



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



İrem EVLİVAN

BİREYLERİ BİSİKLET FESTİVALLERİNE KATILMAYA
MOTİVE EDEN FAKTÖRLER ÖLÇEĞİNİN GELİŞTİRİLMESİ VE
BU FAKTÖRLERİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLERE GÖRE
İNCELENMESİ

Rekreasyon Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Antalya, 2019



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



İrem EVLİVAN

BİREYLERİ BİSİKLET FESTİVALLERİNE KATILMAYA
MOTİVE EDEN FAKTÖRLER ÖLÇEĞİNİN GELİŞTİRİLMESİ VE
BU FAKTÖRLERİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLERE GÖRE
İNCELENMESİ

Danışman

Doç. Dr. Faik ARDAHAN

Rekreasyon Ana Bilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Bu tez SYL-2018-2735 proje numarasıyla Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri
Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir.

Antalya, 2019

T.C.
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

İrem EVLİVAN'ın bu çalışması, jürimiz tarafından Rekreasyon Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Fatih KILINÇ (İmza)

Üye (Danışmanı) : Doç. Dr. Faik ARDAHAN (İmza)

Üye : Doç. Dr. Süleyman MUNUSTURLAR (İmza)

Tez Başlığı: Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bu Faktörlerin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 21/06/2019

Mezuniyet Tarihi : 11/07/2019

(İmza)

Prof. Dr. İhsan BULUT

Müdür

AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bu Faktörlerin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İrem EVLİVAN

İmzası



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU
BEYAN BELGESİ



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	İrem EVLİVAN
Öğrenci Numarası	20165257006
Enstitü Ana Bilim Dalı	Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon Ana Bilim Dalı
Programı	Yüksek Lisans Programı
Programın Türü	(x) Tezli Yüksek Lisans () Doktora () Tezsiz Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Doç. Dr. Faik ARDAHAN
Tez Başlığı	Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bu Faktörlerin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi
TurnItIn Ödev Numarası	1147691818

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 138 sayfalık kısmına ilişkin olarak, 28/06/2019 tarihinde tarafımdan TurnItIn adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nda belirlenen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan ve ekte sunulan rapora göre, tezin/dönem projesinin benzerlik oranı;

alıntılar hariç % 10

alıntılar dahil % 17 'dir.

Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir:

(x) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylarım.

() Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşılıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise;

Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporu'nun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esasları'nda öngörülen yüzdelerle sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.

Gerekçe: Tablo-5.1, Tablo-5.2, Tablo-5.3, Tablo-5.5, Tablo-5.6, Tablo-5.7, Tablo-5.9, Tablo-5.19, Tablo-5.26, Tablo-5.27 daki tablo içerikleri ve Anket formundaki benzerlikleri kaldırmak mümkün olmadığı için buradan kaynaklı %2'lik benzerlik oranını düşüğümüzde alıntılar hariç %8 lik orana ulaşılmaktadır. Bu da çalışmanın geçerli limitler içinde olması için yeterlidir.

Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlerin ışığı altında tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.

01/07/2019

(imzası)

Doç. Dr. Faik ARDAHAN

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER DİZİNİ	iii
TABLolar DİZİNİ	iv
KISALTMALAR	vi
ÖZET	vii
SUMMARY	viii
TEŞEKKÜR	ix
ÖNSÖZ	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM FESTİVALLER VE TURİZM

1.1. Festival	3
1.1.1 Festivallerin Olumlu ve Olumsuz Etkileri	5
1.1.2. Festivallerin Ekonomik Etkileri	8
1.1.3. Festival Türleri.....	9
1.1.3.1. Büyüklüğüne Göre Festivaller.....	9
1.1.3.2. Alanına Göre Festivaller	21
1.1.3.3. Konusuna Göre Festivaller.....	22
1.2. Turizm	24
1.2.1. Turistik Ürün Kavramı	25
1.2.1.1. Turistik Ürünü Oluşturan Faktörler	25
1.2.2. Destinasyon Kavramı	27
1.2.2.1. Destinasyon Türleri ve Özellikleri	28
1.2.2.2. Bir Turizm Destinasyonu Olarak Festivaller	30
1.3. Festival ve Rekreasyon İlişkisi	30
1.3.1. Bisiklet Kullanımı ve Nedenleri.....	33
1.3.1.1. Bisiklet Festivalleri	36

İKİNCİ BÖLÜM BİREYLERİ BİSİKLET FESTİVALLERİNE KATILMAYA MOTİVE EDEN FAKTÖRLER

2.1. Kapsam Teorileri	44
2.1.1. İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi (Maslow).....	44

2.1.2. Çift Faktör (Hijyen-Motivasyon) Teorisi (Herzberg).....	45
2.1.3. Başarı İhtiyacı Teorisi (McClelland).....	46
2.1.4. E.R.G (Var olma, İlişki Kurma, Gelişme İhtiyaçları)Teorisi (Alderfer).....	46
2.2. Süreç Teorileri	47
2.2.1. Amaç Teorisi (Locke).....	47
2.2.2. Şartlandırma ve Pekiştirme Teorisi (Skinner).....	48
2.2.3. Bekleyiş Teorisi (Vroom)	48
2.2.3.1. Vroom'un Bekleyiş Teorisi.....	48
2.2.3.2. Porter ve Lawler Modeli Bekleyiş Teorisi.....	49
2.2.4. Eşitlik Teorisi (Adams).....	49
2.3. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler	50
BULGULAR	53
TARTIŞMA.....	95
SONUÇ.....	102
KAYNAKÇA.....	106
EKLER.....	118
Ö Z G E Ç M İ Ş	122

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. 1950-2000 Yılları Arasında Dünya Geneline Üretilen Araba ve Bisiklet Sayıları	35
Şekil 3.1. Scree Plot	56
Şekil 3.2. Yapısal Eşitlik Modeli	58

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Destinasyon Tipleri- Ana Hedef Pazarlar Ve Gerçekleştirilen Aktiviteler	29
Tablo 1.2. Şehirlerin Nüfuslarına Göre Bisiklet Kullanımı (2001)	34
Tablo 3.1. 2018 Yılında Yapılan Festivaller ve Yapıldığı Tarihler	53
Tablo 3.2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları	61
Tablo 3.3. Madde Faktör Korelasyon Tablosu	63
Tablo 3.3. Madde Faktör Korelasyon Tablosu (devam)	64
Tablo 3.4. Madde Kodu ve Açıklamaları	65
Tablo 3.5. Festivallere göre Katılımcıların Sayısı	66
Tablo 3.6. Festival Katılımcılarının Yaşa Göre Dağılımı	66
Tablo 3.7. Festival Katılımcılarının Cinsiyete Göre Dağılımı	67
Tablo 3.8. Festival Katılımcılarının Medeni Durumlarına Göre Dağılımı	67
Tablo 3.9. Festival Katılımcılarının Çalıştıkları Yere Göre Dağılımı	67
Tablo 3.10. Festival Katılımcılarının Aylık Gelirlerine Göre Dağılımı	67
Tablo 3.11. Festival Katılımcılarının Katıldıkları Festival Sayılarına Göre Dağılımı	68
Tablo 3.12. Festival Katılımcılarının Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı	68
Tablo 3.13. Festival Katılımcılarının Yaşadıkları Yerlere Göre Dağılımı	68
Tablo 3.14. Festival Katılımcılarının Yaşadıkları İllere Göre Dağılımı	69
Tablo 3.15. Festival Katılımcılarının Ailelerindeki Bisikletle İlgilenenlerin Yakınlık Derecelerine Göre Dağılımı	70
Tablo 3.16. Festival Katılımcılarının Festivale Kimlerle Katıldıklarına Göre Dağılımı	70
Tablo 3.17.a. Festival Katılımcılarının Festivale Kimlerle Katıldıklarının Cinsiyete Göre Dağılımları	70
Tablo 3.17.b. Festival Katılımcılarının Festivale Kimlerle Katıldıklarının Medeni Duruma Göre Dağılımları	71
Tablo 3.18. Festivale Neden O bireylerle Katıldığı	72
Tablo 3.19. Festival Katılımcılarının Kullandıkları Bisiklet Türüne Göre Dağılımı	72
Tablo 3.20. Festival Katılımcılarının Sosyal Medyadaki Bisiklet Gruplarına Üyeliklerine Göre Dağılımı	72
Tablo 3.21. Festival Katılımcılarının Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Ettikleri Faydalar	73
Tablo 3.22. Festival Katılımcılarının Bisiklet Festivalleri Hakkındaki Düşünceleri	74

Tablo 3.23. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması	74
Tablo 3.24. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması.....	75
Tablo 3.25. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılması.....	75
Tablo 3.26. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Yaşadıkları Yere Göre Karşılaştırılması.....	76
Tablo 3.27. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Çalışılan Yere Göre Karşılaştırılması.....	78
Tablo 3.28. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Aylık Gelire Göre Karşılaştırılması	82
Tablo 3.29. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Yaş Aralığına Göre Karşılaştırılması.....	85
Tablo 3.30. Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Edilen Faydaların Cinsiyete Göre Karşılaştırılması	87
Tablo 3.31. Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Edilen Faydaların Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması	88
Tablo 3.32. Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Edilen Faydaların Yaşa Değişkeniyle Korelasyonu.....	89
Tablo 3.33. Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Edilen Faydalar İle BFKMF Alt Boyutları Korelasyon Tablosu	91
Tablo 3.34. Katılımcıların Bisiklet Festivali Hakkındaki Düşüncelerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması	92
Tablo 3.35. Katılımcıların Bisiklet Festivali Hakkındaki Düşüncelerinin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması	93
Tablo 3.36. Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Edilen Faydalar İle Festival Hakkındaki Düşünceleri ile Korelasyon Tablosu.....	94

KISALTMALAR

BFKMF	: Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler
FACE	: Ödülü (Avrupa Konseyi Film Ödülü)
FIAPF	: Uluslararası Film Yapımcıları Dernekleri Federasyonu
FIFA	: Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği
FISU	: Uluslararası Üniversite Sporları Federasyonu
IAAF	: Uluslararası Atletizm Federasyonları Birliği
İTEF	: İstanbul Tanpınar Edebiyat Festivali
UEFA	: Avrupa Futbol Federasyonları Birliği
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
Vb.	: Ve benzeri
Vd.	: Ve diğerleri

ÖZET

Festivaller insanların bireysel ya da gruplar halinde katılım sağlayabilecekleri organizasyonlarla yeni kültürler, yeni insanlar, yeni coğrafyalar tanıma, sosyalleşme, dinlenme, eğlenme, günlük hayatından stresinden uzaklaşma, varsa eski dostlarla bir araya gelme amaçlı katıldıkları etkinlikler olarak tanımlanmaktadır. Düzenlendiği destinasyonun hem tanıtımı hem de gelişimi açısından büyük öneme sahip olan festivaller kapsamında değerlendirilen bisiklet festivalleri ülkemizde küçük çaplı özel etkinlikler olarak yerini almaktadır. Bisiklet kullanımını yaygınlaştırmak, diğer bisiklet kullanıcıları ile bir araya gelip sosyalleşmek, doğayı keşfetmek ve hem ruhsal hem de fiziksel aktivitelerde bulunabilmek için bisiklet turları ve bisiklet festivalleri düzenlenmektedir. Düzenlenen bu festivaller aynı zamanda ülkemizin coğrafi güzelliklerinin tanıtılmasında da rol almaktadır. Gökova Bisiklet Festivali, Uluslararası Antalya Bisiklet Festivali, Hür Pedal Ortaca Bisiklet Festivali, Çanakkale Bisiklet Festivali, Kapadokya Bisiklet Festivali, Mersin Bisiklet Festivali her yıl tekrarlanan ve yüksek talep gören festivallerdir. Bu bağlamda mevcut çalışmada bisiklet festivallerine katılım sağlayan bireylerin profillerinin belirlenmesinin yanında bireyleri bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörler ölçeğinin geliştirilmesi ve bu faktörlerin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Festival, Bisiklet, Rekreasyon.

SUMMARY

**THE MOTIVATIONAL FACTOR SCALE MOTIVATE INDIVIDUALS FOR
PARTICIPATING BICYCLE FESTIVALS AND ANALYZING THESE FACTORS
ACCORDING TO VARIOUS VARIABLES**

Festivals are organizations where people can participate individually or in groups. In addition, festivals are also defined as activities in which people participate in order to get to know new cultures, individuals and geographies, to socialize, to rest, to have fun, to get away from the stress of daily life and to meet with their old friends. Bicycle festivals, which are evaluated within the scope of festivals which are of great importance both in terms of promotion and development of the destination they are organized, take place as small scale special events in our country. Tours and festivals are organized in order to spread the use of bicycles, to meet and socialize with other bicycle users, to explore nature and to engage in both spiritual and physical activities. These festivals that organized also play a role in promoting the geographical beauties of our country. Gökova Bicycle Festival, International Antalya Bicycle Festival, Hür Pedal Ortaca Bicycle Festival, Çanakkale Bicycle Festival, Cappadocia Bicycle Festival, Mersin Bicycle Festival are festivals that repeated every year and be high demanded. In this context, the profiles of individuals participating in bicycle festivals were determined. In addition, in the study was aimed to developed a scale of factors that motivate individuals to participate in bicycle festivals and to analyzed these factors according to various variables.

Key Words: Bicycle, Festival, Recreation.

TEŐEKKÖR

Yazar, bu çalışmanın gerçekleőtirilmesine katkılarından dolayı, aşağıda adı geçen kişilere içtenlikle teőekkÖr eder.

Sayın Hocam Doç. Dr. Faik ARDAHAN, tez danıőmanım olarak çalışmanın oluşturulması, yÖnlendirilmesi ve gerekleőtmesi açısından her konuda desteğini esirgememiőt, değerli zamanını ayırmıőt ve Önemli katkılarda bulunmuştur.

YÖksek lisans tezime maddi destek sağlayan Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi'ne teőekkÖr ederim.

Hep yanımda olan ve yanımda olacağını bildiğim, her zaman, her koőtulda beni hep destekleyen, anneannem, dedem ve tÖm aileme...

ÖNSÖZ

Günümüzde kentleşmenin hızla artmasıyla birlikte kent içinde doğal alanlar giderek azalmaktadır. Bununla birlikte yoğun iş hayatının getirdiği stresi azaltmak, şehrin kalabalığından uzaklaşıp ruhen ve bedenen dinlenmek, hayatlarına yeni deneyimler katmak adına bireyler serbest zamanlarında rekreasyonel faaliyetlere daha fazla talep göstermektedirler. Rekreasyonel açık alan etkinlikleri bu bireylerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik faaliyetleri içermekte ve artan taleple birlikte rekreasyonel faaliyetler her geçen gün çeşitlenmektedir. Bir rekreasyonel faaliyet olan bisiklet kullanımı da talebi giderek artan faaliyetlerden bir tanesidir.

Şehirleşmenin beraberinde trafik yoğunluğunu da getirmesi, bireylerin bir yerden başka bir yere sağladığı ulaşımı zorlaştırmaktadır. Bunun gibi nedenlerden dolayı, ülkemizde çok yaygın olmasa da Avrupa ülkelerinde bisiklet yaygın bir şekilde ulaşım aracı olarak da kullanılmaktadır. Ülkemizde rekreasyonel anlamda bisiklet kullanımının giderek yaygınlaşması, bisiklet gruplarının oluşmasına olanak sağlarken aynı zamanda da bisiklet alanında yeni faaliyetlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Günlük bisiklet turlarının yanında, yıl içerisinde mevsim şartlarının uygun olduğu dönemlerde ülkemizin doğal güzelliklerini tanıtırken aynı zamanda bir açık alan etkinliği gerçekleştirmek ve bisiklet kullanımını yaygınlaştırmak adına bisiklet festivalleri düzenlenmektedir. Akademik alanda bisiklet kullanımı üzerine birçok çalışma yapılmış ve yapılmaktadır. Ülkemizde düzenlenmekte olan bisiklet festivallerine her geçen gün artan talep sebebiyle bu çalışmada bireylerin bisiklet festivallerine katılmayı neden tercih ettikleri, katılmalarını etkileyen faktörlerin neler olduğu araştırılmak üzere bir ölçek geliştirilmiş ve katılan bireylerin profilleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bisiklet festivallerine yönelik yapılan bu çalışmada elde edilen sonuçların literatüre bisiklet alanında önemli katkılar sağlayacağı ve özellikle yerel yönetimlerin bu alanda daha fazla girişimde bulunarak bisiklet festivallerini destekleyici çalışmalar yapacağı ümit edilmektedir.

İrem EVLİVAN
Antalya, 2019

GİRİŞ

Günümüzde toplumlar, gelişen teknoloji ile birlikte artış gösteren iş temposu, kalabalıklaşan ve doğadan uzaklaşan şehirler, yoğunlaşan trafik, giderek birbirine yabancılaşan insanlar vb. gibi birçok nedenden dolayı giderek yalnızlaşmakta ve büyük streslere maruz kalmaktadırlar. Günlük yaşamın getirdiği bu stresten kurtulmak için bireyler işten artan serbest zamanlarını çeşitli rekreasyonel aktiviteler yaparak, doğaya giderek veya kolay ulaşabilecekleri küçük çaplı aktivitelerle gidermeye çalışmaktadırlar. Gelişen teknolojinin olumlu bir yanı olarak bireylerin serbest zamanının artmasıyla birlikte rekreasyon işletmeleri ve organizasyon şirketlerinin de fazlaşması ve gelişmesi kaçınılmaz hale gelmiştir.

Spor, kültür, sanat, müzik, dans, vb. alanlarda küçük veya büyük çaplı oluşturulan etkinlikler, yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası kapsamlı organize edilen festivaller bireylerin yaşamlarında ve ülkelerin gelişiminde önemli ölçüde etkiye sahiptir.

Festivaller dünya insanları arasındaki bağı kuvvetlendirirken aynı zamanda farklı kültürlere ve yaşantılara karşı oluşan merak duygusunu perçinleyerek insanları yeni coğrafyalar tanımaya yönlendirmektedir (Çulha, 2008: 1834).

Festivalleri oluşturan yedi unsurdan söz edilmektedir. Bunlar turizm, sosyal etkileşim, eğlence, iş, ticaret, eğitim ve ilham kaynağı başlıkları altında değerlendirilmektedir (Houghton, 2001: 35). Bu işlevler festivallerin yapıldıkları yöreye gelen ziyaretçi sayısını artırırken aynı zamanda yöresel ve ulusal ekonomik getiri sağlamaktadır. Bunların dışında festivallerin düzenledikleri bölgenin tanınırlığını arttırmaktadır (Litvin ve Fetter, 2006). Ayrıca festivaller; toplumlar arası oluşan kültürel farklılıkların ortadan kalkmasına olanak sağlarken, toplumlar arası sosyal bağların gelişmesini desteklemekte ve toplumların sosyo-kültürel açıdan yenilenmesine ve yapılanmasına da katkı sağlamaktadır (Duffy, 2005: 681).

Bunlara ilave olarak; spor festivalleri ve özel amaçlı etkinlikler bu etkinliklere katılan bireylerin egzersiz yapmalarının getirdiği temel yararlarının yanında psikolojik, duygusal, psikososyal faydalarından dolayı da giderek popüleritesini ve değerini arttıran rekreasyonel bir ürün ve turistik bir destinasyon olarak daha çok kabul görmektedir (Sima ve ark., 2015; Blair ve ark., 2004: 920; Downs ve Ashton, 2011: 229).

Spor festivalleri kapsamında ülkemizde başlangıcı çok uzak olmayan ve her geçen yıl artarak tüm ülkeye yayılan bisiklet festivallerinin yarattığı atmosfer ülkenin dört bir tarafından bisiklet kullanıcılarını bir araya getirmektedir. Bisiklet kullanımı, beden egzersizi yapmak ve sağlıklı bir yaşama sahip olmanın dışında, bireyleri diğer kullanıcılarla etkileşime geçmeye de

teşvik etmektedir. Hızla artış gösteren bisiklet kullanımları bisiklet topluluklarını oluşturmakta ve oluşan bu topluluklar her yıl Türkiye'nin doğal güzelliklerine, tarihi miraslarına pedal çevirerek keşiflerde bulunurken aynı zamanda önceden belirledikleri alanlarda 2 -5 gün süreyle kamp kurup eğlenerek hoşça vakit geçirmektedirler. Bireylerin bu festivallere katılmasını sağlayan sosyalleşme, yeni yerler görme ve yeni insanlar tanıma gibi birçok etken bulunmaktadır.

Bu bağlamda spor festivallerinden yola çıkarak yapılan literatür taramasında bisiklet festivalleri ve bu festivallere katılımı etkileyen faktörlerle ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun etik onayı 20/12/2018 tarihli ve 39189507-302.10.01-E.161319 sayısıyla alınmış olarak yukarıda belirtilen gerekçeler doğrultusunda bu çalışmanın amacı kararsal örnekleme yoluyla seçilen bisiklet festivallerine katılarak yüz yüze anket uygulaması ile bireylerin profillerinin belirlenmesi, "Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bu Faktörlerin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi"dir.

BİRİNCİ BÖLÜM

FESTİVALLER VE TURİZM

1.1. Festival

Geçmiş dönemlerde dini törenler, yapılan kutlamalar zamanla, içinde bulunulan dönemin özelliklerine ve şartlarına göre değişime uğramış ve gelişmiştir. Bu gelişmelerle birlikte festivallerin sayısında artış gözlemlenmiştir. Dünya genelinde giderek yaygınlaşan festivaller, akademik alanın ilgisini çekmiş ve çeşitli çalışmaların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Festival tarihinin Antik Çağ'a kadar uzanması dolayısıyla festival ile ilgili çalışmalar da uzun süredir devam etmektedir (Delgado, 2016). Bir uzmana göre "Akademik çalışmalar özellikle festivallerin gerçekleştiği yer ile olan sürekli ilişkilerine diğer bir ifadeyle festival ve kent mekânları konularına yoğunlaşmaktadır." (Sassatelli, 2011: 17).

Anadolu'da yaşamış eski uygarlıklarda düzenlenmiş olan birçok festival dinsel sebeplerle gerçekleştirilmiştir. Çoğu sanat dallarının ortaya çıkma sebeplerinde olduğu gibi festivallerde dinî inanç temeline dayanmaktadır. Rönesans dönemiyle birlikte dinsel nedenlerle düzenlenen festivallerin dışında dinsel amaç taşımayan festivaller de düzenlenmeye başlamıştır. II. Dünya Savaşı'ı öncesinde ulusal olarak düzenlenen festivaller, savaş sonrasında yaygınlaşarak uluslararası kimlik ve nitelik kazanmıştır. Festivaller o dönemki toplulukların ekonomik ve kültürel bağlamda gelişimine katkı sağlamıştır (Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, 2012). Festivaller, toplumsal ve kişisel kimliğin bir ögesi olarak kültürel çevre ve toplumu oluşturan bireyler arasındaki insanî duyguları güçlendiren bir süreçtir (Goldblatt, 2000). Falassi (1987) ve Karagöz (2006) festivalleri şu şekilde özetlemiştir:

- Toplumun geleneksel, kültürel özelliklerini yansıtan kutlamalar,
- Belirli bir dinî veya tarihsel olayla ilgili yılda bir defa yapılan anma ve/veya kutlamalar,
- Çoğunlukla sanat dalı ya da sanatçı adına düzenlenen güzel sanatlar alanı üzerine kültürel etkinlikler,
- Fuarlar,
- Halka açık eğlenceler ve etkinlikler.

Dilimize "festival" olarak geçen kelimenin kökleri Latince "festum" kelimesine dayanmaktadır. "Festum" kelimesi, halk eğlencesi ve şenlik anlamına gelirken, festival yapısının temellerini oluşturan etkinlik ve kutlamaların çokluğunu ifade etmek için "festum" kelimesinin çoğulu anlamına gelen "festa" kullanılmaktadır. İçinde bulunduğumuz dönemde

“festum” kelimesine yakın bir anlam taşıyan “festival” kelimesi, kutlama zamanı, her yıl aynı yerde gerçekleşen konser, tiyatro, film, dans, spor ve birçok farklı alanda gerçekleştirilen etkinlikler olarak ifade edilmektedir (Falassi, 1987; Festival, 1998; Falassi, 1997: 299; Derrett, 2004: 41; Socolov, 1997: 286).

Türk Dil Kurumu sözlüğünde festival; “içinde bulunduğu tarihsel dönemi, yapıldığı yöre ve toplumu, bir program dahilinde katılımcı sayısı ve etkinlik niteliğini belirtilen ve özel bir anlam ifade eden sanat gösterisi” olarak tanımlanmıştır. Bir başka ifadeyle; içinde bulunduğu dönem, gerçekleştirildiği çevre, festivalin konusu, katılımcı yoğunluğu gibi nitelikleri bir program dahilinde belirtilen özel bir önem arz eden sanat, spor, kültür, bilim, ekonomik faaliyet, ürün gibi herhangi bir alanda belirli aralıklarla düzenlenen gösteri ve etkinliklere “festival” denir (Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, 2012: 123).

Acıpayamlı (1978), Halkbilim Terimleri sözlüğünde festivalleri,

“Bir toplumun kendini her türlü kötü dış ve iç etkenlerden korumak, bol ürün elde etmek, barış ve güvence içinde yaşamak amacıyla bir mevsimden ötekine, bir yaşam çağından sonrakine ve toplumsal bir yaşantıdan başka bir yaşantıya geçme ya da tarihsel, dinsel, söylensel olay, kişi, varlık ve yüce varlıkları anma sırasında topluca yemek yiyerek, oynayarak, bağırarak, iş görerek yaptığı geleneksel eğlenme türü” olarak tanımlanmıştır (Acıpayamlı, 1978).

Smith (1972: 161)’e göre festivaller bazı geleneksel davranışları ifade eden davranışlardır. Örnek vermek gerekirse, festivaller, yılda bir defa yerel halkın geleneksel kıyafetlerini giyebilmelerini sağlayarak, tarihsel bir olayın yeniden canlandırılmasına olanak tanımaktadır. Butcher’a göre (1993: 8) festivallerde işlenen temalar genelde toplumun kendi içinden oluşmaktadır. Burada anlatılmak istenen, aynı bölge içerisindeki bir grup insanın bir arada bulunduğu topluluğu oluşturan “toplum”dan bahsedilmektedir. Festivaller gerçekleştikleri bölgelere farklı birçok olumlu sosyal etkiler sağlamaktadır. Bölge halkıyla birlikte, festival boyunca bölgeyi ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerle sosyal etkileşimde bulunmaları, eğlence ve kutlama olanakları gibi çeşitli fırsatlar sunmaktadır (Molloy, 2002: 9; Allen vd., 2005).

Cundy (2016)’e göre “yaşamakta olduğumuz dönemde yalnızca bir topluma ve/veya kültüre ait olmanın dışında evrensel kültürü de simgeleyen ve farklı destinasyonlarda gerçekleşen festivaller (bazı müzik festivallerinde olduğu gibi) söz konusudur ve bu tür festivaller aynı dili, tarihi ve aynı dini paylaşan özellikli bir sosyal gruba ait değildir”.

Festivaller dünya insanları arasındaki bağı kuvvetlendirirken aynı zamanda farklı kültürlerle ve yaşantılara karşı oluşan merak duygusunu perçinleyerek insanları yeni coğrafyalar tanımaya, yeni deneyimler yaşamaya, yeni insanlar tanımaya yöneltmektedir (Çulha, 2008). Bir başka tanıma göre; “Festivaller, yüksek yoğunluğa sahip kısa dönemli turizm etkinlikleridir.” (Chhabra, 2001).

Tüm bu festival tanımlarını bir araya getirdiğimizde festival; “insanların bireysel ya da gruplar halinde katılım sağlayabilecekleri organizasyonlarla yeni kültürler, yeni insanlar, yeni coğrafyalar tanıma, sosyalleşme, dinlenme, eğlenme, günlük hayatından stresinden uzaklaşma, varsa eski dostlarla bir araya gelme amaçlı katıldıkları etkinlikler” olarak tanımlanabilmektedir.

1.1.1 Festivallerin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Günersel'e göre (1997) festivallerin çekiciliği, eğlenceli bir ortam oluşturmasından, farklı kültürlerin kaynaşmasından, yeni deneyimler yaşatmasından ve yaşanan gündelik hayatın dışında olmalarından kaynaklanmaktadır. Festivaller, genel olarak yöreye özgü kültürel tarihe sahip çıkararak geliştirme, rekreasyonel faaliyetler, yerel ekonomiyi canlandırma, destinasyonun tanıtımını sağlama ve yöresel turistik faaliyetleri geliştirmeye dayalı nedenlerle yapılmaktadır. Festivalleri oluşturan yedi unsurdan söz edilmektedir. Bunlar sosyal etkileşim, ilham kaynağı, eğlence, turizm, ticaret, iş ve eğitim başlıkları altında değerlendirilmektedir (Houghton, 2001). Bu işlevler festivallerin yapıldıkları yöreye gelen ziyaretçi sayısını arttırırken aynı zamanda yöresel ve ulusal ekonomik getiri sağlamaktadır. Bunların dışında festivallerin düzenlendikleri bölgenin tanınırlığını arttırmaktadır (Litvin ve Fetter, 2006: 45).

Dünya genelinde sürdürülebilir gelişmenin önemli bir aracı olarak da görülen spor, sanat, kültür festivallerinin ve özel amaçlı etkinliklerin sayısında, yapılış amaçlarında son yıllarda çarpıcı bir artış meydana gelmektedir. Bu hem düzenlenen festival ve etkinliklerin insanlarda amacına uygun farkındalığı arttırmak hem de yerli ve yabancı turizm hareketini canlandırmak için alternatif bir turizm hareketi ve rekreasyonel etkinlikler olarak da görülmeye başlanmıştır (Woo ve ark. 2011; Getz, 1991: 404, 1997, 2008; Long ve Perdue, 1990: 5).

Ayrıca, yapılan diğer çalışmalarda (Özkan, Curkan ve Sarak, 2015; Demirbulat ve Saatçi, 2015: 423; Çulha ve Kalkan, 2016: 141; Dalgın, Atak ve Çeken, 2016: 1182) festivallerin; düzenlendikleri bölgedeki toplumun, çalışanların ve turizminin ekonomik, sosyo-kültürel ve/veya ekolojik açılardan belli faydalar sağlamalarına olanak tanıdığı ifade

edilmektedir. Yerel demokrasinin gelişmesinde, bireysel ve toplumsal özgüvenin oluşturulmasında, toplumda sosyalleşme yapısının oluşturulması ve oluşan bu yapının gelişimine olanak sağladığı için uluslararası, ulusal ve yerel festivaller ve/veya etkinlikler sadece ekonomik getiri sağlayıcı olmaktan çok bu festival ve/veya etkinlikleri oluşturan topluma ait kültürel hareketlerin ve sosyal organizasyonların bir parçası olarak gerçekleşirler. Festival ve etkinliklerin birçok olumlu ve olumsuz etkileri olmaktadır (Mc Donnell ve ark., 1998). Kızıllırmak, (2006: 187) ise yerel faaliyetlerin bölgeye politik, fiziksel ve çevresel, sosyo – kültürel, turizm ve ekonomik olmak üzere dört grupta fayda sağlamaktadır. Olumlu yanları;

- **Sosyokültürel Faydaları:** Yerel yönetimler ve/veya özel işletmeler kontrolünde düzenlenen etkinliklerin, insanların yaşayış tarzlarını, sahip oldukları işlerini, insanî ilişkilerini, gerekli ihtiyaçları giderme, hayat şartlarıyla baş edebilme yöntemlerini değiştiren sosyal ve kültürel sonuçlarıdır (Brudge ve Vanclay, 1996). Vatandaşlara festival konusuyla ilgili yeni şeyler öğrenme olanağı sunması, bölgede farklı yeniliklerin oluşması için bir ilham kaynağı olması, bölgedeki kültürel becerileri, yetenekleri keşfetmek ve geliştirmek için bir fırsat sunması, farklı etkinliklere katılarak, farklı kültürel deneyimler kazandırması, bölgenin sanatsal ve kültürel gelişimine katkı sağlaması gibi özellikleri kapsamaktadır (Delamere, 1998; Delamere vd., 2001: 14; Dinaburgskaya ve Ekner, 2010). Bunlara ilave olarak Duffy (2005) festivallerin sosyokültürel faydalarını şöyle ifade etmektedir;

“Paylaşılan ortak deneyimin artması, toplumsal katılımın yükselmesi, topluma ait geleneklerin geliştirilmesi, toplumsal gururun yükselmesi, yenilikçi fikirlerin tanıtılması, kültürel bakış açılarının gelişmesi, sosyal birlikteliğe katkıda bulunması, farklı eğlence ve eğitim olanakları sunması, sanatsal etkinliklerin izleyici tabanını genişletmesi, sanatsal üretimin gelişmesini desteklemesi, toplumda yer alan kültür farklılıklarının, sosyal etkileşimlerin, toplumsal kimliklerin ve aidiyet duygularının gelişmesini teşvik ederek toplumun yeniden biçimlenmesine de katkı sağlamaktadır” (Duffy, 2005: 688).

- **Fiziksel ve Çevresel Faydaları:** Festivallerin düzenlendiği bölgenin tanıtılmasını, uygulanabilir en iyi modellerin sunulmasını, bireylerin çevresel bilincinin arttırılmasını, yörenin sahip olduğu tarihin korunup geliştirilerek gelecek nesillere bırakılmasını, ulaşım ve iletişim sisteminin geliştirilmesini, kentsel ve kırsal alanların yeniden canlandırılmasını, kentsel yaşam kalitesinin arttırılmasını sağlamaktadır. Bunun yanı sıra; Litvin ve Fetter (2006), Ekin (2011), Giritlioğlu vd. (2015), Tayfun ve Arslan (2013: 197)

festivallerin, dünyanın birçok yerinde düzenlenmekte ve düzenlendiği bölgede yöre imajını kuvvetlendirmek, bölgenin turistik çekiciliğini arttırarak bölge turizmini canlandırmak ve geliştirmek, sezon sonrası aylarda bölgeye turist gelmesini sağlamak gibi önem arz eden çeşitli görevleri yerine getirdiğini ifade etmektedirler.

- **Politik Faydaları:** Uluslararası ve ulusal alanda yöresel imajın artmasına, çizilmiş olan mevcut profilin geliştirilmesine, var olan yatırımların tanıtılırken yeni yatırımlara öncülük etmesine, ülkeler arası karşılıklı sosyal desteklerin güçlenmesine, yönetsel becerilerin gelişmesine ve çeşitlendirilmesine, evrensel medyanın ilgisini çekerek daha geniş kitlelere ulaşmasına olanak sağlamaktadır. Siyasi ilişkileri arasında problem olan iki ülke takımlarının dünya futbol turnuvasında final oynaması ki tarafın devlet yöneticilerini bir araya getirerek bir yakınlaşmaları buna örnek olarak verilebilir.
- **Turizm ve Ekonomik Faydaları:** Bir festival sonuçlandığında, mevcut ekonomide oluşan belirgin değişiklik festivalin ekonomik etkisi olarak tanımlanabilir. Ekonomik etkiler incelendiğinde, bölgeye gelen ziyaretçilerin artan harcama eğilimleri sonucunda, gerçekleşen harcamaların bölge ekonomisine yaptığı girdilerle gelir artışının sağlanması şeklinde gerçekleşmektedir (Long ve Perdue, 1989: 9). Kızılırmak, (2006) festivallerin düzenlendiği bölgeleri ziyaret edenlerin yüksek harcama eğilimlerinde olduklarını, bu sayede bölgeye ekonomik katkı sağladıklarını ifade ederken, Giritlioğlu vd., (2015) festivallerin düzenlendiği bölgeye sağladığı ekonomik katkılara dikkat çekmektedir. Aynı zamanda Litvin ve Fetter, (2006) festivallerin bölgeye ziyaretçi sayısını arttıran ve bu sayede bölgedeki konaklama işletmeleri açısından talep oluşturan etkinlikler olduğunu belirtmektedir. Giritlioğlu ve ark., (2015) ise festivaller sayesinde çeşitli kültürlerle ait birçok yerli ve yabancı turistin etkinliğin düzenlendiği bölgeye gelerek yerel halk ile etkileşim sağladığı böylece ziyaretçi ve yerel halk iletişimi ile hem bölge halkının ziyaretçi ve turizm algılarında hem de bölge halkı üzerinde ciddi sosyal ilerlemeler meydana getirdiğini vurgulamıştır. Turizm bölgesinin tanıtılması ve kente gelen ziyaretçi sayısının artışı, konaklama zaman aralığının genişletilmesi, gelir artışı, vergilerden elde edilen gelirin artışı, iş imkânı oluşturması vb. gibi olumlu etkileri bulunmaktadır.

Faydalarının yanında festivallerin olumsuz etkileri de vardır. Bunlar;

- **Sosyokültürel olumsuzluklar:** Toplumun kendi kültürüne yabancılaşması, toplumun yönlendirilerek, farklı kültürel özellikleri zaman içerisinde benimsemesi, kabul etmesi ve kendine özgü özelliklerinden vazgeçmesi, olumsuz toplumsal imajın oluşması, toplumsal olumsuz davranışların sergilenmeye başlanması, bölgeye özgü ve festivale konu olan

toplumsal ürün ve hizmetlerin suiistimal edilmesi, sosyal alt yapının giderek değişmesi, rahatlığın kaybolması olumsuz etkilere verilebilecek örneklerdir.

- **Fiziksel ve Çevresel olumsuzluklar:** Festivalin düzenlendiği bölgede araç trafiğinin artması, etkinlikler esnasında bölgenin çok kalabalık olması, etkinliğin düzenlendiği yerlerin yakınlarında yaşayan insanların yoğunluktan rahatsız olması, gürültü kirliliğinin artması, asayiş olaylarının çoğalması, kamu mallarına zarar verilmesi gibi unsurları içermektedir (Delamere, 1998; Small vd., 2005: 69; Wood, 2006: 167). Gelecek nesillere bırakılacak olan kültürel mirasın zarar görmesi de olumsuz etkiler arasında bulunmaktadır.
- **Politik olumsuzluklar:** Festival organizasyonunun başarısız olma ihtimali riski, festival fonlarının yanlış dağıtılmış olma riski, sahiplik ve kontrolde yönetimlerin sorumluluğunun olmaması, kişi ve kurumların davranışlarına yön veren düşüncelerin yasallaştırılması ve yeniliklere kapalı olması.
- **Turizm ve Ekonomik olumsuzluklar:** Festivaller bir turizm potansiyeli oluşturmakta ve organizasyonun düzenlendiği bölgenin yerel toplumunun turizme karşı direnmesi, bölgesel orijinalliğin kaybolmasına, çıkar gruplarının suiistimali, yöre halkının yerel ürünlerinin satışlarında oluşturdukları olurdan fazla yüksek fiyatlar ve fırsat maliyetleri hem turistik açıdan hem de ekonomik açıdan negatif etki yaratmakta ve böylece bölge ile birlikte festival imajının zarar görmesine neden olmaktadır.

1.1.2. Festivallerin Ekonomik Etkileri

Festivallere katılım sağlayan bireylerin genel harcama miktarı diğer turizm etkinliklerine katılan bireylerin harcamalarından daha yüksektir (Çela vd., 2007: 174). Bu sebeple festivaller, düzenlendikleri bölgelerde küçük ve/veya büyük ölçekli olma özellikleriyle yerel halkın kazanç elde etmesine olanak sağladığı gibi ülke ekonomisine de önemli ölçüde gelir kaynağı oluşturmaktadır. Üç farklı kaynaktan oluşan festivallerin ekonomik etkilerini şu şekilde sıralayabiliriz (Karagöz, 2006);

- Festivale gelen katılımcıların harcamaları,
- Festival oluşum sürecini oluşturan yatırım maliyetleri,
- Festival organizatörlerinin gerçekleştirdiği organizasyon harcamalarıdır.

Kızılırmak'a göre (2006) festival süresince gerçekleşen harcamalar bölgenin gelirine olumlu yönde etki etmekte ve bu durum kamunun dikkatini çekmektedir. Böylece yapılacak olan kamu yatırımları festivallerin gerçekleştiği bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Bölgeye yönelen yatırımlardaki artış, domino etkisi yaratarak diğer yatırımcılar üzerinde uyarıcı etkiler

oluşturmakta ve yapılacak yatırımların da bölgeye yönlendirilmesinde bir fırsat unsuru oluşturabilmektedir.

1.1.3. Festival Türleri

Festivallerin genel bir sınıflandırması olmamasına rağmen, sahip oldukları bazı kriterlere göre aşağıdaki gibi çeşitlendirilip örneklendirilebilmektedir (Atak, 2009; Ekin, 2011).

1.1.3.1. Büyüklüğüne Göre Festivaller

Büyüklüğüne göre festivaller sınıflaması katılımcı sayısı, etkilediği alan gibi faktörlere bağlı olarak Yerel Festivaller, Bölgesel Festivaller, Ulusal Festivaller, Uluslararası Festivaller, Özellikli Festivaller ve Mega Festivaller olarak sınıflandırılır.

a) **Yerel festivaller:** Yerel faaliyetler olarak başlatılan festivaller, zaman içerisinde medyanın aracılığı ile ulusal ve evrensel boyutta tanıtımları yaygınlaştıkça daha fazla göz önünde olmaya başlamaktadır (Kozorog, 2011: 301). Akova (2006: 77), yerel bazda turizm politikaları oluşturulurken, yerel halkla birlikte bu halkı meydana getiren tüm unsurların görüşleri alınmadığı takdirde, tarafların eksikliği dolayısıyla hedeflerin gerçekleşmesinde ve turizm politikalarının uygulanmasında zorluklar çıkabilmektedir. Toplum odaklı festivaller bir toplumun alışlagelmiş yaşam tarzlarının değerli yönlerini kutlayan, kısa süreliğine gerçekleşmek üzere oluşturulan, temalı ve halka açık olan önemli günleri ifade etmektedir (Dimmock ve Tiyce, 2001: 361). Bu tür festivalleri çeşitli etkinliklerden farklı kılan bir diğer özellik ise genellikle yerel halktan gönüllüler ve düzenleme kurulu oluşturularak ev sahibi toplum tarafından düzenlenmesidir (Getz, 1991: 405). (Örn; Tekirdağ Kiraz Festivali)

Tekirdağ Kiraz Festivali: Tekirdağ Kiraz Festivali, Tekirdağ'ın Naip Köyünde ilk kez 1961 yılında kutlanmıştır. Festival, Naip köyü sınırları içerisinde bulunan büyük çınar ağaçlarının altında düzenlenmeye başlanmıştır. İlk zamanlarda şenlik havasında geçen kutlamalar, her geçen yıl katılımın artmasıyla birlikte bugünkü geleneksel festival şeklini almıştır. Tekirdağ Kiraz Tekirdağ Sahil dolgu alanında 3-4-5 günlük programlar halinde gerçekleştirilen festivalin düzenlendiği bölge için büyük önem arz etmektedir¹.

İzmir-Urla Enginar Festivali: Yerel çiftçilerin ürettikleri ürünlerini daha geniş alanlara ulaştırarak tanıtabilmesi amacıyla oluşturulmuş bir festivaldir. 2018 yılında yaklaşık

¹ <http://www.gundemtekirdag.com/detay/42/tekirdag-kiraz-festivali-tarihi>, erişim: 19.03.2019

100 bin kişinin katılım sağladığı festivale sadece yakın şehirlerden değil, dünyanın her yerinden gelen ziyaretçileri de katılmaktadır. Etkinlikte ünlü aşçılar mini mutfaklar oluşturarak çeşitli lezzetlerdeki yemeklerin tariflerini vermişlerdir. Bununla beraber güzellik uzmanları da bu festivale katılmış ve gerçekleştirilen workshoplarda, cilt bakımındaki doğal ve sağlıklı yöntemler hakkında bilgi vermenin yanında doğal kürler hazırlama metotlarını göstermişlerdir. 3 günlük festival süresi kapsamında çocuk etkinlikleri, konserler ve fotoğraf sergileri de düzenlenmektedir².

b) Bölgesel festivaller: Bu festivaller düzenledikleri bölgelerde sosyal hareketlilik sağlarken ekonomiyi de canlandırmaktadır. Bölgesel festivaller bölgeye özgü yaşam tarzı ve temaları yansıtan etkinliklerdir. Özkan ve ark., (2015) ise festivalin yerel halkın bulunduğu bölge dışına açılması, o bölgeye ait özelliklerin sergilenirken kazanç elde edilmesi açısından önemli bir etken olduğunu belirtmektedir. (Örn; Balkan Müzikleri Festivali).

Balkan Müzikleri Festivali: Balkan müziği uluslararası bir etkileşimin etkisinde kalarak ortaya çıkmıştır. Eski çağlardan bu yana doğu batı arasında göçlerin olduğu dönemlerde Balkanlarda çeşitli toplumlar birlikte yaşamış ve farklı müzikal ziyaretleri oluşturmuştur. Balkanlar'ın zengin ahenk ve uyumlara sahip olmalarından dolayı çeşitli farklılıkları barındıran kültür özellikleri notalara yansımıştır. Balkan müziği bünyesinde çeşitli müzik aletlerini barındırıyor olsa da başlangıcı akordeon ve trompete dayanmaktadır. Bu iki enstrümana daha sonra gitar, perküsyon ve klarnet eklenmiş, zaman içerisinde daha farklı enstrümanların da etkinlikleriyle birlikte günümüzdeki haline ulaşmıştır. 6. yüzyıldan itibaren Bulgaristan, Arnavutluk, Yunanistan ve Slavların yaşadıkları yerlerde, köy müziği, kapalı toplum özelliği ve kır kültürü gibi gelenekler hakim olmuştur. Balkanlar'ın kendilerine özgü çalgıları ve makamsal özellikleri vardır. Balkan müziğinin genel olarak tanımı Romanlar'a dayanmaktadır. Romanlar sadece kendilerine ait müzikleri değil Balkanlar'daki yörelere ait müzikleri de yapmış ve karma bir şekilde hepsine genel olarak Balkan müziği ismi verilmiştir³.

c) Ulusal festivaller: Festivalin temasını oluşturan alanda ülke genelinden katılımcılarla her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen ve bölgesel özellikler taşıyan festivallerdir. Birçok festival adlandırılırken “uluslararası” kelimesi kullanılsa da bu

² <https://blog.obilet.com/turkiyedeki-en-populer-festivaller/?fbclid=IwAR1Jlhu-2IjJzc42YqE3ltZdhWF1eQEloXYWvjnTynhss1PrKcb8h2Q0Sg>, erişim: 22.03.2019

³ <https://listelist.com/balkan-muziginin-ozellikleri/>, erişim: 01.04.2019

festivaller ulusal festivaller olarak değerlendirilmektedir. Ülkedeki farklı bölgelerin özelliklerinin tanıtılmasına katkı sağlayan büyük ölçekli festivallerdir. Ulusal festivallere verilebilecek örnekler şunlardır:

Magic Break: Pegasos Resort Hotel’de her yıl Nisan veya Mayıs ayında düzenli olarak gerçekleştirilen Magic Break, 3 gün boyunca devam eden ve Akdeniz bölgesinin en geniş kapsamlı bahar festivali olarak kabul edilmektedir. Özellikle genç yaştaki bireylerin yoğun katılım gösterdiği festivalde DJ’ler otelin çeşitli alanlarında (havuz, çim, gece arenası, kumsal vb.) sahne almaktadırlar. Festivalde müzik eğlencesinin yanında gün içerisinde su topu, plaj voleybolu, parasailing, room crawling, jet ski, mini futbol, banana, langirt, beer pong, havuz oyunları ve masa tenisi gibi etkinlikler de yer almaktadır⁴

Cappadox: Sıcak hava balonlarıyla Peri bacalarının doğa harikası sayılabilecek manzarasına ev sahipliği yapan Kapadokya’da her yıl farklı bir tema ile Cappadox festivali düzenlenmektedir. Festival toplamda 6 gün sürmektedir ve zamanı Mayıs ile Haziran ayları arasında farklılık gösterebilmektedir. Diğer festivallerden farklı olarak açık hava etkinlikleri düzenlenen festivalde katılımcılar farklı deneyimler yaşamakta, Kapadokya’nın doğal güzelliklerini kapsayan turlara dahil olarak hem bölgeyi yakından tanımakta hem de muhteşem doğa manzaralarını izleyebilmektedirler.

d) Uluslararası festivaller: Adını evrensel boyuta taşıyan ve dünyanın her yerinden katılımların gerçekleştiği büyük ölçekli festivallerdir. Dünyanın giderek evrenselleşmesi ile birlikte, uluslararası alanda kültürleri tanıma fırsatı bulması doğal bir eğilim olarak kabul edilmektedir (Türkoğlu, 1995). Uluslararası festivaller de dünya kültürlerinin tanınması ve ülkelerin kendi kültürlerini tanıtabilmesi için gerekli alt yapıyı oluşturmaktadır. Bu durum evrensel boyutta festivallerin önemini vurgulamaktadır. Kurtişoğlu, (1995)’ na göre;

“Ülkeler arasında kültürel ve sanatsal ilişkileri kurmak, arttırmak ve geliştirmek amacı ile antlaşmalar yapılmaktadır. Ortak kültürel değerleri geliştirmek ve sağlamlaştırmak için yapılan bu antlaşmalar ülkeler arasında yakınlaşmaya ve işbirliğinin yapılmasına neden olmaktadır”.

