

**TÜPLÜ DALIŞ TURİZMİNE
KATILAN TURİSTLERİN
GÜDÜLERİ VE İLGİLENİMLERİ:
TÜRKİYE ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
İbrahim Taner AKKOÇ
(Yüksek Lisans Tezi)
Eskişehir, 2015

**TÜPLÜ DALIŞ TURİZMİNE KATILAN TURİSTLERİN GÜDÜLERİ VE
İLGİLENİMLERİ: TÜRKİYE ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

İbrahim Taner AKKOÇ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Murat EMEKSİZ

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Haziran, 2015

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

İbrahim Taner AKKOÇ'un "Tüplü Dalış Turizmine Katılan Turistlerin Gvdüleri ve İlgilenimleri: Türkiye Üzerine Bir Araştırma" başlıklı tezi 22 Haziran 2015 tarihinde, aşğıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Üye (Tez Danışmanı) : Doç.Dr.Murat EMEKSİZ
Üye : Yrd.Doç.Dr.Emre Ozan AKSÖZ
Üye : Yrd.Doç.Dr.Özgür ERGÜN

Prof.Dr.Kemal YILDIRIM
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Yüksek Lisans Tez Özü

TÜPLÜ DALIŞ TURİZMİNE KATILAN TURİSTLERİN GÜDÜLERİ VE İLGİLENİMLERİ: TÜRKİYE ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

İbrahim Taner AKKOÇ

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Haziran 2015

Danışman: Doç. Dr. Murat EMEKSİZ

Türkiye'nin ılıman kuşakta yer alması ve üç tarafının denizlerle çevrili olması, tüplü dalış etkinliğini ülke turizminin önemli bir bileşeni haline getirmiştir. Bu araştırma, Türkiye'de tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdülerini ve ilgilenimlerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda veri toplamak için anket formu kullanılmış olup, hem yüz yüze görüşme tekniğinden hem de elektronik ortamlardan yararlanarak 311 katılımcıya ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, bireyleri tüplü dalış etkinliğine yönelten güdüler; "kaçış", "öğrenme", "imaj", "sosyalleşme", "kişisel mücadele" ve "macera" şeklinde tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra bireylerin etkinliğe karşı ilgilenimleri; "çekicilik", "yaşam tarzına yakınlık", "kimlik" ve "sosyal bağlanma" boyutlarıyla açıklanabilmektedir. Bireyleri tüplü dalış etkinliğine yönelten güdülerin, etkinliğe karşı ilgilenimleri üzerindeki etkisini ölçmek için çok değişkenli nicel veri analizi yöntemlerinden çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre, bireylerin tüplü dalış etkinliğine çekicilik düzeyinde ilgi göstermelerinde kaçış ve macera güdüsü etkiliyken, bireylerin bu etkinliği yaşam tarzına yakın olarak görmelerinde ise kaçış, öğrenme ve sosyalleşme güdüleri etkilidir. Ayrıca, bireylerin bu etkinliğe ilgi göstererek kim olduklarını sergileme yönünde hareket etmelerinde, kaçış, öğrenme ve imaj güdüleri etkili olmaktadır. Son olarak, bireylerin gösterdiği ilgi sonucu bu etkinliğe sosyal açıdan bağlanmalarında, öğrenme, sosyalleşme ve macera güdüsü etkili olmaktadır. Çalışmanın devamında gerek tüplü dalış etkinliğini konu edinen ileriki çalışmalara, gerekse turizm sektöründeki uygulayıcılara öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Macera Turizmi, Tüplü Dalış Turizmi, Güdü, İlgilenim, Türkiye

Abstract

SCUBA DIVERS' MOTIVATIONS and INVOLVEMENT: A RESEARCH ON TURKEY

Ibrahim Taner Akkoc

Department of Tourism

Anadolu University Graduate School of Social Sciences, June 2015

Advisor: Associate Prof. Dr. Murat EMEKSIZ

Turkey is situated in temperate zone and encircled by seas on three sides. Accordingly, scuba diving became an important component of the countrys' tourism. From this point of view, the purpose of this study is to investigate scuba divers' motivations and involvement. In this context, 311 survey form were gathered through both web-based questionnaire and face to face interviews from scuba divers in Turkey. According to the research findings, motivations that head scuba divers towards scuba diving can be listed as; "escape", "learning", "stature", "socialization", "personal challange" and "adventure". Also, the findings of this research showed that scuba divers' involvement with this activity can be examined in four dimensions as; "attraction", "centrality", "identify" and "social bonding". To examine the impacts of motivations that head scuba divers towards the activity on scuba divers' involvement with scuba diving was utilized regression analysis from methods of multivariate data analysis. According to the results emerged, while attraction dimension is affected by escape and adventure, centrality dimension is affected by escape, learning and socialization. In addition, escape, learning and stature has impact on identify dimension. Last, learning, socialization and adventure has impact on social bonding dimension. Based on the research results, recommendations for future studies and tourism practitioners were suggested.

Keywords: Adventure Tourism, Scuba Diving Tourism, Motivation, Involvement, Turkey

22/06/2015

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tez çalışmasının bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmanın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumunda bilimsel etik ilk ve kurallarına uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim.

Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

İbrahim Taner AKKOÇ

Önsöz

Yıllardır ilgi duyduğum tüplü dalış etkinliğini, tez çalışması kapsamında araştırma alanı olarak seçmemde beni cesaretlendiren, tez yazım süresi boyunca bilgisini esirgemeyerek beni yönlendiren, açık fikirliliğini örnek aldığım değerli tez danışmanım Doç. Dr. Murat EMEKSİZ 'e gönülden teşekkürü bir borç bilirim.

Tezin araştırma alanı belirlendikten sonra en zor aşamalardan bir olan tez çalışma konusunun belirlenmesi esnasında bana yardımcı olan, tez yazım süresince de karşılaştığım zor dönemlerde tüm samimiyetiyle bana destek veren değerli çalışma arkadaşlarım Arş. Gör. Gözde YILMAZDOĞAN ve Arş. Gör. Kübra AŞAN 'a en içten duygularıyla teşekkür ederim.

Lisansüstü eğitimime başladığım dönemde ilk tanıdığım insanlardan birisi olup o zamandan bu yana her konuda bana destek veren, tez çalışmam süresince en zor anlarımda yanımda olup beni motive eden çok değerli dostum Arş. Gör. Ramazan Ufuk BAYER 'e çok teşekkür ederim.

Veri toplama esnasında dalgıçlara ulaşmamı sağlayan, en başta Doğa Aktiviteleri Merkezi (DAM) olmak üzere tüm dalış merkezlerine verdikleri destekten ötürü çok teşekkür ederim.

Son olarak, hayatımın her aşamasında beni koruyup kollayan, bu günlere gelmemi sağlayarak ilgi ve desteğini hiç esirgemeyen, her daim yanımda olduğunu bildiğim canım aileme de gönülden teşekkür ederim.

İçindekiler

Yüksek Lisans Tez Özü	iii
Abstract.....	iv
Önsöz.....	vi
Özgeçmiş	vii
Tablolar Listesi	xi
Şekiller Listesi	xiii
1. Giriş	1
1.1. Araştırmanın Problemi.....	2
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	4
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	5
2. Alanyazın.....	5
2.1. Tüplü Dalış Turizmi.....	5
2.1.1. Tüplü Dalış Turizminin Kavramsal Olarak Alanyazındaki Yeri	6
2.1.2. Dünyada ve Türkiye’de Tüplü Dalış Turizmi ve Tarihsel Gelişimi.....	9
2.1.3. Türkiye’de Tüplü Dalış Turizmi Bölgeleri.....	16
2.2. Tüplü Dalış Turizmine Katılan Turistlerin Gdüleri.....	21
2.2.1. Gdü ve Gdülenme Kavramı.....	22
2.2.2. Turizmde Gdülenme ve Gdülerin Sınıflandırılması	24
2.2.3. Tüplü Dalış Turizmine Katılan Turistlerin Gdüleri ve İlgili Çalışmalar	29
2.3. Tüplü Dalış Turizmine Katılan Turistlerin İlgilenimleri.....	36
2.3.1. İlgilenim Kavramı.....	36

2.3.2.	Pazarlama Kapsamında İlgilenim Kavramı.....	38
2.3.3.	Turizm Kapsamında İlgilenim Kavramı	40
2.3.4.	Tüplü Dalış Turizmi Pazarında İlgilenim ve İlgili Çalışmalar.....	44
2.4.	Tüplü Dalış Turizmüne Katılan Turistlerin Güdüleri ve İlgilenimleri.....	48
2.4.1.	Güdü ve İlgilenim Arasındaki İlişki.....	48
2.4.2.	Turizm Pazarında Güdü ve İlgilenim	49
2.4.3.	Tüplü Dalış Turizmi Pazarında Güdü ve İlgilenim.....	54
3.	Yöntem.....	56
3.1.	Araştırmanın Modeli	56
3.2.	Evren ve Örneklem	57
3.3.	Veri Toplama Aracı	58
3.4.	Veri Toplama Süreci.....	60
3.5.	Veri Analizi.....	60
4.	Bulgular	63
4.1.	Bireylerin Demografik ve Etkinliğe Katılım Özelliklerine İlişkin Bulgular 63	
4.2.	Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Ölçeklerine İlişkin Bulgular	65
4.3.	Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Ölçeklerine İlişkin Güvenilirlik Analizi Bulguları.....	67
4.4.	Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Ölçeklerine İlişkin Faktör Analizi Bulguları.....	70
4.5.	Bireylerin Demografik ve Etkinliğe Katılım Özellikleri Açısından Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerine İlişkin Bulgular	75
4.5.1.	Bireylerin Demografik Özellikleri Açısından Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerine İlişkin Bulgular	76

4.5.2. Bireylerin Etkinliğe Katılım Özellikleri Açısından Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerine İlişkin Bulgular	83
4.6. Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeyleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.....	88
5. Sonuç.....	93
5.1. Türkiye’de Tüplü Dalış Yapan Bireylerin Demografik ve Etkinliğe Katılım Özellikleri.....	93
5.2. Türkiye’de Tüplü Dalış Yapan Bireylerin Güdülerine İlişkin Sonuçlar ..	94
5.3. Türkiye’de Tüplü Dalış Yapan Bireylerin İlgilenim Düzeylerine İlişkin Sonuçlar	96
5.4. Güdü ve İlgilenim Arasındaki İlişkiye Yönelik Sonuçlar.....	97
5.5. Uygulayıcılara Yönelik Öneriler.....	98
5.6. Gelecekteki Araştırmalara Yönelik Öneriler	100
Ekler	102
Kaynaklar	106

Tablolar Listesi

Sayfa

Tablo 1. Macera Turizmi Aktiviteleri.....	8
Tablo 2. Dünya Geneline Verilen Sertifikaların Yıllara Göre Dağılımı.....	13
Tablo 3. Dünya Geneline Verilen Sertifika Rakamları.....	14
Tablo 4. Turizmde Tüplü Dalış Güdülerine Yönelik Yapılan Çalışmalar	34
Tablo 5. Turistlerin İlgilenimini Belirlemeye Yönelik Yapılan Çalışmalar	44
Tablo 6. Turizmde Gudu ve İlgilenim Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapılan Çalışmalar.....	53
Tablo 7. Bireylerin Demografik Özellikleri.....	64
Tablo 8. Bireylerin Etkinliğe Katılım Özellikleri	65
Tablo 9. Tüplü Dalış Güdülerine İlişkin İfadelerin Değerlerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler.....	66
Tablo 10. Tüplü Dalışta İlgilenime İlişkin İfadelerin Değerlerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler	67
Tablo 11. Tüplü Dalış Güdülerine İlişkin Ölçeğin Güvenilirlik Analizi Bulgular..	68
Tablo 12. Tüplü Dalışta İlgilenime İlişkin Ölçeğin Güvenilirlik Analizi Bulguları	69
Tablo 13. Tüplü Dalışta Gudu Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Bulguları	73
Tablo 14. Tüplü Dalışta İlgilenim Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Bulguları.....	75
Tablo 15. Tüplü Dalış Güdeleri ve İlgilenim Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılığı	77
Tablo 16. Tüplü Dalış Güdeleri ve İlgilenim Düzeylerinin Eğitim Düzeyine Göre Farklılığı	78
Tablo 17. Tüplü Dalış Güdeleri ve İlgilenim Düzeylerinin Çalışma Durumuna Göre Farklılığı	80
Tablo 18. Tüplü Dalış Güdeleri ve İlgilenim Düzeylerinin Yaş ile İlişkisi.....	82
Tablo 19. Tüplü Dalış Güdeleri ve İlgilenim Düzeylerinin Gelir ile İlişkisi	83
Tablo 20. Tüplü Dalış Güdeleri ve İlgilenim Düzeylerinin Dalış Sertifikasına Göre Farklılığı	84
Tablo 21. Tüplü Dalış Güdeleri ve İlgilenim Düzeylerinin Dalış Seviyesine Göre Farklılığı	85

Tablo 22. Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerinin Dalış Yıl Sayısı ile İlişkisi	86
Tablo 23. Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerinin Dalış Sayısı ile İlişkisi.	87
Tablo 24. Bağımlı Değişken Olarak Çekicilik Faktörüne Ait Çoklu Regresyon Analizi Bulguları	90
Tablo 25. Bağımlı Değişken Olarak Yaşam Tarzına Yakınlık Faktörüne Ait Çoklu Regresyon Analizi Bulguları	91
Tablo 26. Bağımlı Değişken Olarak Kimlik Faktörüne Ait Çoklu Regresyon Analizi Bulguları	92
Tablo 27. Bağımlı Değişken Olarak Sosyal Bağlanma Faktörüne Ait Çoklu Regresyon Analizi Bulguları	93

Şekiller Listesi

Sayfa

Şekil 1. Güdülenme Süreci	24
Şekil 2. İnsanın Bir Çekimyeri İçin Güdülenme Süreci	25
Şekil 3. Turizmde Sosyo-Psikolojik Güdülenme Modeli.....	27
Şekil 4. Yüksek ve Düşük İlgilenimdeki Farklılıklar.....	39
Şekil 5. Macera Turizmi Deneyimi.....	46

1. Giriş

Günümüzde, kişiye özel turistik ürün ve hizmet taleplerinin artıyor olması, daha az katılımcının yer aldığı alternatif turistik hizmet taleplerinin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Alternatif turizm; dünya genelinde oldukça fazla talep gören kitle turizminin çevre ve sosyal yapı üzerinde yarattığı olumsuz etkileri azaltmak ve klasik tatil paketlerinden farklı arayışları olan tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla pazara sunulan bir turizm türüdür (Kozak ve Bahçe, 2012: 95). Kitle turizmine ait genel ilgilerden farklı özellikler taşıması sebebiyle alternatif turizm hareketleri kapsamına giren özel ilgi turizmi, ilgileri belirli alanlara yoğunlaşan ve yalnızca bu ilgileri tatmin etmek isteyen bireylerin, ilgilerini belirli bir çekim yerinde karşılamak amacıyla yaptıkları seyahatlerdir (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003: 10). Türkiye’de mekansal olarak; şehir (müzeler, sanat galerileri, vb.), kırsal (kültürel gezi, etnik geziler, spor gezileri, vb.) ve doğal alan (doğa merkezli turizm, macera turizmi, vb.) kapsamında olmak üzere 150 çeşit alternatif turizm türü bulunmaktadır (Küçükaslan, 2007: 102-103). Bu sınıflandırma içerisinde yer alan alternatif turizm türlerinden macera turizmi *heyecan, belirsizlik, risk ve doğal ortamla etkileşim* gibi kavramlarla özdeşleştiği için bu özelliğiyle diğer turizm çeşitlerinden farklılık göstermektedir (Weber, 2001; Bennett, 2002; Sung, 2004; Buckley: 2007). Bir tür özel ilgi turizmi olarak değerlendirilen ve bu tezin araştırma alanını oluşturan tüplü dalış etkinliği bir çok araştırmacı tarafından macera turizmi kapsamında değerlendirilmektedir (Meisel ve Cottrell, 2003; Kler, 2007; Dimmock, 2009). Doğal ortamla etkileşim, heyecan ve risk gibi unsurları içinde barındıran tüplü dalış etkinliği macera aktiviteleri arasında popüler açıdan başlıca yükselen bir etkinliktir (Meisel ve Cottrell, 2003: 393). Tarihi açıdan MÖ V. yüzyıla kadar uzanan dalış, ilk zamanlar bazı uygarlıklar için gerek temel ihtiyaçları gerekse ekonomik ihtiyaçları karşılamak için vazgeçilmez bir araç olmuştur. Daha sonraki çağlarda teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan dalış ekipmanları sayesinde, dalış etkinliğinin kendisi ekonomik bir değer olmaya başlamıştır. Özellikle 2. Dünya Savaşı’nın sona ermesiyle birlikte tüplü dalış etkinliği küresel bir boyut kazanmıştır. Dünya Turizm Örgütü’nün (2001) verilerine göre; tüplü dalış etkinliği, dünyada yıllık 4-6 milyar dolar arasında ciro yapan bir endüstri haline gelmiştir.

Turizm olgusu son yüzyılda gelişerek uygulama alanı bulmuş bir insan etkinliği ve davranışı olup, her insan davranışının ortaya çıkmasına neden olan içsel ve dışsal

etmenler bulunmaktadır (Rızaoğlu, 2012: 1-2). Dışsal etmenler; aile, kültür, sosyal sınır gibi konulardan oluşmaktadır. İçsel etmenler (psikolojik etkiler) ise; öğrenme, güdülenme, ilgilenim, algılama, kişilik, tutum gibi konuları içinde barındırır ve davranışın temel belirleyicileri olarak bilinirler (Odabaşı ve Barış, 2011). Söz konusu içsel etmenler arasında yer alan ilgilenim ve güdü tüketici davranışlarının anlaşılmasında önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle güdü çoğu araştırmacı tarafından, turist davranışının temel belirleyicisi olarak görölmektedir (Pizam ve Mansfeld, 1999: 7). Güdü uyarılmış ihtiyaca yön verirken, ilgilenim belirli bir durumda söz konusu uyaran için hissedilen kişisel önem duygusu ve ilgi düzeyidir (Odabaşı ve Barış, 2011: 103-121). Buna göre, macera turizmi kapsamında tüplü dalış yapan bireyleri bu etkinliğe yönelten güdülerin ve ilgilenimlerinin ortaya çıkarılması, bir tüketici olarak Türkiye'deki dalgıçların sergilediği davranışları anlamak adına büyük önem arz etmektedir. Bu sayede tüplü dalış sektöründe yer alan bütün paydaşlar pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi konusunda daha etkin kararlar alabileceklerdir. Bu araştırmada Türkiye'de tüplü dalışa katılan bireylerin; demografik özellikleri, etkinliğe katılım özellikleri, etkinliğe yönelten güdüleri ve ilgilenim düzeyleri ortaya çıkarılmıştır. Son olarak bireylere ait dalış güdülerinin, ilgilenimlerine olan etkisine bakılarak iki boyut arasındaki ilişki incelenmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde; tezin problemi, amacı, önemi ve sınırlılıklarına yer verilmiştir. İkinci bölümde ise tüplü dalış turizmi kavramsal olarak ele alınmış ve tarihsel gelişimiyle birlikte Dünya'daki ve Türkiye'deki yeri aktarılmıştır. Daha sonra tüplü dalış yapan bireylerin dalış güdüleri ve ilgilenimleri incelenerek aralarındaki ilişkiye değinilmiştir. Tezin üçüncü bölümünde ise araştırmanın modeli, evren ve örneklem, veri toplama aracı, veri toplama süreci ve kullanılan veri analiz tekniklerinden bahsedilmiştir. Dördüncü bölümde araştırma sorularına yönelik yapılan analizler sonucu elde edilen bulgulara yer verilmiş olup son bölümde ise araştırmanın bulguları doğrultusunda sonuçlar değerlendirilmiş ve sektörde yer alan paydaşlara yönelik çeşitli öneriler sunulmuştur.

1.1.Araştırmanın Problemi

Alanyazın incelemesi sonucu bir çok macera turizmi çeşidinin, tüketici davranışı bakış açısıyla ele alındığı görölse de söz konusu turizm çeşitlerinin Türkiye pazarında pek çok açıdan araştırılmaya ihtiyacı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Üç tarafı denizlerle

çevrili olan Türkiye’de uygulama alanı bulan tüplü dalış etkinliği bu turizm çeşitlerinden bir tanesidir. Macera turizmi kapsamında değerlendirebileceğimiz tüplü dalış endüstrisi gelişen teknolojiye bağlı olarak 20. yy.’ın ortasından itibaren hızla büyüyen bir sektör haline gelmiştir. Profesyonel Dalış Eğitmenleri Birliği (Professional Association of Diving Instructor - PADI) 2013 verilerine göre günümüzde yılda yaklaşık bir milyon kişi her yıl dalış eğitimi alarak dalış sertifikasına sahip olmaktadır. Aynı rapora göre dünya genelinde 21 milyondan fazla kişi tüplü dalış etkinliğine katılmaktadır. Bu çerçevede Türkiye’de tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin tüketici davranışı bakımından incelenmesi, dünya genelinde faaliyet gösteren sektörün Türkiye’deki durumunu gözler önüne sermek açısından büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda bireyleri dalışa yönelten güdülerin ve ilgilenimlerinin ortaya çıkartılması, hem dalgıçların deneyimlerine yönelik ihtiyaçların tespiti hem de sektör geleceğinin planlanması açısından büyük önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra Türkiye’de tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin yaş, gelir, cinsiyet dağılımı, eğitim durumu gibi demografik özellikleri konusunda yeteri kadar veri bulunamamaktadır. Bu eksikliğe ek olarak bireylerin; eğitim almak için daha çok hangi kurumu tercih ettikleri, dalış seviyeleri, eğitim, ekipman ve seyahat harcamaları gibi etkinliğe katılım özelliklerine dair de tatmin edici bir bilgiye erişilememektedir.

Bu araştırmada, Türkiye’de faaliyet gösteren tüplü dalış sektörüne yönelik yukarıda bahsi geçen eksiklikler, araştırmanın problemleri olarak tespit edilmiştir. Buna göre ülke genelinde tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdülerini ve ilgilenimlerini ortaya çıkarmak ve buna bağlı olarak bireylere ait dalış güdülerinin, ilgilenimlerine olan etkisine bakarak iki boyut arasındaki ilişkiyi incelemek bu araştırmanın ana problemini oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, tüplü dalış yapan bireylerin etkinliğe katılım ve demografik özellikleri çerçevesinde tüplü dalış güdülerini ve ilgilenimleri arasındaki ilişki veya farklılıkları incelemek bu araştırmanın alt problemleri olarak görülmektedir.

1.2.Araştırmanın Amacı

Turizm pazarlarının bölümlendirmesinde kullanılan önemli değişkenlerden bir tanesi de bireyleri turizm etkinliğine yönelten güdülerin ortaya çıkarılmasıdır (Kozak, 2010: 118). Pazar bölümlendirmesinde kullanılabilecek başka bir önemli değişken de ilgilenim konusudur (Kyle vd., 2002’den aktaran Harman, 2012: 13). Bu bağlamda, tez çalışmasının amacı: Türkiye’de tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdülerini ve

ilgilenimlerini ortaya çıkarmak ve buna bağılı olarak güdülerin, ilgilenimleri ne düzeyde etkilediğini tespit etmektir. Bu temel amaca ek olarak, ortaya çıkarılan güdü ve ilgilenim boyutlarının, bireylerin etkinliğe katılım ve demografik özelliklerine göre değişiklik arz edip etmediği bu araştırmanın alt amaçları olarak açıklanabilir. Belirlenen bu amaçlara ulaşabilmek için yanıtlanması hedeflenen sorular şu şekilde sıralanmaktadır;

- Türkiye’de tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdüleri, ilgilenimlerine ne düzeyde etki etmektedir?
- Türkiye’de tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin demografik özellikleri nelerdir?
- Türkiye’de tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin etkinliğe katılım özellikleri nelerdir?
- Türkiye’de tüplü dalış yapan bireyleri bu etkinliğe yönelten güdüler nelerdir?
- Türkiye’de tüplü dalış yapan bireylerin bu etkinliğe karşı ilgilenimleri ne düzeydedir?
- Türkiye’de tüplü dalış yapan bireylerin demografik özellikleri bireyleri bu etkinliğe yönelten güdülere ve ilgilenimlerine göre değişiklik göstermekte midir?
- Türkiye’de tüplü dalış yapan bireylerin etkinliğe katılım özellikleri, bireyleri bu etkinliğe yönelten güdülere ve ilgilenimlerine göre değişiklik göstermekte midir?

