

Rekreasyonel tüketimde motivasyonlar: Tematik içerik analizi ile kuramsal çerçevenin değerlendirilmesi

Motivations in recreational consumption: Evaluation of the theoretical framework through thematic content analysis

Cemal Gümüş¹ 

Öz

Bu çalışma, rekreasyonel tüketimde raporlanan motivasyon temalarının kuramsal beklentilerle ne ölçüde ve hangi bağlamlarda örtüştüğünü göstermek amacıyla yürütülmüştür. 25 Temmuz–10 Ağustos 2025 arasında ölçüt temelli taranan 33 hakemli ampirik makalenin ölçek boyutları Türkçede terim birliği sağlanarak tekilleştirilmiş, eşanlamli ifadeler birleştirilmiş ve tematik içerik analizi uygulanmıştır. Birleştirilmiş frekans toplamı n=109’dur. Bulgular, tek bir genel profil yerine dört çekirdek kümenin öne çıktığını göstermiştir: sosyal–aidiyet, başarı–meydan okuma, sağlık–iyi oluş ve rahatlama–kaçış. İkincil temalar öğrenme–keşif, yenilik/heyecan, beden–dış görünüm, doğa takdiri ve normatif–etik yönelimler olarak belirlenmiştir. Tema yapısı, Öz Belirleme Kuramı, Kaçış–Arama, İtme–Çekme, Boş Zaman Motivasyon Ölçeği ve hedonik–yararcı ayrımıyla büyük ölçüde tutarlı bulunmuştur. Uygulamada, özerkliği destekleyen ve zorluk–beceri dengesini gözetten program tasarımları ile topluluk ve aidiyet odaklı iletişim ve sorumlu tüketim çerçeveleri önerilmiştir. Çalışma ikincil verilere dayanmıştır; dizin erişimleri ve ölçme heterojenliği nedeniyle istatistiksel meta-analiz yapılmamış, bu durum bulguların genellenebilirliğini sınırlamıştır. Sonuç olarak, tematik içerik analizi metinler üzerinden kuramsal çerçeveye karşılaştırma yapmamıza olanak tanımış; böylece rekreasyonel motivasyonların bağlama göre değişen temel yapısını ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, Motivasyon, Tüketici Davranışı, İçerik Analizi, Kuramsal Değerlendirme

Jel Kodları: L83, M31

Abstract

This study examines the extent to which motivation themes reported in recreational consumption align with theoretical expectations and across which contexts. A criteria-based search conducted between 25 July and 10 August 2025 identified 33 peer-reviewed empirical articles. Measurement labels were standardised in Turkish, synonyms were merged, and thematic content analysis was applied. The total count of theme occurrences is n=109. Findings indicate four core clusters rather than a single general profile: social–belonging, achievement–challenge, health–well-being, and relaxation–escape. Secondary themes—learning–exploration, novelty/thrill, body–appearance, appreciation of nature, and normative–ethical orientations—vary by setting. The overall structure is broadly consistent with Self-Determination Theory, Escape–Seeking, Push–Pull, the Leisure Motivation Scale, and the hedonic–utilitarian distinction. Practical implications include program designs that support autonomy and calibrate the challenge–skill balance, alongside community- and affiliation-oriented communication and responsible-consumption framing. As the study relies on secondary sources, and index coverage plus measurement heterogeneity precluded a statistical meta-analysis, generalizability is limited. In sum, the thematic content analysis enabled a text-based comparison with theory and revealed an underlying, context-sensitive structure of recreational motivation.

Keywords: Recreation, Motivation, Consumer Behaviour, Content Analysis, Theoretical Assessment

Jel Codes: L83, M31

¹ Öğr. Gör. Dr., Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak, Türkiye, cemalgumus@beun.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0283-1073

Başvuru/Submitted: 20/08/2025

Revizyon/ Revised: 17/10/2025

Kabul/Accepted: 21/10/2025

Yayın/Online Published: 25/10/2025

Atf/Citation: Gümüş, C., Rekreasyonel tüketimde motivasyonlar: Tematik içerik analizi ile kuramsal çerçevenin değerlendirilmesi, *tujom* (2025) 10 (2): 62-86 doi: <https://doi.org/10.30685/tujom.v10i2.217>

Extended Abstract

Motivations in recreational consumption: Evaluation of the theoretical framework through thematic content analysis

Literature

Scholarship on recreational consumption has produced a dispersed set of motive labels that often overlap. Core theoretical anchors include Self-Determination Theory, escape-seeking and push-pull models, the Leisure Motivation Scale domains, hedonic versus utilitarian motives, needs-based accounts, flow, and goal-framing. Across diverse contexts such as outdoor recreation, fitness and exercise, niche leisure practices, and sport consumption, four themes recur with high regularity: social belonging, achievement and challenge, health and well-being, and relaxation and escape. Secondary themes arise as conditional emphases shaped by setting and participant profile, including learning and exploration, novelty and new experiences, body and appearance, nature appreciation, cultural enrichment, and normative-ethical orientations. The literature also highlights measurement heterogeneity, where similar constructs are labelled differently across studies, motivating consolidation and theory-evidence mapping.

Research subject

The study undertakes a qualitative synthesis and thematic content analysis of empirical articles that examine motivations for recreational participation and consumption. It consolidates heterogeneous factor labels into a harmonised theme lexicon, documents the decision rules used in consolidation, and evaluates the alignment between observed themes and major theories of motivation.

Research purpose and importance

This study sets out two interrelated objectives: first, to evaluate the degree of alignment between reported motivation themes and established theoretical accounts, specifying instances of divergence and contextual qualification; second, to reduce fragmentation due to heterogeneous scale labels by introducing a standardised bilingual vocabulary that improves comparability across studies and informs design and communication in recreation services.

Contribution of the article to the literature

The article provides an integrated map linking consolidated motive themes to major theoretical frameworks, a bilingual standardised theme dictionary with explicit inclusion, exclusion, and merge rules, and a context-by-theme matrix that clarifies how weights shift across outdoor recreation, fitness, niche leisure, and sport consumption. These outputs enable cumulative research and inform program design, segmentation, and responsibility-oriented communication.

Design and method

A criteria-based search (25 July–10 August 2025) was conducted in TR Dizin, DergiPark, Web of Science, Scopus, and Google Scholar using parallel Turkish/English query sets. Titles/abstracts were screened, then full texts were assessed against inclusion criteria (peer-reviewed empirical studies on recreational participation/consumption motives in TR/EN; sample, context, and measures clearly reported). Exclusions were inaccessible full texts, essays/opinion pieces, and records lacking methodological or measurement detail. The search yielded 50 records; after de-duplication and eligibility checks, 33 articles were included. From each article, motive/scale labels were extracted as the unit of analysis, standardised in Turkish, and merged when synonymous. A two-stage thematic content analysis followed (second reading cross-checked with full texts), with counts reported for each theme (total occurrences $n=109$). Owing to the heterogeneity of contexts and measures, the synthesis was narrative; themes were compared across settings and mapped onto Self-Determination Theory (SDT), Escape-Seeking, Push-Pull, the Leisure Motivation Scale (LMS), and the hedonic-utilitarian distinction.

Research type

Qualitative document analysis and thematic content analysis of published primary empirical studies; no new field data were collected, and no statistical hypotheses were tested. The study relies on secondary sources and evaluates the alignment between observed themes and major motivation frameworks; ethical board approval was not required.

Research problems

Primary question: To what extent, and under which contextual conditions, do reported motivation themes align with established theoretical frameworks? Ancillary questions: Which motive clusters recur across contexts? How do demographic features and activity affordances shift the relative salience of these clusters? What terminological harmonisations are necessary to achieve cross-study comparability?

Data collection method

Data were gathered from the databases listed above within the stated window using bilingual query sets. Inclusion required peer-reviewed empirical work on recreational participation/consumption motivations in Turkish or English, with sample, context, and measurement clearly reported. Exclusions comprised inaccessible full texts, essays/opinion pieces, and records lacking methodological or measurement detail.

Quantitative/qualitative analysis

Qualitative thematic content analysis with frequency consolidation for interpretive weighting, followed by narrative synthesis across contexts and theories. No inferential statistics were performed.

Research model

A conceptual mapping links consolidated themes to Self-Determination Theory (autonomy opportunities, competence and challenge, relatedness and belonging), escape-seeking logic (stress relief paired with curiosity), push-pull mechanisms (socio-psychological drives coupled with setting attributes), Leisure Motivation Scale domains (intellectual, social, competence-mastery, stimulus-avoidance), hedonic-utilitarian distinctions, needs-based accounts, flow, and goal-framing. Context segments include outdoor recreation, fitness and recreational exercise, niche cultural practices, sport consumption, and responsible consumption settings.

Research hypotheses

Not applicable. The study formulates guiding research questions and does not test statistical hypotheses.

Findings and discussion

Four core clusters consistently structure motivations across the corpus: social belonging, achievement and challenge, health and well-being, and relaxation and escape. Secondary themes surface conditionally: learning and exploration, novelty and new experiences, body and appearance, nature appreciation, cultural enrichment, and normative-ethical orientations. Contextual reweighting is systematic. Outdoor settings accent challenge, novelty, and escape. Fitness emphasises health, competence, appearance, and social enjoyment. Niche and cultural practices highlight learning and novelty. Sport consumption foregrounds social identification and attachment. The consolidated set matches theoretical expectations. The need for satisfaction from Self-Determination Theory explains the co-occurrence of competence-challenge with relatedness. Escape-seeking appears in tandem with exploration. Push-pull mechanisms are visible in the coupling of internal drives with environmental affordances. The Leisure Motivation Scale domains provide a high-level scaffold for organising these patterns.

Findings as a result of analysis

Frequency consolidation confirmed the primacy of social belonging and achievement-challenge, followed by health-well-being and relaxation-escape. Secondary themes varied predictably with setting and sample characteristics. A context-by-theme matrix clarifies these shifts and shows that patterns align with theory while relative weights are context-dependent. The resulting harmonised vocabulary reduces redundancy and improves interpretability across studies.

Hypothesis test results

Not applicable due to qualitative design; no inferential hypothesis testing was conducted.

Discussing the findings with the literature

The synthesis is compatible with Self-Determination Theory, which anticipates that sustained participation occurs when autonomy, competence, and relatedness needs are supported. Escape-seeking predicts the co-activation of relaxation and exploration motives in settings that promise both relief and novelty. Push-pull conceptualisations explain how socio-psychological drivers are realised through contextual attributes. The domains of the Leisure Motivation Scale function as an umbrella taxonomy that maps closely onto the consolidated themes. Hedonic-utilitarian distinctions clarify why entertainment-centric contexts tend to emphasise hedonic motives, while responsible consumption and eco-oriented contexts give greater weight to normative-ethical motives. Flow theory accounts for the prominence of challenge where perceived skills and task difficulty are balanced.

Conclusion, recommendation and limitations

Motivations in recreational consumption form a stable yet context-sensitive structure, with four core clusters reweighted by setting, participant profile, and activity affordances. Practice recommendations include calibrating challenge to skill, providing autonomy options, and cultivating communities, while tailoring messages to segment needs and highlighting responsibility cues where normative concerns are salient. Limitations include reliance on secondary sources, potential publication and retrieval bias linked to database coverage and keywording, language restrictions, heterogeneity in measures that precluded meta-analysis, and the judgment required in theme consolidation.

Results of the article

The article delivers: a consolidated motive map aligned with major theories, a standardised bilingual theme lexicon with decision rules that support consistent coding, a context-by-theme matrix clarifying how weights shift across outdoor recreation, fitness, niche leisure, and sport consumption, and practice notes that translate the synthesis into actionable design and communication principles.

Suggestions based on results

For practitioners: calibrate challenge and autonomy across program tiers, design for community formation through recurring interactions and peer roles, tailor communications by segment and context, and incorporate responsibility cues where appropriate. For researchers: prioritise longitudinal and experimental designs, cross-cultural comparisons with tests of measurement invariance, mixed-method syntheses that combine qualitative and quantitative techniques, and open-science practices including preregistration and shared coding protocols.

Limitations of the article

Dependence on secondary data, potential publication and indexing biases, and measurement heterogeneity limit statistical generalizability. Future reviews should widen database coverage, include vetted non-indexed sources where appropriate, and triangulate thematic synthesis with formal meta-analytic techniques.

Giriş

Rekreasyon, modern toplumda yalnızca çalışmanın karşılığı bir boşluk değil; bireyin bedensel, psikolojik ve sosyal bakımdan yenilenmesini sağlayan, gönüllü katılıma dayalı bir etkinlik alanıdır (Torkildsen, 1992; Karaküçük, 2008; Karaküçük ve Gürbüz, 2007). Bu bağlamda “rekreasyonel tüketici”, boş zamanını değerlendirirken rekreasyon ürün ve hizmetlerini satın alan, kullanan ya da deneyimleyen birey olarak tanımlanır. Çalışmada “tüketici” kavramının tercih edilmesinin nedeni, rekreasyonel katılımın davranışsal ve ekonomik boyutlarını birlikte görünür kılma gereksinimidir (Solomon, 2018).

Rekreasyonel tüketici motivasyonları, içsel ve dışsal güdülerin etkileşimiyle biçimlenir. Kaçış ve arama ikiliğini temel alan yaklaşım ile itici ve çekici unsurları birlikte ele alan turizm modeli alanın klasik dayanaklarıdır (Iso-Ahola, 1982; Crompton, 1979). Öz Belirleme Kuramı, özerklik, yeterlik ve ilişkilendirme gereksinimlerinin karşılanma düzeyine odaklanarak katılımın niteliğini açıklar (Deci ve Ryan, 2000). Hedonik ve yararçı güdüler, deneyimsel hazla işlevsel yararı ayırt etmeye imkân verir (Arnold ve Reynolds, 2003). Ölçme çerçeveleri içerisinde Boş Zaman Motivasyon Ölçeğinin entelektüel, sosyal, yeterlik-ustalık ve uyarılma-kaçınma boyutları yerleşik bir referans noktasıdır (Beard ve Ragheb, 1983). Tüketimde normatif hedefler ve etik duyarlılıklar ise özellikle sorumlu davranışların beklendiği bağlamlarda belirleyici olabilmektedir (Barbopoulos ve Johansson, 2017).