Uluslararası festivallere örnek teşkil eden festivaller şunlardır:

Uluslararası İstanbul Film Festivali: 1982 yılında, İstanbul Festivali adı altında, “Sanatlar ve Sinema” temasıyla altı film gösterime sunulmuş ve bu “film haftası” olarak adlandırılmıştır. 1983 yılına kadar etkinlik İstanbul Festivali süresi boyunca “Uluslararası

⁴ blog.obilet.com/turkiyedeki-en-populer-festivaller erişim: 22.03.2019

İstanbul Sinema Günleri” ismiyle devam etmiş, bir ay süresince katılımcı ve izleyicilere 36 farklı yabancı film gösterilmiştir. 1984 yılından bu yana Nisan aylarında “Sinema Günleri” adıyla daha farklı bir etkinlik boyutu kazanmıştır. Şakir Eczacıbaşı’nın öncülüğünde 1985 yılında etkinliğe uluslararası ve ulusal olarak iki ayrı yarışmalı kategori eklenmiştir. 1989 yılı itibariyle, FIAPF (Uluslararası Film Yapımcıları Dernekleri Federasyonu) tarafından “yarışmalı ve özel konulu festival” kategorisine alınan Sinema Günleri dünyaca ünlü festivaller arasına girmiş ve ismi “İstanbul Film Festivali” olarak değiştirilmiştir. 2007 yılında, “Sinemada İnsan Hakları” adı verilen bölüm yarışmalı bölüm şeklini almıştır. Sinemada İnsan Hakları bölümü içerisinde bulunan filmlerden birine Eurimages ve Avrupa Konseyi işbirliğiyle sadece İstanbul Film Festivali kapsamında FACE Ödülü (Avrupa Konseyi Film Ödülü) verilmeye başlanmıştır⁵.

Cannes Film Festivali: Başlangıcı 1930’lu yıllara dayanan Cannes Film Festivali’nin meydana gelme süreci Fransa Eğitim ve Güzel Sanatlar Bakanı olan Jean Zay’in Venedik Film Festivaline rakip olabilecek bir organizasyon düzenleme isteği ile Philippe Erlanger’ın uluslararası alanda kültürel bir faaliyet kurma isteğine dayanmaktadır. Festivalin ilk olarak 1939’da Cannes’da Louis Lumière’in liderliğinde gerçekleştirilmesi beklenirken, savaş koşulları nedeniyle 20 Eylül 1946’da başlatılabildiği. Festival 1948 ve 1950 yılları hariç 1952 yılına kadar Eylül ayında düzenlenmiştir. 1952 yılından sonra Venedik Film Festivali’nin sonbaharda gerçekleştiğinden Cannes Film Festivali Mayıs ayında düzenlenmeye başlanmıştır. 1972 yılına gelindiğinde başkan Robert Favre Le Bret tarafından filmlerin seçilme şekillerinde prosedür olarak ciddi değişiklikler yapmıştır. Bu değişikliklere kadar ülkeler kendilerini temsil edecek olan filmleri seçerek festivale yollamaktaydılar. Ancak bu tarihten itibaren iki ayrı komite oluşturulmuş ve festivale katılacak Fransız filmleri ve yabancı filmler oluşturulan komiteler aracılığı ile seçilmeye başlanmıştır⁶.

Berlin Film Festivali: Berlinale ismiyle de anılan Berlin Uluslararası Film Festivali, dünyanın sayılı film festivallerinden biridir. 1951 yılında Batı Berlin’de oluşturulmuş ve 1978 yılından beri Şubat ayında kutlanan festival aynı zamanda en saygın medya etkinliklerinden biridir. 500.000 fiili katılım oranı ve yaklaşık olarak 300.000 bilet satışı gerçekleştirilen festival, dünya festivallerine bakıldığında halka açık olan en geniş ölçekli film festivali olarak görülmektedir. Berlin Film Festivalinin yöneticisi 2001 yılından bu yana Dieter Kosslick’tir.

⁵ <https://film.iksv.org/tr/festival-hakkinda/tarihce-2>, erişim tarihi: 16.01.2019

⁶ <https://makyaj.com/cannes-film-festivalinin-tarihcesi>, erişim: 14.01.2019.

Sinema camiasının geniş bir bölümünü temsil eden 400'ü aşkın film belirlenmiş bölümlerle gösterilmektedir. Festivalde yaklaşık yirmi film yarışırılıp, Altın ve Gümüş Ayılar adlı ödüller kazanmaktadır. Festivalin tamamı yedi film bölümünü içermektedir. Filmler, kategorilerde film uzmanlarının oluşturduğu bir komitenin tavsiyesi üzerine, bölüm yönetmeni tarafından seçilir. Kategorilerin içerikleri şunlardır:

- **Yarışma:** Köken ülke dışındaki ülkelere gösterilen uzun metrajlı filmlerden oluşmaktadır. Bu bölümü oluşturan filmler çeşitli ödüller için yarışırılır; en iyi film yazarı, en iyi oyuncu ve en iyi üretim gibi alanlarda Gümüş Ayı Ödülleri, en iyi film ve dizi ödülü olarak ise Altın Ayı ödülü verilmektedir.
- **Panorama:** "tartışmalı konular içeren veya alışılmamış estetik tarzlar" kategorileriyle ilgilenen yeni yapılmış sanatsal içerikli ve bağımsız filmlerden oluşmaktadır. Kategorideki filmlerin tartışmayı ateşlemesi amacıyla yapılmakta ve LGBT'nin geçmişten bugüne gelişim süreci gibi konuları ele almaktadır.
- **Forum:** Dünyanın her yerinden festivale katılan genç film yapımcılarının deneysel ve belgesel filmlerini içermektedir. Filmin türü ya da formatı konusunda kısıtlama yoktur ve forumu oluşturan filmler herhangi bir ödül için yarışmazlar.
- **Kuşak:** Gençlere ve çocuklara yönelik uzun metrajlı filmlerin yanında kısa metrajlı filmleri içerir. Bu bölümü oluşturan filmler Generation Kplus (dört yaş ve üzeri) ve Generation 14plus (on dört yaş ve üzeri) olmak üzere iki alt kategoride yarışırılır ve bölümdeki ödüller, üç ayrı jüri üyesiyle (Gençlik Jürisi, Çocuk Jürisi ve uluslararası uzmanların oluşturduğu jüri tarafından) bağımsız olarak belirlenir.
- **Perspektif Alman Sineması:** Alman sineması içerisindeki güncel eğilimleri vurgulamak için yapılan, çeşitli Alman filmlerinden oluşur. Giriş şartlarının, gelişmekte olan film yapımcılarına az olması çalışmalarını tüm izleyici kitlesine ulaştırıp tanıtılmalarını mümkün kılmaktadır.
- **Berlinale Kısa Filmleri:** Yerli ve yabancı yenilikçi yaklaşımların çalışıldığı kısa filmlerden oluşmaktadır. Kategorideki filmlere, en iyi kısa film ödülü Altın Ayı Ödülü iken aynı zamanda jüri tarafından değerlendirilerek Gümüş Ayı ödülü verilmektedir.
- **Retrospektif:** Berlinale'deki eski gösterilmiş filmler, Kuşak, Forum, Panorama ve Yarışma kategorileri içinden seçilen filmlerin yanında klasik filmlerden oluşmaktadır. Bu bölüm her yıl farklı önemli temalara ve film yapımcılarına adanarak yapılmaktadır⁷.

⁷ <http://www.wikiyours.com/makale/berlin-uluslararasi-film-festivali>, erişim: 16.01.2019

Rio Karnavalı: Karnaval kelimesi, “Ete veda” anlamındaki “carne vale” kelimelerinden türetilerek oluşturulmuştur. Bu terim; Katolikler tarafından 40 gün boyunca dünyevî zevklerin dışında, alkol ve et tüketiminden uzaklaşma dönemi olarak görülen Paskalya öncesinde uygulanan “Büyük Perhiz” ritüeline uymaktadır. Rio Karnavalı, perhiz öncesinin ilk çarşamba günü başlatılır ve tüm hafta boyunca kutlamalar ve etkinlikler Paskalya Bayramı’na kadar devam etmektedir. 1723 yılına kadar uzanan geçmişiyle Rio Karnavalı, bir Portekiz festivali olan Entrudo'nun devamı niteliğini taşımaktadır. Entrudo’da amaç, herkesin içi suyla doldurulmuş kovalarla sokaklarda karşılıklı gelenlerin ıslatmalarıdır. Rio Karnavalı’na “Grandes Sociedades” ya da “Great Societies” olarak adlandırılan geçit töreni önemli ölçüde katkı sağlayan bir aktivitedir. 1855 yılında ilk defa kralın da katılım sağlamasıyla düzenlenen festival kapsamında, 80 aristokratın oluşturduğu maskeli bir grup lüks kostümler, müzik ve çiçeklerle geçit töreni düzenlemekteydiler. 1870’li yıllarda gerçekleştirilen bu etkinlik çeşidinde krallar ve kraliçelerle birlikte köylüler, dansçılar ve cadılar ana karakterleri oluşturmakta ve farklı tasarımlarda kıyafetler giyerek gösteri yapmaktaydılar. Portekizliler, karnaval dönemlerinde sömürgeleri altındaki Afrika ülkelerinden köleler getirerek karnavallarda, bölgeyi kötü ruhlardan korumak düşüncesi ile şifalı otlar, taslar, kemik ve tüylerden yapılmış birçok maske, obje ve kostümler kullanmaktaydılar. Eski Afrika kölelerin kullandıkları sembolik anlamlar içeren bu ritüeller ve objeler, Rio Karnavalı kostümlerinin oluşturulmasında çok etkili olmuştur.

Rio Karnavalı’nın kapsamında eğlenceye dayalı etkinlikler, “günlük yaşantıda var olan problemleri ve yaşanan acıları yok saymak” maksadıyla yapılmaktaydı. Rio Karnavalı günümüzdeki şeklini alana kadar çeşitli değişiklikler geçirmiş ve dünyanın en büyük festivali ünvanını almıştır.

e) **Özellikli festivaller:** Ülke çapında yılda bir kez gerçekleşen ve yapıldığı bölgeyle özdeşleşen sınırlı süreli etkinliklerdir (Getz, 2008: 412; Çakıcı ve Yavuz, 2012: 6). Özellikle festivaller düzenlendiği destinasyonun turistik açıdan kazanç elde etmesi amacıyla belirli bir zaman aralığında, periyodik ve geleneksel olarak düzenlenen büyük çaplı etkinlikler olmalarının yanında bu tür etkinliklerin başarısı benzersiz, prestijli ve dikkat çekici olmalarına bağlıdır (Ritchie, 1984: 4; aktaran Kim vd., 2005: 28; Bowdin vd., 2006). Genel olarak özellikli festivallerin nitelikleri şu şekildedir (Masterman, 2004; Bowdin vd., 2006; Getz, 2007: 22);

- Büyük ölçeklidir.
- Ulusal veya uluslararası düzeyde olabilir.

- Düzenlendiği yerin kimliğinin tanıtılmasında önemli yer tutmaktadır.
- Zaman içerisinde etkinlik ve düzenlendiği destinasyon bir bütün haline gelmektedir.
- Düzenlendiği bölgeye yönelik yatırımların artmasını sağlar.
- İçinde festivalleri veya diğer etkinlikleri barındırır.
- Büyük maliyetlerle gerçekleştirilir.
- Prestij ve statü sağlamaktadır.
- Düzenlendiği şehrin kültürünü, anlayışını ve ruhunu yansıtır.
- Tesis ve altyapı kazanımları ya da kentsel yenilenmeyle sonuçlanmaktadır.
- Geniş kitlelere hitap ederek kalabalık ziyaretçi gruplarını çeker.
- Her zaman gerçekleşmeyen etkinliklerdir.
- Belirli bir zaman diliminde ve periyodik olarak gerçekleştirilmektedirler.
- Medyanın ilgisi yoğundur.

Dünyadan Başlıca Özellikli Festivaller: Dünya genelinde gerçekleştirilen özellikli festivaller arasında Fransa Bisiklet Şampiyonası, Avustralya Açık Tenis Turnuvası, San Fermin Festivali akla ilk gelen özellikli etkinliklerdir.

- **Avustralya Açık Tenis Turnuvası:** Dünyada yıl içerisinde düzenlenen dört Grand Slam tenis turnuvasından (Avustralya Açık, Wimbledon, Fransa Açık, Amerika Açık) ilki olan Avustralya Açık, 1969 yılından bu yana Ocak ayı içerisinde Melbourne Park'ta birçok profesyonel tenisçinin kadın ve erkek gruplarında tekli ve çiftli olarak mücadele ettikleri, oldukça prestijli bir spor etkinliğidir (Ausopen, 2014).
- **Fransa Bisiklet Şampiyonası:** 1899 yılında kurulan L'Auto gazetesinin hedefi Le Velo adındaki spor gazetesinin abone sayısını geçmektir. Fakat 1903 yılına gelindiğinde L'Auto'nun abone sayısı yirmi bine ulaşmış ancak yeterli sayıyı elde edememiştir. L'Auto ekibi satışları arttırmak için bir bisiklet yarışması düzenlemeye karar vermiştir. 19 Ocak 1903 tarihinde Fransa Bisiklet Turu'nun duyurusu L'Auto gazetesinde yayınlanmıştır. İlk yarışa sadece 60 bisikletçi katılmış ve tur 6 etaptan oluşmuştur. Turun ilk kazananı Maurice Garin olmuştur ve 12.000 frank ödül kazanmıştır. Yarış ve para ödülü halkın büyük ilgisini görmüş ve L'Auto gazetesi 1923 yılına gelindiğinde 500.000 tiraja ulaşmış, 1933 yılında ise 850.000 rakamını görmüştür. Çünkü L'Auto gazetesi Fransa Bisiklet Turu haberlerini yapma yetkisi bulunan tek gazete olmuştur. Fransa Bisiklet Turu 1. Dünya Savaşı döneminde 5 yıl, 2. Dünya Savaşı döneminde ise 8 yıl yapılmamış olmasına

rağmen 1947 yılından bu yana aralıksız olarak düzenlenen yarış, gazetenin başarısından bağımsız bir hale gelmiş ve uluslararası spor arenasında kabul görmüştür⁸.

Özellikle 1960'lardan sonra popülerliği iyice artmasıyla son yıllarda Benelüks ülkeleri (Hollanda, Belçika ve Lüksemburg), İsviçre ve İtalya'yı da kapsayacak şekilde uluslararası bir boyut kazanmıştır (Letour, 2014).

- **San Fermin Festivali:** İspanya sınırları içerisindeki Navarra özerk bölgesinin başkenti olan Pamplona şehrinin koruyucu azizi olarak görülen ilk başpsikoposu Aziz Fermin (Saint Fermin)'in üçüncü yüzyılda idam edilmesini anmak amacıyla her yıl festival düzenlenmektedir. İlk zamanlardaki amacı şehrin koruyucusunu anmak ve dini motifler içermesi iken zamanla bugünkü halini alarak, daha çok turizm ve eğlence amaçlı kullanılmaya başlanmıştır⁹.

Her yıl 06-14 Temmuz tarihleri arasında Kuzey İspanya'daki Pamplona şehrinde gerçekleştirilen bu kutlamada en önemli aktivite boğaların koşması ve insanların bundan kaçmasının yanında hafta boyunca süren diğer geleneksel etkinlikleri de kapsayan geçmiş eskilere dayanan bir kutlamadır (Sanfermin, 2014).

Türkiye'den Başlıca Özellikli Festivaller: Türkiye'de düzenlenen özellikli festivaller arasında Edirne Kırkpınar Yağlı Güreşleri, Antakya Aba Güreşi, Uluslararası Film Festivali, Altın Portakal Film Festivali en bilinenler arasında yer almaktadır.

- **Edirne Kırkpınar Yağlı Güreşleri:** Başlangıç olarak 1361 yılı Edirne'nin fethedildiği tarih olarak kabul edilmiş ve kuşaklar boyu aktararak günümüze kadar ulaşmış olan bu festival türü UNESCO Soyut Dünya Kültür Mirası Listesi'ne alınması sonrasında önemi bir kat daha artmıştır (Edirne, 2014).
- **Antakya Aba Güreşi:** Güreşçilerin sırtlarına aba olarak adlandırılan; yünün dövülmesiyle yapılan kalın ve kaba kumaştan dikilen yakasız ve uzun üstlüğün giyilerek ve bellerine kuşak bağlayarak yaptıkları (Gelenekselfed, 2014; Tdk, 2014), Antakya'da 5000 yıllık geçmişiyle ata sporu olarak kabul edilen ve tüm güreş çeşitlerinin kökeninde yer aldığı varsayılan bu güreş türü Antakya Belediyesi tarafından geleneksel hale getirilerek birçok ülkenin katılımıyla uluslararası boyutta bir dünya şampiyonası haline gelmiştir (Antakya, 2014).
- **Altın Portakal Film Festivali:** En köklü film festivalleri arasında yer almaktadır. 1950'li yıllarda tarihi Aspendos Tiyatrosu'nda konser ve tiyatro gösterileri düzenlenmesi

⁸ <http://www.hurriyet.com.tr/video/fransiz-bisiklet-turunun-sasirtan-tarihi-40524483>, erişim: 19.03.2019

⁹ <http://www.milliyet.com.tr/san-fermin-festivali-nedir--san-fermin-festivali-nerede-yapilir--molatik-8637/>, erişim: 20.03.2019

amacıyla başlamış daha sonra halkın yoğun ilgisiyle birlikte sinema filmlerinin yarıştığı bir alan haline gelmiştir. Her yıl yaz aylarında düzenlenerek ulusal boyutta elde ettiği deneyim ve başarıyı, 2005 yılından sonra uluslararası alana taşıyarak büyük bir film etkinliği haline gelmiştir (Altınportakal, 2014).

f) Mega festivaller: Uluslararası alanda bir öneme sahip ve büyük kitlelere hitap eden, devlet veya özel kuruluşlar tarafından yapıldığı bölgenin kültürünü aktaran, spor, sanatsal, kültürel, eğitim gibi birçok farklı amaçla düzenlenen geniş ölçekli festivaller mega festivaller olarak tanımlanmaktadır (Roche, 2000: 12). Genel olarak mega festivallerin nitelikleri şu şekildedir (Roche, 2000: 13; Matheson ve Baade, 2004; Chen,2008; Horne ve Manzenreiter, 2010: 9; Mills ve Rosentraub, 2013: 241):

- Çok büyük ölçeklidir.
- Çok büyük kitlelere hitap etmektedir.
- Düzenlendiği ülkeye gelen turist sayısını artırmaktadır.
- Uluslararası düzeyde gerçekleştirilmektedir.
- Altyapı, üst yapı ve tesis yeterliliği bakımından gelişmiş bölgelerde düzenlenmektedir.
- Dünya genelinde medya ve basın ilgi çekmektedir.
- Büyük maliyetlerle gerçekleştirilir.
- Yüksek maliyetler nedeniyle güçlü bir altyapıya ve uzman kişilere ihtiyaç duyulmaktadır.
- Daha çok ev sahibi ülkeye prestij ve statü sağlamaktadır.
- Ülkelerin kendilerini tanıtarak iyi bir imaj oluşturabilme fırsatı niteliğindedir.
- Tesis ve altyapı kazanımlarıyla sonuçlanmaktadır.
- Yapılan harcamalara göre elde edilen maddi kazanç genellikle daha düşüktür.
- Her zaman gerçekleşmeyen etkinliklerdir.
- Belirli bir zaman diliminde ve periyodik olarak gerçekleştirilmektedirler.

Dünyadan Başlıca Mega Festivaller: Başta Olimpiyat Oyunları olmak üzere Dünya Atletizm Şampiyonası, Avrupa Futbol Şampiyonası ile FIFA Dünya Kupası dünya genelinde en tanınan ve ilgi toplayan mega festivaller olarak sıralanabilmektedir.

- **.Olimpiyat Oyunları:** Dünya genelinde en büyük organizasyonlardan biri olarak kabul görmüş, her defasında farklı ülkelerde yapılan ve dört yılda bir düzenlenen, geniş kapsamlı, bünyesinde çeşitli spor branşlarını barındıran bir organizasyondur (Chalkley ve Essex, 1999; Olimpiyat Komitesi, 2014).

- Antik Yunan'da yapılan şenlikler, günümüzde yerini Modern Olimpiyat Oyunları'na bırakmıştır. İlk olimpiyat kavramında, Eski Yunan Tanrısı olan Zeus adına düzenlenen şenliklerden oluşmaktaydı. Başlarda 32 metre genişliğe ve 192 metre uzunluğa sahip bir pistte 1 gün süren koşulardan oluşmakta olan oyunlara daha sonrasında farklı mesafelerde yarışların yanında, atlı araba yarışları, disk atma, uzun atlama ve cirit atma gibi spor branşları eklenmiştir. Oyunların süresi 1 günden 5 güne çıkarılmıştır. İlk zamanlarda 8 yılda bir ölmüşlerin ruhlarının dirileceğine olan inanca dayalı 8 yılda bir düzenlenmekte olan oyunlar, sonradan 4 yılda bir düzenlenmeye başlanmıştır. Bizans İmparatoru 2. Theodosius, M.S 392 yılında Olimpiyat Oyunları'nın düzenlendiği tapınakları ve stadyumları yok ederek olimpiyat geleneğini kaldırmıştır.
- Günümüzdeki Modern Olimpiyatları Baron Pierre de Coubertin oluşturmuştur. İlk olarak ise 1896 yılında Atina'da düzenlenmiş ve daha sonra her 4 yılda bir yapılmaya başlanmıştır¹⁰.
- **FIFA Dünya Kupası:** İlk defa 1930 yılında başlayan Dünya Kupası dört yılda bir düzenlenmektedir. Dünya Futbol Federasyonu kura çekerek Dünya Kupasının hangi ülkede yapılacağını belirlemektedir. Bütün ülkelerin milli takımlarının katılabildiği bir organizasyondur (Matheson ve Baade, 2004).
- **Dünya Atletizm Şampiyonası (IAAF):** İlk olarak İsveç'in başkenti olan Stockholm'de 17 Temmuz 1912'de düzenlenmiştir. Uluslararası Amatör Atletizm Federasyonu (IAAF) adıyla başlanmış fakat daha sonra dünya atletizm sporu yönetim organı olarak gelişmiş ve son dönemlerde şampiyona haline dönüşmüştür (İaaf, 2014).
- **Avrupa Futbol Şampiyonası (UEFA):** Avrupa Futbol Federasyonları Birliği FIFA'ya bağlı alt birlik kapsamında olan en büyük birliklerden biri olmakla birlikte birçok ülkenin katıldığı, dünyada da özel bir ilgiyle takip edilen kısmen federal bir spor kurumudur (Uefa, 2014).

Türkiye'den Başlıca Mega Festivaller: Türkiye'de şu ana kadar gerçekleştirilen mega festivaller içerisinde; Erzurum Kış Oyunları, Dünya Üniversite Yaz Spor Oyunları, Akdeniz Oyunları ve Formula 1 Grand Prix yer almaktadır

- **Akdeniz Oyunları:** Akdeniz Oyunları Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerin katılımıyla (İsrail ve Filistin hariç) dört yılda bir düzenlenir. Katılım sağlayan ülkelerde hem kültürel hem de toplumsal kaynaşmayı gerçekleştirmek amacıyla çeşitli spor branşlarında oyunlar oynanmaktadır. Olimpiyat kurallarının geçerli olduğu Akdeniz Oyunları'nda oyunlar 15

¹⁰ <http://sgm.gsb.gov.tr/Sayfalar/128/163/OlimpiyatOyunlariininTarihcesi>, erişim: 20.03.2019.

gün devam etmektedir. Akdeniz Oyunları ilk kez Mısır'da 1951 tarihinde oynanmıştır. Akdeniz Oyunları 1971 yılında İzmir'de, 2013 yılında ise Mersin'de gerçekleştirilmiştir. Akdeniz Oyunları'nda; sutopu, yüzme, halter, futbol, güreş, jimnastik, boks, basketbol, atletizm ve eskrim yer alan spor branşlarıdır¹¹.

- **Dünya Üniversite Oyunları:** İki yılda bir FISU (Uluslararası Üniversite Sporları Federasyonu) tarafından spor organizasyonu olarak düzenlenmektedir. Universiade (Üniversite Oyunları), birçok spor dalını bünyesinde barındıran bir spor festivali olmasının yanında, kültür festivali de olması dolayısıyla dünyadaki önemli spor faaliyetlerinden birisi olarak kabul görmektedir. Bu oyunlar Yaz Oyunları ve Kış Oyunları olmak üzere iki ana bölümden oluşur.

Yaz Oyunları'nda yarışmalar; on tane zorunlu branşla birlikte oyunlara ev sahipliği yapan şehrin seçeceği isteğe bağlı üç farklı spor branşı da eklenerek düzenlenmektedir. Zorunlu dallar:

Atletizm: Dünyanın en eski spor branşlarından birisi olarak kabul edilmektedir. Bu oyunlarda atletlerin bir pist veya alanda yürüyüş ve koşu becerileri ile atlama ve atma becerilerini sergilemektedirler. Bu gibi etkinlikler, dünyada asırlar boyunca yoğun ilgi gören etkinliklerdir.

Basketbol: Profesyonel basketbolda takımlar beşer kişiden oluşmaktadır. Yerden 3,05 metre yüksekliğinde ve yere paralel konumdaki pota olarak adlandırılan bir çember içinden topu geçirmek suretiyle karşı taraftan daha çok sayı elde etmek amaçlanır. Maç 12'şer, 10'ar veya 8'er dakikadan toplamda dört periyottan oluşmaktadır.

Durgun Su Sürat Yarışı (Flatwater): 80 cm'den fazla derinliğe sahip olan, rüzgâr almayan göl ve gölcükler bu sporun yapılabilmesi için tercih edilmektedir. Tercih edilen su ortamı ne olursa olsun su temiz olmalı ve dalga oluşturacak rüzgâr ya da herhangi bir unsur bulunmamalıdır. Durgun su yarışları bir sürat (sprint) yarışmasıdır. Yarışmadaki ana hedef yarışma mesafesini, belirlenmiş olan kulvar sınırından çıkmadan olabilecek en kısa sürede tamamlamaktır.

Eskrim: Temelini kılıçla dövüş sanatının oluşturduğu eskrim, özel kılıçlarla gerçekleştirilen bir spordur ve Eskrim'de kullanılan üç farklı kılıç türü vardır. Bunlar; Flöre, epe ve kılıç (sabr). Karşılaşmalarda farklı yönleri olmasına rağmen üçünün de sayı sistemleri aynıdır. Kıyafet olarak, koruma sağlayan bir yelek, çelik tellerden yapılmış bir

¹¹ <https://www.bilgiustam.com/akdeniz-oyunlari-nedir>, erişim: 14.01.2019

başlık, yumuşak eldivenler ve sağlam keten ya da branda bezinden yapılmış bir ceket giyilerek gerçekleştirilen bir spor türüdür.

Futbol: Dünyanın en popüler sporları arasında yer alan futbol, her biri 11 oyuncudan oluşan iki takım arasında, özel bir topla oynanan takım sporu olarak oynanmaktadır. İçinde bulunduğumuz yüzyıl itibariyle dünyadaki hemen hemen her ülkede 250 milyonu aşkın sporcu tarafından oynanmaktadır.

Jimnastik: Jimnastik, postür düzeltme, kuvvetlendirme ve geliştirme maksatlı yapılan düzenli hareket etme sanatı olarak tanımlanmaktadır. Bedeni esnek ve dayanıklı hale getirmek için yapılan hareketlerden oluşmaktadır.

Yüzme: Yüzme branşı uluslararası standartlara sahip her biri 50 metre uzunluğunda 8 adet kulvardan oluşan havuzlarda herhangi bir yardım almadan, vücudun kol ve ayak bölgelerinin hareket ettirilmesiyle gerçekleştirilen bir spordur. Her sporcu kendi kulvarında, kelebek, serbest, kurbağa ve sırtüstü stillerin birinden veya dört stil karışık olarak, 50, 100, 200, 400, 800, 1500 metrelerde bireysel veya ekip olarak gerçekleştirdikleri yarışma türüdür.

Atlama: Yüksek atlama, Üç adım atlama, Uzun atlama ve Sırıkla yüksek atlama olarak sınıflandırılmaktadır.

Sutopu: Toplamda yedeklerle birlikte 14 oyuncusu olan ve 2 takım olarak oynanan bir takım oyunudur. Bir kaleci ve 6 alan oyuncusu ile 7 yedek oyuncusu bulunmaktadır. 8'er dakikalık 4 periyottan 2 yarı olarak oynanmaktadır. Boyutu 20x30 metreden oluşan havuzda yüzerek top kaleye atılmaya çalışılır.

Tenis: Raket ve topla iki kişi arasında veya ikişer kişiden oluşan iki takım arasında oynanan olimpiik bir spordur. Oyuncuların raket kullanarak topu kortun ortasında bulunan ağ (net) üzerinden karşıdaki kişi ya da takımın sahasına (korta) atarak sayı almaya çalışılan bir branştır. En çok puanı alan kişi ya da takım oyunu kazanır.

Voleybol: 6'şar oyuncudan oluşan 2 takım ile voleybol filesi ile ortadan ikiye ayrılmış bir sahada topa elle vurmak koşuluyla oynanan bir takım sporudur. Atılan topu karşı takımın oyuncularının karşılamaması amaçlanır ve karşılanamayan her top atış yapan takıma sayı kazandırır.

Kış Oyunları altısı zorunlu olan ve oyunlara ev sahipliği yapan ülkenin seçtiği üç spor branşından oluşan yarışmaları kapsamaktadır. Zorunlu branşlar:

Alp disiplini: 1936 yılı Kış Olimpiyatları ile olimpiyat spor branşları arasına girmiştir. Kar üzerinde kayaklar aracılığı ile belirlenen kapılardan geçerek aşağıya en hızlı şekilde ulaşmanın amaçlandığı bir yarışma türüdür. Alp Disiplini Sporcuları her yıl Dünya Kupası

yarışlarına katılmaktadır. Bunun yanında Dünya Őampiyonaları ile Olimpiyatlara da katılmaktadır. Slalom (SL), büyük slalom (GS), super büyük slalom (super-G) ve iniş yarışları Alp Disiplininin dört temel disipliniyi oluşturmaktadır.

Kuzey disiplini: Kar üzerinde daha rahat hareket edebilmek adına ayakların u kısmının kayağa bağlandığı ve topukların serbest bırakıldığı tüm kayak çeşitlerini içine alan kış sporları olarak değerlendirilmektedir.

Buz hokeyi: Birer kaleci ile birlikte toplam altışar oyuncudan oluşan iki takımın buz üzerinde oynadıkları bir spor veya oyun olarak değerlendirilmektedir. Sporcular hokey patenleri aracılığı ile buz üzerinde hokey sopalarıyla diski (pakı) kontrol ederler ve diski kaleye atarak sayı kazanmaktadır.

Sürat pateni: Sürat pateni, uzun kulvar, kısa kulvar ve maraton olmak üzere üç farklı sınıfta gerçekleştirilmektedir. Atletlerin güçlü ve ritmik bir Şekilde, buzdan oluşan oval bir pist üzerindeki düz alanlarda ve virajlarda kayarak gerçekleştirdikleri bir branş türüdür.

Biatlon: Kayak ve tüfek kullanılarak yapılan atışın bir araya geldiği bir kış spor branşıdır. Takım olarak Bireysel, , sprint, toplu çıkış ve takip etkinliklerinden oluşmaktadır. Parkur içindeki yerleştirilmiş hedeflere turlarda ateş etmeyi içerir.

Artistik patinaj: Buz zemin üzerinde atlayış, adım dizisi, dönüş kaldırış gibi hareketlerin bireysel, çift veya grup olarak yapıldığı bir olimpiyat sporudur¹².

- **Formula 1 Türkiye Grand Prix:** Uluslararası alanda gerçekleştirilen Formula 1, 1904 yılında kurulmuştur. Uluslararası Otomobil Federasyonu'nun belirlediği teknik kurallarla yürütülmektedir. 2005-2011 tarihleri arasında İstanbul Şehrinde de düzenlenmiştir (Formula-1, 2014).

1.1.3.2. Alanına Göre Festivaller

Bu tip festivaller tek bir alana yönelik ya da bir festival içerisinde çeşitli alanları içeren organizasyonlar olarak düzenlenebilirler. Bu bağlamda alanına göre festivaller tek alanlı ve çok alanlı festivaller olarak ikiye ayrılır:

- **Tek alanlı festivaller:** Tek bir konu veya tema üzerine hazırlanan ürün ve hizmetlerin sunumu, çoğunlukla konuyla ilgili bireylerin katılım sağladığı festivaller olarak tanımlanabilir. (Rock'n Coke, tiyatro festivalleri vb.)

¹²https://ipfs.io/ipfs/QmT5NvUtoM5nWFfrQdVrFtvGfKFmG7AHE8P34isapyhCxX/wiki/%C3%9Cniversite_Oyunlar%C4%B1.html Erişim: 14.01.2019

- **Çok alanlı festivaller:** Birden fazla konuyu veya temayı tek bir organizasyon altında toplayarak düzenlenen festivaller olarak tanımlanabilir. (Ayvalık Sanat Festivali: resim, heykel, sinema, edebiyat, müzik vb.)

1.1.3.3. Konusuna Göre Festivaller

Konusuna göre festivaller işlediği tema ve konularına göre Kültür ve Sanat Festivalleri ile Spor Festivalleridir.

a) Kültür ve Sanat Festivalleri: Chhabra (2001) kültür festivallerini, toplumsal bütünleşmeyi desteklemek için bir araç olarak görmektedir. Festivaller aynı zamanda eski gelenekleri yaşamasına olanak tanımakta ve toplum içinde sosyal kazanımlar ile kaynaşmayı da artırmaktadırlar.

Duffy'e göre (2005) kültür festivalleri, toplumlar içerisinde birey ve grupların aidiyet duygularına ve kimliklerine bir anlam yüklemek için meydana getirdikleri uzlaşma yolları ve diyalog kurma yerleri olarak tanımlanmaktadır.

Kültür ve sanat festivalleri günümüzdeki haliyle kentlerin pazarlanmasının ve imajını arttırma stratejilerinde önemli rol oynamaktadır. Festivallerin kentler için önemini anlayan ve bu yönde stratejiler geliştiren kentler, festivallerden kültürel, sosyal ve ekonomik alanlarda ciddi kazanımlar elde etmiştir. (Örn; Uluslararası Malatya Kayısı Festivali, Uluslararası Bursa Festivali, Uluslararası Eskişehir Festivali İstanbul Tanpınar Edebiyat Festivali vb.).

Türkiye'de Yapılan Kültür ve Sanat Festivalleri;

- **Uluslararası Bursa Festivali:** 1962'den beri 1 Haziran -1 Temmuz tarihleri arasında Bursa'da gerçekleştirilen uluslararası bir sanat organizasyonudur. Festival, 1988 yılından bu yana Bursa Kültür Sanat Vakfı tarafından organize edilmektedir. Festival içeriğinde müziğin bütün dalları, sahne sanatları ve plastik sanatlar alanındaki etkinlikler yer almaktadır.
- **Uluslararası Eskişehir Festivali:** İlk kez 1995 yılında gerçekleştirilmiş bir festivaldir. Festival kapsamında müzik, dans, tiyatro gibi çeşitli sanat dalları ve çocuk etkinlikleri yer almaktadır. Kültür ve sanat etkinliklerinin Anadolu'da yaygınlaşmasına destek olmakta ve Türkiye'nin üç büyük şehri dışında da yaygınlaşmasına öncülük etmekte önemli bir örnektir.
- **İstanbul Tanpınar Edebiyat Festivali:** Ülkemizde uluslararası edebiyat festivali alanında tek festival olarak düzenlenen İTEF-İstanbul Edebiyat Festivali'nin amacı, edebiyatın daha kapsamlı kitlelere hitap eden bir sanat dalı olarak değerlendirilmesidir. İTEF-İstanbul Edebiyat Festivali Kalem Kültür Derneği tarafından düzenlenmektedir.

İTEF, İstanbul ile Anadolu'nun pek çok şehrinden yerli ve yabancı yazarları, edebiyat ustalarını Türk Edebiyatıyla buluşturmaktadır. Festivalde her yıl ayrı bir tema belirlenir ve etkinlikler buna göre düzenlenmektedir. İTEF; yayıncılar, çevirmenler, yazarlar, gazeteciler, ajanslar, edebiyat fonu yöneticileri, edebiyat festivali koordinatörleri ve yayıncılık sektörü dahilindeki herkes için bir buluşma noktası olma özelliği taşımaktadır¹³.

b) Spor Festivalleri: Spor festivallerinin başında karakucak ve yağlı güreş olsa da son yıllarda atletizm temelli, yüzme ve çeşitli su sporları, hava sporları, dağcılık, Ironman yarışları, güce ve dayanıklılığa dayalı dağ koşuları, bisiklet, plaj voleybolu, duatlon, triatlon, yat yarışları ve trekking etkinlikleri de bu festivaller içinde yer almaya başlamıştır. Karakucak, yağlı güreş, atletizm temelli, su sporları, hava sporları gibi birçok etkinlikte temel amaç yarışma olsa da festival havasında geçiyor olması rekreasyonel anlamda önem arz etmektedir. Bunlara ilave olarak; spor festivalleri ve özel amaçlı etkinlikler bu etkinliklere katılan bireylerin egzersiz yapmalarının getirdiği temel yararlarının yanında psikolojik, duygusal, psikososyal faydalarından dolayı da giderek popüleritesini ve değerini arttıran rekreasyonel bir ürün ve turistik bir destinasyon olarak daha çok kabul görmektedir (Sima ve ark., 2015; Blair ve ark., 2004; Downs ve Ashton, 2011).

- **Karakucak Güreşi:** Kökeni Oğuz boyuna dayanan Türklere özgü yağsız güreşlerdir. Bu güreşler Türkiye'nin çoğu bölgesinde gerçekleştirilmekte ve özellikle Kahramanmaraş ve ilçelerinde düzenli bir şekilde festival organizasyonu olarak yarışmalar düzenlenmektedir. Bu güreşte pehlivanlar kuvvetlerine göre, yaşlarına göre ve ustalıklarına göre gruplara ayrılarak açık ve çimenlik bir alanda, pırpıt (kispet) adı verilen kalın kumaş pantolonla (şalvar) yarışmaktadırlar.
- **Kırkpınar Yağlı Güreşleri:** Yılda bir defa düzenli bir şekilde Haziran ayının son haftaları ile Temmuz ayının ilk haftaları arasında Edirne'de düzenlenen geleneksel Türk yağlı güreş festivalidir ve üç gün sürmektedir. Son gün yapılan finallerde her grubun birinci, ikinci ve üçüncüleri belirlenir. En önemlileri ise başpehlivandır. Güreşler boyunca Kırkpınar Festivali kapsamında çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. Yağlı güreş, geleneksel Türk sporları içinde ilk sıralarda yer almaktadır.
- **Ironman Triathlon:** İlk kez 18 Şubat 1978'de triathlon yarışı fikrini ortaya atan John ve Judy Collins'in de içinde yer aldığı, fazla fiziksel dayanma gücü gerektiren üç branş olan koşu, bisiklet ve yüzme branşlarının bir araya getirildiği bir organizasyondur. İlk

¹³ <https://www.itef.com.tr/hakkimizda> erişim: 28.12.2018.

düzenlenen Ironman yarışı 15 kişinin katılımı ile Waikiki sahilinde gerçekleşmiştir. Sonrasında ise dünya genelinde birçok ülkede birçok kez gerçekleştirilen Ironman yarışı toplamda 42 km koşu, 180 km bisiklet ve 3.8 km yüzme parkurundan meydana gelmektedir.

- **Kaynaklar Kaya Tırmanış Şenliği:** Yılda bir defa doğaseverlerin, profesyonel tırmanıcıların yanında amatör tırmanıcıların bulunduğu önemli bir şenlik özelliği taşımaktadır. Bugüne kadar beş binden fazla katılımcıyla, binlerce kamp çadırının kurulduğu, birçok konser ve çeşitli etkinliklerin düzenlendiği festival, Türkiye'nin en uzun kaya tırmanış festivali özelliği taşımaktadır. 1996'da ortaya çıkarılan Kaynaklar Tırmanış Bahçesine ulaşımın kolay olması, hava şartlarının tüm mevsimlerde tırmanmaya olanak tanınması, , rotalardaki çeşitlilik gibi nedenlerle sporcular için oldukça önemli bir bölge olarak değerlendirilmektedir.
- **Kıtalararası Avrasya Maratonu:** 1973 yılında Tercüman Gazetesi tarafından ortaya atılan fikir 1979 yılında Alman bir turist grubunun girişimiyle dünyada Asya ile Avrupa arasında koşulan ilk ve tek maratondur. İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin organizatörlüğünde düzenlenen maraton Maraton, Halk Koşusu ve 15 km olarak 3 farklı güzergâhta koşulmaktadır.
- **Runatolia:** Runatolia Uluslararası Antalya Maratonu adıyla ilk olarak 2006'da Türk turizmi kapsamında farklılık oluşturmak ve kış turizmini desteklemek amacıyla başlamıştır. Profesyonel koşucularla birlikte daha az deneyime sahip olan amatör sporcuların da katılabildiği Runatolia Maratonu, mevsimsel özellikleri dolayısıyla sezonun başlangıç koşusu olması açısından ideal bir koşudur. Spor amaçlı özelliklerinin dışında, çeşitli eğlence ve etkinliğe yer verilen, 3 gün devam eden bir spor festivali ve ülkemizin en büyük Life -Style Maratonu olma özelliği taşımaktadır.

1.2. Turizm

Günümüzde insanlar yoğun çalışma temposunun meydana getirdiği stres, günlük hayatta yaşanan güçlükler, şehir yaşamının beraberinde getirdiği aşırı kalabalıklaşma, hava ve gürültü kirliliği, çevresel problemler gibi nedenlerle kendilerine yeteri kadar zaman ayıramamaktan doğan bir dinlenme ihtiyacı hissetmektedirler. Özel günleri ve/veya yılın belli dönemlerinde kullanabilecekleri kısıtlı zamanları buldukları şehirden ayrılıp tatil yapmak, dinlenmek, eğlenmek, yeni yerler görmek ve deneyimlemek amacıyla farklı yerleşim yerlerine giderek değerlendirme eğilimindedirler. Bireylerin bu ihtiyaçları turizmin

gelişmesindeki en büyük etmenlerden biridir. Bu bağlamda turizm tanımlaması şu şekilde yapılabilir:

Turizm, bireylerin devamlı ikamet ettikleri, gelir elde ettikleri bir iş ve genel ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışında, geçici bir süreyi içermesi ve ekonomik bir gelir sağlamamak koşuluyla, rahatlama, spor, merak, dinlenme, sağlık, kültür, eğlenme, kongre ve seminerlere katılma gibi sebeplerle bireysel ya da toplu bir şekilde gerçekleştirdikleri gezilerdir. Bu gezilerin turizm faaliyeti olarak değerlendirilebilmesi için, yerli ve yabancı turistlerin, seyahat edilen yerlerde en az bir gece geçirilmesi ve turizm işletmelerinin ürettiği ürünler için talep oluşturmaları gerekmektedir (Özgüç, 2003).

Evrensel boyutta önemi devamlı olarak artan turizm; insanların psikolojik, fiziksel ve sosyal ihtiyaçlarını doğrudan ve dolaylı olarak, geçici süreyle karşılayabilen en etkili faaliyetler arasında yer almaktadır (Usta, 2002).

1.2.1. Turistik Ürün Kavramı

Usta'ya göre (2001), turistik ürün turistin, yaşamını sürdürdüğü yerden ayrılıp tekrar yaşadığı yere dönene kadar geçen sürede, satın aldığı herhangi bir mal ve hizmetin, edindiği tecrübelerin tamamını oluşturmaktadır. Bazı araştırmacılar turistik ürün tanımını şöyle yapmaktadır:

“Turistik ürün, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikteki mal ve hizmetler veya mal ve hizmetlerin karışımı ya da çoklu mal ve hizmetler karışımından oluşan bir pakettir. Bu tanıma göre bir turistik ürün, sadece bir mal veya hizmet olabileceği gibi çok defa ihtiyacı karşılayabilecek nitelikte mal ve hizmet karışımı ya da hepsinin karışımı şeklinde bir paket de olabilir” (Olalı ve Timur, 1988).

Birçok araştırmacı turizmin yıllar içerisinde gelişmesiyle birlikte değişimlere bağlı olarak çeşitli tanımlamalarda bulunmuşlar ancak ortak bir tanımda buluşmamışlardır. Turistik ürün kavramının gelişen dünya ile birlikte farklı birçok alanı kendi bünyesine dâhil etmesine dayanarak çeşitli tanımlar yapılmasına olanak tanımaktadır. Tanımlar farklılık gösterse de ortak dayanakları turistik ürünün çeşitli mal ve hizmetlerden oluşan bir ürün şeklinde meydana gelmesi ve bu ürünü meydana getiren mal ya da hizmetlerin birbirini açıklar nitelikte olmasıdır (Akgül, 2003).

1.2.1.1. Turistik Ürünü Oluşturan Faktörler

Stabler (1995), Richardson (1996) ve Bardakoğlu (2011) turistik ürünü meydana getiren faktörleri; çekicilik, olanaklar, ulaşılabilirlik, imaj ve fiyat olarak sınıflandırmıştır.

Kozak (2008) ise turistik ürünü meydana getiren faktörlerin benzer olarak beş aşamada sınıflandırılabilceğini öne sürmüştür. Bunlar; çekicilik, turizm işletmeleri, ulaşılabilirlik, etkinlikler ve imajdır. Buna bağılı olarak “turistik ürünün bileşenleri” de diyebileceğimiz faktörler aşağıda ayrı ayrı ele alınmıştır.

– Çekicilikler: Çekicilik turistlerin seyahat tercihlerini büyük ölçüde etkileyecek tarihî, kültürel, folklorik, sportif, dinî, arkeolojik ve doğal çevreye ait değerler ve zenginlerin tümünü oluşturmaktadır (Yağcı, 2007). Çekicilik faktörü ulusal, bölgesel, yöresel boyutları içeriyor olabileceği gibi uluslararası nitelikte de olabilir.

Olalı ‘ya göre (1982), çekicilikler iki kategoride ele alınarak olay çekiciliği ve yer çekiciliği olarak değerlendirilebilmektedir.

- Yer çekiciliği; tercih edilen seyahat yerinin sahip olduğu ve turiste seçilen yere gitme kararını aldırان özelliklerdir. Yerin kendisi turistin harekete geçmesini sağlayan itici faktör olarak turist ziyaretinin temel sebebidir.
- Olay çekiciliği; turistin bir yer seçip o yere seyahat etme kararında ilk olarak etkili olan etkinliklerdir. Çekim gücü sağlayan bu etkinlikler uzun ve kısa vadeli olabileceği gibi bir defa düzenlenen veya tekrarlanan etkinlikler olabilmektedir. Rio Karnavalı, FIFA Dünya Kupası, Olimpiyat Oyunları vb. gibi büyük ve geniş çaplı düzenlenen etkinlikler örnek olarak verilebilir.

