

Boş Zaman Motivasyon Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması: Turistik Tercihler Üzerinden Bir Değerlendirme*

Selim KIROVA, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Ekonomi ve Finans Bölümü,
selim.kirova@cbu.edu.tr, Manisa, Türkiye, ORCID: 0000-0002-9025-6725
Burcu Selin YILMAZ, Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü,
selin.yilmaz@deu.edu.tr, İzmir, Türkiye, ORCID: 0000-0002-6997-6146

Öz

Bu çalışmanın amacı, Beard ve Ragheb'in (1983) geliştirmiş olduğu Boş Zaman Motivasyon Ölçeğinin (BZMÖ) turistik tercihler üzerinden Türkçeye uyarlanmasıdır. Dil geçerliğinin onaylanması sonrası 343 turizm akademisyenine uygulanan ölçeğin KMO değerinin 0,904 ve Barlett küresellik testinin anlamlı olması (χ^2 5.694, $p < 0,001$), araştırmanın faktör analizine uygunluğunu göstermektedir. Açımlayıcı faktör analizi sonuçları, ifadelerin altı faktörde toplandığını, toplam varyansın %63,06'sını açıkladığını ve faktör yüklerinin 0,35 ile 1,00 arasında sıralandığını göstermiştir. Altı boyutlu yapıya uygulanan doğrulayıcı faktör analizinde; normleştirilmiş ki kare değeri 1,67, NFI değeri 0,90, RMSEA değeri 0,057, IFI değeri 0,96 ve RFI değeri 0,88 olarak tespit edilmiş ve bu sonuçlar, açımlayıcı faktör analizi sonucu ortaya çıkan altı boyutlu yapının uyumlu olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: *Boş Zaman Motivasyonu, Türkçe Uyarlama, Açımlayıcı ve Doğrulayıcı Faktör Analizi, Geçerlik ve Güvenirlik, Turizm Motivasyonu*

Turkish Adaptation of the Leisure Motivation Scale: An Evaluation Based on Touristic Preferences

Abstract

Purpose of this study is to provide a Turkish adaptation of the Leisure Motivation Scale (LMS) developed by Beard and Ragheb (1983) based on touristic preferences. Correlations between the two scales have been determined to be 0,91 and higher for each item. A KMO value of 0,904 and a significant result of the Barlett's test of sphericity (χ^2 5.694, $p < 0,001$) achieved upon applying the scale to 343 tourism academicians following the approval of linguistic validity indicate compatibility of the research for factor analysis. Explanatory factor analysis results have demonstrated that the items are grouped under six factors, that they explain 63,06% of the total variance, and that factor loads ranged between 0,35 and 1,00. It has been determined as a result of the confirmatory factor analysis implemented to the six-dimensional structure that; the normalized chi-square value is 1,67, NFI value is 0,90, RMSEA value is 0,057, IFI value is 0,96 and the RFI value is 0,88, asserting that the six-dimensional structure achieved as a result of the explanatory factor analysis is compatible.

Keywords: *Leisure Motivation, Turkish Adaptation, Explanatory and Confirmatory Factor Analyses, Validity and Reliability, Tourism Motivation.*

* Bu çalışma için Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 29.03.2022 tarih ve 14 sayılı "Etik Kurul Onayı" alınmıştır

1. Giriş

İnsanların davranış kalıplarını ve neyi neden yaptıklarını keşfetmeye yönelik merak, boş zaman faaliyetleri tercihi ve buna neden olan itkileri anlamakla yakından ilgili olmuştur (Beard & Ragheb, 1983). Ancak ilk dönem çalışmalarında araştırmacıların yöntem ve bulgularının birbirinden bağımsız ve habersiz oluşturulması boş zaman motivasyonu alanına ilişkin bir çerçeve çizmeyi zorlaştırmıştır. Boş zaman motivasyonu kavramının hangi düzlemde incelenmesi gerektiği ve terminolojisi tartışma konusu olmuş ve konuyu etraflıca ele alan konferanslar düzenlenmiştir. Bunlardan biri olan ve Amerika Birleşik Devletleri'nin Illinois Eyaletinde düzenlenen konferansta (1977), alan araştırmacılarının bir araya gelerek gerçekleştirdiği çalışmalarla bir çerçeve oluşturulmuştur. Buna göre; boş zaman motivasyonunun, "etkinlik veya ortam", "kişiler" ve "nedenler veya ihtiyaçlar" olmak üzere üç farklı perspektif üzerinden incelenmesi gerektiği sonucuna varılmıştır (Crandall, 1980).

Bu çerçeve üzerinden boş zaman motivasyonunu tanımlama ve sınıflandırmaya yönelik pek çok fikir ortaya atılmıştır. Crandall (1980) boş zaman motivasyonunu, "*bireyleri bir boş zaman etkinliğine katılmaya teşvik eden herhangi bir ihtiyaç, sebep veya tatmin*" olarak tanımlarken, Kyle ve Mowen (2004) konuyu sosyopsikolojik temelli bir bakış açısıyla ele almış ve boş zaman faaliyetine katılım için gerekli motivasyonun; ilgili faaliyetle birey arasında bir duygusal ilişkiye dayanması (duygusal), faaliyete ilişkin belirgin inanış, bilgi ve düşüncelerin olması (bilişsel) ve faaliyete ilişkin bağlılık niyeti (çağrışımsal) olmak üzere üç kategoride sınıflanabileceğini belirtmişlerdir. Konuyla ilgili bir sınıflama da Deci ve Ryan'ın (1985) insan motivasyonunun psikolojik temellerini açıklamak için ortaya koydukları "kendi kaderini tayin teorisi" (self determination theory) üzerinden yapılmıştır. Buna göre, boş zaman motivasyonu; içsel motivasyon, dışsal motivasyon ve motivasyonsuzluk (amotivation) olarak sınıflandırılmıştır. Buna göre; birey kendi kaderini tayin süreci boyunca, kişisel zevk dışında hiçbir ödül almamasına karşın bir etkinliğe katılıyorsa içsel motivasyonla hareket etmektedir. Dışsal ödüller ve etkiler katılımı tetikler hale geldiğinde dışsal motivasyon öğeleri belirleyici olmaktadır. Dışsal motivasyon sonrası süreç katılımında isteksizlikle sonuçlanabilmekte ve motivasyonsuzluğa dönüşmektedir. Boş zaman faaliyetlerine katılımında özellikle öne çıkan itkinin ise içsel motivasyon olduğu görüşü savunulmaktadır (Ryan & Deci, 2000). Boş zaman motivasyonu üzerine yukarıda bahsi geçen tanımlamalar ve sınıflandırmalar bazı noktalarda birbirinden ayrılmakla birlikte bu durum kavramın içeriğini ve araştırılmasını destekleyecek bir birikim oluşturmuştur.

Boş zaman motivasyonu ile ilişkili ilk dönem çalışmaları 20. yüzyılın üçüncü çeyreğine rastlamaktadır. Kuramsal olarak kesin bir çerçevenin olmadığı ve farklı sosyo-demografik kitlelerle farklı etkinlik türleri üzerinden gerçekleştirilen bu dönem çalışmalarında bazı benzer sonuçlara erişilmekle birlikte yöntem, örneklem ve etkinlik farklılıkları nedeniyle pek çok farklı boş zaman motivasyonu ögesi belirlenmiştir. Yaratıcı olmak, bir şeyler başarmak, arkadaşlarla etkileşim, iş yaşamının rutininden uzaklaşmak (Donald & Havighurst, 1959), sosyal iletişim, yenilik, beceri gelişimi (Gump & Freisen, 1962), insanlardan kaçış, fiziksel egzersiz ve karşı cinsle ilişki (Olds, 1964) bunlardan bazılarıdır. 70'lerle birlikte alanla ilgili çalışmalar artmıştır. London, Crandall ve Fitzgibbons'un (1977) 30 farklı boş zaman aktivesi üzerinden gerçekleştirdiği çalışmada 15 motivasyon ögesi belirlenmiş ve beğenme, kişilerarası katılım ve geribildirim olmak üzere üç faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Aynı dönem alana önemli katkı sağlayan bir çalışma dizisi gerçekleştiren Tinsley, Barrett ve Kass (1977) ve Tinsley ve Kass (1978 & 1979) 302 maddeden oluşan bir havuz ile 45 farklı boş zaman ihtiyacını ölçmeyi amaçlamış ve araştırmalar sonucunda "arkadaşlık, güç, telafi, sosyal hizmet, güvenlik, egzersiz, kendini gerçekleştirme, entelektüel estetizm, özsaygı ve özdenetim" olmak üzere 10 faktörlü bir yapı elde etmişlerdir. Bu çalışma dizisinin sonucu, boş zaman motivasyonu alanı için öncül bir birikim oluşturmuştur (Beard & Ragheb, 1983). Alana ait çalışmalar üzerine katarak devam etmiş ve 1977 yılında Illinois Eyaletinde düzenlenen konferansta alanda daha önce çalışmaları bulunan Havighurst, Kelly, Peterson, Tinsley ve Crandall'ın önderliğinde bir çalışma grubuyla başlatılan araştırma, Crandall (1980) tarafından yayınlanmıştır. Bu çalışmada, ilerleyen dönemlerde test edilerek farklı şekillerde uyarlanabilecek 17 faktör ve 33 ifadeden oluşan bir

ölçek geliştirilmiştir. “Rutin ve sorumluluklardan kaçış, fiziksel egzersiz, yaratıcılık, sosyal etkileşim, statü, kendini gerçekleştirme ve entelektüel estetizm” çalışma sonucu elde edilen faktörlerden bazılarıdır.