Ampirik yazın, motivasyonların bağlama ve demografiye duyarlı olduğunu göstermektedir. Açık alan etkinliklerinde öğrenme ve sosyalleşme ile doğa takdiri öne çıkarken (Sindik ve Gjurašić, 2017; Gaffar, Yuniawati ve Ridwanudin, 2019), etnisite, kültürleşme (kültürel etkileşim) ve benlik kurgusu gibi kültürel değişkenler güdü dağılımını anlamlı biçimde etkilemektedir (Walker, Deng ve Dieser, 2001). Fitness örneklemelerinde doğrulanmış boyutlar sağlık, rekabet, beden ve dış görünüm, sosyal-eğlence ve beceri gelişimidir; bu boyutlar cinsiyet, yaş ve egzersiz süresine göre farklılaşmaktadır (Çuhadar, Er ve Demirel, 2019; Güzel, Esentaş ve Yavaş Tez, 2020). Bisiklet turu katılımcılarında başarı ve sosyal güdüler baskın profiller üretmiştir (Demir ve Çetin, 2021). Niş etkinliklerde yeni deneyimler ve kültürel zenginleşme dikkati çeker (Kement ve Bükey, 2019). Üniversite öğrencilerinde motivasyonlar kurum ve katılım süresine göre değişmektedir (Akyüz, Alper ve Bayazıt, 2023). Kişilik özellikleriyle ilişkiler de rapor edilmekte; özellikle dışa dönüklükle pozitif bağ vurgulanmaktadır (Genç, 2024). Kadınların katılımında psikolojik boyut ile motivasyonsuzluk arasındaki pozitif ilişki Türkiye örnekleminde gösterilmiştir (Gürsel, Güzel ve Yıldız, 2019).

Bu çalışma, yazındaki çeşitliliği düzenli bir bütün içinde görünür kılmayı amaçlar. Tarama 25 Temmuz–10 Ağustos 2025’te TR Dizin, DergiPark, Web of Science, Scopus ve Google Scholar’da yapılmıştır. Türkçe ve İngilizce eşdeğer anahtar sözcük kombinasyonları kullanılmış; başlık-özet taramasını izleyen tam metin incelemesinde hakemli ampirik olma, odak değişkenin motivasyon olması, TR/EN dil ve örneklem-bağlam-ölçme bilgisinin açık raporu koşul sayılmıştır. Erişilemeyen, görüş/deneme türü ve yöntem/ölçme bilgisi içermeyen kayıtlar dışlanmıştır. Ön taramada 50 çalışma saptanmış; ölçütler uygulandıktan sonra 33 makale analize alınmıştır. Bu makalelerdeki ölçek boyutları Türkçede terim birliğiyle tekilleştirilmiş, temalar içerik analiziyle kodlanmış ve tekrar sayıları raporlanmıştır. Çalışma, bu temaların bağlama göre görünümünü sistematik biçimde gösterir ve Öz Belirleme Kuramı, Kaçış–Arama, İtme–Çekme, Boş Zaman Motivasyon Ölçeği (LMS) ve hedonik–yararçı yaklaşım ile metin düzeyindeki tutarlılığını değerlendirir; ayrıntılar Yöntem bölümünde sunulmaktadır.

Bu bağlamda çalışma, rekreasyon alanındaki geniş ve dağınık motivasyon literatürünü tüketici davranışı perspektifiyle, terim birliği ve bağlam–tema matrisleme yaklaşımlarını birlikte kullanarak yeniden düzenlemeyi amaçlamaktadır. Bağlamlar arası bulgular bu yolla birleştirilmekte ve kuramsal çerçevelerle eşleşme derecesi görünür kılınmaktadır. Böylece (i) farklı adlarla raporlanan ölçüm boyutları karşılaştırılabilir hâle gelmekte, (ii) program ve hizmet tasarımına yönelik çıkarımlar tek bir çatı altında derlenmekte, (iii) gelecek çalışmalar için tekrarlanabilir bir birleştirme (standartlaştırma) yöntemi sunulmaktadır. Alan yazında benzer derlemeler bulunmaktadır; örneğin, Rekreasyon Deneyimi Tercihleri (REP) ölçeklerine ilişkin bir meta-analiz (Manfredo, Driver ve Tarrant, 1996), macera rekreasyonunda akış olgusunu inceleyen sistematik bir derleme (Boudreau, Houge Mackenzie ve Hodge, 2020), rekreasyonel koşunun psikolojik ve davranışsal değişkenlerini toplayan sistematik bir derleme (Pereira vd., 2021) ve boş zaman fiziksel aktivite güdülerine yönelik kapsamlı incelemeler (Elmose-Østerlund vd., 2023) bulunmaktadır. Bununla birlikte bu çalışma, terim birliği ve bağlam–tema

matrisleme yaklaşımını birlikte kullanmasıyla ayrılmaktadır. Bu nedenle kapsam, genel rekreasyon yerine rekreasyonel tüketici motivasyonları üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Bu çalışma üç düzeyde katkı sunmaktadır: i) rekreasyonel tüketici motivasyonlarını kuramsal yaklaşımlarla eşleyen bütünleşik bir çerçeve ortaya koymakta, ii) Türkçe ve uluslararası yazındaki ampirik çalışmaların ölçek boyutlarını terim birliği sağlayarak karşılaştırılabilir hâle getirmekte, iii) demografik kümeler ve etkinlik bağlamlarına göre program tasarımı ile iletişime yönelik uygulama çıkarımları geliştirmektedir; böylelikle rekreasyonel tüketimin yalnızca bireysel iyi oluşla değil, aynı zamanda hizmet tasarımı, marka değeri ve sorumlu tüketim alanlarıyla kesiştiği gösterilmektedir (Mills ve Williams, 2016; Çini ve Genç, 2024; Gün ve Kılıç, 2021).

Makalenin akışı şu şekildedir: İzleyen bölümde zaman, boş zaman ve rekreasyon kavramları açıklanır; ardından rekreasyonel tüketici kavramı ve kuramsal temeller sunulur. Daha sonra yöntem ve veri derleme süreci özetlenir, içerik analizi bulguları tablolar ve görseller eşliğinde raporlanır. Son bölümde sonuçlar, kuramsal katkılar, uygulayıcılara ve araştırmacılara yönelik öneriler ile sınırlılıklar çerçevesinde tartışılmaktadır.

Zaman, boş zaman ve rekreasyon kavramları

Zaman kavramı

Zaman, canlılar açısından vazgeçilmez ancak soyut bir kaynak niteliğindedir. Akışı denetlenemez, buna karşın planlama yoluyla kullanımı verimli veya verimsiz hale gelebilir. Değeri, herkes için eşit olan bu kaynağın nasıl kullanıldığı ile belirlenir (Gürbüz ve Aydın, 2012). Zamanın bireyler tarafından tahsisi, rekreasyonel faaliyetlere katılım motivasyonlarını doğrudan etkiler; boş zamanın artışı katılımı ve iyi oluşu destekleyebilir (Tarinç, 2021).

Zaman kullanım örüntüleri yaş, cinsiyet, meslek, sosyoekonomik konum ve kültürel arka plana bağlı olarak çeşitlenir. Yoğun iş yüküne sahip profesyoneller zamanı yoğunlukla işle ilişkili etkinliklere ayırırken, emekliler boş zaman ve rekreasyon faaliyetlerine daha fazla pay ayırabilir. İstanbul Tarihi Yarımada Bisiklet Turu örneğinde yaş ve eğitim gibi demografik değişkenlere göre motivasyonel farklılıklar saptanmıştır (Demir ve Çetin, 2021). Kültürel farklılıklar, bireylerin zamanı algılama, kullanma ve değerlendirme tarzları üzerinde belirgin etkilere sahiptir (Puaschunder, 2019).

Çalışma dışı zaman; zorunlu çalışma süresinin dışında kalan dönemleri kapsar ve zorunlu bakım ile ulaşım dilimleri yanında bireyin tercihinine dayalı boş zamanı içerir. Üretim süreçlerindeki otomasyon ve dijitalleşme, birçok sektörde iş saatlerini azaltmış; buna koşut olarak boş zaman artmış ve rekreasyon katılımı sosyal bağların güçlenmesine ve stresle başa çıkmaya hizmet etmiştir (Eryılmaz ve Akgündüz, 2017). Kavramsal sınıflamada zaman, temel gereksinimler için ayrılan zaman, çalışma ve ilişkili görevler için ayrılan zaman ve rekreasyon için ayrılan zaman olarak üçe ayrılabilir (Köktaş, 2004). Zaman yönetimi, bireyin amaçları doğrultusunda zamanı planlı ve sistemli biçimde kullanabilme ve bu düzeni sürdürülebilir kılabilmek becerisidir (Karaküçük ve Akgül, 2016). Açık alan rekreasyonunda zamanın bilinçli ve yapılandırılmış kullanımı, motivasyonel çıktıları güçlendirmektedir (Gözen, 2020).

Boş zaman kavramı

Boş zaman, bireyin çalışma yükümlülükleri ve yaşamsal zorunlulukları dışında kalan ve kişisel tercihleri doğrultusunda serbestçe tahsis edebileceği zaman dilimidir (Kılbaş, 2010; Karaküçük, 2008). Rekreasyon, bu zaman diliminde gönüllü katılımı bedensel, psikolojik ve sosyal yenilenme sağlayan bir süreçtir (Torkildsen, 1992; Karaküçük ve Gürbüz, 2007). Bu nedenle boş zamanın nasıl değerlendirildiği, rekreasyonel motivasyonların biçimlenmesinde belirleyicidir (Tarinç, 2021).

Boş zamanın bilinçli kullanımı; fiziksel ve psikolojik iyi oluşun güçlenmesi, yaratıcılık ve beceri gelişimi, sosyal bağların kuvvetlenmesi gibi çok boyutlu yararlar üretir (Öztürk, 2021; Gümüşgöl ve Ersoy, 2023; Axelsen, 2009). Hobi ve ilgi temelli etkinliklerde katılım, öznel mutluluğu ve duygusal dengeyi destekler; ilgi ve katılımın uyumu ek katkı sağlar (Schulz, Schulte, Raube, Disouky ve Kandler, 2018). Boş Zaman Motivasyon Ölçeği (Leisure Motivation Scale, LMS) yazında dört temel boyuta işaret eder. Bu boyutlar zihinsel ve öğrenme, sosyal, yeterlik ve ustalık ile uyaran ve kaçış olarak adlandırılır. Söz konusu sınıflama, çalışmada kullanılan etki alanlarıyla örtüşmektedir (Beard ve Ragheb, 1983). Boş zaman sıkıntısı kavramı, katılımın sürekliliğini zayıflatabilen bir risk faktörüdür. Uygun etkinlik ile kişi eşleşmesi bu riski azaltır (Weissinger ve Bandalos, 1995).

Boş zamanın algılanışı bağlama göre ödül veya ceza yönünde değişebilir. İş ve gelir güvencesi, özerklik düzeyi ve kurumsal kısıtlar bu algıyı dönüştürür (Karaküçük ve Akgül, 2016). Katılımın önündeki içsel, kişilerarası ve yapısal engellerin anlaşılması ve engellerle pazarlık yaklaşımı, boş zamanın etkin kullanımını ve katılımın sürekliliğini destekler (Coşkun, 2021; Akyol ve Akkaşoğlu, 2020). Türkiye örnekleminde kadınların katılımında psikolojik boyut ile motivasyonsuzluk arasındaki ilişkinin güçlü olduğu gösterilmiştir (Gürsel, Güzel ve Yıldız, 2019). Açık alan rekreasyonunda zamanın planlı tahsisi, başarı odaklılık, zorluklara meydan okuma, risk alma, bireysellik ve yenilik (yeni deneyimler kazanma) gibi motivasyonel çıktıları güçlendirmektedir (Gözen, 2020). Tarihi Yarımada Bisiklet Turu örnekleminde yaş ve eğitim düzeyine göre motivasyon alt boyutlarında anlamlı farklılıklar saptanmıştır (Demir ve Çetin, 2021).

Rekreasyon kavramı

Birleşik Krallık ve Amerika Birleşik Devletleri'nde organize rekreasyon hareketinin kökeni, sanayi toplumunun yükselişiyle ilişkili biçimde, 19. yüzyılın sonu ile 20. yüzyılın başına uzanır (Torkildsen, 1992). Rekreasyon terimi Latince *recreatio* kökünden gelir ve tarihsel olarak yenilenme, sağlığın yerine gelmesi anlamlarıyla kullanılmıştır. Zamanla iş yaşamına dönük toparlanma ve tazelenme vurgusuyla daraltılmış bir kullanıma da kavuşmuştur (Torkildsen, 1992). Klasik yaklaşım, rekreasyonu serbest zaman içinde gönüllü katılımı yerine getirilen ve bireye bedensel, psikolojik ve sosyal yenilenme sağlayan etkinlikler bütünü olarak tanımlar (Butler, 1940; Karaküçük, 2008; Karaküçük ve Gürbüz, 2007). Güncel yorumlarda rekreasyon, yaşamla ilgili zorunlu sorumluluklar tamamlandıktan sonra bireysel veya toplumsal biçimde gerçekleştirilen sportif, kültürel, sanatsal, sosyal ve turistik faaliyetleri kapsar (Başaran, 2016).

Rekreasyon deneyiminin anlamı çoğu kez etkinliğin kendisinden çok katılımcının yüklediği güdüler ve amaçlar tarafından belirlenir. Aynı etkinlik farklı bireyler için farklı anlamlar taşıyabilir ve anlam bağlama göre değişir (Torkildsen, 1992; Karaküçük, 2008). Ampirik bulgular, rekreasyonel katılımda sosyal, başarı ve ustalık, öğrenme ve keşif, rahatlatma ve kaçış ile yenilik (yeni deneyimler kazanma) ve uyarım gibi alanların öne çıktığını göstermektedir. Dubrovnik'teki "Wild League" su topu etkinliğinde sosyal güdüler baskındır (Sindik ve Gjurašić, 2017). Açık alan bağlamında geliştirilen ölçekte başarı odaklılık, zorluklara meydan okuma, risk alma, bireysellik ve yenilik (yeni deneyimler kazanma) boyutları doğrulanmıştır (Gözen, 2020). İstanbul Tarihi Yarımada Bisiklet Turu örnekleminde yaş ve eğitim gibi demografik değişkenlere göre motivasyon profilleri anlamlı biçimde farklılaşmaktadır (Demir ve Çetin, 2021). Doğa ve kültür fotoğrafçılığı gibi niş etkinliklerde yeni deneyim kazanma ve kültürel zenginleşme güdülerini belirgindir (Kement ve Bükey, 2019). Fitness merkezlerinde rekreatif egzersizler, öz güven ve kişisel gelişim motivasyonlarını desteklemekte ve bu süreçler cinsiyet ile yaşa göre farklılaşabilmektedir (Güzel, Esentaş ve Yavaş Tez, 2020).

Rekreasyon kavramı, tüketici davranışı ile de kesişir. Hedonik güdüler ve amaç yönelimleri, rekreasyonel seçimleri ve deneyimin değerlendirilmesini anlamlandırmada işlevseldir (Solomon, 2018; Arnold ve Reynolds, 2003; Barbopoulos ve Johansson, 2017). Bu perspektif, rekreasyonel katılımın yalnızca bireysel yenilenme değil, aynı zamanda deneyim temelli bir tüketim olduğunu vurgular.

