

Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin Geliştirilmesi

ve

Türk Popülasyonu İçin Geçerlilik Güvenirliliğinin Yapılması*

İrem EVLİVAN¹, Faik ARDAHAN²

¹ Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon Anabilim Dalı
iremevlivan@gmail.com, Orcid ID: 0000000291251109

² Akdeniz Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi Rekreasyon Bölümü
ardahan@akdeniz.edu.tr, Orcid ID: 0000000253192734

Öz

Bu çalışmanın amacı; Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler ölçeğinin geliştirilmesi ve Türk popülasyonu için geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasının yapılmasıdır. Araştırma, 2018 yılında gerçekleştirilen 33 bisiklet festivaline katılan 865 katılımcı ile yapılmıştır. Veriler kararsal örnekleme yoluyla belirlenen bu festivallerin dokuzunda yüz yüze anket, diğerlerin de ise elektronik anket aracılığıyla toplanmıştır. Araştırma verilerini toplamak amacıyla 51 madde kullanılmıştır. Tüm sayıtlarla birlikte inceleme yapılarak gerçekleştirilen Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) sonucunda 12 alt boyutta 51 madde oluşmuştur. Dört maddenin ortak varyans değerleri, 0.50 altında olduğu için madde listesinden çıkarılmış ve kalan 47 maddeye yeniden AFA uygulanmıştır. Ölçek aracının madde analizi çalışmaları, korelasyona dayalı analiz çalışması ile gerçekleştirilmiştir. Madde – ölçek korelasyonları Pearson korelasyon katsayısı ile incelenmiştir. Varimax döndürme yöntemi ile gerçekleştirilen Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) sonucunda 47 maddelik 12 altboyutlu bi yapı elde edilmiştir. Ölçeğin Cronbach-alpha güvenirliliği 0.941 olarak elde edilmiş ve açıklanan varyans oranı %72,38 olarak bulunmuştur. Modele, Doğrulayıcı Faktör Analizi uygulanmıştır. Ayrıca tüm parametreler istatistiki olarak geçerli limitler içindedir. Sonuç olarak ölçek, toplam 12 faktörden oluşmaktadır ve sonuçlar, BFKMF'nin Türk popülasyonu için geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir.

Orijinal Makale

Yayın Bilgisi

Gönderi Tarihi: 31.10.2021

Kabul Tarihi: 28.12.2021

Online Yayın Tarihi: 31.12.2021

Anahtar kelimeler: Bisiklet Festivalleri, Motivasyonel Faktörler, Rekreasyon.

The Developing The Scale of The Factors that Motivate Individuals to Participate in Bicycle Festivals and

Making the Validity Reliability for Turkish Population

Abstract

The purpose of this study is to the developing the scale of the factors that motivate individuals to participate in bicycle festivals and making the validity reliability for Turkish population. The study, is made with participant 865 who participated of 33 bicycle festivals that made in 2018. The data were collected through face-to-face questionnaire at nine of the festivals that determined through decisional sampling and as for in others through electronic questionnaire. 51 items were used to collect study data. As a result of Exploratory Factor Analysis (EFA), which was carried out by examining all the assumptions, 51 items were formed in 12 sub-dimensions. Since the common variance values of the four items were below 0.50, they were removed from the item list and to the remaining 47 items were applied AFA again. The items analysis studies of the scale tool were carried out with a correlation-based analysis study. Item – scale correlations were analyzed using the Pearson correlation coefficient. As a result of the Exploratory Factor Analysis (EFA) performed with the Varimax rotation method, a 12 sub-dimension structure consisting of 47 items was obtained. The cronbach-alpha reliability of th scale was (0,941) and the explained variance ratio were found to be 72.38%. Confirmatory factor analysis was applied to the model. In addition, all parameters are within statistically valid limits. As a result, the scale consists of a total of 12 factors and the results show that FMIPBF is valid and reliable for the Turkish population.

Original Article

Article Info

Received: 31.10.2021

Accepted: 28.12.2021

Online Published: 31.12.2021

Keywords: Bicycle Festivals, Motivational Factors, Recreation.

