeker, 2015, s. 22).

Motivasyon Latince “hareket etmek” anlamını taşıyan “movere” kelimesinden türemiştir (Adair, 2003, s. 9). Motivasyon (ing. Motivation) kelimesinin kökü de yine İngilizce’de kullanılan “motive” kelimesine dayandırılır. Türkçe tercümesi ise tam karşılığını vermemekle birlikte “güdülenme” ya da “harekete geçirici” olarak yapılır. Yani motivasyon ile anlatılmak istenen insanların eylemlerinin arkasında yer alan güdüdür diyebiliriz.

Motivasyon en genel anlamda; insanın fizyolojik veya psikolojik ihtiyaçlarının eksik olmasıyla başlayan, teşvik edici unsura erişmek için bir davranışın ya da dürtünün harekete geçmesini ifade eder (Luthans, 2011, s. 157). Birçok araştırmacı da motivasyonu psikolojik ve fizyolojik olarak kategorize etmektedir. Aşağıdaki şekil de bu süreci grafiksel olarak göstermektedir:



Şekil 2.1. Temel Motivasyon Süreci (Luthans, 2011, s. 157)

Maslow da kitabında yalnızca tatmin edilmemiş ihtiyaçların motivasyon kaynağını sağladığını; tatmin edilmiş bir ihtiyacın herhangi bir dürtü yaratmadığını belirtir.

Motivasyon psikoloji alanında; özünde enerji, yönlendirme, ısrar gibi unsurları barındıran biyolojik, bilişsel ve sosyal düzenlemelerin kaynağı olarak karşımıza çıkar. Gerçek dünyada motivasyonun doğurduğu sonuçlar oldukça önemli olup belki de bu

nedenle yönetici, öğrenmen, din adamı, ebeveyn gibi diğerlerini harekete geçiren rollerin etki alanının genişliği daha da önemli hale gelmektedir. (Ryan ve Deci, 2000a, s. 69)

Motivasyon, “belirli hedeflerin olduğu gönüllü eylemlerin uyarılmasına, yönlendirilmesine ve sürekliliğine neden olan psikolojik süreci temsil eder (Mitchell, 1982, s. 81). Robbins’e (1993, s. 43) göre ise motivasyon, bazı bireysel ihtiyaçları giderme amacıyla en üst seviyede çaba göstermeye istekli olmaktır.

Başka bir bakış açısı ile motivasyon; insanın fizyolojik dürtü ve çevresel uyarıcıların etkisiyle harekete geçtiğini belirten “mekanik” ve insanın gönüllü olarak eyleme geçtiğini savunan “organizmik” teoriler olarak literatüre geçmiştir (Deci ve Ryan, 1985, s. 3-4). Buradaki aktif organizma görüşü, uyarıcıları insan davranışlarının nedenlerinden ziyade ihtiyaçların karşılanmasındaki fırsat veya zorluklar olarak değerlendirir, yani bu varsayımda uyarıcıların psikolojik anlamlarının insanların deneyimleri üzerindeki önemine odaklanılmaktadır.

2.2. Motivasyonla İlgili Temel Kavramlar

2.2.1. GÜDÜ (Motive)

“Güdü” kelimesinin tanımı, motivasyon kavramının anlaşılması için önemlidir. “Güdü” kelimesini en basit hali ile bir eylemin nedeni olarak tanımlamak mümkündür. TDK sözlüğünde güdü “bilinçli veya bilinçsiz olarak davranışı doğuran, sürekliliğini sağlayan ve ona yön veren herhangi bir güç, saik” olarak tanımlanmıştır. Bir kişiyi belirli bir şekilde hareket etmesini ya da en azından belirli davranışlar için bir eğilim geliştirmesini sağlayan sebep güdü ile ilgilidir. Örneğin susayan bir kişinin susuzluğunu gidermek için su içmesi ya da bir öğrencinin sınıfını geçmek için sınavlarına çalışması birer güdü örneğidir (Pardee, 1990, s. 6)

2.2.2. İhtiyaç (Need)

İnsan ihtiyacı en basit hali ile bir şeyin noksanlığı, eksikliğidir. Morgan ve King (1966) ihtiyacı bireyin bünyesindeki kazanılmış ya da fizyolojik özelliklerde bir eksiklik olarak tanımlamıştır. İnsanların ihtiyaçlarının motivasyonel yönlerini birer dürtü olarak gören birçok psikolog, ihtiyacın dürtüden önce geldiğini ve motivasyonun kendisi değil sebebi olduğunu belirtmiştir. İnsanların iç dengelerini sürdürme ihtiyaçları vardır, bu nedenledir ki dürtüler bu kaybedilen özdengeyi geri kazanmada etkili güçtür. (Torkildsen, 2005, s. 100)

İhtiyaç genellikle bir dürtüyü simgeler ya da dürtüyü başlatmak için gerekli olan içsel çatışmayı temsil eder, insanın uyumaya ihtiyacı olması gibi (Torkildsen, 2005, s. 10). İnsanlar önce en temel fizyolojik ihtiyaçlarını karşılama eğilimdedir, diğer ihtiyaçlar bundan sonra sırasıyla gelir. Bu konu temel ihtiyaçları analiz eden Maslow'un ihtiyaçlar teorisi bölümünde daha detaylı anlatılacaktır.

İhtiyaç, belirli sonuçların çekici görünmesini sağlayan fizyolojik veya psikolojik eksiklik anlamına gelir (Robbins, 1993, s. 43). Yine benzer bir tanımla ihtiyaç, sonuçların çekici geldiği, tatmin edilmediğinde gerilim yaratan içsel bir dürtü olarak ifade edilmiştir (Ramlall, 2004, s. 53).

İhtiyaçlar fiziksel veya psikolojik bir dengesizlik olduğunda ortaya çıkar. Örneğin hücrelerin gıda ve sudan mahrum kalması ya da bir kişinin arkadaşlarından uzak kalması, ihtiyacı ortaya çıkarır. Bazı durumda psikolojik ihtiyaçlar eksiklikten kaynaklansa da bazen değildir, mesela öne geçmek için güçlü bir arzusu olan bir birey geçmişinde tutarlı bir başarı sergilemiş olabilir (Luthans, 2011, s. 157).

2.2.3. Dürtü (Drive)

Freud'un teorisine göre insanların tüm davranışları bir nedene dayalıdır, yani aslında hiçbir şey tesadüfen gerçekleşmez ya da bir davranış kazara sergilenmez. Belirli bir seviyeye kadar bilinçsizce devreye giren ve tüm davranışları güdüleyen temel dürtüler, ruh kimliği olarak da ifade edilir. Bunlar sabit davranış biçimleri değil, dış dünyanın getirdiği talep, kısıt ve gerçeklere göre devreye girer. Hedef odaklı olan dürtü, enerji yayan ve insan kişiliğinin güdüleyici faktörü olarak ele alınır (Torkildsen, 2005, s. 100-101).

Zaman zaman birbirinin yerine de kullanılabilen dürtü ve güdüler, birkaç istisnai durum dışında ihtiyaçları dindirmek için kurgulanmıştır. Fizyolojik ya da psikolojik dürtüler eylem odaklı olup, teşvik edici bir hedefe ulaşmada itici kuvvete dönüşür. Bu duruma örnek olarak yemek ve su ihtiyacının açlık ve susuzluk dürtüsüne dönüşmesi verilebilir (Luthans, 2011, s. 157).

2.3. Motivasyon Teorileri

Motivasyon konusunda geliştirilen teoriler, güdülenme süreci içinde vurguladıkları aşamalara göre farklılaşmakta ve çeşitlenmektedir. Motivasyon teorilerinin gelişimi uzak

tarihe uzanmamakta, 20. yüzyıldan bu yana gözlemlenmektedir. Motivasyon düşünce ve hareketleri belirleyen, davranışın oluşmasını, devam etmesini, durmasını ve seçimlerin yapılmasını açıklayan; ayrıca öğrenme ile iç içe geçmiş olmasından dolayı hem akademik hem de günlük hayatta önemli bir yeri vardır (Kusurkar vd, 2012, s. 736).

Motivasyon başlı başına karmaşık bir konu olarak nitelendirilir ve insan davranışları da zaten başlı başına karmaşık ve değişkendir. Hümanist psikologlar, motivasyonu ihtiyaç hiyerarşisi ve kendini gerçekleştirme ile açıklayıp, daha çok içsel kısımlarına odaklanmışlardır (Chiu, 2008, s. 43). Motivasyon teorileri, insanların doğası ve eylemlere ivme kazandıran faktörler hakkındaki varsayımlar üzerine kuruludur (Deci ve Ryan, 1985, s. 3).

Motivasyon ile ilgili teorileri, “kapsam” ve “süreç” teorileri olmak üzere iki gruba ayırmak mümkündür. Kapsam teorileri, içe dönük etkenlerin üzerinde dururken; süreç teorileri ise dışa dönük etkenlere öncelikle vermektedir (Önen ve Kanayran, 2015, s. 50).

Kapsam teorileri, kişinin içinde bulunduğu ve kişiyi belirli yönlerde davranışa sevk eden faktörleri anlamaya çalışır (Koçel, 2005, s. 584’den aktaran Küçüközkan, 2015, s. 101). Yani bireylerin içsel ve dışsal uyarıcılara verdiği tepkiler arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışır. İhtiyaç teorileri olarak da adlandırılan kapsam teorileri, davranışı tetikleyen ve yönlendiren içsel faktörlere odaklanır. Diğer bir deyişle bu teoriler, motivasyonu bireyin kendi ihtiyaçlarını tatmin etmek için harekete geçmesini zorlayıcı içsel dürtüler olarak değerlendirir (Reagan, 2009, s. 2).

Araştırmamızla ilgili olan temel motivasyon kapsam teorileri aşağıda alt başlıklar halinde ayrıntılı olarak incelenmiştir.

2.3.1. Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi

Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi, motivasyon teorileri içinde yönetim ve organizasyonel davranış literatüründe geniş kabul görmüş ve bu alanlarda çalışan birçok araştırmacıyı da etkisi altında bırakmıştır. Başlangıçta yeterli araştırma sonuçlarına dayanmasa da altmışlı yılların ortalarındaki ampirik bulgular teorisinin öngörülerini desteklemiştir (Wahba ve Bridwell, 1976, s. 212).

Maslow’a göre motivasyon teorisinin merkezinde insan olmalıdır. Abraham Maslow, insanın tabiatı gereği “iyi” olduğuna ve sürekli gelişen içsel dürtülerinin potansiyeline inanır (Pardee, 1990, s. 8).

Abraham Maslow'un (1943) ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi eēitim, girişimcilik ve sosyal psikoloji üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu teori, bireyin ihtiyaçlarının hedefleri ve doğası ile bu ihtiyaçlar arasındaki ilişkiyi anlatır. Maslow'a (1970) göre insanlar ihtiyaçlarını gidermek arzusuyla içsel ve dışsal olarak motive olurlar.

Maslow'un geliřtirdiēi İhtiyaçlar hiyerarşisi, insanların güdülerini sınıflandırmak için yaygın olarak kullanılır. Hiyerarşideki beş güdü, daha üst kategorilere ulaşmak için en alttan başlayarak sırayla karşılanması gerekir (Pardee, 1990, s. 8). Maslow ihtiyaçların, baskınlık durumlarına göre kendini hiyerarşik yapıya göre ayarladığını belirtir. Yani bir ihtiyacın ortaya çıkması, ondan önce yer alan başka bir ihtiyacın tatmin edilmesi demektir (Maslow, 1943, s. 3).

Maslow (1943), ihtiyaçlar piramidinde bir üst kademeye geçmek için bir önceki ihtiyacın yeterince karşılanması gerektiğini ve sürecin en alttaki temel ihtiyaçlarla başladığını anlatır. Bu nedenle bir insanın fizyolojik ihtiyaçları karşılandıktan sonra güvenlik ihtiyacı, sosyal ihtiyaçları sırasıyla ortaya çıkacaktır. İnsanoēlu devamlı olarak ihtiyaçlarını giderme arayışındadır (Brenner vd, 1971, s. 360). Ortalama bir insan, isteklerinin karşılanması konusunda ya kısmen tatmin olur ya da kısmen tatmin olmaz (Ramlall, 2004, s. 54). İnsanlar devamlı olarak birtakım ihtiyaçlarını karşılamaya çalışırlar ve bu ihtiyaçlar bir kere tatmin edilirlerse, davranışlar için güdü olmaktan çıkarlar.

Abraham Maslow'un bireysel ihtiyaçların hiyerarşik bir düzende yer aldığını gösteren ihtiyaçlar hiyerarşisindeki beş grup ařaēıda detaylı anlatılmıştır (Maslow, 1943; Reagan, 2009; Chiu, 2008; Pardee, 1990):



şekil 2.2. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi

Fizyolojik ihtiyaçlar (Physiological): İnsanın hayatta kalmak için gereksinim duyduğu en temel ihtiyaçlarını ifade eder; hava, yeme, içme, barınma, uyku ve fiziksel aktivite gibi. Motivasyon teorisinin başlangıç noktası olarak kabul edilebilir.

Güvenlik ihtiyaı (Safety): İnsanın bulunduğu fiziksel ortamda kendini rahat, stabil ve güvende hissetme ihtiyaını ifade eder; tehlike, belirsizlik ve tehdit unsurlarından arınmış bir ortamı anlatır.

Ait olma ve sevgi ihtiyaı (Love-Belonging): Fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçları yeterince giderildikten sonra ortaya çıkar. Arkadaşlık, aile, sevgi alışverişi, kabul görme, bir gruba ait olma gibi ihtiyaçları ifade eder, ilişki odaklıdır.

Değer verilme ihtiyaı (Esteem): Bir başkasından saygı görme, unvan ve statü sahibi olma, tanınma ihtiyaı olarak açıklanan ve aynı zamanda ego tatmini olarak da ifade edilen ihtiyaçtır. Tatmin edildiğinde g, yeterlilik, işe yarama hissi verirken, yokluğunda zayıflık, acizlik ruh haline iter.

Kendini gerçekleştirme (Self-Actualization): Piramitteki tüm ihtiyaçları sırasıyla tatmin edilen birey, artık kendi potansiyelini keşfetmek ve kişisel tatmini için kapasitesini zorlayacak aktiviteler içinde olma arzusundadır.

Maslow tatmin edilmiş ihtiyaçların artık motive edici olmadığını belirtir. Ona göre alt seviyedeki ihtiyaçlar tatmin edildiğinde artık davranış dürtüsü ortanda kalkar ve st seviyedeki ihtiyaçlar güdüleyici g olarak yer alır. Maslow'un ihtiyaç hiyerarşisinden iki ana varsayım türetilabilir (Pardee, 1990, s. 9):

- Tatmin edilmiş bir ihtiyaç, davranışı gdlemez.
- Alt seviyedeki ihtiyaç karşılandığında, sıradaki ihtiyaç davranışın en baskın belirleyicisine dönüşür

Karşılanmayan ihtiyaçlar davranışı güdüler; yani önce fizyolojik ve güvenlik gibi piramidin altındaki ihtiyaçlar giderilirse; ait olma, değer verilme ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçları motive edici olacaktır. Hiyerarşinin bu mantığına göre örneğin, bir çalışan için yeterli ücret ve güvenli çalışma ortamı sağlanırsa, sonrasında statü, sorumluluk ve zorlayıcı görevlerle motive olmaya başlayacaktır (Reagan, 2009, s. 3).

Maslow'un çalışmasının en önemli sonuçlarından biri de insan ihtiyaını tanımlayarak leklendirmesinin yanında günümüzde diğer karmaşık psikolojik bilimler arasında yönetim çalışmalarına yön gösteren önemli bir teknik getirmiş olmasıdır. Maslow'un ihtiyaç teorisi dikey bir piramitle anlatılmıştır. Bu hali özellikle iş tatmini üzerine daha kullanışlı bir yapıdır (Udechukwu, 2009, s. 77).

2.3.2. Herzberg'in çift faktör (motivasyon-hijyen) teorisi

Herzberg, Mausner ve Snyderman 1959 yılında, Birleşik Devletlerdeki 9 farklı şirketten 200 muhasebeci ve mühendis ile iş tatmini üzerine bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada çalışanlara işyerinde deneyimledikleri en kötü ve en iyi hisler ile onları daha çok çalışmaya itecek faktörler sorulmuş ve bunların puanlanması istenmiştir (Tan ve Waheed, 2011, s. 5). Yanıtlara göre, iş doyumu üzerinde etkili olan faktörler; başarı, tanınma, terfi imkanları, sorumluluk, kişisel gelişim olarak tespit edilmiştir ve Herzberg bunları “motivasyon/güdüleyici faktörler” olarak tanımlamıştır. İş doyumsuzluğuna neden olan maaş, şirket politikası, statü, teknik yeterlilik, kişilerarası ilişkiler ve çalışma koşulları gibi iş ortamı ile ilgili faktörleri de “hijyen faktörleri” olarak tanımlamıştır (Brenner vd, 1971, s. 360).

1959 yılında Herzberg ve arkadaşları, yaptıkları çalışmanın neticesinde güdülemede Herzberg Modeli diye bilinen "çift faktör" ya da “motivasyon-hijyen” diye adlandırılan kuramı geliştirmişlerdir. Bu çalışmanın bulguları işle ilgili tatmin ile tatminsizliğin farklı faktör setleri tarafından belirlendiğini desteklemiştir (Brenner vd, 1971, s. 360). Teoriye göre, hijyen faktörlerinin noksanlığı işe karşı memnuniyetsizlik yaratırken, var olması durumunda ise memnuniyet getirmez ya da motive etmemektedir (Gawel, 1997, s. 1). Güdüleyici faktörlerin varlığı ise bazen tatmin bazen de tatminsizlik yaratır. Güdüleyici faktörler iş performansı üzerinde uzun vadeli olumlu etki yaratırken, hijyen faktörlerinin iş performansına yansımaları kısa vadeli olmaktadır (Gawel, 1997, s. 1). Herzberg güdüleyici faktörleri içsel, hijyen faktörlerini ise dışsal olarak nitelendirmektedir (Pardee, 1990, s. 13).

Herzberg tarafından ileri sürülen “Çift Faktör Kuramı”, literatürde Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisinden sonra en çok bilinen kapsam (gereksinim) kuramlarından biri olup, aynı zamanda iş doyumu ile ilgili geliştirilen en önemli kuramlardan biri olarak kabul edilmektedir (Drafke-Kossen, 1997: 281’den aktaran Kaya vd, 2013, s. 4).

Herzberg’in çift faktör teorisi ile Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisi arasında benzerlikler bulunmaktadır. Herzberg’in hijyen faktörlerinin Maslow’un piramidinde alt seviyedeki ihtiyaçlara, motivasyon faktörlerininse Maslow’un piramidinde üst seviyedeki ihtiyaçlara denk geldiği anlaşılr.

2.3.3. Alderfer'in E.R.G. teorisi

Clayton Alderfer, 1970'li yılların başında Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi basitleştirerek daha basit bir motivasyon yaklaşımı geliştirmiştir. E.R.G. teorisine göre bir insanın karşılama ihtiyacı duyduğu üç temel ihtiyacı vardır (Alderfer, 1969, s. 145):

- Var oluş (*Existance*): Bireyin varoluşu ile ilgili temel maddi ihtiyaçlarını, uyku, egzersiz gibi fizyolojik, temel güvenlik ve yemek, giyinmek gibi maddi ihtiyaçlar, ifade eder.
- İlişki (*Relatedness*): Bireyin kendisi için önemli kişilerle olan sosyal ilişkileri, itibar, bilinirlik, ait olma gibi duygular bu gruptadır. Maslow'un ait olma ve takdir ihtiyaçları ile benzer özellikler gösterir.
- Gelişme (*Growth*): Bireyin kendi kişisel gelişimi için fırsatlar arayışını, bilgiye ulaşma ve kendini gerçekleştirme çabasını anlatmaktadır. Maslow'un hiyerarşisinde kendini gerçekleştirme ile ilişkilidir.

Bu ihtiyaçlar, motivasyonun temel bileşenlerini oluşturur. İnsanlar, genelde isteklerini temel ihtiyaçlarının karışımı olarak karmaşık şekillerde ifade ederler. Örneğin işyerinde bir terfi durumunu ele alırsak; maaş artışı ile maddi ödül, farklı kişilerle birlikte olma sonucu ile ilişki ihtiyacı ve yeteneklerini kullanıp kendini geliştirme şansı ile gelişme ihtiyacını tatmin edip aynı anda üç gereksinimi de karşılayan bir motivasyon elde edilir (Alderfer, 1969, s. 145).

E.R.G. teorisi, alt gruptaki ihtiyaçlar tamamen tatmin edilmeden bir üst gruptaki motivasyon sağlamaz diye bir kuralı olmadığı için ihtiyaçlar hiyerarşisinden farklıdır. E.R.G. teorisi birden fazla ihtiyacın aynı anda var olabileceğini vurgular ki bu Maslow'un bir seferde yalnızca bir ihtiyaç giderilir savından ayrılır (Chiu, 2008, s. 45) Ayrıca E.R.G. modelinde bireyin üst seviyedeki bir ihtiyacının tatmininde görülen başarısızlık, onun geri çekilmesine ve daha alt seviyedeki ihtiyacın motivasyon odağı olmasına neden olur (Reagan, 2009, s. 3-4). Her iki kuram da alt gruptaki bir ihtiyaç giderildiğinde yeni odağın bir üst seviye olacağı konusunda ortak görüş belirtir (Chiu, 2008, s. 45).