Boş zaman motivasyonu alanında yukarıda bahsi geçen birikim, sonraki dönemlerde gerçekleştirilen çalışmalarda bir rehber niteliğinde olmuştur. Örneğin Iso-Ahola ve Allen (1982); London, Crandall ve Fitzgibbons (1977), Tinsley, Barrett ve Kass (1977) ve Crandall’ın (1979) çalışmalarından yararlanarak, üniversite öğrencileri üzerine yaptıkları çalışmada 40 ifade ve “kişisel yeterlik, kişilerarası yeterlik, günlük rutinden kaçış, pozitif kişilerarası katılım, kişilerarası oyalama ve kontrol, oyalayıcı rahatlama ve karşı cinsle ilişki” olmak üzere yedi faktörden oluşan bir boş zaman motivasyon ölçeği geliştirmişlerdir. Aynı dönem çalışmaları içinde yer alan ve bu çalışmaya konu olan BZMÖ de bahsi geçen literatürden yararlanılarak oluşturulmuştur (Beard & Ragheb, 1983). 48 ifadeli ve dört faktörden meydana gelen ölçek daha sonra ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Bu noktada, Beard ve Ragheb’in (1983) geliştirdiği ölçeğin genel kabul gördüğü ve pek çok boş zaman motivasyonu çalışmasında bire bir ve bazı uyarlamalarla kullanıldığını belirtmek gerekmektedir. BZMÖ’nün beş yıllık geçerlik ve güvenilirliği (Loundsbury & Hopes,1988), boş zaman davranışının test edildiği bir model (Hsieh, 1998), Japon yöneticiler üzerine uyarlanmış bir versiyon (Murray & Nakajima, 1999), omurilik yaralanması yaşayan bireylerin boş zaman motivasyonu üzerine bir uyarlama (Wickham vd., 2000), genç suçlular ve lise öğrencileri arasında boş zaman motivasyonu ve psikososyal uyum (Starzyk, Reddon & Friel, 2000), üniversitede düzenlenen rekreasyonel spor faaliyetlerine düzenli olarak katılan öğrenciler ile katılmayan öğrenciler arasındaki motivasyon farklılıkları (Beggs, Stitt & Elkins, 2004), iyileşme ile boş zaman motivasyonu ilişkisi (Lloyd vd., 2007), yaşlı bireylerin boş zaman motivasyonu (Beggs vd., 2014), çok kültürlülük bağlamında boş zaman motivasyonu ve tatmin boyutlarının incelenmesi (Macau örneği) (Choi, 2015) ve turizm öğrencilerinin boş zaman motivasyonu (Yıldız & Dinçer, 2017) Beard ve Ragheb’in (1983) ölçeğinin kullanıldığı çalışmalardan bazılarıdır.

Boş zaman motivasyonu çalışmalarının turizm alanındaki yansımaları incelendiğinde turistlerin neden seyahat ettiğini anlama ihtiyacı öne çıkmaktadır. Turist motivasyonunu anlamaya yönelik çabalarda dikkat çeken hususlardan biri, tıpkı boş zaman motivasyonu literatüründe olduğu gibi ortak kabul gören bir yapıyı oluşturmakta çekilen zorluklar olmuştur (Huang, 2010). Konuyla ilgili ilk çalışmalar turist tipolojisi geliştirme ve turistlerin temel motivasyonlarını belirleme üzerine olmuştur. Bunlardan biri, Barbados Adasını ziyaret eden turistler üzerine yapılan ve anomi ve ego güçlendirme olmak üzere iki temel turist motivasyonunu ortaya koyan çalışmadır (Dann, 1977). Anomi, basitçe her şeyden uzaklaşma arzusu, ego güçlendirme ise seyahatin sağladığı statü yoluyla elde edilen tanınma ihtiyacı olarak açıklanmaktadır. Bir başka çalışmada Cohen (1972), turistlerin belirli seyahat davranışları açısından tipolojilere ayrılması gerektiğini savunmuş ve kâşif (araştırmacı), serseri (başiboş), bireysel kitle ve organize kitle turisti olmak üzere dördü bir turist tipolojisi belirlemiştir. Cohen’in bu sınıflaması üzerine birçok turistik motivasyon çalışması yapılmıştır. Bir diğer çalışmada Crampton (1979), 39 kişiyle gerçekleştirdiği derinlemesine mülakatlar sonucu “sıradan ortamdan kaçış, rahatlama, prestij (statü), sosyal etkileşim, kendini keşfetme, gerileme (çekilme), akrabalık bağlarını geliştirme, yenilik ve eğitim olmak üzere dokuz turist motivasyonu belirlemiştir. Iso-ahola ise (1982) turistik hareket için; “bulunduğu çevreyi geride bırakmak ve içsel bir ödül aramak” olmak üzere iki temel motivasyondan bahsetmiş ve bunları “itme ve çekme faktörleri” olarak göstermiştir.

Turist motivasyonu üzerine yukarıda bahsi geçen temel çalışmalar incelendiğinde, ortaya çıkan motivasyon faktörlerinin, boş zaman motivasyon faktörleriyle benzer bir yapıda olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu noktada, bu çalışmaya konu olan Beard ve Ragheb’in (1983) BZMÖ kullanılarak gerçekleştirilen turizm çalışmalarından bazılarına değinmek yerinde olacaktır. Bunlardan ilki, Loundsbury ve Franz’ın (1990) 186 katılımcıyla gerçekleştirdikleri çalışmadır. Yazarlar, BZMÖ’yü (Beard & Ragheb, 1983) tatil öncesi beklentiler ve tatil sonrası memnuniyeti ölçmek için uyarlamışlardır. Orijinal ölçekte tüm faktörlerin ifade sayısı 12 iken bu çalışmada orijinal ölçekten farklı olarak entelektüel faktörünün ifade sayısı 15, sosyal faktörün ifade sayısı 11, beceri-üstünlük faktörünün ifade sayısı dokuz ve uyarandan kaçınma faktörünün ifade sayısı dokuz olarak bulunmuştur. Ayrıca ölçeğe iş avantajları ve

heyecan arayışı olarak adlandırılan iki faktör daha eklenmiştir. Bir diğer çalışmada Ryan ve Glendon (1998), BZMÖ'yü 1127 Britanyalı tatilciye uygulamaları aynı zamanda araştırmalarını tatil davranışıyla ilişkili açık uçlu sorularla dizayn etmişlerdir. Faktör analizi sonucu orijinal ölçekten 14 ifadeyi kullanan araştırmacılar orijinal ölçekteki gibi dört faktörlü bir yapı elde etmiş ve bu yapıdan da yararlanarak uyguladıkları kümeleme analizi ile 11 tatilci tipi ortaya koymuşlardır. Bu çalışmanın, boş zaman motivasyonunun turist tipolojileriyle ilişkilendirilmesinde son derece önemli bir yeri olduğu düşünülmektedir. Kleiven (2005), Norveç'te gerçekleştirdiği çalışmada BZMÖ'nün bir uyarlamasını yapmış ve dokuz faktörlü bir yapı elde etmiştir. Norveç kültürüne uygun bir uyarlama iddiasında bulunan yazar, orijinal ölçekteki dört faktörün isimlerinde değişikliğe gitmiş ve yeterlik-ustalık faktörü dışındaki faktörleri arkadaşlık, kültür ve huzur olarak farklı bir adlandırmayla göstermiştir. Ayrıca ölçeğe, güneş ve sıcaklık, aile, doğa, fitness ve hoşgörü olarak adlandırdığı beş faktör daha eklemiştir. Beard ve Ragheb'in (1983) geliştirdiği ölçeğin turizm alanındaki bir diğer uygulaması Mohsin ve Ryan (2007) tarafından gerçekleştirilmiştir. Yazarlar, BZMÖ'yü kullanarak Hint öğrencilerin Yeni Zelanda'da tatil yapmaya yönelik tutumlarını araştırmak istemiş, orijinal ölçekteki dört faktörü rahatlatma, meydan okuma, keşfetme ve sosyal güdü olarak adlandırmış ve 17 ifadeli bir yapı elde etmişlerdir. Turizm alanındaki bir diğer uyarlama, Faulks, Ritchie ve Dodd'un (2008) bisiklet turizmi etkinliğine katılanların yenilenme motivasyonlarını ölçmeyi amaçlayan çalışması olmuştur. Faktör analizi sonuçları, 32 ifade ve beş faktörlü bir yapı ortaya çıkarmıştır. Orijinal ölçekten farklı olarak sosyal güdü; arkadaşlık ve başkalarının saygısı olarak ikiye ayrılmıştır. Alandaki bir başka çalışma, Antalya'ya gelen 412 turist üzerinde uygulanmış ve katılımcıların kişilerarası ilişki tarzının boş zaman motivasyonu ve tatmin algıları üzerindeki etkisini ölçmeye çalışmıştır. Çalışmada, BZMÖ dört faktör ve 18 ifadeden oluşmuştur (Yurcu, 2017). Antalya'da gerçekleştirilen bir diğer çalışmada, Köprülü Kanyon'da rafting yapan Alman turistlerin boş zaman motivasyonu ölçülmek istenmiş ve boş zaman faaliyetine katılım açısından bir tatil turisti tipolojisinin ortaya konulması amaçlanmıştır (Albayrak & Caber, 2018). BZMÖ sonuçları, orijinal ölçekle uyumlu olarak dört faktörden oluşmuş ifade sayısı ise 29 olmuştur. Ayrıca, araştırmacıların yapmış olduğu kümeleme analizi sonucu aktif, isteksiz, ılımlı ve mücadele arayan tatilci olmak üzere dört grup ortaya çıkmıştır.