* Bu çalışma; İrem EVLİVAN'ın "Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bu Faktörlerin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

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. Bu ve benzeri nedenler açık alan etkinliklerinden birisi olan bisiklet kullanımına olan talebi arttırarak bireylerin hem temiz havada egzersiz yapmalarına katkıda bulunmakta hem de eğlenme imkânı tanımaktadır. Gelişen teknolojinin olumlu bir yanı olarak bireylerin serbest zamanının artmasıyla birlikte rekreasyon işletmeleri ve organizasyon şirketlerinin de fazlalaşması ve gelişmesi kaçınılmaz hale gelmiştir (Ardahan ve Çalışkan, 2017).

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). Diğer bir araştırmacıya göre 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).

Ayrıca spor festivalleri ve özel amaçlı etkinlikler, bu etkinliklere katılan bireylerin egzersiz yapmalarının getirdiği temel yararlarının yanında psikolojik, duygusal, psikososyal faydalarından dolayı da giderek popülaritesini 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). Bu bağlamda spor festivallerinden yola çıkarak yapılan literatür taramasında bisiklet festivalleri ve bu festivallere katılımı etkileyen faktörlerle ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Araştırma için 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 alınmıştır. Yukarıda belirtilen gerekçeler doğrultusunda bu çalışmanın amacı kararsal örnekleme yoluyla seçilen bisiklet festivallerine katılan bireylerin profillerinin belirlenmesi için "Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeğinin Geliştirilmesi"dir.

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).

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).

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).

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).

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. 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 (<https://anadolugezgini.wordpress.com/2018/01/24/2018-yili-bisiklet-festivalleri/>).

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 (<https://anadolugezgini.wordpress.com/2018/01/24/2018-yili-bisiklet-festivalleri/>).

Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler

Bireylerin rekreasyonel olarak bisiklet kullanmaya başlaması veya bisikletiyle 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); Başarılan 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.

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. 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.

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).

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 güdüleri 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.

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).

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).

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 etkinliklere 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 (Ardahan ve Mert, 2014).

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-Recreation Experience Preference Domains, Scales And Core Statements”.
- 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.

YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı; Bireyleri Bisiklet Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler ölçeğinin geliştirilmesi ve Türk popülasyonu için geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasının yapılmasıdır. Çalışmanın ana kütesini Türkiye’de 2018 yılında yapılan toplam 33 bisiklet festivaline katılan 865 birey oluşturmaktadır. Bu festivallerden kararsal örnekleme yoluyla belirlenen dokuzunda yüz yüze anket, diğerlerinin de katılımcılarına elektronik anket aracılığıyla veriler toplanmıştır. Tüm festivallerde yüz yüze anket uygulaması yapılamaması sebebiyle, elektronik anket uygulaması aracılığıyla daha fazla bisiklet festivali katılımcısına ulaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın amacına uygun şekilde geliştirilen anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik bilgilerin alındığı sorular, ikinci bölümde de bireyleri bisiklet festivaline katılmaya motive eden nedenlerin olduğu madde havuzu oluşturmaktadır. Madde havuzunun belirlenmesinde; literatürde benzer etkinliklerde kullanılan ölçeklerden seçilen maddeler, bisiklet kullanan ve/veya festivallerine katılan, bisiklet kullanımı ile ilgili çalışmaları olan uzmanların görüşleri, bisiklet festivallerine daha önce katılmış bireylerin görüşlerinden faydalanılmıştır.

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”, “Tanıdıklarla 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 havuzunda 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.

Sonuç olarak ölçek toplam 12 faktörden oluşmaktadır ve sonuçlar BFKMF'nin Türk popülasyonu için geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir.

BULGULAR

Çalışmada KMO (0.888) ve Bartlett küresellik testlerinin ($X^2=27009,021$, $SD=1081$, $p=0.000$) 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. Ölçeğin iç tutarlılığı (0.941) ve açıklanan varyans oranı %72,38 olarak bulunmuştur. Modele ayrıca Doğrulamalı Faktör Analizi Uygulanmış olup, tüm parametreler istatistik olarak geçerli limitler içinde yer almaktadır.