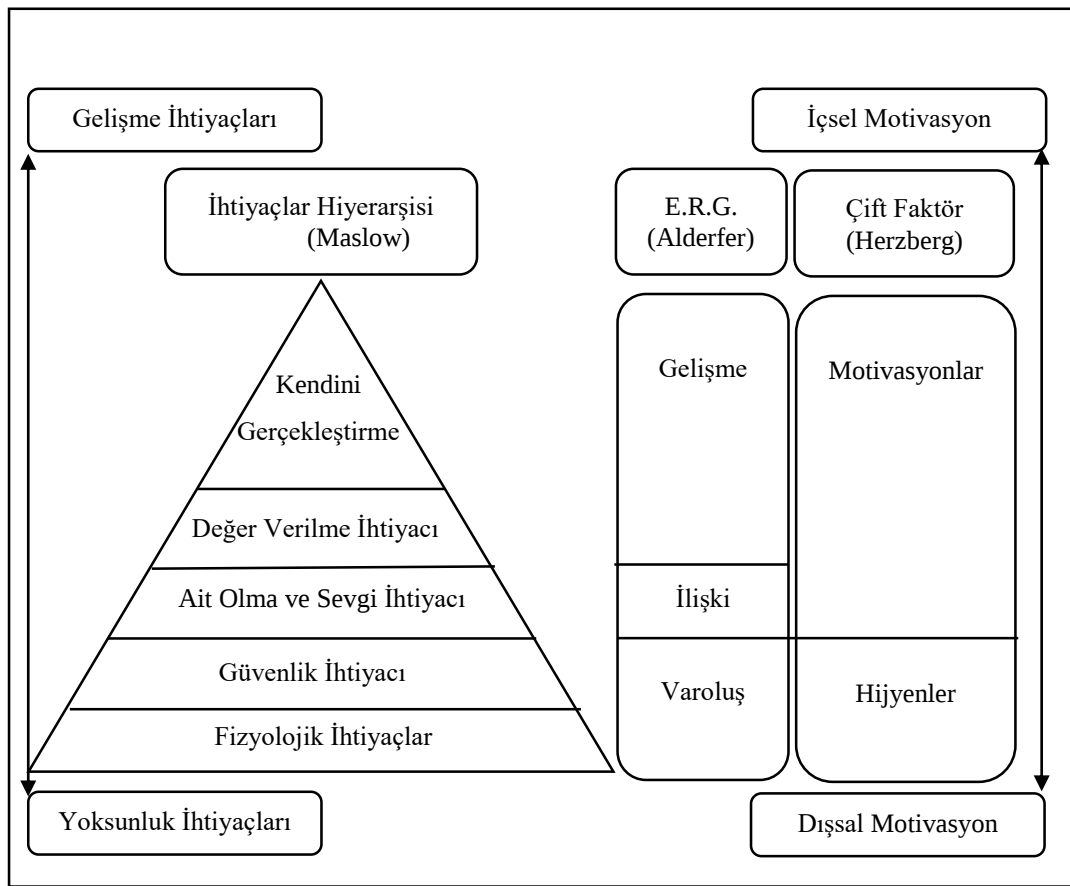
Alderfer'in (1969) E.R.G. teorisinde insanların ihtiyaçlarıyla istekleri arasındaki ilişkiyi açıklamak adına yedi farklı önerme getirmiştir:

1. Varoluş ihtiyacı daha az tatmin edilirse, daha çok istenir.
2. İlişki ihtiyacı daha az tatmin edilirse, varoluş ihtiyaçları daha çok istenir.
3. Varoluş ihtiyacı daha çok tatmin edilirse, ilişki ihtiyaçları daha çok istenir.
4. İlişki ihtiyacı daha az tatmin edilirse, daha çok istenir.

5. Gelişme ihtiyacı daha az tatmin edilirse, ilişki ihtiyaçları daha çok istenir.
6. İlişki ihtiyacı daha çok tatmin edilirse, gelişme ihtiyaçları daha çok istenir.
7. Gelişme ihtiyacı daha çok tatmin edilirse, daha çok istenir.

Bu önermelere göre herhangi bir isteğin gücünü etkileyen birkaç tatmin yolu olabildiği gibi herhangi bir tatmin de birden fazla isteği tetikleyebilir.

Yukarıda açıklamaya çalıştığımız Maslow, Aiderfer ve Herzberg ihtiyaç kuramları arasında bazı benzerlikler bulunur. Hepsi de motivasyon için ihtiyaçların tatmin edilmesini gerektiğini savunur. Bu benzerlikler aşağıdaki Şekil 2.3.'te gösterilmiştir:



Şekil 2.3. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi, Aiderfer'in ERG Teorisi ve Hertzberg'in Çift Faktör Kuramı (Chiu, 2008, s. 47)

2.3.4. Öz belirleme (özerklik) teorisi (self-determination theory)

Uluslararası literatürde Self-Determination Theory olarak bilinen, Öz Belirleme (Özerklik) Teorisi (ÖBK), Deci ve Ryan tarafından 1980'lerin başında boş zaman davranışını motivasyon kavramı çerçevesinde açıklayan bir kuramdır (Deci ve Ryan,

1985). ÖBK, kişilik gelişimi ve davranışsal öz düzenleme için insanların gelişmiş içsel kaynaklarının önemini vurgulayan bir organik üst kuram uygularken; geleneksel ampirik yöntemleri kullanan insan motivasyonu ve kişiliğine ilişkin yaklaşımdır (Ryan ve Deci, 2000a, s. 68). Yani çalışma alanı, insanın öz motivasyonu ve kişilik bütünlüğünün temelini oluşturan ve pozitif yönde büyümeyi teşvik eden, doğuştan gelen eğilimler ve psikolojik ihtiyaçlardır.

Deci ve Ryan (2000) Öz belirleme teorisini bilişsel değerlendirme teorisi ve organizmik bütünleşme teorisi ile açıklamaktadır.

Bilişsel Değerlendirme Kuramı (Cognitive Evaluation Theory); yeterlik, ilişkili olma ve özerklik ihtiyaçları kapsamında oluşan bir içsel motivasyondaki çeşitliliği açıklamayı hedefleyen bir kuramdır (Ryan ve Deci, 2000a, s. 70). Aynı zamanda toplumsal bağlamların içsel motivasyon üzerindeki etkilerini açıklar (Chiu, 2008, s. 48). Kuram, bu üç temel psikolojik ihtiyacın karşılanmasının iyi olmak için gerekli olduğunu vurgular.

Öz-belirleme kuramı, bireylerin, grupların ve toplumların sağlıklı bir biçimde gelişmesini teşvik edecek koşulları belirlemek ve büyüme, bütünleşme, refah sürecinde etkin olan faktörleri net bir biçimde tanımlamayı hedefler (Ryan ve Deci, 2000a, s. 74). ÖBK ile yapılan araştırmaların çoğunda öz motivasyon, sosyal işlevsellik ve kişisel refahı engelleyen ya da baltalayan çevresel faktörler de incelenmiş, yani sadece olumlu gelişim eğilimlerine odaklanmayıp bu eğitimsel ortamlara karşı çıkan sosyal ortamlar da incelenmiştir (Ryan ve Deci, 2000a, s. 69). Deci ve Ryan (1985, s. 6) öz belirlemeyi; bir kişinin davranışlarını belirlemek için zorunluluklar, dürtüler gibi itici güçler yerine kendisinin seçme ya da seçeneklerinin olması kapasitesi olarak tanımlar.

Öz belirleme teorisinde (Deci ve Ryan, 1985) motivasyon türleri, bir davranışın ortaya çıkmasındaki farklı nedenler ve hedeflere göre ayrılmıştır. Teoriye göre üç tür insan motivasyonu bulunur; *içsel motivasyon*, *dışsal motivasyon* ve *amotivasyon* (*motivasyonsuzluk*). Bu sınıflandırmadaki içsel motivasyon, doğası gereği eğlenceli ve ilgi çekici bir şeyler yapmak anlamına gelirken; dışsal motivasyon ise elde edilen (para, ödül gibi) bir sonuca götüren faaliyetleri ifade eder (Ryan ve Deci, 2000b, s. 55). İçsel motivasyonu bireye dayalı, dışsal motivasyonu da topluma dayalı olarak görmek gerekmektedir. Amotivasyon ise motivasyonsuzluk ya da davranışa karşı olan isteksizlik durumudur.

- **İçsel Motivasyon**

İçsel motivasyon, kalıcı sonuçlar elde etmek yerine insanın özünde tatmin sağlamak için eyleme geçmesini ifade eder (Ryan ve Deci, 2000b, s. 56). İçsel olarak güdülenen birey, bir ödül ya da baskıdan dolayı değil, eğlence ya da meydan okumak için harekete geçer. İnsan doğuşundan itibaren meraklı, hevesli, aktif ve eğlenceli bir varlık olup dışardan bir teşvik gereksinimi olmadan her zaman keşfetmeye ve öğrenmeye hazırdır. İnsanın bu doğal motivasyonu, bilişsel, sosyal ve fiziksel gelişimine önemli katkısı vardır. İçsel motivasyon bir taraftan insanların içinde doğal olarak vardır diye kabul edilirken, başka bir taraftan da bu içsel motivasyon insanların birbirleri ve aktiviteler arasındaki etkileşiminden ortaya çıkar diye kabul edilir (Ryan ve Deci, 2000b, s. 56).

İnsanlar zorlayıcı etkilerden serbest kaldıklarında, yaratıcılıklarını ve becerikliliklerini kullanabilecekleri, onları çok zorlamayacak aktivitelerin arayışına girerler. Kendilerine en uygun görevi bulduklarında ise onu elde edip kendi kendilerini yenmek için bıkmadan uğraşırlar (Deci ve Ryan, 1985, s. 32-33). İçsel olarak motive olmuş kişiler kendilerini öz-belirleyici ve yetkin olarak hisseder ve olumlu geri bildirimlerin de etkisiyle ilgi ve keyfi deneyimlerler. Aynı zamanda zaman kısıtları, tehditler ve dışarıdan dayatılmış amaçlar ile yönlendirmeler de motivasyonu düşürücü etkiler yaratmaktadır (Deci ve Ryan, 1985, s. 34-35).

Öz belirleme kuramı, içsel motivasyonun tatmini için üç temel psikolojik ihtiyaca odaklanmıştır; yeterlik (competence), ilişkili olma (relatedness) ve özerklik (autonomy). *Yeterlik* ihtiyacı bireyin hedeflerine ulaşma duygusunu; *ilişkili olma* ihtiyacı insanların hayatlarındaki önemli kişilerle bağ kurma, bir gruba ya da kültüre ait olma duygusunu; *özerklik* ihtiyacı ise kişinin davranışlarının belirleyicisi olarak kendisini görme duygusudur (Ryan ve Deci, 2000b, s. 63).

İçsel motivasyon durumuna örnek olarak geleneksel sporlara kıyasla katılımcı sayısının az olduğu extreme sporlarla ilgilenen bireyleri ele alırsak; zorluk derecesinin daha yüksek olması, özel ve yeni becerilerin gereksinimi, katılımları içsel olarak isteklendirmektedir.

- **Dışsal Motivasyon**

Dışsal motivasyon kavramı, bireyin kendi isteği dışında, dış dünyadan etkilenip şekillenen harekete geçirici bir güdü ortaya çıkaran kavramdır. ÖBK'nın bir alt teorisi olarak tanımlanan *Organizmik Bütünleşme Teorisi (Organismic Integration Theory)*, dışsal motivasyonun bir kişinin varlığına adapte edilebilecek gelişim sürecinin

incelenmesi ile ilgilidir (Chiu, 2008, s. 48). Dışsal motivasyonun farklı davranış biçimlerini ve bu davranış düzenlemelerinin içselleştirilmesini ve bütünleşmesini teşvik eden veya engelleyen bağlamsal faktörleri detaylandırır (Ryan ve Deci, 2000a, s. 72).

ÖBK içerisindeki Organizmik Bütünleşme Kuramının yapısı Şekil 2.4'te gösterilmiştir.

Davranış	Özerk Değil					Özerk
Motivasyon türü	AMOTİVASYON	DIŞSAL MOTİVASYON				İÇSEL MOTİVASYON
Düzenleme türü	Düzenleme Dışı	Dışsal Düzenleme	İçe Yansıtılan Düzenleme	Belirlenmiş Düzenleme	Bütünleşmiş Düzenleme	İçsel Düzenleme
Nedensellik Odağı	Kendinden Emin Olamama					Kendinden Emin Olma

Şekil 2.4. ÖBK Organizmik Bütünleşme Kuramı Sürecindeki Motivasyon, Düzenleme ve Davranış Türleri (Ryan ve Deci, 2000a, s. 72)

Şeklin en solunda yer alan motivasyonsuzluk durumunda; insanlar ya hiçbir şey yapmaz ya da isteksiz bir şekilde yaparlar. Bir önceki bölümde detaylı anlatılan içsel motivasyon, özerklik özelliği ile öz belirlemenin tipik özelliğini taşır (Ryan ve Deci, 2000a, s. 72). Dışsal motivasyon ise tam aksine özerk düzendeki amotivasyon ve içsel motivasyon arasındaki değişken süreci kapsar.

Ryan ve Deci (2000a) davranışları düzenleyen dört çeşit dışsal motivasyon kaynağı tanımlamışlardır:

- Dışsal düzenleme (*external regulation*)
- İçe yansıtılan düzenleme (*introjected regulation*)
- Belirlenmiş düzenleme (*identified regulation*) ve
- Bütünleşmiş düzenleme (*integrated regulation*)

Dışsal düzenlenmiş motivasyonun kaynağı tamamen dışarıdan gelmektedir. Bu güdülenme çeşidi, dışarıdan gelen bir ödül veya cezaya bağımlı bir şekilde hareket ettirir (Ryan ve Deci, 2000a, s. 72). Birey, kendi ilgisinin olmadığı ancak çevresinin zorladığı ve kendisine dayatılarak yapmak zorunda bırakıldığı düzenlenmiş davranışa ödül ve ceza nedeniyle güdülenmektedir.

Dışsal motivasyonun ikinci türü olan içe yansıtılarak düzenlenen motive olma biçimi, bireyin, dışsal düzenlemenin sadece bir kısmını kendisininmiş gibi benimseyip hissetmesini ifade eder. Daha kontrollü bir düzenleme olan bu davranış biçiminde amaç, suçluluk ve kaygıdan kaçınarak, egoyu tatmin edici benliği geliştirmeye çalışan davranışta bulunulmasıdır (Ryan ve Deci, 2000a, s. 72).

Belirlenmiş düzenlenme ile motive olan birey, davranışlarında hedef belirleme ya da davranışlarını düzenlemeye, bilinçli olarak değerlendirip daha özerk davranmak için istekli olma eğilimdedir (Ryan ve Deci, 2000a, s. 72).

Dışsal motivasyon kategorilerinin sonuncusu bütünleşmiş düzenleme motivasyonu, en özerk alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu düzenleme çeşidi tam anlamıyla benlik tarafından benimsendiğinde kendini göstermekte, yani birey kendi değerleri ve ihtiyaçları bakımından değerlendirip uygun davranışı seçtiğinde bütünleşme sağlamaktadır (Ryan ve Deci, 2000a, s. 72). Bütünleşmiş motivasyonla ortaya çıkan eylemler çeşitli açılardan içsel motivasyon ile örtüşse de, sonuçlarının kalıcılığı bakımından içsel motivasyondan ayrılmaktadır.

2.4. Boş Zaman ve Motivasyon İlişkisi

Boş zaman motivasyonu, rekreasyon aktivitelerine katılmayı teşvik eden ihtiyaç, sebep ya da memnuniyet olarak tanımlanabilir (Crandall, 1980, s. 51). Başka bir görüşe göre de boş zaman aktivitelerine katılmak için gerekli olan psikolojik ve sosyal nedenler olarak ifade edilir. Boş zaman motivasyonunu anlamak insanların neden bu etkinliklerde yer aldığını belirlemek ve ayrıca etkinliklere katılımın sonuçlarını anlamak açısından çok önemlidir (Harden, 2008, s. 6).

İnsanların rekreasyonel aktivitelerde yer almasını etkileyen çeşitli nedenler vardır. Araştırmacılar yıllar içerisinde farklı grupların boş zaman katılım motivasyonlarını, eğlence, dinlenme ve kaçış gibi görünen nedenlerin ötesini araştırmıştır. Bir insanın yaptığı seçim onun kişiliği, eğitim geçmişi, fiziksel ve ruhsal sağlığı, ekonomik koşulları gibi durumlardan etkilenebilir. Örneğin, dışa dönük ve sosyal biri daha çok oyun, spor gibi grup aktivitelerini seçerken; içe dönük birisi daha sakin, daha az grup etkileşimi olan doğa aktivitelerini seçebilir (Kraus, 1998, s. 59). Bireyler kişilik özellikleri doğrultusunda boş zaman aktivitelerine yönelmektedirler. Aktivitelerin özellikleri ile bireyin özelliklerinin uyum sağlaması, ayrıca seçim özgürlüğünün olması bireyin aktiviteye olan motivasyonunu ve doyumunda önemli rol oynamaktadır.

Rekreasyon insanın bedensel ve ruhsal ihtiyaçları sonucu ortaya çıkmıştır ve bu ihtiyaçları gidermek için yapılan aktiviteler bütünüü ifade etmektedir (Sevil, 2012, s. 12). Bu bakış açısıyla düşünöldüğünde rekreasyon, Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisiyle de yakın bir ilişki içerisindedir. Rekreasyon faaliyetleri, bireylere fizyolojik, psikolojik ve sosyolojik aından katkıda bulunmaktadır.

Rekreasyon ihtiyacını çeşitli yazarlar açıklamaya çalışmışlardır. Tillman (1974) da insanların boş zaman ihtiyacının önemini tanımlamaya çalışan yazarlardandır (Torkildsen, 2005, s. 107). Bu ihtiyaçlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

- Macera, dinlenme ve kaçış gibi yeni deneyimler
- Tanınma ve kimlik
- Güvenlik; susuzluk, açlık ya da acıdan uzak kalmak
- Üstünlük; başkalarını yönetmek ya da çevresindekileri kontrol etmek
- Başkalarıyla sosyal etkileşimde bulunmak
- Zihinsel aktivite; anlamak ve algılamak
- Yaratıcılık
- Başkalarına hizmet; ihtiyaç duyulma ihtiyacı
- Fiziksel aktivite ve fitness

Kraus (1998) boş zaman aktivitelere katılan bireylerin motivasyon ihtiyacına eklemeler yapmıştır:

- Gerilim, sıkıntı, stres ve düş kırıklığından kurtulma
- Dinlenme ve günlük hayatın problemlerinden kaçış
- Yalnızlığın üstesinden gelme
- Stresi yönetme

Bireylerin boş zaman aktivitelerine katılmalarındaki motivasyon unsurlarına sosyal açıdan baktığımızda arkadaşlık, dostluk, destek ve samimiyet unsurlarının olduğunu görüyoruz. Bu unsurlar da insanların neden sosyal kulüplere, tur aktivitelerine, çeşitli derneklere üye olduklarını ve takım sporlarına yöneldiklerini açıklamaya yardımcı olmaktadır (Kraus, 1998, s. 63). Benzer şekilde tek başına yapılan egzersiz, sosyallikten uzak bir boş zaman aktivitesine dönüştüğünde uzun vadeli devam ettirilmediği gözlemlenmektedir (Kraus, 1998, s. 67)

Bireylerin belirli boş zaman aktivitelerine katılmakla ilgili motivasyonunun arkasında zihinsel ve sosyal nedenler bulunmaktadır (Chiu, 2008, s. 8). İnsanlar zorlayıcı

aktiviteleri çoğu zaman tatmin edici ve geliştirici bulurlar ve bu durumda motivasyon ihtiyacı gerginliğin azalması değildir. Böyle durumlarda kendini gerçekleştirme ihtiyacı, boş zaman aktivitesinin nihai hedefi olur (Torkildsen, 2005, s. 103). Açık hava (*outdoor*) rekreasyonları da macera, heyecan ve meydan okuma motivasyonları barındırmaktadır. Kayak, dağ tırmanışı, tüplü dalış, deniz paraşütü gibi aktiviteler barındırdığı risk ile bu motivasyonu sağlar (Kraus, 1998, s. 63). Boş zaman motivasyonunu kültürel faktörlerden de etkilenir. Walker, Deng, ve Dieser (2005), bir kişinin benlik duygusunun şeklinin onun duyguları, idrakı ve motivasyonu üzerine etkileri olduğunu belirtmektedir (Walker vd, 2005, s. 78).

Rekreasyonel aktivitelerde yer almaya motive eden şey bazen de aktivitenin kendisi olabilir. Bunula ilgili uzun mesafe koşucularıyla örnek bir çalışma yapan Clough, Shepherd ve Maughan (1989'dan aktaran Kraus, 1998, s. 61), maraton koşucularının ana motivasyonunun sağlık ve meydan okuma olduğunu gözlemlemişlerdir.

Bazen, boş zaman aktivitesi motivasyonları dolaysız fayda ve ihtiyaçların ötesinde daha karmaşık bir ilişki ve duygusal gelişim içerir. Örneğin, uluslararası seyahat eden insanların motivasyonu ile ilgili araştırma yapan Fisher ve Price (1991'den aktaran Kraus, 1998, s. 61); akrabalık, kaçış ve başa çıkma gibi yeni kategoriler eklemişlerdir. Turizm sektöründe yapılan başka bir çalışmada ise yolculuk yapmak için dört farklı amaç olduğu belirtilir (Kraus, 1998, s. 61):

- Eğitsel, kültürel ve tarihi farkındalık ile zenginlik içermesi
- Güzel, büyüleyici ve sıra dışı manzara ve doğa olaylarına odaklı geziler olması
- Tatilin temel odağı olan dinlenme ve keyfin vurgulanması
- Turistlerin aradığı macera ve özellikle fiziksel risk içeren deneyimler olması

Bunlara benzer başka çalışmalarda da boş zaman aktivitesinin türüne göre katılımcıların motivasyon kaynakları farklılık gösterir. Mesela bakir doğa aktivitelerinden kamp ya da kaya tırmanışı yapanların motivasyonlarının doğanın ihtişamı, macera, zorluk, rahatlama ve diğer kişilerle ilişkide bulunma ile şehir hayatından kaçış olduğu görülmüştür (Kraus, 1998, s. 61). Başka bir açık alan aktivitesi olan nehirde botla yüzmek içinse katılımların motivasyonları kaçış, meydan okuma, aksiyon, özerklik ve öğrenme olarak sıralanır. Ancak burada katılımcıların tecrübeleri tatmin edilecek ihtiyaçları ayrıştırır; az deneyimli birisi için birincil motivasyon kaçışken, deneyimli botçular temel hedeflerinin meydan okuma ve öğrenme olduğunu belirtmişler (Kraus, 1998, s. 61).

İnsanların boş zaman aktivitelerini hangi motivasyonla seçtiklerine baktığımızda bazı gizli ikna ediciler olduğunu görürüz. Bilinçsiz olarak yapılan seçimlerin arkasında edinilmiş olumlu izlenimlerin olduğunu, bu nedenle de boş zaman aktivitelerinin doğru etkiyi yaratmanın önemli olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin aktivitelerde kullanılan malzemeler ve kıyafetlerin üzerlerinde taşıdıkları slogan ve mesajlar tüketicilerin zihinlerinde yer eder (Torkildsen, 2005, s. 455-456). Buna karşın boş zaman deneyimleri ile ilgili olumsuz koşullar; kabalıklar, beklentilerin yıkılması, işine gelirse tutumu, memnuniyetsizlikler gibi, insanları bu seçimleri tekrarlamak konusunda demotive eder.