Beard ve Ragheb'in (1983) geliştirdiği BZMÖ'nün, yalnızca boş zaman literatüründe değil turizm çalışmalarında da sıkça uygulandığı ve çeşitli uyarlamalarla farklı kullanımının gerçekleştirildiği görülmektedir. Güncel ve son derece kullanışlı bir araç olarak kabul edilen ölçeğin, geçerlik güvenilirlik prensiplerine uygun bir Türkçe uyarlamasının yapılmadığı belirtilmelidir. Ulusal literatür incelendiğinde, Pelletier, Vallerand, Blais ve Briere'nin (1991) geliştirdiği Serbest Zaman Motivasyon Ölçeği (Leisure Motivation Scale LMS-28) ile Wisseinger ve Bandalos'un (1995) geliştirdiği İçsel Boş Zaman Motivasyon Ölçeği dışında alanla ilgili kullanılan, geçerlik ve güvenilirliği kanıtlanmış bir ölçek bulunmadığı görülmektedir. Bu açıdan yaklaşıldığında, uluslararası literatürde genel kabul görmüş bir ölçek olan BZMÖ'nün Türkçe ve Türk kültüründe kullanılabilecek şekilde literatüre kazandırılması son derece önemlidir. Ölçeğin Türk kültüründe geçerlik ve güvenilirliğini kanıtlamak çalışmanın ilk amacıdır. Çalışmanın bir diğer amacı, turistik faaliyetlere katılım motivasyonu için de BZMÖ'nün kullanılıp kullanılmayacağını sınamaktır.

2. Yöntem

Yöntem bölümü Boş Zaman Motivasyon Ölçeği, çalışma grubu ve işlem başlıklarından oluşmaktadır.

2.1. Boş Zaman Motivasyon Ölçeği (BZMÖ)

Beard ve Ragheb'in (1983) geliştirmiş olduğu BZMÖ'nün çıkış noktası, bazı temel psikolojik motivasyon teorilerine dayanmaktadır. Uyarıcı arama ve uyarıcıdan kaçınma teorileri için Ellis (1973), rahatlatma-gevşeme motivasyonu için Patrick (1916) ve yeterlik-ustalık motivasyonu için White'in (1959) çalışmaları ölçeğin oluşturulmasında izlenecek yol için temel teşkil etmiştir. Beard ve Ragheb (1983), boş zaman motivasyonu alanında daha önce gerçekleştirilen ölçek geliştirme çalışmalarından edinilen tecrübeyi

kullanarak boş zaman motivasyonunu majör faktörlerle ölçme kabiliyeti olan bir araç geliştirmeyi amaçlamıştır. Bir başka deyişle, ölçme aracını en genel ihtiyaçlarla ve az sayıda faktörle oluşturmak istemişlerdir. Uyarıcı arama, uyarıcıdan kaçınma, rahatlatma ve gevşeme gibi ihtiyaçların boş zaman motivasyonu alanında net bir yeri olduğunu ancak yeterlik-ustalık ihtiyacının alanda çok daha az kullanıldığını belirten Beard ve Ragheb, yeterlik-ustalık değişkeninin çalışmaya dahil edilmesini; seyahat, spor ve kart oyunları gibi etkinliklerin, bireyler için çevreleri üzerinde kontrol sağlamaya yarayan birer bilgi ve beceri olarak görüldüğünü ve boş zaman etkinliklerinin de çevreleri giderek daha fazla kontrol altına alınan bireyler için bir kendini genişletme süreci sağladığını belirterek açıklamaktadırlar.

Beard ve Ragheb (1983), BZMÖ'nün madde ve faktör yapısına ilişkin ilk işlemlere, bir düzineden fazla kategori ve 150'den fazla madde havuzu oluşturarak başlamıştır. İlgili madde ve kategorileri, Tinsley, Barrett ve Kass (1977), Tinsley ve Kass (1978 ve 1979), London, Crandall ve Fitzgibbons (1977), Crandall (1980) ve Beard ve Ragheb'in (1980) çalışmalarından yararlanarak oluşturmuşlardır. 150 maddelik havuz, yazarların görev yaptığı okullardaki 28 araştırmacı ve öğrenci ile gerçekleştirilen çalışmalar sonucu bir eleme işlemine tabi tutulmuş ve madde sayısı 106'ya indirilmiştir. 106 madde, doğru-doğru değil yapısı kullanılarak 5'li Likert tipi ölçek şeklinde uyarlanmıştır. Maddeler; "boş zaman aktivitelerine katılma nedenlerimden biri..." şeklinde bir giriş cümlesi ile verilmiş ve devamında örnek olarak "rahatlatmaktır" ifadesiyle tamamlanmıştır. Bu yapı, ilk olarak 65 öğrenciye uygulanmış ve sonuçlar değerlendirilerek madde sayısı 103'e indirilmiştir. 103 maddeli yeni ölçek 174 öğrenciye uygulanmış ve analizleri gerçekleştirilmiştir.

Analizler sonucunda, ilk etapta altı boyutlu bir yapı elde edilmiştir. Bunlardan ilki; öğrenme, yaratıcılık ve estetik ihtiyaçlarla ilişkilendirilen "entelektüel" boyutu olmuştur. İkinci boyut; rahatlatma ve stresli durumlardan kaçınma ihtiyacını içeren "uyarıcı-kaçınma" olmuştur. Üçüncü ve dördüncü boyutlar; "arkadaşlık" ve "başkalarının saygısı" olarak ortaya çıkmakla birlikte Beard ve Ragheb (1983), bu iki boyutu birleştirerek "sosyal güdü" şeklinde adlandırdıkları tek bir boyut haline getirmişlerdir. Beşinci ve altıncı boyutlar ise; "sağlık" ve "fitness" olarak ortaya çıkarken tıpkı üçüncü ve dördüncü boyutlarda olduğu gibi bir birleştirmeye gidilmiş ve "yeterlik-ustalık" boyutu elde edilmiştir. Dolayısıyla ölçek, "entelektüel", "uyarıcı-kaçınma", "sosyal" ve "yeterlik-ustalık" olmak üzere dört faktörlü bir yapıya kavuşmuştur.

Bu yapı, 48 ifadeden oluşurken her bir faktörde 12 ifade yer almıştır. Beard ve Ragheb (1983), ölçeğin son halini 1205 katılımcıya uygulamış, dört faktörün ideal bir biçimde ayrıldığı görülmüştür. Faktörlerin (her bir alt boyut) güvenilirlik değerleri 0,90 ve 0,92 arasında değişen değerlerle kabul edilebilir aralıkta bulunmuştur. Boyutlar arası korelasyonların da kabul edilen değerler içinde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Beard ve Ragheb (1983), 32 maddeye indirilerek oluşturdukları BZMÖ Kısa Formunun da geçerlik ve güvenilirlik şartlarını sağladığını belirtmişlerdir.

2.2. Çalışma Grubu

BZMÖ'nün dilsel eşdeğerliğini sınamak için, kartopu örnekleme yöntemiyle ulaşılan Mütercim Tercümanlık Bölümü mezunu 182 katılımcıya 15 gün ara ile ölçeğin orijinali ve Türkçe çevirisi uygulanmıştır. Çalışmaya dahil edilen ikinci katılımcı grubu ise, Türkiye'deki turizm ve rekreasyon alanı öğretim elemanları olmuştur. AFA verilerinin elde edildiği ana kitlenin alanda uzman akademisyenlerden oluşması, örneklemin ve dolayısıyla testlerin güvenilirliği için önemli bir faktör olarak görülmektedir. Toplam 124 üniversiteden 2671 akademisyene online olarak hazırlanan anket e-posta yolu ile gönderilmiş ve toplam 343 katılımcıdan geri dönüş sağlanmıştır. Beş anket güvenilir bir şekilde doldurulmadığı gerekçesiyle elenmiş ve 338 geçerli anket elde edilmiştir. Çalışmada gerçekleştirilen DFA için farklı bir veri seti elde etmek amacıyla çalışmaya dahil edilen bir diğer grup, Manisa Celal Bayar Üniversitesi İşletme Fakültesi Ekonomi ve Finans Bölümü öğrencileri olmuştur. 210 kişiden oluşan bu katılımcı grubuyla sınıf ortamında bir araya gelinmiş ve çalışmanın önemi ve amacı anlatılarak anketler uygulanmıştır. Çalışmaya dahil edilen son grup ise, test tekrar test uygulaması için seçilen Manisa Celal Bayar Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü öğrencileridir. Ölçek, 202 öğrenciye bir buçuk ay ara

ile uygulanmış ve sonuçları bulgularda paylaşılmıştır. Makalede, veri toplama aşaması için gerekli etik kurulu belgesi Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu tarafından 29.03.2021/14 tarih ve sayıyla düzenlenmiş ve çalışmada kullanılan ölçek için etik kurul onayı alınmıştır.

2.3. İşlem

Çalışmada gerçekleştirilen ilk işlem, dört boyut ve 48 maddeden oluşan BZMÖ'nün Türkçeye çevrilmesi olmuştur. Türkçeye çevirme işleminde, Uluslararası Test Komisyonunun (International Test Commission (ITC)) test uyarlama rehberinde belirttiği kültürel farklar dikkate alınmış, Türk dili ve anlayışına uygun karşılıklar gözetilmiştir (Iliescu, 2017). Ölçeğin İngilizce dilindeki orijinal formu, bu çalışmanın yazarları ve alanda uzman dört akademisyenin incelemeleriyle Türkçeye çevrilmiş, Türkçe çeviri tekrar İngilizceye çevrilerek karşılaştırma ve düzeltmeler yapılmıştır. Ölçeğin turistik tercihlere yönelik motivasyon düşünülerek cevaplanabilmesi için katılımcılara katıldıkları turizm faaliyetlerini ve bu faaliyetlerdeki boş zaman etkinliklerini dikkate almaları belirtilmiştir. Ölçek ifadeleri; "turizm faaliyetlerine katılma nedenlerimden biri..." şeklinde giriş cümlesiyle başlatılmıştır. Orijinal formda bu ifade "boş zaman faaliyetlerine katılma nedenlerimden biri..." şeklindedir. Son haline getirilen ölçek dört farklı akademisyen tarafından tekrar gözden geçirilmiş ve son düzenlemelerin ardından, 182 mütercim tercümanlık bölümü mezunu katılımcıya, 16 Temmuz 2021 tarihinde orijinal ölçek, 30 Temmuz 2021 tarihinde ise Türkçe çevirisi yapılmış ölçek uygulanmıştır. İki form arasındaki korelasyon puanları, ölçeğin dilsel eşdeğerliği sağlayıp sağlamadığının tespiti, dolayısıyla da iki form arasındaki tutarlılığı ölçmek için kullanılmıştır.