1.3.Araştırmanın Önemi

Araştırmada tüplü dalış etkinliğine katılan bireyler, tüketici davranışları kapsamına giren güdü ve ilgilenim konuları üzerinden incelenmiştir. Bu araştırmayla birlikte Türkiye alanyazınında ilk kez; (1) Türkiye’de tüplü dalış yapan bireyleri bu etkinliğine yönelten güdüler ve ilgilenimlerinin ne düzeyde olduğu ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. (2) Elde edilen faktörler doğrultusunda, iki boyut arasında ilişki olduğu tespit edilerek, güdülerin ilgilenim üzerindeki etkisine ilişkin verilere ulaşılması hedeflenmiştir. (3) Türkiye’de tüplü dalış yapan bireylerin yaş, cinsiyet dağılımı, eğitim durumu gibi demografik özellikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. (4) Türkiye’de tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin; dalış seviyeleri, dalış sertifikasının türü, dalış eğitimi, ekipman ve seyahatler için harcadıkları para gibi etkinliğe katılım özelliklerini yansıtan verilerin elde edilmesi hedeflenmiştir. Yukarıda sözü geçen başlıklara ilişkin bütün bulguların, bu araştırmayı önemli bir noktaya taşıdığı söylenebilir.

Bu araştırma sonrasında, gerek kamu alanında gerekse özel sektörde faaliyet gösteren bütün uygulayıcılar; tüplü dalış yapan bireylerin bu etkinliğe karşı olan ilgilenim düzeylerinin ve ilgilenimlerini etkileyen başlıca güdü faktörlerinin neler olduğuna ulaşabileceklerdir. Bu sayede, farklı güdü ve ilgilenim düzeyine sahip olan dalgıçların profili daha iyi çözümlenebilecek ve böylece pazara dönük daha etkin planlamalar yapılabilecektir. Alan araştırmasında elde edilen bireylere ait demografik ve etkinliğe katılım özelliklerine ilişkin bulgular sayesinde, tüplü dalış sektöründeki tüm paydaşlar tarafından, dalgıçların profili daha iyi çözümlenebilecek ve böylece pazara dönük daha etkin planlamalar yapılabilecektir. Tüm bunların yanı sıra bu araştırma; tüplü dalış etkinliği kapsamında alanyazına katkı sağlaması ve macera turizmi kapsamında yer alan diğer turizm çeşitlerine yönelik benzer çalışmalar için fikir verici olması sebebiyle de oldukça önemlidir.

1.4.Araştırmanın Sınırlılıkları

Saha çalışması aşamasında veri toplama süreci 2015 Ocak ve Şubat aylarında yürütülmüştür. Bu sebeple bireylerin dalış etkinliğine duydukları özlemden dolayı ilgilenim düzeylerinde bir değişimin olabileceği akıllara gelmektedir. Buradan hareketle veri toplama sürecinin bütün bir yıla yayılarak yapılması, bireylerin etkinliğe karşı olan ilgilenim düzeylerine ilişkin daha sağlıklı bulguların ortaya çıkmasına yardımcı olabilir. Bunun yanı sıra veri toplama sürecinde hazır ölçeklerin kullanılması da bu araştırmanın bir sınırlılığı olarak görülebilir. Sosyo-kültürel sebeplerden dolayı tüplü dalış yapan bireylerin güdü ve ilgilenim düzeylerinde ülkelere göre farklılık görülebilir. Bu sebeple veri toplama sürecinde, gözlem veya görüşme gibi nitel araştırma yöntemleri de kullanılarak varsa farklı güdü ve ilgilenim unsurları ortaya çıkartılabilir. Böylece mevcut ölçeklerin geliştirilmesine katkı sağlanabilir.

2. Alanyazın

2.1.Tüplü Dalış Turizmi

Çalışmanın bu bölümünde tüplü dalış etkinliğinin macera kavramıyla ilişkisine değinerek turizm türleri arasındaki yeri tarif edilmeye çalışılmıştır. Daha sonra tüplü dalış etkinliğinin tarihsel gelişimi aktararak dünyada ve Türkiye'deki yeri turizm açısından incelenmiştir. Son olarak Türkiye'de tüplü dalış etkinliğinin gerçekleştirilebileceği bölgeler tanıtılmıştır.

2.1.1. Tüplü Dalış Turizminin Kavramsal Olarak Alanyazındaki Yeri

Turizm sektörüne yönelik alanyazındaki araştırmalara bakıldığında kitle turizmine dönük yapılan çalışmaların yanı sıra, alternatif turizme yönelik yapılan çalışmaların da son yıllarda arttığı görülmektedir. Alternatif turizm, doğal riski içinde barındıran macera turizmini ve doğayla iç içe olmayı gerektiren doğaya dayalı turizm çeşitlerini kapsamaktadır (Bennett, 2002: 2). Ancak, macera turizminden bahsetmeden önce macera kavramının açıklanarak bu olgunun turizmde bir turistik ürün haline nasıl dönüştüğüne de değinilmesi faydalı olabilir. Macera kelimesi Türkçe'ye Arapça'dan girmiş olup Türkçe sözlükte "baştan geçen ilginç olay veya olaylar zinciri, serüven, sergüzeşt, avantür" (TDK: 2014) şeklinde tanımlanmaktadır. İngilizce sözlükte ise "sıradışı, heyecan verici ya da tehlikeli deneyim içeren yolculuk ve olaylar dizisi" ve "heyecan, risk alma eğilimi ve yeni fikirler denemek, vb." olarak karşılık bulmaktadır (Oxford Advanced Learner's Dictionary: 2014). Her iki sözlükten de anlaşılacağı üzere macera kelimesi; risk, belirsizlik ve ilginçlik ifadeleriyle tanımlanmaktadır. Ewert ve Hollenhorst (1989:21), maceranın, gerçekleşen yada algılanan tehlike aracılığıyla genellikle doğal bir çevrede katılımcı tarafından hissedilen bir belirsizliğin var olduğu rekreasyonel aktivitelerden oluştuğunu ileri sürmektedir. Weber'in (2001: 362) yaptığı tanıma göre: "maceraya atılan bireyler üst düzey macera arayışı ihtiyaçlarını karşılamak adına az da olsa güvenlik ihtiyaçlarından feragat ederek bir takım risk ve tehlike unsurlarını kabul ederler". Klasik risk teorisi kapsamında değerlendirilen macera kavramına göre maceraperest kişiler risk arayışına kendileri için girerler ve duygusal beklentilerini karşılamak için bu deneyimi yaşarlar (Walle, 1997: 267). Bu açıklamalar ışığında macera kavramının; risk, belirsizlik ve sıradışı bir durumla özdeşleşmiş olduğu ileri sürülebilir.

Macera olgusu, tarihi bir perspektif içinde keşifler ve araştırmalarla belirgin bir biçimde ilişkilidir ve zamanla bu keşif ve araştırmaların odak noktası değişim göstermiştir (Gülcan, 2004: 20). Weber (2001: 363) macera kavramının çıkış noktasını, yabancı ülkelerin keşfedilmesi, yeni toprakların elde edilmesi ve hazinelerin ele geçirilmesi için uzak yerlere gidilmesi ayrıca bilimsel gelişmelerde ilerleme sağlanmasıyla ilişkilendirmiş, macera olgusunun keşifler ve araştırmalarla ilişkisi olduğu düşüncesini oryantalist bir bakış açısıyla desteklemiştir. Buradan hareketle macera kavramının ilk zamanlarda daha çok hazine elde etmek için başka ülkelerin sömürülmesi amacıyla yapılan seyahatlerin olduğu döneme rastladığını ve hedefe ulaşmada bir araç olarak

algılandığını görebilmekteyiz (Gülcan, 2004: 20). Ancak zamanla bu algının değiştiği de görülmektedir. Ewert'a göre (1989) maceraya atılma nedeni, bilimsel bilgi elde etmek için gerekli olan yan ürünün (toprak ve hazine vb.) keşfedilmesinden, zamanla bir bireyin kendi kişisel arzularını elde etme amacına dönüşmüştür. Başka bir ifadeyle macera, bir keşife araç olmaktan çok, kendi arzuları için var olan veya kendisinde son bulan meşru bir arayışa dönüşmüştür (aktaran Weber, 2001: 363). Gülcan (2004: 21) macera olgusunun turistik bir ürün haline gelmesini ve bununla birlikte macera turizminin ortaya çıkmasını şu şekilde ifade etmiştir:

(...) Maceranın, hedefe ulaşma yolunda bir araç olmaktan çıkıp, kendisi bir hedef durumuna gelince, macera olgusu özel bir ilgi alanı ve bir turistik ürün haline gelmiştir. Macera olgusu çerçevesinde gerçekleşen seyahatler, ilgili ürün bileşenlerinin hazırlanması, bu ürünle ilgili alt ve üst yapının planlanması, ürün tutundurma, dağıtım faaliyetleri ve güvenlik uygulamaları gibi bir çok etkinlik, macera turizmi olarak anılan bir sektörün ortaya çıkmasına neden olmuştur (...)

Modern dünyanın kendisine sağladığı koruma ve güvenlik duvarından, kolaylıklarından sıkılan genç ruhlu insanlar, modernleşmeden kurtulabilmiş, bozulmamış alanlarda, risk alarak doğayı denemek, yaşamak ve hatta öğrenmek istemektedir (Kozak ve Bahçe, 2012: 258). Bu düşünce doğrultusunda, macera aktivitelerini gerçekleştirmek isteyen katılımcıların dâhil olduğu macera turizmi olgusunu tanımlamakta yarar vardır. Buna göre macera seyahati, yeni bir deneyimi keşfetmek için özel bir amaca yönelik gerçekleştirilen, algılanan risk veya kontrol edilen tehlike eşliğinde kişisel mücadelenin doğal bir çevre ya da ilginç bir açık alanda gerçekleştirildiği bir çeşit seyahat veya yolculuktur (Sung, Morrison ve O'Leary, 1997'den aktaran Sung, 2004: 343-356). Çeşitli sayıda aktiviteleri içinde barındıran ve giderek büyüyen bir sektör olan macera turizmi, macera ve heyecan arayışı içinde olanlara, açık alanda ticari bir şekilde sunulmaktadır (Callander ve Page, 2013: 14). Başka bir çalışmada macera turizmi: "Deneyimin sunum ve yönetiminin birbirleriyle etkileşiminden doğan, risk unsurlarını içinde barındıran, genellikle ticari olarak sunulan ve katılımcının ikamet ettiği yerden uzaklaşarak doğal bir çevrede gerçekleştirilen geniş bir faaliyet alanına sahip turistik açık alan aktivitesidir." şeklinde tanımlanmaktadır (Hall ve Weiler, 1992'den aktaran Weber, 2001: 363-364). Buckley'e göre (2007: 1428) macera turizmi, temel çekiciliğin gerçekleştirildiği doğal bölgenin özelliklerine bağlı olarak ve katılımcısına heyecan verecek şekilde düzenlenerek

genellikle özel donanım gerektiren ve rehber eşliğinde gerçekleştirilen açık alan aktivite turlarıdır.

Yapılan tanımlamalardan da anlaşılacağı üzere macera turizmi genellikle *heyecan, belirsizlik, risk, doğal ortamla etkileşim* gibi kavramlarla bütünleşmektedir. Bu özelliğinden dolayı macera turizmi kapsamında yapılan turistik eylemlerin diğer turizm çeşitlerinden farklılık gösterdiği ileri sürülebilir. Bu yargı Bennett (2002: 2) tarafından açıkça desteklenmektedir: "Macera turizmi deneyimi, katılımcılara algılanan veya gerçekleşen tehlike unsurlarını arz ettiği için geleneksel turizm deneyimlerinden farklılık göstermektedir. Ayrıca bu risk unsurları, dağ tırmanışı, su kayağı ve hava dalışı gibi macera aktiviteleri seyahatlerinde katılımcılar için bir motivasyon faktörü olabilir". Geleneksel turizm deneyimlerinden farklılık gösteren ve macera turizmi kapsamında yer alan bu aktiviteler Tablo 1'de sıralanmıştır.

Tablo 1. Macera Turizmi Aktiviteleri

Kara İle İlgili	Su İle İlgili	Hava İle İlgili
Kros Kayak	Yer Altı Raftingi	Balon Seyahati
Yamaç Aşağı Kayak	Mağaracılık	Yelken Kanat
Helikopterli Kayak	Gemiyle Seyahat	Planörcülük
Kayakla Yürüyüş	Tüplü ve Tüpsüz Dalış	Helikopterli Esnek Atlayış
Kapsamlı Doğa Yürüyüşü	Jet Motosikler	Paraşütçülük
Araçlı Safari	Jet Botçuluğu	Yamaç Paraşütü
Makaralı İp İnişi	Tekne Paraşütü	Helikopter Gezileri
Esnek İp Atlayışı	Rafting	
Dağ Bisikletçiliği	Nehir/Deniz Kanoculuğu	
Rehberli Buzul Yürüyüşü	Kanoculuk	
Atla Gezinti	Nehir Sörfü/Kızağı	
Kara Avcılığı	Su Kayağı	
Dağcılık	Rüzgar Sörfü	
Sabit İpli İniş	Balık Tutma	
Kaya Tırmanışı		

Kaynak: Bentley, Page, ve Laird, 2001:33

Tablo 1’de görüldüğü üzere macera turizmi kapsamında su aktiviteleri arasında yer alıp sualtı dalış turizminde oldukça popüler olan tüplü dalış (Meisel ve Cottrell, 2003: 393) bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Kler (2007: 138) çalışmasında ”genel olarak tüplü dalış, macera unsurlarını içinde barındıran rekreasyonel bir arayıştır” şeklinde bir açıklama yaparak tüplü dalışı macera olgusuyla birlikte tanımlamaktadır. Maceranın alt teması olarak sualtı dalış; mağara dalışı, batık dalışı, gece dalışı gibi çeşitli dalış türlerini içinde barındırarak, risk alma ve keşfetme güdüsüyle hareket eden bireylerin sualtı çevresiyle olan ilgilenimlerini ifade eder (Kler, 2007: 138). Tüplü dalışı macera turizmi kapsamında değerlendiren Dimmock’ a (2009: 3) göre tüplü dalış, okyanus ortamında keşfetme, sualtı doğal ortamını araştırma ve sualtında yaşayan bitki ve hayvanları izlemeyle ilgilenenlere hitap eder. Araştırmacı yaptığı çalışmada macera-tüplü dalış ilişkisini daha açık bir hale getirmiştir: “Macera rekreasyon deneyimi örneklerinin özellikleri, tüplü dalış ile macera arasında kesin bir ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca tüplü dalışta risk ve belirsizliğin varlığı da macera kavramıyla ilişkisi olup olmadığı tartışmasını azaltmaktadır” (Dimmock, 2009: 3). Bennet (2002: 3) tüplü dalış gibi sualtı aktivitelerinin belirli bir seviyede risk içermesi, sualtında ve kıyıda yaban hayatını içinde bulundurması sebebiyle macera turizmi kapsamında değerlendirilebileceğini ifade etmiştir. Dimmock (2009: 4) macera aktivitelerinde yer alan risk gibi belirli unsurların tüplü dalış deneyiminin bileşenleri olduğu vurgusunu yapmıştır. Meisel ve Cottrell (2003: 393) macera aktivitelerinin artmasıyla birlikte tüplü dalışın da popüler açıdan başlıca yükselen bir aktivite olduğunu belirtmiştir.

Alanyazın taramasında ortaya çıkan bilgiler göstermektedir ki sualtı dalış turizmi kapsamında gerçekleştirilen bir etkinlik olan tüplü dalış, taşıdığı özelliklerin örtüşmesinden dolayı macera turizmiyle yakından ilişkilendirilebilmektedir. Bu bağlamda tüplü dalışın kavramsal olarak ne olduğuna, dünyada ve Türkiye’deki yerine ve tarihsel gelişimine değinmek yararlı olacaktır.

2.1.2. Dünyada ve Türkiye’de Tüplü Dalış Turizmi ve Tarihsel Gelişimi

Mitolojide denize ilk dalanın Nuh Peygamber zamanına rastladığından ve ölümsüzlük otu arayan Gılgames isimli bir dalgıcın hikâyesinden bahseden Sofular (1992: 5) deniz altı araştırmaları ve keşiflerin milattan önce beş bin yıl öncesine kadar uzandığını vurgulamaktadır. Eskiçağ ve ortaçağa ait bazı medeniyetler büyük olasılıkla denizle olan

ilişkilerini, sualtına girerek yiyecek bulmak üzerine kurmuşlardır. Daha sonra denizler; ticaret, bilim ve keşif için araştırılmıştır (Diole, 1954'den aktaran Dimmock, 2009: 13). Bu araştırmaların ve keşiflerin nedenlerini denizaltı merakı, ticari amaçla batık hazineleri bulmak ve deniz ürünlerinden yararlanmak şeklinde sıralayan Sofular (1992: 5) deniz savaşlarında da dalgıçlığın çok önemli bir rolü olduğunu tarihi bir olayla açıklamıştır. Bu olaya göre;

(...) İsa Peygamber'den 400 yıl önce Yunanlı tarihçi Herodot'un kayıtlarında şu ilginç hususun yer aldığı görülmektedir. Yunan Kralı, Skyllias isminde bir dalgıcı Pers donanmasında özel olarak görevlendirmiştir. Bu dalgıç çıkardığı defnelerle ün yapmıştır. Bir süre Pers donanmasında görev yapan bu Yunanlı dalgıç bir fırtınada denize atlayarak Pers donanmasının halatlarını kesmiş ve donanmayı paniğe uğratmıştır. Yunanlı dalgıç daha sonra dokuz mil uzakta bulunan şimdiki adıyla Bodrum olarak bilinen Halikarnas'a kadar yüzerek kaçmayı başarmıştır (...)

Özellikle yiyecek ve mali açıdan geçim kaynağı olarak denizler, bazı uygarlıkların kültürel özelliği olmuştur. Yunanistan'ın MÖ 4500'lere uzanan tarihi adası Kalymnian'da yaşayan nüfus, o dönemlerde ekonomik olarak yıllarca Akdeniz'den deniz süngerleri toplayan dalgıçlara bağlı olarak yaşamışlardır (Ashcroft, 2001'den aktaran Dimmock, 2009: 14). Babilde milattan önce 2450'li yıllarda gelişen mücevher ticaretinde inci toplayan dalgıçlar Pers İmparatorluğu için çok önemli bir rol oynamaktaydılar (Miller and Koblick, 1984'den aktaran Dimmock, 2009: 14). Deniz süngeri, istiridye ve inci toplamak için yapılan dalışlar uluslararası ilgiyi üzerine çekti ve Yunan dalgıçlar Akdeniz'de toplanan deniz süngerleri üzerine kurulan uluslararası ihracat işletmelerinin önemli bir parçası haline geldi (Ecott, 2001'den aktaran Dimmock, 2009: 14). Aktarılan çalışmalardan da anlaşılacağı üzere tarihin çok öncesine uzanan dalış etkinliği ilk zamanlar insanların temel ihtiyaçlarını karşılamak için yapılmaktaydı. Ayrıca ülkelerin ticari faaliyetlerinde, askeri alanlarda dalış etkinliğinin önemli bir rolü olduğu da yapılan çalışmalardan anlaşılmaktadır.

Tarih boyunca bu amaçlar doğrultusunda yapılan araştırma ve dalma eylemi daha sonra bir meslek haline gelmiş ve gelişen teknoloji sayesinde sualtı sporları kapsamında değerlendirilecek noktaya kadar ulaşmıştır (Sofular, 1992: 5). Tek nefesle yapılan dalışlarda insanoğlunun kapasitesi, sualtında daha fazla kalmak için zamanla geliştirildi ve sportif bir başarı sağlanmasına da zemin hazırlandı (Ecott, 2001'den aktaran

Dimmock, 2009:14). İkel solunum ekipmaları ortaya çıkmadan önce genellikle dalış yapan kişiler, dalış esnasında birkaç dakikalığına nefeslerini tutarak sualtı etkinliklerini gerçekleştirdiler (Olivier, 2006: 97). Zamanla dalgıçlar, geliştirilmiş solunum cihazlarının ve koruyucu kıyafetlerin ortaya çıkmasıyla aşamalı olarak daha rahat ve uzun süreli dalış imkanını elde etmişlerdir (Dimmock, 2009: 14). Ünlü tarihçi Aristo MÖ 333 yılında Büyük İskender' in çana benzeyen bir fanusta sıkışan havayı soluyarak deniz dibine daldığını aktarmıştır. Bu şekilde ortaya çıkan sıkışmış havayı kullanma fikri sualtı dalışlar için 15. ve 18. yüzyılları arasında da uygulanmıştır (Sofular, 1992: 6). John Lethb Ridge adlı İngiliz araştırmacı 1715 yılında her tarafı kapalı deriden bir dalgıç elbisesi yapmıştır. W.H. James adlı bir diğer İngiliz mucit 1825 yılında, üzerinde sıkıştırılmış hava taşıyan elbiseyi keşfetmiştir (Küçükaslan, 2007: 239). Günümüzde ise okyanus derinliklerinde araştırmalar ve keşifler yapılırken dalış esnasında oluşabilecek olumsuz etkileri ortadan kaldıracak ve vücudu soğuğa karşı koruyabilecek şekilde dalış kıyafeti tasarlandı ve daha rahat bir solunum için solunum aparatları geliştirildi (Dirole, 1954'den, Miller ve Koblick, 1984'den aktaran Dimmock, 2009: 14).

Teknolojik gelişmeler, her alanda süreklilik gösterdiği gibi sualtı dalış kıyafetlerinin ve solunum cihazlarının gelişiminde de süreklilik göstermiştir. Tüplü dalış teçhizatının ilk örneği kabul edilen ve 'su ciğeri' olarak bilinen regülatör 1940'lı yılların başında Jacques-Yves Cousteau ve Emile Gagnan tarafından icat edilmiştir (Garrod ve Gössling, 2008: 3). Yüksek hava basıncı içeren dalış tüpü ve dalgıca gerekli olan basınç ortamını sağlayan bir regülatörden oluşan bu teçhizat, halen tüplü dalışlarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Garrod ve Gössling, 2008: 3). Çeşitli aksesuarların bir araya gelmesiyle oluşan ve 'Self Contained Underwater Breathing Apparatus' kelimelerinin baş harflerinden ortaya çıkmış olan SCUBA, Türkçe 'de 'sualtında bağımsız taşınabilir, kendi kendine yeterli solunum cihazı' şeklinde karşılık bulmaktadır (Sofular, 2002: 18). Cousteau ve Gagnan'ın buluşuyla birlikte 1940'lı yılların sonuna doğru tüplü dalış için gerekli olan teçhizatlar artık birer ticari ürün haline gelmeye başladı. Bu tarihten sonra dalışa olan ilgi küresel bir boyut kazandı ve ılıman, tropikal hatta kutuplarda sualtı yaşamı ulaşılabilir bir noktaya taşındı (Ecott 2001 ve Ewert 1985'den aktaran Dimmock, 2009: 14). Tüplü dalış her ne kadar bireysel bir macera sporu olma ruhunu taşısa da günümüzde artık kitlesel bir harekete dönüştüğü için bir endüstri olarak dikkate alınmalıdır (Treeck ve Schuhmacher, 1998: 499). Bu bağlamda tüm dünyada ve Türkiye'de popüler bir

etkinlik olan tüplü dalış uluslararası turizm endüstrisinin hızla büyüyen bir bileşenidir (Davis ve Tisdell, 1995: 19).