Turistik ürünün çekiciliğini arttırmak amacıyla yer çekiciliği ve olay çekiciliği birlikte kullanılan bir stratejidir (Çolakoğlu, 2014: 53).

- Ulaşılabilirlik: Bir ürüne talep yaratılabilmesi öncelikli olarak çekiciliğe dayansa da talebin yoğunluğu ulaşılabilirliğine bağılıdır. Çekiciliğe sahip, yoğun nüfusu olan yerleşim merkezlerinin yakınlarna ulaşılabilirliğin kolay olduğu destinasyonlar en çok turist çeken yerlerdir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008). Bu nedenle turistik bir destinasyonun ulaşılabilirliğini operasyonel oluşumlar, düzenlemeler, altyapı ve donatım belirlemektedir (Yürük, 1999). Ayrıca turistik ürünün kolay ve ekonomik oluşu ürünün ulaşılabilir olmasını sağlamaktadır (Kozak, 2008).
- İmaj: İmaj kelimesinin sözlükteki karşılığı, algılama, düşünce ya da zihinsel bir kavrayış olarak ele alınmakta ve herhangi bir şeyle alakalı duygular şeklinde ifade edilmektedir.

İmaj, bir kişinin, yerin, ürünün ya da bir şeyin nasıl bilindiği ve ürünü talep eden kişi tarafından algılayış biçimi olarak açıklanabilmektedir. Turizm işletmelerinin ve destinasyonların sahip oldukları imaj, turistik ürün olarak değerlendirilmektedir. Bu imaj,

turistlerin seyahat planlamalarına önemli derecede etki etmektedir (Kozak ve Bahçe, 2009). Herhangi bir turistik ürünün imajını belirleyen ana unsur, o turistik mal veya hizmetin sahip olduğu özellikleri içermektedir. Bu bağlamda imajı meydana getiren faktörler; arz faktörleri ve tüketici faktörleri olarak iki gruba ayrılmaktadır. Tüketici faktörleri; güdülerden, algılamalardan, sosyo-ekonomik ve psikolojik özelliklerden oluşurken, arz faktörleri arasında medya, söylentiler ve turizm pazarlaması bulunmaktadır (Bardakoğlu, 2011).

- Olanaklar; Olanaklar çeşitli çekim gücü olan, yer veya etkinlik çekiciliğine sahip bölgelerde turistlerin çekiciliklerden faydalanmalarını sağlayan hizmetlerdir. Turistlerin tercihinde önemli rol oynayan olanakların varlığı ve çeşitliliği tek başına çekim gücü oluşturmazken, çekiciliği tamamlayan faktörlerden biridir (Mill ve Alastair, 2002).

Fizikî olanaklar çekim merkezinin tercih edilmesini kolaylaştırma niteliğine sahiptir (Yarcan, 1998).

Turistik ürünü tercih edenler tarafından doğrudan kullanılan fizikî olanaklar ile tatilleri boyunca bölge insanıyla birlikte faydalandıkları ürünleri oluşturan olanaklar genel olarak; üst yapı tesisleri, tamamlayıcı yan turistik tesisler ve altyapı tesisleri olarak üç kategoride değerlendirilmektedir. (Gartner, 1996).

- Fiyat; Turistik ürünün fiyatı belirlenirken turistik ürünün bileşik özelliği nedeniyle çeşitli faktörlerin etkisi meydana gelmektedir. Fiyat faktörü turistik ürün pazarında turistlere sunulan önerilerdir (Hacıoğlu, 2008). Fiyat, turizmin etkili bir sosyo-ekonomik faktörü olarak seyahat planlamasında gelir faktörü ile birlikte ciddi bir öneme sahiptir. Belirlenen fiyat destinasyonun imajına uyum sağlayarak cazip ve rekabet edilebilir düzeyde olmalıdır (Doswell, 1997).

Olalı ve Timur'a göre (1988) gidilecek destinasyonun özellikleri veya faydalanılacak turistik ürün çeşidi, seyahatin turizm mevsimi içinde ya da dışında yapılması, yararlanılacak olan turistik ürünlerdeki ürün çeşitliliği ve ikame olanakları, ulaştırma biçimi, mesafe, enflasyonist etkiler, sektörel darboğazlar, genel konjonktür, dış turizmde döviz kurları ve uluslararası pariteler gibi fiyatı etkileyen birçok faktör yönelik talebi belirleyecektir.

1.2.2. Destinasyon Kavramı

Türk Dil Kurumu sözlüğünde “varılacak olan yer” anlamına gelen destinasyon kelimesi köken olarak dilimize Fransızca’dan geçmiştir¹⁴.

¹⁴ <http://www.tdk.gov.tr>

Fojtik ve Somogyi'ye göre (2008) destinasyon, turizmin amaç olarak belirlendiği bir yerdir; turistlerin bir destnasyona gitmek ve ihtiyaçlarını gidermek için zaman geçirmek isteyecekleri bir yerdir.

Başka bir araştırmacıya göre ise, destinasyon, turistik çekiciliklerin ve turistik kaynakların, hizmet sağlayanların, araçların, altyapıların, diğer sektörlerin ve yönetsel organların, müşterilerin tercih ettikleri destinasyondan beklenen deneyimleriyle birlikte ilintili ve koordineli çalışmaların oluşturulduğu bir bütündür (Pike, 2008).

Hosany, Ekinci ve Uysal'a göre (2006) turizm destinasyonları,

“Ülke bütününden küçük ve ülke içindeki pek çok kentten büyük, insan beyninde belirli bir imaja sahip markalaşmış ulusal bir alan ve önemli turistik çekiciliklere, çekim merkezlerine, festivaller, karnavallar gibi çeşitli etkinliklere, bölge içinde kurulmuş iyi bir ulaşım ağına, gelişim potansiyeline, iç ulaşım ağıyla bağlantılı bölgeler arası ve ülke düzeyinde ulaşım olanaklarına ve turistik tesislerin gelişimi için yeterli coğrafi alana sahip bölgeler” olarak tanımlanmaktadır.

1.2.2.1. Destinasyon Türleri ve Özellikleri

Destinasyon terimi ile anılan turizm bölgesi, seyahat eden bireyler tarafından onların kültürel geçmişlerine, eğitim düzeylerine, seyahat programlarına, ziyaret amaçlarına ya da geçmiş deneyimlerine dayanan algısal bir kavram şeklinde de yorumlanabilir (Bahar ve Kozak, 2005).

Pekyaman'a göre (2008), turistik destinasyonlar altı grupta toplanabilir;

- **Etnik Turizm ve Etnik Turistik Destinasyonlar:** Bireylerin farklı toplumların ilgi çekici yaşam tarzlarını ve kültürel değerlerini görmek amacıyla yaptıkları geziye etnik turizm adı verilmektedir.
- **Kültürel turizm ve kültürel turistik destinasyonlar:** Bireylerin eskiden gittikleri yerleri, yok olmaya yüz tutmuş yaşam tarzlarını yeniden görmek ve bunlara tekrar katılmak maksadıyla düzenlenen gezilere kültürel turizm adı verilmektedir.
- **Tarihsel turizm ve tarihsel turistik destinasyonlar:** Geçmiş tarihin izlerinin yer aldığı turistik mekanları ve tarihi değerleri görmek, geçmişin önemli olaylarını canlandıran gösterileri dahil olmak, anıtları görmek gibi nedenlerle yapılan turizme tarihsel turizm denir.
- **Çevresel turizm ve çevresel turistik destinasyonlar:** Bireylerin yeniden doğaya yönelmek, insan-toprak arasındaki bağı anlamak ya da çevresel konularda farkındalık

kazanmak amacıyla katıldıkları gezilere çevresel turizm adı verilmektedir. Çevresel turizm çoğunlukla coğrafik bir özellik taşımaktadır.

- **Eğlencesel (Eğlenceye yönelik) turizm ve eğlencesel turistik destinasyonlar:** Bireylerin sosyal bağları geliştirmek, çeşitli spor etkinliklerine katılmak, güneşlenmek, hoş ve dinlendirici bir ortama dahil olmak için gerçekleştirdikleri geziye eğlence turizmi adı verilmektedir. Bu turizm çeşidinde asıl amaç bireylerin rahatlamasıdır.
- **İşsel (iş amaçlı) turizm ve işsel turistik destinasyonlar:** Çalışma yaşamındaki toplantılar sebebiyle yapılan turizm türüdür. Konferans, sempozyum, kongre, seminer ve kurslar bu toplantılara örnek olarak verilebilir. İş amaçlı turizm diğer turizm tiplerinden bazılarıyla gerçekleştirilebilir. Bir turistik bölgede çoğu zaman birden fazla turizm imkânı bulunmaktadır.

Buhalis (2000: 114) destinasyon türlerini şu şekilde sınıflandırmıştır;

Tablo 1.1. Destinasyon Tipleri- Ana Hedef Pazarlar Ve Gerçekleştirilen Aktiviteler

Destinasyon Tipi	Tüketiciler	Aktiviteler
Kentsel	İş	Toplantılar, özendirici unsurlar, konferanslar, sergiler, eğitim, din, sağlık
	Serbest Zaman	Gezme, alışveriş, gösteriler, kısa aralar
Kıyı	İş	Toplantılar, özendirici unsurlar, konferanslar, sergiler.
	Serbest Zaman	Deniz-güneş-kumsal-seks-spor
Dağ	İş	Toplantılar, özendirici unsurlar, konferanslar, sergiler.
	Serbest Zaman	Kayak, dağ sporları, sağlık
Kırsal	İş	Toplantılar, özendirici unsurlar, konferanslar, sergiler.
	Serbest Zaman	Rahatlama, tarım, öğrenme faaliyetleri, spor
Otantik 3.Dünya	İş	Toplantılar, özendirici unsurlar, konferanslar, sergiler.
	Serbest Zaman	Macera, otantik, yardımseverlik, özel ilgi.
Benzersiz-Egzotik	İş	Toplantılar, teşvikler, uzaklaşmak.
	Serbest Zaman	Özel durum, balayı, yıldönümü

1.2.2.2. Bir Turizm Destinasyonu Olarak Festivaller

Bahar ve Kozak'a göre (2005) aynı iklimi, kültürü ve doğa koşullarını bünyesinde barındıran, hem kültürel hem de doğal zenginlikleri olan, bölgeye özgü gelişmiş aktiviteleri turistlere sunma, beslenme, konaklama, ulaşım ve iletişim imkânlarına sahip, belli bir imajı olan ve markalaşan coğrafik alanlar turizm destinasyonu kavramını karşılamaktadır. Genel anlamıyla bu özellikleri taşıyan festivaller bir turizm çekiciliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda festivaller hem turistik bir ürün hem de bir destinasyondur.

Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, (2012: 118) festivalleri; “bireylerle toplumlar arasında kültürel, sosyal, ekonomik ve sanatsal olarak bir yakınlaşma ve tanıtım sağlamak amacı güdülen etkinlikler” olarak tanımlamaktadır.

Festivallerin, toplum içerisindeki sosyal ilişkilerin, kültürel çeşitliliklerin gelişmesine destek vererek toplumun tekrar şekillenmesine destek olmak gibi bir özelliği de bulunmaktadır (Duffy, 2005). Chang (2006: 1231) destinasyonların pazarlamasında ve yerel ekonominin canlandırılmasında festivallerin büyük önem teşkil ettiğini ifade etmiştir. Festivaller, gelen ziyaretçilere çeşitli sosyal etkinliklere katılma imkânı sağlarken, bulunduğu destinasyon için de önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Diane ve Marion (2002) festivallerin genellikle yerel işleri destekleyerek, zanaatkârlara, restoranlara, otelcilere, eğlence hizmeti verenlere ve festival bölgesindeki her türlü hizmet sektörüne katkı sağladığını dile getirmektedir. Yerel festivallerin destinasyonda çekici ürün çeşitliliğini sağlamak, kısıtlı süreye sahip sezonu uzatmak, imaj oluşturmak, düşük sezonu canlandırmak ve doğal mirasların, yerel geleneklerin korunması ve tanıtılması gibi önemli katkıları bulunmaktadır (Şengül ve Genç, 2016). Ayrıca festivallerin gerçekleştirildikleri yerlere yüksek oranda turist çekimi sağladığını ve böylece gelen turist yoğunluğunu olumlu yönde etkilemesi ile turizm gelirlerinin yükselmesine de katkı sağladığını belirtmişlerdir (Tayfun ve Arslan, 2013, Giritlioğlu vd., 2015). Günümüzde festivaller bir destinasyonun doğal ve fiziksel özelliklerin ikinci planda değerlendirilmesine neden olmaktadır (Ekin, 2011).

1.3. Festival ve Rekreasyon İlişkisi

Festival kavramı yukarıda belirtildiği gibi genel anlamıyla “insanların bireysel ya da gruplar halinde katılım sağlayabilecekleri organizasyonlarla yeni kültürler, yeni insanlar, yeni coğrafyalar tanıma, sosyalleşme, dinlenme, eğlenme, günlük hayatından stresinden uzaklaşma, varsa eski dostlarla bir araya gelme amaçlı katıldıkları etkinlikler” olarak tanımlanmaktadır. Bu bakımdan festivaller rekreasyonel bir etkinlik olarak değerlendirilebilir. Rekreasyon ise; farklı şekillerde tanımlanarak günümüzdeki anlamını kazanmış, Latince

tazelemek, canlandırmak anlamlarını içeren “recreatio” kelimesinden türemiştir (Kabağaç ve Alova, 1995). Dilimize, serbest zaman etkinliği, dinlenme anlamlarına gelen “recreation” kelimesinden geçmiştir. Pigram (1983), rekreasyonu bireylerin serbest zamanlarında kendi istekleriyle katıldıkları, mutluluk ve heyecan duymakla birlikte haz almak amacıyla gerçekleştirdikleri faaliyetler olarak tanımlamıştır. Ozankaya (1980) ve Karaküçük (2005)’e göre rekreasyon, serbest zamanları çeşitli aktivitelerle değerlendirme anlamında kullanılıyor olsa da bireylerin veya grupların serbest zamanlarında gönüllü olarak katıldıkları dinlendirici ve eğlendirici aktiviteler olarak tanımlanmaktadır.

Ardahan ve arkadaşları (2016) rekreasyonu;

“İnsanların serbest zamanlarında özgür iradeleri ile yalnız veya grupla zevk alarak yapabildikleri ve bunun sonucunda eğlendikleri, dinlendikleri, beden ve ruhen bir tazelenme, yenilenme hissettikleri ve haz elde ettikleri etkinlikler toplamı” olarak tanımlamışlardır.

Bu tanımlardan yola çıkarak rekreasyonun temel özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Karaküçük, 2005; Önder, 2003):

- Rekreasyonel faaliyetler gönüllü olarak seçilmelidir,
- Kişiyi bağımsızlık, özgürlük hissini yaşatır,
- Yapılan faaliyetlerde devam ve iştirak etme durumu zorunlu olmamalıdır,
- Rekreasyon serbest zamanda yapılır,
- Her yaş ve cinsiyetteki insanların faaliyetlere katılmalarına olanak tanır,
- Rekreasyon faaliyetlerinde inisiyatif bireyin kendisinde olmalıdır,
- Rekreatif etkinlikler açık ya da kapalı alan olması farketmeksizin, her mevsim ve iklim koşullarında uygulanabilmelidir,
- Rekreasyon haz veren ve neşe oluşturan bir faaliyettir,
- Rekreasyon evrensel olarak uygulanmaktadır.
- Rekreasyon bireyin kendisini ifade edebilme ve yaratıcı olabilmesine imkân sağlayıcı faaliyetler içermelidir,
- Rekreasyonun her bireye göre bir amacı vardır, fiziksel ve düşünsel olabilir,
- Rekreatif etkinliklerin katılımcıya bireysel ve toplumsal özellikler kazandırması beklenir,
- Rekreasyon toplumun geleneklerine, törelerine, ahlaki ve manevi değerlerine uygun olmalı ve sosyal değerlere ters düşmemelidir,

- Rekreasyon kişinin katıldığı tek bir aktivite olabileceği gibi çeşitli aktiviteleri de içerebilir, bir faaliyet yapılırken, ikinci veya daha fazla faaliyetlere de ilgi duyma veya gerçekleştirme imkânı verir,
- Rekreasyon faaliyetleri düzenlenmiş veya o anda karar verilmiş faaliyetlerdir. Tek olarak veya toplu halde yapılabilir,
- Rekreatif etkinlikler rekreasyonistler tarafından üstlenilir.

Yukarıda yapılan rekreasyon tanımlarından ve rekreasyonun özelliklerinden de anlaşılacağı gibi rekreasyon tanımında olan hemen hemen her şey festival tanımıyla örtüşmektedir. Hangi tür ve büyüklükte olursa olsun tüm festivaller katılımcıları için rekreasyonel bir faaliyettir.

Festivaller aynı zamanda etkin birer turizm faaliyeti ve destinasyonu özelliği taşır. Aynen rekreasyonda olduğu gibi, festivallere katılım iki grup olarak değerlendirilebilir. Bunlar aktif katılım ve pasif katılımdır.

Aktif katılım bireylerin festival etkinliklerine etkinliğin kendisini oluşturmak için katılmasıdır. Bunlar profesyonel festivallerde örneğin Cannes Film Festivalinde; oyuncular, yönetmenler, müzik yapımcıları, medya elemanları, Rio Karnavalında, gösteri yapan dans okulların öğrenceleri, hocaları, kostüm yapanlar, medya elemanlarıdır. Rekreasyonel festivallerde ise katılımcıların tamamıdır. Dünya çapında gerçekleştirilen büyük ölçekli, yüksek katılımcı sayılarına ulaşan festivaller bu özellikleri taşımaktadır. Örneğin; Rio Karnavalı 2018 yılında 1,5 milyonu Brezilya (yurtiçi)'dan toplamda 6 milyon¹⁵ katılımcı sayısı ile en büyük festivallerden birisi olarak değerlendirilmektedir. 489,791¹⁶ katılımcı sayısı ile bunu Berlin Film Festivali, 80 bine¹⁷ yakın katılımcı sayısı ile Cannes Film Festivali takip etmektedir. Türkiye'de ise başlangıcından bu yana 4 milyon¹⁸ izleyici sayısına ulaşmış olan Uluslararası İstanbul Film Festivali örnek verilebilir.

Pasif katılım ise etkinliklerde üretilen ürünleri izlemek için orada olanlardır. Profesyonel festivallerde örneğin Cannes Film Festivalinde ve Rio Karnavalında fiziki olarak orada olan ve TV'den veya sosyal medya üzerinden yapılan canlı yayınlardaki izleyiciler, Rekreasyonel festivallerde ise festival etkinliklerini izlemek için giden katılımcılardır.

¹⁵ https://www.france24.com/en/20180209-rios-carnival-numbers?fbclid=IwAR0X4O0MqIe2oxZ_xDj7axXLYtJKRbn9wxvpzRMqBwWs64Y-aF1Dhfo5iFo

¹⁶ https://www.berlinale.de/en/archiv/jahresarchive/2018/01_jahresblatt_2018/01_jahresblatt_2018.html?fbclid=IwAR3B9auXAvsInt-qL--bxWFrqylbo2SLmLkzeYb9SZq9nYL_oqbNeD5jhxExE#Zahlen2018

¹⁷ <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/71-cannes-film-festivali-basladi/1139561>

¹⁸ <https://blog.obilet.com/istanbul-film-festivali-2019/>

Bir rekreasyonel festival olan bisiklet festivalleri kapsamında bulunan bisiklet rotaları, bisiklet turu dışındaki çeşitli etkinlikleri belirlemek, festivale katılan bireylerin sağlık, yeme-içme gibi ihtiyaçlarını karşılamak, konaklama yerlerini belirlemek gibi unsurları yerine getirmekle görevli organizatörler ve tüm bisiklet festivali katılımcıları aktif katılımcılar olarak değerlendirilmektedir.

1.3.1. Bisiklet Kullanımı ve Nedenleri

Son yıllarda ülkemizde açık alan etkinliklerine ve özellikle rekreatif amaçlı bisiklet kullanımına verilen önem artmaktadır. Kalabalıklaşmış şehirlerin hızla artması ve kalabalığın oluşturduğu trafik sorunları, ulaşım maliyetinde meydana gelen artışlar, bisiklet park etme sorununun bulunmaması, bir yerden bir yere ulaşım sağlanırken aynı zamanda fiziksel egzersiz yapıyor olmak gibi nedenler bisiklet kullanımını arttıran nedenlerdendir. Bir başka ve tüm insanlığı ilgilendiren en önemli etken olarak da sayılabilecek küresel ısınmanın ilerlemesiyle birlikte iklim değişikliklerini büyük oranda etkileyen ulaşımdaki fosil yakıtlarını azaltabilmek adına alternatif ulaşım aracı olarak bisiklet kullanılmaktadır (Brown ve ark., 2009).

Bisikletin üç farklı kullanım amacı bulunmaktadır. Bunlardan ilki; rekreasyonel amaçlı açık alanda kullanım, ikincisi; ulaşım amaçlı kullanım, üçüncüsü ise rekabet şansının olduğu sportif kullanım olarak gruplandırılmıştır (Ritchie ve ark., 2010; Streicher ve Saayman, 2010).

Açık alanda rekreasyonel amaçlı bisiklet kullanımı, genellikle şehir merkezinden uzak, trafiğin olmadığı doğal alanlarda, ormanlarda, rekreatif etkinlikler amacıyla düzenlenmiş alanlarda kamplı veya günübirlik kullanım olarak açıklanabilir. Ulaşım amaçlı kullanım ise bireylerin gün içerisinde yerine getirmek zorunda oldukları görevleri veya sosyal anlamda herhangi bir şey için bir yerden bir yere gitmek amaçlı kullanım olarak tanımlanabilir. Üçüncü olarak sportif amaçlı kullanımı rekabete dayalı, yarışma veya yarışma amacı olmadan sportif kullanım olarak iki başlık altında değerlendirilmesinin yanında, kullanılacak olan bisiklet türüne ve bisikletin kullanılacağı alana göre değişiklik göstermektedir. Sportif amaçlı bisiklet kullanımında; hız (pist) bisikleti kullanımı için veledrom gereklidir. Olimpik bisiklet branşları arasında yer alan pist bisikletinde farklı mesafelerde yarışlar düzenlenebilmektedir. Gösteri bisikleti, rekreatif amaçlı kullanılabilmesi gibi sportif amaçlı olarak da kullanılabilir. Yarış bisikleti için trafiğin olmadığı alanlar tercih edilirken, dağ bisikletleri için yarı yapılandırılmış veya yabanıl alanlar gereklidir (Ardahan ve Mert, 2014: 412).

12. yy'da ilk olarak Çin'de kullanılmaya başlanan bisiklet öncelikle ulaşım aracı olarak önem kazanmış ve otomobil icat edilene kadar bu önemini korumuştur. Günümüzde çoğu gelişmiş ülkede bisiklet halâ önemli oranda ulaşım aracı olarak tercih edilmekte ve kabul görmektedir. Örneğin Kopenhag halkının %36'sı bisikleti günlük hayatlarında okula, işe, eve gidiş dönüşlerinde ulaşım aracı olarak tercih etmektedirler. Bisikleti ulaşım aracı olarak kullanma sürecini geliştirmek amacıyla Kopenhag devleti geliştirilmiş politikalarla destek vermektedir (Ardahan ve Mert, 2014; Grescoe, 2012).

Ritchie ve ark. (2010) ile Streicher ve Saayman (2010) çalışmalarından yola çıkarak Ardahan ve Mert (2014: 411), ulaşım amaçlı ve rekreatif amaçlı bisiklet kullanımı arasındaki farkı birincil ve ikincil kullanım olarak ikiye ayırmışlardır. Rekreatif amaçlı bisiklet kullanan bireyin ulaşım faktörünü ikincil öncelik, ulaşım amaçlı bisiklet kullanırken de rekreatif amaç faktörünü ikincil öncelik olarak değerlendirmişlerdir. Örneğin; herhangi bir sebeple bir yerden başka bir yere ulaşmak için ulaşım aracı olarak bisiklet kullanan birey, bunun öncesinde veya sonrasında sahil, park vb. yerlerde dolaştığı zaman rekreatif amaçlı bisiklet kullanımı gerçekleştirmiş olacaktır.

Rietveld ve Daniel'e göre (2004: 533) bisiklet kullanımını etkileyen çeşitli demografik etkenler bulunmaktadır. Elde edilen gelir, rekreasyonel faaliyetlerde kullanılacak araç-gereçlerin satın alınmasında önemli bir etkidir. Bireylerin eğitim düzeyleri yükseldikçe, kendi sağlıklarına ve sosyal yaşamdaki duruşlarına katkı sağlamasından dolayı bisiklet kullanmayı daha çok tercih etmektedir. Bisiklet kullanımı, sağlıklı olan her yaşta ve cinsiyette bireyin bireysel veya donanımlı bir rehber eşliğinde yapabilecekleri fiziksel bir açık alan faaliyetidir (Ardahan ve ark. 2014).

Gelişmiş ülkelerde bisikletin alternatif ulaşım aracı olarak kullanılması uzun yıllara dayanmasına rağmen, ülkemizde son zamanlarda bisiklet kullanımı yaygınlaşmaya başlamıştır. Tablo 1.2'de kalabalık nüfusa sahip dünya şehirlerindeki bisiklet kullanma oranları verilmiştir.

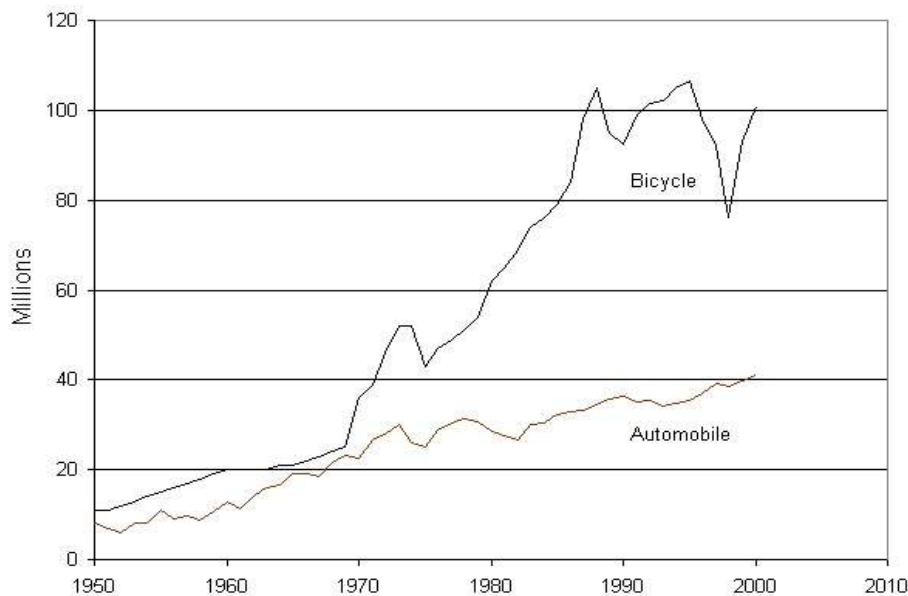
Tablo 1.2. Şehirlerin Nüfuslarına Göre Bisiklet Kullanımı (2001)

Şehirler	Oran (%)
Paris, Marseille, Lyon, Toulon, Metz ve Reims, Fransa	%2 den az
Rennes, Bordeaux, Toulouse ve Nantes, Fransa	%2-5
Grenoble, Lille, Orleans, ve Valence	%5-10
Strasbourg, Fransa	%15
Copenhagen, Denmark ve Basel, İsviçre	%20
Yeni Delhi, Hindistan	%22
Moscow, Rusya	%24

Tokyo, Japonya - Odense, Danimarka	%25
Erlangen, Almanya	%26
Dhaka, Bangladeş	%40
Beijing, Çin	%48
Groningen, Hollanda	%50
Shenyang, Çin	%65
Tianjin, Çin	%77

Kaynak: State of the World, World Watch Institute, Washington DC USA, 2001, 1-120 (Akt: Ardahan ve Mert, 2014).

Kalabalık nüfusa sahip şehirlerdeki bu yüksek oranlar dünya genelinde bisikletin arabadan daha fazla üretilmesini sağladığı Şekil 1.1’de gösterilmiştir.



Şekil 1.1. 1950-2000 Yılları Arasında Dünya Genelinde Üretilen Araba ve Bisiklet Sayıları

Kaynak: HistoricaldataseriestcompiledbyWorldwatchInstitute, 1996-2005, (Ardahan ve Mert, 2014).

Ardahan ve Mert (2014), bisiklet kullanımını etkileyen unsurları şu şekilde ele alırken;

- Doğayı, hızı ve mücadeleyi hissetme; Doğada bisikletin hızı ve bu hızla oluşabilecek doğal koşulları hissetme isteği,
- Takdir edilme, fark edilme ve kendini gösterme; başkaları tarafından beğenilme isteği,
- Ekolojik duyarlılık, farkındalık; çevreyi koruma ve korutma adına bilinçliliği artırma isteği,
- Ulaşım; günlük yaşamda ulaşım amaçlı kullanma isteği,
- Fiziksel aktivite ve sağlık; Bedenen ve ruhsal açıdan sağlıklı olabilmek adına egzersiz yapma isteği,

- Bireyin kendiyle olan rekabeti; bireyin kendini gerçekleştirme isteği,
- Uzaklaşma ve dinlenme; hayatın getirdiği stresten, rutinden uzaklaşma, sakinlik isteği,
- Örnek olma; toplumdaki bireyleri bisiklet kullanmaya yönlendirme isteği,
- Özgürlük hissi; özgür olma isteği,
- Özgürce yiyebilme ve kilo kontrolü; bireyin kendi bedenini kontrol edebilme isteği,
- Coğrafik uygunluk; bisikletin kullanılacağı alanın uygun olması isteği.

Balcı ve ark. (2018), bireylerin bisiklet kullanmama nedenlerini şu boyutlarda ele almıştır;

- Alt yapı boyutu; örneğin, ulaşım araçları için olduğu gibi yollarda bisiklet sinyalizasyonunun olmaması bisiklet yollarının yetersizliği;
- Yasa ve mevzuat boyutu; örneğin, ulusal ve yerel yönetimler olarak bisiklet kullanımı ile ilgili yasal düzenlemelerin olmaması,
- Fiziksel ve ekonomik boyutu; örneğin, bisiklet park yerlerinin bulunmaması,
- Sosyo-kültürel boyutu; örneğin, sosyal çevrenin bisiklet kültüründen uzak olması;
- Bireysel boyutu; örneğin, bir bisiklete sahip olmamak gibi nedenler bireylerin bisiklet kullanmama nedenlerini oluşturmaktadır.

Ardahan ve Mert'in (2014) çalışmalarından da görüleceği gibi bisiklet kullanımını teşvik eden birçok neden bulunmaktadır. Bisiklet kullanan bireylerdeki artışla birlikte bu bilincin yayılması beraberinde bisiklet festivalleri fikrini de getirmiştir. Bisiklet kullanıcıları, hem bisiklet kullanımını yaygınlaştırma isteği hem de keyifli zaman geçirebilmek adına belli aralıklarla düzenlenen festival organizasyonlarına talep göstermektedirler.

1.3.1.1. Bisiklet Festivalleri

Ardahan (2011), serbest zaman etkinliklerini, açık alan rekreasyonu içinde kabul gören ve genel olarak açık alan etkinlikleri olarak bilinen; karada, denizde, havada, karda ve buzda gerçekleştirilebilen aktivitelerin tümü olarak açıklamıştır.

Açık alan etkinliklerinden biri olarak değerlendirilen bisiklet kullanımı, şehir içinde günlük ulaşım aracı olarak, hobi olarak ya da profesyonel olarak kullanılmaktadır. Bisiklet, günlük ulaşım aracı olarak ülkemizde çok fazla yaygınlaşmasa da hobi olarak kullanımı giderek artmaktadır. Bisiklet kullanımını yaygınlaştırmak, diğer bisiklet kullanıcıları ile bir araya gelip sosyalleşmek, doğayı keşfetmek ve hem ruhsal hem de fiziksel aktivitelerde bulunabilmek için bisiklet turları ve bisiklet festivalleri düzenlenmektedir. Bisiklet festivalleri bisiklet yarışması ya da tur anlamına gelmemektedir. Bisiklet festivali, belli bir grup katılımcı için düzenlenen etkinlik ve gösteriler dizisinden oluşmaktadır (Ardahan ve Mert, 2014).

Bireyler günlük yaşantılarında özellikle yoğun iş temposunun yarattığı stresten, kendilerini kötü hissettikleri alanlardan, aileden, kalabalıktan, sorumluluklarından uzaklaşma ihtiyacı hissetmektedirler. Bu istek bireyleri serbest zamanlarında rekreatif etkinliklere yönlentmektedir. Açık alan etkinliğinde bulunabilmek adına bisiklet kullanma talebi artış göstermektedir (Sağcan, 1986). Bisiklet kullanımındaki artış beraberinde bisiklet turu organizasyonları ve ardından bisiklet festivali kavramlarını ortaya çıkarmıştır. İnsanlar sosyalleşmek, aynı görüş ve hissiyata sahip bireylerle bir araya gelebilmek, yeni kültürler ve coğrafyalar tanımak, yeni deneyimler yaşamak ve bunu eğlenceli bir hale dönüştürmek adına çeşitli festivaller düzenlemektedirler. İlk olarak 2007 yılında Muğla ilinde Gökova Bisiklet turu olarak 70-80 arası kişi ile Muğla il sınırları içerisinde ilçe ve beldeleri turlayarak başlamış daha sonrasında Türkiye genelinde duyurularak katılımcı sayılarında artış sağlanmıştır. Bisiklet kullanıcılarının çevrelerine olan etkileri ve bisiklet kullanıcı sayılarındaki artışla birlikte festival ortamı oluşturulmuş ve giderek yaygınlaşmıştır. Son yıllarda ciddi oranda artış gösteren bisiklet festivallerine katılım her geçen gün artmaktadır. Geride bıraktığımız 2018 yılı ile birlikte şu ana kadar Türkiye’de düzenlendiği bilinen 56 bisiklet festivalinden söz edilmektedir.

Başarılı bir etkinlik ve/veya bisiklet festivalleri iyi yönetilecek birden fazla süreci içine alır. Başarılı bir bisiklet festivali için planlanması ve düzenlenmesi sürecinde gerçekleşen işlemler şöyle sıralanabilir¹⁹

- **Bütçe:** Festival organizasyonunu düzenleyen organizatörler, ulaşım, konaklama, yeme-içme, reklam, yapılacak etkinlikler, verilecek olan ikram ve hediyeler, festivale özel formalar vb. festival boyunca yerine getirilmesi gereken her türlü şeyin planlamasını ve bütçesini çıkarmalıdır.
- **Lokasyon Seçimi:** Festivalin gerçekleştirileceği bölgeler belirlenmeli gerekli izinler alınmalıdır. Bölge seçerken özellikle bisiklet kullanımının yaygınlaşmasına olanak sağlayacak bölgelere ve keşfedilmemiş ya da az bilinen doğal güzelliklere sahip bölgelere öncelik verilmeli ve bisiklet kullanımına uygun rotaların varlığına ya da rota belirleyebilecek uygunlukta yerlerin olmasına dikkat edilmelidir.
- **Tarih Seçimi:** Mevsim koşulları incelenmeli, hava şartlarının aşırı sıcak ve aşırı soğuk olmamasına, çalışan katılımcı kesim dikkate alınarak mümkün olduğunca hafta sonuna tarih belirlenmesine özen gösterilmelidir.

¹⁹ <https://www.bisikletizm.com/bisiklet-festivali-nasil-yapilir/>

- **Etkinlikler:** Sergi, film gösterimi, müzik dinletisi, dans gösterisi, kitap tanıtımı vb. gibi ya da organizatörlerin kendilerinin belirlediği iç mekân etkinlikleri, şehir keşif turu, bölgede bulunan önemli tarihi yerleşim yerlerine, müzelere tur ve kısa geziler, sokak gösterileri gibi dış mekân etkinlikleri düzenlenmelidir.
- **Reklam ve İletişim:** Bisiklet festivalinin özel bir web sitesi ve sosyal medya hesapları olmalı, afiş ve el ilanları hazırlanmalı, basına verilecek olan haber içerikleri düzenli ve özenli hazırlanmalıdır.

Burada üzerinde durulması gereken bir diğer konu da bisiklet festivalinin hangi gün hangi rotalarda yapılacağıın belirlenmesidir. Festivale katılacak bireylerin festivale gelmeden önce rotalardaki eğim, mesafe, zorluk, yol yapısı gibi konularda bilgili olarak gelmesini ve ona uygun bisiklet seçimini sağlayacaktır.

Bisiklet festivalleri katılımcılarının, festivallere katılmadan önce, belirlenen rotalarda zorluk yaşamamaları adına en azından bir süre deneme sürüşleri yapmaları, fiziksel ve mental olarak dayanıklı olmaları ve günlük hayatlarında bisiklete zaman ayırmaları gerekmektedir. Bunun dışında festival katılım bedeli, buldukları yerden festival alanına gidip geri dönmeleri zaman ve maliyet gerektiren bir süreçtir. Bisiklet kullanımı giderek yaygınlaşmasına rağmen festival katılımlarının gerektirdiği zaman ve ekonomik şartlar bazı bisiklet kullanıcılarının festivallere katılım sağlamasına engel oluşturabilmektedir. Türkiye’de birçok festival düzenlense de düzenli olarak her yıl gerçekleştirilen ve adını duyurmuş festivallere katılım daha yoğun talep görmektedir. Genel anlamıyla bakıldığında festival katılımcıları çoğunlukla birbirlerini tanıyan bireylerden oluşmaktadır. Festivaller, ilkbahar-yaz-sonbahar ayları arasında hava şartlarının elverişli olduğu dönemlerde gerçekleştiğinden, düzenlenen festivaller de birbirine yakın tarihleri izlemekte ve hatta bazı festivaller aynı tarih aralıklarında düzenlenmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

BİREYLERİ BİSİKLET FESTİVALLERİNE KATILMAYA MOTİVE EDEN FAKTÖRLER

Bisiklet kullanımı ülkemizde ve dünyada giderek yaygınlaşmakta hatta rekreasyonel bisiklet kullanımı bisiklet kullanımından daha da öteye geçerek bisiklet gruplarının oluşmasına, sosyal ağların genişlemesine sebep olmuştur. Belki de en önemli unsur burada bireyin kendini bisikletiyle, bisikletle yapılacak etkinliklerle ve bisiklet kullanıcılarıyla bütünleştirdiği bir yaşamı tercih etmesidir.

Genelde rekreasyon etkinliklerine olan talepte özelde rekreasyonel bir aktivite türü olan bisiklet kullanımının son zamanlardaki artışını izleyen başlıklarda ele almak mümkündür (Ardahan ve ark. 2016);

- Serbest zaman miktarındaki artış: Endüstrileşmeyle birlikte insan gücüne olan ihtiyacın azalmasıyla bireylerin hayatındaki zorunlu zamanlardan arta kalan serbest(boş) zamanın artması olarak açıklanabilir.
- Harcanabilir gelirin artması: Bireylerin gelir seviyelerindeki artış, onları rekreatif etkinliklere daha çok yöneltmektedir.
- Endüstrileşme ve Otomasyon: Endüstrileşmenin beraberinde getirdiği yoğun çalışma temposu insanların ihtiyaçları doğrultusunda rekreasyonun gelişimine katkı sağlamıştır.
- Şehirleşme: Kentleşme insanları doğadan büyük ölçüde uzaklaştırdığından dolayı bireylerin doğal açık alanlara gitme ihtiyacı artmaktadır.
- Nüfus artışı ve hareketliliği: Giderek artan nüfus hareketliliğinin olumsuz etkilerini azaltabilmek için rekreasyon fırsatlar vermektedir.
- Teknolojideki değişim: Bir işin yapılması için gerekli olan süreyi azaltması ile bireylerin günlük serbest zamanlarında meydana gelen olumlu değişiklik ile açıklanabilir.
- Ulaşım: Bireysel veya toplu taşıma araçlarının kentleşmeyle ve artan nüfusla birlikte çoğalması trafik problemi doğurmaktadır. Hem kolay ulaşım sağlayabilmek hem de serbest zamanlarında açık alan etkinliklerine katılabilmek adına bisiklet kullanımı yaygınlaşmaktadır.
- Kitle iletişim araçlarının etkisi, reklam ve propaganda: Bireyleri zamanlarını iyi kullanabilme ve serbest zamanlarını iyi değerlendirebilme konularında etkilemek için kullanılabilir.

- Kültürel etki: Rekreasyon bireylerin serbest zaman yönelik tutum ve davranışları zengin tarihi ve kültürel kaynaklardan doğrudan etkilenmektedir.
- Eğitim düzeyi: Eğitim, meslek ve geliri doğrudan etkilemekte ve bu da serbest zamanı iyi değerlendirebilme durumuna etki etmektedir.
- Çevre bilinci: Rekreasyonel açık alan etkinlikleri bireylerde çevresel bilincin oluşmasına katkı sağlamaktadır.
- Değişen yeni sağlık bilinci ve istekler: Egzersiz yapmak bireylere hem ruhsal hem de bedensel açıdan sağlık kazandırabilecek özelliğe sahiptir.
- Değerlerdeki değişimler: Bireylerin sosyal ve çalışma hayatında sahip oldukları değerlerdeki değişimler rekreasyonel alışkanlıklarını ve rekreatif etkinliklere katılımlarını etkilemektedir.
- Siyasal otorite ve diğer kurumların etkileri: Serbest zaman miktarını belirleyici olan çalışma sürelerinin ve ücretli tatil günlerinin ayarlanması siyasal otoriteye bağlıdır.
- Eğlence hareketinin etkisi: Rekreatif etkinliklerdeki çeşitlenmeler ile eğlence anlayışında meydana gelen değişimlerdir.
- Doğal ve tarihi zenginliklerin etkisi: Bir bölgede bulunan doğa arklarının, açık hava müzelerinin vb. bulunması o bölgeye ziyareti artırır.
- Mobilite: Rekreatif etkinliklere katılım toplumlarda sosyal hareketliliğe neden olmaktadır. Bu tür etkinlikler bireyin yaşamında coğrafi hareketlilik de meydana getirmektedir.
- Araç-gereç ve malzemenin teşviki: Rekreatif etkinliklere katılıma teşvik edici çeşitli rekreasyon araç gereçleri üretilmektedir.
- Rekreasyonel merkezler: Bireylerdeki rekreasyon ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik çeşitli aktivitelerin bir arada sunulduğu merkezler oluşturulmaktadır.
- Yalnız yaşayan bireylerin artması: Yalnız yaşayan birey sayısı iş, eğitim gibi bazı nedenlerle giderek artmaktadır. Bu yalnızlıktan kurtulmak için bireyler rekreatif etkinliklere yönelmektedir.
- Geleneksel aile yapısının değişmesi: Büyük aile yapıları artan boşanmalar ve beraber yaşayanların artmasıyla değişmektedir.
- Sosyalleşme biçimindeki değişimler: Değişen koşullar bireyleri daha çok hobi arkadaşlığına yönlentmekte, eski arkadaşlık anlayışı giderek azalmaktadır.

Bunların yanında bireylerin rekreasyonel olarak bisiklet kullanmaya başlaması veya bisikletle rekreasyonel bir etkinlik olan bisiklet festivallerine katılmasını etkileyen motivasyonel unsurlar birbirlerinden farklıdır. Bu çalışmada bireyin neden bisiklet

festivallerine katıldığı teması üzerinden motivasyonel unsurlar ele alınacaktır. Bunu açıklamak için Crandall (1980) kişilik ve içinde olunan koşulların önemli olduğunu savunurken Levy (1989) kişilikle içinde olunan sosyal koşulların belirleyici olduğunu söylemektedir. İbrahim ve Cordes (2002); bisiklet kullanımını etkileyen faktörleri İhtiyaç Teorisi ile açıklarken (The Need Theory), Pintrich (2000); Başarılacak Amaç Teorisi ile (The Achievement Goal Theory), Deci ve Ryan (1985); Özgür İrade Teorisi ile (The Self-Determination Theory), Engeström ve ark. (2003); Aktivite Teorisi ile (The Activity Theory) ile açıklamaya çalışmışlardır.

Burada bahsedilen motivasyon teorilerini detaylandırmadan önce motivasyon kavramı üzerinde durmakta fayda var.

Fransızca ve İngilizce “motive” kelimesinden türetilerek Türkçe’ye geçen motivasyon kavramının dilimizde karşılığı güdü, harekete geçirici veya saik olarak açıklanmaktadır. Motivasyon, bireyi bir amaç/hedef doğrultusunda harekete geçirici, yapılmakta olan hareketi devam ettirici ve olumlu anlamda yöneltici olmak üzere 3 temel özelliğe sahiptir (Eren, 2000).

Ülgen’in tanımına göre motivasyon “kişinin gereksinimlerin karşılamak için belirlenmiş bir amaca yönelik tutum üretmesine, amaca ulaşmak adına gayret göstermesidir” (Ülgen, 1997).

Başka bir araştırmacının tanımına göre ise motivasyon; “ferdin dahili ve harici uyarıcıların tesiriyle harekete hazır bir duruma gelerek bir tutumda bulunmasıdır” (Dilmaç, 2004).

İnsanların içsel olarak biriken enerjilerini belli bir yönde istekleri doğrultusunda hazır hale getirilerek yönlendirilmesi ve harekete geçirilmesi olarak açıklanabilir. Düren (2000), motivasyon sürecini “nasıl” ve “neden-niçin” olmak üzere iki soru üzerinden değerlendirmektedir. İlk soru davranışsal boyutu ele alan “nasıl” sorusu, ikincisi ve asıl süreci başlatan var olan motivasyonu yani güdülenmeyi harekete geçiren “neden-niçin” sorusudur.

Güdülenme bireyin kendi içinde oluşturduğu bir durum olarak davranışlarına yansımaktadır ve bu durum bireylerin davranışlarının ne ifade ettiğini çözümlemede yardımcı olabilecek bir unsurdur. Can ve Tekarslan (1996), bu motivasyon sürecini “davranışı amaca doğru harekete geçiren, yöneltten içsel bir durum” olarak ifade etmişlerdir. Motivasyonun özellikleri şöyle açıklanabilmektedir;

- Motivasyon bireyden bireye farklılık gösteren bir kavramdır. Bir bireyi motive eden faktör başka bir bireyde hiçbir etki göstermeyebilir.

- Motivasyon, bireyi hedeflenen amaca ulaşabilmesi için enerji vererek harekete geçirmekte ve varılacak hedefin başarıyla sonuçlanabilmesi için bireyi teşvik eden bir güç kaynağı oluşturmaktadır.
- Motivasyonun oluşmasını sağlayan istekler ve gereksinimler, bireyin yaşamını sürdürdüğü toplumun sosyal, kültürel, ekonomik oluşumunun bireyde meydana getirdiği psikolojik ve duygusal boyutunun etkisi altında şekillenir.

Motivasyon kavramının temelini oluşturan asıl etmen ihtiyaçlardır. İnsanların herhangi bir konuda eksikliğini yaşadığı kavrama ihtiyaç denilmektedir. Hissedilen ihtiyacın ne olduğunun anlaşılmasının ardından bu ihtiyacı giderme gereksinimi oluşmaktadır. Bu ihtiyaç kavramı bireylerin harekete geçmelerini sağlamaktadır fakat ihtiyaç tek başına yeterli bir motivasyon kaynağı değildir. Motivasyon sürecini meydana getiren üç ana etmen bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır;

- Bireyin bir amaca yönelmesini sağlayan itici bir güç
- Amaca ulaşmak için ortaya çıkan davranışlar
- Amaca ulaşabilmek

Bu motivasyon sürecini oluşturan etmenler birbirini tamamlayan unsurlardır. İtici güç ile başlayan motivasyon süreci, amaca ulaşmak için belli davranışları oluşturur ve sergilenen davranışlar ise amaca ulaşmayı sağlayan bir döngüyü meydana getirmektedir.

Öz-belirleme teorisinde motivasyon türleri, harekete geçmeyi hızlandıran nedenler üzerinden oluşturulmuştur. Bu bağlamda motivasyon türleri, içsel motivasyon, dışsal motivasyon ve motivasyonsuzluk olarak belirlenmiştir (Deci-Ryan, 2000: 60).