Ölçeğin yapı geçerliğini test etmeden önce madde ayırt ediciliğini tespit etmek amacıyla madde test korelasyonu yapılmış, sonrasında açımlayıcı faktör analizi ile doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Ölçek, çok sayıda değişken kullanarak sınırlı sayıda boyut elde etmek için açımlayıcı faktör analizine tabi tutulmuş, oluşan yapı alanda daha önce gerçekleştirilen uyarlama ve geçerlik güvenirlik çalışmalarından farklı bir boyut yapısıyla ortaya çıktığı için de farklı bir veri seti kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır (Hair vd., 2010). Ölçeğin güvenirliğini test edebilmek için iç tutarlık katsayılarına bakılmış, testi yarılama tekniği ve test-tekrar test uygulamasıyla işlemler sonlandırılmıştır.

3. Bulgular

Bulgular bölümü dilsel eşdeğerlik, madde analizi, yapı geçerliliği ve güvenirlik başlıklarından oluşmaktadır.

3.1. Dilsel Eşdeğerlik

Ölçekle ilgili yapılan ilk işlem olan dilsel eşdeğerlik analizi, orijinali ile Türkçeye çevrilmiş ölçek arasındaki maddelerin korelasyonuna bakılarak gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerde yer alan 48 maddenin puanları arasındaki korelasyonlar 0,91 ile 0,98 arasında değişmektedir. Bu sonuçlar ölçeğin dilsel eşdeğerliğe sahip olduğunu göstermektedir. Maddelerin eşdeğerlik puanları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Boş Zaman Motivasyon Ölçeğinin Dilsel Eşdeğerlik Bulguları

Boyut	Madde	r	Boyut	Madde	r	Boyut	Madde	r	Boyut	Madde	r
	No			No			No			No	
Entelektüel	1	0,96	Sosyal	13	0,95	Beceri-Üstünlük	25	0,94	Uyaran-Kaçınma	37	0,93
	2	0,94		14	0,93		26	0,92		38	0,96
	3	0,92		15	0,96		27	0,92		39	0,97
	4	0,96		16	0,95		28	0,91		40	0,91
	5	0,92		17	0,91		29	0,91		41	0,97
	6	0,96		18	0,98		30	0,92		42	0,95
	7	0,93		19	0,91		31	0,96		43	0,96
	8	0,97		20	0,91		32	0,98		44	0,98
	9	0,96		21	0,97		33	0,95		45	0,91
	10	0,95		22	0,92		34	0,94		46	0,92
	11	0,94		23	0,93		35	0,95		47	0,94
	12	0,92		24	0,95		36	0,94		48	0,92

3.2. Madde Analizi

BZMÖ'nün 48 maddelik orijinal formunun madde test korelasyon analizleri gerçekleştirilmiş ve düzeltilmiş toplam madde test korelasyonu puanları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Boş Zaman Motivasyon Ölçeğinin Düzeltilmiş Toplam Madde Test Korelasyonu

Boyut	Madde	r	Boyut	Madde	r	Boyut	Madde	r	Boyut	Madde	r
	No			No			No			No	
Entelektüel	1	0,47	Sosyal	13	0,45	Beceri-Üstünlük	25	0,57	Uyaran-Kaçınma	37	0,31
	2	0,37		14	0,56		26	0,71		38	0,34
	3	0,41		15	0,57		27	0,70		39	0,39
	4	0,55		16	0,41		28	0,57		40	0,32
	5	0,42		17	0,59		29	0,48		41	0,44
	6	0,58		18	0,31		30	0,39		42	0,31
	7	0,48		19	0,45		31	0,63		43	0,37
	8	0,50		20	0,60		32	0,38		44	0,32
	9	0,65		21	0,50		33	0,68		45	0,35
	10	0,65		22	0,28		34	0,58		46	0,23
	11	0,32		23	0,42		35	0,68		47	0,17
	12	0,63		24	0,43		36	0,53		48	0,18

Tablo 2 incelendiğinde, düzeltilmiş toplam madde test korelasyonu puanlarının 0,17 ile 0,71 arasında sıralandığı görülmektedir. Ölçek maddeleri için 0,30 ve üstü değerlerin genel ölçek değerleriyle yeterli korelasyonu sağladığı belirtilmektedir (Nurosis, 1994). Bu bağlamda, ölçekte yer alan dört maddenin bu değerler altında kaldığı görülmektedir. Bu nedenle yapı geçerliği uygulaması öncesi bu dört maddenin çalışmadan çıkarılmasına karar verilmiştir.

3.3. Yapı Geçerliği

BZMÖ'nün yapı geçerliğini sınamak amacıyla veriler açımlayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Açımlayıcı faktör analizi öncesi maddeler arası korelasyon matrisi incelenmiş, yeterli ve anlamlı korelasyon sağlandığı görülmüştür. Verilerin faktör analizine uygun olup olmadığının tespiti için örneklem uygunluk testi (Kaiser-Meyer-Olkin KMO) ve küresellik testi (Barlett's Sphericity) yapılmıştır. Hair, Black, Barry ve Rolf (2010) KMO değerinin 0,60 ve üzerinde olmasının örneklem uygunluğu için yeterli olduğunu belirtmektedir. Ölçeğin KMO test sonucu 0,937 iken Barlett küresellik (sphericity) testi anlamlı çıkmıştır (χ^2 9.118, $p < 0,001$).

BZMÖ'nün 48 maddeden oluşan orijinal formu dört boyuta sahiptir. Ölçeğin 32 maddelik kısa formunu da sınavan Beard ve Ragheb (1983), 32 maddeden ve yine dört boyuttan oluşan güvenilir ve geçerli bir ölçek daha önermiştir. İlk etapta 48 maddelik orijinal form korelasyonu sağlamayan dört madde

çıkartılmadan ele alınmış, ölçeğin boyutları birbiriyle ilişkili olduğu için eğik döndürmeye (Promax) (Vogt, 1993) tabi tutulmuştur. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda 48 madde ve dört boyutlu orijinal formun, toplam varyansın %62'sini açıklayan sekiz boyuta ayrıldığı, bazı maddelerin 0,30 altı faktör yüküne sahip olduğu ve bazı maddelerin diğer boyutlara da yük verdiği görülmüştür. 44 maddeden oluşan ölçek için de benzer sonuçlar elde edilmiştir. Daha sonra 32 maddelik kısa form üzerinde eğik döndürmeye tabi tutarak tekrar bir faktör analizi yapılmıştır. 32 maddelik formdan elde edilen sonuçlar incelendiğinde; KMO değerinin 0,904, Barlett's Sphericity testinin anlamlı (χ^2 5.694, $p < 0,001$) olduğu, maddelerin toplam varyansın %63,06'sını açıklayan altı boyut altında toplandığı, faktör yüklerinin 0,35 ve üzeri olduğu ve diğer boyutlara 0,30 ve üstü yük veren herhangi bir madde bulunmadığı gözlenmiştir. Tablo 3, turistik tercihler üzerinden değerlendirilen BZMÖ kısa formunun faktör yüklerini ve açıkladıkları varyans oranlarını göstermektedir.

Tablo 3. Boş Zaman Motivasyon Ölçeği Faktör Analizi

Madde No	Entelektüel	Yeterlik ustalık	Sosyal (arkadaşlık)	Sosyal (başkalarının saygısı)	Uyaran (çekme)	Uyaran (itme)
9	0,85					
8	0,83					
6	0,82					
5	0,80					
4	0,67					
10	0,60					
12	0,56					
7	0,50					
36		1,00				
34		0,98				
33		0,70				
35		0,68				
27		0,50				
28		0,43				
26		0,35				
13			0,89			
14			0,88			
15			0,88			
17			0,84			
19				0,94		
21				0,87		
24				0,84		
20				0,69		
41					0,76	
45					0,73	
42					0,69	
44					0,64	
43					0,54	
40						0,78
37						0,76
38						0,75
39						0,73
%63,06	%29,47	%12,33	%6,72	%5,42	%4,82	%4,30

Turistik tercihler üzerinden değerlendirilen BZMÖ kısa formunun açımlayıcı faktör analizi sonucunda altı boyuta ayrıldığı görülmüştür. Bunlardan ilki entelektüel boyuttur. Entelektüel boyutu; "bireylerin öğrenme, keşfetme, yaratıcılık ve hayal etme gibi zihinsel faaliyetleri içeren boş zaman etkinliklerine katılmaya ne

ölçüde motive olduklarını" değerlendirmektedir (Beard & Ragheb, 1983). Boyutun içeriğinde; "yeni fikirler keşfetmektir" ve "bilgi birikimimi artırmaktır" gibi öğrenme ve keşfetmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Toplam varyansın %29,47'sini açıklayan boyutun madde yükleri 0,50 ile 0,85 arasında sıralanmaktadır. Ölçeğin ikinci boyutu yeterlik-ustalık olarak adlandırılmıştır. Yeterlik-ustalık boyutu; "bireylerin başarmak, ustalaşmak, meydan okumak, beceriler geliştirmek ve rekabet etmek için boş zaman etkinliklerine ne ölçüde katıldığını değerlendirir" (Beard & Ragheb, 1983). Aktiviteler genellikle fiziksel niteliktedir. Boyut altında yer alan maddeler; "fiziksel beceri ve kabiliyetler geliştirmektir" ve "neler becerebildiğimi görmektir" gibi ifadeleri içermektedir. Yeterlik-ustalık boyutu, toplam varyansın %12,47'sini açıklarken madde faktör yükleri 0,35 ile 1,00 değerleri arasında sıralanmaktadır. Her iki boyut da orijinal formdaki şekil ve isimle kullanılmıştır.