Açıkça görüldüğü üzere boş zaman aktiviteleri Maslow'un hiyerarşisindeki son üç ihtiyacı karşılamak için önemli unsurlardır (Kraus, 1998, s. 73). Maslow, akıl hastaları yerine sağlıklı ve üretken bireylerin psikolojilerini çalışmaya yoğunlaşmıştır. Kendini gerçekleştirenler diye nitelediği bu gruptaki insanların daha özerk, spontane, demokratik, fedakar ve estetik açıdan hassas olduklarını keşfetmiştir. Bu anlamda boş zaman ve rekreasyon faaliyetlerini değerlendirirken sebep ve sonuç ilişkilerini çözümleyebilmek adına motivasyon kavramını anlamak oldukça önemlidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. BOŞ ZAMAN ETKİNLİĞİ OLARAK YELKENLİ YATÇILIK

3.1. Yelkenin Dünyadaki Tarihi

Yelken tarihi, insanlığın gelişimiyle doğrudan orantılı olarak çok uzun bir geçmişe sahiptir. Başlangıçta gıda arayışı ve güvenlik amaçlı olarak hayatta kalma aracı olarak kullanılmıştır. Daha sonra bilimde gelişen insanoğlu, yelken ile denizleri keşfetmeye başlamıştır. Rüzgârın bir kuvvet olduğunu ve kullanabileceğini anladıktan sonra, yelkeni yaparak, günümüze kadar gelen bu önemli aracı kullanmıştır (http-3). Keşifler, ticaret ve sömürgeleşme denizci toplumlarını zengin ve güçlü hale getirmiş ve imparatorluk haline gelmelerini sağlamıştır. Yetenekli tasarımcıların ve ileri inşa tekniklerinin ürünü olan yelkenli gemiler, ülkelerin topraklarını genişletmelerinde kilit rol üstlenmiştir. Dünya toplumları uzun mesafelere deniz yolu ile seyahat etmek için binlerce yıl boyunca yelkenli gemileri kullanmışlardır. Nil ve Amazon gibi büyük nehirlerde olsun; Akdeniz, Atlantik ve Pasifik gibi büyük deniz ve okyanuslarda olsun, rüzgâr gücü pedal ve küreklerde kullanılan kas gücüne karşı tek alternatif olmuştur. Dünyanın her yerindeki topluluklar rüzgârdan yararlanmak ve uzun mesafelere yolcu ve yük taşıyacak gemiler yapmak için kendi çözümlerini geliştirmişler, kimi günümüze kadar ulaşmış olan eşsiz tekne modellerini yaratmışlardır (Boğaziçi Üniversitesi, 2011, s. 5).

Yelkenli ilk olarak M.Ö. 4000 yıllarında Fenikeliler (bugünkü Beyrut) ve eski Mısırlıların denize açılmasıyla başlamıştır. Bir kütüğün içi oyularak üzerine bez eklenmiş ve ilk yelkenli tekne inşa edilmiştir. Kullanılan bu yelkenlerin kare şeklinde olması, yapılan ilk teknelerin sadece rüzgârı arkadan alması koşuluyla yol almasına olanak sağlamıştır (http-4). Fenikeliler, denizciliği ticari amaçlarla kullanarak ve geliştirerek ileriye taşımışlardır ve uzun yol denizciliğinin temellerini atmışlardır. M.Ö. 3000 yıllarına gelindiğinde Akdeniz ve İskandinavya denizlerinde sık görülmeye başlanan ticaret gemileri yük taşıma amaçlı olarak kullanılmış, bir ürünün sevkiyatı deniz aşırı mesafelere en hızlı şekilde bu gemiler aracılığı ile sağlanıyordu. M.Ö. 1200 tarihlerinde Yunanlılar ve Fenikeliler büyük kargo gemileri inşa etmeye başladı, sonrasında Fenikeliler iki büyük direk kullanarak bu gemileri daha hızlı hale getirmişlerdir.

Tarihte Çin yelkenlileri, Polonez denizcilere özgü kano temelli çok kısımlı tekneler, Hint Okyanusu'ndaki Arap yelkenlileri, Akdeniz latin yelkenlileri gibi sayısız yelkenli gemi türünün keşif, ticaret, ulaşım veya savaş amacıyla kullanılmıştır. (Jennings, 2007, s.

5). Çinliler, “junk rig” denilen ve kısa bir ana direk ile bambu destekli açılıp kapanabilir yelkenlerden oluşan tasarımı, Pasifik’te Polonez denizciler ise “proa” denilen teknelerini geliştirmişlerdir (Boğaziçi Üniversitesi, 2011, s. 5). Araplar üçgen (Latin) yelkeni icat ederek rüzgârı verimli kullanmayı sağlamışlardır. Üçgen yelken sayesinde artık rüzgârın arkadan alındığı seyirlerin yanı sıra rüzgâra karşı gidilen seyirler (orsa, dar apaz) ve daha yüksek hızlarda seyredabilmek de denizciler için mümkün olmuştur.

Ticaret gemileri hız için dizayn edilmiştir, çünkü taşıdıkları baharat ve çayı en iyi fiyatlarda satın almanın ve pazarlamanın yolu rekabetten geçiyordu ve hız, rakipleri geçmenin birinci koşulu olmuştur. Pusulanın da bulunmasıyla denizcilikte hızlı bir ilerleme yaşanmıştır. İnsanlar keşfetme isteği ve merak duygularının sonucunda bir arayış içeresine girmişler ve ilk olarak Ferdinand Macellan 1512 tarihinde İspanya’dan Hindistan’a ulaşmak için yola çıkmış ve yolda hayatını kaybetmiştir. Ekibi yolculuğu yarıda kesmeyerek dünyayı dolaşıp tekrar İspanya’ya dönmüş ve Dünya’nın yuvarlak olduğu yelkenli gemiyle yapılan bu dünya turu sayesinde ispat edilmiştir ([http-4](http://4)).

Sanayi devrimiyle buhar gücünün bulunmasına kadar, yelkenli gemiler hem ticaret amacıyla hem de savaşmak amacıyla çok uzun yıllar kullanılmıştır ([http-3](http://3)). Sanayi devriminden sonra ise kullanım amacı değişmeye başlamış, yelkenliler daha çok gezi, spor ve hobi amaçlı kullanılmaya başlamıştır.

3.1.1. Yelkenli yatçılığın ilk günleri

Gezi yelkenciliğini, 16. ve 17. yüzyılda dünyanın lider deniz ülkesi Hollanda kavramsallaştırmıştır. Büyük okyanus filosu Avrupa’nın en zengin ekonomisini desteklemiş ve ticari bağlantıları Afrika, Hindistan ve Uzakdoğu’ya kadar uzatmıştır. Rekreatif bir aktivite olaraksa yelkenin kökleri esas olarak bir yarış sporu olduğu 1800’lere dayanmaktadır. (Cox 1999’dan aktaran Jennings, 2007, s. 5)

1900’lerde, Batılı ve sanayileşmiş ülkelerdeki sosyal, ekonomik ve teknolojik değişimin bir sonucu olarak, yelkenin rekreatif ve boş zaman geçirme deneyiminde yoğun artış olmuştur (Jennings, 2007, s. 5). Teknolojinin gelişimine paralel olarak yapı malzemeleri ve ekipmanlardaki iyileştirmeler, bot sınıflarının, özellikle dingilerin piyasaya girmesiyle deniz yolculuğu daha ulaşılır bir hale gelmiştir (Cox 1999’dan aktaran Jennings, 2007, S: 5)

3.1.2. Yelkenli yatçılığın Türkiye’deki tarihi

Kıyılarımızda 16., 17. ve 18. yüzyıllarda nakliye, ulaşım ve gezi amacıyla yelkenli teknelerin kullanılmaya başlanması Türkiye’de yelken sporunun başlangıcı olarak sayılabilir (http-5). 19. yüzyılda deniz subaylarının eğitiminde yelkenli okul gemilerini kullanan Osmanlılar da Bahriye Mektebi’ne ait “Nüvid-i Fütuh” adlı bir yelkenli eğitim gemisi ve “Belkıs”, “Yunus”, “Martı” adlarındaki kotralar ile yelkenli teknelerle tanışan öğrenciler ve subay adayları, okulda öğrendiklerini tatil günlerinde sandal kiralayarak uygulamaya çalışmışlardır. İstanbul’da o zamanlar yelkenli teknelerin sadece yabancılara ve gayri müslimlere ait olması, sayılarının azlığı, Türklerin bu sporu yeterince uygulamalarına engel olmuştur. 1850 ile 1913 yılları arasında sık olmamakla beraber büyük yelkenli tekne sahibi bazı Türkler de bu yarışlara katılmış ve 1898 yılında Faik Bey’in Afacan adlı yelkenlisi, Prinkipo (Büyükada) Yat Kulübü’nce düzenlenen 2 haftalık seri yarışlarda birinci olmuştur.

1957 yılında Yelken branşı, Su Sporları Federasyonu’ndan ayrılıp, “Türkiye Yelken Federasyonu” adıyla bağımsız bir federasyon olarak 25 Mayıs 1957 tarihinde kurulmuştur. Bunun dışında 1958 yılında ilk yelken ihtisas yayını olan Yelken Gazetesi İzmir’de, 1964 yılında da Yacht Dergisi yayın hayatına başlamıştır.

1952 yılında ilk defa bir Türk yelkencisi Sadun Boro, bir İngiliz’le beraber dünyanın etrafını teknesiyle dolaştı. 1965 yılında da ikinci kez, eşiyle birlikte tamamıyla yerli malı olan Kısmet adlı teknesiyle, kısıtlı olanaklarla dünya turuna çıktı. 1968’in Haziran ayında başarıyla bitirdiği gezisinden dönen Boro ailesini İstanbul’da on binlerce insan büyük bir sevgi gösterisiyle karşıladı. Sadun Boro, amatör denizciliğin gelişmesi ve deniz çevresinin korunmasına dair çalışmaları, kitapları ve konuşmaları ile büyük bir ilgi ve saygı görmüştür.

3.2. Yelken Kulüpleri

Dünyada ilk yelken kulüpleri 1700’lü yıllarda ortaya çıkmıştır (http-6). Hollandalıların deniz taşımacılığı konusunda üstünlüğünü gören İngiliz Kralı 2.Charles’ın teşvikiyle Britanyalılar yat yapıcılığı konusunda oldukça ilerlemiş, bunun sonucu olarak, dünyanın ilk yat kulübü Water Club of Cork adıyla 1720 tarihinde İrlanda’da kurulmuştur (Boğaziçi Üniversitesi, 2011, s. 7). Türkiye’de ise yelken kulüplerinin kurulması 1890’lı yılların sonunda olmuştur. İstanbul’da yaşayan İngilizler ile başlayan yelken sporu, varlıklı Türk aileleri arasında kısa zamanda benimmiş,

İstanbul’da ardı ardına yelken kulüpleri kurulmaya başlamıştır. Bu kulüplerin düzenlediği geziler ve yarışlar, uzun yıllar durmaksızın devam etmiştir. Ancak 1914 yılında Birinci Dünya Savaşı’nın başlaması ile kulüplerin faaliyetlerine son verilmiştir. Savaş yılları, yelken sporunun gelişmesini engellemiştir. Mustafa Kemal Atatürk’ün de teşvikiyle 8 Nisan 1935 tarihinde, gerçek anlamda ilk Türk yelken kulübü, Moda Deniz Kulübü kurulmuştur.

1952 yılında ilk yelken ihtisas kuruluşu “İstanbul Yelken Kulübü (İYK)” kurulmuştur. Akabinde 1952-1972 yılları arasında Kalamış Yelken Kulübü, Fenerbahçe, Galatasaray ve Karşıyaka Spor Kulüpleri yelken şubeleri ile İzmir Denizgücü Kulübü başta olmak üzere otuza yakın ihtisas kulübü açılmıştır. Bugün ülkemizde başta İstanbul, İzmir, Muğla ve Kocaeli illerinde olmak üzere 27 ilde 145 kulüp bulunmaktadır (http-7).

3.3. Yelkenli Tekne Yarışları

3.3.1. Yarış yelkenciliğinin tarihi

İngiltere’de organize edilen ilk yarışı York dükü ve Kral 2. Charles’ın tekneleri arasında 1660’da yapılmıştır. Daha sonra yarışlar Galler prensi tarafından trofe (yelkende seri yarışların bütünü) haline getirilmiştir. 1851’de New York Yat kulübü (NYYC) üyeleri Amerikalılar, Wight adasının etrafında 31 metrelik gulet ile İngiliz rakipleriyle yarışmış, Hundred Guenias isimli yarışın adı daha sonra “America’s Cup” olarak değişmiştir.

1900 yılında yelken yarışları olimpiyat oyunlarına kabul edilmiştir (http-8). Günümüzde uluslararası yelken yarışlarının arasında; Pasifik Okyanusu Yarışı (Transpacific Race) (Los Angeles tan Honolulu’ya), Volvo Ocean Race, Golden Globe Race (tek, aralıksız dünyayı tur atan yarış) bulunmaktadır (Jennings, 2007, s. 26).

3.3.2. Uluslararası yelken yarışları

Yelkencilikle ilgili yarışlara günümüzde regatta adı verilir ve birçok ayrı yarıştan oluşan bu regattalarda tekneler her bir yarışta gösterdikleri performanslarla toplamda bir derece almaktadırlar (Zykova, 2016, s. 20). Rekabetçi yarışlar korunaklı sularda, rüzgârın yönüne göre yerleştirilmiş şamandıralarla belirlenen yarış alanlarında düzenlenirken; açık deniz (offshore) yarışları açık denizlerde gerçekleştirilmektedir. Yelkenli yarışları genellikle yat kulüpleri ya da okulları, tekne sınıflandırma dernekleri ve bölgesel spor federasyonları tarafından düzenlendiği gibi ISAF (Uluslararası Yelken Federasyonu)

sertifikalı özel kuruluşlarca da organize edilmektedir. ISAF, disiplinin toplum tarafından daha çok benimsenmesi ve tanınması adına World Sailing olarak isim değiştirmiştir. World Sailing, Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) tarafından resmen tanınan yelken sporunu dünya çapındaki yönetim organı olmuştur ([http-9](#)). Tüm resmi regattalar World Sailing tarafından tanınmalı ve onaylanmalıdır; bu durum kurumun amaçlarından biri olan adil, dürüst, heyecan verici ve güvenli rekabet etkinlikleri oluşturmuştur ([http-10](#)). World Sailing (www.sailing.org olarak bilinir) kayıtlı sporcular ve tekne sınıfları, kurallar ve diğer faydalı konular dâhil olmak üzere yelken sporuyla ilgili tüm bilgilerin resmi kaynağıdır.

3.3.3. Türkiye’de yelken yarışları

Birinci dünya Savaşı’yla durgunlaşan yelken sporu, Cumhuriyet’le birlikte ülkemizde gelişmeye başlamıştır. Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulduğu yıl, aynı zamanda yelken, kürek, yüzme dallarını kapsayan Türkiye Su Sporları Federasyonu’nun da kurulmasına denk gelmektedir. Zaman içinde yelken sporuna beklenen önem verilmeye başlanmıştır.

Türk yelken sporu ilk kez 1921 yılında Atter See’de temsil edilmiş ve Osmanlı Devleti’nin Stockholm elçisi Asım Turgut Bey’in 12 yaşındaki oğlu Demir Turgut, gençler kategorisinde şampiyon olmuştur ([http-5](#)). Türkiye’de ilk kurallı ve resmi bu yelken yarışı ise 12 Ağustos 1932 yılında yapılmıştır ([http-6](#)). Bundan sonra aynı yıl Moda’daki 2 yarış, İzmir Karşıyaka’da da 12 metrekare şarpi sınıfında bölgesel bir yarış düzenlenmiştir.

Türk sporcularının katıldıkları ilk uluslararası yarışma 1936 Berlin Olimpiyatları olmuştur ([http-5](#)). Star boat sınıfında yarışmaya katılan sporcularımız Harun Ülman ve Behzat Baydar çifti, tekneyi ilk kez kullanmalarına rağmen 14 tekne arasında 7. Sıraya girmiştir. 1937 yılında İstanbul’da düzenlenen Balkan Yelken Şampiyonası, Türk yelken sporuna ayrı bir canlılık kazandırırken bu spora ilginin artmasını sağlamıştır. Haşım Mardin, Temmuz 1956’da Torbay-Lizbon arasında düzenlenen 5 gün ve 800 mil süren yarışta üçüncülük alarak Türk yelken sporcuları arasında offshore yarışlarındaki ilk başarıyı elde etmiş, 1961 yılında İzmir’de düzenlenen Avrupa Gençler Şampiyonası’nda ise Altan Yalman-Hayri Karabilgin ikilisi Snipe’ta Avrupa Şampiyonluğu’nu kazanmıştır.

Ülkemizde Türkiye Yelken Federasyonu; “World Sailing” misyonu altında Türkiye’de gerçekleşen yarışları düzenlemek, kontrol etmek ve denetlemektedir. Tüm diğer branşlarda olduğu gibi yelken yarışları için de sporcu lisansı sahibi olmak gerekmektedir. TYF, diğer ülkelerden farklı olarak kulüp üyesi olmayan yarışçılar için de ferdi lisans vermektedir.

Tablo 3.1. Türkiye Geneli Lisanslı Sporcu Sayısındaki Durum, Kaynak: TYF, Erişim tarihi: 21.03.2019, 2019 Vizeli Sporcu Listesi, Kaynak: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü İstatistikleri (Aralık 2018)

	Kadın	Erkek	Toplam
Lisanslı Yelken Sporcusu	1.156	2.928	4.084
Lisanslı Sporcu (tüm branşlar)	1.646.102	3.261.853	4.907.955

Türkiye’de artık, yelkenciliğin spor ve hobi olma yönlerini birleştiren yarışmalar, ralliler yapılmaktadır. Ahşap yelkenli teknelerin yarıştığı Bodrum Kupası, Karadeniz Yat Rallisi (Kayra), Marmara Yat Rallisi (Mayra), Ege Yat Rallisi, Doğu Akdeniz Yat Rallisi bunlardan bazılarıdır. Uluslararası kimliğe sahip olan bu organizasyonlar, deniz ve yelken sevgisini artırmakla birlikte birbirinden farklı ülke insanları arasında yakın ilişkiler ve sıcak dostluklar kurulmasını da sağlamıştır. Türkiye, denizlerinin güvenli ve temiz oluşu, insanların misafirperverliği, marinalarının modernliği ile yıllardır farklı uluslardan pek çok deniz insanına kucak açmaktadır.

3.3.4. Yarış yelkenciliği ve yat yarışları

Genel olarak yelkenli yarışları üç kategoride oluşmuştur. (Jennings, 2007, s. 25). İlki, tek tip sınıfların olduğu, benzer tasarımlarda teknelerin katıldığı yarışlardır. İkincisi, handicap sınıfların, farklı tasarımlardaki teknelerin birbiriyle yarıştığı; yarışa başlama zamanlarının ise her bir teknenin tasarımı, yelken verimliliği ve hızına dayandığı kategoridir. Üçüncüsü ise farklı yat tasarımları ve donanımları arasındaki farklılıkları eşitlemek için formüller kullanılan derecelendirme sınıflarının olduğu yarışlardır.

Yarışlarda, tek tip tekneler genellikle maliyetleri açısından tercih edilir. Bunlar daha çok yerel kulüp seviyesinde katılımı artırmak adına önemlidir. En popüler kulüp seviyesi tek tip tekneler arasında Etchells, Snipes, Starr, Thistle, Lightning, Laser, ve J/24 yer alır. Bununla birlikte, maksi yatlar gibi ulusal ve uluslararası düzeyde kullanılan daha büyük tek tip tasarım teknelerin bazılarının daha pahalı olduğu; finansal kaynakların

yeterli veya sponsorluk ve bağışlar olmadığı sürece katılım oranlarını düşürdüğü belirtilmelidir. Tek tip teknelerin yarışlarda tercih edilmesiyle ilgili bir diğer neden ise, kazanana teknelerin tamamen yelken sporcusunun yeteneğine dayalı olarak diğer teknelerden ayırt edilebilmesidir (Jennings, 2007, s. 26).

Farklı tip teknelerin birlikte yarışabilmesi için tüm dünyada kabul edilen IRC (International Racing Certificate) ve ORC (Offshore Racing Congress) olarak iki değerlendirme sistemi bulunmaktadır. Ülkemizde IRC değerlendirme sistemi kullanılmakta ve yat yarışları bu esaslara göre düzenlenmektedir.¹

ISAF'a (World sailing) göre organize yelkenli yarış türleri aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır (Zykova, 2016, s. 21).

- Filo Yarışı (*Fleet racing*): Yelkenli yarışlarının en yaygın olan bu türünde bir yarışta belirli bir seyir boyunca birçok tekne aynı anda yarışır. Müsabakalarda tekne sayısı dört teknedan yüzlerce tekneye kadar çıkabilir. Bir regatta en az üç yarıştan oluşur. Final puan, her bir yarışta alınan en düşük puanların toplamıdır.
- Eş Yarışı (*Match racing*): Sadece iki benzer özellikte tekne arasında gerçekleştirilir. Taktikler filo yarışından farklıdır, hedef rakipten önce bitiş çizgisine ulaşmaktır.
- Takım Yarışı (*Team racing*): Her biri en az üç teknedan oluşan iki takım arasında olur. Teknik olarak “match racing” ile benzerlik taşır, ancak toplam puanlama tüm tekneler için yapılır. On ya da daha az puan alan takım kazanır. Çok yaygın bir müsabaka türü değildir.
- Açık deniz/ Okyanus Yarışları (*Offshore/Oceanic racing*): En az birkaç saat ya da gün güren; uzun mesafe ve açık sularda gerçekleşen yarışlardır. Okyanus yarışlarında kıstas 800 deniz milini geçen bir açık deniz yarışı olmasıdır (http-10). En uzun offshore yarışı, dünyanın etrafını dolaşmaktır.
- Engelli yarışları (*Paralympic sailing*): Her tip ve dereceden engeli olan bireylerin katıldığı yarışlardır. 1996 yılında Paralimpik Oyunlarına Parasailing de dâhil olmuştur.

3.4. Yelkenli Tekneler

¹ www.ircrating.org

Yelkenli tekneler için kullanım amaçlarına ve donanımlarına göre çeşitli sınıflandırmalar yapılmaktadır. Yalnızca gezi ve spor amaçlı kullanılan; yelken, motor veya ikisiyle birden seyreden teknelerin tümüne yat denmiştir. Yatlar yelkenli yat ve motor yat olmak üzere iki ana gruba ayrılmıştır (Boğaziçi Üniversitesi, 2011, s. 8).

➤ Motorlu Yatlar

Yalnızca motor ile hareket eden, gezi veya yarış amaçlı teknelerdir. Motor yatlar, tek ve çift motorlu, iyi donatılmış, güvenli kıyı ve açık deniz seyri yapılabilen, boyları 8-8,5 metreden başlayan teknelerdir. Yelkenli teknelerden çok daha sonra kısa bir geçmişleri olmasına rağmen dizel motorların geliştirilmesiyle hızla yayılmışlardır (Atmaca, 2013, s. 23).



Görsel 3.1. Motorlu yat (<http-11>)



Görsel 3.2. Yelkenli yat

➤ **Yelkenli Yatlar:**

Esas olarak yelkenle hareket ederler ancak günümüzde olimpiik sınıflar dışındaki tüm yelkenli yatlar tonajlarına göre yardımcı bir makineyle de donatılmışlardır. Yelkenli yatlar kullanım amaçlarına göre aşağıdaki gibi sınıflandırılabilirler.

- *Yalnızca yarış amaçlı:* Bu sınıftaki teknelere centerboard denir. Optimist, Lazer, 420, 470 gibi tekneler bu sınıfa girer.



Görsel 3.3. Optimist tekne (<http-12>)

- *Yalnızca gezi amaçlı:* Gulet, tirhandil gibi sadece hafif havalarda yelkenle seyir yapabilen motorlu yatlar bu sınıfa dahildir.
- *Hem gezi hem yarış amaçlı:* IOR (International Offshore Rules) sınıf tekneleri ve süratli gezi yatları bu sınıftadır. Bu teknelerde hem yelken hem motor bulunur.