İçsel Motivasyon: Bireyin ilgi ve isteklerini, merak duygusunu, hiçbir etki ve zorlama altında kalmadan, kendi kararı doğrultusunda harekete geçirmesine, yetenek ve becerilerini kullanabilmek için bir davranış sergilemesine imkân tanıyan, içten gelen bir güç ve güdü olarak açıklanabilir.

Nicholls ve Robert (1992) ise iç motivasyonu (Intrinsic Motivation) “kısaca, bireyin hiçbir dış etkene bağlı kalmaksızın kendisini içgüdüsel olarak kendinin motive etmesi durumu” olarak açıklamışlardır. İçsel olarak herhangi bir şeyin açıklığına sahip olan ve iç motivasyonunu tamamlamış bireylerin kompetan (becerikli) olmak adına bu açıklığı doyurmaları gerekmektedir. Bu doyuma ulaşan bireyler başarılı olabilmek için öz benliklerini yönetebilme özelliğine sahip kişilerdir.

İçsel motivasyonda birey kendisine ödül verir. Bunlar; içgüdülerinin doğrultusunda yaşadığı mutluluk, benliğine olan inancı ve beklentilerinin karşılığında ulaştığı tatmin

duygusudur. Bir bireyin mevcut veya kazanılmış yeteneği, hissettiği azim ve kararlılık, göstermiş olduğu bireysel çaba, sonuç olarak ulaşılan memnuniyet ve yapılan şeyden haz elde etme gibi faktörler içsel motivasyonun oluşması ve tamamlanması açısından en önemli faktörlerdir.

İçsel motivasyon zihinsel ve fiziksel olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır. Zihinsel; bireyin ne yapacağını aklında planlaması, canlandırması ve kavraması durumudur. Fiziksel ise bireyin planladığı şeye doğru harekete geçmesi durumunu açıklar.

Dışsal Motivasyon: Dışsal motivasyon (extrinsic motivation), kendi içinde yapılan bir etkinlikten haz almak için gösterilen bir davranışın tekrarlanmasını sağlayabilecek, dışardan herhangi olumlu ya da olumsuz bir etkileme durumu veya yapılan etkinliğin sadece hoşlanıldığı için değil; övgü almak, takdir edilmek, şöhret olmak, para getirisi gibi dışsal bir ödül elde edebilmek amacıyla yapılması olarak ifade edilmektedir (Stipek, 1998; Konter, 1995).

İçsel motivasyonun odak noktası yapılan bir etkinlik veya aktiviteden elde edilecek mutluluk, haz, tatmin gibi bireyi içsel olarak doyuma ulaştırmakken, dışsal motivasyon etkinlik ve aktivitenin kendisine sağlayacağı faydalara, ödüllere odaklıdır. Başka bir deyişle, bireyin motivasyonu içsel değil de dışsal motivasyon ise gerçekleştirilen eyleme odaklılıktan çok, o eylemin bireyin kendisine sağlayacağı faydalara odaklıdır. Hoy ve Miskel (2010) dışsal motivasyonu,

“Motivasyonun davranışsal açıdan ele alınması ve insanların teşvik ediciler ile caydırıcılara göre hareket etmesine sebep olması” olarak ifade etmektedirler.

Dışsal motivasyon ile içsel motivasyon arasında ters orantı söz konusudur. Dışsal motivasyon arttığında birey daha çok ödül, fayda gibi unsurlara odaklanmakta ve bu da içsel motivasyonda bir azalma meydana getirmektedir. Dışsal motivasyon uyarıcılarında azalma meydana geldiğinde ise, içsel motivasyonda bir artış söz konusu olmaktadır. Yani dışsal motivasyonda birey dışarıya bağımlı hale gelirken, içsel motivasyonda kendi istek ve iradesi doğrultusunda kararlar alır ve harekete geçer.

Motivasyonsuzluk: Bireyler içsel ya da dışsal olarak motive olmaktadır. Dışsal ya da içsel olarak güdülenmeyen bireyler kendilerinde yetersizlik duygusu hissederek yapılacak şeyle baş edemeyeceklerini düşüncesine kapılmaktadırlar. Deci-Ryan (2000), motivasyonsuzluğu “bir aktiviteden faydalanmamak ve aktiviteyi yapacak yeterliliği hissetmemek” olarak ifade etmiştir (Deci-Ryan, 2000).

Motivasyonla ilgili bu anlatımlardan sonra bireyi bir şey yapmaya veya yapmamaya motive eden güdülerini anlamak için kullanılacak motivasyon teorilerini “kapsam” ve “süreç” teorileri olmak üzere iki temel başlık altında toplanmak mümkündür. Kapsam teorileri içsel etkenleri içine alırken, süreç teorileri dışsal etkenleri kapsamaktadır.

2.1. Kapsam Teorileri

Kapsam teorileri ortaya atılan diğer tüm teorilerin zeminini hazırlayan teoriler olarak kabul görmüş ve sonrasında ortaya atılan teoriler kapsam teorilerinin eksik görülen bölümlerinin tamamlanması olarak oluşturulmuştur (Robins,1998). Kapsam teorileri “İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi”, “Varolma-İlişki Kurma Gelişme İhtiyaçları Teorisi”, “Çift Faktör Teorisi” ve “Başarı İhtiyacı Teorisi” olarak dört gruba ayrılmaktadır.

2.1.1. İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi (Maslow)

Psikolog Abraham Maslow klinik ortamda, insan davranışları üzerine yaptığı çalışmaları sonucunda İhtiyaçlar Piramidi (Hiyerarşisi) teorisinin literatüre yerleşmesini sağlamıştır (Walsh, 2011: 793). Maslow, insan davranışlarının temelinde yatan gerçek nedenleri klinik gözlemlerinden edindiği bilgiler ile belirlemiş ve önem sırasına göre bir sıralama yapmıştır (Hodgetts, 1999). Maslow’ un beş basamakla açıkladığı ihtiyaçlar hiyerarşi teorisine göre, bireylerin amaçlarını yerine getirebilmek için bazı istek, beklenti ve temel ihtiyaçlarının olduğunu ve bunların farklı bir şekilde gruplandırılabilceğinden söz etmektedir. Bu temel ihtiyaçlar; fizyolojik, güvenlik, ait olma/sevgi, saygınlık/değer ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçları olarak adlandırılmış ve sınıflandırılmıştır. Maslow’ un ihtiyaçlar teorisinde belirttiğine göre, bireyin bir önceki ihtiyacı tamamlanmadıkça, bir sonraki ihtiyacı karşılaması mümkün olmayacaktır (Akat vd., 1994).

- **Fizyolojik İhtiyaçlar:** Bireyin hayatta kalabilmesi için mecburi yerine getirmesi gereken ve yaşam için; “hava, su, yemek, barınma, uyku” gibi en temel ihtiyaçlar fizyolojik ihtiyaçlar olarak sınıflandırılmıştır (Maslow, 1943: 373; Walsh, 2011: 802). Maslow tarafından belirlenen bu fizyolojik ihtiyaçlar, bireyin doğumundan ölümüne kadar olan süreçte karşılamak zorunda olduğu temel ihtiyaçlar olarak piramidin ilk basamağını oluşturmaktadır.
- **Güvenlik İhtiyacı:** Temel fizyolojik ihtiyaçlar karşılandıktan sonra bireyde; dış tehditlere ve saldırılara karşı korunma, bulunduğu çevrenin güvenli olması, sakin bir toplumun içerisinde olma gibi güvenlik ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır. Güvenlik ihtiyacı piramidin ikinci basamağını oluşturmaktadır. Güvenlik kaygısı yaşayan bir bireyin öncelikli olarak

düşündüğü şey o kaygının giderilmesi ve yaşamını huzurlu bir şekilde devam ettirebilmesidir.

- **Ait Olma/Sevgi:** Temel fizyolojik ihtiyacını ve güvenlik ihtiyacını doyuma ulaştırdıktan sonra bireyde piramidin üçüncü basamağını oluşturan sevme-sevilme ihtiyacı doğmaktadır. Bir gruba ait olma hissi, bir eş, bir sevgili, bir arkadaş edinme isteği “ait olma, sevgi ve sosyal” ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Bisiklet kullanıcılarının bir araya gelmesini sağlayan bir gruba ait olma isteği, aynı misyona sahip bireylerle sosyalleşme isteği, İhtiyaçlar Hiyerarşisinin “ait olma, sevgi ve sosyalleşme” ihtiyacı basamağında karşılık bulan bir güdüdür.
- **Değer-Saygınlık İhtiyacı:** Piramidin dördüncü basamağını oluşturan değer-saygınlık ihtiyacı iki alt grupta incelenmektedir. Birincisi güç, başarı, güvenilir olma, kimseye ihtiyaç duymadan karar verebilme, ikincisi ise takdir edilme, beğenilme, mevki sahibi olma, yetkili olma, saygı görme ihtiyaçlarıdır (Önen, 2015: 51). Değer görme ve saygınlık kazanma güdüsü bisiklet kullanıcı gruplarının oluşmasına katkı sağlayan bir etmendir. Bireyler sosyal anlamda çevreleri tarafından takdir edilmek, onaylanmak, beğenilmek istemekte, yaptığı aktiviteyle kendisine zaman ayırabilmesi ve bununla örnek bir davranış gerçekleştirdiği için sonucunda saygı görmek istemektedir.
- **Kendini Gerçekleştirme:** Piramidin beşinci ve son basamağını oluşturan “Kendini Gerçekleştirme” ihtiyacı, diğer ihtiyaçların karşılanması sonucunda bireyin kendi potansiyelinden emin olması, yaratıcılık ve başarının tam olarak ortaya çıkmasıyla tatmin etme ihtiyacını gidermek için bireyin tüm yeteneklerini kullanarak çabalaması olarak tanımlanabilir.

Bisiklet gruplarına dahil olan ya da bireysel olarak bisiklet kullanan bireyler hedefledikleri rotaları tamamlayarak hem kendileriyle hem de diğer bisiklet kullanıcılarıyla rekabet ederek rotayı tamamladıklarında kendi potansiyellerinden emin olarak içsel bir tatmin yaşarlar. Bu tatmin de Maslow’ un İhtiyaçlar Piramidinin son adımı olan kendini gerçekleştirme ihtiyacında karşılık bulmaktadır.

2.1.2. Çift Faktör (Hijyen-Motivasyon) Teorisi (Herzberg)

Frederick Herzberg tarafından Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi’nin farklı bir boyutla incelenerek önerilen bir yaklaşımdır.

Herzberg, Mausner ve Snyderman tarafından ABD Pittsburg’da gerçekleştirilen “Pittsburg çalışmaları” olarak da adlandırılan ve 11 işletmede, 200 mühendis ve muhasebeci üzerinde yapılan çalışmalar sonucunda meydana gelen bir teoridir. Araştırmada “işinizde

kendinizi ne zaman son derece iyi ve ne zaman son derece kötü hissettiğinizi açıklayınız” sorularına verilen cevaplarla modeli uygulamışlardır (Herzberg 1970: 365; Luthans 1992: 159). Serbest tekniği uygulayarak, belirlenmiş bazı koşullar olmadığı zaman çalışanların doyumsuzluklarını keşfetmiş ancak bu koşullar var oldukları zamanlarda da motive edici bir özelliklerinin olmadığı görülmüştür. Çalışmanın sonucunda teori, güdüleyici faktörler ve hijyen faktörleri olarak iki boyut sınıflandırılmıştır.

2.1.3. Başarı İhtiyacı Teorisi (McClelland)

David McClelland’ın insani ihtiyaçların sonradan öğrenilerek kazanılabileceğini ileri sürüp geliştirdiği bu teori, literatürde “Kazanılmış İhtiyaçlar Kuramı” olarak da anılmaktadır. Bu teoriye göre insan davranışları belli üç ihtiyacın etkisi altında şekillenmektedir. McClelland bu ihtiyaçları;

- Sosyalleşme, ait olma ihtiyacı için ilişki kurma (affiliation needs),
- Kişileri kendi etkisi altında tutmak için güç kazanma (power needs),
- Başka insanların kabiliyetleri, başarıları yoluyla kendini başarıya ulaştırmak için başarı ihtiyacı (achievement needs) olarak kategorilendirmiştir.

İnsanlar gerçekleştirdikleri eylemleri başkalarına da göstermek isterler. Örneğin aktif olarak bisiklet kullanan bir birey, kendisi gibi bisiklet kullanan başka bireylerle bir araya gelmek, kendi yeteneklerini onlara ve diğer çevresine göstermek ister. Organize olmuş bisiklet gruplarıyla bir araya gelip, onların oluşturduğu hedefler yoluyla kendini güdüleyerek başaramama korkusunu yenebilmek adına kendisiyle rekabet eder ve başarıya ulaşma ihtiyacını karşılayabilir.

McClelland bu üç kategoriden başarı ihtiyacını bireyi ve toplumları en çok etkileyen ihtiyaç olduğunu ve başarılı olmak isteyen bir bireyin aynı oranda başarısızlıktan korktuğu görüşünü savunmaktadır (Miner 1991). Başarma ihtiyacının yüksek olduğu toplumların yaşam kalitesinin, refah seviyesinin ve ekonomik olarak gelişmişlik düzeyinin daha üst seviyelere ulaştığı gözlemlenmiştir (Dizdar, 2009).

2.1.4. E.R.G (Var olma, İlişki Kurma, Gelişme İhtiyaçları)Teorisi (Alderfer)

Clayton Alderfer tarafından Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisine alternatif olarak geliştirilmiştir. Alderfer’in Maslow ve Herzberg’in teorilerinden yola çıkarak geliştirdiği bu yaklaşım, var olma (existence), ilişki (relatedness) ve gelişme (growth) ihtiyacı olarak üç temel basamakta incelenmiş ve sınıflandırılmıştır. Teori ismini bu üç sınıflamanın baş harflerinden almıştır.

Alferder (1967) bu teoriyi, “var olma ihtiyacı, fiziksel ve maddi ihtiyaçları; ilişki ihtiyacı, diğer insanlarla duygusal ilişkilerin kurulmasını; gelişme ihtiyacı ise kişinin sorun çözmede beceri ve yeteneklerini kullanabilmesi” olarak açıklamaktadır (Akt: Ulukuş, 2016).

Bu açıklamalardan yola çıkarak bisiklet kullanıcılarının bisiklet festivallerine neden katılmayı tercih ettikleri konusunda çıkarımlar yapabilmek mümkündür. Bireyler içsel güdülerini gerçekleştirme eğilimindedirler. Bisiklet kullanabilme becerisini tamamlamış olan birey kendisini bir adım daha ileriye taşımak isteyebilir. Bu noktada organize olmuş gruplara yönelmekte, düzenlenen etkinlikler, festivaller gibi daha eğlenceli ve sosyal ortamlarda bulunarak insanlarla duygusal ilişkiler kurabilmektedir. Toplu olarak bisiklet kullanımlarında oluşabilecek teknik veya sosyal problemlerde çözüme ulaşma yeteneklerini kullanarak daha farklı çözüm yollarını deneyebilir ve bu anlamda kendini geliştirebilir.

2.2. Süreç Teorileri

Süreç teorilerine göre insan düşünen bir canlı olmasından dolayı seçim yapabilir, oluşan davranışın neden-sonuç ilişkisini kurabilir ve ortaya çıkan sonuca bir anlam yükleyebilir (Dizdar, 2009). Süreç teorileri; Amaç Teorisi, Şartlandırma ve Pekiştirme Teorisi, Bekleyiş Teorisi ve Eşitlik Teorisi olmak üzere dört grupta incelenmektedir.

2.2.1. Amaç Teorisi (Locke)

Edwin Locke ve arkadaşları tarafından uzun yıllar çalışılarak ortaya çıkarılan bu teori ile insanların davranışları ve performans seviyeleri üzerinde amaçların ne kadar etkili olduğunun sonuçları araştırılmıştır (Champoux, 2006). Locke’a göre bir birey ulaşılması zor ve çaba gerektiren bir hedef belirlediği zaman, kolay ulaşılabilir bir hedef belirleyen kişiye göre daha fazla motive olur ve sergilediği performans daha fazla ve etkili olmaktadır (Bowditch, 1997).

Bu bağlamda bisiklet kullanıcılarına göre değerlendirme yaptığımızda festivallerde belirlenen rotaların zorluk seviyeleri herkes için aynı olmasına rağmen, katılan bireylerin performans ve dayanıklılık seviyeleri aynı değildir. Aynı hedef doğrultusunda ilerlerken herkes kendi performansının üzerine çıkabilmek adına daha fazla motive edecek ve çaba sarf edecektir. Bu doğrultuda amaç teorisi bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörler ölçeği ile örtüşmektedir.

2.2.2. Şartlandırma ve Pekiştirme Teorisi (Skinner)

Klasik şartlandırma ve davranışsal (sonuçsal) şartlandırma olarak iki başlık altında gruplanmıştır. Pavlov'un köpekler üzerinde yaptığı deneylerine dayanan klasik şartlandırmaya göre belli bazı uyarıcıların etkisiyle davranışlar ortaya çıkmaktadır. Davranışsal şartlandırma ise ilk önce hayvanların öğrenmesi konusunda çalışmalar yapan Amerikan psikolog Erward Lee Thorndike (1898) tarafından araştırılmış, sonrasında Burrhus Frederic Skinner, Thorndike'in çalışma disiplininin esinlenerek kendi çalışmalarına başlamış ve yeni bir teori olarak davranışsal şartlandırmayı geliştirmiştir. Motivasyon için önemi olan davranışsal şartlandırmadır. Skinner tarafından geliştirilen davranışsal şartlanmaya göre birey sergilediği davranış sonucunda ödül, mutluluk, haz gibi olumlu pekiştireçler elde ediyorsa davranışı tekrarlar, olumsuz sonuçlar aldığında ise tekrarlama eğilimi göstermez yani elde edilen sonuca göre şartlanma söz konusudur (Skinner, 1938; akt: Ulukuş, 2016).

Bisiklet festivali katılımcıları belirlenmiş olan rotaların detaylı bilgisine teorik olarak sahip olduklarından kendilerini buna hazırlayarak yani şartlandırarak katılmaktadırlar. Tamamlanan rotaların sonucunda bireylerde başarmış olmanın getirdiği mutluluk ve haz duyguları ortaya çıkmaktadır. Bu teori de bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörleri ile örtüşmektedir.

2.2.3. Bekleyiş Teorisi (Vroom)

İlk olarak Victor Vroom tarafından oluşturulan "Vroom'un Bekleyiş Teorisi" ve Lyman Porter ve Edward Lawler tarafından geliştirilen "Porter ve Lawler Modeli Bekleyiş Teorisi" olarak ortaya konulan teorilerdir.

2.2.3.1. Vroom'un Bekleyiş Teorisi

Bu teoriye göre motivasyonun oluşması için şu üç faktöre ihtiyaç vardır:

- **Değer (Valence):** Bireyin sarf ettiği emek ve çaba karşılığında elde edeceği getirilere ve ödüllere duyulan isteğin ölçütüdür. Ödüllere ve getirilere duyulan istek her bireyde farklılık göstermektedir. Valence -1 ile 1 arasında değer alan bir değişken olarak gösterilebilir. Valence değeri yüksek olan birey daha çok çaba gösterirken valence değeri düşük olan birey daha az çaba sarf edecektir (Yalçın, 2015).
- **Araçsallık (Instrumentality):** Bireylerin davranışı gerçekleştirdikleri takdirde vaat edilen ödülü alacaklarına olan inançları olarak açıklanabilir.

- **Beklenti (Expectancy):** Bireylerin sarf ettikleri çabanın sonucunda ödüllendirileceklerine dair algıladıkları ihtimali ifade eder. Bu durumda beklentinin değeri 0 ile 1 arasında değişiklik gösterebilir.

Bu model şematik olarak şöyle gösterilebilir;

Valence x Bekleyiş → Güdülenme → Davranış → Hedefe Ulaşma → Tatmin

Eğer bir bireyin Valence’i ve beklentisi aynı anda yüksek olursa o kişi motive olacaktır. Biri düşük diğeri yüksek olduğu takdirde motivasyon gerçekleşmeyecektir.

2.2.3.2. Porter ve Lawler Modeli Bekleyiş Teorisi

Vroom’ un bekleyiş teorisindeki motivasyonun oluşum sürecindeki valence ve bekleyişe ilave olarak yetenekleri, nitelikleri ve rol algısını motivasyon ve performansı tamamlayıcı faktörler olarak ileri sürmüşlerdir. Bekleyiş teorisine göre (İncir, 1990);

- Bireyler kendileri için ulaşılabilir ürün ve hizmetler arasında tercihte bulunurlar.
- Bireylerin bir hareketin ya da davranışın kendilerini belli bir performansa götüreceği konusunda beklentileri vardır.
- Bireylerin davranışlar sonucunda ortaya çıkacak sonuçlar hakkında beklentileri vardır.
- Herhangi bir durumda bireylerin tercih ettiği davranışları belirleyen güç bireyin o andaki beklenti ve tercihleridir.

Bekleyiş teorileri, bireylerin sergiledikleri davranışlar karşılığında beklentileri olduğunu savunmaktadır. Bisiklet festivallerine katılan bireylerin festivalin sonucunda elde etmek istedikleri mutluluk, başarı, memnuniyet, vaat edilen şeylerin gerçekleşmiş olması, içsel tatmin gibi beklentileri bulunmaktadır ve bu teori de bisiklet festivallerine katılmayı etkileyen faktörleri desteklemektedir.

2.2.4. Eşitlik Teorisi (Adams)

Her birey kendisine diğerleriyle eşit davranılmasını ister. İnsanların adalet, haklılık ve doğrulukları algılayış biçimlerini açıklayan motivasyon kaynağını, 1960’lı yıllarda eşit olma isteğinin motivasyonun temelini oluşturduğu teorisini savunan Stacy J. Adams ortaya koymuştur. Adams, bireyin kendi göstermiş olduğu performans için harcadığı emek ve performansın sonucuyla başka bir bireyin aynı durum için gösterdiği çaba ve sonucu ile karşılaştırma isteği duyduğunu ve bu karşılaştırmanın sonucunda ulaşılan eşitsizliğin bireyi motive ederek oluşan durumu çözmeye yönettiği görüşünü savunmaktadır (Dizdar, 2009).

Bireyler buldukları topluluk içerisinde kendilerine diğer insanlarla eşit davranılmasını beklerler. Fakat bisiklet festivallerine katılan bireylere performans ve

dayanıklılık hususunda eşit yaklaşmak çok da doğru olmayacaktır. Her bireyin performans ve dayanıklılık derecesi farklılık göstereceğinden düşük performansa sahip bireylere, yüksek performans gösteren bireylerden farklı yaklaşılmaktadır. Bu durum düşük performansa sahip bireylerde motivasyonun oluşmasına ve performansını artırmasına katkı sağlamaktadır.

Bireylerin günlük hayatlarındaki zorunlu ihtiyaçlarına ayırdığı zamanlarından artakalan serbest zamandaki meydana gelen artış bireyleri çeşitli rekreasyonel aktivitelere yönlentmektedir. Bireyin rekreasyonel etkinliklere katılmaya yönelten dört ana etkenden söz edilmektedir. Bunlar (Ardahan ve ark. 2016; Cordes ve İbrahim, 2003; Karaküçük, 2005; McLean ve ark. 2008).

- **Bedensel Güdüleyiciler:** Aktif olarak katılım sağlanan serbest zaman aktiviteleri (yürüyüş yapmak, dans etmek, egzersiz ve/veya spor yapmak gibi) bireylerin bedensel olarak gelişmelerinde ve sağlıklı bireyler olmalarında çok büyük etkilere sahiptir.
- **Sosyal Güdüleyiciler:** Rekreatif etkinliklere katılmada en önemli etken sosyal güdüleyicilerdir. İnsanlar doğdukları andan itibaren sosyal bir çevre içinde bulunmaktadır. Başka insanlarla bir arada olmak, yaşanan yalnızlığı azaltmak sosyal güdüleyicilerin içerisinde önem derecesi yüksek olan etkenlerdir. İnsanlar bu gibi sebeplerle çeşitli kulüplere, derneklere, topluluklara katılmaktadırlar.
- **Psikolojik Güdüleyiciler:** Kendi içerisinde alt başlıklara ayrılan psikolojik güdüleyiciler, rekreasyonel katılımın büyük bir bölümünü oluşturan heyecan ve meydan okuma, günlük yaşamdan kaçmak ve rahatlamak için rahatlama ve kaçış, yaşanan stresi kontrol edebilmek adına stres yönetimi, iş hayatı ve serbest zaman arasındaki dengeyi sağlayabilmek adına çalışma ve oyunun sağlıklı dengesi insanların bedensel sağlıklarına destek olmaktadır
- **Duyusal, Akıl ve Ruhsal Güdüleyiciler:** İnsanlar serbest zamanlarını tatmin edici bir şekilde geçirememekle birlikte stres, sıkıntı gibi unsurlarla baş etmektedirler. Serbest zaman etkinliklerine katılan bireylerde tatmin ve memnuniyet duyguları ortaya çıkar ve bazı duygusal dürtülerin çıkış noktası olarak görülebilir. Yaşama dair artan bir şekilde duygusal iyi olmada memnuniyetin rolü çok önemlidir.

2.3. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler

Bireylerin bir davranışı neden gösterdiği bilimin aradığı cevapların başında gelir. Bireyler bisiklet festivallerine iki farklı şekilde katılabilir. Birincisi; festival kapsamındaki rotalarda bisiklet sürebilmek ve festivalle ilgili tüm etkenliklere katılmak, ikincisi; festivalde bisiklet binmeden festival etkinliklerine katılmak biçimindedir. İkincisi daha çok bisiklet

kullanıcısının yanında gelen bireylerin tercih ettiği katılım biçimi olsa da bisiklet kullanıcıları da nadir de olsa böyle bir katılımı tercih edebilmektedir.

Bu haliyle bakıldığında başka birçok konuda (üzüm, şarap, domates, müzik, sanat, boyama vb gibi) festival örnekleri içinde bisiklet festivalleri sadece yurdumuza özgü bir festival biçimidir. Yurt dışında benzer bir festival yoktur. Bizdeki yapıldığı biçimiyle de bisiklet festivalinin adını festival olarak değil daha çok bisiklet kullanıcılarının bir araya gelerek yaptıkları özel etkinlik olarak tanımlayabiliriz.

Bireyleri bisiklet festivallerine motive eden faktörler ölçeği maddelerini belirlerken aşağıda sıralanan ölçeklerden ve çalışmalardan yararlanılmıştır.

- Driver (1976) tarafından geliştirilen ve bireyleri herhangi bir rekreatif etkinliğe motive eden faktörleri açıklamakta kullanılan “Rekreasyon Deneyimi Tercih Ölçeği-RecreationExperiencePreferenceDomains, ScalesAndCoreStatements”.
- Frederick-Recascino ve Schuster-Smith (2003) yarışmacı bisiklet kullanıcılarının içsel motivasyon unsurları ve rekabeti Özgür İrade Teorisi ile açıklamaya çalışmıştır.
- Lee ve ark. (2004) çalışmalarında festival motivasyonunun milliyet ve memnuniyete göre bölümlere ayrılması konusunu ele almışlardır.
- LaChausse (2006) çalışmasında yarışmacı ve rekreatif bisiklet kullanıcılarını bisiklet kullanmaya motive eden faktörleri belirlemek için bir ölçek geliştirmiştir.
- Skar ve ark. (2008) çalışmalarında dağ bisikleti kullanıcılarını bisiklet kullanmaya motive eden faktörleri belirlemek için bir ölçek geliştirmişlerdir.
- Brown ve ark. (2009) bisiklet kullanımını ciddi boş zaman etkinliği olarak ele almış ve bireyleri bisiklet kullanmaya motive eden faktörleri iklim ve çevresel faktörleri, diğer motivasyonel unsurlarla beraber ele alarak bir ölçek geliştirmişlerdir.
- Yolal ve ark. (2009) çalışmalarında festival motivasyonu ve algılanan faydalar ilişkisinin incelenmesini çalışmışlardır.
- Streicher ve Saayman (2010) çalışmasında bireyleri bisiklet kullanmaya ve günübirlik veya uzun turlara yönelten faktörleri belirlemek için bir ölçek geliştirmişlerdir.
- Ritchie ve ark. (2010) çalışmalarında bireyleri bisiklet kullanmaya motive eden ve bireyleri bisikletle seyahat etmeye yönelten faktörleri ele alarak iki farklı boyutu olan ölçek geliştirmişlerdir.
- Ardahan ve Mert (2014) çalışmalarında bireyleri bisiklet kullanmaya motive eden faktörler ölçeğinin geliştirilmesi ve Türk popülasyonu için güvenilirlik geçerlilik çalışması adlı bir ölçek geliştirmişlerdir.

- Kitterlin ve Yoo (2014) çalışmalarında festival motivasyonu ve sadakat faktörlerini belirlemek için bir ölçek geliştirmişlerdir.
- Maeng ve ark. (2015) çalışmalarında motivasyonel faktörlerin festival için eleştirel bir incelemesini ele almışlardır.
- Ardahan ve Çalışkan (2017) çalışmalarında bireyleri spor festivallerine katılmaya motive eden faktörler ölçeği geçerlilik ve güvenilirlik çalışması: RUNATOLIA örneği üzerinden bir ölçek geliştirmişlerdir.

Tüm bu çalışmalar ışığında festivaller içerisinde, insanların bisiklet festivallerine katılma nedenlerinin belirlenmesi için bireyleri bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörler çalışması oluşturulmuş ve Türkiye için bir motivasyon ölçeği geliştirmek amaçlanmıştır.

BULGULAR

a) Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, bireylerin bisiklet festivallerine katılmayı neden tercih ettikleri ve onların bu festivallere katılımını etkileyen/belirleyen faktörlerin belirlenmesidir. Diğer bir amaç ise, Türkiye popülasyonu için “Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler” ölçeğinin geliştirilmesi ve bu faktörlerin çeşitli değişkenlere göre incelenmesidir.

b) Araştırmanın Modeli, Ana Kütle ve Örneklem

Araştırma tanımlayıcı bir araştırmadır. Bu çalışmanın ana kütlesi ve örnekleme 2018 yılında düzenlenmiş olan Tablo-3.1’de verilen bisiklet festivallerine katılmış bireyler oluşturmaktadır. Bu festivallerden Kararsal Örneklem yoluyla seçilmiş olan Gökova Bisiklet Festivali, Uluslararası Antalya Bisiklet Festivali, Marmara Adası Bisiklet Festivali, Hür pedal Ortaca Bisiklet Festivali, Çanakkale Bisiklet Festivali, Bodrum Bisiklet Festivali, Kapadokya Bisiklet Festivali ve Mersin Bisiklet Festivali düzenli ve uzun süredir yapılıyor olmaları nedeniyle bu festivallere bizzat katılarak yüz yüze anket uygulanmasına diğer festivallerin festival katılımcılarına ise çevrimiçi anket uygulanmasına karar verilmiştir.

Çalışmada çevrimiçi anket uygulanmasının nedeni tüm festivallere katılım sağlanamaması, bazı festival tarihlerinin çakışması, yüz yüze anket uygulamasında anket sorularını cevaplamak istemeyen katılımcıların olması gibi nedenlerle katılımcılara ulaşmakta zorluk yaşanmasıdır. Bu nedenle farklı ve daha fazla veriye ulaşabilmek adına katılım sağlanamayan festivallerin katılımcılarına çevrimiçi anket formu gönderilmiştir. 2018 yılında düzenlenmiş olan festivallerin isim ve tarih listesi tablo-3.1’de verilmiştir.

Tablo 3.1. 2018 Yılında Yapılan Festivaller ve Yapıldığı Tarihler

Festival Adı	Yapıldığı Tarihler
XII. Gökova Bisiklet Festivali	08-12 Mayıs 2018
Uluslararası Antalya Bisiklet Festivali	18-21 Ekim 2018
Çanakkale Bisiklet Festivali	24-25 Mart 2018
Bodrum Bisiklet Festivali	05-07 Ekim 2018
Hür pedal Ortaca Bisiklet Festivali	11-14 Ekim 2018
Kapadokya Bisiklet Festivali	29 Ağustos-02 Eylül 2018
Mor Pedal Kadınlar Bisiklet Festivali	31 Ağustos-02 Eylül 2018
Karia Yolu Bisiklet Festivali	20-23 Nisan 2018
Bartın Bisiklet Festivali	30 Ağustos-02 Eylül 2018
Keşan Doçek Bisiklet Festivali	07-09 Eylül 2018
Salda Gölü Bisiklet Festivali	30 Ağustos-02 Eylül
Manisa Bisiklet Festivali	20-22 Nisan 2018

Az Bilinen Antik Kentler Bisiklet Festivali	21-24 Nisan 2018
Mersin Bisiklet Festivali	05-07 Ekim 2018
Karadeniz Ereğli Bisiklet Festivali	05-08 Temmuz 2018
Eskişehir Velesbit Festivali	29 Haziran-1 Temmuz 2018
İzmir Pedallarımın Altında Bisiklet Festivali	18-20 Mayıs 2018
Burhaniye Bisiklet Festivali	28 Haziran-1 Temmuz 2018
Hatay Daphne Bisiklet Festivali	16-19 Ağustos 2018
Dalaman Yeşil Elmas Bisiklet Festivali	04-06 Mayıs 2018
Köyceğiz Bisiklet Festivali	28 Nisan-01 Mayıs 2018
Düzce Bisiklet Festivali	13-15 Temmuz 2018
Isparta Bisiklet Festivali	11-13 Mayıs 2018
Beyşehir Bisiklet Festivali	08-09 Eylül 2018
Bademli Bisiklet Festivali	28 Nisan-01 Mayıs 2018
Frig Vadileri Bisiklet Festivali	26-29 Nisan 2018
Yüzyıllık Macera Bisiklet Festivali	06-09 Eylül 2018
Sakarya Bisiklet Festivali	04-06 Mayıs 2018
Marmara Adası Bisiklet Festivali	10-12 Ağustos 2018
Çivril Bisiklet Festivali	30 Haziran-02 Temmuz 2018
Sivrice Elâzığ Bisiklet Festivali	04-05 Ağustos 2018
Balıkesir Bisiklet Festivali	07-09 Eylül 2018
Keşan Dağ Bisikleti Festivali	07-09 Eylül 2018

c) Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Aracı

Araştırmada kullanılan veri toplama anketi toplam dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik verilerin alındığı sorular, ikinci bölümde bisiklet festivallerine katılımı ilgili maddeler, üçüncü bölümde bisiklet festivallerine katılarak elde edilen faydalar ve dördüncü bölümde bisiklet festivalinin genel değerlendirmesine ait sorulara yer verilmiştir.

Veri toplama aracı olarak çalışmanın amacına uygun şekilde geliştirilen anket formu, bireylerin demografik bilgilerinin alındığı soruların yanında Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin geliştirilmesinde faktörler belirlenirken;

- “Festivalin çekiciliği” ve “Eğlence” faktörleri oluşturulurken, Kitterlin ve Yoo (2014) tarafından geliştirilen “Festival Motivasyonu ve Sadakat Faktörleri (Festival Motivation and Loyalty Factors)”,
- “Yenilik Arayışı”, “Ait Olma/Destekleme” faktörleri oluşturulurken, Maeng ve ark. (2015) tarafından geliştirilen “Motivasyonel Faktörlerin Festival İçin Eleştirel Bir İncelemesi (A Critical Review of The Motivational Factors for Festival)”,
- “Yenilik Arayışı”, “Uzaklaşma”, “Tanıdıklarla Birlikte Olma” ve “Yeni Bireylerle Tanışma” faktörleri oluşturulurken, Yolal ve ark. (2009) tarafından geliştirilen “Festival Motivasyonu ve Algılanan Faydalar İlişkisinin İncelenmesi (An Examination of Festival Motivation and Perceived Benefits Relationship),

- “Yenilik Arayışı”, “Tanındıklarla Birlikte Olma” ve “Yeni Bireylerle Tanışma” faktörleri oluşturulurken ayrıca Lee ve ark. (2004) tarafından geliştirilen “Festival Motivasyonunun Milliyet ve Memnuniyete Göre Bölümlere Ayrılması (Segmentation of Festival Motivation by nationality and Satisfaction)”,
- “Fiziksel Aktivite ve Sağlık” ve “Tanınma ve Sosyal Statü” faktörleri oluşturulurken, Ardahan ve Mert (2014) tarafından geliştirilen “Bireyleri Bisiklet Kullanmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Türk Popülasyonu İçin Güvenirlilik Geçerlilik Çalışması”,
- “Örnek Olma”, “Rekabet/Mücadele” faktörleri oluşturulurken, Ardahan ve Çalışkan (2017) tarafından geliştirilen “Bireyleri Spor Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği geçerlilik ve güvenilirlik çalışması: RUNATOLIA örneği” çalışmaları temel alınarak madde havuzuna toplam 47 maddeden oluşan soru listesi kullanılmıştır.

Toplam 51 maddeden oluşan Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğine (BFKMF) Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır. Dört madde ortak varyans değerleri 0.50 altında olduğu için madde listesinden çıkarılmış, kalan 47 maddeye yeniden AFA uygulanmıştır.

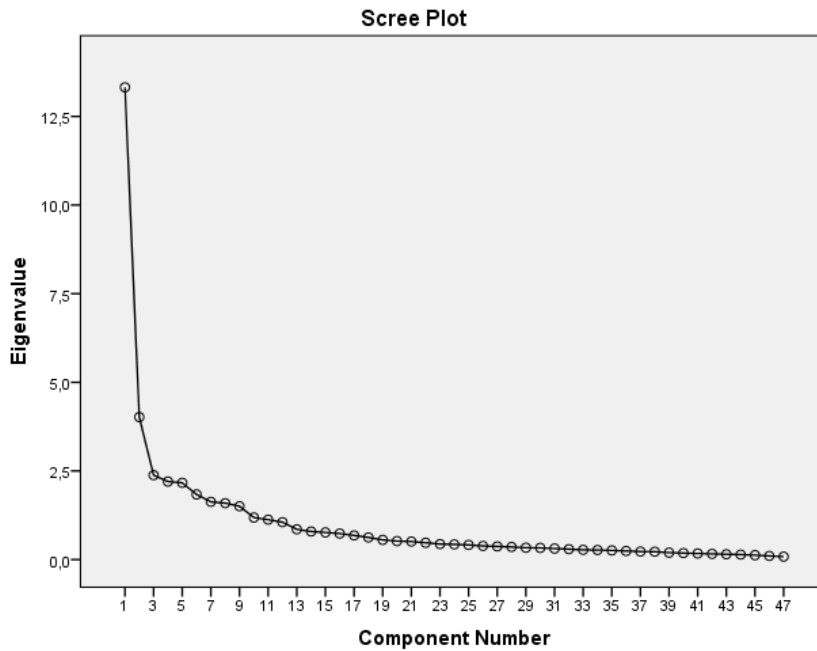
d) Verilerin Analizi

Çalışmada KMO ve Bartlett küresellik testlerinin sonuçlarına göre ölçeğe Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanabilir olduğu için AFA uygulanmış, modelin geçerlilik ve güvenilirliği AFA yapılmış ve BFKMF'nin alt boyutları ortaya konmuştur. Faktör analizi sonucunda oluşan BFKMF'nin yapı geçerliliğini test etmek için madde-faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin iç tutarlılığını değerlendirmek için Cronbach's Alpha katsayılarına, elde edilen ölçeğin maddeleri ve faktörleri arasındaki ilişkiye bakmak için test Person Corelation Testi kullanılmış ve modelde Varimax döndürme yöntemi kullanılmıştır.

Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistik yöntemlerin yanında dağılımları BFKMF boyutunda Kolmogorov Smirnov Testi ve Shapiro-Wilk Testi ile test edilmiş, sonuçlar 0.01 ve 0.05 anlamlılık düzeyinde sorgulanmıştır.

Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin geliştirilmesi ve Türk popülasyonu için geçerlilik ve güvenilirliğini yapmak için 47 maddeden oluşan madde listesine AFA uygulanmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 3.2’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi KREÖ ölçeğinin Kaiser-Mayer-Olkin değeri Kaiser’in (1974) de öngördüğü biçimde (0.60) değerinin üstünde ve Bartlett’s Test of Sphericity ($p<0.05$), Ki-kare= 27009,021, $p=0.000$ ve Kaiser-Mayer-Olkin örneklem yeterlilik ölçümü (0,888) olarak hesaplanmıştır.

Modelde Varimax döndürme yöntemi kullanılmıştır. Buna göre Şekil 3.1’de de görülebileceği gibi tüm maddeler öz değerleri 1’den büyük olan 12 faktörde toplanmış ve toplam varyansın %72,382’sini açıklamıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha değeri ise (0,941) olarak bulunmuştur.



Şekil 3.1. Scree Plot

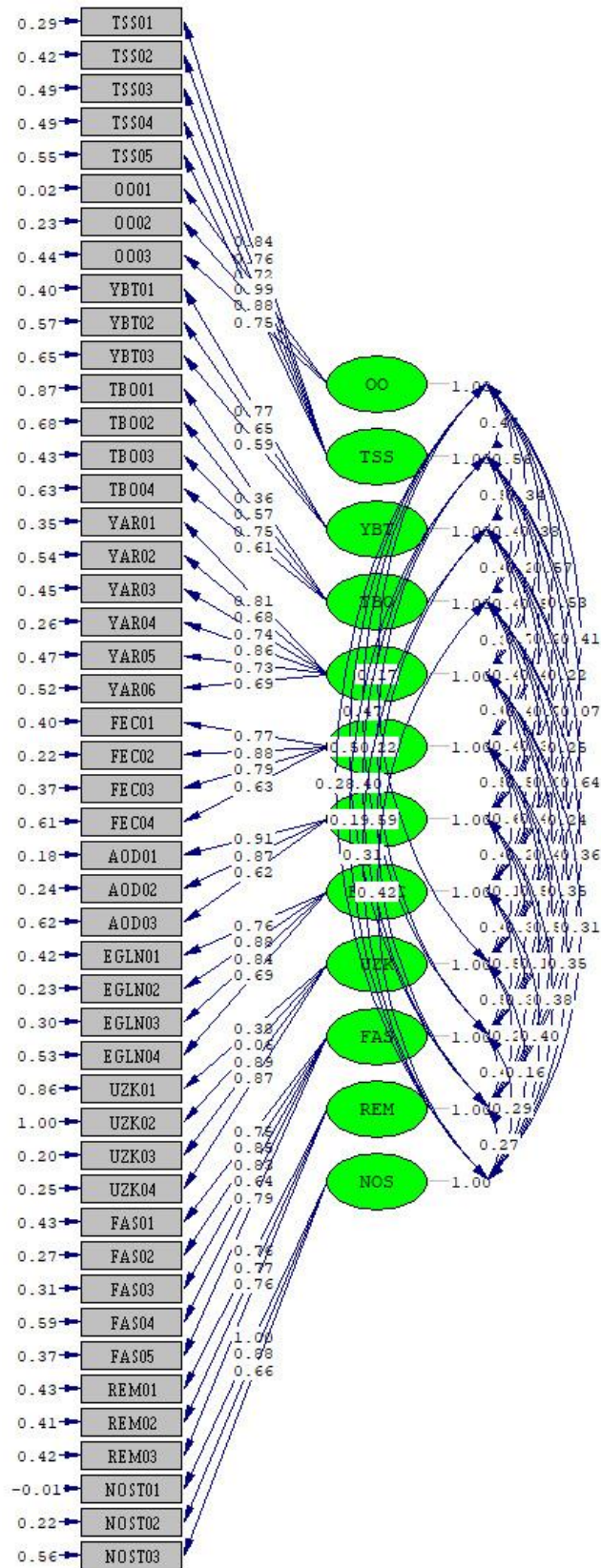
Şekil 3.1’de faktörler ve maddeler arasındaki korelasyon değeri verilmiştir. Buna göre faktörleşme ilişkileri doğru gerçekleşmiştir. Her grupta o maddenin korelasyon değerleri, faktörleştiği grupta en yüksektir.

Doğrulayıcı faktör analizi daha önce tanımlanmış ve sınırlandırılmış bir yapının, bir model olarak doğrulanıp doğrulanmadığının test edildiği bir analizdir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010: 218). Psikososyal alanlarda ölçme araçları geliştirilirken Byrne’e (2001) ve Erkuş’a (2014) göre Doğrulayıcı Faktör Analizi yapmak ciddi hatalara neden

olmaktadır. Genel olarak Doğrulayıcı Faktör Analizi bu ölçeğin kullanıldığı başka veri seti üzerinden yapılmalıdır.

Tüm bu istatistiki görüşlere rağmen AFA'da kullanılan veri seti içerisinde her 4 veriden 1'i tesadüfi seçilerek (n=218) Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmıştır

Doğrulayıcı faktör analizi için uyum indeksleri incelendiğinde ki-kare değerinin serbestlik derecesine oranının ($2709.97/968= 2,7995$) 5'in altında yeterli düzeyde bir değere sahip olduğu görülmüştür. Diğer uyum indeksleri incelendiğinde RMSEA= 0.091, SRMR= 0.088, GFI= 0.65, NFI= 0.88, RFI= 0.86, CFI= 0.92 ve IFI= 0.92 olarak bulunmuştur. NFI, RFI'nin 0.90'nın altında olması kabul edilebilir uyumu; GFI, CFI ve IFI indekslerinin 0.90'dan yüksek olması kabul edilebilir uyum değerlerine sahip olduğunu göstermektedir. SRMR'nin 0.5'ten büyük ve RMSEA'nın ise $0.05 \leq RMSEA \leq 0.10$ arasında olması kabul edilebilir uyum düzeyinde olduğunu işaret etmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum iyiliği indeksleri incelendiğinde modelin uyumlu olduğu görülmektedir. Aşağıda geliştirilen ölçeğe ait faktörler ve maddelere ilişkin standartlaştırılmış parametre tahminlerinin yer aldığı Yapısal Eşitlik Modeli şekil 3.2'de sunulmuştur.



Chi-Square=2709.97, df=968, P-value=0.00000, RMSEA=0.091

Şekil 3.2 Yapısal Eşitlik Modeli

BFKMF (Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler)'nin toplam Cronbach's alpha değeri 0.941'dir. Elde edilen faktörler, faktörlerde yer alan maddeler, Cronbach's alpha değeri ve dönüştürülmüş öz değerler (DD); ve Faktör-1 (F1) için DD= 4,418 ve Cronbach's alpha değeri= 0,887, Faktör-2 (F2) için DD= 3,866 ve Cronbach's alpha değeri= 0,887, Faktör-3 (F3) için DD= 3,458 ve Cronbach's alpha değeri= 0,832, Faktör-4 (F4) için DD= 3,412 ve Cronbach's alpha değeri= 0,843, Faktör-5 (F5) için DD= 2,923 ve Cronbach's alpha değeri= 0,853, Faktör-6 (F6) için DD= 2,626 ve Cronbach's alpha değeri= 0,866, Faktör-7 (F7) için DD= 2,623ve Cronbach's alpha değeri= 0,891, Faktör-8 (F8) için DD= 2,249 ve Cronbach's alpha değeri= 0,700, Faktör-9 (F9) için DD= 2,188 ve Cronbach's alpha değeri= 0,793, Faktör-10 (F10) için DD= 2,146 ve Cronbach's alpha değeri= 0,696, Faktör-11 (F11) için DD= 2,082 ve Cronbach's alpha değeri= 0,755, Faktör-12 (F12) için DD= 2,03 ve Cronbach's alpha değeri= 0,776 olarak bulunmuştur.

AFA ile elde edilen faktörler aşağıdaki gibi adlandırılmıştır.

F1: “Yenilik Arayışı” olarak adlandırılan bu faktör bireyin, bilgi birikimine, yaşanmışlıklara (deneyim, tecrübe) ve kültürüne yeni ve farklı şeyler eklemek için girmiş olduğu bir arayışı ifade etmekte ve “Yeni deneyimler yaşamak için”, “Yeni bir coğrafya görmek için”, “Farklı yerel gelenek ve kültürleri deneyimlemek”, “Yeni bir Bisiklet festivalini deneyimlemek için”, “Yeni beceriler edinme isteği”, “Yeni lezzetler tanımak/tatmak için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.