Dünya Turizm Örgütü'nün raporuna göre dalgıçlar artık daha fazla macera arayışı içinde olup aktif olarak tüplü dalış yapan her dört turistten biri yeni dalış bölgeleri aramaktadır (WTO, 2001: 89). Ayrıca dünya genelinde daha fazla ülke, dalış turizmi pazarında boy göstermekte ve kendileri için uluslararası dalış bölgeleri oluşturmaktadır. Dalış pazarındaki bu hızlı yükseliş sualtı turizmine olan ilginin artmasıyla açıklanabilir (Garrod ve Wilson, 2003'den aktaran Garrod ve Gössling, 2008: 8). Dalış seyahatleri, tüplü dalış endüstrisinde tropikal mercan resiflerini ziyaret eden dalgıçlar sayesinde en hızlı büyüyen sektörlerden biri haline gelmiştir (Dimmock, 2009: 20). Dünya genelinde 4-6 milyar dolar arasında cirosu olan dalış endüstrisinde yirmi iki milyondan fazla sertifika verilmekte olup halen yılda yaklaşık bir milyon kişi dalış eğitimi almaktadır (WTO, 2001: 86).

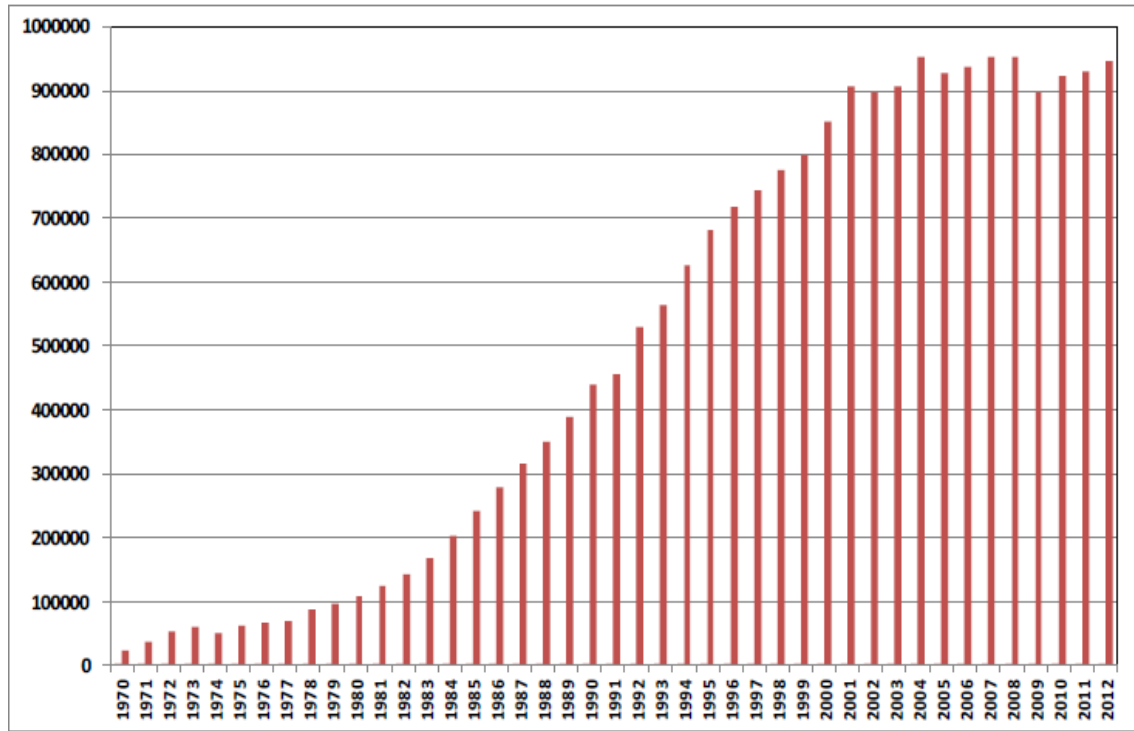
Dalış turizmi alanında önde gelen araştırmacılar tarafından, turizm bakış açısıyla yapılmış dalış etkinliği tanımının aktarılmasında fayda vardır. Bireylerin daimi olarak ikamet ettikleri adreslerinden ayrılarak seyahat ettikleri yerde en az bir gece konaklayarak tüplü dalış, şnorkelle yüzme¹, snuba² dalışı gibi etkinliklerden herhangi birini veya daha fazlasını gerçekleştirmek için katıldıkları dalış etkiliğini ifade eder (Garrod ve Gössling, 2008: 7). Başka bir çalışmada geçen tanıma göre sualtı dalış turizmi; sualtı dünyasının flora, fauna ve arkeolojik kültür varlıklarını görmek, fotoğraflamak, filme almak ve sportif balık avcılığı, sportif ve eğitim amaçlı dalışlar ile kıyıda verilen konaklama ve ağırlama hizmetlerini içine alan bir turizm çeşididir (Yaşar, 2011: 36). Sualtı turizm endüstrisinin bir bileşeni olan tüplü dalış turizmi ise Dünya Turizm Örgütü tarafından şu şekilde tanımlanmıştır: “Seyahat etmelerindeki asıl amacın tüplü dalış olması sebebiyle bu tür destinasyonlara katılan kişilerin içinde bulunduğu etkinlik, tüplü dalış turizmi olarak tanımlanabilir. Destianasyonun çekiciliği ise araziye dayalı çekicilikler veya konaklama niteliği gibi faktörelere ziyade özellikle dalışın niteliğiyle ilişkilidir” (WTO, 2001: 86).

¹ Şnorkel: Suyun yüzeyinde seyreden dalgıcın normal havayı solumak suretiyle başını kaldırmadan yüzmesine imkân veren ‘J’ biçimli tüp.

² SNUBA (Surface Nexus Underwater Breathing Appratus): Şnorkelle yüzme ile tüplü veya serbest dalış arasında konumlandırılan ve en fazla 6 metreye kadar dalış yapılabilen bir dalış etkinliği türüdür.

Uluslararası alanda Professional Association of Dive Instructor (PADI) olarak bilinen ve 1967 yılında kurulan Profesyonel Dalış Eğitmenleri Birliği, standartlaştırılmış kurallar eşliğinde tüplü dalış sertifika lisansları vererek tüplü dalış eğitimlerinin uluslararası ortamda yürütücüsü olmuş ve bu alanda hızlı bir şekilde söz sahibi kuruluş haline gelmiştir (Dimmock, 2009: 16). PADI'nin 2013 yılında yayınladığı bir rapora göre yılda yaklaşık bir milyon kişi PADI'nin belirlediği standartlar çerçevesinde dalış eğitimi alarak dalış sertifikasına sahip olmaktadır.

Tablo 2. Dünya Geneline Verilen Sertifikaların Yıllara Göre Dağılımı



Kaynak: PADI, 2013

Tablo 3'te ise PADI'nin göstergelerinde yer alan güncel veriler günümüzde toplam yirmi bir milyondan fazla kişiye dalış sertifikası verilmiş olduğunu göstermektedir (PADI, 2013).

Tablo 3. Dünya Genelinde Verilen Sertifika Rakamları

Yıl	Yılda Verilen Sertifika Sayısı	Toplam Sertifika Sayısı	Yıllık Büyüme Oranı
1967-69		23,836	
1970	23,736	47,572	
1971	36,490	84,062	53.7%
1972	51,842	135,904	42.1%
1973	60,120	196,024	16.0%
1974	49,834	245,858	-17.1%
1975	61,244	307,102	22.9%
1976	66,609	373,711	8.8%
1977	69,771	443,482	4.7%
1978	86,187	529,669	23.5%
1979	95,193	624,862	10.4%
1980	107,404	732,266	12.8%
1981	124,365	856,631	15.8%
1982	141,429	998,060	13.7%
1983	168,778	1,166,838	19.3%
1984	203,001	1,369,839	20.3%
1985	240,384	1,610,223	18.4%
1986	277,378	1,887,601	15.4%
1987	315,468	2,203,069	13.7%
1988	350,000	2,553,069	10.9%
1989	387,767	2,940,836	10.8%
1990	440,418	3,381,254	13.6%
1991	456,046	3,837,300	3.5%
1992	529,463	4,366,763	16.1%
1993	564,672	4,931,435	6.6%
1994	625,487	5,556,922	10.8%
1995	680,263	6,237,185	8.8%
1996	717,973	6,955,158	5.5%
1997	743,763	7,698,921	3.6%
1998	775,735	8,474,656	4.3%
1999	799,696	9,274,352	3.1%
2000	852,702	10,127,054	6.6%
2001	907,171	11,034,225	6.4%
2002	896,977	11,931,202	-1.1%
2003	907,722	12,838,924	1.2%
2004	954,049	13,792,973	5.1%
2005	927,529	14,720,502	-2.8%
2006	936,579	15,657,081	1.0%
2007	952,716	16,609,797	1.7%
2008	952,097	17,561,894	-0.1%
2009	897,401	18,459,295	-5.7%
2010	923,571	19,382,866	2.9%
2011	930,941	20,313,807	0.8%
2012	945,107	21,258,914	1.5%

Kaynak: PADI, 2013

PADI'nın yayınladığı raporlardan da anlaşılacağı üzere tüplü dalış etkinliğinde 1960'lı yıllardan bu yana düzenli olarak bir artış gözlemlenmektedir. Bir çok bölgede faaliyet gösteren dalış sektöründe, dünyada en iyi bilinen dalış bölgeleri; Karayipler, Pasifik Adaları, Galapagos Adası, Kızıl Deniz, The Great Barrier Reef (Büyük Set Resifi), Tayland, Malezya, Filipinler, Mikronezya ve Maldivler şeklinde sıralanmaktadır (Ince ve Bowen, 2010: 1770).

Dünyada tüplü dalış eğitimi ve sertifikası için kurulan tek topluluk PADI değildir. Regülatörün icadını gerçekleştiren Cousteau tarafından Monako'da kurulan CMAS (Confederation Mondiale Des Activites Subaquatiques/Dünya Sualtı Aktiviteleri Konfederasyonu) 22 Şubat 1952'de on kişilik bir grupla hayata geçirilmiştir. CMAS beş kıtada 130 ülkenin federasyon üyeliğine sahiptir (CMAS: 2014). Tüplü dalış eğitimi vermek için bu iki kurumun dışında başka kurumlar da vardır. Ayrıca her kurumun kendine ait belgelendirme sistemi mevcut olup, diğer kurumlarla da denklik sistemi oluşturulmuştur. Yani bir kurumdan belge alan kişi, diğer kurumda almış olduğu belgenin karşılığı olan belgeyi sadece belge ücreti ödeyerek almaktadır (Çakal, 2011: 12). Adı geçen diğer kurumlardan da bahsetmek gerekirse; SSI (Scuba School

International/Uluslararası Tüplü Dalış Okulları); 1970 yılında hayata geçirilen kuruluş 30 dilde basılı materyalleriyle 30 bölge ofisi ve 110 dan fazla ülkede 2500 den fazla uluslararası lokasyonda kendi standartlarıyla eğitim vererek tüplü dalış sertifikası vermektedir (SSI, 2014). NAUI (National Association of Underwater Instructors/Ulusal Sualtı Eğitmenleri Derneği); Amerika Birleşik Devletleri'nde 1959 yılında bir grup dalış eğitmeni tarafından kurulmuş olup uluslararası standartları olan bir dalış eğitimi kuruluşudur (Çakal, 2011: 12). ACUC (Amarican and Canadian Underwater Certifications/Amerika ve Kanada Sualtı Sertifikasyonu); iki binden fazla profesyonel dalış eğitimi programlarıyla 43 ülkede eğitim veren kuruluş 1986 yılında Kanada'da hayata geçirilmiştir (ACUC: 2014).

Türkiye coğrafyasında sualtı dalış hakkında elde edilmiş bilgiler, dünyadaki kadar eski bir tarihe dayanmasa da on yedinci asır Osmanlı Dönemi'nde bu konu hakkında bir takım bilgilere ulaşılabilmektedir. Osmanlı İmparatorluğu kaptanlarından Piri Reis seyir defterinde Osmanlı Donanmasına ait Sömbeki adı verilen dalgıçların varlığından ve bu dalgıçların başarılarından bahsetmektedir. Daha sonra Piri Reis'in ardılları 1923 yılında Kasımpaşa Azapkapı'da o dönem formalı dalgıçlık olarak bilinen *Skafande Derin Su Dalgıç Ekipmanını* geliştirmişlerdir. Cumhuriyet tarihinin ilerleyen yıllarında ise 1957 yılında Beykoz Çubuklu'da uluslararası seviyede dalgıç yetiştirmek için Dalgıç Okulu Komutanlığı kurulmuştur. Günümüzde ise bu okul Türk Deniz Kuvvetleri'ne bağlı Kurtarma ve Sualtı Komutanlığı olarak görevini sürdürmektedir (Sofular, 1992: 7). Türkiye'de tüplü dalış eğitimlerini tamamlayanlara verilen sertifika 1982 yılında Ankara'da Türkiye Sualtı Sporları, Can Kurtarma, Su Kayağı ve Paletli Yüzme Federasyonu (SCSPF) adıyla kurulan ancak ismi 2005 yılında Sualtı Sporları Federaasyonu (TSSF) olarak değiştirilen kuruluş tarafından verilmektedir (Çakal, 2011: 13). CMAS ve ILS (International Life Saving Federation/Uluslararası Can Kurtarma Federasyonu) üyesi olarak da görevini sürdüren federasyon, eğitimlerini bu kuruluşların belirlediği standartlar doğrultusunda vermektedir.

Dünya genelinde ve Türkiye'de sualtı dalış etkinliğinin tarihsel gelişimi hakkında bilgi verildikten sonra ülkemizdeki tüplü dalış noktalarının da bu çalışmaya aktarılması faydalı olabilir. Bu sebeple bir sonraki başlıkta Türkiye'de tüplü dalış turizmine ait noktalar hakkında çeşitli bilgiler verilmiştir.

2.1.3. Türkiye’de Tüplü Dalış Turizmi Bölgeleri

Türkiye’deki sualtı arkeolojik kalıntılar ve zengin sualtı faunası, tüplü dalış turizmi açısından önemli bir değere sahiptir. Dolayısıyla dünyadaki sualtı turizm faaliyetlerine karşılık, ülkemizde de çok değerli kültürel değerler ve zengin bir sualtı faunası bulunmaktadır (Demirtaş, 2012: 1081). Akdeniz coğrafyası çok köklü denizcilik tarihine de sahiptir. Bu sebeple Türkiye’de, yapılan çeşitli deniz savaşları sonucu ortaya çıkan tarihi miras niteliği taşıyan batıklar da mevcuttur. Bunun yanı sıra Türkiye, Asya’yı Avrupa’ya bağlayan bir konumda olması sebebiyle tarihte deniz ticareti açısından tüccarların önemli rotalarından biri haline gelmiştir. Türkiye karasularına ticari sebeplerle gelmiş ancak bir takım nedenlerden dolayı batmış gemiler de mevcuttur. Girne Batığı³ ve Uluburun Batığı⁴ bunun için güzel birer örnektir. Bu tür batıklar dalış yapmak isteyenler için tarihi miras niteliği taşımakta ve merak uyandırmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın yayınladığı ülkemizde önemli bir yere sahip olan tüplü dalış bölgeleri aşağıda sıralanmıştır. Bakanlık internet sitesinde dalış bölgeleri hakkında verilen bilgiler şu şekildedir:

Antalya/Kemer

Türkiye’de en çok dalış okullarının bulunduğu bu dünyaca ünlü turistik beldemiz, bünyesinde çeşitli dalış alternatifleri bulundurmaktadır. Hemen Antalya liman girişinde bulunan Fransız askeri nakliye gemisi 20-32 metre derinliklerde yatmaktadır ve suyun bulanık olması sebebiyle batık dalışı için meraklılarının ilgisini çekmektedir. Kemer marinası açıklarında 33 metre kumluk dipte yatan Paris Batığı her dalıcının ziyaret etmesi gereken bir batıktır. Tekirova açıklarındaki İç Adalar çeşitli dalış türlerinin gerçekleştirilebildiği bir bölgedir. Bölgenin zengin bir dalış noktası olan kanyonda iri vatozlar ve her çeşit balık görülebilir. İç Adalar mağara dalışı için idealdir. Ağustos ve Eylül aylarında orkinos sürüleriyle karşılaşıldığı gibi fok balığına da rastlanabilmektedir. Yine bu sular yakın çekim ve gece fotoğrafçılığı için harikadır. Kıyı sularda her an karşılaşılabılır.

³ Girne Batığı: Milattan önce dördüncü yüzyılda içi şarap ve zeytinyağı dolu olan gemi ticari amaçla limandan ayrıldıktan bir süre sonra sebebi bilinmeyen bir nedenden dolayı Kıbrıs açıklarında batmıştır.

⁴ Uluburun Batığı: Milattan önce bin üçyüz yıllarına ait batık Kaş, Uluburun mevkiinde bir sünger avcısı tarafından keşfedilmiştir.

Antalya/Kalkan

İleri düzeyde dalgıçlara yönelik olan Kalkan suları akıntı, sert rüzgâr, duvar dalışı, makro hayat, pelajik⁵, dalış açısından oldukça zengindir. Otuzlu metrelerde birçok deniz canlısına rastlanabilir. Patara kanyonu, mercan ve sünger çeşitleriyle süslüdür. Öksüz Ada ise köpekbalığı ailesinden Keler balıklarını barındırır.

Antalya/B-24 Amerikan Savaş Uçağı Batığı

Antalya'nın Manavgat ilçesi yakınlarında 200 metre açıkta yatan batık 1994 yılında Romanya üzerindeki bombalama görevini yerine getirdikten sonra Kıbrıs'taki üssüne dönmek üzere hareket eden 'Handley's Harem' isimli B-24 tipi Amerikan savaş uçağına aittir. 1995 yılında yapılan çıkartma çalışmalarında uçağın kokpiti su yüzüne çıkartılmış bir süre Cengel Jandarma Karakolu'nda kaldıktan sonra İstanbul'daki özel müzelerden birine götürülmüştür. Uçağın kalan kısmının çıkarma çalışmaları sürmektedir. Uçağı dalış özel izin gerektirmektedir.

Antalya/Uluburun Antik Batığı

Kaş ilçesinin 8,5 kilometre güney doğusunda uzanmakta olan Uluburun'un doğu kıyısından 60 metre açıkta yatan batık milattan önce 14. yüzyıla ait bir yük gemisi kalıntılarıdır. 1984 yılında başlanılan dalışlar sonucu geminin 61 metre derinliğe kadar yuvalanmış, eşsiz yükü gün yüzüne çıkarılmıştır. Çıkarılan eserler günümüzde Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesinde sergilenmektedir.

Antalya/Gelidonya Antik Batığı

Antalya körfezinin batı ucunda bulunan Gelidonya batığı, bugünkü adıyla Taşlık Burnu'nun yakınında seyrederken kayalara çarparak batan bir yük gemisine aittir. 26-28 metre derinlikte bulunan batığı 1960 yılında yapılan araştırma dalışları da, geminin M.Ö. 13. yüzyıl sonlarına ait olduğu saptanmıştır. Bu batığın bir diğer özelliği kara kazısı standartlarına uygun olarak yapılan ve kazısı tamamlanan ilk sualtı kazısı unvanına sahip olmasıdır. 1994 araştırması sırasında Gelidonya batığında bulunan taş çapalardan,

⁵ Pelajik: Deniz veya göllerde zemine veya yüzeğe bağılı olmaksızın suda asılı olarak kalan ve aktif olarak hareket edebilen canlılardır.

Ortadoğu kökenli olduğu tahmin edilmektedir. Batıktan çıkartılanlar Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi'nde sergilenmektedir.

Antalya/Fransız (Sosyete) Batığı

Antalya Yat Limanı'nın 1 km açığında, şamandıranın altında yatan batık, 1942 yılında savaş sırasında batırılan "San Didier" adlı Fransız savaş gemisine aittir. 1946 ve 1974 yıllarında yapılan çalışmalarda geminin içindeki yükün büyük bir bölümü çıkarılmıştır. Hastane destek gemisi görünümünde olan bu geminin içinde cephane ve çöl şartlarına uygun arabalar bulunmaktadır.

Günümüzde üzerinde pek bir şeyin kalmadığı batık yine de dalgıçlarının ilgisini çekmeye devam etmektedir. Dalış yapabilmek için Antalya Valiliği ve Deniz Polisi Şube Müdürlüğünden izin almak gerekmektedir.

Antalya/Falezler

Antalya'nın iki büyük plajı olan Lara ve Konyaaltı arasında kalan bölgede karadan dalış için elverişli noktalara sahiptir. Falez oluşumları 14 metreden 25 metre derinliğe kadar inmektedir. İlk 20 metre ilgi çekicidir. Giriş kolaylığı açısından tercih edilen yerlerden biri Konyaaltı plajına inen Varyant'ın altındadır. Bu bölgede kayalık kesim 25 metreye kadar inmekte ve suyun altında falezleri ve üzerindeki canlı yaşamını görmeye imkân sağlamaktadır.

Antalya/Sıçan Adası

Antalya limanına bir kaç kilometre uzaklıkta olan bu küçük ada dalgıçların ilgisini çeken diğer bir bölgedir. Sahile bakan batı yakası sığ bir derinliğe sahip olup (maksimum 8 metre) dip yapısı genelde kumdur. En ilgi çekici bölümü kuzey doğu yakasıdır ve kayalık dip yapısı 22 metreye kadar inmektedir. Aynı zamanda doğusunda ufak bir mağaranın olması dalgıçlar için hoş bir sürprizdir. Batıdan esen poyraz dalga yaratmamasına rağmen rüzgâr şiddetine bağlı olarak kuvvetli yüzey akıntılara neden olur. Günlük tekne gezisine çıkanların da ilgi odağı olduğundan yoğun bir tekne trafiğine sahiptir.

Antalya/Kaş Uçak Batığı

İkinci Dünya Savaşı sırasında henüz belirlenemeyen bir nedenden dolayı Meis adası yakınlarında batan üç pervaneli İtalyan savaş uçağı 57 metrede görülmeye başlamakta ve kuyrukla diğer metal parçaları meyil nedeniyle 70 metre derinliğe kadar uzanmaktadır. Enkazın etrafında patlamamış ve hala aktif olduğu tahmin edilen cephaneler bulunmaktadır. Tekirova'nın açıklarında bulunan küçük adalardan oluşmuş bir dalış bölgesidir. Etrafında birçok dalış bölgesinin bulunması, çok çeşitli derinliklere sahip olması dip yapısının Antalya'ya oranla zengin olması, görüş netliği ve birçok dalış merkezine yakınlığı nedeniyle en popüler dalış bölgelerinin içinde yer alır. Kemer yat limanından aşağı yukarı 45 dakika mesafededir.

Antalya/Gök Mağarası

Finike'de bulunan Gök Mağarası, Asya Kıta'sının dalışı yapılmış en derin mağaralarından biridir. Mağaradan çıkan tatlı su 15 metre derinlikten sonra suyla karışır. Geniş bir koridorla dibe doğru inen mağarada sarkıtların bulunması daha önceden kuru olduğunun işaretlerindedir.

Paris Batığı

Kemer Yat Limanı'ndan 1,5 km kadar açıkta kum bir zemin üzerinde, 25 metre derinlikte yatan batık İkinci Dünya Savaşı sırasında batan bir Fransız yük gemisine aittir. 1896 yılında yapıldığı tahmin edilen gemi 3 güverte ve iki ambara sahiptir. Ambarlardaki birbirine kaynamış cephaneler, orta bölümdeki çini kaplı kısım ilginç noktaları oluşturmaktadır. Son yıllarda dalıcıların bir hayli ilgisini çeken bu batığın birçok ziyaretçisi bulunmaktadır.