Açımlayıcı faktör analizi sonucu ortaya çıkan üçüncü ve dördüncü boyutlar "sosyal-arkadaşlık" ve "sosyal-başkalarının saygısı" olarak adlandırılmıştır. Orijinal çalışmanın ilk uygulamasında da yazarlar benzer sonuca ulaşmakla birlikte bu iki boyutu sosyal güdü olarak tek boyut altında değerlendirmiştir. Bu çalışmada gerek uzun versiyon gerekse kısa versiyonda sosyal boyutun net bir şekilde ikiye ayrıldığı görülmüştür. Buna göre sosyal-arkadaşlık; "bireylerin sosyal ilişkiler için boş zaman etkinliklerine ne ölçüde katıldığını değerlendirirken arkadaşlık ve kişilerarası ilişkilere duyulan ihtiyaca odaklanmaktadır." Boyut altında yer alan ifadelerde; "diğer insanlarla arkadaş olmaktır" ve "yeni ve farklı insanlarla tanışmaktır" gibi arkadaş edinmeye yönelik güdüler araştırılmaktadır. Boyut, toplam varyansın %6,72'sini açıklarken madde yükleri 0,84 ile 0,89 arasında sıralanmıştır. Sosyal-başkalarının saygısı boyutu ise; "bireylerin boş zaman etkinliklerine katılımda diğer insanların saygısını ve beğenisini kazanmaya yönelik güdülerle hareket ettiğini" varsaymaktadır (Beard & Ragheb, 1983). Bu boyut altında; "çevremden takdir göreceğimi düşünmemdir" ve "diğer insanları etkilemektir" gibi ifadeler bulunmaktadır. Toplam varyansın %5,42'sini açıklayan boyutun madde yükleri ise 0,69 ile 0,94 arasındadır.

Orijinal formdan farklı olarak yine ikiye ayrılan bir diğer boyut uyarın-kaçınma olmuştur. Orijinal formda stresli durumlardan uzaklaşma ve sakinlik ve dinginlik arayışına yönelik ifadeler tek bir boyutta toplanırken bu çalışmada her iki versiyonda da iki farklı boyut olarak izlenmiştir ve uyarın-çekme ile uyarın-itme olarak adlandırılmıştır. Uyarın-çekme; "dinlenmeye ve sakinlik arayışına odaklanan etkinlik tercihlerini" içermektedir. Boyut altında; "zamanımı yavaş ve sakin geçirmektir" ve "bazen yalnız kalmayı sevmemdir" şeklinde ifadeler bulunmaktadır. Toplam varyansın %4,82'sini açıklayan boyutun faktör yükleri ise 0,54 ile 0,76 arasındadır. Uyarın-itme; "bireylerin boş zaman motivasyonlarının, rutin hayatlarında ve yaşadıkları ortamda oluşan stresli durumlar ve konulardan uzaklaşma üzerine şekillendiğini" varsaymaktadır. Boyut altında; "günlük yaşamımdaki koşuşturma ve hengâmeden uzaklaşmaktır" ve "stres ve gerginliğimi atmaktır" gibi ifadeler bulunmaktadır. Uyarın-itme boyutu toplam varyansın 4,30'unu açıklarken madde yükleri ise 0,73 ile 0,78 arasında sıralanmıştır.

Turistik tercihler üzerinden uygulanan BZMÖ kısa formunun boyutları arasındaki korelasyon değerleri Tablo 4'de gösterilmiştir.

Tablo 4. BZMÖ'nün Faktörler Arası Korelasyon Değerleri

Faktör	1	2	3	4	5	6
Entelektüel	-					
Yeterlik-ustalık	0,56*	-				
Sosyal (Arkadaşlık)	0,45*	0,47*	-			
Sosyal (başk.saygısı)	0,45*	0,52*	0,48*	-		
Uyarın-Çekme	-0,27*	-0,29*	-0,28*	-0,26*	-	
Uyarın-İtme	0,25*	0,27*	0,24*	0,26*	0,34*	-

*P < .05

Faktörler arası korelasyon değerlerinin belli bir noktaya kadar birbiriyle ilişkili olması beklenirken, birbirlerine yüksek değerlerde yük vermesi ise istenmeyen bir durumdur. Yakınsak ve ıraksak geçerliliği ölçmek için kullanılan faktörler arası korelasyon analizinde beklenen değerler için 0,30-0,60 aralığının

ideal olduğu belirtilmektedir. Ancak, literatür incelendiğinde, bir ölçme aracının veya araştırma yapısının kendine has özellikleri olabileceği ve madde ya da boyutların yükleri konusunda çok kati kuralların getirilmesinin doğru olmadığına dair görüşler mevcuttur. Örneğin; Strainer, Norman ve Cairney (2015), 0,20-0,70 arasında değerlerin kabul edilebilir olduğunu, Kline (2015) ise, alt değer 0,20 olduğunu belirtmektedir. Tablo 4 incelendiğinde, uyaran-çekme ve uyaran-itme faktörlerinin birbirleri dışında diğer boyutlarla yakınsak geçerliği sağlama konusunda sınırda olduğu görülmektedir.

Bu çalışmanın açımlayıcı faktör analizi sonuçları, Türk kültürü ve dilinde ölçeğin orijinal formdan farklı bir boyut yapısıyla oluştuğunu göstermiştir. Bu boyut yapısı, yeni bir veri setiyle doğrulayıcı faktör analizine tabi tutularak sınanmak istenmiştir. Yapılan analizlerin sonuçları Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5. Boş Zaman Motivasyon Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.

Faktör	Madde No.	Standardize edilmiş yükler	t-değeri	Standart sapma
Entelektüel	5	0,73	10,408	0,084
	6	0,80	11,514	0,100
	4	0,65	13,034	0,063
	8	0,76	10,925	0,103
	10	0,84	12,115	0,111
	7	0,72	10,132	0,091
	9	0,83	11,879	0,117
	12	0,73	10,379	0,116
Yeterlik-Ustalık	33	0,94	24,218	0,036
	28	0,92	24,786	0,039
	34	0,92	24,764	0,038
	35	0,85	19,374	0,048
	27	0,71	13,288	0,056
	26	0,72	13,522	0,055
	36	0,81	17,155	0,049
Sosyal (Arkadaşlık)	15	0,95	25,612	0,030
	14	0,94	27,948	0,037
	17	0,85	20,094	0,047
	13	0,82	18,020	0,045
Sosyal (Başkalarının Saygısı)	20	0,95	26,986	0,040
	21	0,94	26,802	0,037
	24	0,88	20,886	0,046
	19	0,91	24,565	0,039
Uyaran Çekme	44	0,84	14,319	0,080
	43	0,89	15,559	0,066
	42	0,82	14,024	0,078
	41	0,70	11,332	0,086
	45	0,77	11,234	0,082
Uyaran-İtme	38	0,80	13,982	0,074
	39	0,85	16,065	0,062
	40	0,82	11,947	0,092
	37	0,73	10,795	0,100

p<0,001

Tablo 5 incelendiğinde, standardize edilmiş yüklerle dair tüm değerlerin, önerilen 0,50 değerinin üzerinde olduğu görülmektedir. T değerleri ise, 0,001 hata payı ile 1,96 değerinin üstünde bulunmuştur. AFA ile ortaya çıkan boyut yapısı DFA ile doğrulanmak istenmiş ve kıkare ile uyum indeksi değerlerine bakılmıştır. Normalleştirilmiş kıkare değeri 1,67 ($X^2=690,655/df=412$) bulunmuştur. Uyum indeksine dair değerler; NFI=0,90, CFI=0,95 RMSEA=0,057, IFI=0,96, RFI=0,88 şeklinde sıralanmaktadır. Analiz sonuçları,

açımlayıcı faktör analizi sonuçlarında ortaya çıkan altı boyutlu yapının uyumlu olduğunu göstermektedir (Bentler & Bonett, 1980; MacCallum, Browne & Sugawara, 1996; McIver & Carmines, 1981).

3.4. Güvenirlilik

Turistik tercihler üzerinden uygulanan BZMÖ'nün güvenirliliğini ölçmek amacıyla iç tutarlık katsayılarına bakılmıştır. Ölçeğin tamamı için 0,91, entelektüel boyutu için 0,86, yeterlik-ustalık boyutu için 0,89, sosyal-arkadaşlık boyutu için 0,92, sosyal-başkalarının saygısı boyutu için 0,86, uyaran-çekme boyutu için 0,76 ve uyaran-itme boyutu için 0,78 Crombach's Alpha katsayısı değerleri tespit edilmiştir. Nunnally (1967) 0,70 ve üzeri değerlerin iç tutarlık için yeterli olduğunu belirtmektedir. Sonuçlar kuvvetli bir iç tutarlığa işaret etmektedir. İç tutarlığın ölçümünde güvenilir olan analizlerden biri de testi yarılama tekniğidir. Test sonuçları incelendiğinde, ölçeğin iki yarısı (16-16) arasında 0,82 korelasyon değeri tespit edilmiştir. Guttman split half değerinin 0,86 ve Spearman Brown katsayısının ise 0,87 olduğu görülmüştür. 0,80 ve üstü değerlerin iç tutarlık için kuvvetli ve güvenirlilik için önemli bir kanıt olduğu belirtilmektedir (Callender & Osburn, 1977).