Tablo 1: AFA ile elde edilen faktörler ve madde açıklamaları

F1 Yenilik Arayışı	“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.	Cronbach's alpha değeri= 0,887
F2 Fiziksel Aktivite ve Sağlık	“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.	Cronbach's alpha değeri= 0,887
F3 Tanınma ve Sosyal Statü	“Başkalrı 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.	Cronbach's alpha değeri= 0,832
F4 Festivalin Çekiciliği	“Festivalin herkes tarafından bilinmesi/anlatılması/övlmesi”, “Festival kapsamındaki özel etkinliklere dahil olmak için”, “Festival kapsamındaki değişik etkinlikleri deneyimlemek için”, “Başkalrına bisiklet festivallerine gidiyorum demek beni mutlu ettiği için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.	Cronbach's alpha değeri= 0,843
F5 Eğlence	“Keyif almak, eğlenmek için”, “Etkinliğin güzel atmosferini yaşamak için”, “Etkinlik kapsamındaki eğlenceli aktiviteleri görmek/dahil olmak istediğim için”, “Festival kalabalığının	Cronbach's alpha değeri= 0,853

	adını çıkarmak için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.	
F6 Nostalji	“Anıları tekrardan yaşamak için”, “Daha önceden gördüğüm mekânları bir kez daha görmek için”, “Eski dostlarla arkadaşlarla buluşmak için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.	Cronbach’s alpha değeri= 0,866
F7 Örnek Olma	“Çevremdeki bireylere örnek olmak için”, “Toplumdaki bireylere örnek olmak için”, “Aile bireylerime örnek olmak için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.	Cronbach’s alpha değeri= 0,891
F8 Tanındıklarınla Birlikte Olma	“Ailemle 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.	Cronbach’s alpha değeri= 0,700
F9 Yeni Bireylerle Tanışma	“Sosyal ilişki kurmak, yeni insanlarla tanışmak veya onları gözlemek için”, “Aynı şeyleri yapmaktan keyif alan başkalarıyla birlikte olabilmek için”, “Festivale katılan diğer insanları gözlemek için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.	Cronbach’s alpha değeri= 0,793
F10 Uzaklaşma	“Can sıkıntısından kurtulmak için”, “Aile ortamından uzaklaşmak için”, “Günlük rutinden uzaklaşmak için”, “Kalabalıktan ve stresten uzaklaşmak için” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.	Cronbach’s alpha değeri= 0,696
F11 Rekabet/Mücadele	“Mücadele ruhumu geliştirmek için”, “Kendimle rekabet etme isteği”, “Başkalarıyla rekabet etme isteği” maddelerini tarifleyen öğelerden oluşmaktadır.	Cronbach’s alpha değeri= 0,755
F12 Ait Olma/Destekleme	“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 öğelerden oluşmaktadır.	Cronbach’s alpha değeri= 0,776

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.

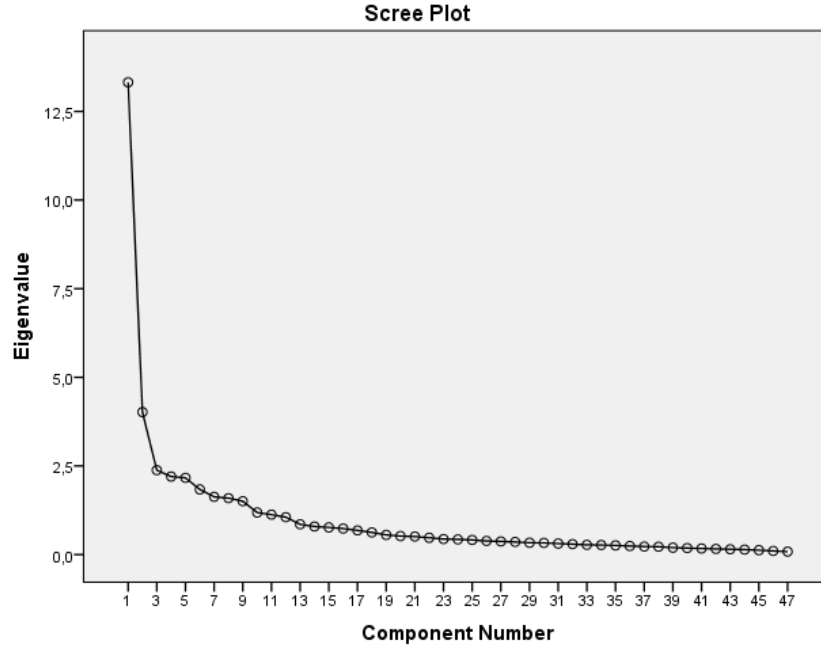
Modelde Varimax döndürme yöntemi kullanılmıştır. Buna göre Şekil 1’de de görülebileceği gibi tüm maddeler öz değerleri 1’den büyük olan 12 faktörde toplanmış ve toplam varyansın %72,382’sini açıklamıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha değeri ise (0,941) olarak bulunmuştur.