Antalya/Suluin Mağarası

Antalya platosu traverten bir platodur ve bu platoyu; su, kireç taşlarını eriterek meydana getirmiştir. Bu oluşumun altından birçok tatlı su kaynakları denize karışmaktadır. Kırkgöz mevkiindeki Suluin mağarası, içindeki sarkıt ve dikitlerden dolayı daha önceden kuru olduğu tahmin edilen sualtı mağaralarından birisidir. 1995 yılında yapılan bir araştırmada mağara derinliğinin 83 metreye ulaştığı ve kanallardan daha ilerlendiğinde

45 metre civarı bir derinlikte büyük bir salonun içine girildiği saptanmıştır. Bu salonun duvarları sarkıtlar, traverten havuzlar ve diğer oluşumlarla kaplıdır. Salona giren ve çıkan çok sayıdaki yan kollar olduğu yapılan araştırma dalışlarında görülmüştür.

Balıkesir/Ayvalık

Bir rivayete göre kayıp Atlantis'in yer aldığı yer olan Ayvalık, eşsiz dalış olanaklarına sahiptir. Güneş Adası, Yuvarlak Ada, Kerbela Taşları belli başlı dalış noktalarıdır. En popüler dalış noktası ise, Kız Adası'nın açık denize bakan yanındır. Sualtı faunası 19 metre derinlikte görünmeye başlar.

Muğla/Datça

Kara incir açıklarında bulunan irili ufaklı adacıklar etrafında, 10-40 metre arasında köpekbalığı, yunus, Akdeniz Foku, kovuk içlerinde 3-4 müren balığının bir arada görülebildiği bir dalış noktasıdır.

Muğla/Marmaris

52 Dalış noktası ve çeşitli antik kalıntıların yer aldığı Marmaris'in derinlikleri zengin çeşitlilikler içerir. Dış Boğaz'da, 33 metrede Rodos, Kütük Burnu, Cennet Adası, Kadırga Feneri, Kargı Adası başlıca dalış noktalarıdır

Muğla/Bodrum

Dünyanın sayılı sualtı müzelerinden birini barındıran Bodrum sualtı turizminde Türkiye'nin dışarıya açılan penceresidir. Bodrumun doğusundaki Orak Adası derinliği, mağaraları, rengârenk süngerleri ve 100 metreyi geçen doğu duvarıyla önemli bir dalış bölgesidir. Antik kalıntıya da rastlanabilen Kargı ve Köçek Adalarının 20-30 m derinlikleri, yakın çekim fotoğrafçılık için uygun irili ufaklı pek çok canlı barındırmaktadır. Köçek Adası yolunda bulunan 19 metredeki resif, dalış için önemli bir noktadır.

Çanakkale/Saros

İstanbul'a yakınlığı dolayısıyla popüler bir dalış bölgesi olan Saros'ta, dalgıçların ilgisini çekecek batıklar mevcuttur. Çanakkale boğazının çıkışındaki Kaptan Franko, Saros Körfezi'nde Kemikli'nin açığında 30 metrede yatan Lundy dalınabilecek batıklardandır. Boğazda 15 ile 30 metre derinliklerde yeni eski her türlü kalıntıyla karşılaşılabilir. Siyah mercan da dâhil olmak üzere sualtı faunası oldukça zengindir.

Çanakkale/Gökçeada ve Bozcaada

Gökçeada'nın Kuzu Limanı'nda Birinci Dünya Savaşı'ndan kalma batık kalıntıları vardır. Eşek Adası civarında Orfoz ve Karayer adaları da her türlü canlının görülebileceği dalış noktalarıdır. Mermer Burnu, Tuz Burnu'nun güney sahilleri serbest dalış için uygundur. Çanak Limanı, Bakla Taşı ve Pınar Dere Gökçeada'nın diğer dalınabilir noktalardır. Pek çok turistik aktivitenin yer aldığı Bozcaada'da dalış okulu da bulunmaktadır.

Mersin

Temiz suları ile Mersin, dalıcılara çok farklı olanaklar sunmaktadır. Dana Adasının batı burnunda ters dönmüş yük gemisi dalgıçlar tarafından sık ziyaret edilen batıklar arasındadır. Kurt burnu, Fok burnu, kuzey batısında batık bir adanın bulunduğu Dana Adası, büyük amforaların yer aldığı Sancak Koyu Mersin'in ilginç dalış noktalarıdır.

2.2.Tüplü Dalış Turizmine Katılan Turistlerin Güdüleri

Turizmde bireyleri bir etkinliğe yönelten güdülerin ortaya çıkarılması turizm pazarlaması açısından oldukça önemlidir. Ancak güdü kavramı, davranış bilimlerinde ve tüketici davranışında da yer bulan oldukça geniş bir konudur. Bu sebeple bireyleri tüplü dalış etkinliğine yönelten nedenlerden bahsetmeden önce genel hatlarıyla güdü kavramından bahsedilmiş daha sonra güdünün turizmdeki yerine değinerek güdülerin sınıflandırılmasına yer verilmiştir. Son olarak bireyleri tüplü dalış etkinliğine yönelten güdülerden bahsederek alanyazındaki ilgili çalışmalar aktarılmıştır.

2.2.1. Güdü ve Güdülenme Kavramı

Güdü, Latince'de ''movere'' şeklinde karşılık bulmaktadır (Koç, 2007:133). Fransızca ve İngilizce' de ise ''motive'' kelimesinden gelen güdü kavramı Türkçe' de, saik veya harekete geçirici, teşvik edici olarak karşılık bulmaktadır (Ertürk, 2012: 164). Güdü, bireyin enerjisine yön veren davranışlar için bilinçli veya bilinçsiz bir Şekilde ortaya çıkararak, bireyi eyleme iten ve eylemi yönlendiren içsel ve/veya dışsal kaynaklı uyarılardır (Rızaoğlu, 2012: 56). Gdy uyarılmış ihtiyaç olarak tanımlayan Odabaşı ve Barış (2011: 103) güdülerin ihtiyaın giderilmesine yönelik ortaya çıkan tepkilere yn verdiğini belirtmektedir.

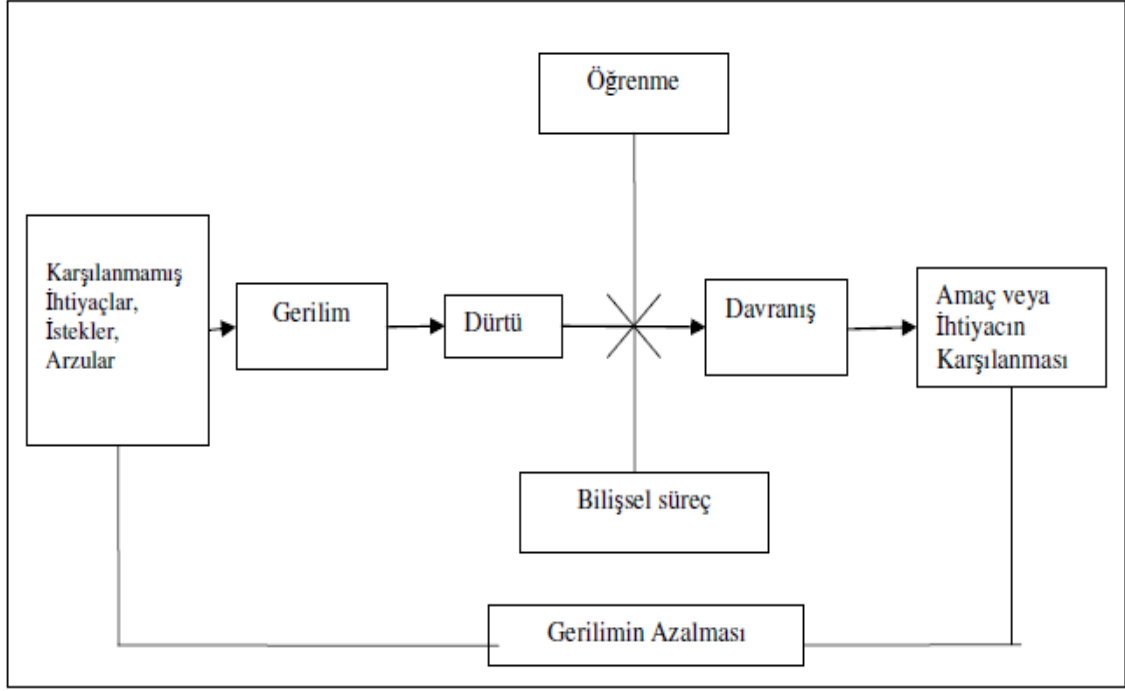
İhtiyacı gidermek için bir davranışı ortaya çıkararak güdüler dört farklı özelliğiyle ön plana çıkmaktadır. Buna göre; güdüler ihtiyaçlara dayalı olarak ortaya çıkar ve ortaya çıkan bu güdüler eyleme yön verir. Bu yönelim sonucunda ise güdüler tüketicinin gerilimini azaltır. Ayrıca, tüketicinin içinde bulunduğu evre de güdülerin üzerinde etkilidir (Odabaşı ve Barış, 2011: 112).

Güdü eşitleri Koç (2007: 135) tarafından *birincil ve ikincil güdüler*, *rasyonel ve duygusal güdüler* ve son olarak *bilinçli ve bilinçli olmayan/atıl güdüler* şeklinde sınıflandırılmıştır. Mayo ve Jarvis (1981'den aktaran Rittichainuwat, Qu ve Mongkhonvanit, 2008: 7) güdüleri yeme-içme gibi biyolojik ihtiyaçlardan oluşan *fizyolojik güdüler* ve bireyin sosyal çevresinin etkisiyle meydana gelen ihtiyaçlardan oluşan *psikolojik güdüler* şeklinde iki grupta değerlendirmiştir. Hanna ve Wozniak (2001'den aktaran Karalar 2011: 89) tüketicinin güdülerini beş ayrı grupta sınıflandırmaktadır. *Bilinçli ve bilinçsiz güdüler*; tüketicinin davranışlarının nedenini çözebildiği yada kumar tutkusu gibi belli bir davranışı neden yaptığını çözemediği türden güdülerdir. *Yüksek ve düşük ivedilikli güdüler*; güdülerin davranışlar üzerindeki etkisi ya hemen yada belli bir süre sonra ortaya çıkmaktadır. *Olumlu ve olumsuz güdüler*; olumlu güdüler bireyleri istenen amaçlara doğru yönlendirirken, olumsuz güdüler bireyleri belli davranışları yapmaktan alıkoyar. *Kişisel ve dışsal güdüler*; bireylerin kendi iç dünyalarına yönelik gerçekleştirdikleri davranış türü kişisel güdüler olarak açıklanırken dışsal güdüler bireylerin kendi i doyumları için değil de bir çıkara yada ödüle dayalı gerçekleştirdikleri davranış türü şeklinde açıklanmaktadır. *Akılci (Ussal-Rasyonel) ve duygusal güdüler*; belli bir nedene dayanarak ortaya çıkan güdü akılci iken öznel ltleri

ön plana çıkartarak ortaya çıkan güdüler ise duygusal güdüler olarak tanımlanmaktadır. Walters ve Bergiel (1989'den aktaran Odabaşı ve Barış, 2011: 113) güdülere yönelik sınıflandırmada beşli bir ayırım yoluna giderek bunları *genel güdüler* (korku, kendini koruma, vb.), *fizyolojik* (açlık, susuzluk, vb.) ve *psikolojik güdüler* (sevgi, güvence, vb.), *zorunlu* (kaçınılmaz) *güdüler* (açlık, susuzluk, vb.), son olarak *bilinçli yada bilinçsiz güdüler* şeklinde sıralamıştır.

Güdülenme kavramının davranış bilimleri, örgütsel davranış ve tüketici davranışı alanlarının her birinde farklı şekilde tanımlandığı görülmektedir (Harman, 2012: 41). Güdülenme kavramını örgütsel davranış alanında inceleyen Eren (2007: 494), bir veya birden çok insanı belirli bir yöne (gaye veya amaca) doğru devamlı bir şekilde harekete geçirmek için yapılan çabalar toplamı şeklinde ifade etmektedir. Davranış bilimlerinde güdülenme; grup üyelerinin kendilerinden istenen davranış yada davranışları ortaya koymaları için isteklenmelerini, eğilimli olmalarını sağlayacak dürtülerdir. Ayrıca bu amaçla kullanılacak dürtülerin her biri güdü olarak adlandırılmaktadır (Usal ve Kuşluvan, 1998: 314). Tüketici davranışı açısından güdülenme ise bizi yerimizden kaldırarak bir şeyler yapmamızı sağlayan, bizleri harekete geçiren sebepler olarak tanımlanmaktadır (Koç, 2007: 132). Karalar (2011: 87) güdülenmeyi bir davranışı başlatan, sürdüren özendirici yada uyarıcı etkenlerin oluşturduğu süreç şeklinde tanımlamaktadır. Turizm davranışı açısından güdülenme kavramı; gereksinim, güdü, dürtü ve istek gibi kavramları bünyesinde bulunduran ve amaçlara ulaşmak için kanalları harekete geçirerek insan davranışını besleyen içsel bir oluşumdur (Rızaoğlu, 2012: 56).

Tüketicilerin bilişsel süreçlerini etkilemek için güdülenme kavramının pazarlamacılar tarafından bilinmesi gerektiğini belirten Odabaşı ve Barış (2011: 106) güdülenmeyi anlayabilmek için tüketicinin düşünme sürecini ve öğrenimini etkilemenin önemini vurgulamaktadır. Bu konuya açıklık getirmek için ortaya konulan tüketici güdülenme süreci Şekil 1'de beş aşamalı olarak aktarılmıştır:



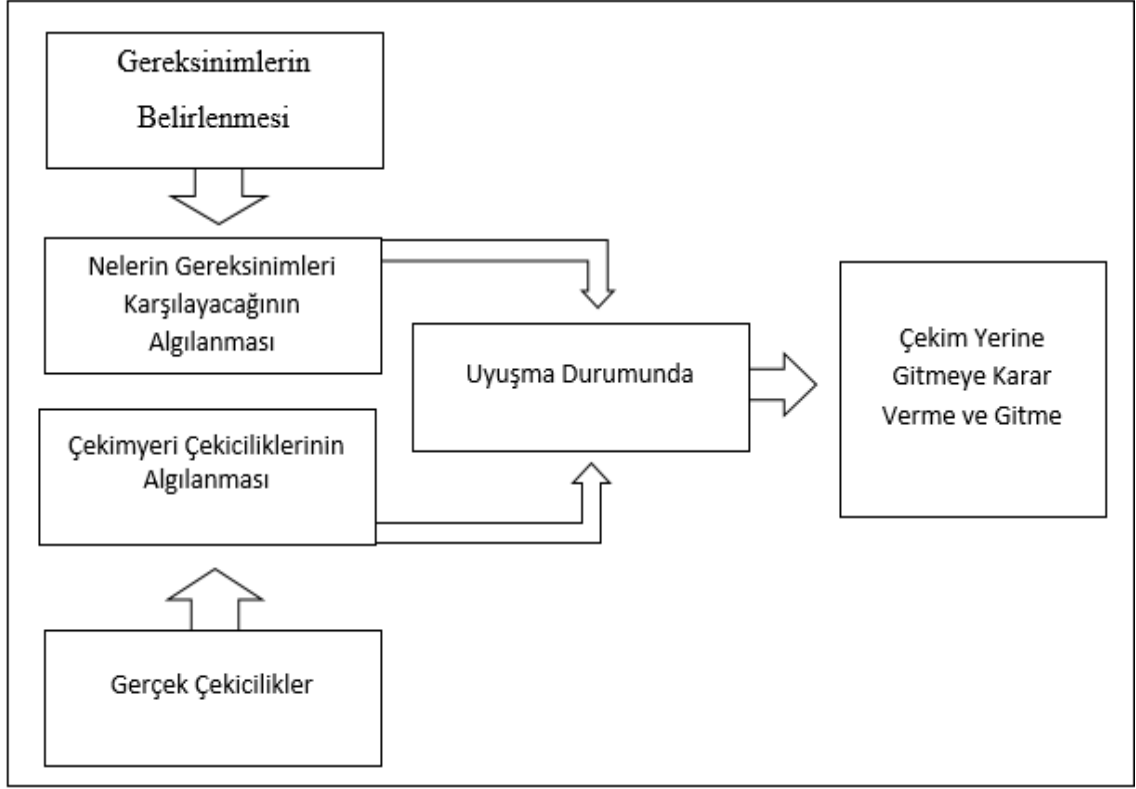
Şekil 1. GÜDÜLENME SÜRECİ

Kaynak: Schiffman ve Konuk, 1991'den aktaran Odabaşı ve Barış, 2011: 106

Şekil 1'den anlaşılacağı üzere karşılanmamış ihtiyaçlar yada istek ve arzular tüketicilerde gerilim yaratmaktadır. Tüketicilerde ortaya çıkan bu gerilim, bir takım dürtülerin harekete geçmesine neden olmaktadır. Bunun sonucunda ise harekete geçen dürtüler tüketiciyi istek ve arzularını karşılamaya yönelik bir davranışa sevk etmektedir. Ortaya çıkan bu davranışın neticesinde ise tüketicinin arzu ve istekleri karşılanarak tüketici tatmini sağlanmaktadır. Davranış sonucunda, tüketicinin arzu ve istekleri karşılanmadığı takdirde, tüketicideki gerilim devam etmektedir.

2.2.2. Turizmde GÜDÜLENME ve GÜDÜLERİN SINIFLANDIRILMASI

Güdülenme, insanın gereksinimlerini gideren, amaçlarını gerçekleştirmeye yönelik davranışlarını yapmasına yol açan, zorlanmayı içeren bir olaydır (Rızaoğlu, 2012: 54). Tatiller de bir güdülenme süreci gerektirir. Turizm davranışının oluşmasında; yenilik arama, dinlenme, güzellik, cinsel doyum gibi doğuştan gelen güdüler olabileceği gibi saygınlık kazanma, dans etme, zevk duyulabilecek bir takım etkinliklerde bulunma, oyun oynama, macera arama gibi sonradan öğrenilmiş güdüler de insanları turizm davranışına yönleltebilirler (Rızaoğlu, 2012: 57). Bireylerin, bir çekim yerine karşı nasıl güdülenme süreci içine girdikleri Şekil 2' de aktarılmıştır.



Şekil 2. İnsanın Bir Çekimyeri İçin Güdülenme Süreci

Kaynak: Rızaoğlu, 2012: 60

Modelden de anlaşılacağı üzere gereksinimlerin belirlenmesi sonucu nelerin gereksinimleri karşılayacağı algılanmaktadır. Daha sonra zaten var olan gerçek çekicilikleri fark eden bireylerin bu çekim yerinin çekiciliğini algılamaktadır. Sonuçta ortaya çıkan bu algıların uyuşarak bir bütün oluşturmasıyla birlikte, bireyler çekim yerine gitmeye karar verirler ve turizm davranışını gerçekleştirerek o çekim yerine giderler.

Güdüleme turist davranışı nedenlerinin açıklanmasına katkı yapan değişkenlerden sadece bir tanesidir ayrıca turist davranışının oluşmasının ardındaki zorlayıcı ve tetikleyici bir güç olması sebebiyle kilit rol oynayan önemli bir süreçtir (Crompton, 1979: 409). Bireylerin hangi amaçlarla destinasyon tercihi yaptığını ve bu amaçların tercihlerine ve davranışlarına nasıl yansıdığını anlamak için bireylerin seyahat güdülerinin ortaya çıkarılması gerekmektedir (Mansfeld, 1992: 401). Lundberg (1972'den aktaran Dann, 1981: 189) insanların seyahate katılmasındaki güdülerin neler olduğunu ortaya çıkarmanın çok zor bir süreç olduğunu vurgulamış ve bu zorluğunun nedenini iki gerekçeyle açıklamıştır. Bunlardan ilki turistlerin ait oldukları kültürlerin farklılık

göstermesi ve turistler arasında bireysel farklılıklar bulunmasıdır. İkincisi ise turiste seyahat motivasyonları sorulduğunda derinlerde turistin farkında olmadığı ve açıklayamayacağı gereksinimlerinin olması ihtimalidir.

Turizm alanyazını incelendiğinde günümüze kadar turist davranışı konusunun bir çok bilim adamı tarafından farklı bakış açısıyla ele alınmıştır. Turizmde güdülenme konusu için geçmişten günümüze kadar yapılan bu çalışmalar incelerek, araştırmacıların bu konuya olan farklı bakış açıları aşağıda özet olarak aktarılmıştır.

Turizmde güdülenme konusunu ilk kez 1955 yılında ele alan Grinstein, turizm güdülenmesinde en temel güdünün olağan yaşamın gereklerinden kaçmak olduğunu vurgulamış ve bu gereksinimin ancak yer değiştirmeye karşılanaabileceğini ileri sürmüştür (aktaran Rızaoğlu, 2012: 60). Gray (1970'den aktaran Rızaoğlu, 2012: 61) turist güdülerini iki farklı grup içinde ele almıştır. İlk grupta gezinmeye yönelik güdüler yer almakta olup bunlar, günlük yaşamın tek düzeliğinden kurtulma, değişik kültürleri ve tarihsel değerleri tanımak ve merak ve yenilik şeklinde sıralanmıştır. İkinci grupta yer alan turist güdüsü ise güneş güdülerini başlığı altında toplanmıştır. Bunlar; farklı ve daha iyi hizmet için yer değiştirme, deniz kıyısında tatil yapma, hafta sonunda kayak yapma ve büyük bir kenti ziyaret etme şeklinde sıralanmıştır. Cohen (1972: 166) turizmde güdülenmenin birbirine zıt iki güdüden kaynaklandığını vurgulamıştır. Bu güdülerden ilki *yenilik arama güdüsü* olup ikincisi ise *yeniden şeylerden korkma ve kaçma güdüsüdür*.

Crompton (1979: 408) turist güdülerini; itme faktörü olarak değerlendirdiği *sosyo-psikolojik güdüler* ve çekme faktörü olarak değerlendirdiği *kültürel güdüler* şeklinde iki farklı başlık altında toplamıştır. Sosyo-psikolojik güdüler; *rutin çevreden uzaklaşma, kendini keşfetme ve değerlendirme, rahatlama, prestij kazanma, geçmişe özlem, akrabalık ilişkilerini geliştirme, toplumsal etkileşim* olarak sıralanmaktadır. Kültürel güdüler ise *yenilik arama ve eğitimidir*.

Dann (1981'den aktaran Rızaoğlu, 2012: 62) turist güdülerini; *yanlızlığa tepki, benlik yükseltme ve fantezi* şeklinde sıralarken, bireylerin seyahat kararına itici ve çekici etkenler olmak üzere iki aşamanın etki ettiğini ifade etmiştir. İtici etkenler seyahat isteğini yaratan etkenler olmasına karşın çekici etkenler ise nereye seyahat edileceğini etkileyen unsurlardır. Çekici etkenler, seyahat isteği oluştuktan sonra bu isteği karşılamak üzere

insanı belli bir çekim yerine yönelten unsurlardır. Bu sebeple ‘insanları seyahate iten nedir?’ sorusu itici etkenlerle ilgili olup çekici etkenler daha sonra etkili olmaktadır.

Crompton (1979) ve Dann (1981) bir bireyin turizm güdülerini itme ve çekme güdülere başlıklarıyla iki temel grupta değerlendirmektedir. Buna göre; itme güdülere bireyi bir turizm etkinliğine katılmaya yönelten içsel ve psikolojik etkenlerdir. Çekme güdülere ise bireyi belirli bir destinasyona yönelten ve daha çok bir destinasyonun özelliklerini ve çekiciliklerini ön plana çıkaran dış etkenlerdir.

Iso-Ahola (1982) turizm güdülerini psikolojik açıdan değerlendirmekte ve kişilerin turizm hareketine yönelmesini sağlayan *kaçış* ve *arayış güdülere* şeklinde iki temel güdünün olduğunu ileri sürmektedir. Iso-Ahola'nın ileri sürdüğü ve sosyo-psikolojik açıdan ele aldığı turizm güdülenmesinin modeli Şekil 3' te verilmektedir (Iso-Ahola, 1982: 259).