Yelkenli tekneler bunun dışında salmalarına, armalarına ve gövdelerine göre olmak üzere farklı şekillerde de sınıflandırılabilir:

- Gövdelerine göre yelkenli tekneler

Tek gövdeli: Yelkenli teknelerin en yaygın olan türü tek gövdeli teknelerdir. Yarış, gezi ve eğitim amaçlı olarak en çok kullanılan yelkenli tekneler tek gövdeli teknelerdir (<http-13>).



Görsel 3.4. *Tek gövdeli tekne*

Çok gövdeli: Birden fazla gövdesi olan teknelere eğer iki gövdeli tekne ise **katamaran** üç gövdeli tekne ise **trimaran** adı verilir.



Görsel 3.5. *İki gövdeli (katamaran) tekne (http-14)*



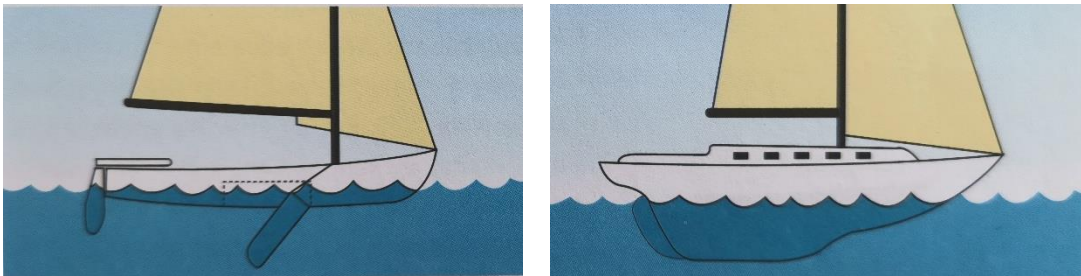
Görsel 3.6. Üç gövdeli (trimaran) tekne (<http-15>)

- Salmalarına göre yelkenli tekneler

Salma, yelken seyrinde teknenin rüzgarla yana doğru sürüklenmesini engelleyip, denge sağlar (Atmaca, 2013, s. 25). Yelkenli tekneler sabit ve hareketli salmalı olmak üzere ikiye ayrılır:

Sabit salmalı tekneler: Yatlarda sabit salmalar kullanılır. Bu salmaların belirli bir ağırlığı vardır ve teknenin gövdesine monte edilmişlerdir. Yalpa Omurgalı, Torpilli Salma Omurga, Kanatçıklı Salma Omurga ve Uzun Salma Omurga gibi tipleri vardır.

Hareketli salmalı tekneler: Genellikle sportif amaçlı tasarlanan centerboard sınıfı teknelerde bulunur. Kullanıcı salmayı değişik seyirlerde indirip, kaldırabilir veya belirli ölçülerle açısını değiştirebilir.



Görsel 3.7. Hareketli salmalı (sol) ve sabit salmalı (sağ). Kaynak: Atmaca, 2013, s. 25

- Arma tiplerine göre yelkenli tekneler

Bir teknenin güvertesinden yukarı kısmında bulunan direk, seren ve bunların üzerinde bulunan halat, makara, palanga ve yelken gibi donanımların tamamına arma denir (Atmaca, 2013, s. 25). Armalar tek direkli ve çok direkli olarak ikiye ayrılırlar (Atmaca, 2013, s. 27-29):

Tek direkli armalar:

- Slup (Şalopa/Sloop): Bir ana bir de ön yelkeni bulunan teknelerdir.
- Kotra (Cutter): İki ön yelkeni olan teknelerdir. Bir ana yelken, bir flok yelkeni ve bir trinket yelkeni bulunmaktadır.
- Kat (Una): Ön yelkeni bulunmaz ve bumbası uzun olur.

Çok direkli armalar:

- Keç (Ketch): İki direklidir. Ana direği mizana direğinden daha uzundur. Dümen palası mizana direğinin arkasında bulunur. Üç veya daha çok sayıda yelken açabilirler.
- Yola/Yavl (Yawl): İki direklidir. Dümeni mizana direğinin önünde bulunur. Yola'da mizana direği Keç'e göre daha kısadır.
- Uskuna (Shooner): Ana direğin önünde daha kısa olan pruva direği bulunur. Uskunalar daha büyüktür ve diğer bütün yatlardan daha büyük ve çok sayıda yelken açabilirler.



Görsel 3.8. Armalarına göre yelkenli örnekleri. Kaynak: Atmaca, 2013, s. 29

3.5. Yelkenli Yatçılık Eğitimi

Yelkencilik eğitimi deneyimleri kısa, orta ve uzun vadeli olabilir. Katılım şekli yolcu, aktif katılımcı ya da mürettebat biçiminde gerçekleşebilir. Yelken eğitimleri daha çok denizciliğine meraklı olanlar, kişisel gençlik geliştirme programı organizatörleri ve katılımcıları, kişisel gelişim ve takım oluşturma çalışmaları yapan profesyoneller ile yelken veya deniz sevgisi olan veya macera arayan bireyler arasında popülerleşmiştir (Jennings, 2007, s. 8).

Türkiye’de Yelkenli Gezi Yatçılığı eğitimi veren kurs ve kulüplerin eğitimlerini bulundukları bölge ve hedef kitleye göre değişiklik gösterebilmekle birlikte genel olarak kuramsal ve uygulama eğitimleri diye sınıflandırılmaktadır. Bu eğitim içerikleri, Türkiye

Yelken Federasyonu'nun "Türkiye Yelken Eğitim Programı - TUYEP" müfredatı (http-17) kapsamında belirlenmektedir ve eğitim sonunda Uluslararası Yelken Federasyonu tarafından tanınan Türkiye Yelken Federasyonu onaylı sertifika verilmektedir. Eğitim programı içeriğinin ana başlıkları ise aşağıdaki gibi oluşmuştur (http-16):

Kuramsal:

- Denizcilik
- Güvenlik ve Güvenlik Malzemeleri
- Meteoroloji
- Navigasyon ve Kılavuz Seyri
- Gelgit ve Akıntılar
- Denizcilik Kültürü

Uygulama:

- Yelkenli Gezi Yatının Hazırlanması
- Motor Seyrinde Uygulama Becerileri
- Yelken Seyrinde Uygulama Becerileri
- Bağlar ve Halatlar
- Gece ve Gündüz Seyirleri

Bunların dışında yarışlara katılacak ekipler için yarışların türüne göre eğitim içerikleri belirlenmektedir. Balon kullanımı, şamandıra dönüşleri, start hattı ve start, temel yarış kuralları gibi içeriklerde eğitimler düzenlenmiştir.

3.6. Boş Zaman Aktivitesi olarak Yelkenli Yatçılık

Yelkenli modern hayatta spor, eğlence ve turistik deneyimler için kullanılmakla birlikte özgürlük, macera, eğlence ve rahatlama arayışında bir yaşam tarzının parçası olarak yer almaktadır (Jennings, 2007, s. 25). Morgan (1996), yelkenciliği spor kategorisinde değerlendirirken, Şimsek (2012, s. 40) derlediği literatürde macera rekreasyonu organizasyonu olarak ifade etmiştir. Yelkenli yat kiralayanlar, amatör yelkenciler, hobi amaçlı yelken yapanlar normal hayatlarından belirli bir süre ayrı kalıp denize açıldıklarında, artık bu bir turistik aktivite midir yoksa boş zaman aktivitesi midir ayrımı net olmamaya başlar (Jennings, 2007, s. 30). Buna göre bir ayrım yapmak gerekirse;

Rekreasyon ve Boş Zaman Aktivitesi Olarak Yelkencilik; Geçmiş dönemlerde boş zaman etkinliği olarak yelkencilik, yarış aktivitesi de dahil olmak üzere zengin sporu olarak görülmüştür (Jennings, 2007, s. 28). Günümüzde modern teknoloji, yaşam standartları ve Batılı toplumsal değerlerin değişmesi ile yelkencilik tüm sosyoekonomik sektörler, her iki cinsiyet ve tüm fiziksel yetkinlik seviyesinde katılımcılara açık hale gelmiştir. Kulüplerin artması, eğitim programlarının yayılımı ve sosyalleşme ortamı sağlayan bir aktivite olarak cazibesini artırmıştır. Türkiye de 3 tarafı denizlerle çevrili ve iklim ve coğrafi koşullarının da son derece elverişli olması sayesinde, yelkenciliğin her geçen gün daha geniş kitlelere ulaştığı bir ülke haline gelmiştir.

Turistik Deneyim Olarak Yelkencilik; Jennings (2010)'a göre yelkenli yatçılık güneş, deniz ve kum temaları ile tatil beldelerinin bir hizmeti haline dönüşmüştür. Sporcular da profesyonel olarak yelken yapmadıkları dönemlerde turistik amaçla yelkenli yatçılıkla ilgilenmektedirler. Firmaların günübirlik ya da daha uzun zamanlarda yelken ya da yatlarla denize açılma hizmetleri de bir turizm hizmeti olarak değerlendirilebilir.

Yaşam Tarzı Olarak Yelkencilik; yaşam tarzı, birey ya da grupların hayatlarındaki tutum olarak tanımlanmaktadır (Jary ve Jary 2000, s. 345'den aktaran Jennings, 2007, s. 30). Yaşam tarzını alt kültür ile ilişkilidir diye tanımlayan Jennings (2007), deniz seyrini de bir yaşam tarzı arayışı olarak spor, rekreasyon, boş zaman ve işi birleştiren bir aktivite olarak değerlendirmiştir.

Bu sınıflandırmalara ek olarak Macbeth (1985, s. 4) yelken seyri yapanları üçlü bir sınıflandırmaya almıştır:

- Günübirlikte Yelkenciler (Day sailors): Zamanı kısıtlı ve işe devam zorunluluğu olanlar evlerine yakın yerlerde yelken yapanlar. Bu kategori yelkeni spor, eğlence ve boş zaman etkinliği olarak yapan katılımcıları tanımlar.
- Kısa Süreli Seyir Yapan Yelkenciler (Short term cruisers): Bu grup 6 aydan bir yıla kadar seyir yapar ve iddialı rotaları programlarına alırlar. İşlerine ancak tüm seyri bitirdikten sonra dönerler.
- Gezi Yelkencileri (Cruisers/voyagers): Dünya turu da dahil olmak üzere süresiz olarak uzun seyir yapanlar bu gruba girer. İşe ve resmi ortamlara dönme niyetleri yoktur.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde sırasıyla araştırmanın konusu, amacı, soruları, önemi, sınırlılıkları ve yöntemi yer almaktadır.

4.1. Araştırmanın Konusu

Bu araştırmada ele alınan konu, bir boş zaman faaliyeti olarak yelkenli yatçılık faaliyetleri ile ilgilenen bireylerin motivasyon faktörleridir. Araştırma katılımcılarının yelkenli yatçılıkla ilgili faaliyetleri tercih etmelerindeki motivasyonlarını tespit etmeye yönelik, aynı zamanda katılımcı profillerinin çıkarılması amacıyla anket düzenlenmiştir. Aynı zamanda katılımcıların motivasyon faktörlerinin demografik özellikleri açısından farklılaşıp farklılaşmadığı da değerlendirilmiştir.

Bu araştırmaya başlamadan önce boş zaman, rekreasyon, yelkenli yatçılık ve motivasyon konularında literatür araştırması yapılmıştır. Boş zaman kavramı Dumazedier (1960) tarafından; iş, aile ve toplumun getirdiği yükümlülüklerin dışında, bir şey üretmek zorunluluğu olmadan gelişim sağlayan ve sosyal katılım içeren zaman dilimi olarak tanımlanır. Rekreasyon kavramı ise boş zamanın kapsadığı bir kavramdır. Karaküçük'e (2005) göre rekreasyon, insanların çalışma saatleri dışındaki boş zamanlarında katıldıkları etkinliklerle ilgilidir.

Günümüzde, yoğun çalışma saatlerinden arta kalan boş zamanı en verimli bir biçimde değerlendirmek bireyler için çok önemli hale gelmiştir. Boş zaman faaliyetlerinde hizmet veren sektörler de kendilerini sürekli geliştirmek ve hedef kitlelerine farklılaşan servisler sunmak çabasındadırlar. Bu servisleri; amaçlarına göre dinlenme, kültürel, toplumsal, spor, turizm ve sanatsal alanlarda açık ve kapalı alan aktiviteleri olarak onlarca alt başlıkta sıralayabiliriz (Karaküçük, 2005) . Özellikle uzun süreler kapalı ofis ortamlarında çalışmak durumunda kalan, şehir hayatının getirdiği hantal ve sağlıksız yaşamın olumsuz etkilerinden kurtulmak için bireyler açık hava aktivitelerine yönelmişlerdir. Bulduğumuz ülkenin doğal zenginleri de sektörün çeşitlenmesine katkıda bulunmuştur.

Boş zaman aktivelerinin fiziksel ve zihinsel yararlarının yanı sıra; kişisel ve sosyal gelişime de katkısı bulunmaktadır. Rekreasyona katılımı etkileyen faktörler bireysel (yaş, medeni durum vb.), içinde bulunulan durumlar (gelir, sosyal roller vb.) ve sunulan

fırsatlar (ulaşım, hizmetler vb.) açısından farklılık gösterir (Torkildsen, 2005, s. 107). Rekreatyon faaliyetleri, bireylere fizyolojik, psikolojik ve sosyolojik açıdan katkıda bulunmaktadır. Rekreatyon bu bakış ile ele alındığında, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisindeki son üç ihtiyaç ile bir ilişki içerisinde olduğu görülmektedir (Kraus, 1998, s. 73).

Bireyler kısıtlı olan boş zamanlarında onları en çok motive edecek faaliyetlerin arayışındadırlar. Boş zaman faaliyeti motivasyonları demografik özelliklere, kişisel farklılıklara göre değişiklik gösterebilmekte, bu da sunulan hizmetlerin çeşitlenmesi ihtiyaını tetiklemektedir. Boş zaman tüketicileri, katılacakları faaliyetleri seçerken güdülerinin etkisinde yönelmektedirler. Bu güdüler ise çoğu zaman tek başına devrede değildirler. Örneğin, sadece zinde kalmak için değil, aynı zamanda sosyal etkileşimde bulunmak; sadece açık havada olmak değil, aynı zamanda yeteneklerini geliştirmek için de bir aktivite seçiminde bulunmaya başlamışlardır.

Bu araştırma ile yelkenli yatçılıkla uğraşan bireylerin motivasyon faktörlerinin açık bir şekilde ortaya konabildiği durumda; yelkenli yatçılığa yönelik gezi ve spor amaçlı eğitim veren kurumlar ve yelken kulüpleri ile yelkenli tekne kiralama hizmeti sağlayan firmaların daha etkin programlar düzenlemeleri sağlanabilir. Katılımcıların motivasyon faktörlerini anlamakla birlikte, katılımcıları daha yakından tanımaya yönelik, yelkenli yatçılığa özel sorulardan ortaya çıkan sonuçlarla da her gün artan bir ilgiyle deniz severlerin yoğun olarak tercih ettiği bu faaliyetlerde ilgili kurumlara kaynak oluşturmak hedeflenmiştir. Bu nedenledir ki, bu çalışma sadece ticari amaçla hizmet sunan kurum ve çalışanlarına değil; eğitim amaçlı ve sosyal faaliyet olarak da boş zaman sektörüne katkıda bulunan kurumlara stratejilerinin değerlendirilmesi, düzenlenmesine dair çıkarımlar elde edilmesi amaçlanmıştır.

4.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, yelkenli yatçılık faaliyeti gösteren bireylerin motivasyonlarını belirlemek; aynı zamanda bu motivasyonların yaş, cinsiyet, gelir, eğitim durumu, meslek gibi demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymaktır.

4.3. Araştırmanın Soruları

- Yelkenli yatçılıkla ilgili faaliyetlere katılmak konusunda hangi motivasyonlar etkili olmaktadır?
- Bu motivasyonlarda katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılaşma var mı?
- Bu motivasyonlar açısından bu boş zaman etkinliğinin kaç yıldır yapıldığı, denizde geçirilen süre, tekne sahipliği gibi durumlar farklılık yaratmakta mıdır?

4.4. Araştırmanın Önemi

Rekreasyon faaliyeti sunan işletmelerin, müşterilerinin kişilik özelliklerini ve hangi güdülerle boş zaman faaliyetine yöneldiğini bilmesi; sağladıkları servisleri mümkün olan en iyi kapsamda sunup, katılımcıların beklentilerini karşılaması açısından önemlidir. Bireylerin demografik özelliklerinin ve bunların motivasyonlarıyla olan ilişkisinin bilinmesi, katılımcılarla kurulan ilişkilerin geliştirilmesinde de etkili olacaktır. Bu tez çalışmasının sonuçları da yelkenli yatçılık faaliyetine yönelik gezi ve spor amaçlı eğitim veren kurumlar ve yelken kulüpleri ile yelkenli tekne kiralama ve satışı yapan firmalara, bireylerin motivasyonları ve demografik özelliklerinin boş zaman tercihlerini nasıl farklılaştırdığını anlayabilecekleri, hizmetlerinin kapsamlarını düzenlemeleri için yol gösterici bilgiler oluşturabilecektir. Elde edilen bulgular ile söz konusu kurumların stratejik planlarını yönlendirecek; farklı demografik gruplara göre daha etkin faaliyet planlamaları ve eğitim içeriklerini belirlemeleri konusunda yapılacak olan çalışmalara kaynak oluşturma hedeflenmiştir.

4.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın sınırlılıkları şunlardır:

- Elde edilen veriler, “Boş Zaman Motivasyon Ölçeği” ile sınırlıdır.
- Araştırma 13 Şubat 2019 ve 30 Mart 2019 tarihleri ile sınırlıdır.
- Araştırma; İstanbul, Eskişehir, Muğla, İzmir, Adana illerinde belirlenen yelken kulüpleri ve eğitim kurumları, yelkenli yatçılıkla ilgili forumlar ile Facebook grupları, yelkenli yarışı yapan bireyler ile tekne sahiplerini kapsamaktadır.
- Araştırma, araştırma yapılan tarihlerdeki kulüp, kurum ve grupların üye sayıları ile sınırlıdır.

- Veriler uygulanan anketin sonuçlarından elde edilen bilgilerle sınırlıdır.
- Bu araştırma yüksek lisans için ayrılan süre ile sınırlıdır.

4.6.Araştırmanın Yöntemi

4.6.1. Araştırma modeli

Bu tez çalışması kapsamında gerçekleştirilen araştırmada, katılımcıların motivasyon faktörlerini belirlemeye yönelik olarak “Tanımlayıcı (Betimsel) Araştırma Modeli” kullanılmıştır. Tanımlayıcı araştırmalar, bir örgüt, birey, grup, durum ya da olgunun düzgün bir portresini çıkarmayı amaçlar (Altunışık vd., 2004, s. 61). Dolayısı ile bu model ile mevcut bir problemi, problem ile ilgili durumları, problemini oluşturan değişkenler arası ilişkileri tanımlamak hedeflenir. Buna göre de araştırmadan elde edilen veriler iyi değerlendirilip, verilere dayalı sentezlere ulaşıldığında ileriye dönük tahminler yapabileceğimiz araçlar ortaya çıkacaktır (Altunışık vd., 2004, s. 61). Ayrıca bu yaklaşımdan, katılımcıların demografik özellikleri ile tercih ettikleri faaliyet türü ve boş zaman faaliyetlerine katılımlarını sağlayan güdüler arasındaki anlamlı farklılıkları açıklamada yararlanılmıştır.

Araştırmada yelkenli yatçılık faaliyetiyle ilgilenen katılımcıların demografik özellikleri ve boş zaman güdü faktörleri ortaya konularak bu alandaki hizmet sağlayıcılara strateji geliştirme konusunda katkı sağlaması beklenmektedir. Tez çalışmasında araştırma yaklaşımı olarak tanımlayıcı araştırma modelinden faydalanırken araştırma yöntemi olarak da Nicel Araştırma Modeli belirlenmiştir. Nicel araştırma yöntemleri, “farklı olaylara nesne ya da kişilere yönelik algı ya da davranışların gözlemlenebilir, ölçülebilir ve sonuçların birbiriyle kıyaslanabilir hale dönüştürülmesinde gerekli olan sayısal verilerin toplanmasını sağlayan bir araştırma türü (Kozak, 2014, s. 61)” olarak tanımlanmaktadır.

4.6.2. Evren çerçevesinin oluşturulması ve örneklem

Araştırmanın evrenini İstanbul, Eskişehir, Muğla, İzmir ve Adana illerinde belirlenen yelken kulüpleri ve eğitim kurumları ile yelkenli yatçılıkla ilgili forumlar, Facebook grupları, yelkenli yarışı yapan bireyler ile tekne sahipleri oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak, kolayda örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Çalışma

örnekleminin bu illerden seçilme nedeni, kulüplerin büyük yüzdesinin ve yelkenli yatçılıkla ilgilenen kişilerin genelinin bu illerde yoğunlaşmasıdır.

Anket verileri 13 Şubat 2019 ve 30 Mart 2019 tarihleri arasında toplanmıştır. Katılımcılardan toplam 236 anket elde edilmiştir. Kişilere ulaşma ve anketin örneklem grubuna uygulanma biçimi ile ilgili olarak, Google Dokümanlar aracılığı ile online olarak ve kağıt çıktı verilerek elde yaptırılmıştır.

Ankete, yelkenli tekne kaptanı ve yelkenli yatçılık eğitmeni olan 5 kişi üzerinde pilot çalışma yapıldıktan sonra son hali verilmiştir. Soruların yanıtlanma süresi ortalama 5-10 dakika olarak gerçekleşmiştir. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme, televizyon ve internet gibi ortamlarda yapılan anketlerde en yaygın şekilde kullanılan yöntem olup, denek bulma işlevi istenen örnek büyüklüğe ulaşıncaya kadar devam eder (Altunışık vd., 2004, s. 130).

Yelkencilere ulaşmak ve anketin dağıtımı için eğitim kurumları ve kulüplerden yardım alınmış, eğitim ve yarış olan yerlere gidilmiştir. Araştırma, yelkenli yatçılık faaliyeti ile uğraşan kişilere ulaşılabilecek şekilde yelken kulüpleri ve eğitim kurumlarının vasıtası ile e-posta yoluyla, yelkenli yatçılıkla ilgili forumlar, sosyal medya gruplarında paylaşılarak gerçekleştirilmiştir.

4.6.3. Anket formunun hazırlanması ve veri toplama yöntemi

Araştırmanın verileri anket yoluyla toplanmıştır ve hazırlanan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümdeki sorular için Beard ve Ragheb'in (1983) "Measuring Leisure Motivation" adlı araştırmasındaki çalışmadan yararlanılmıştır. Boş Zaman Motivasyon Ölçeği, bireylerin yelkenli tekne kullanmakla ilgili motivasyonunu anlamaya yönelik 48 ifadeden oluşmaktadır. Her ifade beşli likert ölçeği ile (1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum 5=Kesinlikle katılıyorum) değerlendirilmiştir.