Ölçek güvenirliliğini sınamak için son olarak gerçekleştirilen işlem, ölçeğin aynı gruba belli bir aralıkla tekrar uygulanmasıyla gerçekleştirilen test-tekrar testtir. Bunun için, 32 maddelik turistik tercihler üzerinden değerlendirilen BZMÖ, Manisa Celal Bayar Üniversitesi İşletme Fakültesinde öğrenim gören 202 öğrenciye bir buçuk ay arayla iki kez uygulanmıştır. İki uygulamanın boyutlar arası korelasyon sonuçları Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6. Boş Zaman Motivasyon Ölçeği Test-Tekrar Test Sonuçları.

Faktör	Uygulama	r
Entelektüel	Birinci uygulama	0,87*
	İkinci uygulama	
Yeterlik-ustalık	Birinci uygulama	0,85*
	İkinci uygulama	
Sosyal-arkadaşlık	Birinci uygulama	0,98*
	İkinci uygulama	
Sosyal-başkalarının saygısı	Birinci uygulama	0,96*
	İkinci uygulama	
Uyaran-çekme	Birinci uygulama	0,91*
	İkinci uygulama	
Uyaran-itme	Birinci uygulama	0,93*
	İkinci uygulama	

* $p < 0,05$

4. Tartışma ve Sonuç

Beard ve Ragheb (1983) tarafından geliştirilen BZMÖ'nün alanda en çok kabul gören boş zaman motivasyon ölçeklerinden biri olduğu ve defalarca farklı kültürlerde test edilerek başarılı sonuçlar elde edildiği görülmektedir (Loundsbury & Hopes,1988; Sefton,1989; Sefton & Burton, 1990; Hsieh, 1998; Murray & Nakajima, 1999). Hatta Chen ve Pang (2012) alan için en çok kabul gören ve uygulanan ölçek olduğunu iddia etmektedir. Bu doğrultuda, bu çalışmanın ilk amacı, BZMÖ'nün Türkçe geçerlik ve güvenirliliğini sınavarak Türk kültüründe karşılığı olup olmadığını tespit etmektir. Literatür taraması sonucu ölçeğin Türk yazarlarca ve Türkiye'de kimi uygulamalarının bulunduğu ancak bu çalışmaların yabancı turist ve gruplara yönelik orijinal ölçeğin uygulanması şeklinde gerçekleştirildiği görülmektedir (Yurcu, 2017; Albayrak & Caber, 2018). Ölçeğin Türkçe olarak ve Türk kültürü üzerine tek bir uygulamasına rastlanmıştır. Yıldız ve Dinçer'in (2017) gerçekleştirdiği çalışma, Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin boş zaman motivasyonlarını öğrenmek üzere uygulanmıştır. Bu çalışmada, BZMÖ'nün 32 maddelik kısa versiyonu kullanılmış ancak bununla ilgili herhangi bir bilgi

paylaşılmaştır. 5'li Likert tipi uygulanan ölçek 230 katılımcı tarafından cevaplanmıştır. Ölçeğin hangi kıstaslarla Türkçeye çevrildiği ve dilsel eşdeğerlikle ilgili bir çalışma yapıp yapılmadığı belirtilmemiştir. İç tutarlık, örneklem uygunluk ve küresellik testleri gerçekleştirilmiş ve uygun değerler tespit edilerek açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Üç maddenin faktör yükü düşük bulunarak çalışmadan çıkarılmış ve nihayetinde toplam varyansın %63,41'ini açıklayan, 29 madde ve beş boyuttan oluşan bir ölçek elde edilmiştir. Orijinal ölçekten farklı olan beşinci boyut fiziksel faktör olarak adlandırılmıştır. Yeterlik-ustalık boyutu yetkinlik olarak adlandırılmış ve altı maddeden oluşmuştur. Uyarın-kaçınma faktörü dokuz madde, entelektüel faktör altı madde, sosyal faktör dört madde ve fiziksel faktör dört maddeden oluşmuştur. Farklı olan beşinci boyutun hangi kriterlere göre ayrıldığı ve içeriği kuramsal açıdan açıklanmamıştır. Her bir boyut üzerinden iç tutarlık katsayıları ölçülmüş ve kabul edilebilir değerler elde edilmiştir. Düzeltmiş toplam madde test korelasyonu puanları, faktörler arası yük veren herhangi bir madde olup olmadığı ve boyutlar altında yer alan ifadelerin içeriğine dair herhangi bir bilgi verilmemiştir. Ayrıca doğrulayıcı faktör analizi, test-tekrar test ve testi yarılama tekniğine dair herhangi bir işlemden bahsedilmemiştir. Dolayısıyla, çalışmanın temel (öncelikli) amacının “*öğrencilerin bazı demografik özelliklerine göre boş zaman motivasyon düzeylerine yönelik muhtemel anlamlı farklılıkların belirlenmesi*” olduğu ve Türkçe geçerlik-güvenirlik için gerekli tüm prensiplerin sağlanmadığına karar verilmiş ve orijinal ölçeğin Türkçe geçerlik-güvenirlik çalışmasına ihtiyaç olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın bir diğer amacı, ölçeğin turistik tercihler üzerinden benzer motivasyonlarla işleyip işlemediğini görmektir. Boş zaman motivasyonunun içeriği incelendiğinde, bireylerin turizm faaliyetlerine katılmasını teşvik eden motivasyonlarla örtüşen bir yapıya sahip olduğu görülmüştür. Bununla ilgili olarak Smith ve Godbey (1991), bireylerin kendine has özelliklere sahip özgün etkinlik arayışlarında iki alanın (boş zaman etkinlikleri ve turistik etkinlikler) çok benzer bir yapıya sahip olduğunu öne sürerlerken bunun bir manevi arayış benzerliği olduğunu ve itici bir motivasyon gücü olarak ortaya çıktığını belirtmektedirler. Ryan ve Glendon (1998) ise, Beard ve Ragheb'in (1983) BZMÖ'deki motivasyon öğelerini Iso-Ahola'nın (1982) turistik etkinlikler için belirttiği iki temel motivasyonla karşılaştırmışlardır. Iso-Ahola'nın önermesine göre; turistik etkinliklere katılmada iki temel arzu vardır. Bunlar; bir çevreyi geride bırakma isteği ve içsel bir ödül arama güdüsüdür. Turistler, turizm etkinliklerine katılmada bu itme ve çekme faktörleriyle hareket eder ve girdikleri ortamda diğer bireyler ve faaliyet alanlarıyla etkileşime girerler. Yazarlar, boş zaman motivasyon ölçeğindeki uyarın-kaçınma, entelektüel ve sosyal faktörlerde de benzer öğelerin ve güdülerin net bir şekilde ortaya çıktığını savunmaktadırlar. Loundsbury ve Franz (1990) ise; BZMÖ'yü, boş zaman motivasyonunu doğrudan değerlendiren ve tatil çalışmalarına kolayca uygulanabilir bir araç olarak değerlendirmiş ve turistlerin tatil motivasyonlarına uyarlamışlardır. Bahsi geçen savlar, boş zaman motivasyon ölçeğinin turizm alanına uyarlanması bu çalışma için birer dayanak oluşturmuştur. Bunu uygularken, ölçeğin içeriğinde hemen hiç değişikliğe gidilmemiş ve yalnızca “boş zaman faaliyetlerine katılma nedenlerimden biri” ifadesi, “turizm faaliyetlerine katılma nedenlerimden biri” şeklinde değiştirilmiş ve katılımcılara açıklanmıştır. Ölçeğin uygulandığı ana kitlenin alanda uzman akademisyenlerden oluşması, örneklemin ve dolayısıyla testlerin güvenilirliği için önemli bir faktör olarak görülmektedir. Bu çalışmada, yukarıda bahsi geçen savlarla, ölçeğin hem Türkçe geçerlik ve güvenilirliği hem de turistik etkinliklere katılım motivasyonu için uyarlanabilir olduğu kanıtlanmak istenmiştir.

Ölçeğin uygulamasında gerçekleştirilen ilk işlem dilsel eşdeğerliği sınamak olmuştur. Bir ölçeğin orijinal dilden herhangi bir dile çevrilmesinde titizlikle ele alınması gereken bazı öğeler olduğu bilinmektedir. Özellikle kültür farkının gözetilmesi ve bazı durumlarda birebir çeviri yerine kültüre uygun anlam ağırlıklı çeviriler yapılması gerekebilmektedir (Iliescu, 2017). Ayrıca, çeviriyi yapanlar iki dile yeterince hâkim olsa bile alanla ilgili de bilgi sahibi olmalı ve terminolojiyi tanımalıdır. Diğer taraftan, çeviri işleminde bir dilden öbür dile bir defa çevrilmesi yerine tekrar orijinal dile çevrilip karşılaştırma yapılması hataların azaltılması için önem arz etmektedir (Deniz, 2007). Çalışmada, bahsi geçen konularda azami özen gösterilmeye çalışılmıştır.