F2: “Fiziksel Aktivite ve Sağlık” olarak adlandırılan bu faktör bireyin, fiziksel ve ruhsal açıdan sağlığını koruyarak dinlenmiş, aktif (hareketli), dinç bir şekilde vücut metabolizmasını güçlendirmesini ifade etmekte ve “Bisiklete bindiğimde yenilenmiş ve tazelenmiş hissettiğim için”, “Bu tarz aktivitelere katılmak fiziksel ve ruhsal sağlığımı olumlu etkilediği için”, “Bedenen ve ruhen dinlenmek için”, “Bisiklete binmenin kronik birçok hastalıktan koruduğuna inandığım için”, “Fiziksel aktivite yapmak istediğim için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.

F3: “Tanınma ve Sosyal Statü” olarak adlandırılan bu faktör bireyin, toplumda kazandığı sosyal kimliğini daha iyi seviyeye çıkarmasını ve başkaları tarafından daha çok tanınma ihtiyacı hissetmesini ifade etmekte ve “Başkaları tarafından tanınmak ve beğenilmek için”, “Tanınma-tanınma arzusunda olduğum için”, “Sosyal bir statü sağladığımı düşündüğüm için”, “Kendimi önemli hissetme duygusunu yaşattığı için”, “Takdir edildiğim ve dikkat çektiğim için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.

F4: “ Festivalin Çekiciliği” olarak adlandırılan bu faktör bireyin, herkesçe bilinen ve anlatılan bir festivale katılarak bunu deneyimlemesini ve çevresindeki bireylerle paylaşmak istemesini ifade etmekte ve “Festivalin herkes tarafından bilinmesi/anlatılması/övlmesi”, “Festival kapsamındaki özel etkinliklere dahil olmak için”, “Festival kapsamındaki değişik etkinlikleri deneyimlemek için”, “Başkalarına bisiklet festivallerine gidiyorum demek beni mutlu ettiği için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.

F5: “Eğlence” olarak adlandırılan bu faktör bireyin, eğlenme gereksinimini keyifli bir şekilde doyuma ulaştırmasını ifade etmekte ve “Keyif almak, eğlenmek için”, “Etkinliğin güzel atmosferini yaşamak için”, “Etkinlik kapsamındaki eğlenceli aktiviteleri görmek/dahil olmak istediğim için”, “Festival kalabalığının tadını çıkarmak için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.

F6 “Nostalji” olarak adlandırılan bu faktör bireyin, eski hatıralarını, eski deneyimlerini tekrarlamasını ve eski eş, dost, ahablarla yeniden bir araya gelmesini ifade etmekte ve “Anıları tekrardan yaşamak için”, “Daha önceden gördüğüm mekânları bir kez daha görmek için”, “Eski dostlarla arkadaşlarla buluşmak için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.

F7 “Örnek Olma” olarak adlandırılan bu faktör bireyin, çevresine ve topluma örnek teşkil edecek davranışlar ve tutumlarda bulunmasını ifade etmekte ve “Çevremdeki bireylere örnek olmak için”, “Toplumdaki bireylere örnek olmak için”, “Aile bireylerime örnek olmak için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.

F8 “Tanıdıklarla Birlikte Olma” olarak adlandırılan bu faktör bireyin, ailesiyle daha fazla vakit geçirmesini, yakın ya da uzak tanıdığı insanlarla birlikte zaman geçirmesini ifade etmekte ve “Ailele birlikte daha fazla vakit geçirmek için”, “İş/okul arkadaşlarımla birlikte olmak için”, “Sosyal dünyadan arkadaşlarımla olmak için”, “Daha önce tanıştığım insanlarla buluşmak için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.

F9 “Yeni Bireylerle Tanışma” olarak adlandırılan bu faktör bireyin, sosyal çevresini ortak zevklere sahip olduğu yeni ve farklı insanlarla genişletme isteğini ifade etmekte ve “Sosyal ilişki kurmak, yeni insanlarla tanışmak veya onları gözlemek için”, “Aynı şeyleri yapmaktan keyif alan başkalarıyla birlikte olabilmek için”, “Festivale katılan diğer insanları gözlemlemek için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.

F10 “Uzaklaşma” olarak adlandırılan bu faktör bireyin, günlük yaşamın oluşturduğu stresten, hayatındaki sorunlardan veya canını sıkan olaylardan kaçmasını/uzaklaşmasını ifade etmekte ve “Can sıkıntısından kurtulmak için”, “Aile ortamından uzaklaşmak için”, “Günlük

rutinden uzaklaşmak için”, “Kalabalıktan ve stresten uzaklaşmak için” maddelerini tarifleyen ögelerden oluşmaktadır.

F11 “Rekabet/Mücadele” olarak adlandırılan bu faktör bireyin, kendisi ve/veya başka bireylerle rekabet ederek mücadele ruhunu geliştirmesini ifade etmekte ve “Mücadele ruhunu geliştirmek için”, “Kendimle rekabet etme isteği”, “Başkalarıyla rekabet etme isteği” maddelerini tarifleyen ögelerden oluşmaktadır.

F12 “Ait Olma/Destekleme” olarak adlandırılan bu faktör bireyin, bir gruba ait olma isteğini, ait olduğu veya olduğunu hissettiği gruba katkıda bulunmasını, destek vermesini ifade etmekte ve “Onayladığım bir kişiyi/STK’yı desteklemek ve parçası olmak için”, “Onayladığım bir misyonu desteklemek ve parçası olmak için”, “Bir gruba ait olmak istediğim için” maddelerini tarifleyen ögelerden oluşmaktadır.

Tablo 5.2’de görüleceği gibi bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin ağırlıklarına göre önceliklerine bakıldığında birinci sırada “Fiziksel Aktivite ve Sağlık” (**4,23±0,84**), ikinci sırada “Yenilik Arayışı” (**3,96±0,88**), üçüncü sırada “Eğlence” (**3,90±0,97**), dördüncü sırada “Yeni Bireylerle Tanışma” (**3,67±1,02**), beşinci sırada “Örnek Olma” (**3,46±1,23**), altıncı sırada “Festivalin Çekiciliği” (**3,36±1,06**), yedinci sırada “Uzaklaşma” (**3,32±0,91**), sekizinci sırada “Nostalji” (**3,31±1,13**), dokuzuncu sırada “Ait Olma/Destekleme” (**3,23±1,11**), onuncu sırada “Rekabet/Mücadele” (**2,93±1,09**), on birinci sırada “Tanındıklarla Birlikte Olma” (**2,92±0,92**), on ikinci sırada “Tanınma ve Sosyal Statü” (**2,12±0,90**) vardır.

Tablo 3.2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Kaiser-Mayer-Olkin Örneklem Yeterlilik Ölçümü	0,888
Yaklaşık Ki-kare Serbestlik derecesi	27009,021
Bartlett Küresellik Testi	1081
Anlamlılık	0,000

Madde Numaraları	Faktör Yükleri												Ortak Varyans	X±SS
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12		
YAR1	,786												0,769	4,15±0,95
YAR2	,762												0,692	4,28±0,96
YAR3	,746												0,711	3,97±1,07
YAR4	,721												0,747	4,00±1,08
YAR5	,683												0,715	3,75±1,23
YAR6	,681												0,694	3,59±1,28
FAS1		,812											0,786	4,29±0,95
FAS2		,792											0,805	4,38±0,93
FAS3		,789											0,770	4,42±0,82
FAS4		,743											0,719	3,89±1,13
FAS5		,697											0,652	4,19±1,00
TSS1			,797										0,706	1,89±1,05
TSS2			,759										0,676	2,09±1,18
TSS3			,749										0,668	2,30±1,23
TSS4			,746										0,645	2,24±1,25
TSS5			,587	,497									0,710	2,08±1,11
FESTC1				,653									0,731	3,37±1,35
FESTC2				,623									0,746	3,64±1,23
FESTC3				,616									0,708	3,80±1,18
FESTC4				,583									0,689	2,63±1,39
EGLNCE1					,857								0,811	4,18±1,08
EGLNCE2					,841								0,816	3,97±1,05
EGLNCE3					,798								0,843	3,92±1,19
EGLNCE4					,544								0,663	3,55±1,31

Tablo 3.2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları (devam)

Madde Numaraları	Faktör Yükleri												Ortak Varyans	X±SS
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12		
NOST1						,877							0,901	3,20±1,28
NOST2						,818							0,803	3,22±1,28
NOST3						,779							0,741	3,49±1,24
OO1							,812						0,870	3,51±1,34
OO2							,794						0,844	3,65±1,37
OO3							,701						0,710	3,21±1,37
TBO1								,713					0,710	3,25±1,25
TBO2								,673					0,575	2,52±1,29
TBO3								,586					0,733	3,42±1,14
TBO4								,526					0,500	2,49±1,38
YBT1									,751				0,799	3,81±1,16
YBT2									,700				0,712	4,02±1,08
YBT3									,556				0,646	3,18±1,37
UZK1										,691			0,595	3,06±1,40
UZK2										,689			0,683	2,22±1,35
UZK3										,623			0,687	4,06±1,06
UZK4										,623			0,655	3,93±1,18
REM1											,787		0,781	3,21±1,37
REM2											,744		0,707	3,25±1,36
REM3											,635		0,722	2,34±1,27
AOD1												,766	0,788	3,34±1,33
AOD2												,691	0,781	3,59±1,24
AOD3												,486	0,607	2,76±1,44
Cronbach's Alpha Değerleri	0,887	0,887	0,832	0,843	0,853	0,866	0,891	0,700	0,793	0,696	0,755	0,776	Ölçeğin Toplam Cronbach's Alpha Değeri =0,941	
Döndürülmüş Öz Değerler	4,418	3,866	3,458	3,412	2,923	2,626	2,623	2,249	2,188	2,146	2,082	2,03		
Döndürülmüş Varyans %'si	9,399	8,225	7,357	7,26	6,219	5,586	5,582	4,784	4,655	4,566	4,43	4,319		
Döndürülmüş Birikimli %	9,399	17,624	24,981	32,242	38,461	44,047	49,629	54,413	59,068	63,634	68,063	72,382		

Tablo 3.3. Madde Faktör Korelasyon Tablosu

Faktörler	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12
Ortalama	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS	X±SS
Maddeler	3,96±0,88	4,23±0,84	2,12±0,90	3,36±1,06	3,90±0,97	3,31±1,13	3,46±1,23	2,92±0,92	3,67±1,02	3,32±0,91	2,93±1,09	3,23±1,11
YAR1	,850**	,449**	,122**	,419**	,372**	,223**	,333**	,290**	,423**	,382**	,251**	,361**
YAR2	,783**	,405**	-,014	,276**	,289**	,184**	,243**	,190**	,264**	,273**	,161**	,311**
YAR3	,754**	,340**	,141**	,272**	,250**	,157**	,280**	,224**	,247**	,215**	,280**	,363**
YAR4	,838**	,442**	,173**	,568**	,423**	,280**	,335**	,260**	,431**	,397**	,304**	,434**
YAR5	,805**	,363**	,158**	,512**	,276**	,192**	,341**	,310**	,345**	,390**	,261**	,398**
YAR6	,800**	,346**	,227**	,507**	,298**	,249**	,367**	,355**	,332**	,314**	,310**	,396**
FAS1	,380**	,833**	,060	,360**	,223**	,127**	,319**	,246**	,276**	,329**	,324**	,303**
FAS2	,483**	,875**	,152**	,420**	,380**	,317**	,422**	,255**	,384**	,361**	,323**	,383**
FAS3	,435**	,844**	,068*	,380**	,339**	,311**	,336**	,217**	,370**	,384**	,321**	,297**
FAS4	,344**	,818**	,135**	,334**	,214**	,236**	,317**	,183**	,257**	,361**	,371**	,236**
FAS5	,385**	,807**	,064	,292**	,311**	,272**	,308**	,161**	,304**	,361**	,378**	,242**
TSS1	,085*	,050	,785**	,272**	,031	,156**	,202**	,313**	,308**	,034	,224**	,180**
TSS2	,138**	,101**	,788**	,355**	,115**	,179**	,283**	,330**	,318**	,192**	,178**	,279**
TSS3	,195**	,110**	,791**	,319**	,164**	,224**	,358**	,276**	,222**	,100**	,311**	,295**
TSS4	,091**	,077*	,783**	,287**	,081*	,145**	,298**	,224**	,243**	,119**	,331**	,262**
TSS5	,166**	,111**	,722**	,551**	,227**	,265**	,281**	,340**	,306**	,194**	,380**	,289**
FESTC1	,410**	,369**	,337**	,866**	,409**	,357**	,353**	,349**	,459**	,286**	,317**	,543**
FESTC2	,594**	,372**	,326**	,861**	,488**	,313**	,426**	,350**	,435**	,352**	,393**	,513**
FESTC3	,521**	,434**	,265**	,848**	,461**	,258**	,309**	,367**	,435**	,366**	,371**	,448**
FESTC4	,282**	,244**	,562**	,740**	,340**	,321**	,313**	,386**	,430**	,320**	,306**	,406**
EGLNCE1	,288**	,290**	,007	,315**	,849**	,212**	,121**	,064	,213**	,261**	,108**	,243**
EGLNCE2	,304**	,270**	,098**	,256**	,814**	,250**	,177**	,110**	,201**	,161**	,203**	,291**
EGLNCE3	,382**	,289**	,122**	,511**	,905**	,298**	,282**	,211**	,362**	,307**	,192**	,393**
EGLNCE4	,331**	,305**	,278**	,575**	,781**	,293**	,340**	,222**	,420**	,246**	,293**	,377**
NOST1	,232**	,283**	,243**	,404**	,321**	,947**	,364**	,371**	,339**	,262**	,297**	,397**
NOST2	,295**	,321**	,202**	,379**	,303**	,887**	,280**	,312**	,341**	,215**	,325**	,377**
NOST3	,184**	,195**	,221**	,227**	,222**	,829**	,328**	,395**	,286**	,192**	,214**	,284**

Tablo 3.3. Madde Faktör Korelasyon Tablosu (devam)

OO1	,380**	,395**	,325**	,411**	,269**	,336**	,950**	,387**	,450**	,227**	,309**	,490**
OO2	,365**	,348**	,335**	,395**	,258**	,335**	,918**	,367**	,449**	,233**	,282**	,493**
OO3	,335**	,364**	,347**	,344**	,244**	,321**	,852**	,393**	,356**	,140**	,363**	,383**
TBO1	,334**	,256**	,313**	,356**	,220**	,346**	,339**	,779**	,403**	,160**	,313**	,326**
TBO2	,251**	,133**	,278**	,325**	,076*	,192**	,232**	,749**	,377**	,159**	,149**	,223**
TBO3	,238**	,212**	,282**	,318**	,131**	,439**	,316**	,713**	,470**	,167**	,193**	,357**
TBO4	,181**	,140**	,238**	,283**	,122**	,222**	,339**	,671**	,287**	,085*	,140**	,219**
YBT1	,312**	,328**	,365**	,460**	,345**	,314**	,386**	,483**	,884**	,235**	,275**	,328**
YBT2	,382**	,418**	,195**	,398**	,335**	,339**	,429**	,362**	,798**	,252**	,269**	,365**
YBT3	,376**	,232**	,335**	,483**	,263**	,275**	,362**	,470**	,850**	,230**	,243**	,345**
UZK1	,260**	,336**	,168**	,309**	,175**	,199**	,215**	,137**	,247**	,769**	,211**	,282**
UZK2	,140**	,099**	,145**	,224**	,075*	,123**	,071*	,195**	,086*	,656**	,038	,175**
UZK3	,434**	,423**	,082*	,313**	,298**	,195**	,192**	,082*	,253**	,744**	,224**	,239**
UZK4	,401**	,432**	,072*	,323**	,345**	,222**	,169**	,137**	,249**	,745**	,217**	,279**
REM1	,302**	,357**	,302**	,300**	,203**	,361**	,334**	,237**	,274**	,214**	,852**	,275**
REM2	,331**	,403**	,216**	,276**	,150**	,211**	,277**	,182**	,207**	,151**	,837**	,199**
REM3	,168**	,252**	,395**	,455**	,249**	,197**	,248**	,248**	,279**	,205**	,766**	,251**
AOD1	,399**	,246**	,240**	,411**	,333**	,267**	,433**	,273**	,270**	,234**	,208**	,884**
AOD2	,457**	,325**	,157**	,471**	,316**	,407**	,472**	,298**	,355**	,293**	,202**	,839**
AOD3	,331**	,296**	,429**	,553**	,337**	,325**	,358**	,377**	,393**	,306**	,316**	,780**

*- 0.05, ** - 0.0

Tablo 3.4. Madde Kodu ve Açıklamaları

Madde Kodu	Madde Açıklaması
YAR1	Yeni deneyimler yaşamak için
YAR2	Yeni bir coğrafya görmek için
YAR3	Farklı yerel gelenek ve kültürleri deneyimlemek
YAR4	Yeni bir Bisiklet festivalini deneyimlemek için
YAR5	Yeni beceriler edinme isteği
YAR6	Yeni lezzetler tanımak/tatmak için
FAS1	Bisiklete bindiğimde yenilenmiş ve tazelenmiş hissettiğim için
FAS2	Bu tarz aktivitelere katılmak fiziksel ve ruhsal sağlığımı olumlu etkilediği için
FAS3	Bedenen ve ruhen dinlenmek için
FAS4	Bisiklete binmenin kronik birçok hastalıktan koruduğuna inandığım için
FAS5	Fiziksel aktivite yapmak istediğim için
TSS1	Başkaları tarafından tanınmak ve beğenilmek için
TSS2	Tanıma-tanınma arzusunda olduğum için
TSS3	Sosyal bir statü sağladığını düşündüğüm için
TSS4	Kendimi önemli hissetme duygusunu yaşattığı için
TSS5	Takdir edildiğim ve dikkat çektiğim için
FESTC1	Festivalin herkes tarafından bilinmesi/anlatılması/övlmesi
FESTC2	Festival kapsamındaki özel etkinliklere dahil olmak için
FESTC3	Festival kapsamındaki değişik etkinlikleri deneyimlemek için
FESTC4	Başkalarına bisiklet festivallerine gidiyorum demek beni mutlu ettiği için
EGLNCE1	Keyif almak, eğlenmek için
EGLNCE2	Etkinliğin güzel atmosferini yaşamak için
EGLNCE3	Etkinlik kapsamındaki eğlenceli aktiviteleri görmek/dahil olmak istediğim için
EGLNCE4	Festival kalabalığının tadını çıkarmak için
NOST1	Anıları tekrardan yaşamak için
NOST2	Daha önceden gördüğüm mekânları bir kez daha görmek için
NOST3	Eski dostlarla arkadaşlarla buluşmak için
OO1	Çevremdeki bireylere örnek olmak için
OO2	Toplumdaki bireylere örnek olmak için
OO3	Aile bireylerime örnek olmak için
TBO1	Ailemle birlikte daha fazla vakit geçirmek için
TBO2	İş/okul arkadaşlarımla birlikte olmak için
TBO3	Sosyal dünyadan arkadaşlarımla olmak için
TBO4	Daha önce tanıştığım insanlarla buluşmak için
YBT1	Sosyal ilişki kurmak, yeni insanlarla tanışmak veya onları gözlemek için
YBT2	Aynı şeyleri yapmaktan keyif alan başkalarıyla birlikte olabilmek için
YBT3	Festivale katılan diğer insanları gözlemlemek için
UZK1	Can sıkıntısından kurtulmak için
UZK2	Aile ortamından uzaklaşmak için
UZK3	Günlük rutinden uzaklaşmak için
UZK4	Kalabalıktan ve stresten uzaklaşmak için
REM1	Mücadele ruhumu geliştirmek için
REM2	Kendimle rekabet etme isteği
REM3	Başkalarıyla rekabet etme isteği
AOD1	Onayladığım bir kişiyi/STK'yı desteklemek ve parçası olmak için
AOD2	Onayladığım bir misyonu desteklemek ve parçası olmak için
AOD3	Bir gruba ait olmak istediğim için

Festival katılımcılarının düzenlenen festivallere göre dağılımı Tablo-3.5’de verilmiştir. Tablodan da anlaşıldığı gibi ağırlıklı katılım sağlanan festivaller Gökova Bisiklet Festivali (%19,8), Uluslararası Antalya Bisiklet Festivali (%9,5), Marmara Adası Bisiklet Festivali

(%6,2), Hür Pedal Ortaca Bisiklet Festivali (%6,1), Çanakkale Bisiklet Festivali (%5,8) Bodrum Bisiklet Festivali (%4,5), Kapadokya Bisiklet Festivali (%3,7) ve Mersin Bisiklet Festivali (%3,5) olmuştur.

Tablo 3.5. Festivallere göre Katılımcıların Sayısı

Festival Adı	n	%
Gökova Bisiklet Festivali	171	19,8
Uluslararası Antalya Bisiklet Festivali	82	9,5
Marmara Adası Bisiklet Festivali	54	6,2
Hür pedal Ortaca Bisiklet Festivali	53	6,1
Çanakkale Bisiklet Festivali	50	5,8
Bodrum Bisiklet Festivali	39	4,5
Kapadokya Bisiklet Festivali	32	3,7
Mersin Bisiklet Festivali	30	3,5
Mor Pedal Kadınlar Bisiklet Festivali	27	3,1
İzmir Pedallarımın Altında Bisiklet Festivali	24	2,8
Karadeniz Ereğli Bisiklet Festivali	22	2,5
Karia Yolu Bisiklet Festivali	22	2,5
Salda Gölü Bisiklet Festivali	22	2,5
Bartın Bisiklet Festivali	20	2,3
Keşan Doçek Bisiklet Festivali	19	2,2
Manisa Bisiklet Festivali	18	2,1
Az Bilinen Antik Kentler Bisiklet Festivali	17	2,0
Balıkesir Bisiklet Festivali	17	2,0
Köyceğiz Bisiklet Festivali	16	1,8
Eskişehir Velesbit Festivali	15	1,7
Hatay Daphne Bisiklet Festivali	15	1,7
Keşan Dağ Bisikleti Festivali	15	1,7
Burhaniye Bisiklet Festivali	14	1,6
Dalaman Yeşil Elmas Bisiklet Festivali	10	1,2
İsparta Bisiklet Festivali	10	1,2
Düzce Bisiklet Festivali	8	,9
Çivril Bisiklet Festivali	8	,9
Beyşehir Bisiklet Festivali	7	,8
Bademli Bisiklet Festivali	7	,8
Sivrice Elâzığ Bisiklet Festivali	6	,7
Frig Vadileri Bisiklet Festivali	5	,6
Yüzyıllık Macera Bisiklet Festivali	5	,6
Sakarya Bisiklet Festivali	5	,6
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının yaşa göre dağılımı Tablo-3.6’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi festival katılımcılarının çoğunluğu 35 – 55 yaş arasındadır. Diğer bir deyişle aktif çalışanlardır.

Tablo 3.6. Festival Katılımcılarının Yaşa Göre Dağılımı

Yaş Aralığı	n	%
24 yaş ve altı	55	6,4
25 - 34 yaş	174	20,1
35 - 44 yaş	269	31,1
45 - 54 yaş	233	26,9

55 yaş ve üstü	134	15,5
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının cinsiyete göre dağılımı Tablo-3.7’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi festival katılımcıları ağırlıklı olarak erkek bireylerden oluşmaktadır.

Tablo 3.7. Festival Katılımcılarının Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	n	%
Erkek	676	78,2
Kadın	189	21,8
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının medeni durumlarına göre dağılımı Tablo-3.8’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi festival katılımcıları ağırlıklı olarak evli bireylerden oluşmaktadır.

Tablo 3.8. Festival Katılımcılarının Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

Medeni Durum	n	%
Evli	653	75,5
Bekâr	212	24,5
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının çalıştıkları yerlere göre dağılımı Tablo-3.9’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi festival katılımcıları ağırlıklı olarak kamu sektörü ve özel sektörde çalışan bireylerden oluşmaktadır. Bunları emekliler takip etmektedir.

Tablo 3.9. Festival Katılımcılarının Çalıştıkları Yere Göre Dağılımı

Çalışılan Yer	n	%
Özel Sektör	257	29,7
Kamu Sektörü	262	30,3
Kendi İsim/Serbest Meslek	130	15,0
Emekli	146	16,9
Çalışmayanlar	70	8,1
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının aylık gelirlerine göre dağılımı Tablo-3.10’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi festival katılımcıları ağırlıklı olarak 1500 TL ile 6000 TL arasında gelire sahip bireylerden oluşmaktadır. Bunun yanında 9000 TL üzeri gelire sahip bireylerde çoğunluktadır.

Tablo 3.10. Festival Katılımcılarının Aylık Gelirlerine Göre Dağılımı

Aylık Gelir	n	%
0-1500 TL	70	8,1
1501-3000 TL	159	18,4
3001-4500 TL	194	22,4
4501-6000 TL	162	18,7

6001-7500 TL	91	10,5
7501-9000 TL	85	9,8
9001 TL ve üstü	104	12,0
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının katıldıkları festival sayılarına göre dağılımı Tablo-3.11’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi festival katılımcıları ağırlıklı olarak 2018 yılında 1-3 aralığında festivallere katılım sağlamışlardır.

Tablo 3.11. Festival Katılımcılarının Katıldıkları Festival Sayılarına Göre Dağılımı

Katılan Festival Sayısı	n	%
1-3 arası	598	69,1
4-7 arası	210	24,3
8 ve daha fazlası	57	6,6
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının eğitim durumlarına göre dağılımı Tablo-3.12’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi festivale katılan bireylerin %75’inden fazlasını üniversite ve üstü eğitim alan bireylerden oluşturmaktadır.

Tablo 3.12. Festival Katılımcılarının Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

En Son Mezun Olunan Okul	n	%
Lise Dengi ve Altı	207	23,9
Üniversite ve Üstü	658	76,1
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının yaşadıkları yerlere göre dağılımı Tablo-3.13’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireyler festival katılımcıları ağırlıklı olarak şehir ya da büyükşehirlerde (%76,9) yaşamaktadırlar.

Tablo 3.13. Festival Katılımcılarının Yaşadıkları Yerlere Göre Dağılımı

Yaşanılan Yer	n	%
Şehir-Büyükşehir	665	76,9
Köy-Kasaba-İlçe	200	23,1
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının yaşadıkları illere göre dağılımı Tablo-3.14’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi festivallere en çok katılım öncelik sıralamasıyla Muğla (%17,0), Ankara (%11,0), İzmir (%10,9) ve İstanbul (%10,8) illerindedir. En az katılımın olduğu iller ise Nevşehir (%0,1), Muş (%0,1), Kütahya (%0,1), Konya (%0,1), Elazığ (%0,1) ve Bilecik’dir (%0,1).

Tablo 3.14. Festival Katılımcılarının Yaşadıkları İllere Göre Dağılımı

Yaşanılan İller	n	%
Muğla	147	17,0
Ankara	95	11,0
İzmir	94	10,9
İstanbul	93	10,8
Antalya	58	6,7
Eskişehir	46	5,3
Aydın	41	4,7
Edirne	33	3,8
Bursa	25	2,9
Zonguldak	24	2,8
Afyon	22	2,5
Balıkesir	18	2,1
Manisa	17	2,0
İçel	16	1,8
Kayseri	15	1,7
Düzce	12	1,4
Bartın	10	1,2
Bolu	10	1,2
Malatya	9	1,0
Yalova	9	1,0
Tekirdağ	8	0,9
Karabük	8	0,9
Adana	7	0,8
Denizli	7	0,8
Hatay	7	0,8
Burdur	6	0,7
Isparta	5	0,6
Kocaeli	4	0,5
Sakarya	3	0,3
Amasya	2	0,2
Çanakkale	2	0,2
Kırklareli	2	0,2
Van	2	0,2
Osmaniye	2	0,2
Nevşehir	1	0,1
Muş	1	0,1
Kütahya	1	0,1
Konya	1	0,1
Elazığ	1	0,1
Bilecik	1	0,1
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının ailelerinde kendilerinden başka bisikletle ilgilenenlerin yakınlığına göre dağılımı Tablo-3.15’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi festival katılımcılarının çoğunluğunun (%52,7) ailelerinde kendilerinden başka bisikletle ilgilenen yoktur. Bunun yanında kardeş, amca, dayı, kuzen gibi diğer aile bireyleri (%17,1), sadece eşi (%12,3), sadece çocukları (%11,8), hem eşi hem de çocukları(%4,6) ve ebeveynlerinin (%1,5) bisiklet bindiğini belirtmişlerdir.

Tablo 3.15. Festival Katılımcılarının Ailelerindeki Bisikletle İlgilenenlerin Yakınlık Derecelerine Göre Dağılımı

Ailede Bisikletle İlgilenenlerin Yakınlığı	n	%
Benden Başka İlgilenen Yok	456	52,7
Diğer Aile Bireyleri	148	17,1
Sadece Eşim	106	12,3
Sadece Çocuğum/Çocuklarım	102	11,8
Hem eşim hem de Çocuklarım	40	4,6
Ebeveynlerim	13	1,5
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının festivale kimlerle katıldığına göre dağılımı Tablo-3.16'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireyler festivallere ağırlıklı olarak organize olmuş bir grupla (%23,9) katılım sağlarken, aile bireyleri (%19,4), yalnız (%18,2), sosyal dünyadan arkadaşlarıyla (%17,2), kız/erkek arkadaşıyla (%12,8) ve okuldan/iş yerinden arkadaşlarıyla (%8,4) festivallere katılmaktadırlar.

Tablo 3.16. Festival Katılımcılarının Festivale Kimlerle Katıldıklarına Göre Dağılımı

Bisiklet Festivaline Kimlerle Katıldınız	n	%
Organize olmuş bir grupla	207	23,9
Aile Bireyleriyle	168	19,4
Yalnız	157	18,2
Sosyal Dünyadaki arkadaşlarla	149	17,2
Kız/Erkek arkadaşımla	111	12,8
Okuldan/İs yerinden arkadaşlarla	73	8,4
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının festivale kimlerle katıldığının cinsiyete göre dağılımları Tablo-3.17-a'da verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi erkek katılımcı sayısının kadınların sayısından fazla olması nedeniyle, katıldıkları kişilere göre ağırlıklı olarak erkek katılımcılar daha fazla çıkmaktadır. Bunun yanında; kadınlar festivallere erkeklerden daha fazla Aile Bireyleriyle (%29,6) ve Kız/Erkek Arkadaşlarıyla (%15,9) katılım sağladıkları görülmektedir.

Tablo 3.17.a. Festival Katılımcılarının Festivale Kimlerle Katıldıklarının Cinsiyete Göre Dağılımları

Festivale Kimlerle Katıldınız	Kadın	Erkek	Toplam (n, %)
Okul/İş Yerinden Arkadaşlarla n	13	60	73
% Okul/İş arkadaşı	17,8	82,2	100
% cinsiyete göre	6,9	8,9	8,4
Aile Bireyleriyle n	56	112	168
% Aile Bireyleri	33,3	66,7	100
% Cinsiyete Göre	29,6	16,6	19,4
Kız/Erkek arkadaşımla n	30	81	111
% Kız/Erkek arkadaş	27,0	73,0	100
% Cinsiyete Göre	15,9	12,0	12,8
Yalnız n	31	126	157
% Yalnız	19,7	80,3	100
% Cinsiyete Göre	16,4	18,6	18,2

Organize Olmuş Grupla	n	41	166	207
%Organize Olmuş Grup		19,8	80,2	100
% Cinsiyete Göre		21,7	24,6	23,9
Sosyal Dünyadaki Arkadaşlarla	n	18	131	149
% Sosyal Dünyadan Arkadaşlar		12,1	87,9	100
% Cinsiyete Göre		9,5	19,4	17,2
Toplam n		189	676	865
Toplam %		100,0	100,0	100,0

Festival katılımcılarının festivale kimlerle katıldığıнын medeni duruma göre dağılımları Tablo-3.17-b’da verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi evli katılımcı sayısı bekâr katılımcı sayısından fazladır ve katıldıkları kişilere göre ağırlıklı olarak bekâr katılımcılar daha fazla çıkmaktadır. Bunun yanında; evli olanlar festivallere bekâr olanlardan daha fazla Aile Bireyleriyle (%22,1) ve Organize Olmuş Grupla (%25,4) katılım sağladıkları görülmektedir.

Tablo 3.17.b. Festival Katılımcılarının Festivale Kimlerle Katıldıklarının Medeni Duruma Göre Dağılımları

Festivale Kimlerle Katıldınız		Evli	Bekâr	Toplam
Okul/İş Yerinden Arkadaşlarla	n	45	28	73
% Okul/İş arkadaşı		61,6	38,4	100
% Medeni Duruma göre		6,9	13,2	8,4
Aile Bireyleriyle	n	144	24	168
% Aile Bireyleri		85,7	14,3	100
% Medeni Duruma göre		22,1	11,3	19,4
Kız/Erkek arkadaşıyla	n	75	36	111
% Kız/Erkek arkadaş		67,6	32,4	100
% Medeni Duruma göre		11,5	17,0	12,8
Yalnız	n	115	42	157
% Yalnız		73,2	26,8	100
% Medeni Duruma göre		17,6	19,8	18,2
Organize Olmuş Grupla	n	166	41	207
%Organize Olmuş Grup		80,2	19,8	100
% Medeni Duruma göre		25,4	19,3	23,9
Sosyal Dünyadaki Arkadaşlarla	n	108	41	149
% Sosyal Dünyadan Arkadaşlar		72,5	27,5	100
% Medeni Duruma göre		16,5	19,3	17,2
Toplam n		653	212	865
Toplam %		100,0	100,0	100,0

Festival katılımcılarının festivallere neden o bireylerle katıldıklarına göre dağılımı Tablo-3.18’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireyler festivallere ağırlıklı olarak farklı insanlarla grup aktivitelerine dâhil olmak için (%63,1), etkinliklerde yalnız kalmaktan ve yeni insanlarla tanışmaktan zevk aldığı için (%52,9), sosyal dünyadaki arkadaşlarıyla birlikte çok eğlendiği için(%42,0), kız/erkek arkadaşıyla farklı etkinliklerde bulunmak için(%17,5), okul/iş arkadaşlarıyla birlikte daha fazla sosyalleşmek için(%17,5), ailesiyle birlikte sosyal aktivitelerde bulunmak için(%17,3), kız/erkek arkadaşıyla yeni anılar edinmek

için(%15,7) ve ailesiyle daha fazla zaman geçirmek için (%11,2) o bireylerle bisiklet festivallerine katılmaktadır.

Tablo 3.18. Festivale Neden O bireylerle Katıldığı

Neden O Bireylerle Katıldığı	n	%
Farklı insanlarla grup aktivitelerine dâhil olmak için	546	63,1
Etkinliklere yalnız katılmaktan ve yeni insanlar tanımaktan zevk aldığım için	458	52,9
Sosyal dünyadaki arkadaşlarımla birlikte çok eğlendiğim için	363	42,0
Kız/Erkek arkadaşımınla farklı etkinliklerde bulunabilmek için	151	17,5
Okul/iş arkadaşlarımla birlikte daha fazla sosyalleşmek için	151	17,5
Ailemle birlikte sosyal aktivitelerde bulunmak için	150	17,3
Kız/Erkek arkadaşımınla yeni anılar edinmek için	136	15,7
Ailemle daha fazla vakit geçirebilmek için	97	11,2
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının hangi tür bisiklet kullandıklarına göre dağılımı Tablo-3.19’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireyler festivallere ağırlıklı olarak dağ bisikletiyle (%44,9) katılmaktadırlar.

Tablo 3.19. Festival Katılımcılarının Kullandıkları Bisiklet Türüne Göre Dağılımı

Hangi Tür Bisiklet Kullanıyorsunuz	n	%
Dağ bisiklet	388	44,9
Trekking(yol) bisikleti	212	24,5
Şehir ve konfor bisikleti	190	22,0
Yarış bisikleti	75	8,7
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının sosyal medyadaki bisiklet gruplarına üye olma durumuna göre dağılımı Tablo-3.20’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireylerin %87,6’sı sosyal medyadaki gruplara üyedir.

Tablo 3.20. Festival Katılımcılarının Sosyal Medyadaki Bisiklet Gruplarına Üyeliklerine Göre Dağılımı

Üye olma durumu	n	%
Üye	758	87,6
Üye değil	107	12,4
Toplam	865	100,0

Festival katılımcılarının festivallere katılarak elde ettikleri faydalar Tablo-3.21’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi elde edilen faydaların öncelik sıralamasına göre ilk beşi “Yeni bir coğrafya tanımak beni mutlu etti (2,82±0,44)”, “Daha mutlu hissettim (2,82±0,44)”, “Daha önce tanımadığım kişilerle buluşmak, aynı şeyleri yapmak bana keyif verdi (2,74±0,52)”, “Festivale katılmak günlük rutinden uzaklaşmama sebep oldu (2,74±0,52)”, “Bisiklete binmek yenilenmiş ve ruhen dinlenmiş hissettirdi (2,74±0,52)”. Festivale katılarak elde edilen en düşük faydaların öncelik sıralamasına göre ilk beşi, “Yeni iş

bağlantıları kurdum (1,71±0,83)”, “Sosyal statü kazanmak sosyal yaşamımda kendimi önemli hissettirdi (1,90±0,81)”, “Başkaları tarafından beğenilmek ve takdir edilme duygusu önemli olduğum düşüncesini verdi/güçlendirdi (1,93±0,78)”, “Bir gruba ait olmak yalnızlık hissinden kurtulmamı sağladı (2,04±0,80)”, “Başkaları tarafından tanınmak ve beğenilmek beni mutlu etti (2,08±0,79)”.

Tablo 3.21. Festival Katılımcılarının Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Ettikleri Faydalar

Festivale Katılarak Elde Edilen Faydalar	Hayır		Kısmen		Evet		Ort±SS
	n	%	n	%	n	%	
EEF01- Yeni bir coğrafya tanımak beni mutlu etti	22	2,5	108	12,5	735	85,0	2,82±0,44
EEF02- Daha mutlu hissettim	19	2,2	115	13,3	731	84,5	2,82±0,44
EEF03- Daha önce tanımadığım kişilerle buluşmak, aynı şeyleri yapmak bana keyif verdi	33	3,8	155	17,9	677	78,3	2,74±0,52
EEF04- Festivale katılmak günlük rutinden uzaklaşmama sebep oldu	35	4,0	154	17,8	676	78,2	2,74±0,52
EEF05- Bisiklete binmek yenilenmiş ve ruhen dinlenmiş hissettirdi	32	3,7	160	18,5	673	77,8	2,74±0,52
EEF06- Daha sağlıklı ve güçlü hissettim	42	4,9	165	19,1	658	76,1	2,71±0,55
EEF07- Sosyal dünyadaki ve ailemdaki kişilerle festivali paylaşmak bana keyif verdi	40	4,6	173	20,0	652	75,4	2,71±0,55
EEF08- Yeni kişilerle tanıştım	59	6,8	146	16,9	660	76,3	2,69±0,59
EEF09- Daha önce tanıştığım kişilerle yeniden buluşmak beni mutlu etti	43	5,0	188	21,7	634	73,3	2,68±0,56
EEF10- Festivale katılmak günlük hayatın can sıkıntısı ve stresinden uzaklaşmamı sağladı	35	4,0	204	23,6	626	72,4	2,68±0,55
EEF11- Yeni bir bisiklet festivalini deneyimlemek beni heyecanlandırdı	32	3,7	216	25,0	617	71,3	2,68±0,54
EEF12- Eski dostlarla, arkadaşlarla anıları tazelemek beni mutlu etti	61	7,1	201	23,2	603	69,7	2,63±0,61
EEF13- Yeni şeyler öğrendim	52	6,0	221	25,5	592	68,4	2,62±0,60
EEF14- Festival kapsamındaki özel etkinliklere katılmak festivalden elde ettiğim tatmini arttırdı	76	8,8	244	28,2	545	63,0	2,54±0,65
EEF15- Kendime güvenim arttı	113	13,1	224	25,9	528	61,0	2,48±0,72
EEF16- Festival kalabalığına dahil olmak stresimi azalttı	99	11,4	283	32,7	483	55,8	2,44±0,69
EEF17- Kişisel tatmin elde ettim	132	15,3	250	28,9	483	55,8	2,41±0,74
EEF18- Hayal gücüm arttı	129	14,9	258	29,8	478	55,3	2,40±0,74
EEF19- Bir gruba ait olmak beni mutlu etti	125	14,5	306	35,4	434	50,2	2,36±0,72
EEF20- Aileme ve çevremdeki bireylere örnek olmamı sağladı	139	16,1	291	33,6	435	50,3	2,34±0,74
EEF21- Çevre bilinci kazandım	148	17,1	311	36,0	406	46,9	2,30±0,74
EEF22- Festivalde kendimle ve başkalarıyla rekabet etmem mücadele ruhumu geliştirdi	204	23,6	258	29,8	403	46,6	2,23±0,81
EEF23- İşteki/okuldaki verimim arttı/artacak	208	24,0	287	33,2	370	42,8	2,19±0,80
EEF24- Başkaları tarafından tanınmak ve beğenilmek beni mutlu etti	236	27,3	328	37,9	301	34,8	2,08±0,79
EEF25- Bir gruba ait olmak yalnızlık hissinden kurtulmamı sağladı	260	30,1	312	36,1	293	33,9	2,04±0,80
EEF26- Başkaları tarafından beğenilmek ve takdir edilme duygusu önemli olduğum düşüncesini verdi/güçlendirdi	291	33,6	342	39,5	232	26,8	1,93±0,78
EEF27- Sosyal statü kazanmak sosyal yaşamımda kendimi önemli hissettirdi	330	38,2	295	34,1	240	27,7	1,90±0,81
EEF28- Yeni iş bağlantıları kurdum	457	52,8	202	23,4	206	23,8	1,71±0,83

Festival katılımcılarının festivallere katılarak elde ettikleri faydalar Tablo-3.22’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi katılımcıları festivaldeki tüm etkinlikler ve organizasyonlardan memnun kalmışlardır. Bu haliyle bakıldığında en çok memnun olunan unsurların ilk beşi “Bu festivalden genel olarak memnun kaldım (4,34±0,89)”,

“Arkadaşlarıma/çevreme bu festivale katılmalarını tavsiye ederim (4,31±0,94)”, “Bu festivale tekrar katılırım (4,26±0,97)”, “Organizasyonu gerçekleştiren ekip güler yüzlü ve cana yakındı (4,25±0,93)”, “Festival zamanlaması (mevsim açısından) uygundu (4,17±0,97)”.

Tablo 3.22. Festival Katılımcılarının Bisiklet Festivalleri Hakkındaki Düşünceleri

Festival hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?	Ort±SS
Bu festivalden genel olarak memnun kaldım	4,34±0,89
Arkadaşlarıma/çevreme bu festivale katılmalarını tavsiye ederim	4,31±0,94
Bu festivale tekrar katılırım	4,26±0,97
Organizasyonu gerçekleştiren ekip güler yüzlü ve cana yakındı	4,25±0,93
Festival zamanlaması (mevsim açısından) uygundu	4,17±0,97
Tur programı detaylı düşünülmüş ve iyi planlanmıştı	4,14±0,96
Festival öncesi gerekli bilgilendirmeler detaylı bir şekilde yapıldı	4,13±1,04
Grup lideri tam donanımlı ve eğitimliydi	4,11±1,00
Konaklama yerinden memnun kaldım	4,08±1,01
Festival zamanlaması (gün ve ay açısından) uygundu	4,08±1,01
Festival masraflarım/harcamalarım gereken düzeydeydi	4,08±0,95
Bisiklet rotalarının zorluk dereceleri ve yol durumu katılımcılara uygun seçilmişti	4,08±0,94
Kamp yerleşim yeri temiz ve bakımlıydı	3,97±1,07
Festival kapsamındaki kültür sanat etkinlikleri yeterli düzeyde ve verimliydi	3,87±1,05
Akşam eğlenceleri organizasyonu başarılıydı	3,83±1,09
Ortak kullanım alanları (wc, toplanma alanı vs.) temizdi	3,76±1,17

Bireyleri bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörlerin cinsiyete göre karşılaştırılması Tablo-3-23’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi Yenilik Arayışı, Fiziksel Aktivite ve Sağlık, Festivalin Çekiciliği, Eğlence, Nostalji, Örnek Olma, Yeni Bireylerle Tanışma ve Ait Olma/Destekleme alt boyutlarında Kadınların lehine istatistiksel olarak anlamlı fark vardır.

Tablo 3.23. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Faktörler	Kadın Ort±SS	Erkek Ort±SS	t	p
Yenilik Arayışı	4,18±0,71	3,89±0,91	4,018	0,000
Fiziksel Aktivite ve Sağlık	4,41±0,61	4,18±0,84	3,477	0,001
Tanıma ve Sosyal Statü	2,15±0,90	2,11±0,91	0,417	0,677
Festivalin Çekiciliği	3,58±0,95	3,30±1,09	3,449	0,001
Eğlence	4,22±0,82	3,82±0,99	5,185	0,000
Nostalji	3,35±1,14	3,30±1,12	0,540	0,050
Örnek Olma	3,78±1,17	3,36±1,23	4,284	0,000
Tanıdıkları Birlikte Olma	2,97±1,01	2,90±0,89	0,947	0,344
Yeni Bireylerle Tanışma	4,04±0,87	3,56±1,02	5,902	0,000
Uzaklaşma	3,29±0,74	3,32±0,95	-0,394	0,694
Rekabet/Mücadele	3,01±1,00	2,91±1,11	1,158	0,248
Ait Olma/Destekleme	3,59±1,00	3,13±1,12	5,088	0,000

Bireyleri bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörlerin medeni duruma göre karşılaştırılması Tablo-3-24’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Festivalin Çekiciliği”, “Eğlence” ve “Yeni Bireylerle Tanışma” alt boyutlarında bekârların lehine anlamlı bir farklılık varken, “Tanındıkları Birlikte Olma” alt boyutunda evli bireylerin lehine anlamlı bir farklılık vardır. Diğer alt boyutlarda medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık yoktur.

Tablo 3.24. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

Faktörler	Evli Ort±SS	Bekar Ort±SS	t	p
Yenilik Arayışı	3,95±0,89	3,97±0,87	-0,258	0,796
Fiziksel Aktivite ve Sağlık	4,22±0,82	4,26±0,75	-0,561	0,575
Tanınma ve Sosyal Statü	2,07±0,90	2,26±0,89	2,700	0,007
Festivalin Çekiciliği	3,30±1,05	3,56±1,08	3,072	0,002
Eğlence	3,79±1,00	4,25±0,74	6,198	0,000
Nostalji	3,30±1,07	3,32±1,30	-0,144	0,886
Örnek Olma	3,50±1,24	3,32±1,20	1,830	0,068
Tanıdıkları Birlikte Olma	2,97±0,94	2,77±0,84	2,907	0,004
Yeni Bireylerle Tanışma	3,61±1,05	3,84±0,88	3,089	0,002
Uzaklaşma	3,29±0,95	3,40±0,76	1,562	0,119
Rekabet/Mücadele	2,90±1,07	3,05±1,14	1,759	0,079
Ait Olma/Destekleme	3,19±1,11	3,35±1,11	1,762	0,079

Bireyleri bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörlerin eğitim düzeyine göre karşılaştırılması Tablo-3-25’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Nostalji”, “Örnek Olma” ve “Rekabet/Mücadele” alt boyutlarında lise dengi ve altı eğitim düzeyindeki bireylerin lehine anlamlı bir farklılık vardır. Diğer alt boyutlarda eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık yoktur.