Araştırmada kullanılan "Boş Zaman Motivasyon Ölçeği", Beard ve Ragheb'in (1983) çalışmasına dayandırılmıştır. Boş Zaman Motivasyon Ölçeği, geçmişte birçok teorisyenin farklı disiplinler için yaptığı çalışmalar ışığında, 1983 yılında Beard ve Ragheb tarafından aktivitelere katılımın arkasında yatan psikolojik, sosyolojik ve zihinsel nedenleri değerlendirmek ve incelemek için geliştirilmiştir (Beard ve Ragheb, 1983).

Beard and Ragheb (1983), eğer farklı bireyler uyarıcılara aynı şekilde tepki verselerdi, motivasyon kavramına gerek kalmayacağını, ancak kişilerin aktivitelere farklı

nedenlerle katılım göstermekte olduğunu belirtir. Serbest zaman davranışını anlamak ve etkili rekreasyon programlarının planlanması için de bu farklı nedenleri ve köklerini çalışmanın merkezinde yer alır (Beard ve Ragheb, 1983; s. 227).

Boş Zaman Motivasyon Ölçeği, motivasyonu doğru anlamak adına her türlü ortamda kullanılmış ve Beard ve Ragheb'in titiz çalışmaları sonucunda 48 serbest zaman motivasyondan oluşan geniş bir liste oluşturulmuştur (Chen ve Pang, 2012; s. 1076). Beard ve Ragheb (1983), bu 48 serbest zaman motivasyonunu entelektüel, sosyal, yeterlilik\ustalık ve uyarıcı\kaçınma faktörlerinden oluşan dört bileşen altında gruplamıştır (Beard ve Ragheb, 1983, s. 225). Bunlar:

- **Entelektüel faktörler** (*Intellectual*): Serbest zaman faaliyetlerinin öğrenme, keşfetme, yaratma veya hayal etme gibi zihinsel aktivite unsurları barındırdığında motive olan bireyleri değerlendirir.
- **Sosyal faktörler** (*Social*): Bireylerin serbest zaman aktivitelerine sosyal nedenlerle katılımının ne ölçüde gerçekleştiğini değerlendirir. Bu bileşen, arkadaşlık ve kişilerarası ilişkiler ile başkalarının saygısına olan ihtiyaç olmak üzere iki temel ihtiyacı barındırır.
- **Yeterlilik\ustalık faktörleri** (*Competence/Mastery*): Hangi bireylerin serbest zaman aktiviteleriyle başarı, ustalık, meydan okuma ve rekabet kapsamında uğraştıklarını değerlendirir. Burada bahsedilen aktiviteler daha çok fiziksel ve doğada yapılanlardır.
- **Uyarıcı\kaçınma faktörleri** (*Stimulus/Avoidance*): Aşırı derecede uyarıcı durumlardan kaçma ve kaçma dürtüsünü değerlendiren serbest zaman motivasyon bileşenidir. İnsanların sosyal temaslardan kaçınıp, yalnızlık ve sakın ortamlar ya da dinlenme ve gevşeme arayışında olması ihtiyacını anlatır.

Anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların demografik (kişisel) özelliklerini içeren ve yelkenli yatçılık faaliyeti ile ilgili temel bilgilerini edinmek amaçlı sorular yer almaktadır. Toplam 5 adet demografik özellik (yaş, cinsiyet, gelir, eğitim durumu ve meslek) belirlenmiştir. 6 adet soru da yelkenli yatçılık faaliyetine katılım süresi ve tercih edilen türü/türleri, tekne sahipliği, eğitim alma durumu ve ilgilenilen diğer boş zaman faaliyetlerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan anket formu ekte (**Ek-1**) verilmiştir.

4.6.4. Anketin geçerliliği ve güvenilirliği

Anketin hazırlama aşamasında anketin geçerliliğini sınamak amacı ile çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bunlar:

- Boş zaman motivasyonu ve yelkenli yatçılıkla ilgili yapılan araştırma soruları ve literatür incelenmiştir.
- Ankete, yelkenli tekne kaptanı ve yelkenli yatçılık eğitmeni olan 5 kişi ile pilot çalışma yapıldıktan sonra gerekli düzeltmeler yapılarak son hali verilmiştir.
- Ankette kullanılıp ölçek şeklinde değerlendirilen soru grupları için güvenilirlik analizi yapılmış ve içsel tutarlılık ölçümü için en yaygın kullanılan yöntem olarak bilinen Cronbach's Alpha'dan yararlanılmıştır (Altunışık vd., 2004, s. 115). Yapılan analiz sonucunda boş zaman motivasyonu ile ilgili ölçeklerin güvenilirliği .831 ile .928 arasında değişen değerler olarak elde edilmiştir ve bu değerler kabul edilebilir güvenilirlik değeri sınırı olan 0.70'in üzerindedir. Söz konusu ifadeler için Cronbach Alpha değerleri 0.70'in üzerinde hesaplanmış, bu durum Nunally'nin (1978) önerdiği "güvenilirliğin genel kabul sınırlarının (0.70)" içinde olduğunu göstermektedir (Kim vd., 2003).
- Ankette yer alan soruların anlamlılık düzeyini ölçmek için Bartlett'in $\text{sig} < 0,05$ anlamlılık testi uygulanmış ve anlamlılık düzeyi ($\text{sig} = 0,000$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç, ankette yer alan maddelerin anlamlı faktörlere ayrıldığını ve formun faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

4.6.5. Verilerin analizi

Anket çalışmasından elde edilen veriler, bilgisayar ortamında SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 20.0 paket programı yardımıyla analiz edilmiştir.

Tanımlayıcı (betimleyici) veri analizi için sıklık, yüzde, ortalama ve standart sapma analizlerinden yararlanılmıştır. Ölçek niteliğindeki değişkenlerin güvenilirlik analizi için Cronbach's Alpha testinden yararlanılmıştır.

Boş zaman motivasyonlarına ilişkin ifadeler için faktör analizi uygulanmıştır.

Katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesi için Frekans (Sıklık) Analizi yapılmıştır. Frekans analizi ile cinsiyet, yaş, meslek, gelir ve eğitim durumu çıkarılmış ve betimsel analizler belirlenmiştir.

Güdüleyici faktörler ile ilgili yaş, cinsiyet, gelir, eğitim durumu ve meslek gibi durumlar arasındaki farklılaşma durumlarını ortaya koymak amacıyla T-testi ve ANOVA analizlerinden faydalanılmıştır.

Yelkenli yatçılık faaliyetine ilişkin değişkenler (katılım süresi ve tercih edilen türü/türleri, tekne sahipliği, eğitim alma durumu ve ilgilenilen diğer boş zaman faaliyetleri durumları) arasındaki ilişkiyi değerlendirmek içinse yine T-testi ve ANOVA analizlerinden yararlanılmıştır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLAR

5.1. Ankete Katılan Bireylerin Demografik Özellikleri

Tez çalışması kapsamında soru formunu doldurarak araştırmaya katılan 236 kişinin cinsiyetleri, yaşları, eğitim ve gelir durumları ile meslek grupları gösteren bulgular, bu başlık altında değerlendirilmiştir. Tablo 5.1.'de görüldüğü gibi tez çalışmasına veri sağlayan katılımcıların % 75,4'ünü erkekler oluştururken, %24,6'sını ise kadın katılımcılar oluşturmaktadır.

Tablo 5.1. Katılımcıların Cinsiyetleri

Cinsiyet	Sıklık	%
Kadın	58	24.6
Erkek	178	75.4
Toplam	236	100.0

Tablo 5.2.'de ise katılımcıların yaş durumlarını gösteren sıklık ve yüzdelik dilimler paylaşılmıştır. Buna göre; katılımcıların %8,2'sinin 20-30 yaş, %20,3'ünün 31-40 yaş, %33,2'sinin 41-50 yaş, %31'inin 51-60 yaş, %7,3'ünün 61-74 yaş grubundan oluşmaktadır. Buna göre yanıtlayıcıların yarısından çoğunun, 149 katılımcının, 41-60 yaş aralığında olduğu görülmektedir. 4 kişi ise soruyu yanıtlamamıştır.

Tablo 5.2. Katılımcıların Yaş Durumları

Yaş	Sıklık	%
20 - 30 arası	19	8.2
31 - 40 arası	47	20.3
41 - 50 arası	77	33.2
51 - 60 arası	72	31.0
61 - 74 arası	17	7.3
Toplam	232	100.0
Yanıtlanmayan	4	
Toplam	236	

Tablo 5.3. incelendiğinde, araştırma kapsamına alınan yelkenli yatçılık faaliyeti ile ilgilenen katılımcıların eğitim seviyelerine göre frekans ve yüzdeleri görülmektedir.

%7,7'sinin lise ve ortaokul, %6,4'ünün ön lisans, %66'sının lisans, %20'sinin lisansüstü düzeyinde eğitim gören kişilerden oluştuğu görülmektedir. Ankete katılımcılarının büyük çoğunluğunu (%86) lisans ve lisansüstü düzeyinde eğitime sahip olan kişiler oluşturmaktadır. 1 kişi ise soruyu yanıtlamamıştır.

Tablo 5.3. Katılımcıların Eğitim Seviyesine Göre Dağılımı

Eğitim Durumu	Sıklık	%
Lise ve Ortaokul	18	7.7
Ön lisans	15	6.4
Lisans	155	66.0
Lisansüstü	47	20.0
<i>Toplam</i>	<i>235</i>	<i>100.0</i>
Yanıtlanmayan	1	
Toplam	236	

Katılımcıların aylık ortalama gelir durumları Tablo 5.4.'te gösterilmektedir. Buna göre gelir %17,2'si 5.000 TL ve altı, %30,9'u 5001- 10.000 TL arası, %24,5'i 10.001- 15.000 TL arası, %8,6'sı 15.001- 20.000 TL arası, %18,9'u da 20.001 TL ve üstü gelire sahibi olduklarını belirtmektedir. 3 kişi ise soruyu yanıtlamamıştır.

Tablo 5.4. Katılımcıların Ortalama Aylık Gelirleri

Gelir	Sıklık	%
5000 TL ve altı	40	17.2
5001- 10.000 TL arası	72	30.9
10.001- 15.000 TL arası	57	24.5
15.001- 20.000 TL arası	20	8.6
20.001 TL ve üstü	44	18.9
<i>Toplam</i>	<i>233</i>	<i>100.0</i>
Yanıtlanmayan	3	
Toplam	236	

Araştırma katılımcılarının meslek gruplarını gösteren Tablo 5.5. incelendiğinde; %31 oranla 63 kişi yönetici, %17,7 oranla 36 kişi emekli, %15,3 oranla 31 kişi tüccar, %13,8 oranla 28 kişi ücretli nitelikli uzman (doktor, mimar, mühendis, akademisyen vb.), %9,4 oranla 19 kişi serbest nitelikli uzman (avukat, mali müşavir, doktor, eczacı vb.),

%3,9 oranla 8 kişi memur, %3,4 oranla 7 kişi öğrenci ve %5,4 oranla 11 kişi ise diğer meslek grupları oluşturmaktadır. 33 kişi meslek sorusuna yanıt vermemiştir.

Tablo 5.5. Katılımcıların Meslek / Çalışma Grupları

Meslek	Sıklık	%
Öğrenci	7	3,4
Memur	8	3,9
Yönetici	63	31,0
Ücretli nitelikli uzman	28	13,8
Tüccar	31	15,3
Serbest nitelikli uzman	19	9,4
Emekli	36	17,7
Diğer	11	5,4
Toplam	203	100,0
Yanıtlanmayan	33	
Toplam	236	

5.2. Yelkenli Yatçılık Faaliyetiyle İlgili Bireyleri Tanımaya Yönelik Araştırma Soruları

Anket katılımcılarının, hangi tür boş zaman faaliyeti olarak yelkenli yatçılıkla ilgilendiklerini belirlemek amaçlanmış ve kendilerine “Hangi tür yelkenli yatçılık faaliyetlerine katılıyorsunuz” sorusu yöneltilmiştir. Birden fazla seçeneğin aynı anda işaretlenebildiği bu soruda, yanıtlara bakıldığında %88,9 oranla “Gezi ve Eğlence” kategorisi en çok tercih edilen tür olmuş, onu %45,3 oranla “Spor ve yarışma” takip etmektedir. Yelkenli yatçılıkla ilgilenenler bireysel ya da gruplar halinde boş zamanlarını değerlendirebilmektedirler. Bu da katılım şeklini doğrudan etkiler ve çeşitlendirir. O nedenle ana iki amaç dışında “Diğer” kategorisi de % 6 oranla 6 kişi tarafından seçilmiştir.

Tablo 5.6. Yelkenli Yatçılık Faaliyetlerine Katılma Şekli

	Sıklık	%
Gezi ve Eğlence	208	88.9
Spor ve yarışma	106	45.3
Diğer	14	6.0

Yelkenli yatçılık faaliyetiyle uğraşan bireylerin deneyim sürelerinin öğrenilmesi, motivasyon faktörlerinin ortaya konması açısından belirleyici olabilir. Araştırmaya katılan yelkencilerin deneyimlerini yıllara göre incelediğimizde, 10 yıldan fazla bu konuyla ilgilenen 70 kişi en yüksek oranla % 29,7'dir. Bu sonuç ve diğer süreler meslek grupları ile birlikte yorumlandığında araştırmada yeni başlayanlardan çok tekne sahibi ve emekli bireylere ulaşıldığı sonucunu vermektedir. Bu oranı %23,7 ile 1-3 yıl arası, %18,2 oranla 4-6 yıl arası ve %13,1 oranla 7-9 yıl arası yelkenle ilgilenenler olarak devam etmektedir. % 15.3 oranla ise 36 kişi 1 yıldan az bir süredir yelkenli yatçılık faaliyetini boş zaman aktivitesi olarak değerlendirmektedirler.

Tablo 5.7. Katılımcıların Yelkenli Yatçılık Faaliyetleri Deneyim Durumu

	Sıklık	%
1 yıldan az	36	15.3
1-3 yıl arası	56	23.7
4-6 yıl arası	43	18.2
7-9 yıl arası	31	13.1
10 yıldan fazla	70	29.7
Toplam	236	100.0

Yelkenli yatçılıkla ilgilenen bireyler, eğitim ve yarışlara eğitim kurumu ya da kulüplerin kendilerine tahsis ettiği yelkenli tekne ile veya kendilerine ait tekneleri ile katılırlar. Gezi amaçlı ise yine ya kendi teknelerini ya da kiraladıkları yelkenlileri kullanırlar. Tekne sahibi olmak birçok boş zaman faaliyetindeki ekipmanlara sahip olmak kadar kolay olmamakla birlikte, araştırmamızda çıkan oran %45,8 ile neredeyse katılımcıların yarısına denk gelmektedir. Bu da tekne sahibi olmanın, hem yelkencilikle ilgilenilen süre hem de denizde geçirilen süre açısından önemli olarak değerlendirilebileceğini göstermektedir.

Tablo 5.8. Katılımcıların Kendilerine Ait ya da Ortak Tekneye Sahip Olma Durumu

	Sıklık	%
Evet	108	45.8
Hayır	128	54.2
Toplam	236	100.0

Araştırmamızda bir boş zaman faaliyeti olarak değerlendirdiğimiz yelkenli yatçılık, günümüzde birçok açık hava aktivitesinde olduğu gibi belirli bir eğitim süreci gerektirir. Verilen yanıtlara baktığımızda da %67,8 oranla hem teorik hem de pratik eğitim alan 160 kişi sayısı, yelkenli yatçılığın doğasını tanımlamada önemli bir yer tutmaktadır. 22 kişinin sadece teorik eğitim aldığı, 20 kişinin de sadece pratik eğitim aldığı tespit edilmiştir. %14.4'lük oranla 34 kişi ise aktif ilgilendiği halde hiç eğitim almadığını belirtmiştir.

Tablo 5.9. Katılımcıların Yelkencilik Eğitimi Alma Durumları

	Sıklık	%
Teorik eğitim aldım	22	9.3
Pratik eğitim aldım	20	8.5
Eğitim almadım	34	14.4
Teorik ve pratik eğitim aldım	160	67.8
Toplam	236	100.0

Katılımcılara “Yelkenli yatçılık faaliyetleri için yılda kaç günü denizde geçiriyorsunuz?” açık uçlu sorusu yöneltilip yıl içerisinde bu faaliyete ayırdıkları süre sorulmuştur. Alınan yanıtlar 5 grupta kodlanmıştır. Yelkencilerin, %26,7 oranla 31-60 günü, %24,4 oranla 1-15 günü, %24 oranla 16-30 günü, %12,9 oranla 100-365 günü ve %12 oranla 61-99 günü denizde geçirdiği bilgisine ulaşılmıştır. Bu oranlara göre, katılımcıların yarısına yakın sayıda olan aktif çalışan kesimin ancak kısıtlı yıllık izin dönemlerinde, en fazla 1 ayı denizde geçirebildikleri gözlenmektedir.

Tablo 5.10. Katılımcıların Yelkenli Yatçılık Faaliyetleri İçin Yıl İçinde Denizde Geçirdikleri Süre

	Sıklık	%
1-15 gün	55	24.4
16-30 gün	54	24.0
31-60 gün	60	26.7
61-99 gün	27	12.0
100-365 gün	29	12.9
Toplam	225	100.0
Yanıtlanmayan	11	
Toplam	236	

5.3. Yelkenli Yatçılık Motivasyon Faktörleri

Bu araştırmada, boş zaman faaliyeti olarak yelkenli yatçılık faaliyeti yapan katılımcıların motivasyon unsurları değerlendirmek için 48 ifadeden yararlanılmıştır. Bu ifadelerin gruplandırılması ve ana faktörlere dönüştürülmesi amacıyla açıklayıcı (explanatory) faktör analizi uygulanarak, elde edilen diğer bulgularla birlikte Tablo 5.11’de derlenmiştir. Faktör analizinin amacı değişkenler arasındaki korelasyonu en iyi şekilde yeniden belirlemektir. Böylece, karmaşık değişkenler içinden düzenli ve yoruma uygun bir sadeleştirme gerçekleştirmeye çalışır (Günel, 1977, s. 134).

Tablo 5.11.’de ankete katılan bireylerin yelkenli tekne kullanmakla ilgili motivasyonları ilgili faktörler altında toplanmış ve ortalamaları paylaşılmıştır. Tabloda da görüleceği üzere, katılımcılar “Yeni şeyler keşfetmek”, “Yelkencilik beceri ve yeteneklerini geliştirmek”, Stres ve gerginliği gidermek”, “Zihinsel olarak rahatlamak” ve “Günlük hayatın koşuşturmasından kaçmak” ile ilgili motivasyon ifadelerine büyük oranda katılmaktadırlar. Benzer şekilde motivasyonlarını, “İlgi alanlarını genişletmek”, “Yeni fikirler keşfetmek”, “Hayal gücünü kullanmak”, “Çevredeki şeyleri öğrenmek”, “Kendini keşfetmek”, “Özgün olmak”, “Bilgi dağarcığını genişletmek”, “Bir şeyleri kendisi için daha anlamlı kılmak”, “Merakını tatmin etmek”, “İlgi alanlarını genişletmek”, “Başka insanlarla etkileşim içinde olmak”, “Başka insanlarla arkadaşlık kurmak”, “Başka insanlarla birlikte olmak”, “Yeni ve farklı insanlar tanımak”, “Yelkencilikte iyi olmak”, “Yeteneklerine (kendisine) meydan okumak”, “Bir şeylerin üstesinden gelmekten keyif almak”, “Yeteneklerini görmek”, “Kalabalık ortamlardan kaçınmak”, “Bazı zamanlarda yalnız kalmaktan hoşlanmak”, “Hayatı yavaşlatmak”, “Sakin bir ortamda olmak”, Fiziksel olarak formda kalmak”, “Fiziki kondisyonu arttırmak/geliştirmek”, “Fiziksel becerileri kullanmak”, “Fiziksel beceri ve yeteneklerini geliştirmek”, “Faal (aktif) olmak”, “Dinlenmek” ve “Fiziksel olarak rahatlamak” olarak da belirtmektedirler.

Araştırmaya katılanlar, “Yakın arkadaşlıklar geliştirmek”, “Başka insanlara yardım etmek”, “Sosyal açıdan yetkin ve yetenekli olmak”, “Başarı hissini elde etmek”, “Zamanımı planlamadan hareket edebilmek” seçeneklerinde katılımcılar kararsız görünmektedirler.

“Düşünce, duygu veya fiziksel becerilerini diğer insanlara göstermek”, “Başkalarıyla rekabet etmek”, “Başkalarını etkilemek” ve “Başkalarının saygısını kazanmak” fikirlerine ise katılmamışlardır.

Araştırmanın katılımcılarının boş zaman motivasyon düzeylerine ilişkin faktör analizinde KMO ve Bartlett's Küresellik Testi değerlerine bakılmıştır. KMO katsayısı, verilerin ve örneklem büyüklüğünün seçilen analize uygun ve yeterli olduğunu belirlemede kullanılan istatistiksel bir yöntemdir (Pektaş vd., 2009, s. 114). Bu araştırmada, faktör analizine göre değerlendirilen değişkenlere ilişkin KMO değeri 0.910 olduğu için faktör analizinin uygulanabilmesi için yeterlidir. Bartlett's Küresellik Testi (Bartlett's Test of Sphericity) anlamlılık testinde ise anlamlılık düzeyi ($\text{sig}=0,000$) olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5.11'de görüldüğü gibi, yelkenli yatçılık ile ilgilenen katılımcıların yelkenli tekne kullanmakla ilgili motivasyonları 7 faktöre indirgenebilmektedir. Birinci faktör, on bir değişkenden oluşan "Entelektüel" faktördür. İkinci faktör, katılımcıların diğer insanlarla olan etkileşimiyle ilgili motivasyonlarına yönelik altı değişkenden oluşan "Sosyal etkileşim", Üçüncü faktör ise beş değişkenden oluşan "Saygınlık kazanmak" olarak isimlendirilmiştir. Dördüncü faktör, yedi değişkenden oluşan "Yeterlilik" biçiminde isimlendirilmiştir. Beşinci faktör, beş değişkenden oluşan "Sakinlik arayışı", altıncı faktör yine beş değişkenden oluşan "Uсталık", son olarak yedinci faktör ise beş değişkenden oluşan "Dinlenme\gevşeme" olarak belirlenmiştir.

Faktör yükleri için alt sınır 0.40 olarak belirlenmiş, yedi faktöre ilişkin faktör yükleri Tablo 5.11'de gösterilmiştir. En düşük faktör yükü .483 iken, en yüksek değer ise .856'dır. Dört faktörün yükü 0.40 dan küçük olduğu için faktör analizine dâhil edilmemiştir. Faktör sayısına bir sınırlama getirilmemiş, özdeğerleri 1'in üzerinde olan faktör grupları kullanılmıştır. Sınıflandırılan yedi faktörün toplam varyansın % 66.393'unu açıkladığı görülmektedir.