İçsel Ödüller Arama		
	Kişisel	Kişilerarası
Rutin Çevreden Kaçma	1	2
	3	4

Şekil 3. Turizmde Sosyo-Psikolojik Güdülenme Modeli

Kaynak: Iso-Ahola, 1982: 259

Şekil 3'te de gösterildiği gibi (1) numaralı hücrede yer alan turist bireysel olarak rutin çevreden kaçarken yine bireysel olarak içsel ödül istediği arayışına da girmektedir. (2) numaralı hücrede yer alan bir turist ise bireysel olarak rutin çevreden uzaklaşırken bireylerarası içsel ödül arayışına girmektedir. (3) numaralı hücrede yer alan turist bireylerarası rutin çevreden uzaklaşırken bireysel olarak içsel ödül arayışına girmektedir. Son olarak (4) numaralı hücrede yer alan bir turist bireylerarası hem rutin çevreden uzaklaşabilmekte hem de içsel ödül arayışına girmektedir. Modelden de anlaşılacağı üzere turizm etkinliğine katılan bir turist hem kaçış hem de arayış güdülenme sürecine aynı anda girebilmektedir. Güdusel güçlerin bir kümesi; insanın kişisel sorunları, sıkıntıları gibi kendi ortamından ve/veya aile üyeleri, arkadaşlar, komşular gibi kişilerarası ortamdan kaçma isteğini ifade edebilir. Diğer bir kümesi de kişisel veya kişiler arası farklı ortamlara seyahat etmek yoluyla belli içsel ödül elde etme isteğini temsil etmektedir (Rızaoğlu, 2012: 68).

Pearce (1988'den aktaran Murphy, 1996: 28) Moaslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi'nden yola çıkarak Seyahat Kariyeri Basamakları ile bireylerin turizm güdülerini hiyerarşik bir şekilde belirlemiştir. Seyahat Kariyeri Basamakları'na göre turistin bir üst kademedeki ihtiyacı için güdülenebilmesi o turistin turizm deneyiminin artmasına bağlı olarak devam etmektedir. Bu piramide göre bireylerin seyahat ihtiyaçları şu şekilde özetlenebilir: Birey öncelikle kendini yenileme, kişisel rahatlama ve yeme-içme gibi temel ihtiyacını karşılayarak *rahatlama ve bedensel ihtiyaç* basamağını tamamlamış olur. Daha sonra birey kendisini güvende hissedeceği bir ortamda korkmadan ve sıkılmadan heyecan duyarak farklı insanlar tanımak ve farklı yemekler tatmak ister. Bu şekilde birey *güvenlik ve uyarılmış ihtiyacı* gidermiş olur. Etkileşim ihtiyacı basamağında ise birey seyahat ettiği süre boyunca bir takım etkinliklere katılıp çeşitli ilişkiler kurarak yeni arkadaşlar edinir ve bu şekilde *etkileşim ihtiyacı* gidermiş olur. Bir sonraki aşama olan *kendine güven ve gelişim ihtiyacı* basamağında ise birey seyahatleri boyunca bilgi, beceri ve yeteneklerini geliştirerek diğerlerine kendisini ispatlamak ister. Son basamakta ise birey *kendini gerçekleştirme ihtiyacı* kendisi ile barışık bir şekilde, mutlu, huzurlu ve rahatlatıcı deneyimler yaşayabileceği seyahatlere katılarak gidermiş olur.

Turizm davranışına sebep olan güdüler kaçış ve yöneliş güdülerini olarak iki ana kümede toplanabilir. Kaçış güdülerini *hayatın rutinliğinden kaçma, yalnızlıktan ve kalabalıktan kaçma* ve son olarak *duygusal açıdan ödüllendirici bir topluluk içinde yer alma* isteği

şeklinde sıralanmıştır. Yöneliş güduları ise *bir amaç için yolculuğa çıkma, toplumda bir konum edinip saygınlık görmek için geziye çıkma* şeklinde sıralanmaktadır (Hartman 1988'den aktaran Rızaoğlu, 2012: 63).

Swarbrooke ve Horner (2007: 54) bireyin seyahat güdülerini altı grupta ele almaktadır. *Fiziksel güdüler*; rahatlama, güneşlenme, spor, sağlık ve seks gibi güduları içermektedir. *Kültürel güdüler*; yeni yerler görme ve yeni kültürler tanıma güdülerini kapsamaktadır. *Kişisel gelişim güdüsü*; yeni bilgi ve beceriler kazanmak buna bağlı olarak bilgi düzeyini arttırmaktır. *Statü kazanma güdüsünde* ise moda uyma, saygınlık kazanma, ayrıcalıklı olma isteği ortaya çıkmaktadır. *Duygusal güdüler* ise nostalji, romantizm, macera, kaçış, fantezi, ve ruhsal gelişim şeklinde sıralanabilir. Son olarak *kişisel güdüler*; dost ve akraba ziyaretleri, yeni arkadaşlar edinme, başkalarını mutlu etme isteği gibi unsurlardan oluşur.

Yapılan çalışmalardan da anlaşılacağı üzere turizmde güdülerin araştırmacılar tarafından farklı şekilde sınıflandırıldığı görülmektedir. Cohen (1972), Dann (1977), Crompton (1979) ve Kozak (2002) bu durumun nedenini bireylerin farklı ülkelerde yaşamalarına, farklı kültürlerle ait olmalarına, farklı kişiliklere sahip olmalarına bağlamaktadır. Bunun sonucu olarak turist güduları heterojen bir yapıya sahip olup soyut bir özellik taşımaktadır (aktaran Harman, 2012: 52).

Pazarlama açısından düşünüldüğünde bireyin turizm etkinliğine katılmasında etkili olan güdülerin ve turist davranışlarının daha iyi anlaşılmasının, bir turizm destinasyonunun pazarlanmasında önemli olduğu ileri sürülebilir. Pearce (1981) ve Murphy (1985) turist ihtiyaçlarının, beklentilerinin ve amaçlarının iyi anlaşılması, turizm pazarlamasında yer alan paydaşların yararına olacağını belirtmektedir (aktaran Mansfeld, 1992: 401). Gee, Choy ve Makens (1984'den aktaran Fodness, 1994: 555) bireyleri seyahat kararı almaya yönelten güdülerin ortaya çıkarılmasının, destinasyonların ve turizm hizmetlerinin pazarlanabilmesi açısından önemli olduğunu vurgulamaktadır.

2.2.3. Tüplü Dalış Turizmine Katılan Turistlerin Güduları ve İlgili Çalışmalar

Iso-Ahola (1982)'nin kaçış ve arayış güduları yaklaşımının sualtı etkinlikleri için de geçerli olduğunu ileri süren Orams'a göre (1999: 32) olta balıkçılığı, sörf, yelken, dalış gibi aktiviteler katılımcılar için doğası gereği yalnızca eğlence sağlamamakta, aynı zamanda onlara hem sosyal hemde fiziksel olarak rutin çevrelerinden kaçma fırsatı

sunmaktadır. Sualtında yapılan belirli bir aktivite dikkate alındığında sualtı turizmine katılan bireylerin demografik olarak diğer bireylerden farklılık göstermekte olduğunu vurgulayan Orams (1999: 31) dalış yapan bireylerin güdülerinin de turizm endüstrisindeki diğer turizm çeşitlerine katılan bireylerin güdülerinden farklılık gösterdiğini ileri sürmektedir.

Genel olarak sualtı dalış etkinliğine katılan bireylerin güdeleri, *sualtı çevresini deneyimlemek, mücadele, macera, heyecan, öğrenme, sosyal etkileşim, eğlence, kaçış, rahatlama* gibi içsel ve dışsal nedenlerle ortaya çıktığı söylenebilir (Meisel ve Cottrell, 2004; Meyer, vd., 2003; Dearden, vd., 2006; Todd, vd., 2001). Örneğin Todd (2001) macera, öğrenme, kaçış, sosyal etkileşim, saygınlık, kişisel mücadele adı altında altı güdü faktörü ortaya çıkarmıştır. Bunun yanı sıra Rice (1987' aktaran Lucrezi, vd., 2013: 53) tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdülerini çekirdek, turist ve potansiyel olmak üzere üç farklı kümede toplamıştır: Buna göre çekirdek grupta yer alan bireyler kendini dalışa adanmış ve aktif olarak tüplü dalış yapmaya devam etmektedir. Turist gurubunda yer alan bireyler ise tüplü dalışı bir çok tatil etkinliğinden biri olarak görmektedir. Son olarak potansiyel grupta yer alan kişiler ise dalışı yeni bir aktivite olarak deneme arzusu içindedir.

Mevcut yazın incelendiğinde tüplü dalış turizmine katılan bireylerin güdülerini belirlemeye yönelik farklı araştırmacılar tarafından çeşitli açılardan ele alınmış bir çok çalışma olduğu görülmektedir. Söz konusu çalışmalar aşağıda geçmişten günümüze olacak şekilde aktarılmaktadır.

Beard ve Ragheb (1983'den aktaran Garrod, 2008: 35) tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdülerini boş zaman güdülenmesi kapsamında değerlendirmiş ve dört farklı boyut elde etmiştir. Elde edilen bu boyutlardan ilki *entelektüel* olup zihinsel egzersiz, öğrenmek, öğretmek, araştırmak, keşfetmek, yaratmak ve hayal etmek gibi ifadeleri kapsamaktadır. Araştırmanın ikinci boyutu olan *sosyal boyut* ise kişiler arası etkileşimi kapsamaktadır. Bu sayede bireyler yeni arkadaşlıklar edinme ve buna bağlı olarak saygınlık kazanma ihtiyacını karşılamaktadır. *Yetkinlik ve ustalık boyutu* ise başarıma, hakim olma, mücadele, rekabet güdülerini kapsamaktadır. Son olarak *itme-çekme boyutunda* hayatın günlük sıkıntılarından kaçma, rutin sosyal ilişkilerden uzaklaşma, sakinlik ve yalnızlık arama, rahatlama ve gevşeme gibi güdüler yer almaktadır.

Tüplü dalış turizmine katılan bireylerin güdülerini belirlemeye yönelik bir diğer çalışmada Bennett (1998) tarafından yapılmıştır. Yazar dünyaca ünlü dalış bölgelerinden biri olan Phuket'e gelen turistlerin tüplü dalış etkinliğine katılma güdülerini 14 maddeden oluşan bir ölçek kullanarak belirlemeye çalışmıştır. Buna göre sualtı flora ve faunasını görme, sualtı doğal ve vahşi yaşamı gözlemlenme, sualtı dünyasına yönelik bilgi düzeyini artırma, yeni yerler keşfetme gibi ifadeler katılımcılar için ön plana çıkan güdü unsurları olarak belirlenmiştir. Buna karşılık sualtı fotoğrafçılığı, egzersiz ve spor amaçlı dalış güduları en düşük oranda tercih edilmiştir (Bennett, 1998: 55).

Todd, Graefe ve Mann (2001) tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdülerini tecrübe düzeylerine göre belirlemiştir. Bu çalışmaya göre 1999 yılının sonbahar mevsimi boyunca 869 dalgıç, 24 güdü ifadesinin yer aldığı bir soru anketine katılmıştır. 24 maddelik bu ölçek faktör analizine alınmış ve altı faktör elde edilmiştir. Çıkan sonuçlardan elde edilen faktörler; macera, öğrenme, kaçış, sosyal etkileşim, saygınlık, kişisel mücadele şeklinde adlandırılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre tecrübe düzeyi arttıkça bireyler kaçış ve saygınlık güdülerine sahip olurken yeni başlayanlar öğrenme ve macera güdülerine bu etkinliğe katılmaktadırlar (Todd, Graefe ve Mann, 2001: 107).

Tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdülerini belirlemeye yönelik bir başka çalışmada 2002 yılında Meyer, Thapa ve Gray tarafından Florida kıyılarında yapılmıştır. Araştırmada 24 güdü ifadesinin yer aldığı bir tutum ölçeği kullanılmıştır. Sıklık analizine göre çıkan sonuçlarda yer alan en önemli ilk dört güdü şu şekilde sıralanmıştır: sualtı bitki ve hayvan yaşantısını gözlemlenme, çekicilik ve heyecan, keşfetme, macera (Meyer, Thapa, ve Gray, 2002: 293).

Ditton, vd. (2002) Texas' da açık denizde tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdülerini 528 katılımcı üzerinden 15 güdü ifadesinin yer aldığı bir soru anketiyle yapılan görgül bir çalışmayla ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmaya göre katılımcıların; %94'ü su canlılarını izlemek, %85'i sualtı sakinliğini deneyimlemek, %85'i macera ve heyecan deneyimi yaşamak, %82'si kirletilmemiş bir sualtı çevresinde bulunmak, %79'u rahatlamak için sualtı dalış etkinliğine katılmaktadır (Ditton, vd., 2002: 188).

Meisel ve Cottrell (2003) son yıllarda macera turizmi pazarında sertifikalı dalgıçların sayısında istikrarlı bir artış olduğunu ileri sürerek bu artışla birlikte tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin memnuniyetlerinin, deneyimlerinin ve beklentilerinin ortaya

çıkarılmasının doğru pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi açısından önemli olduğu vurgusunu yapmaktadır. Florida kıyılarında tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdü ve beklentilerindeki farklılıkları belirlemeye yönelik çalışmada 300 katılımcıya Todd, vd., (2001) ve Driver, vd., (1991) çalışmalarından geliştirilerek hazırlanan 28 güdü ifadesinin yer aldığı bir tutum ölçeği sunulmuştur. Çalışmada çıkan sonuçlara göre katılımcıların %30'u arkadaşlarıyla birlikte dalış etkinliğine katılırken %24'ü ailesiyle, %13'ü dalış eşiyle bu etkinliğe katılmaktadır. Ayrıca katılımcıları en fazla güdüleyen unsur sırasıyla eğlence, sualtı flora ve faunasını gözleme, yeni şeyler keşfetme şeklinde sıralanırken, katılımcıları en az güdüleyen unsur sırasıyla; etkinliğin risk içermesi, bir çeşit etkileyici aktivite olması şeklinde sıralanmıştır (Meisel ve Cottrell, 2003: 393-401).

Peng'in (2005'den aktaran Yeh, 2008: 35) Tayvan'da dalgıçların güdülerini belirlemeye yönelik yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre öncelikle ''doğayla bütünleşme'' daha sonra ''dalış becerisi kazanma'' güdüsü yer almaktadır. Son sırada yer alan ifade ise ''çevredeki insanların beğenisini kazanma'' güdüsü olmuştur.

Tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdülerini belirlemeye yönelik bir başka çalışma da Dearden, vd. (2006) tarafından tüplü dalış destinasyonları arasında en fazla ziyaret edilen yerlerden biri olan Phuket'de yapılmıştır. Araştırma, uzmanlaşmaya ve güdülere bağlı olarak dalgıçların mercan resiflerine olan etkilerinin ortaya çıkarılmasını amaçlamaktadır. Tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin davranışları dalış güdülerine bağlı olarak ortaya çıkmakta ve bu davranışlar sonucu mercan resiflerine karşı zararlı etkilerin önlenmesi ancak bu güdülerin ortaya çıkarılmasıyla mümkün olmaktadır (Dearden vd., 2006: 363). Davis ve Tisdell (1995) ve Todd vd. (2002)'nin çalışmalarından geliştirilerek hazırlanan 10 güdü ifadesinin yer aldığı tutum ölçeği, 506 katılımcı için Almanca, İngilizce ve Japonca olmak üzere 3 farklı dilde hazırlanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre; dalış etkinliğinde artan uzmanlaşmayla birlikte dalgıçlarda ortaya çıkan güdüler sırasıyla *flora ve fauna yaşamını gözlemlemek*, *sualtı fotoğraf çekimi* ve *sualtı arkeolojisini görmek* şeklinde sıralanmıştır. Dalış etkinliğinde daha az uzmanlığa sahip bireylerin ise *spor amaçlı dalış yapmak*, *dalış konusunda bilgi ve becerilerini geliştirmek* gibi unsurlarla güdülendiği ortaya çıkmıştır (Dearden, vd., 2006: 365-366).

Tschapka (2006) tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdülerini macera turizmi kapsamında değerlendirmektedir. Turist güdüleri 7 boyutlu 25 ifade içeren bir tutum ölçeğiyle ortaya çıkarılmıştır. Analizler sonucu ortaya çıkan verilere göre en önemli beş güdü sırasıyla; sualtı hayvan ve bitki yaşamını görmek, bir şeyler keşfetmek, çekici ve heyecanlı olması, sualtı çevresi hakkında daha fazla şey öğrenmek şeklinde sıralanmaktadır. Son sıralarda yer alan güdüler ise; ilginç yapay eserler toplamak, risk içermesi ve avlanmaya gitmek şeklinde sıralanmıştır.

Meisel-Lusby ve Cottrell (2008) tüplü dalış yapan bireyleri sualtı turizm pazarının önemli bir bölümü olarak görmektedir. Bu sebeple tüplü dalgıçların güdülerinin ve beklentilerinin daha iyi anlaşılmasının gerektiğini vurgulamaktadır. Bu düşünceden yola çıkan araştırmacılar tüplü dalış yapan 300 katılımcının güdülerini, rekreasyon deneyim tercihleri ölçeğinden adapte edilen 28 güdü ifadesiyle ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Ayrıca katılımcılar başlangıç, ileri düzey, uzman şeklinde gelişim düzeylerine göre sınıflandırılmaktadır. Buna göre başlangıç seviyesindeki bireyler mücadele etmek ve heyecan duymak için dalış yaparken ileri düzeyde dalış yapan bireyler; kendileri gibi olan insanlarla birlikte olmak, teçhizatlarını kullanmak, batık gemileri ziyaret etmek için dalış yapmaktadırlar (Meisel-Lusby ve Cottrell, 2008: 1).

Townsend (2003'den aktaran Hammerton, vd., 2012: 77) sualtı doğal çevresinin olumsuz etkilerini en aza indirgeyecek bir yönetim anlayışı benimsendiği takdirde dalış turizminin kıyı bölgeleri için çok önemli bir sektör olacağını vurgulamaktadır. Avustralya'da tüplü dalış ve sualtı çevresinin korunması konuları üzerine bir çalışma yapan Hammerton, vd. (2012) dalış etkinliğine katılan bireylerin sahip olduğu güdüler ile sualtı çevresine olan etkileri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Todd vd. (2002) ve Thapa vd. (2006)'nin çalışmalarından yararlanılarak ortaya çıkarılan ölçek, iki farklı dalış kuruluşunun üyelerine uygulanarak dalgıçların güdüleri ortaya çıkarılmıştır. Çıkan sonuçlara göre; katılımcıların sahip olduğu *sualtı çevresi hakkında bilgi edinmek* ve *sualtı becerilerini geliştirmek* şeklindeki güdüler sayesinde, dalgıçların sualtı çevresine karşı olan korumacı tutumları olumlu bir şekilde gelişmektedir (Hammerton, vd., 2012: 85).

Tüplü dalış turizmine katılan bireylerin güdülerini belirlemeye yönelik bir diğer çalışmada Lucrezi, Saayman ve Merwe (2013) tarafından yapılmıştır. Araştırmacılar dalgıçların güdüleri, sualtı çevresi tercihleri ile algıları ve ilkeleri arasında önemli bir

ilişki olduğunu savunmaktadır. Güney Afrika’da bir sahil bölgesi olan Sodwana Bay’de 402 katılımcıya 18 ifadenin yer aldığı bir ölçek uygulanmıştır. Yaş aralığı 16 ile 89 arasında olan katılımcıların güdülleri Rice (1987)’in çalışmasına benzer şekilde; çekirdek, turist ve potansiyel olmak üzere üç gurup altında toplanmıştır. Yapısal Eşitlik Modeli’yle test edilen sonuçlara göre dalgıçların güdülleri, sualtı çevresi tercihleri ile algıları ve ilkeleri arasında önemli bir ilişki kurulamamıştır. Ortaya çıkan bulgulara dayalı olarak dalış etkinliğine katılan bireyler için her uzmanlık derecesinde sualtı çevresini korumak adına daha iyi bir eğitim verilmesinin önemi vurgulanmıştır (Lucrezi, vd., 2013: 52-63).

Tablo 4. Turizmde Tüplü Dalış Güdülerine Yönelik Yapılan Çalışmalar

Tarih	Yazar	Araştırmanın Yöntemi	Tüplü Dalış Güdülleri
1983	Beard ve Ragheb	Nicel Analiz	Entelektüel Sosyalleşme Yetkinlik ve Ustalık İtme-çekme
1998	Bennett	Nicel Analiz	Sualtı Flora ve Faunası Doğal ve Vahşi Yaşam Bilgi Düzeyini Arttırma Keşfetme Sualtı Fotoğrafçılığı Egzersiz ve Spor
2001	Todd, Graefe ve Mann	Nicel Analiz	Macera Öğrenme Kaçış Sosyal Etkileşim Saygınlık Kişisel Mücadele
2002	Meyer, Thapa ve Gray	Nicel Analiz	Sualtı Flora ve Faunası Çekicilik ve Heycan Keşfetme Macera
2002	Ditton, vd.	Nicel Analiz	Sualtı Flora ve Faunası Sakinlik Macera ve Heyecan Rahatlama Temiz Sualtı Çevresi

2003	Meisel ve Cottrell	Nicel Analiz	Eğlence Sualtı Flora ve Faunası Keşfetme Risk İçermesi Etkileyici Olması
2005	Peng	Nicel Analiz	Doğayla Bütünleşme Beceri Kazanma Beğeni Kazanma
2006	Tschapka	Nicel Analiz	Kişisel Mücadele Macera Rahatlama Statü Öğrenme Avlanma Yenilik
2006	Dearden, Bennet ve Rollins	Nicel Analiz	Sualtı Flora ve Faunası Sualtı Fotoğrafçılığı Öğrenme Kişisel Mücadele Sosyalleşme Egzersiz ve Spor
2008	Meisel-Lusby ve Cottrell	Nicel Analiz	Kişisel Mücadele Heyecan Sosyalleşme Sualtı Arkeolojisi Teçhizat Kullanma
2012	Hammerton vd.	Nicel Analiz	Kişisel Gelişim Öğrenme Çevre Bilinci Sosyalleşme Farklı Olmak
2013	Lucrezi, Saayman ve Merwe	Nicel Analiz	Keşfetme Öğrenme Kişisel Mücadele Rahatlama Sosyalleşme Sualtı Fotoğrafçılığı Sualtı Flora ve Faunası

Güdü'nün tüketici davranışında çok önemli bir etkiye sahip olduğunu vurgulayan Dimmock ve Ghazali (2013: 8) dalgıç güdülerinin ortaya çıkarılmasının gerek ülkedeki dalış endüstrisinde yer alan işletmecilerin gelişimi için gerekse destinasyonların doğru bir şekilde pazarlanabilmesi için oldukça önemli olduğunu ileri sürmüştür. Tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdülerine ait bilgilere sahip olan turizm endüstrisindeki paydaşlar bu sayede dalgıçlar tarafından rağbet gören hizmetleri ve deneyimleri daha etkin pazarlayabilirler (Musa ve Dimmock, 2013: 8). Ayrıca güdülerin belirlenmesiyle dalış yapan bireyler arasında hedeflenen pazar bölümlerinin doğru bir pazarlama süreciyle etki altına alınabileceği ileri sürülebilir. Örneğin Meyer vd. (2002) ve Edney (2012) yaptıkları bir çalışmada tüplü dalış etkinliğine katılan bireyler arasında cinsiyetleri bakımından çok önemli farklılıklar olduğunu ortaya çıkarmıştır. Buna göre tüplü dalış endüstrisi, erkek dalgıçlar için tehlikeli ve heyecan verici ürünler ve hizmetler sunması gerekirken, kadın dalgıçlara ise eğlenceye dönük ve rahatlatıcı deneyimler yaşatması gerekir (aktaran Wong, Thirumoorthi, ve Musa, 2013: 115). Tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin sualtında gerçekleştirebilecekleri sorumsuz davranışları sonucu sualtı çevresinde oluşabilecek zararların önlenerek dalış endüstrisinde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi de dalış yapan bireylerin güdülerinin ortaya çıkarılmasına bağlıdır (Musa ve Dimmock, 2013: 8).