Tablo 3.25. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Eğitim Düzeyine Göre Karşılaştırılması

Faktörler	Lise Dengi ve altı Ort±SS	Üniversite ve Üstü Ort±SS	t	p
Yenilik Arayışı	3,92±0,90	3,97±0,88	-0,671	0,502
Fiziksel Aktivite ve Sağlık	4,18±0,86	4,25±0,79	-0,949	0,344
Tanınma ve Sosyal Statü	2,37±0,80	2,04±0,92	4,555	0,000
Festivalin Çekiciliği	3,42±1,17	3,34±1,03	0,946	0,344
Eğlence	3,93±0,96	3,90±0,97	0,541	0,589
Nostalji	3,53±0,99	3,24±1,16	3,221	0,001
Örnek Olma	3,64±1,16	3,40±1,25	2,509	0,013
Tanıdıkları Birlikte Olma	3,03±0,83	2,88±0,95	1,956	0,051
Yeni Bireylerle Tanışma	3,74±1,00	3,65±1,02	1,174	0,241
Uzaklaşma	3,35±0,99	3,30±0,88	0,657	0,511
Rekabet/Mücadele	3,19±1,14	2,85±1,06	3,715	0,000
Ait Olma/Destekleme	3,26±1,08	3,22±1,12	0,485	0,628

Bireyleri bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörlerin yaşadıkları yere göre karşılaştırılması Tablo-3.26’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi yaşadıkları yere göre “Yenilik Arayışı”, “Festivalin Çekiciliği”, “Eğlence”, “Nostalji”, “Örnek Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma” ve “Ait Olma/Destekleme” alt boyutlarında “Köy/Kasaba/İlçe” de yaşayan bireylerin lehine anlamlı bir farklılık vardır. Diğer alt boyutlarda anlamlı bir farklılık yoktur.

Tablo 3.26. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Yaşadıkları Yere Göre Karşılaştırılması

Faktörler	Şehir/Büyük Şehir Ort±SS	Köy/Kasaba/İlçe Ort±SS	t	P
Yenilik Arayışı	3,89±0,91	4,18±0,72	4,202	0,000
Fiziksel Aktivite ve Sağlık	4,22±0,81	4,28±0,78	1,044	0,297
Tanınma ve Sosyal Statü	2,11±0,89	2,16±0,96	-0,705	0,481
Festivalin Çekiciliği	3,28±1,02	3,62±1,17	4,045	0,000
Eğlence	3,86±0,95	4,06±1,02	2,527	0,012
Nostalji	3,20±1,09	3,68±1,16	5,366	0,000
Örnek Olma	3,39±1,24	3,69±1,19	3,192	0,002
Tandıklarıyla Birlikte Olma	2,89±0,90	3,02±0,99	1,668	0,096
Yeni Bireylerle Tanışma	3,58±1,02	3,97±0,95	5,083	0,000
Uzaklaşma	3,29±0,88	3,39±0,97	1,263	0,207
Rekabet/Mücadele	2,90±1,04	3,06±1,23	1,841	0,066
Ait Olma/Destekleme	3,15±1,13	3,49±1,01	3,819	0,000

Bireyleri bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörlerin çalışılan yere göre karşılaştırılması Tablo-3-27’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi çalışılan yere göre “Yenilik Arayışı”, “Fiziksel Aktivite ve Sağlık”, “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Eğlence”, “Nostalji”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Rekabet/Mücadele” ve “Ait Olma/Destekleme” alt boyutlarında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık vardır.

Yenilik Arayışı alt boyutundaki farklılık; a) Özel Sektörde çalışanlarla Kendi İş/Serbest Mesleği olanlar (MD₁₋₃, -0.2917, 0,002) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Kamuda çalışanlar ile Kendi İş/Serbest Mesleği olanlar (MD₂₋₃, -0.1846, 0,049) ve Emekliler (MD₂₋₄, 0.2667, 0,003) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Kendi İşini yapanlar ile Emekliler (MD₃₋₄, 0.4513, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. d) Emekliler ile Çalışmayanlar (MD₄₋₅, 0.3753, 0,003) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Fiziksel Aktivite ve Sağlık alt boyutundaki farklılık; a) Özel Sektörde çalışanlarla Kendi İş/Serbest Mesleği olanlar (MD₁₋₃, -0.2156, 0,013) ve Emekliler (MD₁₋₄, -0.2290, 0,006) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Tanınma ve Sosyal Statü alt boyutundaki farklılık; a) Özel Sektörde çalışanlarla Kamu Sektöründe çalışanlar (MD₁₋₂, 0.2268, 0,004) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b)

Kamuda çalışanlar ile Emekliler (MD₂₋₄, -0.3433, 0,000) ve Çalışmayanlar (MD₂₋₅, -0.3725, 0,002) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Festivalin Çekiciliği alt boyutundaki farklılık; a) Özel Sektörde çalışanlar ile Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar (MD₁₋₃, -0.2472, 0,031) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Kamuda çalışanlar ile Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar (MD₂₋₃, -0.2563, 0,025) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar ile Emekliler (MD₃₋₄, 0.2734, 0,033) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Eğlence alt boyutundaki farklılık; a) Özel Sektörde çalışanlar ile Kamu Sektörü çalışanları (MD₁₋₂, -0.1897, 0,025) ve Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar (MD₁₋₃, -0.3364, 0,001) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Nostalji alt boyutundaki farklılık; a) Özel Sektörde çalışanlar ile Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar (MD₁₋₃, -0.7139, 0,000) ve Emekliler (MD₁₋₄, -0.3135, 0,006) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Kamu Sektöründe çalışanlar ile Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar (MD₂₋₃, -0.6451, 0,000) ve Emekli olanlar (MD₂₋₄, -0.2447, 0,032) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar ile Emekli olanlar (MD₃₋₄, 0.4004, 0,003) ve Çalışmayanlar (MD₃₋₅, 0.7363, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. d) Emekliler ile Çalışmayanlar (MD₄₋₅, 0.3359, 0,036) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Örnek Olma alt boyutundaki farklılık; a) Kamu Sektöründe çalışanlar ile Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar (MD₂₋₃, -0.2846, 0,031) ve Emekli olanlar (MD₂₋₄, -0.2988, 0,019) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Tanıdıkları Birlikte Olma alt boyutundaki farklılık; a) Özel Sektörde çalışanlar ile Kamu Sektöründe çalışanlar (MD₁₋₂, 0.1749, 0,030) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Kamu Sektörü çalışanları ile Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar (MD₂₋₃, -0.2099, 0,033) ve Emekli olanlar (MD₂₋₄, -0.2080, 0,029) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Yeni Bireylerle Tanışma alt boyutundaki farklılık; a) Özel Sektörde çalışanlar ile Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar (MD₁₋₃, -0.2315, 0,033) ve Emekli olanlar (MD₁₋₄, 0.2443, 0,020) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Kamu Sektörü çalışanları ile Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar (MD₂₋₃, -0.3304, 0,002) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar ile Emekli olanlar (MD₃₋₄, 0.4758, 0,000) ve Çalışmayanlar (MD₃₋₅, 0.3414, 0,023) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Uzaklaşma alt boyutundaki farklılık; a) Emekli olanlar ile Çalışmayanlar (MD₄₋₅, -0.2638, 0,045) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Rekabet/Mücadele alt boyutundaki farklılık; a) Özel Sektörde çalışanlar ile Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar (MD₁₋₃, -0.2480, 0,033) ve Çalışmayanlar (MD₁₋₅, -0.7986, 0,000)

arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Kamu Sektörü çalışanları ile Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar (MD₂₋₃, -0.2997, 0,010), Emekliler (MD₂₋₃, -0.2602, 0,020) ve Çalışmayanlar (MD₂₋₅, -0.4909, 0,001) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Ait Olma/Destekleme alt boyutundaki farklılık; a) Özel Sektörde çalışanlar ile Kamu Sektörü çalışanları (MD₁₋₂, -0.2416, 0,013), Kendi İşi/Serbest Mesleği olanlar (MD₁₋₃, -0.4051, 0,001) ve Emekliler (MD₁₋₄, -0.4492, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Tablo 3.27. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Çalışılan Yere Göre Karşılaştırılması

Faktörler	Çalışılan Yer	Ort±SS	F	P
Yenilik Arayışı	Özel Sektör	3,89±1,07	5,649	0,000
	Kamu Sektörü	4,00±0,75		
	Kendi İşim/Serbest Meslek	4,18±0,63		
	Emekli	3,73±0,85		
	Çalışmayanlar	4,10±0,93		
Fiziksel Aktivite ve Sağlık	Özel Sektör	4,11±0,97	2,590	0,036
	Kamu Sektörü	4,24±0,77		
	Kendi İşim/Serbest Meslek	4,33±0,58		
	Emekli	4,34±0,67		
	Çalışmayanlar	4,25±0,85		
Tanınma ve Sosyal Statü	Özel Sektör	2,17±1,00	4,852	0,001
	Kamu Sektörü	1,94±0,84		
	Kendi İşim/Serbest Meslek	2,11±0,90		
	Emekli	2,28±0,79		
	Çalışmayanlar	2,31±0,88		
Festivalin Çekiciliği	Özel Sektör	3,33±1,20	1,600	0,172
	Kamu Sektörü	3,32±0,93		
	Kendi İşim/Serbest Meslek	3,57±1,09		
	Emekli	3,30±0,95		
	Çalışmayanlar	3,37±1,17		
Eğlence	Özel Sektör	3,76±1,04	2,973	0,019
	Kamu Sektörü	3,95±0,84		
	Kendi İşim/Serbest Meslek	4,10±0,94		
	Emekli	3,93±0,96		
	Çalışmayanlar	3,84±1,16		
Nostalji	Özel Sektör	3,13±1,20	11,174	0,000
	Kamu Sektörü	3,20±1,00		
	Kendi İşim/Serbest Meslek	3,84±1,05		
	Emekli	3,44±1,04		
	Çalışmayanlar	3,10±1,27		
Örnek Olma	Özel Sektör	3,39±1,31	2,165	0,071
	Kamu Sektörü	3,34±1,30		
	Kendi İşim/Serbest Meslek	3,62±1,03		
	Emekli	3,63±1,06		
	Çalışmayanlar	3,47±1,32		
Tandıklarla Birlikte Olma	Özel Sektör	2,97±0,93	1,990	0,094
	Kamu Sektörü	2,79±0,93		
	Kendi İşim/Serbest Meslek	3,00±0,89		
	Emekli	3,00±0,87		

	Çalışmayanlar	2,89±1,00		
Yeni Bireylerle Tanışma	Özel Sektör	3,71±1,11	4,257	0,002
	Kamu Sektörü	3,62±0,93		
	Kendi İşim/Serbest Meslek	3,95±0,89		
	Emekli	3,47±1,02		
	Çalışmayanlar	3,60±1,08		
Uzaklaşma	Özel Sektör	3,36±0,98	1,627	0,165
	Kamu Sektörü	3,26±0,78		
	Kendi İşim/Serbest Meslek	3,38±0,82		
	Emekli	3,20±0,95		
	Çalışmayanlar	3,46±1,08		
Rekabet/Mücadele	Özel Sektör	2,84±1,07	4,525	0,001
	Kamu Sektörü	2,79±1,07		
	Kendi İşim/Serbest Meslek	3,09±1,06		
	Emekli	3,05±1,13		
	Çalışmayanlar	3,28±1,12		
Ait Olma/Destekleme	Özel Sektör	3,01±1,19	5,094	0,000
	Kamu Sektörü	3,25±1,07		
	Kendi İşim/Serbest Meslek	3,41±1,08		
	Emekli	3,45±0,97		
	Çalışmayanlar	3,20±1,18		

Bireyleri bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörlerin aylık gelire göre karşılaştırılması Tablo-3.28’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi çalışılan yere göre “Yenilik Arayışı”, “Fiziksel Aktivite ve Sağlık”, “Eğlence”, “Nostalji”, “Örnek Olma”, “Uzaklaşma”, “Rekabet/Mücadele” ve “Ait Olma/Destekleme” alt boyutlarında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık vardır.

Yenilik Arayışı alt boyutundaki farklılık; a) Aylık geliri 0-1500 TL olanlar ile 7501-9000 TL (MD₁₋₆, -0.4255, 0,003) olanlar arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Aylık geliri 1501-3000 TL olanlar ile 3001-4500 TL (MD₂₋₃, 0.1969, 0,035) ve 7501-9000 TL (MD₂₋₆, -0.2672, 0,023) olanlar arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Aylık geliri 3001-4500 TL olanlar ile 4501-6000 TL (MD₃₋₄, -0.2434, 0,009) ve 7501-9000 TL (MD₃₋₆, -0.4642, 0,000) olanlar arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. d) Aylık geliri 6001-7500 TL olanlar ile 7501-9000 TL (MD₅₋₆, -0.2607, 0,048) olanlar arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Fiziksel Aktivite ve Sağlık alt boyutundaki farklılık; a) Aylık geliri 0-1500 TL olanlar ile 7501-9000 TL (MD₁₋₆, -0.5313, 0,000)ve 9001 ve üstü olanlar (MD₁₋₇, -0.2995, 0,015) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Aylık geliri 1501-3000 TL olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₂₋₆, -0.3112, 0,004) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Aylık geliri 3001-4500 TL olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₃₋₆, -0.4143, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. d) Aylık geliri 4501-6000 TL olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₄₋₆, -0.3939, 0,000)arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. e) Aylık geliri 9001 ve üstü olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₇₋₆, -0.2318, 0,047) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Tanınma ve Sosyal Statü alt boyutundaki farklılık; a) Aylık geliri 3001-4500 TL olanlar ile 4501-6000 TL olanlar (MD₃₋₄, 0.1971, 0,041) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Festivalin Çekiciliği alt boyutundaki farklılık; a) Aylık geliri 0-1500 TL olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₁₋₆, -0.3939, 0,022) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Aylık geliri 1501-3000 TL olanlar ile 9001 ve üstü olanlar (MD₂₋₇, 0.2754, 0,040) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Aylık geliri 3001-4500 TL olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₃₋₆, -0.2819, 0,041) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. d) Aylık geliri 6001-7500 TL olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₅₋₆, -0.3673, 0,022) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. e) Aylık geliri 9001 ve üstü olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₇₋₆, -0.4171, 0,007) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Eğlence alt boyutundaki farklılık; a) Aylık geliri 0-1500 TL olanlar ile 4501-6000 TL (MD₁₋₄, -0.2997, 0,029), 6001-7500 TL (MD₁₋₅, -0.3074, 0,044), 7501-9000 TL (MD₁₋₆, -0.5027, 0,001) ve 9001 ve üstü olanlar (MD₁₋₇, -0.3778, 0,011) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Aylık geliri 1501-3000 TL olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₂₋₆, -0.3200, 0,013) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Aylık geliri 3001-4500 TL olanlar ile 4501-6000 TL (MD₃₋₄, -0.2124, 0,038), 7501-9000 TL (MD₃₋₆, -0.4154, 0,001) ve 9001 ve üstü olanlar (MD₃₋₇, -0.2905, 0,013) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Nostalji alt boyutundaki farklılık; a) Aylık geliri 0-1500 TL olanlar ile 7501-9000 TL (MD₁₋₆, -0.3613, 0,044) ve 9001 ve üstü olanlar (MD₁₋₇, -0.3995, 0,020) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Aylık geliri 1501-3000 TL olanlar ile 3001-4500 TL (MD₂₋₃, 0.2728, 0,022) ve 4501-6000 TL olanlar (MD₂₋₄, 0.4471, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Aylık geliri 3001-4500 TL olanlar ile 7501-9000 TL (MD₃₋₆, -0.3794, 0,009) ve 9001 ve üstü olanlar (MD₃₋₇, -0.4176, 0,002) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. d) Aylık geliri 4501-6000 TL olanlar ile 7501-9000 TL (MD₄₋₆, -0.5536, 0,000) ve 9001 ve üstü olanlar (MD₄₋₇, -0.5918, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. e) Aylık geliri 6001-7500 TL olanlar ile 7501-9000 TL (MD₅₋₆, -0.3900, 0,020) ve 9001 ve üstü olanlar (MD₅₋₇, -0.0382, 0,007) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Örnek Olma alt boyutundaki farklılık; a) Aylık geliri 0-1500 TL olanlar ile 6001-7500 TL olanlar (MD₁₋₅, 0.4213, 0,030) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Aylık geliri 1501-3000 TL olanlar ile 3001-4500 TL (MD₂₋₃, 0.3039, 0,020), 6001-7500 TL (MD₂₋₅, 0.6677, 0,000) ve 9001 ve üstü olanlar (MD₂₋₇, 0.4186, 0,007) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Aylık geliri 3001-4500 TL olanlar ile 4501-6000 TL (MD₃₋₄, -0.2791, 0,032) ve 6001-7500 TL olanlar (MD₃₋₅, 0.3638, 0,019) arasındaki farktan

kaynaklanmaktadır. d) Aylık geliri 4501-6000 TL olanlar ile 6001-7500 TL (MD₄₋₅, 0.6429, 0,000) ve 9001 ve üstü olanlar (MD₄₋₇, 0.3938, 0,010) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. e) Aylık geliri 9001 ve üstü olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₇₋₆, -0.3632, 0,042) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Tanıdıklarla Birlikte Olma alt boyutundaki farklılık; a) Aylık geliri 1501-3000 TL olanlar ile 9001 ve üstü olanlar (MD₂₋₇, 0.3178, 0,006) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Yeni Bireylerle Tanışma alt boyutundaki farklılık; a) Aylık geliri 0-1500 TL olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₁₋₆, -0.4815, 0,003) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Aylık geliri 1501-3000 TL olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₂₋₆, -0.3383, 0,013) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Aylık geliri 3001-4500 TL olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₃₋₆, -0.4251, 0,001) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. d) Aylık geliri 4501-6000 TL olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₄₋₆, -0.2892, 0,033) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. e) Aylık geliri 9001 ve üstü olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₇₋₆, -0.3818, 0,010) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Uzaklaşma alt boyutundaki farklılık; a) Aylık geliri 1501-3000 TL olanlar ile 3001-4500 TL (MD₂₋₃, 0.2726, 0,005) ve 4501-6000 TL olanlar (MD₂₋₄, 0.2925, 0,004) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Aylık geliri 3001-4500 TL olanlar ile 7501-9000 TL (MD₃₋₆, -0.2442, 0,038) ve 9001 ve üstü olanlar (MD₃₋₇, -0.2349, 0,032) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Aylık geliri 4501-6000 TL olanlar ile 7501-9000 TL (MD_{4-J6}, -0.2641, 0,029) ve 9001 ve üstü olanlar (MD₄₋₇, -0.2549, 0,025) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Rekabet/Mücadele alt boyutundaki farklılık; a) Aylık geliri 0-1500 TL olanlar ile 1501-3000 TL (MD₁₋₂, 0.3491, 0,024) ve 4501-6000 TL olanlar (MD₁₋₄, 0.3900, 0,011) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Aylık geliri 1501-3000 TL olanlar ile 3001-4500 TL (MD₂₋₃, -0.2589, 0,024) ve 7501-9000 TL olanlar (MD₂₋₆, -0.6779, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Aylık geliri 3001-4500 TL olanlar ile 4501-6000 TL (MD₃₋₄, 0.2998, 0,009) ve 7501-9000 TL olanlar (MD₃₋₆, -0.4191, 0,003) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. d) Aylık geliri 9001 ve üstü olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₇₋₆, -0.5137, 0,001) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Ait Olma/Destekleme alt boyutundaki farklılık; a) Aylık geliri 0-1500 TL olanlar ile 4501-6000 TL (MD₁₋₄, -0.3166, 0,045) ve 7501-9000 TL olanlar (MD₁₋₆, -0.4227, 0,018) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Aylık geliri 1501-3000 TL olanlar ile 4501-6000 TL (MD₂₋₄, -0.2493, 0,043) ve 7501-9000 TL olanlar (MD₂₋₆, -0.3553, 0,017) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Aylık geliri 3001-4500 TL olanlar ile 4501-6000 TL (MD₃₋₄, -0.3809, 0,001) ve 7501-9000 TL olanlar (MD₃₋₆, -0.4869, 0,001) arasındaki farktan

kaynaklanmaktadır. d) Aylık geliri 4501-6000 TL olanlar ile 6001-7500 TL (MD₄₋₅, 0.3632, 0,012) ve 9001 ve üstü olanlar (MD₄₋₇, 0.3297, 0,017) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. e) Aylık geliri 6001- 7500 TL olanlar ile 7501-9000 TL olanlar (MD₅₋₆, -0.4692, 0,005)arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Tablo 3.28. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Aylık Gelire Göre Karşılaştırılması

Faktörler	Aylık Gelir	Ort±SS	F	P
Yenilik Arayışı	0-1500 TL	3,83±1,17	3,512	0,002
	1501-3000 TL	3,99±0,75		
	3001-4500 TL	3,79±0,93		
	4501-6000 TL	4,04±0,79		
	6001-7500 TL	4,00±0,88		
	7501-9000 TL	4,26±0,83		
	9001 TL ve üstü	3,87±0,88		
Fiziksel Aktivite ve Sağlık	0-1500 TL	4,04±1,16	4,271	0,000
	1501-3000 TL	4,26±0,72		
	3001-4500 TL	4,16±0,86		
	4501-6000 TL	4,18±0,77		
	6001-7500 TL	4,13±0,84		
	7501-9000 TL	4,57±0,57		
	9001 TL ve üstü	4,34±0,59		
Tanınma ve Sosyal Statü	0-1500 TL	2,21±0,81	1,059	0,386
	1501-3000 TL	2,16±0,89		
	3001-4500 TL	2,17±0,99		
	4501-6000 TL	1,97±0,78		
	6001-7500 TL	2,07±0,93		
	7501-9000 TL	2,14±0,94		
	9001 TL ve üstü	2,16±0,94		
Festivalin Çekiciliği	0-1500 TL	3,22±1,30	1,935	0,073
	1501-3000 TL	3,47±1,14		
	3001-4500 TL	3,33±1,00		
	4501-6000 TL	3,38±0,89		
	6001-7500 TL	3,24±1,24		
	7501-9000 TL	3,61±1,10		
	9001 TL ve üstü	3,19±0,89		
Eğlence	0-1500 TL	3,67±1,23	3,236	0,004
	1501-3000 TL	3,85±0,93		
	3001-4500 TL	3,76±1,08		
	4501-6000 TL	3,97±0,89		
	6001-7500 TL	3,98±0,92		
	7501-9000 TL	4,17±0,88		
	9001 TL ve üstü	4,05±0,71		
Nostalji	0-1500 TL	3,22±1,31	5,079	0,000
	1501-3000 TL	3,47±1,00		
	3001-4500 TL	3,20±1,03		
	4501-6000 TL	3,03±1,00		
	6001-7500 TL	3,19±1,41		
	7501-9000 TL	3,58±1,16		
	9001 TL ve üstü	3,62±1,08		

Örnek Olma	0-1500 TL	3,43±1,30	4,487	0,000
	1501-3000 TL	3,68±1,07		
	3001-4500 TL	3,37±1,21		
	4501-6000 TL	3,65±1,15		
	6001-7500 TL	3,01±1,25		
	7501-9000 TL	3,62±1,23		
	9001 TL ve üstü	3,26±1,43		
Tanıdıkları Birlikte Olma	0-1500 TL	2,96±1,02	1,503	0,174
	1501-3000 TL	3,06±0,94		
	3001-4500 TL	2,93±0,90		
	4501-6000 TL	2,88±0,91		
	6001-7500 TL	2,85±0,94		
	7501-9000 TL	2,98±0,77		
	9001 TL ve üstü	2,74±0,96		
Yeni Bireylerle Tanışma	0-1500 TL	3,54±1,16	2,577	0,018
	1501-3000 TL	3,68±1,08		
	3001-4500 TL	3,59±1,18		
	4501-6000 TL	3,73±0,83		
	6001-7500 TL	3,51±1,03		
	7501-9000 TL	4,02±0,69		
	9001 TL ve üstü	3,64±0,89		
Uzaklaşma	0-1500 TL	3,33±1,18	2,565	0,018
	1501-3000 TL	3,46±1,06		
	3001-4500 TL	3,19±0,86		
	4501-6000 TL	3,17±0,77		
	6001-7500 TL	3,35±0,82		
	7501-9000 TL	3,43±0,80		
	9001 TL ve üstü	3,42±0,85		
Rekabet/Mücadele	0-1500 TL	3,11±1,20	5,664	0,000
	1501-3000 TL	2,77±1,04		
	3001-4500 TL	3,02±1,10		
	4501-6000 TL	2,72±1,00		
	6001-7500 TL	2,80±1,12		
	7501-9000 TL	3,44±1,11		
	9001 TL ve üstü	2,93±1,02		
Ait Olma/Destekleme	0-1500 TL	3,14±1,29	3,538	0,002
	1501-3000 TL	3,21±1,06		
	3001-4500 TL	3,07±1,06		
	4501-6000 TL	3,45±0,99		
	6001-7500 TL	3,09±1,30		
	7501-9000 TL	3,56±0,84		
	9001 TL ve üstü	3,13±1,25		

Bireyleri bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörlerin yaş aralığına göre karşılaştırılması Tablo-3-29’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi tüm alt boyutlarda istatistiki olarak anlamlı farklılık vardır.

Yenilik Arayışı alt boyutundaki farklılık; a) Yaş aralığı 24 yaş ve altı olanlar ile 25-34 yaş (MD₁₋₂, 0.3582, 0,008), 35-44 yaş (MD₁₋₃, 0.3288, 0,011), 45-54 yaş (MD₁₋₄, 0.5721, 0,000), 55 yaş ve üstü olanlar (MD₁₋₅, 0.5513, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

b) 25-34 yaş olanlar ile 45-54 yaş (MD_{2-4} , 0.2139, 0,014) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) 35-44 yaş olanlar ile 45-54 yaş (MD_{3-4} , 0.2433, 0,002) ve 55 yaş ve üstü olanlar (MD_{3-5} , 0.2225, 0,016) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Fiziksel Aktivite ve Sağlık alt boyutundaki farklılık; a) Yaş aralığı 24 yaş ve altı olanlar ile 35-44 yaş (MD_{1-3} , 0.2671, 0,024) ve 45-54 yaş olanlar (MD_{1-4} , 0.3294, 0,006) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Yaş aralığı 45-54 yaş olanlar ile 55 yaş ve üstü olanlar (MD_{4-5} , -0.2235, 0,010) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Tanınma ve Sosyal Statü alt boyutundaki farklılık; a) Yaş aralığı 24 yaş ve altı olanlar ile 25-34 yaş (MD_{1-2} , 0.3432, 0,013), 35-44 yaş (MD_{1-3} , 0.6136, 0,000), 45-54 yaş (MD_{1-4} , 0.3425, 0,010) ve 55 yaş ve üstü olanlar (MD_{1-5} , 0.3281, 0,022) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Yaş aralığı 25-34 yaş olanlar ile 35-44 yaş (MD_{2-3} , 0.2704, 0,002) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Yaş aralığı 35-44 yaş ile 45-54 yaş (MD_{3-4} , -0.2711, 0,001) ve 55 yaş ve üstü olanlar (MD_{1-5} , -0.2855, 0,002) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Festivalin Çekiciliği alt boyutundaki farklılık; a) Yaş aralığı 24 yaş ve altı olanlar ile 25-34 yaş (MD_{1-2} , 0.6685, 0,000), 35-44 yaş (MD_{1-3} , 0.6872, 0,000), 45-54 yaş (MD_{1-4} , 0.9166, 0,000) ve 55 yaş ve üstü olanlar (MD_{1-5} , 0.7054, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Yaş aralığı 25-34 yaş olanlar ile 45-54 yaş olanlar (MD_{2-4} , 0.2481, 0,018) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Yaş aralığı 35-44 yaş ile 45-54 yaş olanlar (MD_{3-4} , 0.2294, 0,014) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Eğlence alt boyutundaki farklılık; a) Yaş aralığı 24 yaş ve altı olanlar ile 35-44 yaş (MD_{1-3} , 0.3475, 0,015) ve 45-54 yaş olanlar (MD_{1-4} , 0.4141, 0,004) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Yaş aralığı 25-34 yaş olanlar ile 35-44 yaş (MD_{2-3} , 0.2279, 0,015) ve 45-54 yaş olanlar (MD_{2-4} , 0.2946, 0,002) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Yaş aralığı 45-54 yaş ile 55 yaş ve üstü olanlar (MD_{4-5} , -0.2545, 0,015) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Nostalji alt boyutundaki farklılık; a) Yaş aralığı 24 yaş ve altı olanlar ile 35-44 yaş olanlar (MD_{1-3} , 0.3608, 0,028) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Yaş aralığı 25-34 yaş olanlar ile 45-54 yaş (MD_{2-4} , -0.3680, 0,001) ve 55 yaş ve üstü olanlar (MD_{2-5} , -0.6349, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Yaş aralığı 35-44 yaş ile 45-54 yaş (MD_{3-4} , -0.2102, 0,034) ve 55 yaş ve üstü olanlar (MD_{3-5} , -0.4771, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. d) Yaş aralığı 45-54 yaş olanlar ile 55 yaş ve üstü olanlar (MD_{4-5} , -0.2668, 0,027) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Örnek Olma alt boyutundaki farklılık; a) Yaş aralığı 24 yaş ve altı olanlar ile 25-34 yaş (MD₁₋₂, 0.7790, 0,000), 35-44 yaş (MD₁₋₃, 0.5174, 0,004), 45-54 yaş (MD₁₋₄, 0.6180, 0,001) ve 55 yaş ve üstü olanlar (MD₁₋₅, 0.5417, 0,006) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

b) Yaş aralığı 25-34 yaş olanlar ile 35-44 yaş olanlar (MD₂₋₃, -0.2616, 0,028) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Tanıdıklarla Birlikte Olma alt boyutundaki farklılık; a) Yaş aralığı 24 yaş ve altı olanlar ile 25-34 yaş (MD₁₋₂, 0.3674, 0,010) ve 45-54 yaş olanlar (MD₁₋₄, 0.3907, 0,005) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Yeni Bireylerle Tanışma alt boyutundaki farklılık; a) Yaş aralığı 24 yaş ve altı olanlar ile 35-44 yaş (MD₁₋₃, 0.3950, 0,008) ve 55 yaş ve üstü olanlar (MD₁₋₅, 0.4050, 0,012) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Yaş aralığı 25-34 yaş olanlar ile 45-54 yaş olanlar (MD₂₋₄, 0.2546, 0,012) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Uzaklaşma alt boyutundaki farklılık; a) Yaş aralığı 24 yaş ve altı olanlar ile 25-34 yaş (MD₁₋₂, 0.5694, 0,000), 35-44 yaş (MD₁₋₃, 0.7278, 0,000), 45-54 yaş (MD₁₋₄, 0.8690, 0,000) ve 55 yaş ve üstü olanlar (MD₁₋₅, 0.9431, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Yaş aralığı 25-34 yaş olanlar ile 45-54 yaş (MD₂₋₄, 0.2996, 0,001) ve 55 yaş ve üstü olanlar (MD₂₋₅, 0.3737, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Yaş aralığı 35-44 yaş ile 55 yaş ve üstü olanlar (MD₃₋₅, 0.2153, 0,021) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Rekabet/Mücadele alt boyutundaki farklılık; a) Yaş aralığı 24 yaş ve altı olanlar ile 35-44 yaş (MD₁₋₃, 0.3734, 0,020) ve 45-54 yaş (MD₁₋₄, 0.3663, 0,025) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Yaş aralığı 25-34 yaş olanlar ile 35-44 yaş (MD₂₋₃, 0.2918, 0,006) ve 45-54 yaş olanlar (MD₂₋₄, 0.2848, 0,009) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Ait Olma/Destekleme alt boyutundaki farklılık; a) Yaş aralığı 24 yaş ve altı olanlar ile 25-34 yaş olanlar (MD₁₋₂, 0.4137, 0,016) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. b) Yaş aralığı 25-34 yaş olanlar ile 35-44 yaş (MD₂₋₃, -0.2364, 0,028) ve 55 yaş ve üstü olanlar (MD₂₋₅, -0.4738, 0,000) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. c) Yaş aralığı 35-44 yaş ile 55 yaş ve üstü olanlar (MD₃₋₅, -0.2373, 0,042) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır. d) Yaş aralığı 45-54 yaş olanlar ile 55 yaş ve üstü olanlar (MD₄₋₅, -0.3680, 0,002) arasındaki farktan kaynaklanmaktadır.

Tablo 3.29. Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin Yaş Aralığına Göre Karşılaştırılması

Faktörler	Yaş Aralığı	Ort±SS	F	p
Yenilik Arayışı	24 Yaş ve altı	4,37±0,84	6,696	0,000
	25 - 34 yaş	4,01±0,88		

	35 - 44 yaş	4,04±0,80		
	45 - 54 yaş	3,80±0,93		
	55 ve üstü	3,82±0,90		
Fiziksel Aktivite ve Sağlık	24 Yaş ve altı	4,46±0,89	3,113	0,015
	25 - 34 yaş	4,27±0,77		
	35 - 44 yaş	4,19±0,78		
	45 - 54 yaş	4,13±0,89		
	55 ve üstü	4,35±0,68		
Tanınma ve Sosyal Statü	24 Yaş ve altı	2,52±0,78	7,290	0,000
	25 - 34 yaş	2,18±0,95		
	35 - 44 yaş	1,91±0,90		
	45 - 54 yaş	2,18±0,85		
	55 ve üstü	2,20±0,91		
Festivalin Çekiciliği	24 Yaş ve altı	4,06±1,08	8,711	0,000
	25 - 34 yaş	3,40±1,15		
	35 - 44 yaş	3,38±1,04		
	45 - 54 yaş	3,15±0,99		
	55 ve üstü	3,36±1,00		
Eğlence	24 Yaş ve altı	4,17±1,00	4,346	0,002
	25 - 34 yaş	4,05±0,94		
	35 - 44 yaş	3,83±1,02		
	45 - 54 yaş	3,76±0,96		
	55 ve üstü	4,01±0,86		
Nostalji	24 Yaş ve altı	3,55±1,18	8,040	0,000
	25 - 34 yaş	3,03±1,20		
	35 - 44 yaş	3,18±1,01		
	45 - 54 yaş	3,39±1,12		
	55 ve üstü	3,66±1,10		
Örnek Olma	24 Yaş ve altı	4,02±1,14	4,492	0,001
	25 - 34 yaş	3,25±1,12		
	35 - 44 yaş	3,51±1,33		
	45 - 54 yaş	3,41±1,25		
	55 ve üstü	3,48±1,10		
Tanıdıkları Birlikte Olma	24 Yaş ve altı	3,21±0,92	2,588	0,036
	25 - 34 yaş	2,85±0,94		
	35 - 44 yaş	2,96±0,99		
	45 - 54 yaş	2,82±0,78		
	55 ve üstü	2,97±0,95		
Yeni Bireylerle Tanışma	24 Yaş ve altı	4,07±1,03	3,996	0,003
	25 - 34 yaş	3,76±1,06		
	35 - 44 yaş	3,67±1,07		
	45 - 54 yaş	3,51±0,98		
	55 ve üstü	3,66±0,85		
Uzaklaşma	24 Yaş ve altı	4,04±1,06	14,314	0,000
	25 - 34 yaş	3,47±0,86		
	35 - 44 yaş	3,31±0,73		
	45 - 54 yaş	3,17±0,96		
	55 ve üstü	3,09±0,95		
Rekabet/Mücadele	24 Yaş ve altı	3,21±1,14	3,236	0,012
	25 - 34 yaş	3,12±1,04		
	35 - 44 yaş	2,83±1,08		
	45 - 54 yaş	2,84±1,13		
	55 ve üstü	2,94±1,04		

Ait Olma/ Destekleme	24 Yaş ve altı	3,44±1,14	4,509	0,001
	25 - 34 yaş	3,03±1,12		
	35 - 44 yaş	3,27±1,13		
	45 - 54 yaş	3,13±1,14		
	55 ve üstü	3,50±0,94		

Bireylerin bisiklet festivallerine katılarak elde ettiği faydaların cinsiyete göre karşılaştırılması Tablo-3.30’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireylerin festivallere katılarak elde ettiği faydalardan “Aileme ve çevremdeki bireylere örnek olmamı sağladı” ($t=2,557$, $p=0,011$), “Yeni bir bisiklet festivalini deneyimlemek beni heyecanlandırdı” ($t=4,482$, $p=0,000$), “Festival kapsamındaki özel etkinliklere katılmak festivalden elde ettiğim tatmini arttırdı” ($t=1,964$, $p=0,050$), “Bir gruba ait olmak beni mutlu etti” ($t=2,115$, $p=0,035$) kadın katılımcıların lehine, “Eski dostlarla, arkadaşlarla anıları tazelemek beni mutlu etti” ($t=-2,482$, $p=0,013$) ise erkek katılımcıların lehine istatistiki olarak anlamlı farklılık vardır.

Tablo 3.30. Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Edilen Faydaların Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Bisiklet Festivaline Katılarak Elde Edilen Faydalar	Kadın Ort±SS	Erkek Ort±SS	t	p
Daha mutlu hissettim	2,83±0,48	2,82±0,42	0,253	0,800
Sosyal dünyadaki ve ailemdeki kişilerle festivali paylaşmak bana keyif verdi	2,77±0,52	2,69±0,55	1,848	0,065
Daha önce tanımadığım kişilerle festivalde buluşmak, aynı şeyleri yapmak bana keyif verdi	2,77±0,51	2,74±0,52	0,848	0,397
Daha önce tanıştığım kişilerle yeniden buluşmak beni mutlu etti	2,65±0,64	2,69±0,54	-0,897	0,370
Başkaları tarafından tanınmak ve beğenilmek beni mutlu etti	2,07±0,71	2,08±0,81	-0,021	0,983
Sosyal statü kazanmak sosyal yaşamımda kendimi önemli hissettirdi	1,99±0,74	1,87±0,82	1,807	0,071
Aileme ve çevremdeki bireylere örnek olmamı sağladı	2,46±0,71	2,31±0,75	2,557	0,011
Yeni bir bisiklet festivalini deneyimlemek beni heyecanlandırdı	2,83±0,44	2,63±0,56	4,482	0,000
Yeni bir coğrafya tanımak beni mutlu etti	2,82±0,44	2,83±0,45	-0,148	0,883
Festival kapsamındaki özel etkinliklere katılmak festivalden elde ettiğim tatmini arttırdı	2,62±0,63	2,52±0,66	1,964	0,050
Festival kalabalığına dahil olmak stresimi azalttı	2,46±0,67	2,44±0,70	0,255	0,799
Festivale katılmak günlük rutinden uzaklaşmama sebep oldu	2,74±0,47	2,74±0,54	-0,010	0,992
Festivale katılmak günlük hayatın can sıkıntısı ve stresinden uzaklaşmamı sağladı	2,69±0,56	2,68±0,54	0,129	0,898
Festivalde kendimle ve başkalarıyla rekabet etmem mücadelem ruhumu geliştirdi	2,15±0,78	2,25±0,81	-1,479	0,139
Bisiklete binmek yenilenmiş ve ruhen dinlenmiş hissettirdi	2,78±0,51	2,73±0,52	1,119	0,264
Eski dostlarla, arkadaşlarla anıları tazelemek beni mutlu etti	2,53±0,72	2,65±0,58	-2,482	0,013
Başkaları tarafından beğenilmek ve takdir edilme duygusu önemli olduğum düşüncesini verdi/güçlendirdi	1,92±0,71	1,93±0,79	-0,224	0,823
Kişisel tatmin elde ettim	2,48±0,64	2,39±0,76	1,482	0,139
Kendime güvenim arttı	2,50±0,67	2,47±0,73	0,399	0,690
Yeni şeyler öğrendim	2,66±0,53	2,62±0,61	0,830	0,407
Daha sağlıklı ve güçlü hissettim	2,77±0,54	2,70±0,55	1,558	0,120
Yeni kişilerle tanıştım	2,65±0,67	2,71±0,57	-1,298	0,194
Yeni iş bağlantıları kurdum	1,63±0,75	1,73±0,85	-1,510	0,131
Çevre bilinci kazandım	2,38±0,72	2,28±0,75	1,664	0,097
Hayal gücüm arttı	2,46±0,68	2,39±0,75	1,092	0,275

Bir gruba ait olmak beni mutlu etti	2,46±,596	2,33±,750	2,115	0,035
Bir gruba ait olmak yalnızlık hissinden kurtulmamı sağladı	2,03±,771	2,04±,807	-0,128	0,898
İşteki/okuldaki verimim arttı/artacak	2,16±,848	2,20±,781	-0,558	0,577

Bireylerin bisiklet festivallerine katılarak elde ettiği faydaların medeni duruma göre karşılaştırılması Tablo-3.31’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireylerin festivallere katılarak elde ettiği faydalardan “Sosyal dünyamdaki ve ailemdaki kişilerle festivali paylaşmak bana keyif verdi” (t=2,753, p=0,006), “Daha önce tanımadığım kişilerle festivalde buluşmak, aynı şeyleri yapmak bana keyif verdi” (t=2,430, p=0,015), “Daha önce tanıştığım kişilerle yeniden buluşmak beni mutlu etti” (t=4,527, p=0,000), “Bisiklete binmek yenilenmiş ve ruhen dinlenmiş hissettirdi” (t=2,165, p=0,031), “Eski dostlarla, arkadaşlarla anıları tazelemek beni mutlu etti” (t=5,487, p=0,000), “Yeni kişilerle tanıştım” (t=3,406, p=0,001), “Yeni iş bağlantıları kurdum” (t=2,348, p=0,019), “Çevre bilinci kazandım” (t=2,155, p=0,032), “Hayal gücüm arttı” (t=2,695, p=0,007) faydaları evli katılımcıların lehine, “Daha mutlu hissettim” (t=-3,934, p=0,000), “Yeni bir bisiklet festivalini deneyimlemek beni heyecanlandırdı” (t=-3,620, p=0,000), “Festival kalabalığına dâhil olmak stresimi azalttı” (t=-2,699, p=0,007), “Festivale katılmak günlük hayatın can sıkıntısı ve stresinden uzaklaşmamı sağladı” (t=-2,200, p=0,028), “Başkaları tarafından beğenilmek ve takdir edilme duygusu önemli olduğum düşüncesini verdi/güçlendirdi” (t=-2,194, p=0,029) faydaları ise bekâr katılımcıların lehinedir.

Tablo 3.31. Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Edilen Faydaların Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

Bisiklet Festivaline Katılarak Elde Edilen Faydalar	Evli Ort±SS	Bekâr Ort±SS	t	p
Daha mutlu hissettim	2,79±0,47	2,92±0,27	-3,934	0,000
Sosyal dünyamdaki ve ailemdaki kişilerle festivali paylaşmak bana keyif verdi	2,74±0,49	2,62±0,68	2,753	0,006
Daha önce tanımadığım kişilerle festivalde buluşmak, aynı şeyleri yapmak bana keyif verdi	2,77±0,49	2,67±0,58	2,430	0,015
Daha önce tanıştığım kişilerle yeniden buluşmak beni mutlu etti	2,73±0,51	2,53±0,68	4,527	0,000
Başkaları tarafından tanınmak ve beğenilmek beni mutlu etti	2,06±0,81	2,12±0,72	-0,913	0,361
Sosyal statü kazanmak sosyal yaşamımda kendimi önemli hissettirdi	1,87±0,81	1,97±0,79	-1,479	0,140
Aileme ve çevremdeki bireylere örnek olmamı sağladı	2,36±0,74	2,29±0,73	1,241	0,215
Yeni bir bisiklet festivalini deneyimlemek beni heyecanlandırdı	2,64±0,56	2,79±0,45	-3,620	0,000
Yeni bir coğrafya tanımak beni mutlu etti	2,82±0,47	2,84±0,36	-0,860	0,390
Festival kapsamındaki özel etkinliklere katılmak festivalden elde ettiğim tatmini arttırdı	2,54±0,66	2,54±0,62	0,119	0,906
Festival kalabalığına dahil olmak stresimi azalttı	2,41±0,70	2,55±0,66	-2,699	0,007
Festivale katılmak günlük rutinden uzaklaşmama sebep oldu	2,73±0,53	2,77±0,51	-1,059	0,290
Festivale katılmak günlük hayatın can sıkıntısı ve stresinden uzaklaşmamı sağladı	2,66±0,56	2,75±0,48	-2,200	0,028
Festivalde kendimle ve başkalarıyla rekabet etmem mücadelem ruhumu geliştirdi	2,22±0,82	2,25±0,77	-0,530	0,597
Bisiklete binmek yenilenmiş ve ruhen dinlenmiş hissettirdi	2,76±0,49	2,67±0,59	2,165	0,031
Eski dostlarla, arkadaşlarla anıları tazelemek beni mutlu etti	2,69±0,56	2,43±0,73	5,487	0,000
Başkaları tarafından beğenilmek ve takdir edilme duygusu önemli	1,90±0,80	2,03±0,68	-2,194	0,029

olduğum düşüncesini verdi/güçlendirdi				
Kişisel tatmin elde ettim	2,39±0,76	2,46±0,67	-1,280	0,201
Kendime güvenim arttı	2,49±0,72	2,45±0,69	0,760	0,448
Yeni şeyler öğrendim	2,62±0,58	2,63±0,64	-0,208	0,835
Daha sağlıklı ve güçlü hissettim	2,72±0,55	2,68±0,55	0,858	0,391
Yeni kişilerle tanıştım	2,73±0,55	2,58±0,68	3,406	0,001
Yeni iş bağlantıları kurdum	1,75±0,85	1,59±0,76	2,348	0,019
Çevre bilinci kazandım	2,33±0,74	2,20±0,74	2,155	0,032
Hayal gücüm arttı	2,44±0,74	2,29±0,71	2,695	0,007
Bir gruba ait olmak beni mutlu etti	2,35±0,74	2,39±0,68	-0,831	0,406
Bir gruba ait olmak yalnızlık hissinden kurtulmamı sağladı	2,03±0,81	2,07±0,78	-0,696	0,487
İşteki/okuldaki verimim arttı/artacak	2,21±0,78	2,12±0,85	1,461	0,144

Bireylerin bisiklet festivallerine katılarak elde ettiği faydaların Yaş değişkeniyle korelasyonu Tablo-3.32’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireylerin yaşları arttıkça festivale katılarak kendilerini daha mutlu hissetmişler ($r=0,067$, $p<0,05$), daha önce tanımadıkları kişilerle festivalde buluşmak, aynı şeyleri yapmak onlara keyif vermiş ($r=0,090$, $p<0,01$), daha önce tanıştıkları kişilerle yeniden buluşmak onları mutlu etmiş ($r=0,076$, $p<0,05$), sosyal statü kazanmak önemsizleşmiş ($r=-0,110$, $p<0,01$), yeni bir bisiklet festivalini deneyimleme heyecanı azalmış ($r=-0,082$, $p<0,05$), festival kapsamındaki özel etkinliklere katılmak festivalden elde edilen tatmini artırma özelliğini kaybetmeye başlamış ($r=-0,131$, $p<0,01$), festival kalabalığına dahil olmak stres seviyesini azaltmamış ($r=-0,139$, $p<0,01$), festivalde kendileriyle ve başkalarıyla rekabet etme isteği azalmış ($r=-0,198$, $p<0,01$), başkaları tarafından beğenilmek ve takdir edilmek önemini yitirmiş ($r=-0,097$, $p<0,01$), yeni iş bağlantıları kurma istekleri azalmış ($r=-0,100$, $p<0,01$), yalnızlık hisleri kaybolmuş ($r=-0,092$, $p<0,01$) ve işlerindeki verimlerini etkilememiş ($r=-0,118$, $p<0,01$) sonuçlarına ulaşılmıştır.