Rekreasyonel tüketici kavramı

Rekreasyonel tüketim, bireylerin temel gereksinimlerin ötesinde haz, dinlenme, stresle başa çıkma, kişisel gelişim, zihinsel iyilik hâli ve sosyal bağ kurma amaçlarıyla gerçekleştirdikleri mal ve hizmet kullanımını ve deneyim edinimini kapsar. Rekreasyonel tüketici, boş zamanını değerlendirirken bu ürün ve hizmetleri satın alan, kullanan veya deneyimleyen bireydir (Karaküçük ve Gürbüz, 2007; Torkildsen, 1992). Tüketici davranışı yazını açısından bakıldığında bu tüketim işlemsel bir satın alma ile sınırlı değildir. Deneyimin kendisi hedonik yönelimler aracılığıyla değer üretir. Macera, haz, sosyal etkileşim ve kaçış buna örnek olarak gösterilebilir (Arnold ve Reynolds, 2003). Karar alma süreçlerinde güdüler, kazançsal, hedonik ve normatif hedefler üçlüsüyle modellenabilir ve bu hedefler hangi etkinliğin ya da ürünün neden seçildiğini açıklayan amaç yapıları olarak kullanılır (Barbopoulos ve Johansson, 2017).

Bu çerçeve, boş zaman tipolojisi ile birlikte düşünüldüğünde rekreasyonel seçimlerin bağıllık ve kimlik inşası bakımından farklılaştığı görülür. Ciddi boş zaman, amatör, hobi veya gönüllü bir etkinliğin uzun erimli ve sistematik biçimde sürdürülmesini; sebatı, beceri ve bilgi birikimini, kişisel ve sosyal kimlik

ile sosyal bir dünyanın oluşumunu içerir (Stebbins, 2007). Gündelik boş zaman, düşük çaba ve düşük uzmanlıkla kısa süreli haz sunar (Stebbins, 1997). Proje temelli boş zaman ise tekil veya seyrek, orta düzeyde karmaşıklığa sahip ve süreli yaratıcı uğraşlar biçiminde tanımlanır (Stebbins, 2005). Bu tipoloji, rekreasyonel tüketicinin harcama düzeyini, öğrenme yatırımlarını ve zaman tahsisini ayrıştırarak pazarlama ve hizmet tasarımına doğrudan girdi sağlar.

Rekreasyonel tercihler bağlama ve demografiye duyarlıdır. Açık alan rekreasyonu için geliştirilen ölçeklerde başarı odaklılık, zorluklara meydan okuma, risk alma, bireysellik ve yenilik (yeni deneyimler kazanma) gibi boyutlar doğrulanmıştır (Gözen, 2020). İstanbul Tarihi Yarımada Bisiklet Turu örneğinde yaş ve eğitim değişkenleri motivasyon profillerini farklılaştırmaktadır (Demir ve Çetin, 2021). Fitness örneklerinde sağlık, rekabet, beden ve dış görünüm, sosyal ve eğlence ile beceri gelişimi boyutları doğrulanmış; cinsiyet ve yaşa göre anlamlı farklılaşmalar raporlanmıştır (Güzel, Esentaş ve Yavaş Tez, 2020; Çuhadar, Er, Demirel ve Demirel, 2019). Niş etkinliklerde, örneğin doğa ve kültür fotoğrafçılığında, yeni deneyim ve kültürel zenginleşme güdülerini belirgindir (Kement ve Bükey, 2019). Doğa yürüyüşünde öğrenme ve sosyalleşme öne çıkmaktadır (Gaffar, Yuniawati ve Ridwanudin, 2019). Dubrovnik "Wild League" bulguları sosyal güdülerin baskınlığını ortaya koymaktadır (Sindik ve Gjurašić, 2017). Kişilik boyutunda dışa dönüklük gibi özelliklerin motivasyonla pozitif ilişkisi gösterilmiştir (Genç, 2024). Kadınların katılımında psikolojik boyut ile motivasyonsuzluk arasındaki pozitif ilişki Türkiye örneğinde ortaya konmuştur (Gürsel, Güzel ve Yıldız, 2019).

Pazarlama ve markalama literatürü uygulama açısından ek açıklamalar sağlar. Rekreasyon pazarlaması, deneyimin doğasına göre farklılaştırılmış stratejiler ve paydaş ortaklıkları gerektirir. Yerel yönetimler, üniversiteler, müzeler ve profesyonel spor kulüpleri bu bağlamda birlikte ele alınır (Gün ve Kılıç, 2021). Üniversite öğrencileri üzerinde yürütülen bir çalışmada, rekreasyonel pazarlama alt boyutlarına ilişkin algıların cinsiyete göre farklılaştığı; erkek öğrencilerde sosyal, erişim ve mekân faktörlerinde ortalamaların daha yüksek olduğu ve modelin doğrulayıcı faktör analizi ile doğrulandığı bulunmuştur (Afridi ve Zeeshan, 2021). Kampüs rekreasyon sporlarında tüketici temelli marka değeri yaklaşımı, reklama yönelik tutum, ağızdan ağıza iletişim ve geçmiş deneyimlerin marka değeri üzerinde etkili olduğunu; marka değerinin marka sadakati ile pozitif ilişki içinde bulunduğunu göstermektedir (Mills ve Williams, 2016). Tema park bağlamındaki sistematik derleme, ziyaret motivasyonlarının eğlenme, yenilik (yeni deneyimler kazanma) ve yeni deneyim arayışı, nostalji, merak, kaçış, dinlenme, öğrenme, aile ve arkadaşlarla sosyalleşme, güvenlik, fiyat, interaktif deneyimler, temiz ve güvenli çevre ile benzersiz atmosfer başlıklarında toplandığını ortaya koymaktadır (Emiroğlu, 2022). Dijital alanda çevrimiçi spor tüketimi araştırmaları, rekreasyonel bağlılığın takım, oyuncu ve lig düzeyindeki çoklu bağlanma noktaları ile birlikte ele alınması gerektiğine işaret eder (Çini ve Genç, 2024). Bu çerçevede, rekreasyonel tüketicide deneyim tasarımı, iletişim ve fiyatlandırma bileşenlerinin hedef kitleye göre yeniden kurgulanması gerektiğini gösterir.

Bu bütünlük içinde rekreasyonel tüketim, hedonik güdüler ve amaç yönelimleri tarafından yönlendirilen ve bağlam, demografi ile kişilik özellikleri tarafından şekillendirilen deneyim temelli bir tercih alanıdır. İzleyen bölümde rekreasyonel motivasyonların kavramsal çerçevesi ayrıntılandırılacak; itici ve çekici yaklaşımı ile Iso-Ahola çizgisinin, etki alanı temelli yaklaşımlarla nasıl örtüştüğü gösterilecektir.

Rekreasyonel tüketici motivasyonları: Kuramsal temeller ve yaklaşımlar

Rekreasyonel tüketim, bireylerin psikolojik, sosyal ve kültürel güdüler eşliğinde boş zaman bağlamında mal ve hizmetlere yöneldikleri çok boyutlu bir süreçtir. Güdüler içsel ve dışsal olarak iki eksende ele alınır; içsel güdüler etkinliğin kendi içinde haz ve anlam üretmesiyle, dışsal güdüler ise ödül, statü, onay ve aidiyet gibi çevresel beklentilerle ilişkilidir (Deci ve Ryan, 2000). Türkçe yazında Eryılmaz ve Akgündüz'ün sentezi, itici ve çekici yaklaşım ile Iso-Ahola ve etki alanı temelli sınıflamaları birlikte okumayı önermesi bakımından yol göstericidir (Eryılmaz ve Akgündüz, 2017). Ampirik örnekler, yoga turizminde zihinsel rahatlama ve öz keşfin öne çıktığını (Gülertekin Genç, 2023), açık alan etkinliklerinde meydan okuma ve başarı odaklılığın belirginleştiğini (Gözen, 2020; Ardahan ve Yerlisu Lapa, 2011) ve arazi sürüşü (off-road) bağlamında motivasyon boyutlarının yaşam doyumunu anlamlı biçimde yükselttiğini göstermektedir (Acar, Yalçın ve Koçoğlu, 2021). Aşağıda başlıca kuramsal yaklaşımlar ve ölçme çerçeveleri, temsili bulgularla birlikte özetlenmiştir.

Öz belirleme kuramı (self-determination theory, sdt)

SDT, güdülenmeyi özerklik, yeterlik ve ilişkilene gereksinimlerinin karşılanma düzeyiyle açıklar; motivasyon sürekliliğini içsel güdülenmeden dışsal düzenlemelere ve motivasyonsuzluğa uzanan bir devamlılık olarak konular (Deci ve Ryan, 2000). Rekreasyonda rota seçimi, tempo ve ekipman tercihi gibi mikro-özerklik kararları katılım niyeti ve kalıcılığı artırır; beceri edinimi ve “meydan okuma” yeterlik duygusunu besler; grup etkileşimleri ilişkilenemeyi güçlendirir (Gözen, 2020; Tarıncı, 2021). Ciddi boş zaman pratikleri, özerklik ve yeterlik deneyimi üzerinden içselleştirmeyi kuvvetlendirir (Stebbins, 2007; Akgül, Ertüzün ve Karaküçük, 2018).

İhtiyaçlar hiyerarşisi (hierarchy of needs)

Maslow’un modeli, rekreasyonel tüketimi özellikle ait olma, saygı ve kendini gerçekleştirme katmanlarında anlamlandırır (Maslow, 1943). Grup temelli etkinlikler aidiyet ve sosyal sermaye üretir; prestij yüklü pratikler özsaygı ve tanınmayı destekler; ciddi boş zaman, kendini gerçekleştirmeye açılan bir alan sağlar (Stebbins, 2007; Öztürk, 2021). Arazi sürüşü örneklemelerinde fiziksel ve zihinsel sağlık gereksinimleri ile başarı-rekabet ve sosyal ihtiyaçlar ayrı boyutlar olarak belirginleşir (Acar, Yalçın ve Koçoğlu, 2021). Gereksinim öncelikleri kültüre ve yaşam evrelerine duyarlıdır.

Akış kuramı (flow theory)

Akış, açık hedefler, anlık geri bildirim ve zorluk-beceri dengesi sağlandığında ortaya çıkan yoğun dikkat ve derin haz durumudur (Csikszentmihalyi, 1990). Rekreasyonda risk ve meydan okuma unsurları akış olasılığını yükseltir; akış memnuniyet, tekrar katılım ve olumlu ağızdan ağıza iletişim ile ilişkilidir (Gözen, 2020). Arazi sürüşü bağlamında motivasyon boyutlarının yaşam doyumuna katkısı akışla uyumludur (Acar, Yalçın ve Koçoğlu, 2021).

Beklenti-değer yaklaşımı (expectancy-value)

Katılım kararı, algılanan değer $\times$ başarı olasılığı çarpımına dayanır (Vroom, 1964). Rekreasyon ürünlerinin “yarar” bileşeni sağlık, beceri edinimi, sosyal statü ya da kaçış olabilir; maliyet ve risk algısı beklenen faydayı törpüler. Eğitim temelli uygulamalar beklenti ve başarıya yönelik inançların çıktıları öngördüğünü gösterir; rekreasyonda aşamalı programlama ve engelleri azaltan tasarım katılım olasılığını artırır (Saritepeci, 2018). Demografik farklılıklar değer ve beklenti bileşenlerini biçimlendirebilir (Demir ve Çetin, 2021).

Sosyal kimlik kuramı (social identity theory)

Bireyler iç-grup üyelikleri üzerinden kimliklerini pekiştirir, normlara uyum ve bağlılık geliştirir (Tajfel ve Turner, 1979). Taraftarlık, hobi kulüpleri ve topluluk temelli etkinlikler tekrar katılımı güçlendirir. Kampüs sporlarında tüketici temelli marka değeri ile marka sadakati arasındaki olumlu ilişki bu mekanizmayla tutarlıdır (Mills ve Williams, 2016). Rehberlik örneğinde başarı ihtiyacı ve tatminin yükselmesi, mesleki alt-kültür kimliğinin kurulduğunu gösterir (Çelikkanat Paslı ve Güçer, 2024).

Kaçış-arama yaklaşımı (escape-seeking)

Iso-Ahola, rekreasyonel davranışı iki ekseninde açıklar. Bireyler gündelik taleplerden kaçış ve yeni deneyimler arama güdülerini birlikte yaşar (Iso-Ahola, 1982). Açık hava katılımında stres azaltma ile doğayla bütünleşme birlikteliği kanıtlanmıştır (Ardahan ve Yerlisu Lapa, 2011). İçerik tasarımında “huzur/detoks” ile “keşif/yenilik (yeni deneyimler kazanma)” temalarının ayrı paketlenmesi farklı segmentlere etkili sunum sağlar (Tarıncı, 2021; Eryılmaz ve Akgündüz, 2017).

İtme-çekme modeli (push-pull)

Turizm ve rekreasyonda itmeler rahatlatma, kaçış ve sosyalleşme gibi sosyo-psikolojik dürtülerdir; çekmeler doğal-kültürel çekicilik, erişilebilirlik ve hizmet kalitesi gibi ürün nitelikleridir (Crompton, 1979). Türkçe yazında modelin sistematik aktarımı yerleşiktir; pazar konumlandırmasında itme ve çekme unsurlarının birlikte vurgulanması önerilir (Kozak, 2002; Bahar ve Kozak, 2012; Tarıncı, 2021).

Boş zaman motivasyon ölçeği (leisure motivation scale, lms)

LMS, motivasyonu entelektüel (öğrenme/keşif), sosyal (ilişkiler/ağlar), yeterlik-ustalık (başarı/ustalık) ve uyarıcı-kaçınma (rahatlatma/kaçış) boyutlarında kavramsallaştırır (Beard ve Ragheb, 1983). Türkçe uyarlamalar entelektüel ve sosyal boyutların belirginliğini ve başarı uyarımının katılımı desteklediğini

gösterir (Akgül, Ertüzün ve Karaküçük, 2018; Tarıncı, 2021). Boş zaman sıkıntısı (Leisure Boredom), rekreasyonel katılımın sürekliliğini zayıflatabilen bir eğilim olarak ele alınır ve İçsel Boş Zaman Motivasyonu (Intrinsic Leisure Motivation, ILM) ile negatif ilişki göstermesi beklenir (Weissinger ve Bandalos, 1995). Weissinger ve Bandalos'un geliştirdiği ILM Ölçeği öz belirleme, yeterlik, bağlanım ve meydan okuma bileşenlerinden oluşur; uygun etkinlik ile kişi eşleştirmesi ilgi ve katılım uyumunu artırarak sıkıntı riskini dolaylı biçimde azaltır (Weissinger ve Bandalos, 1995; Schulz vd., 2018).

Başarı-bağlılık-güç gereksinimleri (needs theory)

McClelland, bireyleri başarı (nAch), bağlılık/ilişki (nAff) ve güç (nPow) gereksinimlerinin göreceli gücüne göre ayırır (McClelland, 1961). Rekreasyonda meydan okuma ve yenilik (yeni deneyimler kazanma) arayışı başarı gereksinimiyle, takım ve kulüp etkinlikleri bağlılık gereksinimiyle, liderlik ve organizasyon rolleri güç gereksinimiyle ilişkilidir. Açık alan ölçeklerinde “başarı odaklılık” ve “meydan okuma” boyutlarının doğrulanması bu kuramla uyumludur (Gözen, 2020); fotoğrafçılık ve rehberlik örneklerinde sosyal bağlılık yönü öne çıkar (Kement ve Bükey, 2019; Çelikkanat Paslı ve Güçer, 2024).