Şekil 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.

Doğrulamalı 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)

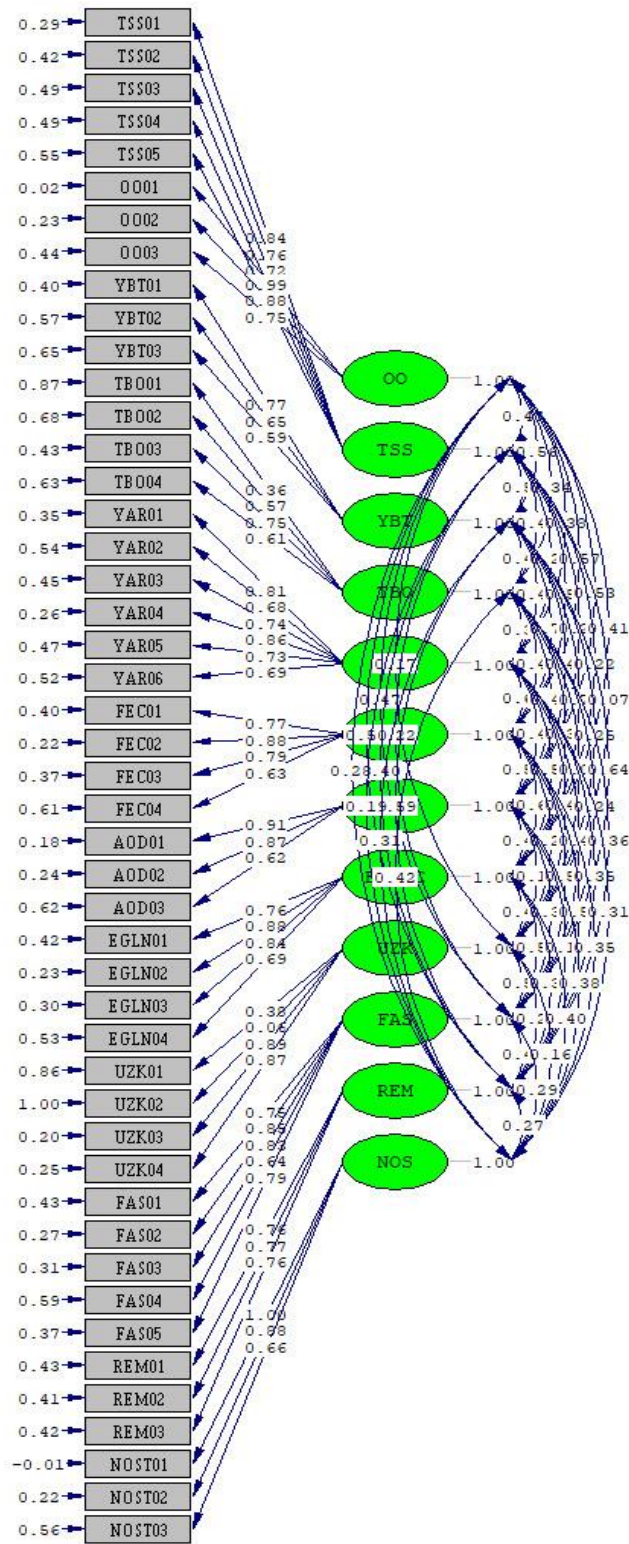
ve Erkuş'a (2014) göre Doğrulayıcı Faktör Analizi yapmak ciddi hatalara neden olmaktadır. Genel olarak Doğrulayıcı Faktör Analizi bu ölçeğin kullanıldığı başka veri seti üzerinden yapılmalıdır.