2.3.Tüplü Dalış Turizmine Katılan Turistlerin İlgilenimleri

İlgilenim konusu 1940'lı yıllarda ilk kez sosyal psikoloji alanında incelenirken zamanla tüketici davranışı ve turizm pazarlamasında da irdelenen önemli bir konu olmuştur. Ancak macera turizmi kapsamına giren tüplü dalış etkinliği açısından ilgilenim konusuna yönelik çalışmalar yok denecek kadar azdır. Bu sebeple, ilgilenim kavramı genel olarak açıklandıktan sonra sırasıyla pazarlamadaki ve turizmdeki yerine değinilmiştir. Son olarak ilgilenim konusu tüplü dalış etkinliği açısından ele alınmış ve ilgili çalışmalara yer verilmiştir.

2.3.1. İlgilenim Kavramı

İngilizce sözlüklerde “involvement” kelimesi “*katılım*” sözcüğü ile eş anlamlı olacak şekilde “*herhangi bir eylemin parçası olup o eylemde yer almak*” ve “*önem verilen bir*

eylem için çok zaman harcıyıp ona ilgi gösterme durumu” anlamında kullanılmıştır. (Oxford Dictionary: 2014). Türkiye’ de bu konuya ilişkin yapılan çalışmalarda ise kelime Gülsoy (1999) tarafından “katılım” Uztuğ (2003) tarafından “ilginlik” şeklinde alan yazına kazandırılmıştır (Çakır, 2007: 164). Odabaşı ve Barış (2011) bu kavramı “ilgilenim” olarak çevirmiş olup tez çalışmasında da bu kullanım tercih edilmiştir.

Bireylerin bir takım objelere, kişilere veya gruplara diğer obje, kişi veya gruplara kıyasla neden daha fazla odaklandıklarının nedenini ortaya çıkarmak için ilgilenim kavramı ilk kez 1940’lı yıllarda sosyal psikoloji alanında irdelenmiştir (Harman, 2012: 64). İlgilenim konusu Petty ve Cacioppo (1981) ve Zaickowsky (1985) gibi araştırmacılar tarafından pazarlama alanında ilk kez 1980’li yıllarda çalışılmıştır. Daha sonra bu konuyu Selin ve Howard (1988), Havitz ve Dimanche (1990) ve McIntre ve Pigram (1992) gibi araştırmacılar turizm alanında irdelenmiştir.

İlgilenim, bireyin gereksinimleri, değer yargıları ve ilgi alanlarına bağlı olarak herhangi bir nesneye karşı algıladığı ilgi veya yakınlıktır (Zaichkowsky, 1985: 342). Rothschild (1984) ilgilenimi belirli bir uyaran ya da durum tarafından uyarılma sonucu, gözlemlenemeyen ilgi, uyarılma ve güdülenme hali şeklinde tanımlamıştır (aktaran Çakır, 2007: 164). Diğer bir tanımda ilgilenim, kişisel düzeyde, belirli bir uyaran veya uyarıcı durum sayesinde harekete geçirilen ilgi ve uyarılma miktarını ifade eden içsel durum değişikliğidir (Mitchell ,1979: 194). Liang ve Wang’a göre (2008’den aktaran Arslan ve Bakır, 2010: 231) ilgilenim, bireyin herhangi bir uyarana karşı duyduğu duygusal bağın yoğunluğudur.

Schiffman ve Kanuk (2004’den aktaran Arslan ve Bakır, 2010: 232) ilgilenim teorisinin “ayrık beyin teorisi”nden (split-brain theory) geliştirildiğini ileri sürmektedir:

(...) Ayrık beyin teorisine göre beynin sol ve sağ tarafı bilgiyi farklı bir şekilde işlemektedir. Beynin sol tarafı okuma, konuşma, ürün özellikleriyle ilgili bilgilerin işlenmesi gibi bilişsel aktivitelere sorumluyken, sağ tarafı ise özel olmayan, zamansız, görsel ve toplam bilgi ile ilgilenir. Dolayısıyla beynin sol tarafı rasyonel ve gerçekçi iken, sağ tarafı duygusal, metaforik, anlık hareket eden, sezgiseldir. Örneğin televizyon izlemek ağırlıklı olarak görüntü içerdiğinden beynin sağ tarafına hitap etmekte dolayısıyla pasif, düşük ilgilenimli bir medya olarak kabul edilmektedir. Dergi ve gazete yazılı medya, internet ise interaktif medya olduğundan beynin sol

tarafına hitap eder ve bu nedenle yüksek ilgilenimli medya olarak kabul edilmektedir
(...)

Araştırmacılar tarafından daha önce yapılmış çalışmalar irdelendiğinde görülmektedir ki ilgilenim kavramı üzerine yapılan tanımlamalar farklılık göstermektedir. Bu bağlamda araştırmacıların hemfikir olamadığı ve buna bağlı olarak bu konunun geliştirilmeye açık bir alan olduğu ileri sürülebilir.

2.3.2. Pazarlama Kapsamında İlgilenim Kavramı

Sosyoloji alanında çalışmalar yapan Sherif ve Cantril tarafından ilk kez 1947 yılında sosyal bilimler literatürüne kazandırılan ilgilenim konusu daha sonra en kapsamlı şekilde pazarlama alanında ve tüketici davranışında irdelenmiştir (Havitz ve Dimanche, 1990: 179). Tüketici ilgilenimini ölçme çalışmalarında 1980’li yıllarda yapılan iki çalışma bu alandaki araştırmalara yön vermiş ve daha sonra geliştirilen ölçekler için araştırmacılara zemin hazırlamıştır (Çakır, 2007:165). Bu çalışmalardan ilki Zaickowsky (1985) tarafından “Kişisel İlgilenim Envanteri” (Personel Involvement Inventory) başlığıyla yapılmış diğeri ise Laurent ve Kapferer (1985) tarafından “Tüketici İlgilenim Profili” (Consumer Involvement Profile) başlığıyla alana kazandırılmıştır. İlgilenimi 20 maddeden oluşan tek boyutla ölçen Zaickowsky (1985)’nin ”Kişisel İlgilenim Envanteri” bir “*anlamsal farklılık*” ölçeğidir. Bu ölçek sayesinde araştırmacı hem ürün, hem reklam, hem de satın alma kararı vasıtasıyla ilgilenimi ölçmeyi amaçlamaktadır (Çakır, 2007: 165). Laurent ve Kapferer (1985) ise Rothchild’in “*İlgilenim gözlemlenemeyen bir uyarılma, güdülenme ve ilgi halidir*” tanımından hareketle bu konunun soyut bir yapı olduğunu ve doğrudan ölçülemeyeceğini ileri sürmüştür. Bununla birlikte bazı belirleyici faktörlerin varlığı ya da yokluğundan yola çıkarak bir takım sonuçların ortaya çıkarılabileceğini de özellikle belirtmektedir. Bu faktörler; *kişisel ilgi, ürünün hedonik değeri, ürünün gösterge değeri, riskin önemi ve riskin olasılığı* şeklinde sıralanmıştır (Çakır, 2007: 169).

Tüketici davranışı konusunu irdeleyen araştırmacılar, tüketicilerin belirli bir ürün grubu veya markaya gösterdikleri ilginin ve verdikleri önemin kaynağı olarak genellikle ilgilenimi dikkate almaktadır (Harman, 2012: 66). Bireylerin sahip olduğu ilgilenim düzeyine bağlı olarak ürün hakkında bilgi edinme süreci ve satın alma kararları farklılaşabilmektedir (Havitz ve Dimanche, 1990: 179). “Ayrık Beyin Teorisi” tüketici

davranışına uyarlandığında, ürünlere veya satın alma eylemine verdikleri öneme bağlı olarak tüketiciler; *düşük ilgilenimli* veya *yüksek ilgilenimli* olarak iki kategoriye ayrılabilirler (Schiffman ve Kanuk: 2004’ den aktaran Arslan ve Bakır, 2010: 232).

Yüksek İlgi	Tüketici Davranışı	Düşük İlgi
Uzun zaman harcanır.	Zaman Harcama	Çok az zaman harcanır.
Etkin bir şekilde bilgi aranır.	Bilgi Arayışı	Çok azdır ya da bilgi aranmaz.
Bilgiler ayrıntılı bir şekilde değerlendirilir.	Bilgiye Gösterilen Duyarlılık	Değerlendirme yapmaksızın kabul edilir ya da eleme yapılır.
Açık ve ayırıcı bir şekilde değerlendirilir.	Marka Değerlendirmeleri	Belli belirsiz ya da genellemelerle markalar değerlendirilir.
İlgilenim düzeyi oldukça yüksektir.	Marka Bağlılığı Gelişme Olasılığı	İlgilenim düzeyi oldukça zayıftır.

Şekil 4. Yüksek ve Düşük İlgi

Kaynak: Odabaşı ve Barış, 2011: 343

Buna göre birey için ürün ne kadar önemliyse, satın alma kararı o kadar risk içerir ve tüketici kararını karmaşık bir süreç sonunda verebilir. Buna karşılık birey tarafından düşük ilgi

İlgilenimi tüketici davranışı kapsamında değerlendiren Odabaşı ve Barış (2011: 342) ‘‘belirli bir durumda bir tüketicinin bir uyarıcı (ürün, hizmet, reklam ve mesaj gibi) için hissettiği kişisel önem ve ilgi düzeyi’’ şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanıma bağlı olarak ilgi ile ilgili üç özellik ortaya çıkmaktadır: *Kişinin özellikleri*, *uyarıcının özellikleri*, *içinde bulunulan durumun özellikleri*. Söz konusu üç özellik aşağıda maddeler halinde Odabaşı ve Barış (2011: 122) tarafından açıklanmaktadır. Buna göre:

Kişinin özellikleri: İlgilenimin başladığı nokta bireydir. Bireyin gereksinimleri, duyguları ilgilenimi azaltıp çoğaltabilmektedir. Bazı durumlarda kişi ürün ile kendisi arasında önemli bağların olduğunu düşünebilmektedir. Bunun sonucunda, birey ürüne yönelik ilgi göstermeye ve enerjisini harekete geçirmeye başlar. İlgilenimi, uyararla birlikte gelen bilginin işlenmesi için gerekli olan güdülenme süreci olarak görmek gerekir. Tüketici, ihtiyacını neyin gidereceğini belirleme esnasında, amacını gerçekleştirecek bilgiyi işlemek ve bunlara dikkat göstermek için güdülenmektedir. Örneğin otomobile karşı yakın ilgisi olan bireylerin otomobil fuarlarına katılması ve bu alana uygun magazin dergileri okuması beklenebilir. Buna karşılık ilgilenimi düşük düzeyde olan bireyler otomobili sadece ulaşım aracı olarak görmektedirler.

Uyarının özellikleri: Tüketici davranışları kapsamında değerlendirildiği zaman ürünün kendisi, satın alma ortamı ve reklam uyarı görevi görmektedir. *Ürün ilgilenimi* bireyin ürün ile kurduğu ilişkiyi ifade etmektedir. Başka bir deyişle bireyin belirli bir durumda belirli bir ürüne verdiği kişisel önemdir. Ayrıca ürün ile ilgili algılanan riskler ilgilenim düzeyini belirlemede çok önemli rol oynamaktadır. *Satın alma ilgilenimi* ise belirli bir satın alma ihtiyacı ile tüketicinin satın alma sürecindeki ilgi düzeyini ifade eder. Birçok satış tutundurma çalışmaları satın almadaki ilgilenimi arttırmaya yöneliktir. Statt (1997) ürüne ve ürünün algılanan faydalarına yönelik ilgilenim ne kadar fazla ise satın alma güdülenmesi de o kadar fazla olacağına dikkat çekmektedir (aktaran Odabaşı ve Barış, 2011). *Reklam ilgilenimi* ise reklamda verilen mesajı, reklamı veren kaynağa yönelik oluşan dikkat ve kişisel önemdir. Televizyon düşük ilgilenimli olarak kabul edilirken, yazılı basın yüksek ilgilenimli olarak görülmektedir.

İçinde bulunulan durumun özellikleri: Durumsal değişkenler ilgilenimin düzeyini belirleyen üçüncü unsur olarak görülmektedir. Örneğin moda olan bir giysinin önceleri ilgilenimi yüksek iken, zaman içinde ilgilenim düzeyi azalmaktadır. Ayrıca başkaları tarafından görülebilecek ürünlerde ilgilenim düzeyi yüksekken, kişisel kullanıma uygun olan ürünlerde ilgilenim düzeyi düşüktür.

2.3.3. Turizm Kapsamında İlgilenim Kavramı

Boş zaman açısından ilgilenim; bireyin katıldığı etkinlikten aldığı zevke ve kendini ifade edebilme düzeyine bağlı olarak, belirli bir zaman diliminde gerçekleşen bir aktivite ile birey arasında oluşan bağıdır (Selin ve Howard 1988'den aktaran Havitz ve Dimanche,

1990: 181). Başka bir tanımda rekreasyonel açıdan ilgilenim, rekreasyonel bir aktiviteye yada o aktiviteyle ilişkili bir ürüne karşı uyarılma, ilgi duyma ve güdülenme durumudur. Ayrıca sahip olunan bu güdülerin ve belirli uyarıcıların yada içinde bulunulan durumun harekete geçirilmesidir (Havitz ve Dimance 1997'den aktaran Huang, 2013: 13). Turizm endüstrisine yönelik yapılan bir çalışmada ise ilgilenim; davranışsal sonuçlarıyla birlikte bir tatil bölgesine yönelik hissedilen ilgi ve güdülenme durumudur (Kim, 2008: 299). Harman (2012: 68) bu tanımın ancak bir turistik bölgeye yönelik ilgilenim bakımından değerlendirildiğinde kabul edilebilir olduğunu belirtmektedir. Bu sebeple araştırmacı, ilgilenimi kuş gözlemciliği, sırtçantalı turizmi gibi kendine has özellikleri olan turizm pazarı kapsamında değerlendirdiğinde Kim'in (2008) yapmış olduğu bu tanımı yetersiz görmektedir. Buradan hareketle araştırmacının turizmde ilgilenim için yaptığı tanım şu şekildedir: "Bireyin belirli bir turizm çeşidi veya bu turizm çeşidi ile ilgili destinasyonlara ve/veya destinasyonlarda sunulan hizmetlere ve/veya faaliyetlere yönelik, çeşitli uyarıcılarla tetiklenmiş, gözlemlenemeyen uyarılma, ilgi veya güdülenme durumudur" (Harman, 2012: 68). Başka bir tanıma göre ilgilenim, rekreasyonel etkinlikler, turist destinasyonları yada bunlara ilişkin ürünler ile birey arasında ortaya çıkan ilgi, uyarılma yada güdülenme durumudur. Aynı zamanda bu tanım; önem, zevk, değer, risk olasılığı, risk sonuçları gibi unsurların algılanmasıyla da nitelendirilir (Havitz ve Dimanche, 1990: 184).

Havitz ve Dimanche (1990) ilgilenim kapsamında daha önceki yıllarda alanyazına kazandırılan çalışmaları irdeleyerek rekreasyon ve turizm alanı için geliştirdikleri on beş adet önermeyi çalışmalarında ortaya koymaktadır. Turizm ve rekreasyon alanında gelecekte yapılacak olan ilgilenim çalışmalarına rehberlik edeceğinin vurgusunu da özellikle yapan Havitz ve Dimanche'in (1990: 179-195) geliştirdikleri bu önermeler aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır. Buna göre:

- Önerme 1: Boş zaman ve turizm deneyiminde ilgilenimin ölçülmesinde, çok boyutlu ölçekler tek boyutlu ölçeklere kıyasla daha uygundur.
- Önerme 2: Boş zaman ve turizm deneyimlerinde risk, zevk ve tüketici ürünleri ile ilişkili diğer deneyimler gibi unsurlarda yüksek ilgilenim düzeyine sahiptir.
- Önerme 3: Rekreasyonel etkinliklerin, turist destinasyonlarının veya ilgili ürünlerin sezonluk olması sebebiyle bir bireyin ilgilenim profilinde dalgalanmalar meydana gelebilir.

- Önerme 4: Bir bireyin ilgilenim profilinde, bilgi araştırma, satın alma ve katılım süreçlerine göre dalgalanmalar meydana gelebilir.
- Önerme 5: Rekreatif etkinlikler, turist destinasyonları veya ilgili ürünler açısından bireyin yaşam süresi boyunca, ilgilenim profilinde dalgalanmalar meydana gelebilir.
- Önerme 6: Rekreatif etkinlikler, turist destinasyonları veya ilgili ürünler hakkında devam eden bilgi arama davranışı ile bireyin ilgilenim profili arasında olumlu yönde bir ilişki vardır.
- Önerme 7: Rekreatif alanları, turist destinasyonları veya ilgili ürünler arasında büyük farklılıklar olması ile bireyin ilgilenim profili arasında olumlu yönde bir ilişki vardır.
- Önerme 8: Bireyin rekreatif etkinliklerin, turist destinasyonlarının veya ilgili ürünlerin alternatifleri hakkında sahip olduğu farklılık ile bireyin ilgilenim profili arasında olumlu yönde bir ilişki vardır.
- Önerme 9: Belirli rekreatif etkinliklere, turist destinasyonlarına veya ilgili ürünlere karşı yüksek ilgilenimi olan bireyler farklı seçenekleri olsa da asıl tercihlerine yönelik ilgilenimleri devam etmektedir.
- Önerme 10: Rekreatif etkinliklere, turistik destinasyonlarına veya ilgili ürünlere karşı düşük ilgilenimi olan bireyler bütün seçeneklere karşı aynı düzeyde ilgilenime sahiptir.
- Önerme 11: Bireyin rekreatif etkinliklere, turistik destinasyonlarına veya ilgili ürünlere karşı oluşan ilgilenim profili ile bu süreçler dahilinde seyahat etme, katılım sıklığı ve satın alma arasında olumlu yönde bir ilişki vardır.
- Önerme 12: Bir etkinliğe yeni başlamış ve o etkinliğe karşı ilgilenimi yüksek olan bireyler o etkinliklere sürekli olarak katılmak isterler.
- Önerme 13: Belirli rekreatif etkinliklere, turist destinasyonlarına veya ilgili ürünlere karşı yüksek ilgilenimi olan bireyler üzerinde baskıcı tutundurma faaliyetleri daha etkilidir.
- Önerme 14: Eğlendirici tutundurma faaliyetleri ve bunların sık tekrarlanması belirli rekreatif etkinliklere, turist destinasyonlarına veya ilgili ürünlere karşı düşük ilgilenimi olan bireyler üzerinde daha etkilidir.

- Önerme 15: Farklı sosyo-demeografik özelliklere sahip, farklı davranışlar sergileyen ve farklı coğrafik özellikleri bünyesinde taşıyan bireyler aynı zamanda farklı ilgilenim profillerine sahiptirler.

Günümüze kadar turizmde ilgilenim konusu bir çok bilim adamı tarafından farklı bakış açısıyla ele alınmıştır. Yapılan bu çalışmalar özet olarak aşağıda aktarılmıştır.

McIntry ve Piagram (1992) karavanla kamp yapan 16 yaşın üzerindeki 682 kampçı arasından dört farklı alt grup oluşturarak turistlerin ilgilenimini ölçmüştür. Buna göre *çekicilik, kendini ifade etme, yaşam tarzına yakınlık* şeklinde üç faktör ortaya çıkmıştır. Bu çok boyutlu çalışmanın sonuçlarına göre her bir alt grubun ilgilenim profili farklılık göstermiştir. Ayrıca araştırmacılar ilgilenimi ölçerken, sadece davranışsal bileşenleri değil aynı zamanda “önceki deneyim” ve “etkinliğe yakınlık” bileşenleri ile rekreasyonel etkinliğe katılım geçmişi ve etkinliğe olan duygusal bağlılıklarını da ölçmüşlerdir.

Gursoy ve Gavcar (2003) uluslararası turistik bölgelere giden Avrupalı turistler üzerine yaptıkları çalışmada katılımcıların temel ilgilenim boyutlarını belirlemeye çalışmışlardır. Bu çalışmada ilgilenimi üç boyutlu bir yapı olarak ortaya koymuşlar ve bu boyutları, *zevk/ilgi, risk olasılığı, riskin önemi* şeklinde adlandırmışlardır.

Hwang, Lee ve Chen (2005) turist ilgilenimini ölçmeye yönelik yaptıkları çalışmada McIntry ve Piagram (1992) ve Laurent ve Kapferer’in (1985) çalışmalarında ortaya koydukları ilgilenim boyutlarının her ikisini harmanlayarak 21 ifade içeren *önem, zevk, kendini ifade etme, risk olasılığı, risk sonucu, gösterge değer* şeklinde altı adet ilgilenim boyutu elde etmişlerdir.

Kyle vd. (2007) geliştirdikleri ölçekte ise *çekicilik, yaşam tarzına yakınlık, sosyal bağlanma, kimlik dışavurumu ve kimlik onaylama* şeklinde beş boyuttan oluşan bir yapı ortaya koymaktadırlar. Son olarak Ke’s’in (2011) araştırmasından yararlanan Yu-Ting Huang (2013) *önem/memnuniyet, hayat tarzına yakınlık, ve sembolik anlam* şeklinde üç alt boyut kapsamında 12 ifade içeren bir ölçekle turist ilgilenimini belirlemeye çalışmıştır.

Tablo 5. Turistlerin İlgilenimini Belirlemeye Yönelik Yapılan Çalışmalar

Tarih	Yazar	Araştırmanın Yöntemi	Tüplü Dalış Gütüleri
1992	McIntry ve Piagram	Nicel Analiz	Çekicilik, Kendini İfade Etme, Yaşam Tarzına Yakınlık
2003	Gursoy ve Gavcar	Nicel Analiz	Zevk/İlgi, Risk Olasılığı, Riskin Önemi
2005	Hwang, Lee ve Chen	Nicel Analiz	Önem, Zevk, Kendini İfade Etme, Risk Olasılığı, Risk Sonucu, Gösterge Değer
2007	Kyle vd.	Nicel Analiz	Çekicilik, Yaşam Tarzına Yakınlık, Sosyal Bağlanma, Kimlik Dışavurumu, Kimlik Onaylama
2013	Yu-Ting Huang	Nicel Analiz	Önem/Memnuniyet, Hayat Tarzına Yakınlık, Sembolik Anlam

Aktarılan çalışmalardan anlaşılacağı üzere, turistik etkinliklere katılan bireylerin ilgilenimini ölçmeye yönelik araştırmalarda belirlenen boyutlar farklılık göstermektedir. Her ne kadar ilgilenim boyutları üzerinde fikir birliğine varılamasa da gerek Laurent ve Kapferer'in (1985) ortaya koyduğu ilk çok boyutlu ilgilenim çalışmasından gerekse Havitz ve Dimanche'in (1990) "*Boş zaman ve turizm deneyimlerinde ilgilenimin ölçülmesinde, çok boyutlu ölçekler tek boyutlu ölçeklere kıyasla daha uygundur.*" açıklamasından yola çıkarak ilgilenime dair araştırmaların çok boyutlu olması gerektiği ileri sürülebilir.