Hedonik ve yararçı güdüler (hedonic-utilitarian)

Hedonik güdüler deneyimsel haz, macera, sosyal etkileşim ve rol/kimlik inşası; yararçı güdüler fayda, kalite ve ekonomik değerle ilişkilidir (Arnold ve Reynolds, 2003). Tema parklarında eğlence, yenilik (yeni deneyimler kazanma) ve aileyle zaman hedonik ağırlığı doğrular (Emiroğlu, 2022). Çevre dostu pratikler ve hedonik haz birlikte yükselebilir; bu durum normatif hedeflerle kesişir (Erkekli, Çağlayan, Tosunoğlu ve Gülcan, 2024).

Amaç yönelimli ve normatif yaklaşım (goal-framing)

Seçimler kazançsal, hedonik ve normatif hedef çerçeveleriyle yönlendirilir. Normatif çerçeve, ekoturizm ve gönüllülükte sosyal sorumluluk davranışlarını güçlendirir; iletişim tasarımı hedef çerçevelerinin netleştirilmesi tavsiye edilir (Barbopoulos ve Johansson, 2017). Çevrim içi spor tüketiminde bağlılık ve sadakat, farklı bağlanma noktalarıyla (takım, oyuncu, lig) beraber ele alınmalıdır (Çini ve Genç, 2024). Yerel bağlamda paydaş iş birlikleri ve erişim unsurları, hedef çerçevelerini destekleyen pazar tasarımının parçasıdır (Gün ve Kılıç, 2021).

Kültürel ve demografik bağlam

Kuramların etkisi kültürel ve demografik değişkenler tarafından biçimlenir. Etnisite, kültürleşme ve benlik kurgusu, açık alan güdülerinde anlamlı ayrışmalar yaratır; Çinli-Kanadalı örneklemde doğa takdiri baskın bulunmuştur (Walker, Deng ve Dieser, 2001). Yaş, cinsiyet ve eğitim motivasyon profillerini değiştirebilir; İstanbul Tarihi Yarımada Bisiklet Turu ve fitness örneklemeleri bu farklılaşmayı doğrular (Demir ve Çetin, 2021; Güzel, Esentaş ve Yavaş Tez, 2020). Niş etkinliklerde yeni deneyim ve kültürel zenginleşme boyutları belirgindir (Kement ve Bükey, 2019).

Araştırmanın amacı

Rekreasyonel tüketici motivasyonlarına ilişkin yazın, farklı ölçek adları ve bağlama özgü etiketler nedeniyle parçalı bir görünüm sergilemektedir; benzer anlam alanları farklı terimlerle ölçülmektedir. Bu durum, çalışmalar arası karşılaştırılabilirliği azaltmakta ve kuramsal çerçevelerin ampirik bulgularla ne ölçüde örtüştüğünü değerlendirmeyi güçleştirmektedir. Bu çalışma, analize alınan 33 hakemli makaledeki ölçek boyutlarını Türkçede terim birliğiyle standartlaştırmayı ve birleştirmeyi; tematik içerik analiziyle ortak tema kümelerini ortaya koymayı; bu temaların bağlama göre dağılımını sistematik biçimde ortaya koymayı ve kuramsal çerçevelerle metin düzeyindeki tutarlılığını değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Çalışma şu soruya yanıt aramaktadır: “Rekreasyonel tüketimde ortaya çıkan motivasyon temaları, kuramsal beklentilerle ne ölçüde ve hangi bağlamlarda örtüşmektedir?”

Kuramsal değerlendirme, temaların çok boyutlu doğasını yakalamak amacıyla tamamlayıcı çerçevelerin eşzamanlı kullanımına dayanmaktadır: Öz Belirleme Kuramı (Deci ve Ryan, 2000) motivasyonun kişi/düzenleme eksenini (özerklik, yeterlik, ilişkilenme) açıklar; Kaçış-Arama (Iso-Ahola, 1982) ve İtme-Çekme (Crompton, 1979; Kozak, 2002; Bahar ve Kozak, 2012) durum/bağlam kaynaklı güdülerini simetrik biçimde modeller; Boş Zaman Motivasyon Ölçeği geleneği (Beard ve Ragheb, 1983) yaygın içerik alanlarını sistematikleştirir; hedonik-yararçı yaklaşım (Arnold ve

Reynolds, 2003) ise tüketim değerlerinin çıktı yönünü ayırt eder. Bu birleşik çerçeve, kişi–durum–içerik–değer boyutlarını aynı anda kapsayarak farklı bağlamlarda raporlanan temaların karşılaştırılabilirliğini artırır ve araştırma sorusunun doğrudan sınanmasını sağlar. Bu soruyu yanıtlamak üzere izlenen yöntem aşağıda özetlenmektedir.

Yöntem

Bu çalışma, rekreasyonel tüketici motivasyonlarına ilişkin yayımlanmış birincil ampirik makaleler üzerinde yürütülen doküman analizi ve tematik içerik analizi olarak tasarlanmıştır (Karasar, 2012; Büyüköztürk vd., 2024). Doküman analizi, araştırma konusuyla ilgili yazılı kaynakların sistematik biçimde belirlenmesi, erişilmesi ve ölçütlere göre seçilmesi; seçilen metinlerden verilerin çıkarılması, anlamlandırılması, değerlendirilmesi ve sentezlenmesi süreçlerine dayanır (Kıral, 2020). Bu çalışmada her makaleden ölçek boyutu/etiketi ifadeleri veri birimi olarak çıkarılmış, dilsel ve kavramsal eşdeğerlik gözetilerek tekilleştirilmiş, ardından tematik içerik analizi ile ana temalar ve alt kategoriler hâlinde sınıflandırılmıştır. Bu yaklaşım, önceki araştırmalardan gelen bilgiyi düzenli bir yapı içinde toplamayı ve bulguların karşılaştırmalı olarak yorumlanmasını sağlamıştır.

Tarama, 25 Temmuz 2025–10 Ağustos 2025 tarihleri arasında TR Dizin, DergiPark, Web of Science, Scopus ve Google Scholar veri tabanlarında yürütülmüştür. Aramalarda Türkçe ve İngilizce anahtar sözcükler birlikte kullanılmıştır: “rekreasyon” veya “boş zaman” ve “motivasyon” ve “tüketici”; “leisure” veya “recreation” ve “motivation” ve “consumer” veya “participation”. Dahil edilme ölçütleri, hakemli dergilerde yayımlanmış ampirik çalışma olmayı, odak değişkeni olarak rekreasyonel katılım ya da tüketim motivasyonlarını ele almayı, dilin Türkçe veya İngilizce olmasını ve örneklem, bağlam ile ölçme aracının açıkça raporlanmasını kapsamıştır. Tam metnine erişilemeyen yayınlar, yalnızca görüş ya da deneme niteliğindeki yazılar ve yöntem ya da ölçme bilgisi içermeyen raporlar dışlanmıştır. Ön taramada 50 akademik çalışma bulunmuştur; yinelenenler çıkarılıp dahil etme/çıkarma ölçütleri uygulandıktan sonra 33 birincil ampirik makale incelemeye dahil edilmiştir. Ampirik sentez ise yalnızca hakemli dergilerde yayımlanan makalelere dayanmıştır. Sistematik derlemeler, meta-analizler, kavramsal yazılar ve kitap bölümleri arka planı konumlandırmak amacıyla atıf düzeyinde kullanılmış; veri setine ve kodlamaya dahil edilmemiştir. Hariç bırakma gerekçeleri “birincil bulgu içermeme”, “motivasyon boyutlarını açık raporlamama”, “tam metne erişim sağlanamaması” ve “yöntem/ölçme bilgisinin yetersizliği” başlıkları kapsamında ele alınmıştır. Kavramsal arka plan ise Torkildsen (1992), Karaküçük (2008), Butler (1940), Bahar ve Kozak (2012) ile Solomon (2018) gibi başvuru eserleri temel alınarak oluşturulmuştur.

Veri çıkarımı standart bir form üzerinden yürütülmüştür. Her çalışma için kaynak bilgisi, yararlanılan ya da kullanılan motivasyon kuramı/teorisi, örneklem özellikleri (evren, büyüklük, bağlam), ölçek boyutları ve temel bulgular kodlanmıştır. Ölçek adları Türkçe verilmiş, ilk geçtiği yerde parantez içinde İngilizce karşılığı eklenmiş; birden fazla boyut virgülle ayrılmıştır. Kodlama iki aşamada gerçekleştirilmiş, ikinci okumada tam metinlerle çapraz doğrulama yapılmış ve tabloya aktarım öncesinde tutarlılık denetimi tamamlanmıştır. Kodlama sonrasında kuram-öncesi beklenti listesi çıkarılmış; tema-kuram eşleşmeleri, literatürde öngörülen yönlerde kanıt arayışıyla değerlendirilmiştir.

Sentez sürecinde bağlam ve ölçme araçlarındaki heterojenlik nedeniyle istatistiksel meta-analiz uygulanmamış; anlatımsal sentez ve içerik analizi tercih edilmiştir. Bulgular bağlam, örneklem özellikleri ve ölçek boyutları eksenlerinde karşılaştırılmış; Öz Belirleme Kuramı, Kaçış ve Arama, İtme ve Çekme, Boş Zaman Motivasyon Ölçeği, başarı-bağlılık-güç ve hedonik-yararcı çerçevelerle eşleştirilmiştir. Bağlamsal farklılaşmaları göstermek için açık alan ve şehir içi örneklem bulguları gerektiğinde ayrıştırılarak yorumlanmıştır; örneğin açık alan ölçeklerinde meydan okuma ve başarı odaklılık boyutları doğrulanmıştır (Gözen, 2020; Demir ve Çetin, 2021).

Çalışma ikincil verilere dayandığından etik kurul onayı gerektirmemektedir. Bununla birlikte dizin erişimleri ve anahtar sözcük seçimine bağlı yayın yanlılığı riski mevcuttur; erişim sınırlılıkları nedeniyle kimi çalışmalar gözden kaçmış olabilir. Bu sınırlılıklar, sonuçların genellenebilirliğinin dikkatle yorumlanmasını gerektirir.

Yukarıda açıklanan tarama süreci ve kodlama adımları, bulguların bağlamlar arasında karşılaştırılabilir biçimde raporlanmasını sağlamıştır. Bu kapsamda, dahil edilen 33 ampirik çalışmanın kaynak künyesi,

kullanılan kuramsal çerçeve/ölçekler, örneklem özellikleri, ölçek boyutları ve kısa bulguları Tablo 1’de kronolojik sırayla bir araya getirilmiştir.

Tablo 1: Rekreatyonel Tüketici Motivasyonları Üzerine Ampirik Çalışmaların Kronolojik ve SistematiK Özeti

Kaynak	Yararlanılan/Kullanılan Motivasyon (Teoriler)	Örneklem	Ölçek Boyutları (etki alanı-domain)	Temel Bulgular (akademik)
Beard ve Ragheb, 1983	Boş Zaman Motivasyon Ölçeği	Çeşitli yetişkin örneklemeleri üzerinde yürütülen ölçek geliştirme ve doğrulama çalışmaları.	Entelektüel, Sosyal, Yeterlik-Ustalık, Uyarılma-Kaçınma	Boş Zaman Motivasyon Ölçeğinin entelektüel, sosyal, yeterlik-ustalık ve uyarılma-kaçınma boyutlarından oluşan kuramsal yapısı desteklenmiş; ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik göstergeleri kabul edilebilir düzeydedir.
Weissinger ve Bandalos, 1995	İçsel Boş Zaman Motivasyonu Ölçeği	Lisans öğrencileri ve yetişkinlerden oluşan çoklu örneklemeler üzerinde psikometrik değerlendirme.	Öz-belirleme, Yeterlik, Bağlanım, Meydan okuma	İçsel Boş Zaman Motivasyonu ölçeği dört boyutlu bir yapı (öz-belirleme, yeterlik, bağlanım, meydan okuma) olarak tanımlanmış ve çoklu örneklemeler üzerinde psikometrik olarak doğrulanmıştır.
Walker vd., 2001	Benlik kurgusu, kültürleşme	Kanada’da ulusal parkı ziyaret eden Çin kökenli ve Avro Kuzey Amerikalı yetişkin ziyaretçilerden iki alt örneklem.	Takdir edici deneyim, Sosyal karşılıklı-bağımlılık, Başarı yönelimi	Etnisite ve kültüre uyum düzeyi, benlik-kurgusu aracılığıyla açık alan rekreasyon motivasyonları üzerinde farklılaşmalara yol açmaktadır. Bulgular kültürel değişkenlerin güdüsel yönelimleri hem doğrudan hem dolaylı etkileyebildiğini göstermektedir.
Kozak, 2002	İtme ve Çekme Modeli	Britanyalı ve Alman turistlerden oluşan karşılaştırmalı saha örneklemleri, Mallorca ve Türkiye destinasyonları.	Sosyo-psikolojik itmeler, Destinasyon çekicilikleri	Turist motivasyonları itme-çekme çerçevesinde hem milliyete hem de destinasyona göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır. Bu durum pazar bölümlendirmesinde bağlamsal ve kültürel etmenlerin önemini teyit eder.
Arnold ve Reynolds, 2003	Hedonik-yararcı güdüler	Perakende ortamlarında alışveriş yapan yetişkin tüketiciler.	Macera, Haz, Rol, Değer, Sosyal, Fikir alışverişi	Hedonik alışveriş motivasyonlarının altı boyutlu yapısı doğrulanmış; bu boyutlar perakende bağlamında tüketim deneyimini anlamlandırmada ayırt edici işlev görmektedir.
Ardahan ve Yerlisu Lapa, 2011	Açık alan rekreasyonu güdüleri	Türkiye’de bisiklet kullanıcıları ve doğa yürüyüşçülerinden oluşan katılımcılar.	Sosyal bağlar, Sağlık, Doğayla bütünleşme, Kaçış	Açık alan rekreasyonuna katılımda doğayla bütünleşme, sağlık, rahatlatma ve kaçış yönelimleri belirginleşmiş; katılımcıların algıladığı faydalar sosyo-psikolojik bileşenlere dayanmaktadır.
Funk vd., 2012	Öz Belirleme Kuramı (SDT) yönelimleri	Spor tüketicileri ve taraftarlardan oluşan yetişkin örneklemeler.	Özerklik yönelimi, Kontrol yönelimi, Performans, Sosyalleşme, Kaçış	Öz-belirleme kuramı temelinde özerklik yönelimi performans, özsaygı ve heyecanla; kontrol yönelimi ise sosyalleşme ve kaçışla ilişkilidir. Sonuçlar, taraftar davranışlarının düzenlenmesinde yönelim farklılıklarını ortaya koymaktadır.
Aydın ve Yaşartürk, 2017	Fiziksel Aktivite ve Boş Zaman Motivasyonu Ölçeği (Physical Activity and Leisure Motivation Scale, PALMS)	Türkiye’de fitness merkezlerine düzenli katılan yetişkinler.	Sağlık, Sosyal/eğlence, Rekabet, Beden görünümü, Beceri gelişimi	Rekreatyonel egzersiz motivasyonu demografik ve katılım özelliklerine göre anlamlı farklılıklar göstermektedir. Bulgular, PALMS temelli boyutların pratikte ayrışabildiğini işaret eder.
Barbopoulos ve Johansson, 2017	Hedef-çerçeveleme yaklaşımı; Tüketici Motivasyon Ölçeği (Consumer Motivation Scale, CMS)	İsveç/Göteborg Üniversitesi genel popülasyon panelinden katılımcılar	Değer, Kalite, Güvenlik, Uyarım, Konfor, Etik, Sosyal kabul	Tüketici Motivasyon Ölçeği’nin kazanç, hedonik ve normatif hedeflere dayalı yapısı çoklu bağlamlarda desteklenmiş; ölçek tüketim güdülerinin üst-düzey sınıflandırılmasına kuramsal dayanak sağlamaktadır.
Sindik ve Gjurašić, 2017	Rekreatyonel spor etkinliği güdüleri	Hırvatistan Dubrovnik’te düzenlenen rekreatyonel su topu etkinliğinin izleyicileri ve katılımcıları.	Başarı, Öğrenme, Sosyal, Bağımsızlık, Rahatlatma	Rekreatyonel spor etkinliklerine katılımda itici güdüler belirgin olup, cinsiyet ve spora aktif ilgi düzeyi bu güdülerin şiddetini farklılaştırmaktadır.