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



Şekil 1: Scree Plot

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'nın 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 2'de sunulmuştur.



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

Şekil 2: Yapısal Eşitlik Modeli

Tablo 2: Açıklayıcı faktör analizi sonuçları

Kaiser-Mayer-Olkin Örneklem Yeterlilik Ölçümü														0,888	
		Yaklaşık Ki-kare												27009,021	
Bartlett Küresellik Testi		Serbestlik derecesi												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 2: Açıklayıcı faktör analizi sonuçları (devam)

Madde Numaraları	Faktör Yükleri												Ortak	
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	Varyans	X±SS
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	
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	Toplam Cronbach's	
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	Alpha Değeri	
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	=0,941	

Tablo 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: 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.

Tablo 4: Madde açıklamaları tablosu

Madde Kodu	Madde Açıklaması
Faktör-1	Yenilik Arayışı
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
Faktör-2	Fiziksel Aktivite ve Sağlık
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
Faktör-3	Tanınma ve Sosyal Statü
TSS1	Başkaları tarafından tanınmak ve beğenilmek için
TSS2	Tanım-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
Faktör-4	Festivalin Çekiciliği
FESTC1	Festivalin herkes tarafından bilinmesi/anlatılması/övülmesi
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
Faktör-5	Eğlence
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
Faktör-6	Nostalji
NOST1	Anıları tekrardan yaşamak için
NOST2	Daha önceden gördüğüm mekânları bir kez daha görmek için
NOST3	Eski dostlarla arkadaşlarla buluşmak için
Faktör-7	Örnek Olma
OO1	Çevremdeki bireylere örnek olmak için
OO2	Toplumdaki bireylere örnek olmak için
OO3	Aile bireylerime örnek olmak için
Faktör-8	Tanıdık Bireylerle Olma
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
Faktör-9	Yeni Bireylerle Tanışma
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 gözlemek için
Faktör-10	Uzaklaşma
UZK1	Can sıkıntısından kurtulmak için
UZK2	Aile ortamından uzaklaşmak için
UZK3	Günlük rutinden uzaklaşmak için
UZK4	Kalabalıktan ve stresten uzaklaşmak için
Faktör-11	Rekabet/Mücadele
REM1	Mücadele ruhumu geliştirmek için
REM2	Kendimle rekabet etme isteği
REM3	Başkalarıyla rekabet etme isteği
Faktör-12	Ait Olma/Destekleme
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

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, "Tanıdıklarla 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 Mc Clelland'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", "Tanıdıklarla 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", "Tanıdıklarla 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", "Tanıdıklarla 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 içinde yer alan "Fiziksel Aktivite ve Sağlık", "Eğlence", "Uzaklaşma" ve "Ait Olma/Destekleme" faktörleri Var Olma İhtiyacı ile, "Yenilik Arayışı", "Tanıdıklarla 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 yönelten 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.

SONUÇ

Tüm bu anlatılanlardan sonra; BFKMF ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayısı 0.941 ve ölçeğin açıkladığı varyans %72,382 olarak bulunmuştur. BFKMF ölçeğinin bireyi bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörlerin açıklanmasında Türk popülasyonu için açıklamaya yeterli olduğu sonucuna varılabilir.