Verilerin toplanması sonrası uygulanan ilk işlem 48 maddelik orijinal ölçeğin Türkçe uygulamasının düzeltilmiş toplam madde test korelasyonlarına bakmak olmuştur. Sonuçlar, sosyal boyuttan bir madde ve uyarın-kaçınma boyutundan üç maddenin kabul edilen değerlerin altında kaldığını göstermektedir. Buna rağmen, literatürde, çalışılan alanın yapısı, konunun kendine has özellikleri ve ölçeğin boyutları arasındaki ilişki üzerinden gelişebilecek bazı özel durumlarda düşük korelasyonlu maddelerin hemen elenmesine şüpheyle yaklaşılması gerektiği belirtilmektedir (Cristobal, Flavian & Guinaliu, 2007; Kline, 2015). Ancak 48 maddeli uyarlamasının açımlayıcı faktör analizi sonuçları incelendiğinde, orijinal uygulamadan farklı olarak sekiz boyutlu bir yapının oluştuğu, faktörler arası kabul edilebilir değerlerin üzerinde yük veren maddeler olduğu ve bazı maddelerin kabul edilebilir değerlerin altında faktör yüküne sahip olduğu tespit edilmiştir. Faktör yükleri düşük olan dört madde çıkarılarak işlem tekrar edilmiş ancak sonuç anlamlı şekilde değişmemiştir. Bu durum, 48 maddeli orijinal ölçeğin Türk kültürüne uyarlanmasının yerinde olmadığını göstermiştir. Ölçeğin çeşitli kültürlerde yapılan geçerlik ve güvenilirlik analizlerinde de benzer durumların yaşandığı, 32'li kısa versiyonun aynı boyut yapısıyla nadiren uygulandığı (Beggs, Stitt & Elkins, 2004; Beggs vd., 2014), 32'li kısa versiyonun farklı boyut yapısıyla uygulamalarına gidildiği (Faulks, Ritchie & Dodd, 2008; Choi, 2015; Yıldız & Dinçer, 2017) ve daha kısa madde veya farklı boyut yapılarıyla sonuçlanan uyarlamaların yapıldığı görülmüştür (Ryan & Glendon, 1998; Kleiven, 2005; Mohsin & Ryan, 2007; Yurcu, 2017; Albayrak & Caber, 2018). Dolayısıyla, bu çalışmada da ölçeğin 32 maddeli kısa versiyonu üzerinden devam edilmesinin uygun olacağı sonucuna varılmıştır.

32 maddeden oluşan ve turistik tercihler üzerinden değerlendirilen BZMÖ kısa formunun KMO değerinin (0,904) kabul edilen alt sınırın oldukça üstünde olduğu, Barlett küresellik testinin ise anlamlı olduğu (χ^2 5.694, $p < 0,001$) görülmüştür. Yapılan açımlayıcı faktör analizi, 32 ifade ve toplam varyansın %63,06'sını açıklayan altı boyuttan oluşan, tüm maddelerin 0,35 ve üzeri faktör yüklerine sahip olduğu ve diğer faktörlere 0,30'un üstünde yük veren maddenin bulunmadığı bir yapı ile sonuçlanmıştır. Bu noktada özellikle üzerinde durulması gereken husus, orijinal ölçekteki dört boyutlu yapı yerine neden altı boyutlu bir yapının ortaya çıktığını irdelemektir. Elde edilen altı boyutlu yapıda ölçeğin orijinalinden farklı olarak ortaya çıkan ilk boyut "*sosyal-başkalarının saygısı*" olarak adlandırılmıştır. Orijinal ölçekteki sosyal güdünün ifadeleri incelendiğinde, "*bireylerin arkadaş edinmesi ve diğer insanlarla ilişkiler geliştirmesi*" ve "*bireylerin diğer insanların kendileri hakkında ne düşündüğü*" üzerinden gelişen iki farklı motivasyon olduğu görülmektedir. Diğer insanların kendileri hakkında ne düşündüğü konusu, literatürde statü ve prestij edinme ihtiyacıyla ilişkilendirilmektedir ve insan doğasının sosyo-psikolojik kökenlerinde sosyal bir güdü gibi görünse de arkadaş edinme ihtiyacından farklı dürtülerle gerçekleşmektedir (McIntosh & Goeldner, 1990; Swarbrooke & Horner, 2007). Diğer taraftan, ölçeğin farklı kültürlerle yönelik yapılmış bazı uyarlamalarında da benzer sonuçları elde eden çalışmalar mevcuttur (Faulks, Ritchie & Dodd, 2008). Ayrıca Beard ve Ragheb (1983) orijinal çalışmanın pilot bulgularında aynı sonuca ulaşmış ancak kendi ifadeleriyle "*en az boyutta genel bir boş zaman motivasyonu ölçme aracı amaçlandığı için dört faktörlü bir çözümün mümkün olabileceği*" şeklinde bir açıklamayla iki faktörü sosyal güdü olarak birleştirmişlerdir. Ölçeğin orijinalinden farklı olarak ortaya çıkan ikinci boyut ise uyarın-kaçınma faktörünün ikiye bölünmesi ile oluşmuştur. Burada da "*bireylerin yaşadıkları ortam ve rutin hayatın hengâme ve stresinden uzaklaşmak üzerinden açıklanan kaçma isteği*" ile "*dinlenme ve sakin bir ortam arayışı üzerine odaklanan rahatlama isteği*" iki farklı yapı olarak belirlenmiştir. Iso-ahola (1982), turistik motivasyonları açıklarken bu iki güdüden; bir çevreyi geride bırakma isteği ve içsel bir ödül arayışı olarak bahsetmekte ve itme ve çekme faktörleri olarak ayırmaktadır. Bu çalışmada da uyarın-kaçınma faktörü, orijinal ölçekten farklı olarak uyarın-itme ve uyarın-çekme şeklinde adlandırılmış ve iki ayrı faktör olarak ortaya konulmuştur.

Yapı geçerliğinin sınanmasında uygulanan bir diğer yöntem doğrulayıcı faktör analizi olmuştur. Bu çalışmanın açımlayıcı faktör analizi sonuçları, Türk kültürü ve dilinde ölçeğin orijinal formdan farklı bir boyut yapısıyla oluştuğunu göstermiştir. Bu boyut yapısı, farklı bir veri seti ile doğrulayıcı faktör analizine tabi tutularak sınanmak istenmiştir. DFA sonucu, maddelerin standardize edilmiş yüklerine bakılmış ve sonuçlar, tüm madde yüklerinin önerilen 0,50 değerinin üzerinde olduğunu göstermiştir. Ayrıca t değerleri incelenmiş, sonuçlar, önerilen 1,96 değerinin üstünde çıkmıştır (Hair vd., 2010). Serbestlik

derecesinin 412 ve ki-kare sonucunun 690,655 olduğu ve bu sonuçlarla normalleştirilmiş kikare değerinin 1,67 (X2/df) çıktığı belirlenmiştir. Kikare serbestlik derecesiyle ilgili literatürde net bir şekilde kabul görmüş bir değerden bahsetmek güç olsa da Hair vd. (2010), iki ile beş, McIver ve Carmines (1981) ise bir ile üç arasındaki değerlerin kabul edilebilir bir uyum için yeterli olduğunu belirtmektedirler. Uyum indeksine dair değerlerden biri olan NFI (Normed Fit Index) 0,90 olarak tespit edilmiştir. 0,90 ve 0,95 aralığının sınırda olmakla birlikte kabul edilebilir bir değer olduğu belirtilmektedir (Bentler & Bonett, 1980). Yine uyum indekslerinden RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) değeri 0,057 olarak bulunmuştur. MacCallum, Browne ve Sugawara (1996), RMSEA değeri için 0,05 civarı değerleri iyi uyum olarak yorumlamaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucu oluşan diğer uyum indeksi değerleri; IFI=0,96, CFI=0,95 ve RFI=0,88 şeklindedir. Analiz sonucunda, açıklayıcı faktör analizi sonuçlarında ortaya çıkan altı boyutlu yapının uyumlu olduğu görülmektedir.

Ölçeğin güvenilirliğini sınamak için iç tutarlık katsayılarına bakılmış, testi yarılama tekniğiyle analiz edilmiş ve test-tekrar test uygulanmıştır. Ulaşılan iç tutarlık katsayıları ölçeğin tamamı için 0,91 iken alt boyutlar için 0,76 ile 0,92 arasında sıralanmıştır. Bu değerler her bir boyut için alt sınır olarak kabul edilen 0,70'in (Nunnally, 1967) üzerindedir. Testi yarılama tekniği sonuçlarının da kabul edilen alt sınırı aştığı görülmüştür. Güvenirliği ölçmek için gerçekleştirilen son işlem test-tekrar test olmuştur. Ölçek puanlarının değişmezliğini analiz için uygulanan işlem sonucu; iki uygulama arasında her bir boyutun korelasyon katsayıları 0,85 ile 0,98 arasında bulunmuştur. 0,75 ve üzeri değerlerin test-tekrar test güvenirliliği için mükemmel sonuçlar olduğu belirtilmektedir (Cicchetti, 1994; Fleiss, 2011). Ayrıca düzeltilmiş madde toplam test korelasyonuna da bakılmış ve 32 madde içinde 0,30 değerinin altında kalan herhangi bir madde olmadığı görülmüştür.

BZMÖ'nün turistik tercihler üzerinden Türkçeye uyarlama çalışmasının sonuçları, ölçeğin Türk kültüründe ve dilinde geçerli ve güvenilir bir şekilde çalışabileceğini göstermiştir. Çalışma sonucu, ölçeğin Türk kültüründe 32 madde ve altı boyutla sağlam sonuçlar verdiği görülmüştür. Literatür taraması sonucu, orijinal ölçek üzerine pek çok geçerlik ve güvenilirlik çalışması ile uyarlamaya ulaşılmış olmakla birlikte bu çalışma sonucu ortaya çıkan altı boyut ve 32 ifadede yapıya rastlanmamıştır. Ortaya çıkan 32 ifade ve altı boyutlu yapı alan için yeni ve tartışmaya değer bir sonuçtur. Gelecekte, Türkçe yapılacak çalışmalarda bu ölçeğin farklı örneklem gruplarında uygulanması ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğini sınamak için bir fırsat olacaktır. Diğer taraftan, ölçeğin hem boş zaman hem de turistik tercihler üzerine gerçekleştirilecek motivasyon çalışmalarında, daha önce bahsedilen ve anketin başında yapılacak ifade değişikliği ile uygulanabileceği düşünülmektedir.