Akgül vd., 2018	Boş Zaman Faydaları Ölçeği (Leisure Benefits Scale, LBS)	Türkçe konuşan yetişkin katılımcılardan oluşan doğrulama örnekleme.	Fiziksel, Psikolojik, Sosyal fayda boyutları	Boş Zaman Faydası ölçeğinin Türkçe uygulamasında faktör yapısı doğrulanmış; ölçümün psikometrik nitelikleri kullanıma elverişli bulunmuştur.
Santepeci, 2018	Beklenti-Değer Yaklaşımı	Türkiye’de lise düzeyinde öğrenim gören öğrenciler.	Beklenti-değer, Başarıya yönelik inanç	Beklenti-değer kuramına dayalı başarı motivasyonu ölçeği iki faktörlü bir yapı sergilemekte ve yeterli düzeyde ölçme güvenilirliği sunmaktadır.
Gürsel vd., 2019	Boş Zaman Motivasyon Ölçeği, Boş Zaman Engelleri (Leisure Constraints)	Manisa ilinde yaşayan yetişkin kadın katılımcılar.	Motivasyon alt boyutları, Bireysel, Kişilerarası, Yapısal engeller	Kadınların rekreasyona katılımında motivasyon ile engeller birlikte değerlendirilmiş; toplumsal roller ve yapısal sınırlılıklar katılımı azaltıcı yönde etki etmektedir.
Çuhadar vd., 2019	Rekreasyonel Egzersiz Motivasyon Ölçeği (Recreational Exercise Motivation Measure, REMM)	Spor salonu üyeleri ve fitness kullanıcıları.	Sağlık, Rekabet, Vücut görünümü, Sosyal/eğlence, Beceri gelişimi	Rekreatif egzersize güdüleyen faktörler REMM çerçevesinde doğrulanmış; motivasyon boyutları yaş, cinsiyet ve eğitim gibi değişkenler bakımından anlamlı farklılıklar göstermektedir.
Schroeder vd., 2019	Deneyim tercihi: takdir odaklı ve başarı odaklı	Amerika Birleşik Devletleri Minnesota bölgesinde hindi avcılığına katılan yetişkin avcılar.	Takdir edici deneyim, Başarı odaklı deneyim, Memnuniyet ilişkisi	Rekreasyonel memnuniyetin açıklanmasında, motivasyona kıyasla deneyim tercihlerinin (takdir odaklı ya da başarı odaklı) daha güçlü bir belirleyici olduğu gösterilmiştir.
Gaffar vd., 2019	Açık alan rekreasyonu motivasyonları	Endonezya’da iki dağ parkurunda yürüyüş yapan yetişkin doğa sporcuları.	Öğrenme-sosyallik, Başarı, Bağımsızlık-kişisel gelişim, Rahatlama	Doğa yürüyüşü bağlamında öğrenme-sosyallik baskın güdü olarak öne çıkmakta; motivasyon düzeyleri etkinlik tercihleri ile anlamlı ilişkiler göstermektedir.
Kement ve Bükey, 2019	Rekreasyonel motivasyon (fotoğrafçılık)	Doğa ve kültür fotoğrafçılığı etkinliğine katılan yetişkinler.	Doğa takdiri, Macera, Sosyal, Rahatlama	Doğa ve kültür fotoğrafçılığı etkinliklerinde motivasyon düzeyi demografik değişkenlere göre farklılaşmakta; özellikle cinsiyet ve medeni durum belirleyici görünmektedir.
Demir ve Çetin, 2020	Rekreasyonel katılım güdüler	Tarihi Yarımada Bisiklet Turu’na katılan amatör yetişkin bisikletçiler.	Sosyal, Başarı, Zorluklara meydan okuma, vb.	Bisiklet turu katılımcılarında motivasyon profilleri yaş ve eğitim değişkenlerine göre ayrılmakta; cinsiyet bakımından belirgin bir farklılaşma gözlenmemektedir.
Gözen, 2020	Açık Alan Rekreasyon Motivasyon Ölçeği (Outdoor Recreation Motivation Scale)	Türkiye’de açık alan rekreasyonu katılımcılarından oluşan ölçek geliştirme örnekleme.	Başarı odaklılık, Zorluklara meydan okuma, Risk alma, Bireysellik, Yenilik (yeni deneyimler kazanma)	Açık alan rekreasyon motivasyonlarına yönelik beş boyutlu ölçek geliştirilmiş ve doğrulanmıştır. Ölçek, başarı ve yenilik (yeni deneyimler kazanma) yönelimi gibi alanları ayırt edici biçimde ölçmektedir.
Güzel vd., 2020	Rekreasyonel Egzersiz Motivasyon Ölçeği kısa formu (REMM short form)	Türkiye’deki fitness merkezi kullanıcılarından geniş bir kesit örnekleme.	Sağlık, Rekabet, Vücut görünümü, Sosyal/eğlence, Beceri gelişimi	Fitness bağlamında rekreatif egzersiz motivasyonu boyutları demografik ve katılım özelliklerine göre sistematik farklılıklar sergilemektedir; bu durum hedeflenmiş müdahalelere olanak tanır.
Acar vd., 2021	İhtiyaçlar Hiyerarşisi (Maslow)	Karabük’te arazi sürüşü (off-road) etkinliklerine katılan bireyler	Zihinsel sağlık temelli ihtiyaçlar, Spor temelli ihtiyaçlar, Başarı ve rekabet, Sosyal temelli ihtiyaçlar, Fiziksel sağlık temelli ihtiyaçlar	Yaşam doyumunun en güçlü yordayıcısı fiziksel sağlık; sosyal, zihinsel sağlık ve başarı-rekabet pozitif ve anlamlı, spor temelli anlamsızdır; erkekler tüm boyutlarda, evliler zihinsel sağlık ve spor temelli boyutlarda daha yüksektir; başarı-rekabet yaşa göre farklılaşmış, gelir/meslek etkisizdir.
Coşkun, 2021	Motivasyon ve Boş Zaman Engelleri çerçevesi (Leisure Constraints)	Türkiye’de farklı sosyo demografik özelliklere sahip yetişkinlerle gerçekleştirilen nitel görüşmeler.	İçsel, Kişilerarası, Yapısal engeller, Motivasyon temaları	Türkiye örnekleminde boş zaman katılımını sınırlandıran içsel, kişilerarası ve yapısal engeller bütüncül biçimde ortaya konmuştur; zaman ve maliyet kısıtları öne çıkmaktadır.
Ayyıldız Durhan vd., 2021	Davranışsal Düzenleme Ölçeği-2 (Behavioral Regulation in Exercise Questionnaire-2, BREQ-2)	Düzenli rekreasyonel egzersize katılan yetişkinler.	Amotivasyon, Dışsal, İçe atım, Tanımlanmış, İçsel düzenleme	Düzenli rekreasyonel egzersize katılanlarda içsel düzenleme en yüksek, amotivasyon en düşük düzeydedir.

				Bulgular SDT temelli düzenleme türlerinin ayrıştığını göstermektedir.
Kırova ve Yılmaz, 2022	Boş Zaman Motivasyon Ölçeği	Türkiye’de turizm bağlamında yer alan yetişkin katılımcılar.	Entelektüel, Sosyal, Yeterlik–Uсталık, Uyarılma–Kaçınma	Boş Zaman Motivasyon Ölçeğinin Türkçe uyarlamasında çok boyutlu yapı korunmuş ve kabul edilebilir uyum düzeyleri elde edilmiştir.
Akyüz vd., 2023	Açık Alan Rekreasyon Motivasyon Ölçeği (Outdoor Recreation Motivation Scale)	Üniversite düzeyinde öğrenim gören öğrenciler.	Sosyal, Başarı, Sağlık, vb. ölçek alt boyutları	Üniversite öğrencilerinde rekreasyon katılım motivasyonları bireysel ve bağlamsal değişkenlere göre farklılaşmakta; karşılaştırmalı analizler farklı motivasyon profilleri ortaya koymaktadır.
Gülertekin Genç, 2023	Yoga turizmi motivasyon temaları	İkincil veri temelli sistematik derlemede yer alan özgün çalışmaların örneklemeleri.	Maneviyat, Zihinsel rahatlatma, Kişisel gelişim, Sosyal etkileşim, vb.	Yoga turizmine ilişkin sistematik derleme, maneviyat, iyi oluş ve kişisel gelişim temalarının motivasyon yapısında merkezi konumda olduğunu göstermektedir.
Çelikkat Pahlı ve Güçer, 2024	Başarma İhtiyacı (McClelland); Boş Zaman Faydaları Ölçeği (Leisure Benefits Scale, LBS)	Türkiye’de görev yapan profesyonel turist rehberleri.	Başarma ihtiyacı, İş tatmini ilişkileri	Algılanan rekreasyonel fayda, başarma ihtiyacı kuramı bağlamında iş yaşamına ilişkin yönelimleri pozitif yönde yordamakta; kuramsal bağlantı ampirik olarak desteklenmektedir.
Çini ve Gençler, 2024	Bağlanma Noktaları (Points of Attachment); Sporun Çevrimiçi Tüketimine Yönelik Motivasyon Ölçeği (MSSOC)	Profesyonel futbol takımlarının yetişkin taraftarları.	Takım desteği, Oyuncu/koç/takım bağlılık noktaları, vb.	Çevrimiçi spor tüketiminde takım desteği baskın güdüdür ve takım bağlılığı en baskın bağlanma noktasını oluşturmaktadır; cinsiyet temelinde anlamlı farklılıklar gözlenmektedir.
Erkekli vd., 2024	Rekreasyonda Sorumlu Tüketici Davranışı Ölçeği (Responsible Consumer Behavior in Recreation Scale)	Kırsal rekreasyon faaliyetlerine katılan yetişkinler.	Çevre duyarlılığı, Etik sorumluluk, Toplumsal normlar	Rekreasyonda sorumlu tüketici davranışlarına yönelik beş faktörlü ölçek geliştirilmiş ve doğrulanmıştır; ölçek normatif yönelimleri ölçmek için uygun bir çerçeve sunar.
Genç, 2024	Rekreasyonel Egzersiz Motivasyon Ölçeği (REMM); Beş Faktör Kişilik (Big Five)	Rekreasyonel egzersize katılan yetişkin bireyler.	Sağlık, Sosyal/eğlence, Rekabet, Kişilik boyutları ile ilişkiler	Rekreasyonel egzersiz motivasyonu kişilikle ilişkili olup, dışadönüklük ve özdenetim olumlu, nevroitiklik olumsuz yönde ilişkilidir.
Mekhloufi ve Baziz, 2025	Ziyaret motivasyonu; Kültürel Ekosistem Hizmetleri (Cultural Ecosystem Services)	Cezayir El Hamma Botanik Bahçesi’ni ziyaret eden yetişkin ziyaretçiler.	Ziyaret motivasyonu, Kullanıcı deneyimi, CES boyutları	Botanik bahçe bağlamında kullanıcı deneyimi, kültürel ekosistem hizmetleri algısını güçlendirmektedir; motivasyonun doğrudan etkisi daha sınırlıdır.
Gümüşgül vd., 2025	Boş Zaman Motivasyon Ölçeği	Ön test ve son test ölçümleri alınan sanal bisiklet simülasyonu katılımcıları.	LMS boyutları, Psikolojik iyi oluş	Sanal ortamda gerçekleştirilen egzersiz müdahalesi, katılımcıların boş zaman motivasyonu ve psikolojik iyi oluş düzeylerinde artışla sonuçlanmıştır.
Biricik vd., 2025	Rekreasyon motivasyonu; Öz şefkat, Psikolojik dayanıklılık	Düzenli fiziksel aktivite yapan üniversite öğrencileri.	Motivasyon alt boyutları, Öz-şefkat, Psikolojik dayanıklılık	Düzenli fiziksel aktivite yapan üniversitelilerde öz-şefkat ve psikolojik dayanıklılık, motivasyon düzeylerinin anlamlı yordayıcılarıdır.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

İçerik analizi ve bulgular

Tablo 1’de derlenen çalışma evreni temel alınarak yürütülen içerik analizi, her makalede raporlanan faktör adları ile operasyonel tanımların anlam birliği gözetilerek yeniden kodlanmasına dayanmaktadır. Önce her çalışma satır satır çözümlenmiş, ardından eş anlamlı ya da örtüşen boyutlar birleştirilerek üst temalar altında toplanmıştır.

Bu kodlama süreci sonunda dört çekirdek küme ortaya çıkmıştır: (i) sağlık ve iyi oluş [fiziksel ve zihinsel], (ii) sosyal ilişki ve aidiyet [sosyalleşme, eğlenme, aile birlikteliği], (iii) yeterlik ve ustalık ile başarı ve meydan okuma, (iv) rahatlatma, kaçış ve yenilenme. Bağlama göre şu yan temalar öne çıkmaktadır: öğrenme ve entelektüel merak, beden ve dış görünüm, yenilik (yeni deneyimler kazanma) ve risk, doğa takdiri, kültürel zenginleşme ve estetik ile normatif ve etik yönelimler. Bu sınıflama, yazında yerleşik ölçme ve kuramsal çerçevelerle tutarlıdır (Beard ve Ragheb, 1983; Arnold ve Reynolds, 2003; Tarıncı, 2021).