Birinci faktör, toplam varyansın %31.748 değerle büyük bir kısmını açıklamakta olup, diğer altı faktörün açıkladığı varyans yüzdesinden büyük olduğu görülmektedir. Bu faktör kapsamındaki ifadeler incelendiğinde; ilgi alanlarını genişletmesi, yeni fikirler keşfetmesi, hayal gücünü kullanması, kendini keşfetmesi ve özgün olmak gibi ifadelerden oluşmaktadır. Buna göre, yelkenli yatçılık ile ilgilenen katılımcıların motivasyon unsurlarının ağırlıklı "entelektüel" faktör olarak ortaya çıktığı görülmektedir.

İkinci faktör, toplam varyansın %12.068'ini açıklamaktadır. Bu faktörü içeren ifadeler bakıldığında; başka insanlarla etkileşim içinde olmak, arkadaşlık kurmak ve yeni ve farklı insanlar tanımak gibi ifadelerden meydana geldiği gözlenmektedir.

Üçüncü faktör ise toplam varyansın %6.523'ünü açıklamakta olup; "Saygınlık kazanmak" olarak adlandırılan bu faktör, başkalarını etkilemek, başkalarının saygısını kazanmak ve düşünce, duygu veya fiziksel becerileri diğer insanlara göstermek gibi ifadelerden oluşmaktadır.

Dördüncü faktör, toplam açıklanan varyansın %5.567'sini açıklamaktadır. Bu faktör; yelkencilikte iyi olmak, yeteneklere (kendime) meydan okumak, yelkencilik beceri ve yeteneğini geliştirmek, Başarı hissini elde etmek ve rekabet etmek gibi ifadelerden meydana gelmektedir.

Beşinci faktör toplam açıklanan varyansın %4.577'sini açıklamaktadır. Faktöre dâhil olan kalabalık ortamlardan kaçınmak, bazı zamanlarda yalnız kalmaktan hoşlanmak, hayatı yavaşlatmak ve sakin bir ortamda olmak gibi ifadelerle dayanarak "Sakinlik arayışı" olarak adlandırılmıştır.

Altıncı faktör, toplam açıklanan varyansın %3.230'unu açıklamakta ve fiziksel olarak formda kalmak, fiziki kondisyonu geliştirmek, fiziksel becerileri kullanmak ve fiziksel beceri ve yetenekleri geliştirmek ifadelerinden oluşmaktadır. Bu ifadeler dikkate alınarak bu faktör "Uсталık" olarak isimlendirilmiştir.

Son faktörün ise toplam açıklanan varyansın %2.681'ini açıkladığı görülmektedir. Bu faktör dâhilindeki ifadeler incelendiğinde; stres ve gerginliği gidermek, zihinsel olarak rahatlamak, dinlenmek, günlük hayatın koşuşturmasından kaçıp fiziksel olarak rahatlamak gibi ifadelerden oluşmaktadır.

Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan yedi faktörün açıkladığı varyansın (%66.393) yüzde payının yüksek olduğu söylenebilir. Açıklanan varyans yüzdesine göre entelektüel faktör on plana çıkmakla birlikte diğer faktörlerin de motivasyon unsurlarını belirlemek adına kayda değer bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Faktörlere ilişkin güvenilirlik değerleri sırasıyla; .912, .928, .874, .872, .899, .831 ve .886'dır (Tablo 5.11). Sonuç olarak ortaya çıkan yedi faktörün ölçek ifadelerinin güvenilirlik katsayıları .831 ile .928 arasında değişen değerler olarak elde edilmiştir. Bu değerler kabul edilebilir güvenilirlik değeri sınırı olan 0.70'in üzerinde olup, bulguların güvenilir olduğunun işareti olarak değerlendirilebilir.

Tablo 5.11. Katılımcıların Boş Zaman Motivasyon Unsurlarına İlişkin Faktör Analizi

Maddeler	Faktörler						
	X	S	1	2	3	4	5
1. Faktör: Entelektüel							
İlgi alanlarımı genişletmek istediğim için	3.31	1.16333	.768				
Yeni fikirler keşfetmek için	3.54	1.08836	.754				
Hayal gücümü kullanmak için	3.28	1.19769	.723				
Çevremdeki şeyleri öğrenmek için	3.44	1.12923	.679				
Kendimi keşfetmek için	3.67	1.19237	.665				
Özgün olmak için	3.39	1.23104	.661				
Bilgi dağarcığımı genişletmek için	3.62	1.08262	.658				
Yeni şeyler keşfetmek için	4.00	.96975	.649				
Bir şeyleri kendim için daha anlamlı kılmak için	3.52	1.20407	.641				
Merakımı tatmin etmek için	3.40	1.16830	.556				
İlgi alanlarımı genişletmek istediğim için	3.57	1.24442	.483				
2. Faktör: Sosyal etkileşim							
Başka insanlarla etkileşim içinde olmak için	3.18	1.15807		.853			
Başka insanlarla arkadaşlık kurmak için	3.01	1.16689		.842			
Yakın arkadaşlıklar geliştirmek için	2.83	1.10168		.825			
Başka insanlarla birlikte olmak için	3.14	1.24056		.819			
Yeni ve farklı insanlar tanımak için	3.22	1.13350		.751			
Başka insanlara yardım etmek için	2.70	1.03461		.517			
3. Faktör: Saygınlık kazanmak							
Başkalarını etkilemek için	1.72	.80831			.856		
Başkalarının saygısını kazanmak için	1.82	.85185			.838		
Bunu yapmamdan dolayı diğer insanlar hakkımda iyi düşüneceği için	1.94	.94794			.811		
Düşünce, duygu veya fiziksel becerilerimi diğer insanlara göstermek için	2.11	1.01552			.782		
Sosyal açıdan yetkin ve yetenekli olmak için	2.78	1.16892			.567		
4. Faktör: Yeterlilik							
Yelkencilikte iyi olmak için	3.64	1.13059				.760	
Yeteneklerime (kendime) meydan okumak için	3.10	1.25403				.728	
Bir şeylerin üstesinden gelmekten keyif aldığım için	3.68	1.16970				.708	
Yelkencilik beceri ve yeteneğimi geliştirmek için	4.00	.98930				.639	
Yeteneklerimi görmek için	3.46	1.13095				.615	
Başarı hissini elde etmek için	2.98	1.21146				.531	
Başkalarıyla rekabet etmek için	2.28	1.10315				.503	

[Tablo 5.11. (Devam) Katılımcıların Boş Zaman Motivasyon Unsurlarına İlişkin Faktör Analizi]

	Faktörler								
Maddeler	X	S	1	2	3	4	5	6	7
5. Faktör: Sakinlik arayışı									
Kalabalık ortamlardan kaçınmak için	3.51	1.18674					.804		
Bazı zamanlarda yalnız kalmaktan hoşlandığım için	3.45	1.21057					.764		
Hayatı yavaşlatmak için	3.43	1.19889					.761		
Sakin bir ortamda olmak için	3.89	1.12676					.723		
Zamanımı planlamadan hareket edebilmek için	2.80	1.18184					.643		
6. Faktör: Uсталık									
Fiziksel olarak formda kalmak için	3.44	1.07198						.774	
Fiziki kondisyonumu arttırmak/geliştirmek için	3.34	1.08873						.764	
Fiziksel becerilerimi kullanmak için	3.61	1.07258						.725	
Fiziksel beceri ve yeteneklerimi geliştirmek için	3.78	.96435						.609	
Faal (aktif) olmak için	3.65	1.10224						.486	
7. Faktör: Dinlenme\gevşeme									
Stres ve gerginliği gidermek için	4.07	.98018							.766
Zihinsel olarak rahatlamak için	4.25	.84614							.760
Dinlenmek için	3.81	1.05673							.682
Günlük hayatın koşuşturmasından kaçmak için	4.04	1.00775							.612
Fiziksel olarak rahatlamak için	3.67	1.08089							.524
Özdeğer			13.969	5.310	2.870	2.449	2.014	1.421	1.180
Açıklanan Varyans (%)			31.748	12.068	6.523	5.567	4.577	3.230	2.681
Cronbach α			.912	.928	.874	.872	.831	.899	.886
KMO Testi: 0,910 Bartlett küresellik testi	χ²: 7366.700	df: 946	P: 0,00						

5.4. Motivasyon Faktörlerinin Katılımcıların Demografik ve Diğer Özellikleri Açısından Farklılıkları

Motivasyon faktörlerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılaşma durumlarını ortaya koymak ve yelkenli yatçılık faaliyetine ilişkin değişkenler (kaç yıldır yapıldığı, denizde geçirilen süre, tekne sahipliği) arasındaki farklılıkları değerlendirmek amacıyla T-testi ve ANOVA analizlerinden faydalanılmıştır. T-testi sadece iki grup arasındaki farklılıkların incelenmesi için uygun iken; ANOVA testi 3 veya daha fazla sayıdaki gruplar arasındaki karşılaştırma yapıp herhangi bir farkın olup olmadığını gösteren bir varyans analizidir (Altunışık vd., 2004, s. 179-180). ANOVA testi sonucunda gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark çıkması durumunda, farklılığın hangi grup ya da gruplardan kaynaklandığını ortaya çıkarabilmek için, varyansların homojenliği incelenmiştir. Varyansların homojenliğinin ölçümü için Levene testinden faydalanılmış; elde edilen anlamlılık (significance, sig. veya p) değerinin .05'ten büyük çıkması grup varyanslarının homojen olduğu, küçük çıkması ise varyans homojenliği sağlamadığı şeklinde yorumlanmaktadır (Bütüner, 2008, s. 7). Analizler sonucunda grup varyansları homojen olduğunda Tukey, homojen olmadığında ise Tamhane testi uygulanmıştır.

Yelkenli yatçılık faaliyetlerine katılma süreleri iki ana gruba ayrılmıştır. İlk gruptakiler yeni başlayanlardan 6 yıla kadar olan, ikinci gruptakiler ise 7 yıl ve üzeri bir süredir bu faaliyetlerde bulunan katılımcılardır. Faaliyet süresine göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini belirlemek için T-testi uygulanmıştır.

Bu T-testinin sonucuna göre, p değeri .05'den küçük olan üç motivasyonun yelkenli yatçılık faaliyetlerinde bulunma süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmektedir. Buna göre 0-6 yıl arası yelken yapanların “sosyal etkileşim” ($t=2.686$; $p=.008$) ve “yeterlilik” arayışı ($t=3.256$; $p=.001$) açısından 7 yıl ve üzeri yelken yapanlara göre farklılaştığı; 7 yıl ve üzeri yelken yapanların ise “sakinlik arayışı” ($t=-2.058$; $p=.041$) motivasyonu açısından 0-6 yıl arası yelken yapanlara göre farklılaştığı söylenebilir.

“Entelektüel” ($t=1.646$; $p=.101$), “Saygınlık kazanmak” ($t=.427$; $p=.670$), “Uсталık” ($t=.520$; $p=.603$) ve “Dinlenme\gevşeme” ($t=1.189$; $p=.236$) motivasyonları ise yelkenli yatçılık faaliyetine katılma süresine göre istatistiksel bakımdan anlamlı farklılıklar göstermemektedir (Tablo 5.12.).

Tablo 5.12. Yelkenli Yatçılık Faaliyetleri Deneyimine Göre Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları

Motivasyon Faktörleri		N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Entelektüel	0-6 yıl	135	3.60	.812	1.646	.101
	7 yıl ve üzeri	101	3.42	.874		
Sosyal etkileşim	0-6 yıl	135	3.16	.985	2.686	.008*
	7 yıl ve üzeri	101	2.82	.939		
Saygınlık kazanmak	0-6 yıl	135	2.09	.808	.427	.670
	7 yıl ve üzeri	101	2.05	.764		
Yeterlilik	0-6 yıl	135	3.46	.801	3.256	.001*
	7 yıl ve üzeri	101	3.10	.897		
Ustalık	0-6 yıl	135	3.59	.844	.520	.603
	7 yıl ve üzeri	101	3.53	.964		
Sakinlik arayışı	0-6 yıl	135	3.31	.962	-2.058	.041*
	7 yıl ve üzeri	101	3.56	.825		
Dinlenme\gevşeme	0-6 yıl	135	4.02	.773	1.189	.236
	7 yıl ve üzeri	101	3.89	.892		

*p<.05

Yelkenli yatçılık faaliyetleri için yıl içinde denizde geçirdikleri günlere göre üç gruba ayrılmıştır. “1-30 gün” 1.grup, “31-60 gün” 2.grup ve “61-365 gün” de 3.grup olarak belirlenmiştir. Bu üç grubun motivasyonlar açısından bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA analizi yapılmıştır. Sadece “yeterlilik” motivasyonunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık çıkmıştır (p<.05). Diğer altı motivasyonun anlamlılık değerleri 0.05’ten büyük olduğu için, yelkencilerin denizde geçirdikleri günle arasında farklılık yaratmadığı görülmektedir. Tüm motivasyonlar açısından ortalama ve standart sapmaların bilgisi Tablo 5.13’te, ANOVA testinin sonuçları ise Tablo 5.14.’te verilmiştir.

Tablo 5.13. Yelkenli Yatçılık İçin Yıl İçinde Denizde Geçirdikleri Süreye Göre Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları

Motivasyon Faktörleri		N	Ortalama	Standart Sapma
Entelektüel	1-30 gün	109	3.58	.813
	31-60 gün	60	3.39	.895
	61-365 gün	56	3.47	.815
	Toplam	225	3.50	.836

[Tablo 5.13. (Devam) *Yelkenli Yatçılık İçin Yıl İçinde Denizde Geçirdikleri Süreye Göre Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları*]

Motivasyon Faktörleri		N	Ortalama	Standart Sapma
Sosyal etkileşim	1-30 gün	109	3.10	1.053
	31-60 gün	60	2.92	.920
	61-365 gün	56	2.95	.953
	Toplam	225	3.02	.994
Saygınlık kazanmak	1-30 gün	109	2.15	.809
	31-60 gün	60	1.92	.757
	61-365 gün	56	2.09	.781
	Toplam	225	2.07	.791
Yeterlilik	1-30 gün	109	3.44	.768
	31-60 gün	60	3.32	.893
	61-365 gün	56	3.01	.962
	Toplam	225	3.30	.867
Ustalık	1-30 gün	109	3.63	.854
	31-60 gün	60	3.49	.998
	61-365 gün	56	3.50	.894
	Toplam	225	3.56	.903
Sakinlik arayışı	1-30 gün	109	3.40	.877
	31-60 gün	60	3.45	1.002
	61-365 gün	56	3.53	.887
	Toplam	225	3.45	.912
Dinlenme\gevşeme	1-30 gün	109	4.00	.784
	31-60 gün	60	4.01	.865
	61-365 gün	56	3.94	.824
	Toplam	225	3.99	.813

Tablo 5.14. *Yelkenli Yatçılık İçin Yıl İçinde Denizde Geçirdikleri Süreye Göre ANOVA Sonuçları*

Motivasyon Faktörleri		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Entelektüel	Gruplar arası	1.436	2	.718	1.026	.360
	Gruplar içi	155.273	222	.699		
	Toplam	156.709	224			
Sosyal etkileşim	Gruplar arası	1.538	2	.769	.777	.461
	Gruplar içi	219.783	222	.990		
	Toplam	221.321	224			
Saygınlık kazanmak	Gruplar arası	2.043	2	1.021	1.643	.196
	Gruplar içi	138.042	222	.622		
	Toplam	140.085	224			

[Tablo 5.14. (Devam) *Yelkenli Yatçılık İçin Yıl İçinde Denizde Geçirdikleri Süreye Göre ANOVA Sonuçları*]

Motivasyon Faktörleri		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Yeterlilik	Gruplar arası	6.761	2	3.381	4.642	.011*
	Gruplar içi	161.667	222	.728		
	Toplam	168.428	224			
Uсталık	Gruplar arası	1.073	2	.536	.656	.520
	Gruplar içi	181.567	222	.818		
	Toplam	182.640	224			
Sakinlik arayışı	Gruplar arası	.595	2	.298	.356	.701
	Gruplar içi	185.724	222	.837		
	Toplam	186.319	224			
Dinlenme\gevşeme	Gruplar arası	.159	2	.079	.119	.888
	Gruplar içi	147.931	222	.666		
	Toplam	148.090	224			

*p<.05

Anlamlı farklılık bulunan “yeterlilik” motivasyonu için varyansların homojenliği testi yapılmış ve Sig .05’den (Levene istatistiği=3.353; p=.037) küçük olarak bulunmuştur. Varyansın homojen olmaması nedeniyle farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için bir post hoc test (Tamhane) seçilmiştir. Buna göre yılda daha kısa süre (1-30 gün) yelkenli yatçılık yapanların uzun süreler (61-365 gün) yapanlara göre yeterlilik arayışının daha fazla olduğu görülmüştür.

Tablo 5.15. *Yelkenli Yatçılık İçin Yıl İçinde Denizde Geçirdikleri Süreye Göre Tamhane Sonuçları*

(I)	(J)	Ortalama Fark (I-J)	Standart Sapma	p.	95% Güven Aralığı	
					Alt Limit	Üst Limit
1-30 gün	31-60 gün	.115	.13676	.785	-.2165	.4470
	61-365 gün	.426	.14812	.015	.0661	.7865
31-60 gün	1-30 gün	-.115	.13676	.785	-.4470	.2165
	61-365 gün	.311	.17269	.207	-.1076	.7297
61-365 gün	1-30 gün	-.426	.14812	.015	-.7865	-.0661
	31-60 gün	-.311	.17269	.207	-.7297	.1076

Yelkenli yatçılık faaliyetinde bulunan bireylerin tekne sahibi olmalarının motivasyonları açısından farklılaşma durumunu ortaya koymak amacıyla T-testinden

yararlanılmıştır. Beş motivasyon için gruplar arasında anlamlı farklar çıkmıştır ($p < 0.05$). Teknesi olanların olmayanlara göre temelde “sakinlik” ($t = 3.872$; $p = .000$) arayışında olduğu, teknesi olmayanların ise olanlara göre “entelektüellik” ($t = -3.178$; $p = .002$), “sosyal etkileşim” ($t = -3.146$; $p = .002$), “yeterlilik” ($t = -4.738$; $p = .000$) ve “ustalık” ($t = -2.278$; $p = .024$) motivasyonları açısından farklılaştığı görülmüştür. “Saygınlık kazanmak” ($t = -1.946$; $p = .053$) ve “Dinlenme\gevşeme” ($t = .090$; $p = .928$) motivasyonları tekne sahibi olma açısından anlamlı farklılıklar göstermemektedir.

Tablo 5.16. Tekne Sahibi Olma Durumuna Göre Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları

Motivasyon Faktörleri		N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Entelektüel	Tekne sahibi	108	3.34	.856	-3.178	.002*
	Tekne sahibi değil	128	3.68	.799		
Sosyal etkileşim	Tekne sahibi	108	2.80	1.004	-3.146	.002*
	Tekne sahibi değil	128	3.19	.921		
Saygınlık kazanmak	Tekne sahibi	108	1.96	.826	-1.946	.053
	Tekne sahibi değil	128	2.16	.745		
Yeterlilik	Tekne sahibi	108	3.03	.896	-4.738	.000*
	Tekne sahibi değil	128	3.54	.758		
Ustalık	Tekne sahibi	108	3.42	.962	-2.278	.024*
	Tekne sahibi değil	128	3.68	.821		
Sakinlik arayışı	Tekne sahibi	108	3.66	.831	3.872	.000*
	Tekne sahibi değil	128	3.21	.930		
Dinlenme\gevşeme	Tekne sahibi	108	3.97	.810	.090	.928
	Tekne sahibi değil	128	3.96	.843		

* $p < .05$

Yelkenli yatçılık faaliyetlerinde bulunan katılımcıların yaş grupları “20 - 40 arası”, “41 - 50 arası” ve “51 - 74 arası” olmak üzere üç gruba indirgenmiştir. Motivasyonlar ve yaş grupları arasında anlamlı bir farkın olup olmadığının belirlenmesi amacıyla ANOVA testinden yararlanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre sadece “entelektüellik” ve “yeterlilik” arayışı için yaşa göre anlamlı farklılık bulunmuştur ($p < .05$). Diğer beş motivasyonun

anlamlılık değerleri .05'ten büyük olduğu için, yelkencilerin yaş grupları ile arasında farklılık yaratmadığı görülmektedir. Motivasyonların yaş gruplarına göre ortalama ve standart sapmalarının bilgisi Tablo 5.17'de, ANOVA test sonuçları ise Tablo 5.18'de verilmiştir.

Tablo 5.17. Yaşa Göre Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları

Motivasyon Faktörleri		N	Ortalama	Standart Sapma
Entelektüel	20 - 40 arası	66	3.72	.729
	41 - 50 arası	77	3.46	.878
	51 - 74 arası	89	3.40	.862
	Toplam	232	3.51	.839
Sosyal etkileşim	20 - 40 arası	66	3.09	.943
	41 - 50 arası	77	3.11	1.017
	51 - 74 arası	89	2.86	.964
	Toplam	232	3.01	.979
Saygınlık kazanmak	20 - 40 arası	66	2.16	.782
	41 - 50 arası	77	1.96	.793
	51 - 74 arası	89	2.12	.799
	Toplam	232	2.08	.793
Yeterlilik	20 - 40 arası	66	3.61	.826
	41 - 50 arası	77	3.28	.866
	51 - 74 arası	89	3.10	.835
	Toplam	232	3.31	.865
Uсталık	20 - 40 arası	66	3.60	.750
	41 - 50 arası	77	3.54	.895
	51 - 74 arası	89	3.58	.975
	Toplam	232	3.57	.886
Sakinlik arayışı	20 - 40 arası	66	3.34	1.058
	41 - 50 arası	77	3.42	.807
	51 - 74 arası	89	3.52	.855
	Toplam	232	3.43	.902
Dinlenme\gevşeme	20 - 40 arası	66	4.03	.805
	41 - 50 arası	77	3.40	.833
	51 - 74 arası	89	3.93	.769
	Toplam	232	3.98	.799

Tablo 5.18. Yaş'a Göre Motivasyon Farklılıkları ANOVA Sonuçları

Motivasyon Faktörleri		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Entelektüel	Gruplar arası	4.129	2	2.065	2.982	.053*
	Gruplar içi	158.568	229	.692		
	Toplam	162.698	231			
Sosyal Etkileşim	Gruplar arası	3.327	2	1.663	1.746	.177
	Gruplar içi	218.209	229	.953		
	Toplam	221.535	231			
Saygınlık kazanmak	Gruplar arası	1.701	2	.851	1.356	.260
	Gruplar içi	143.702	229	.628		
	Toplam	145.403	231			
Yeterlilik	Gruplar arası	10.100	2	5.050	7.108	.001*
	Gruplar içi	162.708	229	.711		
	Toplam	172.808	231			
Uсталık	Gruplar arası	.134	2	.067	.084	.919
	Gruplar içi	181.055	229	.791		
	Toplam	181.189	231			
Sakinlik Arayışı	Gruplar arası	1.224	2	.612	.751	.473
	Gruplar içi	186.660	229	.815		
	Toplam	187.884	231			
Dinlenme\ gevşeme	Gruplar arası	.431	2	.216	.336	.715
	Gruplar içi	147.021	229	.642		
	Toplam	147.452	231			

ANOVA testine göre “entelektüellik” ve “yeterlilik” motivasyonlarında çıkan farkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit edebilmek için post hoc teste başvurulmuştur. Bu iki motivasyon için varyansların homojenliğine bakılmış ve “entelektüellik” için Levene istatistiği=2.477; $p=.086$; “yeterlilik” için Levene istatistiği=.600; $p=.550$ olarak bulunmuştur. Her ikisinin de sig. değeri .05’ten büyük olduğu için, yani varyansların homojen olması nedeniyle Tukey testi tercih edilmiştir. Sonuçlara göre 20 - 40 arası katılımcıların 51 - 74 arası yaş gruba göre hem entelektüellik hem de yeterlilik açısından daha fazla arayış içinde olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca 20 - 40 arası yaş grubundaki yelkenciler, 41 - 50 arası yaş gruba göre yeterlilik konusunda daha çok motive oldukları söylenebilir.