2.3.4. Tüplü Dalış Turizmi Pazarında İlgilenim ve İlgili Çalışmalar

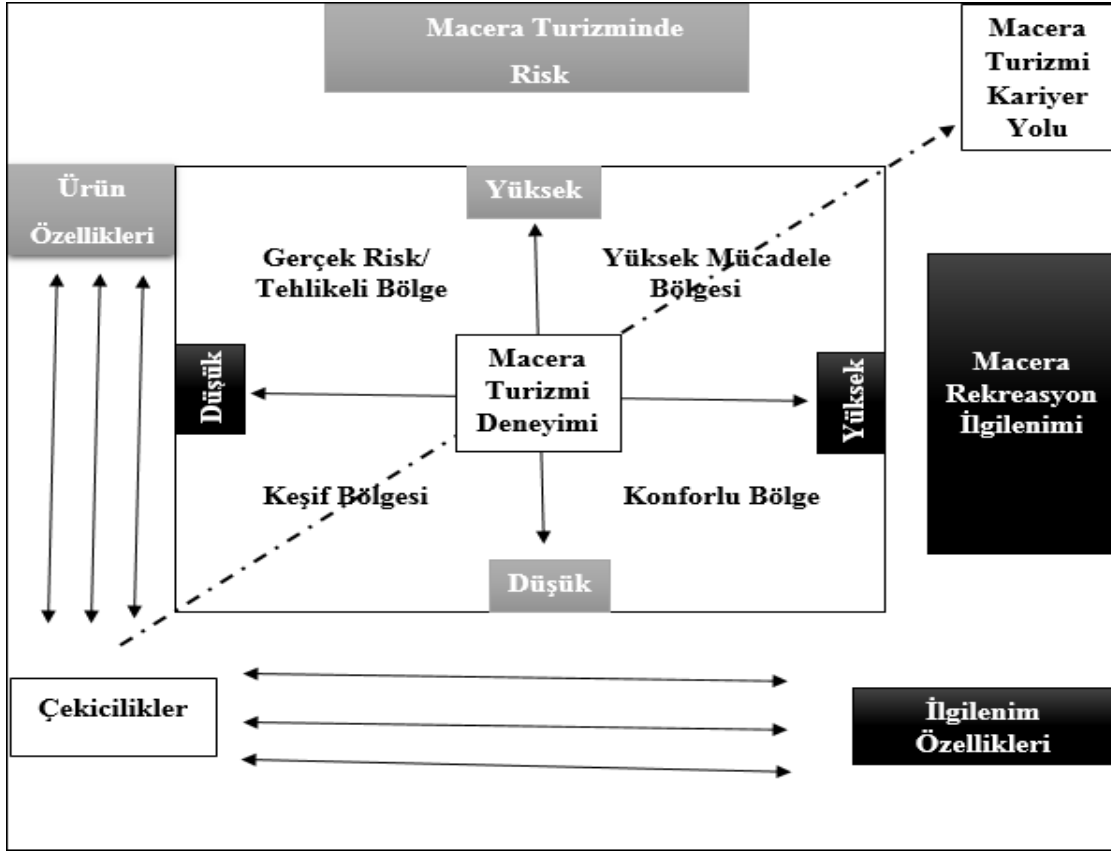
İnsanoğlunun sualtı çevresiyle ilgileniminin köklü bir geçmişe dayandığı ileri sürülebilir. İnci toplayıcılığı, sualtı savaşları, batık gemiyi kurtarma, dalgıçlar tarafından yüzyıllardır gerçekleştirilen sualtı uğraşlarından bir kaçıdır. Tarihte ilk kez şnorkeli bu türden

amaçlarla Avusturyalı aborjinler kullansa da bu tip uğraşların rekreasyonel bir etkinlik olarak tercih edilmesi yakın zamana rastlamaktadır (Cherry,1976 ve Stone,1999'dan aktaran Dimmock, 2006: 128).

(...) Bireylerin sualtında gerçekleştirilen etkinliklere karşı ilgileri, bireylerin taşıdığı güdülere ve sürekli ilgilenim arzusuna bağlıdır. Bazı bireyler tüplü dalış gibi sualtı etkinliklerine, sıradan bir rekreasyonel aktivite olarak katılım gösterirken bazı bireyler ise bu tür etkinliklere, boş zaman yada spor kapsamında sürekli ve düzenli olarak ilgilenim göstermektedir. Bu sebeple bu tür bir etkinliğe düzenli olarak katılımın sergilenmesi, ilgilenim konusunun; boş zaman, spor veya turizm deneyimi kapsamında değerlendirilmesine neden olmaktadır (...) (Dimmock, 2006: 129).

Tüplü dalış etkinliğinde ilgilenimi arttıran nedenlerden biri ise dalışçıların dalış çeşitliliğini ve becerilerini arttırma arzusudur. Buna göre dalışçılar deneyim kazandıkça daha fazla mücadele gerektiren alanlarda (*batık, mağara, duvar, oyuk gibi*) daha fazla mücadele gerektiren becerilerle (*köpek balığı dalışı, soğuk su dalışı, sualtı fotoğrafçılığı gibi*) dalış yapmak istemektedirler (Ellegard, 2005, 65-66) . Sualtı batık dalışı, mağara dalışı, köpek balığı dalışı, sualtı fotoğrafçılığı gibi uzmanlaşma gerektiren dalış çeşitleri için alınan dalış eğitimleri, bireylerin hem becerilerini hem de uzmanlıklarını arttırmaktadır. Böylece dalış etkinliğine katılan bireyler, kalite açısından daha iyi ve ürün çeşitliliği açısından daha fazla teçhizat satın alma davranışında bulunmaktadır. Tüm bu nedenlere bağlı olarak tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin ilgilenim düzeyi de artma eğilimindedir (Cater ve Cater 2001'den aktaran Garrod, 2008: 38). Trauer (2006: 195) bu açıklamalara paralel olarak ‘‘ Macera Turizmi Deneyimi’’ başlığıyla bir model geliştirmiş olup bu modele ilişkin açıklamaları aşağıda yer almaktadır. Buna göre:

Gerçek Risk/Tehlikeli Bölge: Tehlikeli bir bölgede risk unsurlarının fazla olduğu etkinliklere katılan bu tip turistler, düzenli olarak özel ilgi turizmi kapsamında yer alan rüzgar sörfü, kanoculuk, tüplü dalış gibi herhangi bir etkinliğe yönelirler. Bir başka deyişle kendilerini tek bir etkinlik için kısıtlamazlar. Başka bir deyişle bu tip turistler özel ilgi turizmi çeşitlerini deneyimlemek isterler. Bu alanda yer alan bireylerin ilgilenimi düşük ancak etkinlik için verdiği mücadele yüksektir.



Şekil 5. Macera Turizmi Deneyimi

Kaynak: Trauer, 2006: 195

Yüksek Mücadele Bölgesi: Bu alanda yer alan turistler, etkinlikler arasından yalnızca birini seçerek o etkinliğe karşı özel bir ilgi gösterir. Turistin özel olarak ilgi gösterdiği bu etkinlik bireyin hayat tarzını yansıtır ve boş zamanlarını değerlendirmek için vakit ayırdığı temel etkinliği ifade eder. Bu alanda yer alan turistlerin ilgilenimi yüksek aynı zamanda etkinlik için verdiği mücadele de yüksektir.

Konforlu Bölge: Bu grupta yer alan bireylerin herhangi bir etkinliğe karşı olan ilgilenimi boş zaman etkinliği kapsamında günlük olarak gerçekleştirdiği sürece yüksektir. Ancak bireyler bu etkinliği gerçekleştirebilmek için nadiren ya da bir kereye mahsus tatile çıkabilmektedir. Dolayısıyla bu alanda yer alan turistlerin ilgilenimi yüksek ancak etkinlik için verdiği mücadele düşüktür. Ayrıca bu tür bireyler uzman rekreasyonistler olarak da adlandırılabilirler.

Keşif Bölgesi: Bu grupta yer alan bireyler herhangi etkinliği gerçekleştirmek için yeteri kadar deneyime sahip değildir. Bunun sebebi ise bireyin etkinliğe karşı olan alışkanlığının

yetersiz olmasıdır. Diğer bir sebebi de bu bireylerin etkinlik için ayıracakları zaman da yetersizdir. Bu alanda yer alan turistlerin ilgilenimi düşük aynı zamanda etkinlik için verdiği mücadele de düşüktür. Ayrıca bu tip bireyler genellikle “acemi” olarak adlandırılırlar.

Bu model dalgıçların tercih ettikleri risk, mücadele, konfor bölgelerine ve bu bölgelerde gerçekleştikleri etkinliklere karşı ilgilenim düzeyini belirlemekle birlikte ilgilenim düzeylerine bağlı olarak bireylerin sahip olduğu önemli güdü faktörlerini de ortaya çıkarmaktadır (Garrod, 2008: 40). Ayrıca bu model sualtı dalış turizmi kapsamında pazar bölümlendirmesi için çok güçlü ve doğru bilgiler vermektedir. Buna göre dalgıçların, etkinlik hakkındaki bilgi düzeyi, becerileri, teçhizatlar için yaptığı yatırım ve dalış türü tercihi gibi ilgilenim düzeylerine bağlı olarak, en etkin pazar bölümlendirmesinin yapılabilmesine olanak tanımaktadır (Garrod ve Gössling, 2008: 20).

Turizm alan yazını incelendiğinde tüplü dalış etkinliğine katılan turistlerin ilgilenimini ölçmeye yönelik az sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Bu çalışmalar aşağıda sırasıyla aktarılmıştır.

Thapa vd. (2005) tüplü dalış etkinliğine yönelik ilgi ve uzmanlığın artmasıyla birlikte pazarın büyümesi sonucu çevre eğitim programlarının önemine dikkat çekmek ve mercan resifleri üzerinde oluşabilecek potansiyel etkileri, tüplü dalış yapan bireylerin davranışları üzerinden ortaya çıkarabilmek için bir çalışma yapmışlardır. Bu çalışmada belirlenen boyutlardan biri olan ve altı ifade içeren *çekicilik boyutu*, McIntyre ve Piagram’ın (1992) çalışmasından alınan dört adet ilgilenim ifadesiyle oluşturulmuştur. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre; tüplü dalış yapan bireylerin etkinlik üzerindeki ilgilenimi ve buna bağlı olarak uzmanlığı arttıkça sualtı çevresi hakkındaki bilgi birikimi de artmakta ve çevreye karşı daha korumacı bir davranış sergilemektedir (Thapa, vd., 2005: 65).

Tschapka (2006) Avusturalya’da açık alan macera rekreasyonistlerinin ortam tercihleri ve güdülerini ortaya çıkarmak amacıyla tüplü dalış kulüp üyeleri üzerinden bir çalışma yapmıştır. Yapılan bu çalışmada, tüplü dalış etkinliğine katılan bireyler, bu etkinlik için sahip oldukları dalış deneyimlerine ve sürekli ilgilenim düzeylerine dayalı olarak kümeleme analizi yoluyla guruplara ayrılmıştır. Daha sonra tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdülerini ve ortam tercihleri, bireylerin deneyim ve ilgilenim düzeyine bağlı olarak ortaya çıkarılmıştır. Araştırma, McIntyre’nin (1989) kampçıların ilgilenim

düzeşini ortaya çıkarmaya yönelik yaptığı çalışmadan adapte edilen ve *ekicilik, hayat tarzına yakınlık, kendini ifade etme, deneyim* şeklinde adlandırılan 4 boyut ve 12 ilgilenim ifadesinin yer aldığı bir anketle tamamlanmıştır. Araştırma sonucu ortaya çıkan verilere göre, tüplü dalış etkinliğine katılan bireşler arasında daha az deneyime sahip olan bireşler için *ekicilik* boyutu önemli değilken *kendini ifade etme* ve *hayat tarzına yakınlık* boyutu kısmen önemlidir. Deneyim açısından en yüksekte yer alan bireşler içinse *ekicilik* kısmen nemlişken *kendini ifade etme* ve *hayat tarzına yakınlık* oldukça yüksek bir öneme sahiptir.

2.4.Tüplü Dalış Turizmine Katılan Turistlerin Güdüleri ve İlgilenimleri

Alanyazın incelemesi sonucu, önde gelen araştırmacılar tarafından güdü ve ilgilenim arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koyan çalışmalara rastlanmıştır (Sherif ve Cantrail, 1947; Laurent ve Kapferer, 1985; Iwasaki ve Havitz, 2004). Bu bölümde güdü ve ilgilenim arasındaki ilişki kavramsal olarak açıklandıktan sonra söz konusu ilişkiye yönelik turizm pazarlaması alanında yapılmış ilgili çalışmalar aktarılmıştır.

2.4.1. Güdü ve İlgilenim Arasındaki İlişki

Laurent ve Kapferer (1985:42) ilgilenimin teorik olarak bireş açısından farklılık yaratan bir değişken olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda ilgilenim, tüketicinin satın alma ve iletişim davranışları üzerindeki etkileri açısından güdüleyici bir değişkendir. Iwasaki ve Havitz'e (2004'den aktaran Chen, vd., 2011:1189) göre güdülenme, bireşin belirli bir aktiviteye karşı taşıdığı tutumun yoğunluğunu ifade ederken, ilgilenim ise bireşin o aktiviteye karşı sürekli olarak gösterdiği kalıcı tutumun genel olarak ölçümüdür. Sherif ve Cantrail (1947) güdüyü, ilgilenimi oluşturan bir bileşen olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda içsel bir etken olan güdü bireşin, objelere, kişilere ve gruplardan gelen uyarıcı mesajlara karşı olan seçiciliğini ve davranışını doğrudan etkilemektedir. İlgilenim, bireşin kendisiyle ilişkilendirdiği objelere, kişilere veya gruplara yönelik davranışların toplamı olarak kabul edildiğinde, bireşin taşıdığı güdüler, objelere, kişilere ve gruplardan gelen mesajlara karşı bireşin ilgilenim düzeyini etkilemektedir (aktaran Harman, 2012: 80).

Güdünün ilgilenimi oluşturan bileşenlerden biri olduğunu ileri süren çalışmalardan biri de Iwasaki ve Havitz (2004) tarafından yapılmıştır. Buna göre; ilgilenim, psikolojik

bağlılık ve davranışsal sadakat arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan çalışmada; iki gurup bileşenden oluşan kavramsal bir model geliştirilmiştir. Birinci gurup *sosyal-durumsal bileşenler* diğeri ise *kişisel bileşenler* şeklinde adlandırılmaktadır. Kişisel bileşenler; *değerler, tutumlar, güdüler, gereksinimler, beceriler, içsel koşullar* şeklinde sıralanmıştır (Iwasaki ve Havitz, 2004: 47). Buradan hareketle güdünün, ilgilenimi oluşturan bileşenlerden biri olduğu savunulabilir.

2.4.2. Turizm Pazarında GÜDÜ ve İlgilenim

İlgilenim, bir ürüne ya da etkinliğe karşı gözlenemeyen güdülenme, uyarılma ve ilgi durumudur. Bu durum belirli bir uyarıcı tarafından harekete geçirilir. Buna göre boş zaman ilgilenimi, bireylerin boş zaman ve rekreasyon etkinliği hakkında ne kadar düşündüklerine ve davranışlarını nasıl etkilediğine işaret eder (Havitz ve Dimanche 1997'den aktaran Chen, vd., 2011: 1189). İlgilenim ile belirli bir aktiviteye katılım için gerekli olan güdüler arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Buna göre ilgilenim; bireyin bir aktiviteye bağlılığı ya da bir ürün kullanımı sonucu elde ettiği kişisel hazla ilişkili olarak o bireyin, söz konusu etkinlik yada ürün için özünde ne düzeyde güdülendiğini ifade eder (Higie ve Feick, 1989: 690).

Araştırmacılar tarafından yapılan açıklamalar ışığında, turizm alanında gerçekleştirilen etkinliklerde bireylerin sahip olduğu güdüler ile söz konusu etkinliğe karşı ilgilenimleri arasında bir ilişki olduğu görülmektedir. Bireylerin sahip olduğu güdüler ile ilgilenim düzeyleri arasında ilişki olduğu yönünde sonuçlar ortaya koyan araştırmalar aşağıda sırasıyla aktarılmıştır.

İlk çalışma Kimberly M. Rey (1997) tarafından yapılmıştır: “*Tüketici Güdüleri ve Boş Zaman Davranışları Arasında Bir Ara Değişken Olarak Sürekli İlgileniminin Etkileri*”. Egzersiz yapan bireylerin sahip olduğu güdüler ve davranışları arasındaki ilişkide sürekli ilgilenimin değerlendirilmesi amacıyla yapılan bu tez çalışmasında, 531 üniversite öğrencisi üzerinden 38 ifadenin yer aldığı bir tutum ölçeği kullanılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlara göre *kilo yönetimi, sosyallik, stres azaltma, sağlık ve formda olma* güdüleri ile egzersiz yapan bireyler daha yüksek düzeyde ilgilenim sergilerler. Bir başka deyişle bu tür güdülere sahip olan bireyler bu etkinlik için katılımı sürdürme açısından gerekli olan ilgilenim düzeyine sahiptirler.

Josiam vd. (1999) turistik bölge seçiminde itme/çekme güdü faktörleri ile ilgilenim arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir çalışma yapmışlardır. Florida'nın Panama şehrine bahar tatili için giden 795 öğrenci üzerinde yapılan araştırma sonuçlarına göre yüksek seviyede itme ve çekme güdülerine sahip tatilciler aynı şekilde yüksek düzeyde ilgilenime sahip bireylerdir.

Iwasaki ve Havitz (2004) yaptığı bir çalışmada, egzersiz yapmak için spor etkinliğine katılan bireylerin boş zaman ilgilenimi ile bu hizmeti sunan işletmeye karşı davranışsal sadakati arasındaki ilişkide psikolojik bağlılığı ölçmektedir. Laurent ve Kapferer'in (1985) "Tüketici İlgilenimi Profili" adlı çalışmasından adapte edilen ilgilenim ölçeği *çekicilik, yaşam tarzına yakınlık, sembolik değer ve risk olasılığı, riskin sonuçları* gibi boyutlardan oluşmaktadır. 296 kişinin katıldığı anket çalışmasına göre yüksek düzeyde güdülenmeye sahip kişiler, spor etkinliğine karşı da yüksek düzeyde ilgilenim seviyesine sahiptir.

Kyle vd. (2005) ve Kyle vd. (2006) güdü ile ilgilenim arasındaki ilişkiyi üç farklı kamp alanında 424 katılımcı üzerinde yaptıkları bir çalışmada belirlemeye çalışmışlardır. Kyle vd. 'ne (2004) ait olan ve *sosyal bağlanma, çekicilik, yaşam tarzına yakınlık, kimlik dışa vurumu* ve *kimlik onaylama* gibi boyutların altında yer alan 15 ifadeyle kampçıların ilgilenimi, Mandredo vd. 'ne (1996) ait olan 15 ifadeyle kampçıların güdüleri ortaya çıkarılmıştır. Araştırmada ortaya çıkan sonuçlara göre, bireylerin sahip olduğu güdüler ilgilenimin önemli bir unsurudur. Bununla birlikte çalışmadaki tüm güdü boyutları, ilgilenim boyutlarının olumlu bir yönlendiricisidir. Bir başka deyişle, ilgilenime ait *sosyal bağlanma* boyutu; sosyalleşme ve kaçış güdüleri tarafından, *çekicilik boyutu*, sadece kaçış güdüsü tarafından, *hayat tarzına yakınlık* boyutu, öğrenme güdüsü tarafından etkilenirken, *kimlik onaylama* boyutu, bağlanma, doğa ve öğrenme güdüleri tarafından etkilenmektedir. Son olarak *kimlik dışavurumu* boyutu, yalnızca öğrenme güdüsü tarafından etkilenmektedir.

Kim (2008) yurtiçi ve yurtdışında en çok ziyaret edilen destinasyonlarda yer alan Kuzey Karolina'daki üniversite öğrencilerinin sahip olduğu *sadakat, memnuniyet, güdü ve ilgilenimleri* arasındaki ilişkiyi Yapısal Eşitlik Modeli ile belirlemiştir. Araştırma, 56 itme/çekme güdü ifadesinin ve ilgilenim için 9 soru çiftinin yer aldığı anket çalışmasıyla 411 katılımcı üzerinden tamamlanmıştır. Elde edilen sonuçlarına göre araştırmaya katılan

üniversite öğrencilerinin sahip olduğu tatil güdeleri ilgilenim düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir.

Kouthouris (2009) rekreasyonel kayakçıların güdeleri, ilgilenimleri ve kayak yapmaya devam etme niyetleri arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma yapmıştır. Güney Yunanistan'da kayak resort otellerinden 224 rekreasyonel kayakçının katılımıyla gerçekleştirilen anket çalışmasında, Manfredo vd.'ne ait (1997) 45 güdü ifadesinin ve Kyle vd.'ne ait (2004) 10 ilgilenim ifadesinin yer aldığı bir ölçek kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre katılımcıların kayak yapma güdeleri ile ilgilenimleri arasında anlamlı bir ilişki görülmüştür. Boyutlar arasındaki ilişkiye bakacak olursak; ilgilenime ait *çekicilik boyutu*; doğaya kaçış, arkadaşlarla beraber olma, bir hedefe ulaşma güdeleri tarafından etkilenirken, *hayat tarzına yakınlık boyutu*; başarıma ihtiyacı, kaçış, kayak malzemelerini kullanma güdeleri tarafından etkilenmektedir. Son olarak *kimlik dışavurumu* ise risk alma ve başarıma ihtiyacı güdeleri tarafından etkilenmektedir.

Avustralya'da bisikletli turist pazarını; ilgilenim düzeylerine göre ayırmak, itme faktörleri dahilinde güdeleri ortaya çıkarmak ve son olarak ilgilenim ile güdüler arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları belirlemek amacıyla Ritchie vd. (2010) 564 bisikletli turist üzerinden bir araştırma yapmıştır. Beard ve Ragheb' in (1983) çalışmasından 17 adet güdü ifadesi, McIntyre'nin (1989) çalışmasından 12 adet ilgilenim ifadesi adapte edilerek oluşturulan anket likert tipinde beşli olarak derecelendirilmiştir. Kümeleme analizi yöntemi ile ilgilenim boyutları, katılımcıların ilgilenim düzeylerine göre sınıflandırılmış ve her ilgilenim boyutu altında farklı bir güdü faktörünün olduğu belirlenmiştir. Başka bir deyişle, farklı düzeyde ilgilenim profiline sahip turistlerin, farklı güdüler taşıdıkları tespit edilmiştir.

Tayvan'da üniversiteli gençlerin, boş zaman güdeleri ve ilgilenimi arasındaki ilişkiyi belirlemek ve bu ilişkinin boş zaman memnuniyeti üzerindeki etkisini ortaya çıkarmak için Chen, vd. (2011) yapısal eşitlik modellemesi ile 701 öğrenci üzerinde bir araştırma yürütmüşlerdir. Beard ve Ragheb' in (1983) çalışmasından 18 adet güdü ifadesi, McIntyre ve Pigram' in (1989) çalışmasından 15 adet ilgilenim ifadesi adapte edilerek oluşturulan anket likert tipinde beşli olarak derecelendirilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara

göre, bireylerin boş zaman güdeleri, boş zaman ilgilenimini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

Harman (2012) İstanbul'u ziyaret eden sırtçantalı turistlerin güdeleri ve ilgilenimleri arasındaki ilişkiyi tespit etmeye çalışmıştır. Araştırma; Paris ve Teye' nin (2010) çalışmasından 26 adet, Godfrey'in (2011) çalışmasından 2 adet olmak üzere 28 güdü ifadesi, Kyle vd.'nin (2007) çalışmasından 15 ilgilenim ifadesiyle 887 sırtçantalı turist üzerinden tamamlamıştır. Araştırma kapsamında geliştirilen "*sırtçantalı tursitlerin seyahat güdeleri,, sırtçantalılığa ilgilenimi anlamlı düzeyde etkilemektedir*" hipotezini test etmek için Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda bu hipoteze yönelik elde edilen sonuçlara göre, ilgilenime ait tespit edilen tüm alt boyutlarda, çeşitli seyahat güdülerinin etkisi olduğu belirlenmiştir. Araştırmacının sonuç kısmında yaptığı özete göre: "İlgilenim bireyin kişi, olay, nesne veya bir takım faaliyetlere karşı kendi benliği ile ilişkilendirdiği tutumlar toplamı olduğundan, bireyin sırt çantalı seyahatlerle *kendini tanıma, kendine güveni artırma ve sosyalleşme olanağı* bulması nedeniyle, sırtçantalı seyahatlere karşı ilgilenimleri yükselebilmektedir." (Harman, 2012: 147)

Chang ve Huang (2012) Tayvan'da yamaç paraşütü etkinliğine katılan 193 birey üzerinden güdüler ve ilgilenim arasındaki ilişkiyi belirlemek için bir araştırma yapmışlardır. Beard ve Raghebv (1983) çalışmasından 17 adet güdü ifadesi, Zaichkowsky' nin (1994) çalışmasından 12 adet ilgilenim ifadesi adapte edilmiş ve anket likert tipinde beşli olarak derecelendirilmiştir. Bu ilişkiyi ölçmek için Asal Korelasyon ve Çoklu Regresyon analizleri kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, yamaç paraşütü etkinliğine katılan bireylerin sahip olduğu güdüler ile ilgilenimleri arasında çok güçlü ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

Prebensen vd. (2012) Norveç' te turistlerin güdeleri , ilgilenimleri ve deneyimleri arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapısal eşitlik modellemesiyle 1152 turist üzerinden bir çalışma yapmıştır. Beard ve Ragheb'in (1983) çalışmasından 14 adet güdü ifadesi, Laurent ve Kapferer (1985), Kyle vd. (2006) ve Kyle ve Chick (2004) çalışmalarından 9 adet ilgilenim ifadesi adapte edilmiştir. Çalışma sonunda elde edilen sonuçlara göre turistlerin sahip olduğu güdüler ilgilenimlerini pozitif yönde

etkilemektedir. Bir başka deyişle daha fazla güdülenmiş turistler gezi deneyimlerinde daha fazla ilgilenim sergilerken, bu ifadenin tersi de mümkündür.