Bağlama göre tematik desenler

Açık alan rekreasyonu: Açık alan ölçeklerinde başarı odaklılık, meydan okuma ve risk alma boyutları istikrarlı biçimde doğrulanmıştır; yenilik (yeni deneyimler kazanma) ve bireysellik eşlik eden alt temalardır (Gözen, 2020). Doğada yürüyüş ve bisiklet gibi örneklerde kaçış ve rahatlama ile öğrenme ve keşif birlikte raporlanmıştır; etkinlik tercihlerinin güdü profilleriyle anlamlı biçimde ilişkili olduğu görülmektedir (Gaffar vd., 2019; Demir ve Çetin, 2021).

Fitness ve rekreatif egzersiz: Sağlık ile yeterlik ve ustalık kümeleri belirgindir. Beden ve dış görünüm, sosyal ve eğlence ile rekabet alt boyutları sık raporlanır; katılım özellikleri ve demografik değişkenlere göre farklılaşır (Aydın ve Yaşartürk, 2017; Çuhadar vd., 2019; Güzel vd., 2020).

Niş etkinlikler: Doğa ve kültür fotoğrafçılığında kültürel zenginleşme ve estetik ile yeni deneyim arayışı öne çıkar; demografik değişkenlere göre anlamlı ayrışmalar rapor edilmiştir (Kement ve Bükey, 2019). Tema park bağlamında eğlence, sosyalleşme, aile ile zaman ve yenilik (yeni deneyimler kazanma) vurgusu baskındır (Emiroğlu, 2022). Yoga turizminde zihinsel rahatlama ve öz keşif merkezî temalardır (Gülertekin Genç, 2023).

Arazi sürüşü (off-road): Arazi sürüşünde fiziksel sağlık baskın yordayıcıdır; sosyal, zihinsel sağlık ve başarı ile rekabet boyutları yaşam doyumuna pozitif katkı verir. Spor temelli ihtiyaçlar anlamlı değildir (Acar vd., 2021).

Çevrim içi spor tüketimi ve topluluklar: Taraftarlıkta takım desteği ve bağlanma noktaları belirleyicidir; çevrimiçi tüketim güdülerinde takım bağlılığı baskın rol oynar (Çini ve Genç, 2024). Rehberlik ve benzeri mesleki alt kültürlerde başarıma ihtiyacı ile algılanan boş zaman faydalarının iş yönelimleriyle olumlu ilişkisi bulunmuştur (Çelikkanat Paslı ve Güçer, 2024).

Normatif ve etik yönelimler ile ekosistem hizmetleri: Sorumlu tüketim ölçeği normatif duyarlılıkları çok boyutlu yakalamaktadır (Erkekli vd., 2024). Botanik bahçe bağlamında kullanıcı deneyiminin kültürel ekosistem hizmetleri algısını güçlendirdiği tespit edilmiştir (Mekhloufi ve Baziz, 2025). Deneyisel simülasyonlarda motivasyon ve psikolojik iyi oluş birlikte artmaktadır (Gümüsgül vd., 2025). Üniversite örneğinde öz şefkat ve psikolojik dayanıklılık motivasyonu anlamlı biçimde yordamaktadır (Biricik vd., 2025). Bu yoğunlaşmaların bağlamlar arası dağılımı, kısa bir özet matrisi olarak Tablo 2’de sunulmuştur. İzleyen bölümde demografik ve psikografik ayrışmalar değerlendirilmektedir.

Tablo 2: Bağlamlara Göre Öne Çıkan Rekreasyonel Motivasyon Temaları (Özet Matris)

Bağlam / Tema	Sağlık-iyi oluş	Sosyal-aidiyet	Yeterlik-ustalık / Başarı-meydan okuma	Rahatlama-kaçış	Öğrenme-keşif	Beden-dış görünüm	Yenilik-yeni deneyimler kazanma	Doğa takdiri	Kültürel zenginleşme-estetik	Normatif-etik
Açık alan rekreasyonu (doğa yürüyüşü, bisiklet)	✓	△	✓	✓	△	–	△	✓	△	–
Fitness ve rekreatif egzersiz	✓	△	✓	△	△	✓	–	–	–	–
Doğa ve kültür fotoğrafçılığı	△	△	–	△	✓	–	✓	✓	✓	–
Tema parkı	–	✓	–	✓	△	–	✓	–	△	–
Yoga turizmi	✓	△	–	✓	✓	–	△	–	△	–
Arazi sürüşü (off-road)	✓	△	✓	△	–	–	△	–	–	–
Çevrim içi spor tüketimi ve taraftarlık	–	✓	△	△	–	–	–	–	–	△
Normatif-etik bağlamlar (sorumlu tüketim; ekosistem hizmetleri)	–	△	–	△	△	–	–	✓	△	✓

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur. **Göstergeler:** ✓ = baskın tema; △ = ikincil/bağlama bağlı; – = zayıf ya da raporlanmadı.

Demografik ve psikografik ayrışmalar

Çalışmaların önemli bir bölümünde cinsiyet ve yaşa bağlı farklılaşmalar rapor edilmiştir. Fitness bağlamında kadın ve erkekler arasında dış görünüm, rekabet ve sosyal-eğlence boyutları ayrışmaktadır; yaş ve etkinlik süresi ilerledikçe sağlık ve yeterlik-ustalık ağırlığı artma eğilimindedir (Aydın ve Yaşartürk, 2017; Güzel vd., 2020). Öğrenci örneklemelerinde sosyal ve öğrenme temaları daha baskındır; program erişilebilirliği ve kampüs olanakları katılımı ilişkilidir (Akyüz vd., 2023; Afridi ve Zeeshan, 2021). Kişilik özelliklerinde dışa dönüklük pozitif, nevrozlu negatif yönlü ilişkiler vermiştir; özdenetim motivasyonu olumlu ilişkilidir (Genç, 2024). Kadınların katılımında psikolojik boyut ile motivasyonsuzluk arasında pozitif ilişki rapor edilmiştir (Gürsel vd., 2019).

Kültürel bağlam ve yerleşme

Kültürleşme, benlik kurgusu ve etnisite, motivasyon dağılımını anlamlı biçimde etkiler. Açık alan bağlamında Çinli-Kanadalı katılımcılarda doğa takdiri daha baskın bulunmuştur; kültürel kökenler sosyo-psikolojik itmelerin şiddetini ve önem sırasını değiştirebilmektedir (Walker vd., 2001). Bu bulgu, yerleştirilmiş ürün ve iletişim ihtiyacına işaret eder.

Kuramsal çerçevenin tematik içerik analizi ile değerlendirilmesi

Elde edilen temalar, başlıca kuramların öngördüğü örüntülerle aynı yönde eşleşmektedir. Öz Belirleme Kuramında tanımlanan özerklik, yeterlik ve ilişkilenme gereksinimleri, verimizde sırasıyla mikro özerklik kararları (örneğin rota ve zorluk seçimi), başarı ile meydan okuma ve sosyal bağlar temalarıyla tutarlı biçimde görünür hâle gelmektedir (Deci ve Ryan, 2000). Kaçış ve Arama yaklaşımının ikili yapısı, özellikle açık alan ve tema park bağlamlarında rahatlama ile kaçışın, öğrenme ile keşif ve yenilik ile yeni deneyimler kazanma bileşenleriyle birlikte rapor edilmesiyle desteklenmektedir (Iso-Ahola, 1982; Emiroğlu, 2022). İtme ve Çekme modelinde beklenen biçimde sosyo psikolojik itmeler, destinasyon ya

da ürün çekicilikleriyle birlikte çalışmakta; bu ikili kurgu hem uluslararası çalışmalarda hem de Türkçe yazında yinelenmektedir (Crompton, 1979; Kozak, 2002; Bahar ve Kozak, 2012).

Ölçme çerçevesi açısından Boş Zaman Motivasyon Ölçeğinin entelektüel, sosyal, yeterlik ile ustalık ve uyarılma ile kaçınma boyutları, farklı bağlamlarda saptanan alt boyutlara üst düzey bir çatı sağlamaktadır; Türkçe uygulamalarda da aynı düzen korunmuştur (Beard ve Ragheb, 1983; Kirova ve Yılmaz, 2022). Deneyim temelli tüketimi ayırt eden hedonik ile yarırcı yaklaşım, tema parkı ve çevrimiçi spor tüketimi gibi örneklerde hedonik bileşenin baskınlığına işaret ederken; sorumlu tüketim ve ekoturizm bağlamlarında normatif hedeflerin ve etik duyarlılıkların belirginleştiği görülmektedir (Arnold ve Reynolds, 2003; Barbopoulos ve Johansson, 2017; Çini ve Genç, 2024). Bu bulgular, terim farklılıklarından doğan parçalanmanın birleştirme (standartlaştırma) ile azaltıldığını ve temaların kuramsal çerçeveye uyumlu olduğunu göstermektedir.

Motivasyonların başarı ve güç yönelimli bileşenleri McClelland'ın ihtiyaçlar kuramıyla uyumludur; başarı ile meydan okuma teması özellikle risk içeren ve yenilik-yeni deneyimler kazanma fırsatı sunan etkinliklerde belirginleşmektedir (McClelland, 1961; Gözen, 2020; Acar, Yalçın ve Koçoğlu, 2021). Beklenti ve değer odağındaki karar mantığı, sağlanan faydanın değeri ile ulaşılabilirlik inancının çarpımı olarak kavramsallaştırılır; bulgular, sağlık ile yeterlik çıktılarının öne çıktığı bağlamlarda katılımın arttığını göstermektedir (Vroom, 1964; Gaffar, Yuniawati ve Ridwanudin, 2019; Demir ve Çetin, 2021). Sosyal Kimlik çerçevesi, taraftarlık ve topluluk temelli örneklerde aidiyet ile tekrar katılım ilişkisini açıklar; çevrimiçi spor tüketimi bulguları da bu ilişkiyi destekler (Tajfel ve Turner, 1979; Çini ve Genç, 2024). Hedonik ile yarırcı ayrımı, tema parkı ve çevrimiçi tüketim bağlamlarında hedonik baskınlıkla; normatif hedefler ise sorumlu tüketim ölçeklerinde görünür hâle gelmektedir (Arnold ve Reynolds, 2003; Barbopoulos ve Johansson, 2017; Erkekli, Çağlayan, Tosunoğlu ve Gülcan, 2024). Boş Zaman Sıkıntısı (Leisure Boredom) ölçümü, uygun etkinlik-kışı eşleştirmesi yapılmadığında sürekliliği zayıflatan bir risk alanına işaret eder; bu saptama, rahatlama ile kaçış kümesinin dengeli program tasarımıdaki önemini vurgular (Weissinger ve Bandalos, 1995). Deneyim tercihlerine odaklanan çalışmalar, kimi bağlamlarda motivasyondan çok deneyim yöneliminin memnuniyeti açıkladığını bildirmektedir; bu durum, temalar arası sınırların bağlama duyarlı olduğuna işaret eder (Schroeder, Cornicelli, Fulton ve Merchant, 2019). Dolayısıyla, kuram-tematik eşleşme yüksek olmakla birlikte, deneyim tercihleri ve normatif hedefler bağlama göre ağırlık değiştirebilmektedir.

Bu eşleşmeler, nicel içerik analizinin çıktılarını da taşır. Bağlam ile tema matrisinde (Tablo 2) açık alan çalışmalarında başarı ile meydan okuma ve yenilik-yeni deneyimler kazanma; fitness örneklerinde sağlık ile yeterlik ve beden ile dış görünüm; niş etkinliklerde kültürel zenginleşme ve yenilik-yeni deneyimler kazanma; taraftarlık bağlamında ise sosyal ile aidiyet yoğunlaşmaları görülmektedir. Kelime bulutu görselleştirmesinde (Şekil 1) sosyal ile aidiyet ve başarı ile meydan okuma temalarının baskınlığı, ardından sağlık ile iyi oluş, rahatlama ile kaçış ve yeterlik ile ustalık kümelerinin gelmesi, bu kuramsal eşleşmenin frekans temelli bir doğrulamasını sunar. Birlikte değerlendirildiğinde bulgular, tek tip bir motivasyon profili yerine, kuramlarla uyumlu fakat bağlama göre ağırlıkları değişen bir tema iskeletine işaret etmektedir; dolayısıyla uygulamada kuramsal yapıların bağlamsal farklılıklara göre yeniden ağırlıklandırılması önerilir.

Birlikte okunduğunda bulgular, temaların kuramsal beklentilerle büyük ölçüde uyumlu olduğunu ve hangi temaların daha çok öne çıktığının bağlama göre değiştiğini göstermektedir. Buna göre araştırma sorusunun yanıtı şöyledir: Ortak tema iskeleti kuramsal çerçeveye uyumludur; ancak bağlama (açık alan, fitness, niş etkinlikler, çevrim içi tüketim) göre vurgular değişmektedir. Bu nedenle program tasarımı ve iletişim stratejileri bağlama göre uyarlanmalıdır.

Temaların görselleştirilmesi: Kelime bulutu

Bu çalışmada, Tablo 1'de derlenen ampirik çalışmaların "Ölçek Boyutları (etki alanı)" sütunundaki ifadeler analiz birimi olarak alınmıştır. Amaç, farklı çalışmalarda farklı adlarla anılan fakat aynı anlam alanını karşılayan boyutları ortak temalar altında toplamak ve bu temaların yazındaki göreceli yerini göstermektir. Bu doğrultuda metin birimleri satır satır incelenmiş; dilsel ve kavramsal uyum gözetilerek eşanlamlılar tekilleştirilmiş, ifadeler standartlaştırılmış ve birleştirilmiştir.

Dil ve biçim birliği için tüm anahtarlar Türkçe olarak tek biçimde yazılmıştır. Kavramsal eşdeğerlik sağlamak üzere eşanlamlı birleştirmeler uygulanmıştır. Örneğin "vücut görünümü" ifadesi "beden-dış

görünüm” başlığı altında, “bireysel” ifadesi “bireysellik” başlığı altında toplanmıştır. Kuramsal ayrımları korumak amacıyla Öz Belirleme Kuramı (SDT) kapsamında düzenleme türleri (amotivasyon, dışsal düzenleme, içe atım, tanımlanmış düzenleme, içsel düzenleme) birbirinden ayrık kodlanmış; kuramın temel psikolojik gereksinimleri (özerklik, yeterlik, ilişkilenme) tematik eşlemelerde dikkate alınmıştır. Maslow’un İhtiyaçlar Hiyerarşisi klasik beş düzeyiyle ele alınmıştır: fizyolojik, güvenlik, ait olma ve sevgi, saygı, kendini gerçekleştirme. Literatürde “novelty” olarak geçen öğeler birlik sağlamak üzere “yenilik-yeni deneyimler kazanma” biçiminde Türkçeleştirilmiş ve tek bir tema altında toplanmıştır.