KAYNAKLAR

- Ardahan, F. ve Mert, M. (2014). Bireyleri bisiklet kullanmaya motive eden faktörler ölçeğinin geliştirilmesi ve türk popülasyonu için güvenilirlik geçerlilik çalışması. *The Journal of Academic Social Science*, 2(1): 409-427.
- Ardahan, F., Turgut, T. ve Kalkan, K. A. (2016). Her yönüyle rekreasyon. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ardahan, F. ve Çalışkan, A. (2017). Bireyleri spor festivallerine katılmaya motive eden faktörler ölçeği geçerlilik ve güvenilirlik çalışması: RUNATOLIA örneği. *Journal of Human Sciences*, 14(2): 1405-1419. doi:10.14687/jhs.v14i2.4433
- Ardahan, F. ve Etlivan, İ. (2019). Bireyleri bisiklet festivallerine katılmaya motive eden faktörler ölçeğinin geliştirilmesi ve bu faktörlerin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- 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.
- Brown, T.D., O'connor, J.P. ve Barkatsas, A.N, (2009),Instrumentation andmotivationsfororganisedcycling: thedevelopment of the Cyclist MotivationInstrument (CMI), *Journal of Sports ScienceandMedicine*, 8: 211-218.
- Champoux, J. E. (2006). *Organizational behavior*. Third Edition, United States of America: Thomson South-Western.
- 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.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (2000/1). Intrinsic and extrinsic motivations: Classic definitions and new directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25: 54-67.
- Dizdar, A. (2009). Çalışanların içsel motivasyon algısı ve konuyla ilgili bir uygulama. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- 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.
- Driver, B. L. (1983). Master list of items for recreation experience preferences scales and domains. Unpublished document. USDA Forest Service, Fort Collins, CO: Rocky Mountain Forest and Range Experiment Station, p.15-75.
- Duffy, M. (2005). Performing identity within a multicultural framework. *Social and Cultural Geography*, 6 (5): 677-692.
- Engeström, Y., Miettinen, R. ve Punamaki, R.L. (2003). *Perspective on activity theory*, Cambridge University Press, Second Edition, NY, 10011-4211, USA, p.22-80.
- Frederick-Reccascino, C.M. ve Schuster-Smith, H. (2003). Competition and intrinsic motivation in physical activity: a comparison of two groups. *Journal of Sport Behavior*, 26(3):240-254.
- Grescoe, T. (2012). *Straphanger*. Holt, Henry & Company, Inc.p. 12-45.
- Kitterlin, M. ve Yoo, M. (2014). Festival motivation and loyalty factors. *Tourism & Management Studies*, 10(1).
- LaChausse, R.G. (2006). Motives of competitive and non-competitive cyclists. *Journal of Sport Behavior*, 29(4): 304-315.
- Maeng, H. Y., Jang, H. Y. ve Li, J. M. (2015). A Critical review of the motivational factors for festival attendance based on meta-analysis. *Tourism Management Perspectives*, (17), 16-25.
- Pintrich, P.R, (2000). An Achievement goal theory perspective on issues in motivation terminology, theory and research. *Contemporary Educational Psychology*, 25: 92–104
- Rietveld, P. Ve Daniel, V. (2004). Determinants of bicycle use: do municipal policies matter?. *Transportation Research Part A*. 38 (7): 531-550.
- Ritchie, B. W., Tkaczynski, A. ve Faulks, P. (2010). Understanding the motivation and travel behavior of cycletourists using involvement profiles. *Journal of Travel &Tourism Marketing*, 27(4): 409-425.
- Robbins, S. R. (2003). *Essentials of organizational behavior*. Prentice Hall. New Jersey.
- Skar, M., Odden, A. ve Vistad, O.I. (2008). Motivation for mountain biking in Norway: Change and stability in late-modern outdoor recreation, *Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography*, 62:1:36-45.
- Stipek, D. (1998). *Motivation to learn: from theory to practice*, (3. Bs.). A Viacom Company, Massachusetts.
- Streicher, H. ve Saayman, M. (2010). Travel motives of participants inthe cape arguspick n pay cycletour. *South African Journalfor Research in Sport, Physical Educationand Recreation*, 32(1):121-131.
- Ulukuş, K. S. (2016). Motivasyon teorileri ve lider yöneticilik unsurlarının bireylerin motivasyonuna etkisi. *The Journal of Academic Social Science*, 4(25): 247-262.
- Yolal, M., Çetinel, F. ve Uysal, M. (2009). An Examination of festival motivation and perceived benefits relationship: eskişehir international festival. *Journal of Convention & Event Tourism*. 10:4, 276-291, DOI: 10.1080/15470140903372020.