Tablo 3.32. Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Edilen Faydaların Yaşa Değişkeniyle Korelasyonu

Bisiklet Festivaline Katılarak Elde Edilen Faydalar	Yaş
Daha mutlu hissettim	0,067*
Sosyal dünyamdaki ve ailemdaki kişilerle festivali paylaşmak bana keyif verdi	0,025
Daha önce tanımadığım kişilerle festivalde buluşmak, aynı şeyleri yapmak bana keyif verdi	0,090**
Daha önce tanıştığım kişilerle yeniden buluşmak beni mutlu etti	0,076*
Başkaları tarafından tanınmak ve beğenilmek beni mutlu etti	-0,050
Sosyal statü kazanmak sosyal yaşamımda kendimi önemli hissettirdi	-0,110**
Aileme ve çevremdeki bireylere örnek olmamı sağladı	-0,008
Yeni bir bisiklet festivalini deneyimlemek beni heyecanlandırdı	-0,082*
Yeni bir coğrafya tanımak beni mutlu etti	-0,019
Festival kapsamındaki özel etkinliklere katılmak festivalden elde ettiğim tatmini arttırdı	-0,131**
Festival kalabalığına dahil olmak stresimi azalttı	-0,139**
Festivale katılmak günlük rutinden uzaklaşmama sebep oldu	-0,080*
Festivale katılmak günlük hayatın can sıkıntısı ve stresinden uzaklaşmamı sağladı	-0,082*
Festivalde kendimle ve başkalarıyla rekabet etmem mücadele ruhumu geliştirdi	-0,198**
Bisiklete binmek yenilenmiş ve ruhen dinlenmiş hissettirdi	-0,015
Eski dostlarla, arkadaşlarla anıları tazelemek beni mutlu etti	0,071*
Başkaları tarafından beğenilmek ve takdir edilme duygusu önemli olduğum düşüncesini verdi/güçlendirdi	-0,097**
Kişisel tatmin elde ettim	-0,036
Kendime güvenim arttı	-0,019
Yeni şeyler öğrendim	-0,039
Daha sağlıklı ve güçlü hissettim	0,003
Yeni kişilerle tanıştım	-0,017

Yeni iş bağlantıları kurdum	-0,100**
Çevre bilinci kazandım	-0,063
Hayal gücüm arttı	-0,052
Bir gruba ait olmak beni mutlu etti	-0,035
Bir gruba ait olmak yalnızlık hissinden kurtulmamı sağladı	-0,092**
İşteki/okuldaki verimim arttı/artacak	-0,118**

*=0,05, **=0,01

Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Edilen Faydalar İle BFKMF Alt Boyutları Korelasyonu Tablo-3.33'da verilmiştir. Tablodan da görüleceği gibi **EEF03** “Daha önce tanımadığım kişilerle festivalde buluşmak, aynı şeyleri yapmak bana keyif verdi” maddesi ile **F04** “Festivalin Çekiciliği” (0,310**), **F06** “Nostalji” (0,320**) ve **F12** “Ait Olma/Destekleme” (0,279**) faktörleri, **EEF04** “Daha önce tanıştığım kişilerle yeniden buluşmak beni mutlu etti” maddesi ile **F06** “Nostalji” (0,325**) ve **F08** “Tanıdıklarla Birlikte Olma” (0,246**) faktörleri, **EEF05** “Başkaları tarafından tanınmak ve beğenilmek beni mutlu etti” maddesi ile **F03** “Tanınma ve Sosyal Statü” (0,404**), **F04** “Festivalin Çekiciliği” (0,424**) ve **F08** “Tanıdıklarla Birlikte Olma” (0,298**) faktörleri, **EEF06** “Sosyal statü kazanmak sosyal yaşamımda kendimi önemli hissettirdi” maddesi ile **F03** “Tanınma ve Sosyal Statü” (0,517**), **F04** “Festivalin Çekiciliği” (0,493**) ve **F07** “Örnek Olma” (0,298**) faktörleri, **EEF07** “Aileme ve çevremdeki bireylere örnek olmamı sağladı” maddesi ile **F03** “Tanınma ve Sosyal Statü” (0,320**), **F07** “Örnek Olma” (0,493**), **F08** “Tanıdıklarla Birlikte Olma” (0,352**), **F11** “Rekabet/Mücadele” (0,315**) ve **F12** “Ait Olma/Destekleme” (0,312**) faktörleri, **EEF08** “Yeni bir bisiklet festivalini deneyimlemek beni heyecanlandırdı” maddesi ile **F01** “Yenilik Arayışı” (0,328**), **F02** “Fiziksel Aktivite ve Sağlık” (0,368**), **F04** “Festivalin Çekiciliği” (0,377**), **F05** “Eğlence” (0,280**), **F07** “Örnek Olma” (0,282**), **F11** “Rekabet/Mücadele” (0,291**) ve **F12** “Ait Olma/Destekleme” (0,297**) faktörleri, **EEF10** “Festival kapsamındaki özel etkinliklere katılmak festivalden elde ettiğim tatmini arttırdı” maddesi ile **F04** “Festivalin Çekiciliği” (0, 539**), **F05** “Eğlence” (0, 368**), **F08** “Tanıdıklarla Birlikte Olma” (0, 270**), **F10** “Uzaklaşma” (0, 277**), **F12** “Ait Olma/Destekleme” (0, 289**) faktörleri, **EEF11** “Festival kalabalığına dahil olmak stresimi azalttı” maddesi ile **F04** “Festivalin Çekiciliği” (0, 451**), **F05** “Eğlence” (0, 299**), **F09** “Yeni Bireylerle Tanışma” (0, 336**), **F11** “Rekabet/Mücadele” (0, 296**) ve **F12** “Ait Olma/Destekleme” (0, 294**) faktörleri, **EEF19** “Kendime güvenim arttı” maddesi ile **F02** “Fiziksel Aktivite ve Sağlık” (0, 300**), **F03** “Tanınma ve Sosyal Statü” (0, 286**), **F04** “Festivalin Çekiciliği” (0, 361**), **F09** “Yeni Bireylerle Tanışma” (0, 305**), **F10** “Uzaklaşma” (0, 364**) ve **F11** “Rekabet/Mücadele” (0, 306**) faktörleri, **EEF25** “Hayal gücüm arttı” maddesi ile **F04** “Festivalin Çekiciliği” (0, 314**), **F06** “Nostalji” (0, 315**),

F08 “Tanıdıklarla Birlikte Olma” (0, 272**) ve **F10** “Uzaklaşma” (0, 274**) faktörleri, **EEF26** “Bir gruba ait olmak beni mutlu etti” maddesi ile **F03** “Tanınma ve Sosyal Statü” (0, 313**), **F04** “Festivalin Çekiciliği” (0, 363**), **F06** “Nostalji” (0, 286**), **F08** “Tanıdıklarla Birlikte Olma” (0, 287**) ve **F12** “Ait Olma/Destekleme” (0, 332**) faktörleri olumlu anlamda tutarlılık göstermekte ve elde edilen faydalar ile faktörler eşleşmektedir. Diğer bir deyişle bireylerin bisiklet festivallerine katılım nedenleri ile elde edilen faydalar örtüşmektedir.

Tablo 3.33. Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Edilen Faydalar İle BFKMF Alt Boyutları Korelasyon Tablosu

Elde Edilen Faydalar	Faktörler											
	F01	F02	F03	F04	F05	F06	F07	F08	F09	F10	F11	F12
EEF01	,149**	,180**	,054	,012	,191**	,089**	,040	,028	,076*	,003	,179**	,030
EEF02	,219**	,175**	,183**	,261**	,191**	,235**	,232**	,295**	,248**	,068*	,141**	,273**
EEF03	,193**	,087*	,207**	,310**	,201**	,320**	,229**	,240**	,278**	,113**	,137**	,279**
EEF04	,182**	,106**	,080*	,137**	,127**	,325**	,208**	,246**	,105**	,129**	,106**	,179**
EEF05	,087*	,030	,404**	,424**	,239**	,265**	,170**	,298**	,249**	,164**	,188**	,191**
EEF06	,170**	,154**	,517**	,493**	,255**	,222**	,298**	,263**	,245**	,207**	,357**	,337**
EEF07	,182**	,186**	,320**	,261**	,135**	,289**	,493**	,352**	,155**	,081*	,315**	,312**
EEF08	,328**	,368**	,161**	,377**	,280**	,250**	,282**	,255**	,250**	,190**	,291**	,297**
EEF09	,227**	,272**	,058	,158**	,165**	,152**	,144**	,138**	,059	,134**	,153**	,158**
EEF10	,257**	,192**	,229**	,539**	,368**	,238**	,222**	,270**	,265**	,277**	,272**	,289**
EEF11	,202**	,225**	,261**	,451**	,299**	,226**	,194**	,248**	,336**	,270**	,296**	,294**
EEF12	,289**	,317**	,057	,276**	,236**	,163**	,176**	,136**	,181**	,358**	,250**	,226**
EEF13	,249**	,322**	,105**	,307**	,180**	,126**	,179**	,173**	,172**	,340**	,244**	,223**
EEF14	,174**	,244**	,204**	,396**	,218**	,112**	,235**	,229**	,244**	,259**	,506**	,251**
EEF15	,235**	,285**	,057	,115**	,132**	,167**	,233**	,093**	,174**	,049	,265**	,191**
EEF16	,132**	,092**	,066	,087*	,082*	,395**	,179**	,264**	,082*	,042	,058	,134**
EEF17	,126**	,071*	,437**	,419**	,221**	,218**	,180**	,238**	,222**	,284**	,243**	,278**
EEF18	,200**	,244**	,266**	,261**	,072*	,203**	,144**	,154**	,272**	,259**	,247**	,158**
EEF19	,254**	,300**	,286**	,361**	,138**	,233**	,246**	,239**	,305**	,364**	,306**	,245**
EEF20	,262**	,292**	,179**	,299**	,151**	,187**	,191**	,198**	,246**	,258**	,253**	,159**
EEF21	,253**	,337**	,155**	,283**	,196**	,199**	,247**	,202**	,267**	,204**	,280**	,207**
EEF22	,294**	,241**	,039	,194**	,172**	,179**	,155**	,142**	,150**	,142**	,143**	,216**
EEF23	,027	-,064	,274**	,303**	,137**	,195**	,067*	,168**	,107**	,108**	,120**	,118**
EEF24	,153**	,180**	,154**	,096**	,020	,201**	,184**	,151**	,131**	,174**	,185**	,177**
EEF25	,185**	,239**	,184**	,314**	,110**	,315**	,230**	,272**	,215**	,274**	,229**	,232**
EEF26	,145**	,169**	,313**	,363**	,241**	,286**	,220**	,287**	,266**	,188**	,257**	,332**
EEF27	,083*	,153**	,356**	,366**	,176**	,220**	,224**	,279**	,272**	,242**	,223**	,249**
EEF28	,224**	,092**	,160**	,139**	,092**	,220**	,172**	,141**	,094**	,209**	,145**	,199**

*- 0,05 **- 0,01

Bireylerin bisiklet festivalleri hakkındaki düşüncelerinin cinsiyete göre karşılaştırılması Tablo-3.34’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireylerin festivallere katılarak elde ettiği faydalardan “Festival öncesi gerekli bilgilendirmeler detaylı bir şekilde yapıldı” (t=3,248, p=0,001), “Akşam eğlenceleri organizasyonu başarılıydı” (t=2,435, p=0,015), “Kamp yerleşim yeri temiz ve bakımlıydı” (t=3,013, p=0,003), “Grup lideri tam donanımlı ve eğitimliydi” (t=4,524, p=0,000), “Ortak kullanım alanları (wc, toplanma alanı vs.) temizdi” (t=3,689, p=0,000), “Festival zamanlaması (gün ve ay açısından)

uygundu” ($t=3,251$, $p=0,001$), “Festival zamanlaması (mevsim açısından) uygundu” ($t=3,280$, $p=0,001$), “Festival kapsamındaki kültür sanat etkinlikleri yeterli düzeyde ve verimliydi” ($t=4,601$, $p=0,000$), “Festival masraflarım/harcamalarım gereken düzeydeydi” ($t=4,013$, $p=0,000$), “Bu festivale tekrar katılıyorum” ($t=2,907$, $p=0,004$) kadın katılımcıların lehine istatistiki olarak anlamlı farklılık vardır.

Tablo 3.34. Katılımcıların Bisiklet Festivali Hakkındaki Düşüncelerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Katılımcıların Bisiklet Festivali Hakkındaki Düşünceleri	Kadın Ort±SS	Erkek Ort±SS	t	p
Festival öncesi gerekli bilgilendirmeler detaylı bir şekilde yapıldı	4,35±0,85	4,07±1,07	3,248	0,001
Konaklama yerinden memnun kaldım	4,20±0,96	4,05±1,02	1,814	0,071
Tur programı detaylı düşünülmüş ve iyi planlanmıştı	4,25±0,92	4,11±0,97	1,884	0,060
Bisiklet rotalarının zorluk dereceleri ve yol durumu katılımcılara uygun seçilmişti	4,14±0,89	4,07±0,95	1,046	0,297
Akşam eğlenceleri organizasyonu başarılıydı	4,00±1,04	3,79±1,10	2,435	0,015
Kamp yerleşim yeri temiz ve bakımlıydı	4,17±0,99	3,92±1,08	3,013	0,003
Grup lideri tam donanımlı ve eğitimliydi	4,39±0,91	4,04±1,01	4,524	0,000
Ortak kullanım alanları (wc, toplanma alanı vs.) temizdi	4,04±1,04	3,68±1,20	3,689	0,000
Festival zamanlaması (gün ve ay açısından) uygundu	4,29±0,87	4,02±1,04	3,251	0,001
Festival zamanlaması (mevsim açısından) uygundu	4,36±0,90	4,11±0,99	3,280	0,001
Festival kapsamındaki kültür sanat etkinlikleri yeterli düzeyde ve verimliydi	4,16±0,96	3,79±1,06	4,601	0,000
Festival masraflarım/harcamalarım gereken düzeydeydi	4,30±0,80	4,02±0,97	4,013	0,000
Organizasyonu gerçekleştiren ekip güler yüzlü ve cana yakındı	4,35±0,85	4,22±0,94	1,811	0,071
Bu festivale tekrar katılıyorum	4,44±0,82	4,21±1,00	2,907	0,004
Arkadaşlarıma/çevreme bu festivale katılmalarını tavsiye ederim	4,39±0,96	4,29±0,94	1,227	0,221
Bu festivalden genel olarak memnun kaldım	4,41±0,93	4,32±0,88	1,205	0,229

Bireylerin Katılımcıların Bisiklet Festivali Hakkındaki Düşünceleri cinsiyete göre karşılaştırılması Tablo-3.35’de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi bireylerin festivallere katılarak elde ettiği faydalardan “Festival öncesi gerekli bilgilendirmeler detaylı bir şekilde yapıldı” ($t=-2,722$, $p=0,007$), “Konaklama yerinden memnun kaldım” ($t=-5,876$, $p=0,000$), “Tur programı detaylı düşünülmüş ve iyi planlanmıştı” ($t=-2,779$, $p=0,006$), “Bisiklet rotalarının zorluk dereceleri ve yol durumu katılımcılara uygun seçilmişti” ($t=-3,472$, $p=0,001$), “Kamp yerleşim yeri temiz ve bakımlıydı” ($t=-2,953$, $p=0,003$), “Grup lideri tam donanımlı ve eğitimliydi” ($t=-4,711$, $p=0,000$), “Festival zamanlaması (mevsim açısından) uygundu” ($t=-3,738$, $p=0,000$), “Festival masraflarım/harcamalarım gereken düzeydeydi” ($t=-4,413$, $p=0,000$), “Organizasyonu gerçekleştiren ekip güler yüzlü ve cana yakındı” ($t=-4,713$, $p=0,000$), “Bu festivale tekrar katılıyorum” ($t=-4,380$, $p=0,000$), “Arkadaşlarıma/çevreme bu festivale katılmalarını tavsiye ederim” ($t=-5,382$, $p=0,000$), “Bu

festivalden genel olarak memnun kaldım” ($t=-4,933$, $p=0,000$) bekâr katılımcıların lehine istatistiki olarak anlamlı farklılık vardır.

Tablo 3.35. Katılımcıların Bisiklet Festivali Hakkındaki Düşüncelerinin Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

Katılımcıların Bisiklet Festivali Hakkındaki Düşünceleri	Evli Ort±SS	Bekâr Ort±SS	t	p
Festival öncesi gerekli bilgilendirmeler detaylı bir şekilde yapıldı	4,08±1,07	4,29±0,90	-2,722	0,007
Konaklama yerinden memnun kaldım	3,98±1,04	4,40±0,85	-5,876	0,000
Tur programı detaylı düşünülmüş ve iyi planlanmıştı	4,09±0,98	4,29±0,89	-2,779	0,006
Bisiklet rotalarının zorluk dereceleri ve yol durumu katılımcılara uygun seçilmişti	4,02±0,97	4,26±0,82	-3,472	0,001
Akşam eğlenceleri organizasyonu başarılıydı	3,83±1,12	3,85±1,06	-0,299	0,765
Kamp yerleşim yeri temiz ve bakımlıydı	3,91±1,08	4,16±1,02	-2,953	0,003
Grup lideri tam donanımlı ve eğitimliydi	4,03±1,02	4,37±0,86	-4,711	0,000
Ortak kullanım alanları (wc, toplanma alanı vs.) temizdi	3,73±1,19	3,86±1,18	-1,502	0,134
Festival zamanlaması (gün ve ay açısından) uygundu	4,04±1,00	4,18±1,05	-1,685	0,093
Festival zamanlaması (mevsim açısından) uygundu	4,10±0,97	4,38±0,94	-3,738	0,000
Festival kapsamındaki kültür sanat etkinlikleri yeterli düzeyde ve verimliydı	3,83±1,06	4,01±1,01	-2,217	0,027
Festival masraflarım/harcamalarım gereken düzeydeydi	4,00±0,97	4,31±0,83	-4,413	0,000
Organizasyonu gerçekleştiren ekip güler yüzlü ve cana yakındı	4,16±0,95	4,50±0,79	-4,713	0,000
Bu festivale tekrar katılıyorum	4,18±1,00	4,51±0,82	-4,380	0,000
Arkadaşlarıma/çevreme bu festivale katılmalarını tavsiye ederim	4,21±0,99	4,61±0,72	-5,382	0,000
Bu festivalden genel olarak memnun kaldım	4,25±0,94	4,59±0,65	-4,933	0,000

Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Edilen Faydalar ile Festival Hakkındaki Düşünceleri ile Korelasyonu Tablo-3.36’da verilmiştir. Tablodan da görüleceği gibi Festival Hakkındaki Düşünceleri **14. Madde** “Bu festivale tekrar katılıyorum”, **15. Madde** “Arkadaşlarıma/çevreme bu festivale katılmalarını tavsiye ederim” ve **16. Madde** “Bu festivalden genel olarak memnun kaldım” maddeleri ile **EEF01** “Daha Mutlu Hissettim” maddesi ile **FHDS14** (0,249**), **FHDS15** (0,329**) ve **FHDS16** (0,304**), **EEF02** “Sosyal dünyamdaki ve ailemdaki kişilerle festivali paylaşmak bana keyif verdi” maddesi ile **FHDS14** (0,217**), **FHDS15** (0,235**) ve **FHDS16** (0,243**), **EEF03** “Daha önce tanımadığım kişilerle festivalde buluşmak, aynı şeyleri yapmak bana keyif verdi” maddesi ile **FHDS14** (0,246**), **FHDS15** (0,249**) ve **FHDS16** (0,233**), **EEF08** “Yeni bir bisiklet festivalini deneyimlemek beni heyecanlandırdı” maddesi ile **FHDS14** (0,273**), **FHDS15** (0,293**) ve **FHDS16** (0,289**), **EEF11** “Festival kalabalığıma dahil olmak stresimi azalttı” maddesi ile **FHDS14** (0,228**), **FHDS15** (0,233**) ve **FHDS16** (0,219**), **EEF12** “Festivale katılmak günlük rutinden uzaklaşmama sebep oldu” maddesi ile **FHDS14** (0,210**), **FHDS15** (0,275**) ve **FHDS16** (0,290**), **EEF20** “Yeni şeyler öğrendim” maddesi ile **FHDS14** (0,247**), **FHDS15** (0,250**) ve **FHDS16** (0,219**), **EEF21** “Daha sağlıklı ve güçlü hissettim” maddesi ile **FHDS14** (0,255**), **FHDS15** (0,256**) ve **FHDS16** (0,251**), **EEF22** “Yeni kişilerle tanıştım” maddesi ile **FHDS14** (0,195**), **FHDS15** (0,219**) ve

FHDS16 (0,231**), **EEF26** “Bir gruba ait olmak beni mutlu etti” maddesi ile **FHDS14** (0,262**), **FHDS15** (0,246**) ve **FHDS16** (0,244**) Bisiklet Festivaline Katılarak Elde Edilen Faydalar tutarlılık göstermektedir. Katılımcıların festivallerden genel anlamıyla memnun oldukları görülmektedir.

Tablo 3.36. Bisiklet Festivallerine Katılarak Elde Edilen Faydalar İle Festival Hakkındaki Düşünceleri ile Korelasyon Tablosu

Elde Edilen Faydalar	FHDS14	FHDS15	FHDS16
EEF01	,249**	,329**	,304**
EEF02	,217**	,235**	,243**
EEF03	,246**	,249**	,233**
EEF04	,117**	,158**	,163**
EEF05	,087*	,058	,067*
EEF06	,089**	,053	,043
EEF07	,093**	,096**	,092**
EEF08	,273**	,293**	,289**
EEF09	,190**	,254**	,248**
EEF10	,197**	,180**	,173**
EEF11	,228**	,233**	,219**
EEF12	,210**	,275**	,290**
EEF13	,171**	,208**	,204**
EEF14	,099**	,105**	,100**
EEF15	,139**	,195**	,170**
EEF16	,138**	,151**	,152**
EEF17	,090**	,043	,050
EEF18	,217**	,173**	,157**
EEF19	,190**	,180**	,161**
EEF20	,247**	,250**	,219**
EEF21	,255**	,256**	,251**
EEF22	,195**	,219**	,231**
EEF23	,036	-,010	,005
EEF24	,089**	,069*	,074*
EEF25	,208**	,180**	,163**
EEF26	,262**	,246**	,244**
EEF27	,123**	,104**	,099**
EEF28	,134**	,152**	,135**

TARTIŞMA

Bu çalışmada bir rekreatif etkinlik olan bisiklet festivallerine katılan bireylerin profillerinin belirlenmesi ve bireyleri bisiklet festivaline katılmaya motive eden faktörler ölçeğinin (BFKMF) geçerlilik güvenirlik çalışması yapılmıştır.

BFKMF' nin 12 alt boyutu Maslow' un İhtiyaçlar Hiyerarşisi ile açıklanabilir. “Fiziksel Aktivite ve Sağlık” ve “Uzaklaşma” faktörleri Fiziksel İhtiyaçlarla, “Tanındıkları Birlikte Olma”, “Yeni İnsanlarla Tanışma”, “Ait Olma/Destekleme”, “Nostalji” ve “Festivalin Çekiciliği” faktörleri Ait Olma/Sevgi İhtiyacıyla, “Tanınma ve Sosyal Statü” Değer-Saygınlık İhtiyacıyla, “Rekabet/Mücadele”, “Örnek Olma” ve “Yenilik Arayışı” Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı ile ilişkilidir.

İnsani ihtiyaçların sonradan öğrenerek kazanılabileceğini öne süren David McClelland'ın “Kazanılmış İhtiyaçlar Kuramı” olarak da adlandırılan Başarı İhtiyacı Teorisini oluşturan üç ihtiyaçla açıklanabilmektedir. Bazı faktörler birden fazla ihtiyaçla da ilişkilendirilebilmektedir. “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Tanındıkları Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Nostalji”, “Ait Olma/Destekleme”, “Örnek Olma” ve “Rekabet/Mücadele” faktörleri ilişki kurma ihtiyacıyla, “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Nostalji”, “Örnek Olma”, “Tanındıkları Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Rekabet/Mücadele” ve “Ait Olma/Destekleme” faktörleri güç kazanma ihtiyacıyla, “Yenilik Arayışı”, “Fiziksel Aktivite ve Sağlık”, “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Nostalji”, “Örnek Olma”, “Tanındıkları Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma” “Rekabet/Mücadele” ve “Ait Olma/Destekleme” faktörleri başarı ihtiyacı ile ilişkilendirilebilir. Diğer üç faktör “Festivalin Çekiciliği”, “Eğlence” ve “Uzaklaşma” Başarı İhtiyacı Teorisi ile ilişkilendirilememiştir.

Clayton Alderfer tarafından Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine alternatif olarak geliştirilen E.R.G Teorisi “Var Olma İhtiyacı-Existence”, İlişki İhtiyacı-Relatedness” ve Gelişme İhtiyacı-Growth” olarak üç temel basamaktan oluşup, mevcut çalışma ile ilişkilendirilmiştir. Bazı faktörler birden fazla ihtiyaçla ilişkilendirilebilir. Bu bağlamda BFKMF ölçeği içerisinde yer alan “Fiziksel Aktivite ve Sağlık”, “Eğlence”, “Uzaklaşma” ve “Ait Olma/Destekleme” faktörleri Var Olma İhtiyacı ile, “Yenilik Arayışı”, “Tanındıkları Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Nostalji”, “Rekabet/Mücadele”, “Ait Olma Destekleme”, “Örnek Olma”, “Tanınma ve Sosyal Statü” faktörleri İlişki İhtiyacı ile, “Yenilik Arayışı”, “Fiziksel Aktivite ve Sağlık”, “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Eğlence”, “Örnek Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Uzaklaşma”, “Rekabet/Mücadele”, “Ait

Olma/Destekleme” faktörleri Gelişme İhtiyacı ile ilişkilendirilebilir. “Festivalin Çekiciliği” faktörü E.R.G Teorisi ile ilişkilendirilememiştir.

Pintrich’in (2000) geliştirmiş olduğu ve bireyin davranışlarını açıklamakta kullandığı Ego Merkezli yaklaşımların gerekçeleriyle “Rekabet/Mücadele” faktörü gerekçeleri örtüşmektedir. Ayrıca “Eğlenme” amaçlı katılımın ilk üç katılım nedeni arasında olması bireylerin fiziksel aktivite yaparken ve yenilik arayışlarında eğlenmeyi de beraberinde tercih etmiş olması Chin-Huang ve ark. (2014) ileri sürdükleri spor festivalleri felsefesinin sonuçlarıyla örtüşmektedir. Lienhoop ve Fischer’ ın (2009) çalışmalarında, bireylerin düzenlenen etkinliğe yılda bir defa katılsalar da elde ettikleri tatminin etkilerinin uzun süreceği ve bireylerin etkinliklerde eğlence enerjisi depoladıkları sonucuyla da örtüşmektedir. Bu aynı zamanda Deci ve Ryan’ın (1985) geliştirdiği Özgür İrade Teorisi’nin dış kaynaklı motivasyon gerekçeleriyle açıklanabilir.

Engeström ve arkadaşlarının geliştirdikleri Aktivite Teorisi ile de BFKMF’deki bazı faktörler açıklanabilir (Ardahan, 2014; Engeström ve ark. 2003). Aktivite teorisine göre bireyin doğduğu andan itibaren fiziksel, mental ve psikolojik ihtiyaçlarını gerçekleştirmek için sergilediği hareketler ve bu hareketlere sebep olan çok sayıda etmeden söz edilmektedir. Günlük yaşamda birincil ihtiyaçlar olarak yeme-içme, eğlenme gibi ihtiyaçlar sayılırken, sağlık ya da yarışma amaçlı spor yapmak, dans etmek gibi ihtiyaçlar daha üst seviyede ihtiyaçlar olarak değerlendirilmektedir. Bu üst seviyede sayılan ihtiyaçlar için bireyin aktivite içinde olması ve bunun karşılığında da sağlık, mutluluk, rahatlama, sosyalleşme ve statü gibi faydalar elde etmesi gerekmektedir. Bireyin harcadığı enerjinin yerini doldururken aynı zamanda kendini geliştirmesine, kişisel ve/veya karşılıklı rekabet etmesine de katkı sağlamaktadır. Aktivite teorisinin bu boyutları ele alındığında BFMKF ölçeğindeki; “Fiziksel Aktivite ve Sağlık”, “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Tanıdıklarla Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Uzaklaşma”, “Rekabet/Mücadele” faktörleri bu teori ile açıklanabilmektedir.

Brown ve ark. (2009) çalışmalarında bireyleri bisiklet kullanmaya yönlendiren 39 maddeyi beş faktör olarak gruplandırmışlardır. Bu çalışma sonucunda “Sosyalleşme-Social”, “Kendini Gerçekleştirme ve Özgürlük Hissi- Embodiment”, “Kendini Gösterme-Selfpresentation”, “Fiziksel Sağlık-Physicalhealthoutcomes” ve “İklim ve Çevresel Gerçekler-Exploringenvironments” faktörleri oluşmuştur. Bu faktörler ve maddeleri aynı veya yakın anlamlar şeklinde isimlendirilmiş olarak mevcut çalışmada, “Tanıdıklarla Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Nostalji”, “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Örnek Olma” ve

“Ait Olma/Destekleme” faktörleriyle BFKMF ölçeğinde yer almaktadır. Başka bir ifadeyle Brown ve ark. çalışmaları ile BFKMF ölçeğinin faktörleşmesi örtüşmektedir.

Frederick-Recascino ve Schuster-Smith (2003) yarışmacı karakterdeki bisiklet kullanıcılarının içsel motivasyon faktörleri ile rekabeti çalışmışlardır. Çalışmada “İlgi ve Zevkle İlgili Motivasyonel Unsurları-Interest/Enjoyment/Motivation”, “Rekabetçi Motivasyon-Copetence Motivation” ve “Dış Görünüşle İlgili Motivasyon-Apperance Motivation” faktörleri ve maddeleri oluşmuştur. Bu maddeler ve faktörler mevcut çalışmada “Festivalin Çekiciliği”, “Eğlence”, “Rekabet/Mücadele”, “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Ait Olma/Destekleme” ve “Fiziksel Aktivite ve Sağlık” faktörleri ile BFKMF ölçeğinde aynı veya benzer şekilde isimlendirilerek yer almıştır. Başka bir deyişle Frederick-Recascino ve Schuster-Smith’in çalışması ile BFKMF ölçeğinin faktörleşmeleri ile örtüşmektedir.

Bu çalışmalara ilave olarak Streicher ve Saayman (2010) bireyleri bisiklet kullanmaya yönelten 22 maddeden oluşan beş faktörde gruplandırmışlardır. Çalışma sonucunda ortaya çıkan “Sosyalleşme-Socialisation”, “Etkinliğin Çekiciliği-Event Attractiveness”, “Kişisel Motivasyonel Unsurlar-Personal Motivation”, “Kaçma ve Dinlenme-Excape and Relaxation” ve “Etkinliğin Özelliği-Evenet Attributes” faktörlerin içerdiği maddeler, mevcut çalışmada “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Tanıdıklarla Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Festivalin Çekiciliği”, “Nostalji”, “Örnek Olma”, “Uzaklaşma”, “Ait Olma/Destekleme”, “Rekabet/Mücadele”, “Eğlence”, “Yenilik Arayışı” ve “Fiziksel Aktivite ve Sağlık” faktörleri olarak BFKMF ölçeği içinde benzer veya aynı isimlerle ifade edilmiş şekilde faktörlerde ve maddelerde yer almaktadır.

Skar ve ark. (2008) çalışmasında bireyleri bisiklet kullanmaya yönelten 22 maddeden oluşan yedi faktörde gruplandırmıştır. Bu çalışma sonucunda oluşan “Hız ve Heyecan-Speed and Excitement”, “Fiziksel Aktivite-Physical Exercise”, “Kendini Yenileme- Contemplation”, “Mücadele Etme ve Başkaldırma-Managing Challenges”, “Sosyalleşme-Socialrelations”, “Dikkat Çekme ve Malzemeleri Gösterme- Equipment and Attention” ve “Doğa ve Mekanın Çekiciliği-Nature and Place” faktörlerde yer alan maddeler, mevcut çalışmada “Fiziksel Aktivite ve Sağlık”, “Rekabet/Mücadele”, “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Tanıdıklarla Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Örnek Olma”, “Nostalji” ve “Ait Olma/Destekleme” faktörleri BFKMF ölçeği içerisinde aynı ve/veya benzer isimlerle ifade edilmiş şekilde yer almaktadır. Diğer bir deyişle Skar ve ark. Çalışmasıyla BFKMF ölçek faktörleşmeleri örtüşmektedir.

Bununla yanında Yolal ve ark. (2009) festival motivasyonu ve algılanan faydalar ilişkisinin incelenmesini çalışmışlardır. Bu çalışma sonucunda ortaya çıkan “Sosyalleşme-

Socialisation/Entertainment”, “Etkinliğin Çekiciliği-Event Attraction/Excitement”, “Grup Birlikteliği-Group Togetherness”, “Cultural/Historical”, “Aile Birlikteliği-Family Togetherness” ve “Yenilik-Noveltiy” faktörleri oluşmuştur. Bu faktörler içerisinde yer alan maddeler aynı veya benzer isimlerle ifade edilmiş olarak mevcut çalışmada “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Tanıdıklarla Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Örnek Olma”, “Nostalji” ve “Ait Olma/Destekleme”, “Festivalin Çekiciliği” ve “Yenilik Arayışı” faktörleri, BFKMF ölçeği içinde faktörlerde yer almakta yani Yolal ve ark. çalışmalarıyla örtüşmektedir.

Buna ilave olarak; Maeng ve ark. (2015) motivasyonel faktörlerin festival için eleştirel bir incelemesinde ele aldıkları “Sosyalleşme-Socialization”, “Aile Birlikteliği-Family Togetherness”, “Kaçış-Escape”, “Yenilik-Noveltiy”, “Heyecan-Excitement”, “Kültürel Keşif-Cultural Exploration”, “Festival Cazibesi- Festival Attraction”, “Eğlence-Entertainment”, “Merak-Curiosity”, “Rahatlama-Relaxation” faktörler içerisinde yer alan maddeler aynı veya benzer isimlerle ifade edilmiş olarak mevcut çalışmada “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Tanıdıklarla Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Örnek Olma”, “Nostalji” ve “Ait Olma/Destekleme”, “Uzaklaşma”, “Yenilik Arayışı”, “Festivalin Çekiciliği” ve “Eğlence” faktörleri, BFKMF ölçeği içinde faktörlerde yer almaktadır. Başka bir deyişle Maeng ve ark. çalışmalarıyla BFKMF ölçeği faktörleri örtüşmektedir.

Ritchie ve ark. (2010) bireyleri bisiklet kullanmaya motive eden ve seyahat etmeye yönelen faktörleri araştırmışlardır. Çalışmanın sonucunda faktörler, iki ayrı grupta ölçeklenmiştir. İlk ölçek 12 madde içeren üç faktörden “Kalıcı Tutum Faktörleri- Enduring Involvement Factors” olarak; “Zevk Alma-Enjoyment”, “Kendini Açıklama-Self Expression” ve “Odaklılık-Centrality” oluşmaktadır. İkinci Ölçek ise 17 madde içeren beş faktörden “İten Motivasyonel Faktörler-Push Motivation Factors” olarak; “Macerayı Deneyimleme-Adventure Experiences”, “Rekabet Etme-Competencemastery”, “Kişisel Rekabet-Personal Challenge”, “Dinlenme/Kaçma-Relaxation/Escape” ve “Sosyalleşme-Socialencounters” oluşmuştur. Bu faktörler ve maddeleri, mevcut çalışmada “Yenilik Arayışı”, “Eğlence”, “Rekabet/Mücadele”, “Uzaklaşma”, “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Tanıdıklarla Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Örnek Olma”, “Nostalji” ve “Ait Olma/Destekleme” faktörleri, BFKMF ölçeği içinde aynı veya benzer isimlerle ifade edilmiş şekilde maddelerle faktörlerde yer almaktadır. Başka bir ifadeyle, Ritchie ve ark. (2010) çalışması ile BFKMF ölçeği faktörleşmesi örtüşmektedir.

LaChause (2006), yarışmacı ve rekreatif bisiklet kullanıcılarını bisiklet kullanmaya motive eden faktörleri çalışmıştır. Bu çalışma sonucunda “Sağlık Odaklı Gerçekler-Health Orientation”, “Kilo Kontrolü-Weight Concern”, “Amaca Ulaşma-Goal Achievement”,

“Rekabet Etme-Competition”, “Tanınma, Fark Edilme-Recognition”, “İlişki Kurma, Sosyalleşme-Affiliation”, “Psikolojik Gerçekler-Coping”, “Hayatın Anlamı-Life Meaning” ve “Kendini Gerçekleştirme-Self Esteem” başlıklarında motive eden faktörler dokuz faktör olarak gruplandırılmıştır. Bu faktörler ve bu faktörlerde yer alan maddeler, mevcut çalışmada “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Rekabet/Mücadele”, “Fiziksel Aktivite ve Sağlık”, “Tanındıkları Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Örnek Olma”, “Nostalji” ve “Ait Olma/Destekleme” faktörleri, BFKMF ölçeği içinde aynı veya benzer şekilde ifadelerle maddelerle faktörlerde yer almaktadır. Başka bir deyişle LaChause (2006) çalışması BFKMF ölçeğinin faktörleşmesi ile örtüşmektedir.

Ardahan ve Mert (2014) çalışmalarında bireyleri bisiklet kullanmaya motive eden faktörler ölçeğini geliştirmişlerdir. Bu çalışma içerisinde yer alan “Doğayı, Hızı, Zor Koşullarla Mücadeleyi Deneyimleme”, “Takdir Edilme, Fark Edilme Kendini Gösterme”, “Ekolojik Duyarlılık, Farkındalık”, “Ulaşım”, “Fiziksel Aktivite ve Sağlık”, “Sosyalleşme”, “Bireyin Kendiyle Rekabeti”, “Uzaklaşma ve Dinlenme”, “Örnek Olma”, “Özgürlük Hissi”, “Özgürce Yiyebilme ve Kilo Kontrolü” ve “Coğrafi Uygunluk” faktörler ve maddeleri, mevcut çalışmada “Yenilik Arayışı”, Fiziksel Aktivite ve Sağlık”, “Tanınma ve Sosyal Statü”, “Nostalji”, “Örnek Olma”, “Tanındıkları Birlikte Olma”, “Yeni Bireylerle Tanışma”, “Uzaklaşma”, “Rekabet/Mücadele” ve “Ait Olma/Destekleme” faktörleri, BFKMF ölçeği içerisinde aynı veya benzer isimlerle isimlendirilmiş maddelerle faktörlerde yer almaktadır. Başka bir deyişle Ardahan ve Mert (2014) çalışması ile BFKMF ölçeği faktörleşmeleri örtüşmektedir.

Lee ve ark. (2001), Solop ve ark. (2001) eğitim ve gelir durumundaki artış bireylerin rekreasyonel aktivitelere katılımını olumlu anlamda etkilediğini ileri sürmektedir. Bu bağlamda mevcut çalışmaya bakıldığında katılımcıların büyük bir kısmının üniversite ve üstü eğitim düzeyine sahip bireylerden oluştuğu görülmektedir. Eğitim seviyesi yükseldikçe rekreasyon bilinci ve rekreatif aktivitelere katılım oranının artış gösterdiği sonucuna varılabilmektedir. Dolayısıyla mevcut çalışmada bulguların katılımcıların yüksek eğitim düzeyine sahip olması Lee ve ark. (2001) çalışmasının sonucuyla örtüşmektedir.

Birçok araştırmacı tarafından rekreasyon etkinliklerine katılım, rekreasyon bilinci ve rekreasyon talebi konuları çalışılmıştır. Scot ve Munson (1994) rekreasyonel harcamalar konusunda gelir unsurunun önemli bir etken olduğunu savunmuştur. Sessoms’a (1993) göre gelirin düşük olması rekreasyon faaliyetlerine daha az katılım gerektirdiği için bireyler daha çok başkalarıyla birlikte yapacakları etkinlikleri tercih etmektedir. Gelir yükseldikçe bireylerin daha fazla harcama gerektiren etkinlikleri tercih etmesi, etkinliklerdeki katılımcı

sayılarının artması ve daha çok yalnız katılabilecekleri etkinlikleri tercih etmesi fırsat teorisi ile ilişkilendirilmektedir. Bu bağlamda mevcut çalışmada yüksek gelir grubunda yer alan bireylerin etkinliklere daha fazla katılım sağladıkları görülmekte, gelir arttıkça rekreatif etkinliklere katılımın da arttığı sonucunu desteklemektedir.

Diğer yandan bireylerin çoğunluğu yılda ortalama 1-3 arası festivale katılmakta ve bisiklet festivallerine kadınlara göre çoğunluğu erkek bireylerin oluşturduğu katılımcılar ve ailede kendisinden başka bisikletle ilgilenen birey bulunmayan katılımcılar yine ağırlıklı olarak bu grupta toplanmakla birlikte daha çok organize olmuş gruplarla ve yalnız katılan bireylerden oluşmakta iken, bisiklet festivallerinin daha az riskli ve normal düzeyde performans gerektiren açık alan etkinliği olması dolayısıyla yine ağırlıklı erkek katılımcılar ve diğer aile bireyleri, eş ve/veya çocukların da bisikletle ilgilendiği grup, aile bireyleriyle ve sosyal dünyadan arkadaşlarıyla katılım sağlamaktadır. Bu aynı zamanda Maeng ve ark. (2015) ve Yolal ve ark. (2009) çalışmalarındaki “Aile Birlikteliği-Family Togetherness” faktörüyle, İbrahim ve Cordes (2002) ve Ardahan ve Kalkan (2015) çalışmaları ile mevcut çalışmanın bulguları örtüşmektedir.

Birçok rekreatif faaliyette olduğu gibi bisiklet festivallerine katılım sağlayan bireylerin çoğunluğunun erkek bireylerden oluşması, kadınlara yüklenen sorumluluklar (annelik, ev işleri, vb. gibi), kadın olmanın beraberinde getirdiği zorluklar ve iş hayatında kadınların daha fazla yer almaya başlaması gibi nedenlere dayandırılmaktadır. Bunun yanında kadın katılımcıların daha az olmasının en önemli nedenlerden biri zaman darlığı olarak görünse de Ritchie ve ark. (2019), Garrard ve ark. (2008) ve Garrard (2003) gibi araştırmacılar, kadın kullanıcıların sayısının azlığını bisiklet yollarının, trafikte bisiklet kullanmanın ve özellikle akşam saatlerindeki zamanlarda güvenlik sorunu ile ilişkilendirmiş ve bisiklet kullanımının kadınlar için daha riskli olduğunu tanımlamışlardır. Kadın katılımcılar son yıllarda artış gösterse de henüz yeterli seviyeye ulaşamamıştır. Bu sonuç Floyd ve ark. (2006), Ardahan ve Lapa (2010), Lee ve ark. (2001), Ardahan (2011) çalışmalarında benzer bulgulara ulaşmışlardır.

Mevcut çalışmada araştırmaya dahil olan katılımcıların ağırlıklı yaş ortalamaları “30-59” diğer bir deyişle aktif çalışan yaş aralığındadır. Bireylerin yaşlarının artışına bağlı olarak, kariyer ve gelirlerindeki yükselmenin, yaş ile doğru orantılı ilerlemesi bisiklet festivallerine katılımı etkilemektedir. Brown ve ark. (2009) ile LaChausse (2006) çalışmaları mevcut çalışmadaki yaş faktörü sonuçlarını destekler niteliktedir. Yaş ilerledikçe bireylerde fiziksel aktivite yaparak sağlığını koruma isteği, aile ve/veya sosyal arkadaş gruplarıyla birlikte daha

fazla zaman geçirebilme isteği artmaktadır. Bu sonuçlar mevcut araştırmanın bulgularıyla örtüşmektedir.

Ardahan ve Lapa (2010), Hicks ve Platt (1970) doğa sporu yapmak ve medeni durum arasındaki ilişkiyi sorgulamış, anlamlı ve doyumlu evliliğın doğa sporu yapma üzerinde olumlu etkisinin olduğu ve bu tarz evlilik yapan bireylerin birbirlerini daha çok motive ettiği vurgulanmıştır. Bu durum mevcut çalışmada katılımcıların ağırlıklı olarak evli bireylerden oluştuğu sonucunu destekler niteliktedir.

Bireyleri bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörler ile çalışılan yer değişkeni karşılaştırıldığında, “Kamu Sektörü”, “Özel Sektör”, “Emekli”, “Kendi İşim” meslek grupları katılımın çoğunluğunu oluşturan kesimdir. Emekli olan grubun serbest zamanlarının diğer gruplara oranla daha fazla olması, kendi işini yapan bireylerin ise serbest zamanlarını kendilerinin istediği şekilde tayin edebilmesi, kamu ve özel sektör çalışanlarının resmi izinlerinin yanında ücretli izin seçeneklerinin de bulunması gibi serbest zamanlarını istedikleri şekilde organize edebilecekleri imkânlarla sahiptirler. Bu bağlamda belirli bir yaşa gelmiş, belirli gelire ve/veya mesleğe sahip bireylerin aktivitelere daha fazla katıldıkları sonucuna ulaşılabilir.

Buna ilave olarak; Şehir ve Büyükşehirde yaşayan bireylerin hızlı ve plansız şehirleşmeden kaynaklı, doğal ve açık alanlara uzak olmalarından dolayı rekreasyon tercihlerinin köy, kasaba ve ilçede yaşayan bireylere göre fazla olması beklenen bir sonuçtur. Mevcut çalışmada katılımcıların büyük çoğunluğunu şehir ve büyükşehirlerde yaşayan bireyler oluşturmaktadır. Bu durum Ardahan ve Turgut (2013) çalışmalarında kentsel alanlarda yaşayanların, kırsal alanlarda yaşayanlara göre daha çok rekreasyon talebinde bulunmaları sonucuyla örtüşmektedir.

SONUÇ

Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bu Faktörlerin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada;

Ağırlıklı olarak erkek bireylerden oluşan festival katılımcıları, çoğunluğu 30 yaş üstü, eğitim düzeyi yüksek, kamu ve/veya özel sektörde çalışan, kendi işini yapan ve/veya emekli olan, şehir ve büyükşehirde yaşayan, yüksek oranda evli bireylerden oluşmaktadır. Festival katılımcılarının, şehir ve büyükşehirde yaşayan, eğitimini tamamlamış, kamu ve özel sektör çalışanıyla birlikte emekli olanlar ağırlıklı olup, ortalamanın üstünde gelir grubuna sahip bireylerden oluştuğu sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların festivallere kimlerle katıldıkları, cinsiyet ve medeni durumlarına göre değerlendirildiğinde ağırlıklı olarak erkek ve evli olan bireyler kendileriyle aynı misyonu taşıyan organize olmuş bir grupla katılmayı tercih ederken, kadın ve evli bireylerin aileleriyle birlikte katılma oranı yüksektir. Erkek ve bekâr bireylerin bir kısmı yalnız, bir kısmı ise sosyal dünyadan arkadaşlarıyla katılmayı tercih ederken, kadın ve bekâr olan bireylerin daha çok erkek arkadaşlarıyla katılmayı tercih ettikleri sonucuna varılmıştır. Ayrıca neden o kişilerle katıldıkları konusunda çıkan sonuç farklı insanlarla grup aktivitelerini paylaşma ve yeni bireylerle tanışma istekleri organize olmuş bir grupla katılma oranının yüksek olmasının nedenini de göstermektedir.

Yine katılımcıların büyük çoğunluğunun yılda 1-3 arasında festivallere katıldığı, yaşadıkları illere göre bakıldığında ise yine büyük bir kesimin özellikle Muğla ili başta olmak üzere Ankara, İzmir, İstanbul, Antalya gibi büyükşehirlerde yaşadıkları tespit edilmiştir. İlk sırada Muğla ilinin yer almasının nedeni olarak; yoğun turistik bölgeler arasında ilk sıralarda yer alması, bölgede tanınmış ve tanıtılacak doğal alanların fazla olması, sahil kesimi olması ve bu bölgede düzenlenen festival sayısının diğer illere oranla daha fazla olmasıyla birlikte diğer illerde yaşayan bireylerin tatillerini kampli bisiklet festivallerinde değerlendirmek istemesi gibi etkenler sayılabilmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun ailesinde kendisinden başka bisikletle ilgilenen olmamasına rağmen aileleriyle birlikte katılmaları, tatillerini bu şekilde değerlendirmek istediklerini desteklemektedir.

Katılımcıların, festivallere öncelikli olarak bisiklet kullanmanın sağlık üzerindeki olumlu etkilerinden ve fiziksel bir egzersiz türü olmasından dolayı fiziksel aktivite ve sağlık amaçlı katıldıklarının sonucuna varılmıştır.

Ayrıca katılımcıların yeni deneyimler yaşamak, yeni yerler görmek, yeni kültürler tanımak ve aynı zamanda da eğlenmek istedikleri sonucuna varılmıştır. Tüm bunlarla birlikte bireylerin sosyalleşme amacı da taşıdığı sonucuna dördüncü sırada yer alan “Yeni Bireylerle Tanışma” faktörüyle ulaşılrken, takip eden faktörde bireyin çevresine ve topluma örnek bir davranış sergilemek istediği sonucuna da varılmıştır.

Katılımcıların festivalden elde ettiği faydalara bakıldığında yeni yerler görmenin, yeni insanlar tanınmanın, hayatın günlük rutininden uzaklaşmanın, bisiklete binmenin dinlendirmiş ve sağlıklı hissettirmesi, gibi faydalar elde ederek kendilerini daha mutlu hissettikleri tespit edilmiştir.