Okunabilirliği azaltan ve analitik anlamı olmayan meta etiketler ile üst başlıklar veri setinden çıkarılmıştır. Bu kapsama, motivasyon teması olmayan, yalnızca belirli ölçeklerin hedefi ya da bağlamı olarak kullanılan ve çalışmalar arası tematik karşılığı bulunmayan etiketler dahildir. Bu tür kodlar kelime bulutu hesaplamasına alınmamış, yalnızca metinsel tartışmada bağlamsal açıklayıcı olarak kullanılmıştır.

Eşanlımlı ifadeler tekilleştirildikten ve temalar standart hâle getirildikten sonra frekanslar hesaplanmış; her tema için tekrar sayıları (n) elde edilmiştir. Yüzdelere toplam birim sayısı üzerinden hesaplanmıştır. Sonuçlar, her tema için n ve yüzde değerleriyle Tablo 3’te sunulmuştur; standart hâle getirilen veri setinin toplamı n=109’dur.

Tablo 3: Rekreatif Motivasyon Temaları için Kodlaştırma

No	Kod (tema)	Frekans (n=109)	
		n	%
1	sosyal-aidiyet	17	15,6
2	başarı-meydan okuma	15	13,8
3	sağlık-iyi oluş	9	8,3
4	rahatlama-kaçış	6	5,5
5	yeterlik-ustalık	6	5,5
6	öğrenme-keşif	4	3,7
7	bağımsızlık	2	1,8
8	bireysellik	2	1,8
9	değer	2	1,8
10	kişilerarası	2	1,8
11	macera	2	1,8
12	normatif-etik	2	1,8
13	takdir edici deneyim	2	1,8
14	uyarılma-kaçınma	2	1,8
15	yapısal engeller	2	1,8
16	amotivasyon	1	0,9
17	bağlanım	1	0,9
18	beden-dış görünüm	1	0,9
19	beklenti-değer	1	0,9
20	doğa takdiri	1	0,9
21	doğayla bütünleşme	1	0,9
22	dışsal	1	0,9
23	fikir alışverişi	1	0,9
24	güvenlik	1	0,9
25	haz	1	0,9
26	içe atım	1	0,9
27	içsel	1	0,9
28	içsel düzenleme	1	0,9
29	kalite	1	0,9
30	kişisel gelişim	1	0,9
31	konfor	1	0,9
32	kontrol yönelimi	1	0,9
33	kullanıcı deneyimi	1	0,9
34	maneviyat	1	0,9
35	performans	1	0,9
36	psikolojik dayanıklılık	1	0,9
37	risk alma	1	0,9
38	rol	1	0,9
39	sosyo-psikolojik itmeler	1	0,9
40	spor temelli ihtiyaçlar	1	0,9
41	takım desteği	1	0,9

bağlama duyarlı olmakla birlikte dört çekirdek kümede yoğunlaştığı görülmektedir: sosyal ve aidiyet, başarı ve meydan okuma, sağlık ve iyi oluş ile rahatlatma ve kaçış. Bu iskelet, LMS alanları ve hedonik ile yararlı ayrım ile uyumludur (Beard ve Ragheb, 1983; Arnold ve Reynolds, 2003). Kelime bulutu görselleştirmesi (Şekil 1) dağılımı sezgisel olarak güçlendirir; sosyal ve aidiyet ile başarı ve meydan okuma temalarının görece baskınlığı özellikle dikkat çekicidir. Bağlam ve tema eşleştirmesi (Tablo 2) ise açık alan, fitness, niş etkinlikler ve çevrim içi tüketim gibi alt alanlarda öne çıkan güdü bileşimlerini karşılaştırmalı olarak göstermektedir.

Kuramsal çerçeve ile ampirik kanıtlar yüksek uyum sergilemektedir. Öz Belirleme Kuramı'ndaki özerklik, yeterlik ve ilişkilenme gereksinimleri; Akış yaklaşımındaki zorluk ve beceri dengesi, Kaçış ve Arama ile İtme ve Çekme yaklaşımlarındaki ikili yapılar, çalışma evrenindeki birçok bulguyla örtüşmektedir (Deci ve Ryan, 2000; Csikszentmihalyi, 1990; Iso-Ahola, 1982; Crompton, 1979). Kültüre duyarlı farklılaşmalar da teyit edilmiştir; örneğin açık alan örneklemelerinde etnisite ve kültürleşme düzeyine bağlı motivasyon kaymaları rapor edilmiştir (Walker vd., 2001). Yerel bağlamda, fitness ve rekreatif egzersiz çalışmalarında sağlık, sosyal ve eğlence, rekabet ve beden ile dış görünüm boyutlarının demografik değişkenlere göre farklılaştığı; açık alan ve bisiklet örneklemelerinde başarı, meydan okuma, kaçış ve öğrenme ile keşif temalarının birlikte seyrettiği görülmüştür (Aydın ve Yaşartürk, 2017; Çuhadar vd., 2019; Güzel vd., 2020; Demir ve Çetin, 2021; Gaffar, Yuniawati ve Ridwanudin, 2019). Arazi sürüşü (off-road) bağlamında fiziksel sağlık ve başarı ile rekabet yönelimlerinin yaşam doyumunu anlamlı biçimde yordadığı saptanmıştır (Acar vd., 2021). Niş etkinliklerde kültürel zenginleşme ve yeni deneyim arayışı belirginleşmekte; tema parkı ve çevrim içi spor tüketiminde hedonik güdüler ile topluluk bağlılığı ön plana çıkmaktadır (Emiroğlu, 2022; Çini ve Genç, 2024). Normatif ve etik yönelimler, özellikle çevre duyarlılığı ve sorumlu tüketim bağlamlarında ölçülebilir bir boyut olarak görünür hale gelmiştir (Erkekli vd., 2024). Gelecek çalışmaların boyamsal ve deneysel tasarımlarla bu değerlendirmeyi farklı bağlamlarda derinleştirilmesi hem kuramsal açıklığı hem de uygulama tasarımlarının etkililiğini artıracaktır.

Bu çalışma, rekreasyonel tüketici motivasyonlarının bağlama duyarlı olmakla birlikte dört çekirdek kümede toplandığını göstermektedir: (i) sosyal ve aidiyet, (ii) başarı ve meydan okuma, (iii) sağlık ve iyi oluş, (iv) rahatlatma ve kaçış. Bu örüntü, Öz Belirleme Kuramı, Akış yaklaşımı ve itme-çekme ile kaçış-arama çerçevelerinin öngörülerıyla uyumlu görünmektedir. Kümelerin göreceli ağırlıkları bağlama ve kullanılan ölçüm araçlarına bağlı olarak değişmektedir. Bu nedenle tek tip ve her duruma uyan açıklamalar yerine, genellemeler bağlam ve ölçüm tasarımı belirtilerek yapılmalıdır. Normatif ve etik yönelimlerin ölçülebilir bir boyut olarak belirginleşmesi, uygulamada çevresel sorumluluk temalarının program ve iletişim içeriklerine yerleştirilmesini; araştırmada ise bu boyutun bağımsız bir yapı olarak güvenilir ölçeklerle ölçülmesini ve bağlama göre farklılaşıp farklılaşmadığının sınanmasını gerektirmektedir. Sonuç olarak, bu sentez rekreasyonel tüketimin yalnızca bireysel iyi oluşla değil, aynı zamanda hizmet tasarımı, marka değeri ve sorumlu tüketimle kesişen çok boyutlu bir alan olduğunu ortaya koymaktadır; bundan sonraki çalışmaların bağlam ve ölçüm çeşitliliğini açıkça belirterek ilerlemesi, kuramsal açıklığın ve uygulama etkililiğinin artmasına katkı sağlayacaktır. İzleyen alt başlıklarda kuramsal katkılar ile uygulama önerileri ayrıntılandırılmaktadır.

Kuramsal katkılar

Bu çalışma, rekreasyonel tüketici motivasyonlarını terim birliği ve standartlaştırılmış kodlama yoluyla yeniden çerçeveye yazında farklı adlarla raporlanan boyutları karşılaştırılabilir hâle getirir. Temaların Öz Belirleme Kuramı, İtme-Çekme, Kaçış-Arama, Boş Zaman Motivasyon Ölçeği alanları ve hedonik-yararlı ayrımıyla sistematik eşleştirilmesi, bağlama duyarlı bir motivasyon mimarisi önerir. Bu mimari, kişi-durum-içerik-değer eksenlerini eşzamanlı olarak kapsar. Kodlama karar kurallarının açıkça belirtilmesi ve eşanlamlı ifadelerin tekilleştirilmesi, gelecekteki sentez ve ölçek uyarlamalarına aktarılabilir bir yöntem sunar. Bulgular, tek tip evrensel bir profil yerine bağlama ve ölçüm aracına göre vurgusu değişen çekirdek kümelerin varlığına işaret eder. Bu durum, rekreasyon alanında kuramsal açıklamaların bağlam ve ölçüm tasarımı belirtilerek yapılmasını gerektiren bir sınır koşulu ortaya koyar. Genellenebilir açıklamalar için bağlam ve ölçüm tasarımı açıkça belirtilmelidir. Ayrıca çerçeve, birbirine yakın kavramlar arasındaki örtüşmeleri (ör. yeterlik-ustalık-başarı; rahatlatma-kaçış-yenilenme) ayırt ederek terminolojik parçalanmayı azaltır.

Uygulamaya dönük öneriler

Rekreasyon program ve ürün tasarımlarında katılımcı özerkliğini artıran seçenek kümeleri, zorluk ile beceri dengesini gözetken kademeli içerikler ve akış deneyimini mümkün kılan görev kurguları tercih edilmelidir. Açık alan örneklemelerinde başarı ve meydan okuma beklentileri genellikle kaçış ve dinlenme gereksinimi ile birlikte görülmektedir. Bu nedenle aynı ürün içinde performans ve keşif arayanlara yönelik modüller ile sakinlik ve yenilenme arayanlara uygun modüllerin eşzamanlı sunulması tekrar katılımı güçlendirecektir.

Sosyal ve aidiyet temalarının baskınlığı, topluluk tasarımının stratejik önemini göstermektedir. Kulüp ve dernek yapılanmaları, düzenli buluşmalar ve akran destek mekanizmaları, bağlılığı ve ağızdan ağıza iletişimi besler. Çevrim içi spor tüketiminde takım desteği ve bağlanma noktaları belirleyici olduğundan, dijital topluluk yönetimi, içerik takvimi ve etkileşim mimarisi profesyonelce kurgulanmalıdır.

Segmentasyon ve kişiselleştirme, memnuniyeti artırmanın temel araçlarıdır. Başlangıç düzeyindeki katılımcılar için sağlık ve sosyal etkileşim vurgusu öne çıkarılmalı, ileri düzey kullanıcılar için yeterlik, ustalık ve hedefe yönelik meydan okuma bileşimleri sunulmalıdır. Yaş ve cinsiyete göre farklılaşan beklentiler dikkate alınarak mesajlar, eğitim içerikleri ve zamanlama planları uyarlanmalıdır.

Etik ve sürdürülebilirlik boyutu özellikle doğa temelli ve kırsal bağlamlarda görünürdür. Çevre duyarlılığı, yerel topluluklarla iş birliği, atık yönetimi ve sorumlu tüketim davranışlarını destekleyen teşvikler program iletişiminin parçası yapılmalıdır. Deneyim tasarımında hedonik öğeler ile yararcı beklentiler birlikte ele alınmalı, yeni deneyimler kazanma vurgusu aile odaklı ve tema parkı benzeri ürünlerde öne çıkarılmalıdır.

Araştırmacılara yönelik öneriler ve gelecekteki çalışmalar

Mevcut sentez büyük ölçüde kesitsel bulgulara dayanmaktadır. Motivasyon, memnuniyet ve tekrar katılım ilişkilerindeki nedenselliği sınamak için boylamsal desenler ve deneysel müdahalelerle yürütülecek çalışmalar önceliklendirilmelidir. Müdahale öncesi ve sonrası ölçümler, motivasyon yapısındaki değişimi ve kalıcılığı ortaya koyacaktır.

Kültüre duyarlı karşılaştırmalar, özellikle benlik kurgusu ve kültürleşme değişkenlerinin etkisini görünür kılmaktadır. Çok düzeyli modellemelerle farklı ülkeler ve yerel alt gruplar karşılaştırılmalı, bağlamsal etkenlerin motivasyon üzerindeki dolaylı ve doğrudan etkileri test edilmelidir. Bu yaklaşım, yerelleştirilmiş program tasarımlarını besleyecek sağlam kanıtlar üretecektir.

Kişilik özellikleri ve öz düzenleme türleri, motivasyonun önemli eş değişkenleridir. Dışa dönüklük, öz denetim ve nevroz gibi boyutlar ile öz belirleme kuramındaki düzenleme türlerinin ayrıştırılarak incelenmesi, farklı örneklemelerde ölçüm eşdeğerliğinin sınanması ve kısa formların doğrulanması önerilir. Bu sayede uygulamada kullanılabilir, güvenilir ve karşılaştırılabilir ölçüm araçları geliştirilecektir.

Dijitalleşme ile yaygınlaşan hibrit rekreasyon ürünlerinde güdü yapıları değişmektedir. Çevrim içi topluluklar, sanal simülasyonlar, oyunlaştırma ve izleme teknolojilerinin katılım ve bağlılık üzerindeki etkileri deneysel olarak sınanmalıdır. Ayrıca normatif ve etik yönelimleri yakalayan ölçeklerin farklı bağlamlarda geçerlik çalışmaları genişletilmeli, çevresel sorumluluk ve sosyal etki göstergeleri ile ilişkilendirilmelidir.

Sınırlılıklar

Bu çalışma, yayımlanmış ve hakem değerlendirmesinden geçmiş makaleler üzerinden yürütülmüştür. Hakemli olmayan raporlar, tezler ve kurum yayınları kapsama alınmamıştır. Ayrıca arama dizinlerinin kapsamı ve seçilen anahtar sözcükler nedeniyle bazı çalışmaların gözden kaçmış olması mümkündür. Kodlama aşamasında benzer kavramların birleştirilmesi belirli ölçüde araştırmacı yorumuna dayanır. Bu nedenlerle bulgular, kapsanan zaman dilimi ve bağlamla sınırlı olarak okunmalıdır. İleride yapılacak çalışmaların kapsamı genişletilerek (örneğin rapor ve tezlerin de eklenmesi, farklı veri tabanlarının taranması) ve alternatif yöntemlerle sınanarak sonuçların sağlamlığı güçlendirilebilir.

Genel olarak bulgular, rekreasyonel tüketimin tek bir dürtü ile açıklanamayacağını; sosyal-aidiyet, başarı-meydan okuma, sağlık-iyi oluş ve rahatlama-kaçış kümelerinin iskelet oluşturduğunu;

öğrenme-keşif, yeterlik-ustalık, yeni deneyimler kazanma, doğa takdiri ve normatif-etik gibi boyutların bağlama göre bu iskelete eklemelendiğini göstermektedir. Bu sonuçlar, araştırma sorusu bağlamında temaların kuramlarla tutarlı olduğunu ve bağlama göre göreceli ağırlıklarının değiştiğini ortaya koymaktadır. Bu çerçeve, politika yapıcılar ve uygulayıcılar için hedefli program tasarımı, sürdürülebilirlik ve yerelleştirilmiş iletişim stratejileri geliştirmede kullanılabilir; araştırmacılar için ise kuram-ölçme-bağlam üçgeninde yeni ve karşılaştırmalı çalışmalar için sağlam bir başlangıç noktası sunar.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:

Dış bağımsız

Externally peer-reviewed

Çıkar Çatışması / Conflict of interests:

Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

The author has no conflict of interest to declare.