Tablo 5.19. Yaşa Göre Motivasyon Farklılıkları Tukey HSD Sonuçları

	(I)	(J)	Ortalama Fark (I-J)	Standart Sapma	p.	95% Güven Aralığı	
						Alt Limit	Üst Limit
Entelektüel	20-40	41-50	.257	.13959	.158	-.0719	.5867
		51-74	.319	.13517	.050	-.0004	.6373
	41-50	20-40	-.257	.13959	.158	-.5867	.0719
		51-74	.061	.12951	.885	-.2445	.3666
	51-74	20-40	-.319	.13517	.050	-.6373	.0004
		41-50	-.061	.12951	.885	-.3666	.2445
Yeterlilik	20-40	41-50	.331	.14140	.053	-.0030	.6641
		51-74	.515	.13693	.001	.1916	.8377
	41-50	20-40	-.331	.14140	.053	-.6641	.0030
		51-74	.184	.13119	.341	-.1254	.4936
	51-74	20-40	-.515	.13693	.001	-.8377	-.1916
		41-50	-.184	.13119	.341	-.4936	.1254

Yelkenli yatçılık yapma motivasyonunun cinsiyetle ilişkisini ölçmek için T-Test analizi kullanılmıştır. Yapılan testin sonucuna göre entelektüellik, yeterlilik ve sakinlik arayışı motivasyonlarında cinsiyete göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Buna göre kadınların “entelektüellik” ($t=2.731$; $p=.007$) ve “yeterlilik” ($t=2.824$; $p=.005$) motivasyonu için daha fazla arayışta, erkeklerin ise sakinlik ($t=-3.555$; $p=.000$) arayışında oldukları söylenebilir.

“Sosyal Etkileşim” ($t=1.180$; $p=.239$), “Saygınlık kazanmak” ($t=.301$; $p=.764$), “ustalık” ($t=1.662$; $p=.098$) ve “Dinlenme\gevşeme” ($t=.387$; $p=.699$) motivasyonları açısından istatistiksel bakımdan anlamlı farklılıklar görülmemiştir.

Tablo 5.20. Cinsiyete Göre Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları

Motivasyon Faktörleri		N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Entelektüel	Kadın	58	3.78	.831	2.731	.007*
	Erkek	178	3.44	.830		
Sosyal etkileşim	Kadın	58	3.14	.974	1.180	.239
	Erkek	178	2.97	.979		
Saygınlık kazanmak	Kadın	58	2.10	.814	.301	.764
	Erkek	178	2.06	.782		

[Tablo 5.20. (Devam) Cinsiyete Göre Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları]

Motivasyon Faktörleri		N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Yeterlilik	Kadın	58	3.58	.789	2.824	.005*
	Erkek	178	3.22	.866		
Uсталık	Kadın	58	3.73	.884	1.662	.098
	Erkek	178	3.51	.895		
Sakinlik arayışı	Kadın	58	3.06	.918	-	.000*
	Erkek	178	3.53	.881		
Dinlenme\gevşeme	Kadın	58	4.00	.966	.387	.699
	Erkek	178	3.96	.778		

*p<.05

Motivasyon faktörlerinin gelir ve eğitim durumları ile meslek gruplarına göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini ortaya koymak amacı ANOVA testi uygulanmış, ancak değişkenler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Tablo 5.21.'de ise analizlerde istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar bulunan tüm motivasyon ve değişkenler özet olarak verilmiştir:

Tablo 5.21. Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları Özet Tablo

Soru	Yöntem	Değişken Grupları	Farklılaşan Motivasyon Faktörleri
<i>Yelkenli Yatçılık Faaliyetleri Deneyim Durumu</i>	T-testi	0-6 yıl arası yelken yapanlar	- Sosyal etkileşim - Yeterlilik
		7 yıl ve üzeri yelken yapanlar	- Sakinlik arayışı
<i>Yelkenli Yatçılık Faaliyetleri İçin Yıl İçinde Denizde Geçirilen Süre</i>	ANOVA Tamhane	1-30 gün	- Yeterlilik (61-365 güne göre)
		31-60 gün	-
		61-365 gün	-
<i>Yaş Grupları</i>	ANOVA Tukey	20 - 40 arası	- Entelektüellik (51 - 74 arası yaş gruba göre) - Yeterlilik (41 - 50 ve 51 - 74 arası yaş gruba göre)
		41 - 50 arası	-
		51 - 74 arası	-
<i>Cinsiyet</i>	T-testi	Kadın	- Entelektüellik - Yeterlilik
		Erkek	- Sakinlik arayışı

[Tablo 5.21. (Devam) *Motivasyon Farklılıkları Analiz Sonuçları Özet Tablo*]

Soru	Yöntem	Değişken Grupları	Farklılaşan Motivasyon Faktörleri
<i>Tekne Sahibi Olma Durumu</i>	T-testi	Tekne sahibi	- Sakinlik arayışı
		Tekne sahibi değil	- Entelektüellik - Sosyal etkileşim - Yeterlilik - Uсталık

ALTINCI BÖLÜM

6. SONUÇ ve ÖNERİLER

6.1. Sonuç

Bu araştırmada katılımcıların bir boş zaman faaliyeti olarak yelkenli yatçılık tercih etme motivasyonları incelenmiş ve aynı zamanda demografik özellikleri açısından motivasyonlarının farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirilmiştir. Veriler anket yoluyla toplanmış ve Beard ve Ragheb'in (1983) Boş Zaman Motivasyon Ölçeği kullanılmıştır. Bu değerlendirme için mümkün olduğu kadar çok örneklem sayısına ulaşılmaya çalışılmış, bunun için yelken okulları ile yelken ve yat kulüplerinden destek alınmıştır. Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar daha çok erkeklerden ve 41-60 yaş grubundan oluşmaktadır. 178 erkek ve 58 kadın olmak üzere toplam 236 kişiye anket uygulanmış, elde edilen veriler tablolara işlenerek sonuçlar yorumlanmıştır.

İstanbul, Eskişehir, Muğla, İzmir, Adana illerinde belirlenen yelken kulüpleri ve eğitim kurumları ile yelkenli yatçılıkla ilgili forumlar, Facebook grupları, yelkenli yarışları yapan bireyler ile tekne sahiplerinin motivasyonlarını kapsayan bu araştırma, bu illerin dışında da yelkenli yatçılığı bir boş zaman aktivitesi olarak yapan tüm bireyler için genelleştirilebilir. Ayrıca bu araştırma, yelkenli yatçılık için sunulan faaliyetlerin kapsamının ve yeterlilik durumlarının incelenmesi için yardımcı da olabilir.

Yaptığımız bu araştırmada erkek katılımcı sayısının kadınlara oranla yüksek çıkmış olmasını, erkeklerin özgürlüğüne düşkün, maceraya ve farklı aktivitelere katılmaya daha istekli olduklarını akla getirmektedir. Ayrıca yakın geçmişe kadar kadının toplumdaki yerinin ve kültürümüz içinde verilen görevlerin, bu sayının düşük olmasında etken olduğunu düşündürmektedir. Kadının maddi manevi özgürleşmesi ile çalışma hayatında ve aile içinde aldığı önemli rollerin, sorumluluklarına ayırdığı zamanın dışında kalan boş zaman aktivite seçimlerine etkisi görmezden gelinemez. Her ne kadar denizcilik kültüründe ve bu faaliyetin içinde cinsiyetle ilgili herhangi bir ayırım yapılmıyor olsa da ilk başlama aşamasında kadınların motivasyonlarının toplumsal rollerinden etkilendikleri görülmektedir. Bu araştırmada kadınlara ulaşamamış olma ihtimali göz önünde bulundurulsa da, TYF de kayıtlı lisanslı yelken sporcusu ve Türkiye genelindeki sporcu sayıları referans alındığında, kadın sayısının düşük olması örneklemimizle tutarlıdır.

Katılımcıların yaş ortalamasına baktığımızda, %71,5 oranla 41 yaş ve üzeri yelkencilerin sayısının yüksek olduğunu görüyoruz. Yelkenli yatçılığa ilgi duyan kitlenin

yaş ortalaması gençlerin de bu aktiviteye yönelmesi ile ileride düşebilir. Ayrıca farklı stratejiler benimsendiğinde bu aktivitenin tüm yaşlar için farklı motivasyonlara cevap veren bir aktivite olmaması için bir neden bulunmamaktadır.

Eğitim seviyesi, araştırmamız için belirleyici bir demografik özellik olarak bulunmamıştır. Katılımcıların %86'sı lisans ve lisansüstü düzeyinde eğitime sahip olan kişilerden oluşmaktadır. Benzer şekilde gelir ya da meslek grupları açısından da motivasyonlarda ayırt edici bir durum gözlemlenmemiştir.

Yelkenli yatçılıkla ilgilenenler bireysel olarak ya da gruplar halinde boş zamanlarını değerlendirebilmektedirler. Ankette “gezi ve eğlence” amaçlı olarak yelkenli yatçılık faaliyetlerine katılım seçeneğinin 208 kişi tarafından işaretlenmesi bizi şaşırtmamalıdır. “Spor ve yarışma” amaçlı katılım seçeneği ise 106 kişi tarafından işaretlenmiştir. Araştırma sonuçları, bu faaliyetin bir boş zaman aktivitesi olarak görülmesini desteklemektedir.

Sonuçlara göre yelkenli yatçılıkla ilgili herhangi bir eğitim almayan yalnızca 34 kişi bulunmaktadır. Bazı aktiviteler spor ya da boş zaman amaçlı da olsa belirli bir eğitim süreci gerektirir, ancak denizcilikle ilgili birçok faaliyet ülkemizde tecrübe edinilerek öğrenilmektedir. İnsanların yaşadığı şehir, aile kültürü, yaşam tarzı gibi unsurlar eğitim almadan da öğrenmeyi beraberinde getirebilir. Yine de araştırmamızda 160 kişinin hem teorik hem de pratik eğitim almış olması, bu aktivitenin gerekliliğini gösterir ve öğrenme motivasyonunu da bünyesinde barındırır diyebiliriz.

Katılımcıların yelkenli yatçılık faaliyetleri deneyim durumunda, 10 yıldan fazla diyenlerin 70 kişi olması, katılımcıların yaş ortalamaları ile uyumludur. Yani yaşa paralel olarak deneyim süresinin de arttığını söyleyebiliriz. Farklı bir bakış açısı ile örneklem içinde yeni başlayanlar da olabileceği için deneyim süresinin kısalığını ayırt edici bir özellik olarak söyleyemeyebiliriz.

Araştırmada kendilerine ait ya da ortak tekneye sahip olan 108 kişi bulunmaktadır ve bu sayı %45,8 oran ile neredeyse yanıtlayıcıların yarısına denk gelmektedir. Tekne sahipliği ile ilgili benzer bir oran, Parker'in “Denizde Sportif Faaliyetlere Yönelik Tüketici Davranışı Analizi” çalışmasında da (2010, s. 294) %45 olarak bulunmuştur. Tekne sahibi olmanın hem yelkencilikle ilgilenilen süre hem de denizde geçirilen süre açısından paralel olarak değerlendirilebileceğini söyleyebiliriz.

Yelkenli yatçılık faaliyetleri için yıl içinde denizde geçirdikleri süreye baktığımızda 1-30 gün arasında diyen 109 kişi bulunmaktadır. Bu durum çalışan kesimin ancak izin

dönemlerinde zaman ayırabilmesi, gelir seviyesinin uygunluğu ya da zaman ayırma fırsatı ile ilgili olarak yorumlanabilir. 30 günün üzerinde denizde olan yelkencilerin, tekne sahibi olmasını olağan görmekteyiz. Çünkü tekne kiralayanlar veya yarış amaçlı katılanların süresi daha kısa, ama kendi teknesi olanların ve emeklilerin denizde geçirdiği süre daha uzundur. Parker de (2010, s. 295) çalışmasında yelken sporcusunun yelken yapma süresinin artmasıyla yarışlara katılma oranının arttığını, hatta bunun da tekne sahibi olmayı tetiklediğini paylaşmıştır.

Bu araştırmada, boş zaman faaliyeti olarak yelkenli yatçılık faaliyeti yapan kişilerin motivasyon unsurları değerlendirmek için 48 ifadeden yararlanılmış ve bu ifadelerin gruplandırılması ve ana faktörlere dönüştürülmesi amacıyla açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Beard ve Ragheb'in (1983) Boş Zaman Motivasyon Ölçeğinde, entelektüel, sosyal, yeterlilik\ustalık ve uyarıcı\kaçınma olmak üzere dört ana motivasyon gruplanmıştır. Bu çalışmada ise faktör sayısına bir sınırlama getirilmemiş, özdeğerleri 1'in üzerinde olan motivasyon faktör grupları kullanılmıştır. Yelkenli yatçılık ile ilgilenen katılımcıların yelkenli tekne kullanmakla ilgili motivasyonlarını etkileyen 7 faktör ortaya çıkmıştır. Bu faktörler entelektüel, sosyal etkileşim, saygınlık kazanmak, yeterlilik, sakinlik arayış, ustalık ve dinlenme\gevşemedir.

Sınıflandırılan bu yedi faktör toplam varyansın % 66.393'unu açıklamaktadır. Açıklanan varyans yüzdesine göre entelektüel faktör %31.748 değerle ön plana çıkmakla birlikte diğer faktörlerin de katılımcıların motivasyonlarını belirlemek adına önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Bu sonuçlara benzer şekilde Chiu da (2008, s. 116) çalışmasında entelektüel faktörün ön plana çıktığını belirtmiştir. Faktörlere ilişkin güvenilirliğin ölçülmesi için Cronbach Alpha analizi yapılmıştır ve grupların değerleri de sırasıyla .912, .928, .874, .872, .899, .831 ve .886 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç, Chiu'nun (2008, s. 97) çalışmasındaki grupların Cronbach α değerleri ile benzerlik göstermektedir.

Motivasyon faktörlerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılaşma durumlarını ortaya koymak ve yelkenli yatçılık faaliyetine ilişkin değişkenler arasındaki farklılıkları değerlendirmek amacıyla T-testi ve ANOVA analizlerinden faydalanılmıştır. Ayrıca analizler sonucunda grup varyanslarının homojenlik duruma göre Tukey veya Tamhane testi uygulanmıştır.

Yelkenli yatçılık faaliyetlerine katılma süreleri 6 yıla kadar ve 7 yıl ve üzeri olmak üzere iki ana gruba ayrılmıştır. Sürelere göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık olup

olmadığını belirlemek için T-testi uygulanmıştır. Bu araştırmanın bir bulgusu olarak 0-6 yıl arası yelken yapanların “sosyal etkileşim” ve “yeterlilik” motivasyonları açısından, 7 yıl ve üzeri yelken yapanlara göre farklılaştığı; 7 yıl ve üzeri yelken yapanların ise “sakinlik arayışı” motivasyonu açısından 0-6 yıl arası yelken yapanlara göre farklılaştığı söylenebilir. Buna göre, boş zaman faaliyeti olarak yelkenli yatçılığa başlayanların ilk yıllarında bu faaliyetten beklentileri ile yıllar geçtikçe arayışları değişmektedir. Tecrübe olarak belirli bir seviyeye gelen yelkenciler, ileriki dönemlerinde daha çok kalabalık ortamlardan kaçınmak ve hayatı yavaşlatmak güdüsü ile hareket ederler. Anlamlılık değerlerine göre ise diğer motivasyonlar açısından bir farklılık görülmemiştir.

Katılımcıların yelkenli yatçılık faaliyetleriyle yıl içinde denizde geçirdikleri günler “1-30 gün” , “31-60 gün” ve “61-365 gün” olarak üç gruba ayrılmıştır. Bu üç grubun motivasyonlar açısından bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan ANOVA analizine göre sadece “yeterlilik” motivasyonunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık çıkmıştır ($p<.05$). Diğer altı motivasyonun, yelkencilerin denizde geçirdikleri gün açısından bir farklılık yaratmadığı ortaya çıkmıştır. “Yeterlilik” motivasyonu için varyansların homojenliği testi yapılmış ve Sig .05’den küçük olarak bulunmuştur. Varyansın homojen olmaması nedeniyle farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için Tamhane testi uygulanmıştır. Buna göre yılda daha kısa süre (1-30 gün) yelkenli yatçılık yapanların uzun süreler (61-365 gün) yapanlara göre yeterlilik arayışının ön plana çıktığı görülmektedir. Bu sonuç bize, yıl içerisinde yelkenli yatçılık için kısa zaman ayırabilen kitlenin önceki bölümlerde de yorumlandığı üzere aktif çalışan kesim olup ancak kısıtlı yıllık izin dönemlerinde vakit ayırabildiği için daha çok yelkenciliklerini geliştirmeye ve yeteneklerine meydan okuyup bir şeylerin üstesinden gelmekten keyif almaya odaklandıklarını anlatmaktadır. Buna göre yelken kulüpleri ve yelken okulları kısıtlı tatil zamanlarında çokça yelken yaptırarak, gelişim içeren aktivite içerikleri ile daha fazla katılımcıya ulaşabilirler.

Yelkenli yatçılık faaliyetinde bulunan bireylerin motivasyon faktörleri ve tekne sahibi olmalarının farklılaşma durumuna ilişkin olarak T-testinden yararlanılmıştır. Beş motivasyon için gruplar arasında anlamlı farklar çıkmıştır ($p<0.05$). Teknesi olan yelkencilerin olmayanlara göre temelde “sakinlik” arayışında olduğu, teknesi olmayanların ise olanlara göre “entelektüellik”, “sosyal etkileşim”, “yeterlilik” ve “ustalık” açısından daha fazla motive olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların %46’sının kendisine ait ya da ortak olduğu bir teknesi olduğu düşünüldüğünde bu önemli bir

bulgudur. Buna göre yat kulüplerinin, marina işletmelerinin, koylardaki tesislerin tekne sahiplerinde daha fazla bağlılık yaratmak için uygun ortamları sağlamaya önem vermesi gerekmektedir. Tekne sahibi yelkencilerin sunulan hizmetler ve olanaklar açısından bulundukları tesislerin sakinlik arayışları ile paralel olmasını beklediklerini söyleyebiliriz.

Bunun yanında katılımcıların yaş grupları ve motivasyonları arasındaki farklılaşma durumunu belirlemek için ANOVA testinden yararlanılmıştır. Yelkenli yatçılık faaliyetlerinde bulunan katılımcıların yaş grupları “20 - 40 arası”, “41 - 50 arası” ve “51 - 74 arası” olmak üzere üç gruba indirgenmiştir. ANOVA sonuçlarına göre sadece “entelektüellik” ve “yeterlilik” arayışı için yaşa göre anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<.05$). Diğer beş motivasyonun, yelkencilerin yaş gruplarına göre farklılık yaratmadığı görülmektedir. ANOVA testine göre “entelektüellik” ve “yeterlilik” motivasyonlarında çıkan farkların hangi yaş gruplarından kaynaklandığını tespit edebilmek için varyansların homojen olması nedeniyle Tukey testi tercih edilmiştir. Sonuçlara göre 20 - 40 yaş arası yelkencilerin, 51 - 74 arası yaş grubuna göre hem entelektüellik hem de yeterlilik konusunda daha fazla motive oldukları söylenebilir. Ayrıca 20 - 40 arası yaş grubundaki katılımcıların, 41 - 50 arası yaş grubuna göre de yeterlilik konusunda daha çok motive oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre 20 - 40 arasındaki katılımcıların, yelkenli yatçılığa yeni başlayan, hobi olarak devam eden ve daha çok yarış amaçlı katılan kitle olduklarını söyleyebiliriz. Chiu’nun (2008, s. 125) çalışmasında ise yaş grupları ve motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Araştırmanın diğer önemli bir bulgusu olarak, yelkenli yatçılık yapma motivasyonunun cinsiyetle olan ilişkisini ölçmek için T-Test analizi kullanılmıştır. Sonuçlara göre kadınların “entelektüellik” ve “yeterlilik” motivasyonları arayışında, erkeklerin ise “sakinlik” motivasyonu arayışında oldukları söylenebilir. Bu sonuçlar doğrultusunda yelkenli yatçılık faaliyetlerine daha çok kadın katılımcı dâhil edilebilmesi adına kulüplerin ve yelken okullarının “entelektüellik” ve “yeterlilik” motivasyonlarına cevap verecek içeriklere odaklanmalarının önemli olduğu düşünülmektedir. Chiu (2008, s. 125) yaptığı çalışmada ise buradan farklı olarak kadınların erkekle göre daha çok sosyal faktörlerle motive olduklarını bulmuştur.

Motivasyon faktörlerinin gelir ve eğitim durumları ile meslek gruplarına göre anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğini ortaya koymak amacı ANOVA testinden

yararlanılmıştır. Ancak motivasyonların bu değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır.

6.2. Öneriler

6.2.1. Uygulayıcılar için öneriler:

Açık hava ve denizde yapılan boş zaman aktiviteleri ile araştırmamızdaki yelkenli yatçılık aktiviteleriyle ilgili hizmet sağlayıcı kurumlara yönelik aşağıda belirtilen öneriler getirilmiştir:

- Günümüzde yelkenli yatçılığa olan ilginin artması ile birlikte özellikle yelken okullarının sayısında artış olmaktadır. Bu noktada kurumların katılımcıların motivasyonlarını çok iyi tespit etmeleri; beklentileri belirleyip kişiye/gruplara özel alternatif programlar sunma fırsatı yaratılabilir. Bunun için sadece katılımcılara değil, bu konudaki uzmanların yetiştirilmesi konusunda da programlar hazırlanmalıdır. Araştırmamızın sonuçlarına göre, yelkencilerin demografik özelliklerinin dikkate alınması önemli olup, buna göre farklı profillerin motivasyonlarına yönelik yeni stratejiler geliştirebilir.
- Entelektüel, sosyal etkileşim, saygınlık kazanmak, yeterlilik, sakinlik arayışı, ustalık ve dinlenme\gevşeme motivasyonlarına ilişkin aktiviteleri barındıran organizasyonlar, daha olumlu sonuçlar almaya ve katılımcıların memnuniyet düzeyinin artmasına katkı sağlayacaktır.