Katılımcıların festival hakkındaki düşünceleri ele alınarak, organizasyon ekibinin güler yüzlü olması ve programı detaylarıyla iyi bir şekilde planlamaları, festival zamanlamasının mevsimsel açıdan uygun olması gibi nedenlerle festivallerden genel anlamda memnun kaldıkları, aynı festivale tekrar katılacakları ve aynı zamanda çevrelerine tavsiye edecekleri sonucuna ulaşılmıştır.

Festival kavramı göz önüne alındığında farklı birçok alanda festivaller düzenlenmektedir. Şarap festivali, film festivali, müzik festivali, sanat festivali, spor festivali, dans festivali gibi daha da arttırılabilecek sayıda festival düzenlenmekte ve bu festivaller geniş çaplı düzenlenen, katılım oranı yüksek ve etkili büyük, orta ve küçük ölçekli olarak sınıflandırılan bir organizasyon türüdür. Bisiklet festivalleri bu bağlamda değerlendirildiklerinde festival kavramının özelliklerini taşımasına rağmen tek bir nedenle festival kavramından ayrılmaktadır. Bisiklet festivalleri genel anlamda hareket etmeyi gerektiren bir organizasyon olması özelliği nedeniyle risklere ve tehlikelere karşı organizatörler tarafından sürekli dikkat ve kontrol gerektirmektedir. Yüksek katılımı kontrol etmek zorlaşacağından bisiklet festivallerine katılımcı sayıları ortalama 250-300 kişi ile sınırlanmakta, bu sebeple de bir turizm faaliyeti ve rekreasyon faaliyeti olarak daha çok bisiklet kullanıcılarının bir araya gelip, kampli bisiklet turları olarak düzenledikleri özel bir etkinlik kapsamı içerisinde yer alması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Bisiklet festivalleri toplum içerisinde bisiklet kullanmayı teşvik etmek amacıyla düzenlenmektedir. Bu bağlamda bireylerin bisiklet kullanmama nedenlerinden yola çıkarak ülkemizde bisiklet konusunda her anlamda oluşan ve oluşacak sorunları giderme amaçlı önlemler alınmalı ve gerekli düzenlemeler yapılmalıdır. Bisiklet kullanmama nedenleriyle ilgili birçok araştırmacı çalışmalar yapmaktadır. Ekinci ve ark. (2014), çalışmalarında elde edilen gelirin düşük olması halinde gelirin, bireylerin serbest zaman etkinliklerine katılmalarını etkileyen bir engel olduğunu ortaya çıkarmıştır. Yine Dong ve Chick (2012) altı

şehir üzerinden karşılaştırmalı olarak yaptığı çalışmasında gelirin serbest zaman engelleri arasında ilk sırada yer aldığı ortaya çıkmıştır. Koçak (2015), Ankara ilinde yaptığı çalışmasında bisiklet kullanımına engel olan faktörleri alt yapı yetersizliği, yoğun motorlu araç trafiği, sosyo-kültürel sorunlar ve yasal sorunlar olarak gruplandırmışlardır. Mevcut araştırma ile literatür birlikte incelendiğinde bisiklet kullanmak için geçerli ve gerçek nedenlerin azımsanmayacak boyutta olduğu ve halihazırda var olan sorunların giderilmesi halinde bisiklet kullanım oranında bir artış olacağı düşünülmektedir.

Sonuç olarak çevresel ve ekonomik anlamda, fiziksel ve ruhsal sağlık anlamda farkındalığı arttırabilmek adına bisiklet kullanımını bireylerin hayatına entegre edilmelidir. Bu bağlamda özellikle ulusal ve yerel yönetimler, şehirlerde var olan yerlerde bisiklet alt yapılarını geliştirmeli, bulunmayan yerlerde ise oluşturmalarıdır. Özellikle belediyelere ait büyük veya küçük ölçekli parklar, kent parkları gibi rekreasyona uygun alanlarda bisiklet kullanıcıları için çeşitli bisiklet kullanım zeminleri ile eğimli, engebeli parkurlar oluşturularak yanında belediyeye ait bisiklet istasyonlarının bulunduğu bir alan ayrılmalı. Bu şekilde düzenlendiği takdirde bisiklet sahibi olmayan bireylerinde kullanımına sunulmuş rekreatif bir hizmet olacağı ve bisiklet kullanmayı teşvik edeceği düşünülmektedir. Şehir içinde bisiklet istasyonları arttırılmalı, trafikte güvenli sürüş imkânları oluşturmalıdır. Yine yerel yönetimler tarafından bisikletli halk günleri oluşturularak insanların bisikletleriyle bir araya gelmeleri sağlanmalı, bisikleti olmayanlara belediyelere ait bisikletler temin edilmelidir.

Üniversiteler ve Milli Eğitim Müdürlükleri bünyesinde bulunan tüm okullarda bisiklet kullanımını teşvik edici projeler geliştirilmeli öğrencilere bisiklet kullanma alışkanlığı kazandırılmalıdır. Bu bağlamda üniversitelerde Rektörlük tarafından her eğitim dönemi (ilkbahar ve sonbahar) mevsim şartlarının uygun olduğu tarihler aralığında 3-4 gün süreli “Bisiklet Şenlikleri” düzenlenebilir, bisiklet şenlikleri içerisinde üniversiteler arası bisiklet yarışları veya çeşitlendirilebilecek bisiklet etkinlikleri düzenlenebilir.

MEB müfredatında yer alan 4 saatlik “Sanat ve Spor” adı altında sunulan dersler kapsamında 2 saatlik beden eğitimi dersinin veya serbest zaman olarak değerlendirilen zamanların 1 saatlik kısmı bisiklet eğitimine ayrılabilir. Rekreasyon alanında uzmanlaşmış eğitmenler eşliğinde bisiklet tekniği, tamiri, kullanımı, olası acil durumlarda neler yapılacağı gibi konularda gerekli eğitimlerin alınması sağlanabilir. Bununla birlikte Rekreasyon bölüm mezunları için bir istihdam imkânı sağlanmış olacaktır.

Gelir faktörü bisiklet kullanımına engel teşkil eden unsurlar arasında yer aldığından, bisiklet kullanmaya yönelen çalışmalar yapıldığında (bisiklet ekipmanlarının fiyatlandırmalarında indirimler sağlamak gibi) kullanıcı sayısının artacağı düşünülmektedir.

Sadece ülkemizde yapılan ve küçük çaplı etkinlikler olarak düzenlenmekte olan bisiklet festivallerine belediyeler destek vermeli, sponsorlar bulunmalı, kitle iletişim araçlarıyla insanları bisiklet kullanmaya teşvik edici reklam ve duyurular yapılmalıdır. Tüm bunlar yapıldığı takdirde bisiklet kullanıcılarında ve festivale katılım sayılarında büyük oranda artış olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acıpayamlı, O. (1978). *Halkbilim Terimleri Sözlüğü*. (1.bs.). Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- Akat, İ., Budak, G. ve Budak, G. (1994). *İşletme Yönetimi*. Beta Yayınları, İstanbul.
- Akgül, O. (2003). *Turistik Ürün Çeşitlendirme Kapsamında Kültür Turizmi, Aphrodisias-Geyre Örneği*. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Akova, O. (2014). “Yerel Halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma”, *Akademik İncelemeler Dergisi (AID)*, 1(2): 77-109.
- Akten, M. (2003). “İsparta İlindeki Bazı Rekreasyon Alanlarının Mevcut Potansiyellerinin Belirlenmesi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, A(2): 115-132.
- Allen, J., O’Toole W., McDonnell, I. ve Harris, R. (2005). *Festival and Special Event Management*. John Wiley and Sons Ltd. Milton Queensland Australia.
- Ardahan, F. ve Mert, M. (2014). “Bireyleri Bisiklet Kullanmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Türk Popülasyonu İçin Güvenirlilik Geçerlilik Çalışması”. *The Journal of Academic Social Science*, 2(1): 409-427.
- Ardahan, F. ve Çalışkan, A. (2017). “Bireyleri Spor Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği geçerlilik ve güvenirlilik çalışması: RUNATOLIA örneği”. *Journal of Human Sciences*, 14(2): 1405-1419. doi:10.14687/jhs.v14i2.4433
- Ardahan, F., Turgut, T. ve Kalkan, K. A. (2016). *Her Yönüyle Rekreasyon*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Atak, O. (2009). *Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Bardakoğlu, Ö. (2011). *Turistik Ürün Bakımından Destinasyon Planlaması ve Pazarlaması Kapsamında İzmir Turizminin Değerlendirilmesi ve Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Çalışması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Bilgili, B., Yağmur, Ö. ve Yazarkan, H. (2012). “Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma: Erzurum-OltuKırdağ Festivali Örneği”. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 117-124.
- Bingöl, D. (1998). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Beta Yayınları, 4. Baskı, İstanbul.
- Blair, S. N., LaMonte, M. J. ve Nichman, M. Z. (2004). “*The evolution of physical activity recommendations: how much is enough? Am J Clin Nutr*”. 79 :913 -933.
- Bowdin, G., Allen, J., O’Toole, W., Harris, R. ve McDonnel, I. (2006). *Events Management (Second edition)*. Elsevier, Oxford.
- Bowditch, J. L. ve Buono, A. F. (1997). *A Primer on Organizational Behavior*, New York: John Wiley & Sons, Inc., U.S.A.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future; *Tourism Management*, 21: 97-116.
- Butcher, H. (1993). “Introductions: Some Examples and Definitions”, *Community and Public Policy*, Pluto Press, London, 3-21.
- Can, A. ve Tekarslan, E. (1996). *İşletmeler İçin Davranış Bilimleri*. Avcı Basım Yayın, 2. Baskı, İstanbul.
- Chhabra, D. (2001). *Heritage Tourism: An Analysis of Perceived Authenticity and Economic Impact of the Scottish Highland Games in North Caroline*. Doctorate Thesis: Um1.3030030. Department Of Forestry, North Caroline State University.
- Champoux, J. E. (2006). *Organizational Behavior*. Third Edition, United States of America: Thomson South-Western.
- Chang, J. (2006). “Segmenting Tourists to Aboriginal Cultural Festivals: An Example in the Rukai Tribal Area, Taiwan”. *Tourism Management*, 27(6): 1224-1234.
- Cundy, W. (2016). *Festivalisation of Urban Spaces: Factors, Processes and Effects*. Cham: Springer.
- Çakıcı, C. ve Yavuz, G. (2012). 2013 Akdeniz Oyunları Bağlamında Spor Etkinlikleri ve Olası Etkileri. *1. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, Mersin, 2-15.
- Çela, A., Lankford-Knowles, J. ve Lankford, S. (2007). Local Food Festivals in Northeast Iowa Communities: A Visitor and Economic İmpact Study. *Managing Leisure*, 12(2-3): 171-186.
- Çolakoğlu, O. (2014). *Turistik Ürün Kavramına Genel Yaklaşım. Turistik Ürün Politikası*. Detay Yayıncılık, Ankara, 47-67.

- Çulha, O. (2008). “Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması”. *Journal of Yaşar University*, 3(12): 1827-1852.
- Çulha, O. ve Kalkan, A. (2016). “Uluslararası Zeytin Festivalinin Kalitesi ve Bölge Turizmine Katkıları: Didim Yerel Esnafı Ne Söylüyor?” *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4(4): 132-164.
- Dalgın, T.; Atak, O. ve Çeken, H. (2016). “Festivallerin Bir Kırsal Turizm Çekiciliği Olarak Önemi.” *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12): 1179-1184.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2000/1). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25: 54-67.
- Delamere, T. A. (1998). Development of a scale to measure local resident attitudes toward the social impact of community festivals. *University of Alberta, Alberta*.
- Delamere, T. A., Wankel, L., M. ve Hinch, T. D. (2001a). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impact of community festivals, part I: Item generation and purification of the measure. *Event Management*, 7(1): 11-24.
- Delamere, T. A. (2001b). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impact of community festivals, part II: Verification of the scale. *Event Management*, 7: 25-38.
- Delgado, M. (2016). Celebrating Urban Community Life: Fairs, Festivals, Parades, and Community Practice. *University of Toronto Press, Scholarly Publishing Division, Toronto*.
- Demirbulat, Ö. G. ve Saatçi, G. (2015). “Etkinliklere Yönelik Ziyaretçi Algıları: Ayder Kardan Adam Şenliği Örneği”, *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı 14 – 16 Mayıs 2015*, Gümüşhane, 420-429.
- Derrett, R. (2004). Festivals, Events and the Destination. Festival and Event Management: an International Arts and Culture Perspective, *Elsevier Butterworth-Heinemann Oxford*, 32-50.
- Dianne, O. S. ve Marion, J. J. (2002). “Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development?”, *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4): 325-342.
- Dimmock, K. ve Tiyce, M. (2001). “Festivals and Events: Celebrating Special Interest Tourism” Douglas, N. ve Derrett, R. (Editors), *Special Interest Tourism*, John Wiley and Sons, Milton, Queensland Australia, 355-383.

- Dinaburgskaya, K. ve Ekner, P. (2010). *Social impacts of the way out west festival on the residents of the city of Göteborg*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gothenburg: University of Gothenburg, School of Business, Economics and Law.
- Dizdar, A. (2009). *Çalışanların İçsel Motivasyon Algısı ve Konuyla İlgili Bir Uygulama*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Doswell, R. (1997). *Tourism: How Effective Management Makes The Difference*. Butterworth-Heineman, Oxford.
- Downs, A. ve Ashton, J. (2011). *Vigorous physical activity, sports participation, and athletic identity: implications for mental and physical health in college students*. *J Sport Behav*, 34: 228 – 249.
- Duffy, M. (2005). “Performing Identity Within a Multicultural Framework”. *Social and Cultural Geography*, 6 (5): 677-692.
- Düren, A. (2000). *2000’li Yıllarda Yönetim*, Alfa Basım Yayım, İstanbul.
- Ekin, Y. (2011). *Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali’nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Erhan, S. E. ve Ağduman, F. (2014). *Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Motivasyon ve Tatminlerinin İncelenmesi*. Atatürk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Falassi, A. (1987). *Time out of Time: Essays on the Festival*. Albuquerque. *University of New Mexico Press*.
- Falassi, A. (1997). *Festival. Folklore an Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music and Art*. A. Thomas (Ed.). Green. ABC-CLIO, California, 295-302.
- Festival (1998). *Logman Active Study Dictionary*. Pearson Education, Edinburgh.
- Fojtik, J. ve Somogyi, A. (2008). *Destination Marketing and Development Opportunities for Micro-Regions The Case of the Sarköz Wedding Show*
http://www.gti.ktk.pte.hu/files/tiny_mce/File/LetolthetoPublikaciok/FojtikJ/2008_12_5_JF_AS.pdf, pg 2.
- George S. (1997). *Motivasyon Mucizesi*, (Çev. U, Kaplan), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Getz, D. (1991). *Festivals, Special Event Tourism: Definition, Evolution and Research*. *Tourism Management*, 29: 403-428.
- Getz, D., O’Neill, M. ve Carlsen, J. (2001). *Service Quality Evaluation at Events through Service Mapping*. *Journal of Travel Research*, 39(4): 380-390.

- Getz, D. (2007). *Event Studies Theory, Research and Policy for Planned Events*. Elsevier, Great Britain, 18-24.
- Getz, D. (2008). Event Tourism: Definition, Evolution and Research. *Tourism Management*, 29(1): 403-428.
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A. ve Özekici, Y. K. (2015). “Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme”. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 13.
- Gül, K., Erdem, B. ve Gül, M., (2013). Yerel Festivallerin Etkinliğine Bağlı Ziyaretçi Kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir Festivali Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Isparta, 18(2): 213-239.
- Günersel, C. (1997). *Türkiye'nin Turizm Tanıtımında Kültürel Değerlerin Kullanımı ve Önemine Bir Örnek: Festivaller*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gürsoy, D., Kim, K. ve Uysal, M. (2004). Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: An Extension and Validation. *Tourism Management*, 25(2): 171-181.
- Hacıoğlu, N. (2008). *Turizm Pazarlaması*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Herzberg, F. (1965). *The New Industrial Psychology, Industrial and Labor Relations Review*. Cornell University, 18(3): 364-376.
- Hodgetts, R. M. (1999). *Yönetim: Teori, Süreç ve Uygulama*. (Çev. C. Çetin, E. C. Mutlu), Der Yayınları, İstanbul.
- Horne, J. ve Manzenreiter, W. (2006). *An Introduction to the Sociology of Sports Mega-Events*. *The Sociological Review*, 54 (2): 1-24.
- Hosany, S., Ekinci, Y. ve Uysal, M. (2006). Destination Image and Destination Personallity: An Application of Branding Theories to Tourism Places. *Journal of Business Research*, 59: 638-642.
- Houghton, M. (2001). “The Propensity of Wine Festivals to Encourage Subsequent Winery Visitation, *International Journal of Wine Marketing*, 13(3): 32-41.
- Hoy, W. K. ve Miskel, C. G. (2010). *Education Management*. (Çev. S. Turan), Nobel Yayıncılık, Ankara.
- İçli, G. (2001). Küreselleşme ve Kültür. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(2): 163-172.
- Jago, L. K. ve Shaw, R. (1998). “Special Events: A Conceptual and Definitional Framework”. *Festival Management and Event Tourism*, 5(1): 21-32.

- Jago, L. K., Chalip, L., Brown, G, Mules, T. Ve Ali, S. (2002). "The Role Of Events İn Helping To Brand A Destination". *Events and Place Making, Proceedings of the International Event Research Conference*. Sydney, 111-143.
- Kabaağaç, S. ve Alova, E. (1995). *Latince – Türkçe Sözlük*. Sosyal Yayınlar, Ankara.
- Karagöz D. (2006). *Etkinlik Turizmi ve Etkinlik Turizmi Bağlamında Yabancı Ziyaretçi Harcamalarının Ekonomiye Etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Kızılırmak, İ. (2006). "Türkiye’de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme". *Sosyal Bilimler Dergisi*, 15: 181-196.
- Kim, S. S. ve Petrick, J. F. (2005). "Residents, Perceptions on Impact of the FIFA 2002 World Cup: The Case of Seoul As Host City". *Tourism Management*, 26(1): 25-38.
- Kim, K. ve Uysal, M. (2012). "Perceived Socio-Economic İmpacts of Festivals and Events Among Organizers". *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 10(3-4): 159-171.
- Kladou, S. (2011). "Kültür Festivalleri: Genel Bir Bakış", *İstanbul’un Festivalleri*. S. Ada (drl.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 27.
- Kozorog, M. (2011). "Festival Tourism and Production of Locality in a Small Slovenian Town". *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9 (4): 298 – 319.
- Koyuncu, İ. (2012). *Rekreasyon Potansiyelinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma; Aksaray Güzelyurt İlçesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Kozak, N. (2008). *Turizm Pazarlaması*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kozak, M. A. ve Bahçe, A. S. (2009). *Özel ilgi Turizmi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kömürcü, B. G. (2013). *Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Kurtişoğlu, B. (1995). "Halk Oyunlarının Uluslararası Barışa Katkıları". *Eyüboğlu Eğitim Kurumları, 1. Halk Oyunları Sempozyumu Bildirileri*, İstanbul, 65.
- Lawson, F. ve Manuel B. B. (1977). *Tourism and Recreation Development*. Architectural Press, London.
- Lee, I., Arcodia, C. ve Lee, T. J. (2012). "Benefits of visiting a multicultural festival: The Case of South Korea". *Tourism Management*, 33: 334-340.
- Litvin, S. W. ve Fetter, E. (2006). "Can a Festival be too Succesful? A Review of Spoleto". *International Journal of Contemporary Hapitality Management, USA*, 18(1): 41-49.

- Long, P. T. ve Perdue, R. (1989). "The economic impact of rural festivals and special events: Assessing the spatial distribution of expenses". *Journal of Travel Research*, 28(1): 7-11.
- Long, P. T., Perdue, R. ve Allen, L. (1990). "Rural Resident Tourism Perceptions and Attitudes By Community Level of Tourism". *Journal of Travel Research*, 23(9): 3-9.
- Luthans, F. (1992). *Organizational Behavior*. McGraw Hill. New York.
- Maslow, A. H. (1943). "A theory of human motivation". *Psychological Review*, 50(4): 370-396.
- Matheson, V. A. ve Baade, R. A. (2004). Mega-Sporting Events in Developing Nations: Playing the Way to Prosperity?. *The South African Journal of Economics*, 72(5): 1085-1096.
- Masterman, G. (2004). *Strategic Sports Event Management An International Approach*. Elsevier. Great Britain
- Mc Donnell, I., Johnny, A. ve O'Toole, W. (1998). "Festival and Special Event Management". *John Wiley & Sons Australia Ltd*. Brisbane.
- Michail, G. A. (2007). *Industrial/Organizational Psychology: An Applied Approach*, 5.th, *Prentice Hall*, USA, 310.
- Mill, R. C. ve Alastair, M. A. (2002). *The Tourism System*. Kendall Hunt Publishing Company. USA, 4.
- Mills, B. M. ve Rosentraub, M. S. (2013). "Hosting Mega-Events: A Guide to the Evaluation of Development Effects in Integrated Metropolitan Regions". *Tourism Management*, 34: 238-246.
- Miner, J. B. (1992). "*Organizational Psychology*". McGraw-Hill, College Industrial.
- Molloy J. (2002). "Regional Festivals: A Look at Community Support, the Isolation Factor and Funding Sources". *Journal of Tourism Studies*, 13(2): 2-15.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir.
- Nicholls, J. G. ve Robert, G. C. (1992). "The general and the specific in the development and expression of achievement motivation". *Motivation in Sport Exercise*, Human Kinetics Books.
- Orel, Y. ve Yavuz, M. (2003). "Rekreasyonel Turizmde Müşteri Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma". Çukurova Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(11).
- Önen, L. ve Tüzün, B. (2005). *Motivasyon*. Epsilon Yayıncılık. İstanbul.

- Önen, S. M. ve Kanayran, H. G. (2015). "Liderlik ve Motivasyon: Kuramsal Bir Değerlendirme". *Birey ve Toplum Dergisi*, 5(10): 50-53.
- Özdağ, S. (1996). *Yerel Yönetimlerde (Belediyelerde) Rekreatif Etkinliklerin Yeri ve Önemi*. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 131.
- Özgüç, N. (2003). "Turizm Coğrafyası, Özellikler ve Bölgeler". *Su Ürünleri Semineri*. İstanbul.
- Özkan, E., Curkan, S. C. ve Sarak, E. C. (2015). "Festivallerin Katılan Ziyaretçiler Üzerine Etkileri: Alaçatı Ot Festivali Örneği". *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 6(14).
- Öztürk, Y. ve Alkış, H. (2009). "Otel İşletmelerinde Motivasyon Faktörleri Üzerine Bir Araştırma". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28): 212-236.
- Pekyaman, A. (2008). *Turistik Satın Alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü: Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Pigram, J. (1983). *Outdoor Recreation and Resource Management*. Croom Helm. London
- Pike, S. (2008). "Destination Marketing – An Integrated Marketing Communication Approach". Butterworth-Heinemann, UK.
- Richardson, J. (1996). *Marketing Australian Travel and Tourism: Principles and Practice*. Hospitality Pres Ltd., Australia.
- Rietveld, P. Ve Daniel, V. (2004). *Determinants Of Bicycle Use: Do Municipal Policies Matter?*. Transportation Research Part A. 38 (7): 531-50.
- Ritchie, J. R. B. (1984). "Assessing the Impact of Halmark Events: Conceptual and Research Issues", *Journal of Travel Research*, 23(1): 2-11.
- Robbins, S. R. (2003). *Essentials Of Organizational Behavior*. Prentice Hall. New Jersey.
- Roche, M. (2000). *Mega-EventsandModernity: Olympicsandexpos in thegrowth of global culture*. Routledge, London 1-29.
- Sağcan, M. (1986). *Rekreasyon ve Turizm*. Cumhuriyet Basımevi, İzmir
- Sassatelli, M. (2011). *Urban Festivals and the Cultural of Public Sphere: Cosmopolitanism Between Ethics and Aesthetics*. Festivals and the Culture Public Sphere, 12-28.
- Small, K., Edwards, D. ve Sheridan, L. (2005). "A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival". *International Journal of Event Management Research*, 1(1): 66-77.
- Smith, R. J. (1972). "Festival and Celebrations. Folkloere and Folklife: An Introduction". M. Richard (Ed.), Dorson. The University of Chicago Press, Chicago, 159-1972.

- Socolov, E. (1997). *Feast. Folklore an Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music and Art*. A. Thomas (Ed.). Green. ABC-CLIO, California, 285-287.
- Stabler, M. J. (1995). "The Image of Destination Regions: Theoretical and Emprical Aspects, Marketing in the Tourism Industry". *Edit by: Brian Goodall-Gregory Ashworth*, Routledge, New York.
- Stipek, D. (1998). *Motivation To Learn: From Theory To Practice*, (3. Bs.). A Viacom Company, Massachusetts.
- Tassiopoulos, D. (2005). *Event Management: A Professional And Developmental Approach*, (2. bs.). Juta Academic, South Africa.
- Tayfun, A. ve Arslan, E. (2013). "Festival turizmi kapsamında yerli turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden memnuniyetleri üzerine bir araştırma". *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2): 191-206.
- Toksöz, D., Bak, E. ve Benli, S. (2014). "Mega Özellikli Spor Etkinliklerinin Dünya'dan ve Türkiye'den Örneklerle Benzerlik ve Farklılıkları". *3. Akdeniz Turizm Sempozyumu*, 18 Nisan 2014, Mersin, 51-60.
- Tosi, H. L., Rizzo, J. R. ve Carroll S. J. (1990). *Managing Organizational Behavior*, (2. bs.). Harper and Row Publishers, USA.
- Türkoğlu, S. (1995). "Uluslararası Halk Oyunları Faaliyetlerinin Topluma Sağladığı Araştırma Olanakları ve Arşiv". *Eyüboğlu Eğitim Kurumları, 1. Halk Oyunları Sempozyumu Bildirileri*, İstanbul, 62.
- Ulukuş, K. S. (2016). "Motivasyon Teorileri ve Lider Yöneticilik Unsurlarının Bireylerin Motivasyonuna Etkisi". *The Journal of Academic Social Science*, 4(25): 247-262.
- Usta, Ö. (2001). *Genel Turizm*. Anadolu Matbaacılık, İzmir.
- Ülgen, G. (1997). *Eğitim Psikolojisi*. Alkım Yayınevi, İstanbul, 3.
- Walsh, P. R. (2011). Creating a "values" chain for sustainable development in developing nations: where Maslow meets Porter. *Environment, Development and Sustainability*, 13(4): 789-805.
- Woo, E., Yolal, M., Çetinel, F. ve Uysal, M. (2011). A Comparative Study of Motivation Across Different Festival Products, *Amherst 16th Graduate Students Research Conference*.
- Wood, E. H. (2006). "Measuring the social impacts of local authority events: A pilot study for a civic pride scale". *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 11: 165-179.
- Yağcı, Ö. (2007). *Turizm Ekonomisi*. Detay Yayıncılık, Ankara.

- Yalçın, Y. (2015). *İlkokul ve Ortaokul Yöneticilerinin Öğretmenlerin Başarısını Artırmada İçsel Güdüleme (İçsel Motivasyon) Yeterlilikleri*. Yeditepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yarcan, Ş. (1998). *Turizm Endüstrisinin Yapısı*. Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.
- Yılmaz, E. Y. (2015). *Bireylerin Kültürel Etkinliklere Katılım Motivasyonları: Mersin Uluslararası Müzik Festivali 2013 Katılımcıları Üzerinde Bir Araştırma*. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Yoon, Y. S., Lee, J. S. ve Lee, C. K. (2010). Measuring Festival Quality and Value Affecting Visitor's Satisfaction and Loyalty using a Structural Approach. *International Journal of Hospitality Management*, 29: 335-342.
- Yürük, Ö. E. (1999). *Türk Turizminin Dünya Turizmine Entegrasyonunda Turistik Ürün Politikaları*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

İnternet kaynakları

AFP, (2018).

https://www.france24.com/en/20180209-rios-carnival-numbers?fbclid=IwAR0X4O0MqIe2oxZ_xDj7axXLYtJKRbn9wxvpzRMqBwWs64Y-aF1Dhfo5iFo (Erişim Tarihi: 12.03.2019).

Altınportakal (2014). Festival Tarihçesi,

<http://www.altinportakal.org.tr/festival/festival-tarihcesi> (erişim tarihi: 24.04.2018).

Antakya (2014). 4. Geleneksel Aba Güreşi Dünya Kupası,

<http://www.antakya.bel.tr/tr/?okod=2405> (erişim tarihi: 24.04.2018).

Ausopen (2014). Year-By-Year,

http://www.ausopen.com/en_AU/event_guide/history/year_by_year.html (erişim tarihi: 24.04.2018).

Aydın, Ö. (2018).

<https://www.aa.com.tr/tr/dunya/71-cannes-film-festivali-basladi/1139561> (erişim tarihi: 12.03.2019).

Cijm, (2014). History,

http://www.cijm.org.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=27&lang=en (erişim tarihi: 24.04.2018).

Çınar, S. (2019).

<http://www.gundemtekirdag.com/detay/42/tekirdag-kiraz-festivali-tarihi> (Erişim Tarihi: 19.03.2019).

- Çimen, S.(Ed.). Berlin Uluslararası Film Festivali,
<http://www.wikiyours.com/makale/berlin-uluslararasi-film-festivali> (erişim tarihi: 16.01.2019).
- Ece, Y. (2016).
<https://makyaj.com/cannes-film-festival-inin-tarihcesi>, (erişim tarihi: 14.01.2019).Edirne (2014). Tarihi Kırkpınar Yağlı Güreşleri,
<http://www.edirne.bel.tr/tr/detail/81/festvallermz/116/tarhkirkpinar-yali-greler.html> (erişim tarihi: 24.04.2018).
- Erzurum 2011, (2014). FISU History,
<http://www.erkurum2011.gov.tr/organizasyon/10168-fisu> (erişim tarihi: 24.04.2018).
- Formula1, (2014). The F1Brand - A Powerful Symbol of Excellence,
http://www.formula1.com/inside_f1/f1brand.html (erişim tarihi: 24.04.2018).
- İaaf, (2014). Aboutthe IAAF,
<http://www.iaaf.org/about-iaaf> (erişim tarihi 24.04.2018).
- İbili, E. (2018).
<https://blog.obilet.com/turkiyedeki-en-populer-festivaller/> (erişim tarihi: 22.03.2019).
- İbili, E. (2019).
<https://blog.obilet.com/istanbul-film-festivali-2019/> (erişim tarihi: 12.03.2019).
- Ide, R. (2018).
https://www.berlinale.de/en/archiv/jahresarchive/2018/01_jahresblatt_2018/01_jahresblatt_2018.html?fbclid=IwAR3B9auXAvsInt-qL--bxWFrqylbo2SLmLkzeYb9SZq9nYL_oqbNeD5jhxE#Zahlen2018 (Erişim Tarihi: 12.03.2019).
- İksv. İstanbul Kültür Sanat Vakfı, “Uluslararası İstanbul Film Festivali”,
<https://film.iksv.org/tr/festival-hakkında/tarihçe-2> (erişim tarihi: 16.01.2019).
- İtef. <https://www.itef.com.tr/hakkimizda> (erişim tarihi: 28.12.2018).
- Koçan, S. (2017).
<http://www.hurriyet.com.tr/video/fransiz-bisiklet-turunun-sasirtan-tarihi-40524483> (erişim tarihi:19.03.2019).
- Köse, M. “Rio Karnavalı’nın Tarihçesi”,
<https://www.makaleler.com/rio-karnavalinin-tarihcesi> (erişim tarihi: 16.01.2019).
- Letour (2014).
<http://www.letour.fr/le-tour/2014/us/pre-race/news/ahc/la-course-by-le-tour-de-francewomen-s-day-round-two.html> (erişim tarihi:25.04.2018).

Orman, T. (2018). San Fermin Festivali Nedir?

<http://www.milliyet.com.tr/san-fermin-festivali-nedir--san-fermin-festivali-nerede-yapilir--molatik-8637/>, (Erişim Tarihi: 20.03.2019).

Pinzuti, P. (2017).

<https://www.bisikletizm.com/bisiklet-festivali-nasil-yapilir/> (erişim tarihi: 01.05.2019).

Riocarnaval (2014). Rio Karnavalı Nedir?,

<http://www.riocarnaval.org/tr/rio-karnavali/nedir.html> (erişim tarihi: 24.04.2018).

Sanfermin, (2014). SanferminStory,

<http://www.sanfermin.com/index.php/en/historia> (erişim tarihi: 24.04.2018).

Summer Universiade. (2005).

<http://www.univspor.org.tr/images/stories/universiade/yaz/2005.pdf> (erişim tarihi: 25.04.2018).

TDK, (2019).

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c97e1e19eacb0.82299246 (erişim tarihi: 24.03.2019).

Uefa, (2014).

<http://www.uefa.org/about-uefa/news/newsid=2052238.html> (erişim tarihi: 25.04.2018).

Univspor, (2014). 23. Dünya Üniversiteler Yaz Spor Oyunları 23rd SummerUniversiade 11-21 Ağustos 2005, İzmir.

https://ipfs.io/ipfs/QmT5NvUtoM5nWFfrQdVrFtvGfKFmG7AHE8P34isapyhCxX/wiki/%C3%9Cniversite_Oyunlar%C4%B1.html, (erişim tarihi: 14.01.2019).

Yıldız, M. (2018).

<https://listelist.com/balkan-muziginin-ozellikleri/> (erişim tarihi: 01.04.2019).

EK-1**Değerli Katılımcı,**

Bu anket “Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler” isimli bitirme tezim için yapılmaktadır. Ankete vereceğiniz samimi cevaplar için teşekkürler.

İrem EVLİVAN

Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Rekreasyon Bölümü, Yüksek Lisans Öğrencisi

Yaş:

Cinsiyet : Erkek Kadın

Medeni durum: Evli Bekar

Bu yıl Bisiklet Festivallerinin Kaç Tanesine Katıldınız/Katılacaksınız?

1-3 arası 4-7 arası 8 ve daha fazlası

Katıldığınız festival isimlerini belirtiniz	Katılacağınız festival isimlerini belirtiniz
.....
.....
.....
.....

Aylık Kişisel Geliriniz?

0- 1500 1501 – 3000 3001 – 4500 4501 – 6000

6001 – 7500 7501 – 9000 9001 ve üstü

En son mezun olduğunuz okul?

Lise dengi ve altı Üniversite ve üstü

Çalıştığınız Yer: Özel sektör Kamu sektörü Kendi işim/Serbest Meslek

Emekli Çalışmıyorum

Yaşadığınız yer: Şehir-büyükşehir Köy-kasaba-ilçe

Yaşadığınız İlin Plaka Kodu:

Ailede sizden başka bisikletle ilgilenen var ise yakınlığı.....

Bisiklet festivallerine kimlerle ve Neden onlarla katılıyorsunuz?

Okuldan/İşyerinden arkadaşlarla Aile bireyleriyle Kız/Erkek Arkadaşım Yalnız

Organize olmuş bir grupla Sosyal Dünyadaki Arkadaşlarla

O bireylerle katılım Nedenleriniz (Birden Fazla İşaretleyebilirsiniz)

- Okul/iş arkadaşlarımla birlikte daha fazla sosyalleşmek için
- Ailemle birlikte sosyal aktivitelerde bulunmak için
- Ailemle daha fazla vakit geçirebilmek için
- Etkinliklere yalnız katılmaktan ve yeni insanlar tanımaktan zevk aldığım için
- Sosyal dünyadaki arkadaşlarımla birlikte çok eğlendiğim için
- Farklı insanlarla grup aktivitelerine dahil olmak için
- Kız/Erkek arkadaşım ile yeni anılar edinmek için
- Kız/Erkek arkadaşım ile farklı etkinliklerde bulunabilmek için

Daha çok hangi tür bisiklet kullanıyorsunuz?

- () Dağ Bisikleti () Trekking (Yol) Bisikleti
() Yarış Bisikleti () Şehir ve Konfor Bisikleti

Kaç yıldır düzenli olarak bisiklet kullanıyorsunuz?

Facebookta bisiklet gruplarından en az birine üye misiniz? () Evet () Hayır

Festivale Katılım Nedenleri

Aşağıdaki sorulara size en uygun cevabı verin.

1:Kesinlikle Beni İfade Etmiyor **2:** Beni İfade Etmiyor **3:** Kısmen Beni İfade Ediyor **4:** Beni İfade Ediyor **5:**Kesinlikle Beni İfade Ediyor

Yenilik Arayışı	1	2	3	4	5
YAR1-Yeni deneyimler yaşamak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
YAR2-Yeni bir coğrafya görmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
YAR3-Farklı yerel gelenek ve kültürleri deneyimlemek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
YAR4-Yeni bir Bisiklet festivalini deneyimlemek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
YAR5-Yeni beceriler edinme isteği	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
YAR6-Yeni lezzetler tanımak/tatmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fiziksel Aktivite ve Sağlık	1	2	3	4	5
FAS1-Bisiklete bindiğimde yenilenmiş ve tazelenmiş hissettiğim için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FAS2-Bu tarz aktivitelere katılmak fiziksel ve ruhsal sağlığımı olumlu etkilediği için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FAS3-Bedenen ve ruhen dinlenmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FAS4-Bisiklete binmenin kronik birçok hastalıktan koruduğuna inandığım için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FAS5-Fiziksel aktivite yapmak istediğim için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tanınma ve Sosyal Statü	1	2	3	4	5
TSS1-Başkaları tarafından tanınmak ve beğenilmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TSS2-Tanıma-tanınma arzusunda olduğum için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TSS3-Sosyal bir statü sağladığımı düşündüğüm için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TSS4-Kendimi önemli hissetme duygusunu yaşattığı için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TSS5-Takdir edildiğim ve dikkat çektiğim için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festivalin Çekiciliği	1	2	3	4	5
FESTC1-Festivalin herkes tarafından bilinmesi/anlatılması/övlmesi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FESTC2-Festival kapsamındaki özel etkinliklere dahil olmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FESTC3-Festival kapsamındaki değişik etkinlikleri deneyimlemek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FESTC4-Başkalarına bisiklet festivallerine gidiyorum demek beni mutlu ettiği için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eğlence	1	2	3	4	5
EGLNCE1-Keyif almak, eğlenmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EGLNCE2-Etkinliğin güzel atmosferini yaşamak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EGLNCE3-Etkinlik kapsamındaki eğlenceli aktiviteleri görmek/dahil olmak istediğim için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
EGLNCE4-Festival kalabalığının tadını çıkarmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nostalji	1	2	3	4	5
NOST1-Anıları tekrardan yaşamak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NOST2-Daha önceden gördüğüm mekanları bir kez daha görmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
NOST3-Eski dostlarla arkadaşlarla buluşmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Örnek Olma	1	2	3	4	5
OO1-Çevremdeki bireylere örnek olmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OO2-Toplumdaki bireylere örnek olmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OO3-Aile bireylerime örnek olmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tanıdıklarla Birlikte Olma	1	2	3	4	5
TBO1-Ailemle birlikte daha fazla vakit geçirmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TBO2-İş/okul arkadaşlarımla birlikte olmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TBO3-Sosyal dünyadan arkadaşlarımla olmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TBO4-Daha önce tanıştığım insanlarla buluşmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yeni Bireylerle Tanışma	1	2	3	4	5
YBT1-Sosyal ilişki kurmak, yeni insanlarla tanışmak veya onları gözlemek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
YBT2-Aynı şeyleri yapmaktan keyif alan başkalarıyla birlikte olabilmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
YBT3-Festivale katılan diğer insanları gözlemlemek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Uzaklaşma	1	2	3	4	5
UZK1-Can sıkıntısından kurtulmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
UZK2-Aile ortamından uzaklaşmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
UZK3-Günlük rutinden uzaklaşmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
UZK4-Kalabalıktan ve stresten uzaklaşmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekabet/Mücadele	1	2	3	4	5
REM1-Mücadele ruhumu geliştirmek için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
REM2-Kendimle rekabet etme isteği	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
REM3-Başkalarıyla rekabet etme isteği	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ait Olma/Destekleme	1	2	3	4	5
AOD1-Onayladığım bir kişiyi/STK'yı desteklemek ve parçası olmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
AOD2-Onayladığım bir misyonu desteklemek ve parçası olmak için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
AOD3-Bir gruba ait olmak istediğim için	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bisiklet Festivallerine katılarak elde ettiğiniz faydalar.	Hayır	Kısmen	Evet
Daha mutlu hissettim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sosyal dünyamdaki ve ailemdaki kişilerle festivali paylaşmak bana keyif verdi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Daha önce tanımadığım kişilerle festivalde buluşmak, aynı şeyleri yapmak bana keyif verdi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Daha önce tanıştığım kişilerle yeniden buluşmak beni mutlu etti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Başkaları tarafından tanınmak ve beğenilmek beni mutlu etti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sosyal statü kazanmak sosyal yaşamımda kendimi önemli hissettirdi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aileme ve çevremdeki bireylere örnek olmamı sağladı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yeni bir bisiklet festivalini deneyimlemek beni heyecanlandırdı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yeni bir coğrafya tanımak beni mutlu etti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festival kapsamındaki özel etkinliklere katılmak festivalden elde ettiğim tatmini arttırdı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festival kalabalığına dahil olmak stresimi azalttı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festivale katılmak günlük rutinden uzaklaşmama sebep oldu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festivale katılmak günlük hayatın can sıkıntısı ve stresinden uzaklaşmamı sağladı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festivalde kendimle ve başkalarıyla rekabet etmem mücadele ruhumu geliştirdi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bisiklete binmek yenilenmiş ve ruhen dinlenmiş hissettirdi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eski dostlarla, arkadaşlarla anıları tazelemek beni mutlu etti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Başkaları tarafından beğenilmek ve takdir edilme duygusu önemli olduğum düşüncesini verdi/güçlendirdi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kişisel tatmin elde ettim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kendime güvenim arttı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yeni şeyler öğrendim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Daha sağlıklı ve güçlü hissettim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yeni kişilerle tanıştım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yeni iş bağlantıları kurdum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Çevre bilinci kazandım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hayal gücüm arttı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bir gruba ait olmak beni mutlu etti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bir gruba ait olmak yalnızlık hissinden kurtulmamı sağladı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İşteki/okuldaki verimim arttı/artacak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Festival hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?	1	2	3	4	5
Festival öncesi gerekli bilgilendirmeler detaylı bir şekilde yapıldı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Konaklama yerinden memnun kaldım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tur programı detaylı düşünülmüş ve iyi planlanmıştı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bisiklet rotalarının zorluk dereceleri ve yol durumu katılımcılara uygun seçilmişti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Akşam eğlenceleri organizasyonu başarılıydı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kamp yerleşim yeri temiz ve bakımlıydı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Grup lideri tam donanımlı ve eğitimliydi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ortak kullanım alanları (wc, toplanma alanı vs.) temizdi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festival zamanlaması (gün ve ay açısından) uygundu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festival zamanlaması (mevsim açısından) uygundu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festival kapsamındaki kültür sanat etkinlikleri yeterli düzeyde ve verimliydi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Festival masraflarım/harcamalarım gereken düzeydeydi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organizasyonu gerçekleştiren ekip güler yüzlü ve cana yakındı	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bu festivale tekrar katılıyorum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arkadaşlarıma/çevreme bu festivale katılmalarını tavsiye ederim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bu festivalden genel olarak memnun kaldım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sorularımız sona ermiştir. Katılımınız için teşekkürler.

Ö Z G E Ç M İ Ş

Adı ve SOYADI	İrem EVLİVAN
Doğum Yeri - Tarihi	Manisa – 20/07/1989
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Ulubey Lisesi
Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi/Spor Bilimleri Fakültesi/Rekreasyon Bölümü
Tezsiz Yüksek Lisans Diploması	
Proje Konusu	
Yüksek Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/Rekreasyon Ana Bilim Dalı
Tez/ Dönem Projesi Konusu	Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bu Faktörlerin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi
Doktora Diploması	
Tez/Dönem Projesi Konusu	
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
BİLİMSEL FAALİYETLER	
İŞ DENEYİMİ	
Stajlar	
Projeler	
Çalıştığı Kurumlar	Sabiha Gökçen Anaokulu, 15 Temmuz Şehitleri Anaokulu
E-Posta	iremevlivan@gmail.com



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : 39189507-302.10.01-E.161319
Konu : İrem EVLİVAN' ın Tez Çalışması

20/12/2018

REKREASYON ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞINA

İlgi : 19/12/2018 tarihli ve 55578142-050.01.04-E.160426 sayılı yazı,

Ana Bilim Dalınız Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi 20165257006 nolu İrem EVLİVAN'ın "Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler" başlıklı tez çalışması kapsamında anket çalışmasının uygun görüldüğüne ilişkin Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun ilgi sayılı yazısı ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

e-imzalıdır
Prof.Dr. İhsan BULUT
Müdür

Ek: 1 Yazı ve Eki (2 sayfa)



T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği
Kurulu

Sayı : 55578142-050.01.04-E.160426
Konu : Kararlar

19/12/2018

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

- İlgi : a) 28/11/2018 tarihli ve 39189507-302.99-E.149075 sayılı yazınız,
b) 04/12/2018 tarihli ve 39189507-302.99-E.152404 sayılı yazınız,
c) 04/12/2018 tarihli ve 39189507-302.99-E.152405 sayılı yazınız,
d) 12/12/2018 tarihli ve 39189507-302.99-E.156703 sayılı yazınız.

İlgide kayıtlı yazılarınıza istinaden; Kurulumuzdan talep edilen Etik Onay belgesine ilişkin, Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulumuzun kararları ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

e-imzalıdır

Prof.Dr. Osman ERAVŞAR
Kurul Başkanı

Ek:

- 1- 17.12.2018 tarih ve 171 sayılı Etik Kurul Kararı (1 Sayfa)
- 2- 17.12.2018 tarih ve 176 sayılı Etik Kurul Kararı (1 Sayfa)
- 3- 17.12.2018 tarih ve 177 sayılı Etik Kurul Kararı (1 Sayfa)
- 4- 17.12.2018 tarih ve 181 sayılı Etik Kurul Kararı (1 Sayfa)

Irem Eulivan

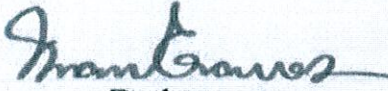
T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu
KARAR

Toplantı Tarihi : 17/12/2018

Karar Sayısı : 177

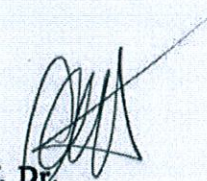
Üniversitemiz Spor Bilimleri Fakültesi Rekreasyon Bölümü öğretim üyesi **Doç. Dr. Faik ARDAHAN**'nın danışmanlığını, **İrem EVLİVAN**'ın araştırmacılığını üstlendiği, "*Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler*" başlıklı tez çalışması kapsamında kullanılacak olan anket çalışmasının uygunluğunun görüşülmesi istemi.

Üniversitemiz Spor Bilimleri Fakültesi Rekreasyon Bölümü öğretim üyesi **Doç. Dr. Faik ARDAHAN**'nın danışmanlığını, **İrem EVLİVAN**'ın araştırmacılığını üstlendiği, "*Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler*" konulu anket çalışmasının, fikri hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğun başvurucuya ait olmak üzere, proje süresince uygulanmasının etik olarak **uygun olduğuna** oy birliği ile karar verilmiştir.

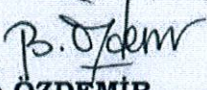



Başkan
Prof. Dr.
Osman ERAVŞAR

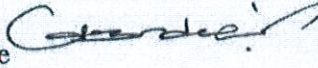
Üye
Prof. Dr. (bulunmadı)
Ahmet BAYANER

Üye 
Prof. Dr.
Hilmi DEMİRKAYA

Üye
Prof. Dr. (bulunmadı)
Mustafa ŞEKER

Üye 
Prof. Dr.
Bahattin ÖZDEMİR

Üye 
Prof. Dr.
Adnan DÖNMEZ

Üye 
Prof. Dr.
Abdullah KARAÇAĞ