Finansal Destek / Grant Support:

Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The author declared that this study has received no financial support.

Etik Kurul Onayı / Ethics Committee Approval:

Bu çalışma ikincil veriye dayalı tematik içerik analizidir; insan katılımcı, deneysel müdahale ve kişisel veri içermediğinden etik kurul onayı gerekmemektedir.

This is a secondary-data thematic content analysis; no human participants, intervention, or personal data were involved, so ethics approval is not required.

Kaynakça / References

- Acar, A., Yalçın, Y., & Koçoğlu, C. M. (2021). Rekreatif aktivitelere tüketiciyi motive eden faktörlerin yaşam doyumu üzerine etkisi: Turistik bir ürün olarak offroad örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(1), 97–114.
- Afridi, F. E. A., & Zeeshan, M. (2021). The relevance of leisure marketing activities among university level students. *Revista Científica del Amazonas*, 4(8), 38–48. <https://doi.org/10.34069/RA/2021.8.04>
- Akgül, B. M., Ertüzün, E., & Karaküçük, S. (2018). Leisure Benefit Scale: A study of validity and reliability. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 23(1), 25–34.
- Akyol, C., & Akkaşoğlu, S. (2020). Gençlerin boş zamanlarında rekreasyon faaliyetlerine katılım engelleri üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2072–2089. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.649>
- Akyüz, O., Alper, R., & Bayazıt, B. (2023). Üniversite öğrencilerinin rekreasyon aktivitelerine katılım motivasyonu üzerine karşılaştırmalı bir çalışma. *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 18(2), 439–454. <https://doi.org/10.33459/cbubesbd.1268020>

- Ardahan, F., & Yerlisu Lapa, T. (2011). Açık alan rekreasyonu: Bisiklet kullanıcıları ve yürüyüşçülerin doğa sporu yapma nedenleri ve elde ettikleri faydalar. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 1327–1341.
- Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79(2), 77–95. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(03\)00007-1](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00007-1)
- Axelsen, M. (2009). The power of leisure: “I was an anorexic; I’m now a healthy triathlete”. *Leisure Sciences*, 31(4), 330–346. <https://doi.org/10.1080/01490400902988283>
- Aydın, İ., & Yaşartürk, F. (2017). Fitnes katılımcıların rekreasyonel etkinliklere yönelik motivasyon düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)*, 3(Özel Sayı), 142–152.
- Ayyıldız Durhan, T., Özdemir, A. S., & Karaküçük, S. (2021). Motivation to participate in exercise in regular recreational exercise. *International Journal of Recreation and Sports Science*, 5(1), 42–50. <https://doi.org/10.46463/ijrss.978762>
- Bahar, O., & Kozak, M. (2012). *Turizm ve rekabet*. Ankara, Türkiye: Detay Yayıncılık.
- Barbopoulos, I., & Johansson, L. O. (2017). The Consumer Motivation Scale: Development of a multi-dimensional and context-sensitive measure of consumption goals. *Journal of Business Research*, 76, 118–126. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.012>
- Başaran, Z. (2016). *Rekreasyon yönetimi*. Ankara, Türkiye: Gazi Kitabevi.
- Beard, J. G., & Ragheb, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, 15(3), 219–228. <https://doi.org/10.1080/00222216.1983.11969557>
- Biricik, Y. S., Sivrikaya, M. H., & Alaeddinoğlu, V. (2025). Motivation in university students participating in regular physical activity: Relationship with self-compassion and psychological resilience. *Journal of Education and Recreation Patterns*, 6(1), 101–112. <https://doi.org/10.53016/jerp.v6i1.241>
- Boudreau, P., Mackenzie, S. H., & Hodge, K. (2020). Flow states in adventure recreation: A systematic review and thematic synthesis. *Psychology of Sport and Exercise*, 46, 101611. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2019.101611>
- Butler, G. D. (1940). *Introduction to community recreation: Prepared for the National Recreation Association*. New York, NY, USA; London, England: McGraw-Hill.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2024). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri* (36. bs.). Ankara, Türkiye: Pegem Akademi.
- Coşkun, G. (2021). Türk toplumunun boş zaman aktivitelerine katılım durumu: Motivasyon ve engeller. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 50–64.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. New York, NY, USA: Harper & Row.
- Çelikkanat Pashı, N., & Güçer, E. (2024). Rekreasyonel fayda algısı ve başarıma ihtiyacı teorisi: Eylemli turist rehberleri üzerine bir uygulama. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 21(1), 6–23. <https://doi.org/10.24010/soid.1287117>
- Çini, N. G., & Gençer, R. T. (2024). The relationship between online sport consumption motives and points of attachment of the professional football team fans. *SPORMETRE Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 22(4), 138–152. <https://doi.org/10.33689/spormetre.1495254>
- Çuhadar, A., Er, Y., Demirel, M., & Demirel, D. H. (2019). Bireyleri rekreasyon amaçlı egzersize motive eden faktörlerin incelenmesi. *Spormetre*, 17(3), 153–161. <https://doi.org/10.33689/spormetre.562233>

- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
- Demir, A., & Çetin, A. (2021). Rekreatif spor etkinliğine katılan ve profesyonel olmayan sporcuların motivasyon boyutları: Tarihi yarımada bisiklet turu üzerine bir araştırma. *Journal of Sport for All and Recreation*, 3(2), 73–82.
- Elmose-Østerlund, K., Dalgas, B. W., Bredahl, T. V. G., Lenze, L., Høyer-Kruse, J., & Ibsen, B. (2023). Motives for leisure-time physical activity participation: An analysis of their prevalence, consistency and associations with activity type and social background. *BMC Public Health*, 23(1), 2399. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-17304-0>
- Emiroğlu, B. D. (2022). Tema park ziyaretçilerinin motivasyon kaynakları ve parkları ziyaret sebepleri: Sistematik bir literatür incelemesi. *Spor ve Rekreatif Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 411–433. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1003>
- Erkekli, S., Çağlayan, M. N., Güneri Tosunoğlu, N., & Gülcan, B. (2024). Rekreatif turizmde sorumlu tüketici davranışları: Ölçek geliştirme çalışması. *Tourism and Recreation*, 6(1), 194–207. <https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1463842>
- Eryılmaz, G., & Akgündüz, Y. (2017). Bireyleri rekreatif faaliyetlere yönelten motive edici faktörler. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(1), 13–26.
- Funk, D. C., Beaton, A., & Alexandris, K. (2012). Sport consumer motivation: Autonomy and control orientations that regulate fan behaviours. *Sport Management Review*, 15(3), 355–367. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.11.001>
- Gaffar, V., Yuniawati, Y., & Ridwanudin, O. (2019). A study of outdoor recreation motivation and activity preferences. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 54(3), 1–10.
- Genç, H. İ. (2024). Rekreatif egzersiz katılım motivasyonu ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki. *Journal of Sport for All and Recreation*, 6(2), 141–146. <https://doi.org/10.56639/jsar.1477685>
- Gözen, E. (2020). Açık alan rekreatif aktivitelerine katılmayı motive eden faktörlere yönelik ölçek geliştirme çalışması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2197–2209. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.475>
- Gumusgul, O., Acet, M., Senturk, A., et al. (2025). The effect of exercise in virtual environment on psychological well-being and motivation for recreation participation. *Current Psychology*, 44, 1587–1597. <https://doi.org/10.1007/s12144-025-07283-3>
- Gülertekin Genç, S. (2023). Yoga turistlerinin motivasyonları üzerine sistematik literatür taraması. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 6(3), 1157–1170. <https://doi.org/10.33083/joghat.2023.328>
- Gümüştül, C., & Ersoy, A. (2023). Rekreatif ve stresle başa çıkma. İçinde E. Tezcan & O. Kusan (Eds.), *Rekreatif güncel konular ve yeni trendler* (ss. 87–97). İstanbul, Türkiye: Efe Akademi Yayıncılık. <https://doi.org/10.59617/efepub202312>
- Gün, S., & Kılıç, G. D. (2021). Pazarlama yöntemlerinin rekreatif bağlamında değerlendirilmesi: Kavramsal inceleme. *International Academic Social Resources Journal*, 6(31), 1869–1878. <https://doi.org/10.31569/ASRJOURNAL.372>
- Gürbüz, Y., & Aydın, P. A. H. (2012). Zaman kavramı ve yönetimi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 1–20.
- Gürsel, N., Güzel, P., & Yıldız, K. (2019). Kadınların rekreatif faaliyetlere katılımında motivasyon ve engelleri ile ilgili durum tespiti: Manisa ili örneği. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 10(2), 164–174. <https://doi.org/10.17155/omuspd.471821>
- Güzel, P., Esentaş, M., & Yavaş Tez, Ö. (2020). Rekreatif egzersiz ve motivasyon: Fitness merkezleri üzerine ampirik bir çalışma. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 5(3), 206–218. <https://doi.org/10.31680/gaunjs.712108>

- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256–262. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90049-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90049-4)
- Karaküçük, S. (2008). *Rekreasyon: Boş zamanları değerlendirme* (6. bs.). Ankara, Türkiye: Gazi Kitabevi.
- Karaküçük, S., & Akgül, B. M. (2016). *Ekorekreasyon: Rekreasyon ve çevre*. Ankara, Türkiye: Gazi Kitabevi.
- Karaküçük, S., & Gürbüz, B. (2007). *Rekreasyon ve kentleşme*. Ankara, Türkiye: Gazi Kitabevi.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi* (24. bs.). Ankara, Türkiye: Nobel.
- Kement, Ü., & Bükey, A. (2019). Doğa ve kültür fotoğrafçılığı kapsamında rekreasyonel motivasyonun demografik özelliklere göre incelenmesi. *Tourism and Recreation*, 1(1), 23–30.
- Kılbaş, Ş. (2010). *Boş zamanı değerlendirme*. Ankara, Türkiye: Gazi Kitabevi.
- Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 170–189.
- Kırova, S., & Yılmaz, B. C. (2022). Boş Zaman Motivasyon Ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Turistik tercihler üzerinden bir değerlendirme. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences (ATRSS)*, 5(2), 107–123. <https://doi.org/10.53353/atrss.1070700>
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(3), 221–232. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00090-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00090-5)
- Köktaş, K. Ş. (2004). *Rekreasyon, boş zaman değerlendirme*. Ankara, Türkiye: Nobel Yayın.
- Manfredo, M. J., Driver, B. L., & Tarrant, M. A. (1996). Measuring Leisure Motivation: A Meta-Analysis of the Recreation Experience Preference Scales. *Journal of Leisure Research*, 28(3), 188–213. <https://doi.org/10.1080/00222216.1996.11949770>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ, USA: Van Nostrand.
- Mekhloufi, M., & Baziz, M. (2025). Factors influencing tourists' revisit intention: Evidence from the Sahara desert in Algeria. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 41, 100879. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2025.100879>
- Mills, I., & Williams, A. S. (2016). Understanding brand equity in campus recreational sports: A consumer-based perspective. *Recreational Sports Journal*, 40(2), 120–132. <https://doi.org/10.1123/rsj.2015-0019>
- Öztürk, Y. (2021). Modern toplumda rekreasyon ihtiyacı ve fayda farkındalığı. İçinde S. Kül Alan, E. K. Şimşek, Ö. Yayla, & M. C. Birinci (Eds.), *Rekreasyon ve turizm araştırmaları* (ss. 7–13). Konya, Türkiye: Çizgi Kitabevi.
- Pereira, H. V., Palmeira, A. L., Encantado, J., Marques, M. M., Santos, I., Carraça, E. V., & Teixeira, P. J. (2021). Systematic Review of Psychological and Behavioral Correlates of Recreational Running. *Frontiers in Psychology*, 12, 624783. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.624783>
- Puaschunder, J. M. (2019). Mental temporal accounting. *RAIS Conference Proceedings*, 114–124. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3267530>
- Santepeci, M. (2018). Beklenti-değer teorisini temel alan başarı motivasyonu ölçeğini uyarlama çalışması. *Uluslararası Eğitim Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 4(1), 28–40.
- Schroeder, S. A., Cornicelli, L., Fulton, D. C., & Merchant, S. S. (2019). The influence of motivation versus experience on recreation satisfaction: How appreciative- versus achievement-oriented recreation experience preferences relate to hunter satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 50(3–5), 263–283. <https://doi.org/10.1080/00222216.2018.1557502>

- Schulz, P., Schulte, J., Raube, S., Disouky, H., & Kandler, C. (2018). The role of leisure interest and engagement for subjective well-being. *Journal of Happiness Studies*, 19, 1135–1150. <https://doi.org/10.1007/s10902-017-9863-0>
- Sindik, J., & Gjurašić, M. (2017). The motivation for visiting recreational sports event “Wild League” in water polo. *Naše More*, 64(1 Suppl.), 9–15. <https://doi.org/10.17818/NM/2017/1.9>
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th ed.). Boston, MA, USA: Pearson.
- Stebbins, R. A. (1997). Casual leisure: A conceptual statement. *Leisure Studies*, 16(1), 17–25. <https://doi.org/10.1080/026143697375485>
- Stebbins, R. A. (2005). Project-based leisure: Theoretical neglect of a common use of free time. *Leisure Studies*, 24(1), 1–11. <https://doi.org/10.1080/0261436042000180832>
- Stebbins, R. A. (2007). *Serious leisure: A perspective for our time*. New Brunswick, NJ, USA: Transaction Publishers.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. İçinde W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (ss. 33–47). Monterey, CA, USA: Brooks/Cole.
- Tarınç, A. (2021). Rekreasyon motivasyonu. İçinde S. Kül Alan, E. K. Şimşek, Ö. Yayla, & M. C. Birinci (Eds.), *Rekreasyon ve turizm araştırmaları* (ss. 14–20). Konya, Türkiye: Çizgi Kitabevi.
- Torkildsen, G. (1992). *Leisure and recreation management* (3rd ed.). London, England: E & FN Spon.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York, NY, USA: John Wiley & Sons.
- Walker, G. J., Deng, J., & Dieser, R. B. (2001). Ethnicity, acculturation, self-construal, and motivations for outdoor recreation. *Leisure Sciences*, 23(4), 263–283. <https://doi.org/10.1080/01490400152809115>
- Weissinger, E., & Bandalos, D. L. (1995). Development, reliability and validity of a scale to measure intrinsic motivation in leisure. *Journal of Leisure Research*, 27(4), 379–400. <https://doi.org/10.1080/00222216.1995.11949756>