6.2.2. Sonraki çalışmalar için öneriler:

Araştırmamızda ortaya çıkan bulgular ışığında, daha sonra yapılabilecek olan çalışmalara yön göstermesi amacıyla araştırmacılara yönelik öneriler aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Gelecekte bu alanda yapılacak araştırmalarda, tüm Türkiye'deki yelken kulüpleri ve eğitim okullarından katılımcıların olduğu daha büyük örneklem üzerine yapılacak araştırmalar sonuçlara katkı sağlayacaktır.
- İleride yapılacak araştırmalarda, bu çalışmada ölçülmeyen boş zaman tatmini konusunda çalışma yapılabilir.

- Günümüzde yelkenli yatçılıkla boş zaman aktivitesi olarak ilgilenen kişilerin dışında; teknede yaşayan, meslek olarak yelkenli yatçılık konusunda e itmen, kaptan vb. olarak devam eden bireylerin de motivasyonları incelebilir.
- Ayrıca boş zaman faaliyeti olarak yelkenli yatçılık konusuna özel, yaşam tarzı çerçevesinde de araştırma yapılabilir.

Bu  alı ma ve  onerilen diğer çalışmaların bulguları sayesinde boş zaman ve rekreasyon sektörünün farklılaşan ve hızla değişen ihtiyaçlara yönelik sunacağı hizmetlerin zenginleştirilmesi fırsatları doğacaktır.

KAYNAKÇA

- Adair, J. (2003). *Etkili motivasyon: insanlardan en iyi verimi nasıl alabilirsiniz?*, İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı.
- Adesoye, A. A. and Ajibua, M. A. (2015). Exploring the concept of leisure and its impact on quality of on quality of life. *American Journal of Social Science Research*, 1(2), 77-84.
- Alderfer, C. P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(2), 142-175.
- Altunışık, R., Coşkun R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2004), *sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri* (3.Baskı). İstanbul: Sakarya Kitabevi
- Atmaca, S. (2013). *Amatör denizci el kitabı* (20.Baskı). İstanbul: Amatör Denizcilik Federasyonu Yayınları.
- Beard, J. G. and Ragheb, M. G. (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 12, 20-30.
- Beard, J. G. and Ragheb, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 219-228.
- Boğaziçi üniversitesi yelken takımı temel yelkencilik kursu teorik eğitim kitapçığı (2011), İstanbul.
- Brenner, V. C., Carmack, C. W. and Weinstent, M. G. (1971). An empirical test of the motivation-hygiene theory. *Journal of Accounting Research*, 9(2), 359-366.
- Brightbill, C. K. (1960). *the challenge of leisure*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bütüner, Ö. S. (2008). Kitap incelemesi, Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. *İlköğretim Online*, 7(1), 6-8.
- Chen, M., and Pang, X. (2012). Leisure motivation: An integrative review. *Social Behavior and Personality*, 40(7), 1075-1082.
- Chiu, W. H. (2008). *A study of motivation, satisfaction, and constraints of collegiate Chinese martial arts athletes engaged in leisure activities in Taiwan*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Daphne, Alabama: United States Sports Academy.
- Crandall, R. (1980). Motivations for leisure. *Journal of Leisure Research*, 12(1), 45-54.
- Cushman, G. and Laidler, A. (1990). *Recreation, leisure and social policy*. Occasional Paper No.4, Canterbury, New Zealand: Department of Parks, Recreation and Tourism, Lincoln University.

- Deci, E. L. and Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Press.
- Deci, E. L. and Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227-268.
- Dumazedier, J. (1960). Current problems of the sociology of leisure. *International Social Science Journal*, 4(4), 522-531.
- Evans, J. D. (2012). *Predictors of motivation to participate in whitewater kayaking*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Clemson University, USA.
- Ewert, A. and Hollenhorst, S. (1995). Adventure recreation and its implication for wilderness. *International Journal of Wilderness*, 3(2), 21-26.
- Gawel, J. E. (1997). Herzberg's theory of motivation and maslow's hierarchy of needs. Practical assessment, *Research & Evaluation*, 5(11), 1-3.
- Günel, H. A. (1977), Faktör analizi, *İstanbul Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi*, Seri B, V1, Sayı 1.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. ve Dinç, A. (2015). *Boş zaman ve rekreasyon yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Harden, M. (2008). *The five factor model of personality and leisure experience*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, California State University.
- Haywood, L., Kew, F., Bramham, P., Spink, J., Capenerhurst, J. and Henry, I. (2019). *Understanding leisure (1st Ed., ebook)*. London: Routledge
- Haywood, L., Kew, F., Bramham, P., Spink, J., Capenerhurst, J., and Henry, I. (1995). *Understanding leisure (Second Edition)*. Stanley Thornes Ltd.
- Hazar, A. (2003). *Rekreasyon ve animasyon*, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Herzberg, F., Mausner, B. and Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Horner, S. and Swarbrooke, J. (2005). *Leisure marketing, a global perspective*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Jennings, G. (2007). *Water-based tourism, sport, leisure, and recreation experiences*. ABD: Elsevier.
- Karaküçük, S. (2005). *Rekreasyon: boş zamanları değerlendirme* (7.Baskı). Ankara: Bağırhan Yayınevi.

- Kaya, Ş., Yıldız, B. ve Yıldız, H. (2013). Herzberg'in çift faktör kuramı açısından ilköğretim 1.kademe öğretmenlerinin motivasyon düzeylerinin değerlendirilmesi. *Akademik Bakış Dergisi*, 39, 1-18.
- Kelly, J. R. (1987). *Freedom to be: A new sociology of leisure*. New York: Macmillan.
- Kim, S.S., Lee, C.K. and Klenosky, D.B. (2003). The influence push and pull factors at korean national parks, *Tourism Management*, New York USA, 24, 169-180.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kraus, R. (1998). *Recreation and leisure in modern society*. Sudbury: Jones & Bartlett Publishers.
- Kusurkar, R. A., Croiset, G., Mann, K., Custers, E. and Cate, O. (2012). Have motivation theories guided the development and reform of medical education curricula? A Review of the Literature. *Academic Medicine*, 87(6), 735-743.
- Küçüközkan, Y. (2015). Liderlik ve motivasyon teorileri: kuramsal bir çerçeve. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(2), 86-115.
- Leitner, M. J. and Leitner, S. F. (2004). *Leisure enhancement*. New York: The Haworth Press Inc.
- Luthans, F. (2011). *Organizational behavior- an evidence-based approach*, 12. Baskı. New York: McGrawHill Inc.
- Macbeth, J. (1985). *Ocean cruising: a study of affirmative deviance* (Cilt 1). Yayınlanmamış Doktora Tezi, Murdoch University, Perth, Australia.
- Mannell, R. C. and Kleiber, D. A. (1997). *A social psychology of leisure*. State College, PA: Venture Publishing.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *psychological review*, 50(4), 1-21.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality* (2nd Ed.). New York: Harper and Row.
- Metin, T. C., Kesici, M. ve Kodaş, D. (2013). Rekreasyon olgusuna akademisyenlerin yaklaşımları. *Journal of Yaşar University*, 30(8), 5021-5048.
- Mitchell, T. R. (1982). Motivation: new direction for theory, research, and practice. *Academy of Management Review*, 7(1), 80-88.
- Morgan, C. and King, R. (1966). *Introduction to psychology*. New York: McGraw-Hill.
- Morgan, M. (1996). *Marketing for leisure and tourism*. United States of America: Prentice Hall.

- Murray, J. A. (2004). *The oxford english dictionary*. China: Beijing: Renmin Univercity of China.
- Neulinger, J. (1981). *The psychology of leisure* (2nd Ed.). Springfield, IL: Charles C. Thomas
- Önen, S. M. ve Kanayran, H. G. (2015). Liderlik ve motivasyon: kuramsal bir değerlendirme. *Birey ve Toplum*, 5(10), 43-63.
- Paker, S. (2010). *Denizde sportif faaliyetlere yönelik tüketici davranışı analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pardee, R. L. (1990). *Motivation theories of maslow, herzburg, mcgregor & mcclelland*. A literature review of selected theories dealing with job satisfaction and motivation. US: The Educational Resources Information Center.
- Pektaş, H.M., Çelik, H. ve Köse, S. (2009). Proje tabanlı öğrenme yaklaşımı üzerine uygulama güçlük ölçeğinin geliştirilmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3): 111-118.
- Pigram, J. J. and Jenkins, J. M. (1999). *Outdoor recreation management*. London: Taylor & Francis.
- Ragheb, M.G. and Tate, R.L. (1993). A behavioral model of leisure participation based on leisure attitude, motivation and satisfaction. *Leisure Studies*, 12, 61-70.
- Ramazanoğlu, F., Altungül, O. ve Özer, A. (2004). Sportif açıdan rekreasyon etkinliklerinin değerlendirilmesi. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 176-177.
- Ramlall, S. (2004). A review of employee motivation theories and their implications for employee retention within organizations. *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge, 52-63.
- Reagan, J. R. (2009). The individual and the organization. <https://www.researchgate.net/publication/262728399> Erişim tarihi: 23.03.2019
- Robbins, S. (1993). *Essentials of organizational behavior* (7. Ed). New Jersey: Prentice-Hall.
- Ryan, R. M. and Deci, E. L. (2000a). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.

- Ryan, R. M. and Deci, E. L. (2000b). Intrinsic and extrinsic motivations: classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54-67.
- Sevil, T. (2012). Boş zaman ve rekreasyon: kavram ve özellikler. S. Kocaekşi (Editör), *Boş zaman ve rekreasyon yönetimi içinde* (s. 2-25). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Şimşek, K.Y. (2012). Boş zaman ve rekreasyon endüstrisi. S. Kocaekşi (Editör), *Boş zaman ve rekreasyon yönetimi içinde* (s. 26-51). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Smith, E. H. (1991). *Recreation Benefits: the benefit-based approach to recreation planning; why wellness; personal/social relationships and wellness*. Perth, Australia: Edith Cowan University.
- Swarbrooke, J. (1999). *The development and management of visitor attractions* (Second Edition). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Şeker, S. E. (2015). Motivasyon teorisi. *YBS Ansiklopedi*, 2(1), 23-27.
- Şen, F. Ö. ve Öztekin, M. Y. (2017). Boş zaman pazarlaması kapsamındaki faaliyetlere genel bir bakış. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(3), 58-71.
- Tan, T. H. and Waheed, A. (2011). Herzberg's motivation-hygiene theory and job satisfaction in the Malaysian retail sector: mediating effect of love of money. *Asian Academy of Management Journal*, 16(1), 73-94.
- Tel, M. ve Köksalan, B. (2008). Öğretim üyelerinin spor etkinliklerinin sosyolojik olarak incelenmesi, doğu anadolu örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 18(1), 261-278.
- Torkildsen, G. (2001). *Leisure and recreation management*. (Fourth Edition). London: E & FN Spon.
- Torkildsen, G. (2005). *Leisure and recreation management*. (Fifth edition). USA and Canada: Taylor and Francis.
- Tribe, J. (2005). *The Economics of recreation, leisure and tourism*. (3. edition) . Oxford: Elsevier.
- Udechukwu, I. I. (2009). Correctional officer turnover: of maslow's needs hierarchy and herzburg's motivation theory. *Public Personnel Management*, 38(2), 69-82.

- Wahba, M. A. and Bridwell, L. G. (1976). Maslow reconsidered: a review of research on the need hierarchy theory. *Organizational Behaviour and Human Performance*, 15, 212-240.
- Walker, G. J., Deng, J. and Dieser, R. B. (2005). Culture, self-construal, and leisure theory and practice. *Journal of Leisure Research*, 37, 77-99.
- Zykova, A. (2016). *The study of sport marketing campaigns in sailing with elaboration of a sponsorship decision model*. Lizbon: ISCTE Business School.

İnternet Kaynakları

- http-1:** Türk Dil Kurumu (2019), <http://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 02.03.2019)
- http-2:** http://www.fritidsvetarna.com/1_Kultur_och_fritid/7_Benefits_of_Leisure.pdf (Erişim tarihi: 12.03.2019)
- http-3:** <https://yelkenokulu.com/yelken-bilgileri/yelken-tarihi/> (Erişim tarihi: 21.03.2019)
- http-4:** <https://hedefyelken.com/yelken-tarihi/> (Erişim tarihi: 03.03.2019)
- http-5:** <http://www.sureyelken.com/etiket/turkiyede-yelken-sporu/> (Erişim tarihi: 21.03.2019)
- http-6:** <http://www.samsunyelken.org.tr/bilgi-bankasi.asp?bilgi=25-yelken-sporunun-tarihi> (Erişim tarihi: 21.03.2019)
- http-7:** <http://www.tyf.org.tr/sayfalar/kulupler/> (Erişim tarihi: 21.03.2019)
- http-8:** <https://hedefyelken.com/yelken-yarislari/> (Erişim tarihi: 03.03.2019)
- http-9:** <http://www.sailing.org/about/index.php#.XPVaYIgzY2w> (Erişim tarihi: 31.03.2019)
- http-10:** <http://www.sailing.org/new-to-sailing/offshore-and-oceanic.php#.XL7gcugzY2w> (Erişim Tarihi: 21.03.2019)
- http-11:** <https://www.bavariayat.com/tr-tr/tekneler/motor-yat/> (Erişim 27.04.2019)
- http-12:** <https://www.e-yelken.com/u788/tekne-paketleri/carter-racer-optimist-tekne.html>, (Erişim 24.03.2019)
- http-13:** <http://www.teknedergisi.com/yelkenli-tekne-govde-cesitleri/> (Erişim tarihi: 30.03.2019)
- http-14:** <https://www.bavariayat.com/tr-tr/tekneler/katamaran/genel-bakis/> (Erişim 27.04.2019)

http-15: <http://www.yachtturkiye.com/alesta/fransadan-yelkenli-trimaran.html> (Erişim
27.04.2019)

http-16: <http://www.tyf.org.tr/tanimsiz/tanimsiz/tuyep-mufredatlari/> (Erişim
27.04.2019)

EKLER

EK1 - Anket

BİR BOŞ ZAMAN ETKİNLİĞİ OLARAK YELKENLİ YATÇILIK FAALİYETİNE YÖNELİK MOTİVASYONLAR

Değerli Katılımcı,

Bu çalışma Anadolu Üniversitesi Pazarlama Bölümü Yüksek Lisans programı kapsamında yürütülen bir tez kapsamında gerçekleştirilmektedir. Bu amaçla hazırlanan bu formdaki sorulara vereceğiniz cevaplar, araştırmanın doğru bulgularla sonuçlanması ve gelecekte yapılacak araştırmalara güvenilir bir şekilde öncülük etmesi bakımından büyük önem taşımaktadır.

Soru formunda yer alan ifadelerin bir doğru cevabı bulunmamaktadır. Önemli olan sizin kendi görüşünüzü belirtmenizdir. Lütfen ifadelerin her birini okuduktan sonra, sizin için en uygun seçeneği işaretleyiniz ve yanıtızsız madde bırakmayınız.

Sorulara vereceğiniz cevaplar sadece bilimsel amaçlı kullanılacak ve kesinlikle gizli tutulacaktır. Ayrıca, toplanan veriler bireysel olarak değil, tüm cevaplayıcılar için topluca değerlendirilecektir. Ayırdığınız zaman, gösterdiğiniz ilgi ve katılımınız için şimdiden teşekkürler. Sorularınız için aşağıdaki elektronik posta adresinden bana ulaşabilirsiniz.

Saygılarımla

Bahar Karaca

bkaraca@anadolu.edu.tr

bhrkaraca@gmail.com

Doç. Dr. F. Zeynep Özata

fzozata@anadolu.edu.tr

Buradaki sorular yelkenli tekne kullanmakla ilgili motivasyonunuzu anlamaya yöneliktir. <u>Yelkenli yatçılığa başladım çünkü;</u>		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılmıyorum Ne Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	İlgi alanlarımı genişletmek istediğim için	1	2	3	4	5
2	Beni harekete geçirecek bir şeyler aradığım için	1	2	3	4	5
3	Bir şeyleri kendim için daha anlamlı kılmak için	1	2	3	4	5
4	Çevremdeki şeyleri öğrenmek için	1	2	3	4	5
5	Merakımı tatmin etmek için	1	2	3	4	5
6	Yeni fikirler keşfetmek için	1	2	3	4	5
7	Kendimi keşfetmek için	1	2	3	4	5
8	Bilgi dağarcığımı genişletmek için	1	2	3	4	5
9	Yeni şeyler keşfetmek için	1	2	3	4	5
10	Yaratıcı olmak için	1	2	3	4	5
11	Özgün olmak için	1	2	3	4	5
12	Hayal gücümü kullanmak için	1	2	3	4	5
13	Başka insanlarla birlikte olmak için	1	2	3	4	5
14	Başka insanlarla arkadaşlık kurmak için	1	2	3	4	5
15	Başka insanlarla etkileşim içinde olmak için	1	2	3	4	5

16	Yakın arkadaşlıklar geliştirmek için	1	2	3	4	5
17	Yeni ve farklı insanlar tanımak için	1	2	3	4	5
18	Başka insanlara yardım etmek için	1	2	3	4	5
19	Bunu yapmamdı dolayđ diğer insanlar hakkımda iyi düşüneneği için	1	2	3	4	5
20	Düşünce, duygu veya fiziksel becerilerimi diğer insanlara göstermek için	1	2	3	4	5
21	Başkalarını etkilemek için	1	2	3	4	5
22	Sosyal açıdan yetkin ve yetenekli olmak için	1	2	3	4	5
23	Aidiyet duygusu edinmek için	1	2	3	4	5
24	Başkalarının saygısını kazanmak için	1	2	3	4	5
25	Başarı hissini elde etmek için	1	2	3	4	5
26	Yeteneklerimi görmek için	1	2	3	4	5
27	Yeteneklerime (kendime) meydan okumak için	1	2	3	4	5
28	Bir şeylerin üstesinden gelmekten keyif aldığım için	1	2	3	4	5
29	Yelkencilikte iyi olmak için	1	2	3	4	5
30	Yelkencilik beceri ve yeteneğimi geliştirmek için	1	2	3	4	5
31	Başkalarıyla rekabet etmek için	1	2	3	4	5
32	Faal (aktif) olmak için	1	2	3	4	5
33	Fiziksel beceri ve yeteneklerimi geliştirmek için	1	2	3	4	5
34	Fiziksel olarak formda kalmak için	1	2	3	4	5
35	Fiziksel becerilerimi kullanmak için	1	2	3	4	5
36	Fiziki kondisyonumu arttırmak/geliştirmek için	1	2	3	4	5
37	Sakin bir ortamda olmak için	1	2	3	4	5
38	Kalabalık ortamlardan kaçınmak için	1	2	3	4	5
39	Hayatı yavaşlatmak için	1	2	3	4	5
40	Bazı zamanlarda yalnız kalmaktan hoşlandığım için	1	2	3	4	5
41	Fiziksel olarak rahatlamak için	1	2	3	4	5
42	Zihinsel olarak rahatlamak için	1	2	3	4	5
43	Günlük hayatın koşuşturmasından kaçmak için	1	2	3	4	5
44	Dinlenmek için	1	2	3	4	5
45	Stres ve gerginliği gidermek için	1	2	3	4	5
46	Basit ve kolay bir şey yapmak için	1	2	3	4	5
47	Zamanımı planlamadan hareket edebilmek için	1	2	3	4	5
48	Günlük hayatımdaki sorumluluklardan uzaklaşmak için	1	2	3	4	5
49	Doğa ile baş başa kalmak için	1	2	3	4	5
50	Denizi sevdiğim için	1	2	3	4	5

Kişisel bilgileriniz ilgili aşağıdaki sorular yanıtlayınız. Bilgileriniz kesinlikle gizli tutulacaktır.

51	Kaç yıldır yelkenli yatçılık faaliyetlerine katılıyorsunuz?	☐ 1 yıldan az ☐ 1-3 yıl ☐ 4-6 yıl ☐ 7-9 yıl ☐ 10 yıl ve daha fazla
52	Yelkenli yatçılık faaliyetleri için yılda kaç günü denizde geçiriyorsunuz?	
53	Hangi tür yelkenli yatçılık faaliyetlerine katılıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	☐ Gezi ve eğlence ☐ Spor ve yarışma ☐ Diğer....
54	Kendinize ait ya da ortak olduğunuz tekneniz var mı?	☐ Evet ☐ Hayır Cevabınız "Evet" ise ne kadar süredir?
55	Yelkenli yatçılık için teorik ya da pratik eğitim aldınız mı?	☐ Teorik eğitim aldım ☐ Pratik eğitim aldım ☐ Eğitim almadım
56	Yelkenli yatçılık dışında yaptığınız boş zaman aktiviteleri nelerdir?	
57	Yaşınız	
58	Cinsiyetiniz	☐ Kadın ☐ Erkek
59	Geliriniz	☐ 5.000 TL ve altı ☐ 5.001 – 10.000 ☐ 10.001 – 15.000 ☐ 15.001 – 20.000 ☐ 20.001 ve üstü
60	Eğitim Durumunuz	☐ İlkokul terk ☐ İlkokul mezunu ☐ Ortaokul mezunu ☐ Genel lise mezunu ☐ Meslek lisesi mezunu ☐ Önlisans (meslek yüksek okulu) mezunu ☐ Açıköğretim mezunu ☐ Lisans mezunu ☐ Yüksek lisans, doktora mezunu
61	Mesleğiniz	☐ İşsiz (şu an çalışmıyor ek gelir yok, yardım alıyor) ☐ İşsiz (şu an çalışmıyor düzenli ek gelir var) ☐ Ev kadını (ek gelir yok, yardım alıyor) ☐ Ev kadını (düzenli ek gelir var) ☐ Öğrenci (çalışmıyor gelir getirici bir işi yok) ☐ İşçi/hizmetli/parça başı işi olan (düzensiz çalışan) ☐ İşçi/hizmetli düzenli işi olan ☐ Ustabaşı/kalfa kendine bağlı işçi çalışan ☐ Yönetici olmayan memur / teknik eleman / uzman vs. ☐ Yönetici (1 - 5 çalışanı olan) ☐ Yönetici (6 - 10 çalışanı olan) ☐ Yönetici (11 - 20 çalışanı olan) ☐ Yönetici (20'den fazla çalışanı olan) ☐ Ordu mensubu (uzman er, astsubay, subay) ☐ Ücretli kıdemli nitelikli uzman (avukat, doktor, mimar, mühendis, akademisyen vs.) ☐ Çiftçi (kendi başına/ailesiyle çalışan) ☐ Seyyar /Kendi işi dükkanda hizmet vermiyor

	☐ Tek başına çalışan, dükkan sahibi, esnaf (taksi şoförü dahil) ☐ Sanayici/tüccar 1 - 5 çalışanlı (Ticaret, Tarım, İmalat, Hizmet) ☐ Sanayici/tüccar 6 - 10 çalışanlı (Ticaret, Tarım, İmalat, Hizmet) ☐ Sanayici/tüccar 11 – 20 çalışanlı (Ticaret, Tarım, İmalat, Hizmet) ☐ Sanayici/tüccar 20'den fazla çalışanlı (Ticaret, Tarım, İmalat, Hizmet) ☐ Serbest nitelikli uzman (avukat, mühendis, mali müşavir, doktor, eczacı vs.) ☐ Emekli
--	---