Teşekkür ve Bilgi Notu

Destek Bilgisi: Bu makale, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı'nda yürütülmekte olan "İş Yaşamı ile Boş Zaman ve Tatil Tercihleri İlişkisi" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

Etik Onayı: Makalede, ulusal ve uluslararası araştırma ve yayın etiğine uyulduğunu yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde **GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences** Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Etik Kurul Onayı: Makalede, veri toplama aşaması için gerekli etik kurulu belgesi Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu tarafından 29.03.2021/14 tarih ve sayıyla düzenlenmiştir.

Çıkar Çatışması: Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma iki yazarın katkısı ile hazırlanmıştır. Katkı oranları: 1. Yazar = %50, 2. Yazar = %50.

Kaynaklar

- Kirova, 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
- Albayrak, T. & Caber, M. (2018). A motivation-based segmentation of holiday tourists participating in white-water rafting. *Journal of Destination Marketing & Management*, 9, 64-71. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.11.001>
- Beard, J. G. & Ragheb, M. G. (1980). Measuring leisure satisfaction. *Journal of leisure Research*, 12(1), 20-33.
- Beard, J. G. & Ragheb, M. G. (1983). Measuring leisure motivation. *Journal of leisure research*, 15(3), 219-228.
- Beggs, B., Kleparski, T., Elkins, D. & Hurd, A. (2014). Leisure motivation of older adults in relation to other adult life stages. *Activities, Adaptation & Aging*, 38(3), 175-187.
- Beggs, B. A., Stitt, J. E. & Elkins, D. J. (2004). Leisure motivation of participants and nonparticipants in campus recreational sports programs. *Recreational Sports Journal*, 28(1), 65-77.
- Bentler, P. M. & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness-of-fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588-600.
- Callender, J. & Osburn H. (1977). A method for maximizing and cross-validating split-half reliability coefficients. *Educational and Psychological Measurement*, 37(4), 819-826.
- Chen, M. & Pang, X. (2012). Leisure motivation: An integrative review. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 40(7), 1075-1081.
- Choi, S. H. (2015). Re-examining the dimensionality of leisure motivation and leisure satisfaction in a multicultural context: Evidence from Macau. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 3(1), 06-10.
- Cicchetti, D. V. (1994). Guidelines, criteria, and rules of thumb for evaluating normed and standardized assessment instruments in psychology. *Psychological assessment*, 6(4), 284.
- Cohen, E. (1972). Toward a sociology of international tourism. *Social research*, 39(1), 164-182.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research*, 6(4), 408-424.
- Crandall, R. (1979). Social interaction, affect and leisure. *Journal of Leisure Research*, 11(3), 165-181.
- Crandall, R. (1980). Motivations for leisure. *Journal of leisure research*, 12(1), 45-54.
- Cristobal, E., Flavian, C. & Guinaliu, M. (2007). Perceived e-service quality (PeSQ) measurement validation and effects on consumer satisfaction and web site loyalty. *Managing service quality: An international journal*, 17(3), 317-340.
- Dann, G. M. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of tourism research*, 4(4), 184-194.
- Deci, E. L. & Ryan, R. M. (1985). Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York: Plenum Press.
- Deniz, K. Z. (2007). The adaptation of psychological scales. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 40(2), 1-16. doi:10.1501/Egifak_0000000160
- Donald, M. N. & Havighurst, R. J. (1959). The meanings of leisure. *Social Forces*, 355-360.
- Ellis, M. J. (1973). Why people play. New Jersey: Prentice-Hall.
- Faulks, P., Ritchie, B. & Dodd, J. (2008). Bicycle tourism as an opportunity for re-creation and restoration? Investigating the motivations of bike ride participants. 3-5 December, New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference, Hanmer Springs, 23-27.
- Fleiss, J. L. (2011). Design and analysis of clinical experiments. New York: John Wiley & Sons.
- Gump, P. V. & Frieson, W. V. (1962). Satisfactions derived from non-class settings. G. Barker & P. V. Gump (Ed.), "in" Big school-small school: High school size and student behavior (pp.75-93), Stanford: Stanford University Press.

- Kirova, 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
- Hair, J.F., Black, W.C., Barry, J.B. & Rolf, E.A. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hsieh, C. M. (1998). *Leisure attitudes, motivation, participation, and satisfaction: Test of a model of leisure behavior* (Doktora tezi) Indiana University, Indiana. ProQuest veri tabanından erişildi. Erişim Adresi (14.12.2021):
<https://www.proquest.com/docview/304449991?pqorigsite=gscholar&fromopenview=true>.
- Huang, S. (2010). Measuring tourist motivation: do scales matter? *Tourismos*, 5(1), 153-162.
- Iliescu, D. (2017). *Adapting Tests in Linguistic and Cultural Situations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Iso-Ahola, S. (1982) Towards a social psychology of tourist motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research* 9(2): 256-261.
- Iso-Ahola, S. E. & Allen, J. R. (1982). The dynamics of leisure motivation: The effects of outcome on leisure needs. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 53(2), 141-149.
- Kleiven, J. (2005). Measuring leisure and travel motives in Norway: Replicating and supplementing the leisure motivation scales. *Tourism Analysis*, 10(2), 109-122.
- Kline, P. (2015). *A Handbook of Test Construction (Psychology Revivals): Introduction to Psychometric Design*. London: Routledge.
- Kyle, G. & Mowen, A. (2004). An examination of the relationship between leisure constraints, involvement, and commitment. M. James (Ed.), "in" *Proceedings of the 2003 Northeastern Recreation Research Symposium* (328-337). New York: US Department of Agriculture, Forest Service, Northeastern Research Station.
- Lloyd, C., King, R., McCarthy, M. & Scanlan, M. (2007). The association between leisure motivation and recovery: A pilot study. *Australian Occupational Therapy Journal*, 54(1), 33-41.
- London, M., Crandall, R. & Fitzgibbons, D. (1977). The psychological structure of leisure: Activities, needs, people. *Journal of Leisure Research*, 9(4), 252-263.
- Lounsbury, J. W. & Franz, C. P. (1990). Vacation discrepancy: A leisure motivation approach. *Psychological Reports*, 66(2), 699-702.
- Lounsbury, J. W. & Hoopes, L. L. (1988). Five-year stability of leisure activity and motivation factors. *Journal of Leisure Research*, 20(2), 118-134.
- McIver, J. P., & Carmines, E. G. (1981). *Unidimensional Scaling*. SAGE Publications, Inc.
<https://dx.doi.org/10.4135/9781412986441>
- McIntosh R. W. & Goeldner C. R. (1990), *Tourism; Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Sons.
- Mohsin, A. & Ryan, C. (2007). Exploring attitudes of Indian students toward holidaying in New Zealand using the leisure motivation scale. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 12(1), 1-18.
- Murray, C. & Nakajima, I. (1999). The leisure motivation of Japanese managers: A research note on scale development. *Leisure studies*, 18(1), 57-65.
- Nunnally, J.C. (1967). *Psychometric Theory*. New York: McGraw Hill.
- Nurosis, M. (1994), *Statistical Data Analysis*. Chicago: SPSS Inc.
- Olds, E. B. (1964). Effects of the recreation experience on people. Annual Convention of the American Association for Health, Physical Education and Recreation. 9 May, Washington.
- Patrick, G. T. W. (1916). *The Psychology of Relaxation*. Boston: Houghton Mifflin.

- Kirova, 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
- Pelletier, L.G., Vallerand, R.J., Blais, M.R. & Brière, M. N. (1991). Leisure Motivation Scale (LMS-28). Erişim Adresi (18.03.2022): http://www.er.uqam.ca/nobel/r26710/LRCS/echelles/EML28_en.pdf.
- Ryan, R. & Deci, E. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68.
- Ryan, C. & Glendon, I. (1998). Application of leisure motivation scale to tourism. *Annals of tourism Research*, 25(1), 169-184.
- Smith, S. L. & Godbey, G. C. (1991). Leisure, recreation and tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 85-100.
- Starzyk, K. B., Reddon, J. R. & Friel, J. P. (2000). Need structure, leisure motivation, and psychosocial adjustment among young offenders and high school students. *Journal of Offender Rehabilitation*, 31(1-2), 163-174.
- Streiner, D. L., Norman, G. R., & Cairney J. (2015). Health measurement scales: A practical guide to their development and use (5th ed). Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (2007). Consumer Behavior In Tourism. Butterworth: Heinemann.
- Tinsley, H. E., Barrett, T. C. & Kass, R. A. (1977). Leisure activities and need satisfaction. *Journal of Leisure Research*, 9(2), 110-120.
- Tinsley, H. E. & Kass, R. A. (1978). Leisure activities and need satisfaction: A replication and extension. *Journal of Leisure Research*, 10(3), 191-202.
- Tinsley, H. E. & Kass, R. A. (1979). The latent structure of the need satisfying properties of leisure activities. *Journal of Leisure Research*, 11(4), 278-291.
- Vogt, W. P. (1993). Dictionary of Statistics and Methodology: A Nontechnical Guide for the Social Sciences. Newbury Park: Sage.
- 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.
- White, R. W. (1959). Motivation reconsidered: The concept of competence. *Psychological review*, 66(5), 297.
- Wickham, S. E., Hanson, C. S., Shechtman, O. & Ashton, C. (2000). A pilot study: Attitudes toward leisure and leisure motivation in adults with spinal cord injury. *Occupational therapy in health care*, 12(4), 33-50.
- Yıldız, S. & Dinçer, M. Z. (2017). Turizm fakültesi öğrencilerinin bazı demografik özelliklerine göre serbest zaman motivasyonlarının incelenmesi: Akdeniz Üniversitesi örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(Special Issue 1), 353-362.
- Yurcu, G. (2017). Turistlerin kişilerarası ilişki tarzları, boş zaman motivasyonları ve boş zaman tatminleri ilişkisi: Antalya \Kemer \Beldibi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 200, 226.