Lu ve Schuett (2014) son yıllarda rekreasyon etkinliklerinin ve buna bağlı olarak çevreci gönüllü derneklerin artmakta olduğunu ileri sürerek bu dernekler ve üyelerinin deneyimleri üzerine yeteri kadar araştırma yapılmadığını vurgulamıştır. Bu bağlamda Teksas’ da 315 dernek üyesinin güdeleri ve deneyimleri arasındaki ilişki üzerine ilgilenimin rolü araştırılmıştır. İlgilenimi ölçmek için McIntyre ve Pigram’ın (1989) üç boyutlu (*çekicilik, hayat tarzına yakınlık, kendini ifade etme*) ilgilenim ölçeği kullanılmıştır. Üyelerin güdelerini belirlemek için ise bir çok çalışmadan yararlanılmış ve altı boyutlu bir ölçek oluşturulmuştur. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre üyelerin sahip olduğu güdüler ve deneyimleri arasındaki ilişkide ilgilenim oldukça etkilidir. Bir başka sonuç ise güdü boyutlarının her biri, ilgilenim boyutlarını olumlu yönde etkilemektedir.

Tablo 6. Turizmde Güdü ve İlgilenim Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapılan Çalışmalar

Tarih	Yazar	Araştırmanın Yöntemi	İlişkiye Yönelik Bulgular
1997	Kimberly M. Rey	Nicel Analiz	İlgilenimi Arttıran Güdüler: Kilo Yönetimi, Sosyallik, Stres Azaltma, Sağlık ve Formda Olma
1999	Josiam vd.	Nicel Analiz	İtme ve çekme güdülerine sahip bireylerin bahar tatiline çıkmaya karşı ilgilenimleri de yüksektir.
2004	Iwasaki ve Havitz	Nicel Analiz	Spor yapmak için yüksek güdüye sahip bireylerin etkinliğe karşı ilgilenimleri yüksektir.
2006	Kyle vd.	Nicel Analiz	Bireylerin sahip olduğu güdüler, ilgilenimi pozitif yönde etkilemektedir. Buna göre; Sosyalleşme, Kaçış \rightleftarrows Sosyal Bağlanma Kaçış \rightleftarrows Çekicilik Öğrenme \rightleftarrows Hayat Tarzına Yakınlık Doğa, Öğrenme \rightleftarrows Kimlik Onaylama Öğrenme \rightleftarrows Kimlik Dışavurumu
2008	Kim	Nicel Analiz	Öğrencilerin taşıdığı tatil güdeleri ilgilenim düzeylerini pozitif yönde etkilemektedir.

2009	Kouthouris	Nicel Analiz	Kayak yapma güduları ile ilgilenimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Buna göre; Kaçış, Başarı İhtiyacı, Arkadaşlarla Beraber Olma ⇔ Çekicilik Başarma İhtiyacı, Kaçış, Kayak Malzemelerini Kullanma ⇔ Hayat Tarzına Yakınlık Risk Alma, Başarma İhtiyacı ⇔ Kimlik Dışavurumu
2010	Ritchie vd.	Nicel Analiz	Farklı düzeyde ilgilenim profiline sahip turistler, farklı güdüler taşımaktadır.
2011	Chen, vd.	Nicel Analiz	Bireylerin boş zaman güduları, boş zaman karşı ilgilenimi anlamlı bir şekilde etkilemektedir
2012	Harman	Nicel Analiz	İlgilenimin tespit edilen tüm alt boyutlarında, çeşitli seyahat güdülerinin anlamlı etkisi bir etkisi bulunmaktadır. Buna göre; Dünyayı Tanıma, Sosyalleşme, Yaşam Geçiş Dönemleri, Sırtçantalı Kimliği ⇔ Kimlik Dünyayı Tanıma, Sosyalleşme, Yaşam Geçiş Dönemleri, Sırtçantalı Kimliği, Yetenek Gösterme ⇔ Yaşam Tarzına Yakınlık Deneyim Arayışı, Dünyayı Tanıma, Sırtçantalı Kimliği ⇔ Çekicilik Sosyalleşme, Yaşam Geçiş Dönemi, Sakinlik Arayışı ⇔ Sosyal Bağlanma
2012	Chang ve Huang	Nicel Analiz	Yamaç paraşütü etkinliğine katılan bireylerin sahip olduğu güdüler ile ilgilenimleri arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır.
2012	Prebensen vd.	Nicel Analiz	Daha fazla güdülenmiş turistler gezi deneyimlerinde daha fazla ilgilenim sergilerken bu durumun tersi de doğrudur.
2014	Lu ve Schuett	Nicel Analiz	Güdüler ve deneyimler arasındaki ilişkide ilgilenim tamamen etkili olup her bir güdü faktörü ilgilenim boyutları üzerinde pozitif yönde bir etki yaratmaktadır.

2.4.3. Tüplü Dalış Turizmi Pazarında Güdü ve İlgilenim

Alanyazında tüplü dalış etkinliğine katılan bireyler açısından güdü ve ilgilenim konusu hakkında ipuçları verebilecek tek araştırma Tschapka (2006) tarafından yapılmıştır.

Araştırmacı Güney Avusturalya'daki dalış kulübü üyelerinin güdeleri, ilgilenim düzeyleri ve aktivite tercihlerine dair benzerlikleri ve farklılıkları kümeleme analizi (*cluster analysis*) yoluyla ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Buna göre yazar öncelikle bireyleri, deneyimleri doğrultusunda sürekli ilgilenim düzeylerine dayalı olarak kümelere ayırmaktadır. Daha sonra farklı kümelerdeki bu bireylerin her küme için dalış güdülerini ve aktivite tercihlerini ortaya çıkartmaktadır. Böylece tüplü dalışa karşı ilgilenimi ve deneyimi yüksek ya da düşük olma durumuna göre Avusturalya'daki bireylerin dalış güdeleri ve alan tercihlerindeki benzerlikler/farklılıklar ortaya çıkartılmıştır. Ancak araştırma güdü ve ilgilenim ilişkisini ve bu ilişkiyi alt boyut düzeyinde ele almamıştır. Böylece güdü ve ilgilenim boyutları arasında ne yönde bir ilişki olduğu ve hangi güdü boyutunun hangi ilgilenim boyutunu etkilediği belirlenememiştir.

Tüplü dalış gibi sualtı aktivitelerinin belirli bir seviyede risk içermesi bunun yanı sıra sualtında ve kıyıda yaban hayatını içinde bulundurması sebebiyle tüplü dalış etkinliği macera turizmi kapsamında değerlendirilebilir (Bennet, 2002: 3). Bireylerin belirli bir aktiviteye katılımını etkileyen faktörlerden biri olan güdünün yanı sıra, başka faktörlerin de etkili olduğunu vurgulayan Thapa vd. (2004:208) bunlardan birinin de ilgilenim olduğunu ileri sürmektedir. Iwasaki ve Havitz (2004) ve Sherif ve Cantrail (1947) güdüyü ilgilenimi oluşturan unsurlardan biri olarak görmektedir. Araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalar macera turizmi kapsamında değerlendirebileceğimiz tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdeleri ve ilgilenimleri arasında bir ilişkinin var olabileceği düşüncesini güçlendirmektedir. Tüplü dalış etkinliği; risk, sualtı vahşi ve doğal yaşam, batık dalışı, sualtı fotoğrafçılığı, köpek balığı dalışı gibi kendine özgü güdeleri içinde barındırmaktadır. Bu duruma bağlı olarak tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin farklı düzeyde ilgilenim sergileyecekleri de ileri sürülebilir.

Tez çalışmasında kullanılan Absher ve Hammit (2005), Kyle vd. (2006), Kyle vd. (2007) ait ilgilenim ölçeğinde yer alan ilgilenim alt boyutlarının, dalış güdeleriyle ilişkisi olabileceğine yönelik birkaç örnek vermek araştırmanın amacına daha iyi ışık tutacaktır. Buna göre, sualtında yeni şeyler keşfetme veya risk alma güdüsü ile dalış etkinliğine katılan bir bireyin "*kimlik dışavurumu*" boyutuyla dalışa olan ilgilenim düzeyi yüksek olabilir. Çünkü birey kimlik dışavurumu ile çevresindeki insanlara nasıl bir kişiliğe sahip olduğuna dair ipuçlarını, yaptığı bu macera türü etkinlik sayesinde verebilecektir. Bireyin yeni arkadaşlıklar kurma güdüsüyle (sosyalleşme alt boyutu) tüplü dalış etkinliğine

katılması ilgilenime ait *''sosyal bağlanma''* alt boyutuna etki edeceği ve bu sayede bireyin dalışa olan bağlılığının (ilgilenim düzeyi) artacağı ihtimali söz konusudur. Macera yaşama, risk alma, heyecan duyma vb. güdülerle dalış etkinliğine katılan bir bireyin *''kimlik onaylama''* alt boyutuyla ilgilenim düzeyinin yüksek olacağı söylenebilir. Böylece birey tüplü dalış etkinliği sayesinde zihninde canlandırdığı kendisine ait düşünce ve imajı (maceracı, kaşif vb.) ortaya çıkarma fırsatı bulabilecektir. Son olarak yukarıda bahsi geçen güdülerden bir veya birkaçıyla tüplü dalış yapan bir bireyin etkinliğe karşı olan ilgilenim düzeyinin *''çekicilik''* ve/veya *''hayat tarzına yakınlık''* alt boyutları açısından yüksek olabileceği ileri sürülebilir. Çünkü tüplü dalış yapmak; birey açısından hayat tarzını yansıtan, çekici bir etkinlik olabilir.

3. Yöntem

Türkiye’de tüplü dalış turizmine katılan bireylerin güdeleri ve ilgilenimleri arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan çalışmanın bu bölümünde sırasıyla; araştırmanın modeli, evren ve örneklem, veri toplama aracı, veri toplama süreci ve veri analizine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

3.1.Araştırmanın Modeli

Araştırma modeli olarak tanımlayıcı ve nedensellik ilişkisi olmak üzere iki farklı araştırma modeli kullanılmıştır. Çalışmada tanımlayıcı araştırma, katılımcıların; demografik ve etkinliğe katılım özelliklerine ilişkin bilgileri kapsamaktadır. İlişkiler üzerinde durmayan, hipotez test etmeyen ve tahminlerde bulunmayan tanımlayıcı araştırma modelinde bir gurubun sevdikleri, sevmedikleri, tercihleri tespit edilerek pazarlama politikalarının etkinliğini artırma amacı güdülmektedir (Erdoğan, 2012: 170).

Diğer bir araştırma modeli olan nedensellik ilişkisi ise tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdeleri ve ilgilenim düzeylerine ilişkin değişkenleri incelemektedir. Bir durum ya da bir olguyla ilgili değişkenler arasındaki ilişki ya da gruplar arası farklılıkları incelemeyi amaçlayan nedensellik ilişkisi modeliyle araştırmanın sonunda evrenle ilgili çeşitli genellemeler yapılır (Saruhan ve Özdemirci, 2013: 173). İlişki tasarımı; değişkenlerin karmaşık olduğu ve değişkenlerin gerçek deneye izin vermediği durumlarda ideal seçeneklerden biri olup ilişki tasarımında ilişkinin varlığı, varsa yönü, gücü, şekli belirlenir (Erdoğan, 2012: 172).

3.2.Evren ve Örneklem

Evren, araştırmacının çalışma alanını oluşturan, örneğini seçtiği ve bu örneğe dair elde ettiği sonuçları genelleştirebileceği gruptur (Altunışık, vd., 2012: 123). Bu araştırmanın evrenini Türkiye’de tüplü dalış etkinliğine katılan sertifikalı tüm bireyler oluşturmaktadır. Türkiye’de dalğılara sertifika vermek amacıyla faaliyet gösteren kurumlara (SSI, PADI, CMAS, NAUI, vb.) kayıtlı dalğıların listesine ulaşılamaması sebebiyle araştırma evrenini kesin olarak ifade etmek mümkün değildir. Ayrıca araştırma evrenine ulaşılması zaman, maliyet, kontrol ve enerji açısından oldukça güçtür (Ekiz, 2009: 103). Bu sebeple tam sayım yapılmamış ve rneklemeye yoluna başvurulmuştur.

Örneklemeye araştırma için seçildikleri büyük grubu (evren) temsil edebilecek şekilde, grup içerisinden belli sayıda elemandan (denek) oluşan, bir alt elemanlar grubu oluşturulması süreci olup araştırmacıya evren hakkında genellemeler yapabileceği gerekli bilgiyi sağlar (Altunışık, vd., 2012: 133). Bu bağlamda rneklemeye tekniği olarak; rneklemeye çerçevesinin belirlenemediği ve anakütleyi oluşturan herbir elemanın seçilme şansının bilinemediği durumlarda tercih edilen (Gegez, 2010: 216) tesadüfi olmayan rneklemeye yöntemlerinden biri olan kolayda rneklemeye tercih edilmiştir. Kolayda rneklemeye yönteminin tercih edilme sebebi ise; (1) rneğe seçilecek bireylerden sadece ulaşılabilir olanların örnek kapsamına dahil edilmesi (2) zaman ve bütçe darlığının söz konusu olması (3) internet ortamında gerçekleştirilen ve giderek yaygınlaşan anketlerde bu yöntemin uygulanması şeklinde sıralanabilir (Gegez, 2010: 217).

Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde, n uygulama verileri üzerinden hesaplanan standart sapma kullanılabilir (Yükselen, 2011: 69). Buna göre;

$$n = \frac{Z^2 s^2}{e^2}$$

n = örnek hacmi

Z = Belirlenen güven düzeyi için standart z değeri (1,96)

s = örneğin standart sapma tahmini (n uygulama değeri)

e = Tahminin hatası (n uygulama değeri)

şeklinde ortalama tahminine dayalı örnek hacmi hesabı formülünden yararlanılmıştır. Bu formüle göre her bir değişken için ayrı ayrı hesaplanan ortalama örneklem hacmi değeri 115 olarak belirlenmiştir. Ancak çoklu regresyon analizi de dahil olmak üzere, çok değişkenli analizin kullanılacağı bir araştırmada örneklem hacmi, çalışmada yer alan değişken sayısından en az birkaç kat fazla (tercihen 10 kat veya daha fazla) olmalıdır (Gegez, 2010: 233). Bu araştırmada da çok değişkenli analiz tekniklerinden çoklu regresyon analizi kullanılması sebebiyle en fazla değişkenin yer aldığı 24 ifadeli güdü ölçeği baz alınarak örneklem sayısı 240 olarak hesaplanmıştır. Tabachnick ve Fidell (2013: 618) bir araştırmada faktör analizi yapabilmek için, düşük eş kökenlilik olma ihtimalini de göz önünde bulundurarak en az 300 katılımcı olması gerektiğini ifade etmektedir. Hatalı ya da eksik anket elde etme durumu da göz önünde tutulup örneklem hacmi %5 genişletilerek bu araştırma için ulaşılması hedeflenen katılımcı sayısı 315 olarak hesaplanmıştır.

3.3. Veri Toplama Aracı

Türkiye’de tüplü dalış turizmine katılan bireylerin güdülerini ve ilgilenimleri arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan bu çalışmada veriler anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak anket formunun kullanılmasına ilişkin nedenleri; (1) maliyetinin düşük olması (2) araştırılan kişilerin gizliliğini korumada güçlü olması (3) önyargı ve kişisel eğilim gibi durumlarda hataları aza indirgemesi (4) ulaşımın yüksek olması (5) özellikle yapılandırılmış anketler kullanıldığında, analizlerin yapılmasının daha kolay olması (Ekiz, 2009: 116) şeklinde sıralanabilir.

Oluşturulan anket formu üç grup sorudan oluşmaktadır. Anket formunda yer alan ilk grupta tüplü dalış turizmine katılan bireylerin güdülerini belirlemeye yönelik Todd, vd.’in (2001) çalışmalarına ait 6 boyut (*kişisel mücadele, imaj, kaçış, öğrenme, macera, sosyal etkileşim*) ve 24 ifadeden oluşan Likert tipinde 5’li olarak derecelendirilmiş (1 Kesinlikle Katılmıyorum – 5 Kesinlikle Katılıyorum) bir ölçek kullanılmıştır. Anket formunda yer alan ikinci grupta ise tüplü dalış turizmine katılan bireylerin etkinliğe karşı ilgilenim düzeylerini belirlemek için Kyle, vd.’in (2007) *’Modified Involvement Scale’* adlı çalışmalarından yararlanılmıştır. Likert tipinde 5’li olarak derecelendirilmiş (1 Kesinlikle Katılmıyorum – 5 Kesinlikle Katılıyorum) olan ölçek 5 boyuttan (*çekicilik, yaşam tarzına yakınlık, sosyal bağlanma, kimlik onaylama, kimlik dışavurumu*) ve 15 ifadeden

oluşmaktadır. Anket formunun son grubunda ise bireylerin etkinliğe katılım ve demografik özelliklerine ilişkin 11 soru bulunmaktadır.

Anket formunun yüzey ve içerik geçerliliğinin sağlanması amacıyla uzman görüşüne başvurulmuştur. Yüzey geçerliliği; bir ölçme aracının genel görünümü, ölçmeyi amaçladığı özelliği ölçüyor görünmesi, açıklamaların ve ölçme aracında yer alan ifadelerin anlaşılabilirliği açısından ele alınarak daha güvenilir cevaplar alınmasına yardımcı olacak biçimde geçerliliğinin sağlanması olarak ifade edilmektedir (Büyüköztürk vd., 2011: 122). İçerik geçerliliğine ise ölçme aracının yeterli sayıda ve ölçülmek istenen olguyu temsil edebilecek soruları içerdiğinden emin olmak için başvurulmaktadır (Altunışık vd., 2012: 123). Bu bağlamda, yüzey ve içerik geçerliliğinin sağlanması amacıyla 2015 Ocak ayının ilk haftası Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi pazarlama alanındaki öğretim elemanları ve tüplü dalış sektöründe yer alan dalış liderlerinin uzman görüşlerine başvurulmuştur. Bu süreç sonunda; kullanılan ölçek türü, ölçüm düzeyi, ifadelerin anlaşılabilirliği ve anket tasarımının uygunluğuna ilişkin geri bildirimler toplanmıştır. Toplanan bu geri bildirimler doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılarak uzman görüşü aşaması sonlandırılmıştır. Yüzey ve içerik geçerliliği sağlandıktan sonra bir testin veya ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir biçimde ölçme derecesini ifade eden (Altunışık, 2012: 124) ölçek güvenilirliğini incelenmek üzere, anket formu pilot test uygulamasına tabi tutulmuştur. Buna göre ankette yer alan ölçeklerin güvenilirliğini ölçmek için; en sık kullanılan yöntem olan Cronbach Alpha katsayısının hesaplanmasıyla yapılan iç tutarlılık analizi (Saruhan ve Özdemirci, 2013: 178) kullanılmıştır. 2015 Ocak ayının ikinci haftasında tüplü dalış etkinliğine katılan 30 kişilik bir grupta pilot test uygulaması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilere göre; 24 maddelik güdü ölçeğinin Cronbach Alpha katsayısı 0,888 ve 15 maddelik ilgilenim ölçeğinin Cronbach Alpha katsayısı 0,853 olarak hesaplanmıştır. Alpha katsayısı 0,60 ile 0,80 arasında olduğunda güvenilirliğin iyi; 0,80 ile 1,00 arasında olduğunda ise güvenilirliğin yüksek olduğu anlamına gelmektedir (Kozak, 2014: 146). Pilot test aşamasında her iki ölçeğe de uygulanan iç tutarlılık analizi sonucunda hesaplanan Cronbach Alpha katsayısının 0,80 ile 1,00 arasında olması ölçeklerin yüksek bir güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak veri toplama aracı asıl test için son şeklini almıştır.

3.4. Veri Toplama Süreci

Araştırmada kullanılacak ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği sağlanarak nihai şeklini almasıyla birlikte asıl test için verilerin toplanması aşaması başlamıştır. Veri toplama süreci hem geleneksel yöntemlerle hem de modern yöntemlerden olan elektronik ortamlar aracılığıyla tamamlanmıştır. Çevrimiçi anket formu bağlantısı, arama motoru Google'a ait Drive uygulamasıyla oluşturularak, dalış liderlerinin de yardımıyla sosyal medya paylaşım sitesi olan Facebook üzerinden dalış gruplarına dağıtılmıştır. Tüplü dalış yapan bireylerin oluşturduğu yaklaşık 50 gruba gönderilen anket bağlantısına 244 kişi cevap vermiş ve çevrimiçi anketlere geri dönüş oranı gün geçtikçe düştüğü için veri toplamaya geleneksel yöntemle devam edilmiştir. Böylece dalış liderlerinin de yardımıyla çeşitli dalış kulüplerine ulaşılmış ve anketler kulüp üyelerinden yüzyüze görüşmeyle doğrudan toplanmıştır. Bu yöntemle de 77 anket toplanmış olup ulaşılmaya hedeflenen 315 katılımcı sayısının da üzerine çıkılarak 321 anket elde edilmiştir. Sonuç olarak 321 ankete ait veriler üzerinden analizlerin yapılması için veri toplama sürecine son verilmiştir.

3.5. Veri Analizi

Araştırma için hedeflenen katılımcı sayısına ulaşılmamasıyla birlikte katılımcılardan toplanan veriler analize tabi tutulmak üzere, gerekli kodlamalar titizlikle yapılarak bilgisayar ortamında istatistik paket programına aktarılmıştır. Elde edilen veriler üzerinden aşırı değer, kayıp veri ve normal dağılım durumları incelenmiştir.

Dağılımın ucunda yer alan aşırı değerler, istatistiksel testlerin sonuçlarını bozabilir (Çokluk vd., 2014: 12). Aşırı değerler, veri girişinde yapılan hatalar, deneğin örneklemin alındığı evrenin bir üyesi olmaması ya da deneğin örneklemin geri kalan kısmından farklı olması nedenleriyle ortaya çıkabilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013: 76). Çalışmada aşırı değerleri tespit etmek için tek değişkenli inceleme yapılmıştır. Tek değişkenli aşırı değer incelemesinde standartlaştırılmış z değerlerinden yararlanılmış ve ortalamadan 4,0 standart sapma uzaklıktaki değerler aşırı değer olarak belirlenmiştir (Alpar, 2011: 127). Bu incelemeler ışığında 10 gözlem aşırı değerlere sahip olmasından dolayı analizden çıkartılmıştır. Böylece veri analizi sürecine 311 anket üzerinden devam edilmiştir.

Araştırmada veriler üzerinden analizler yapılmadan önce incelenmesi gereken bir diğer konu da gözlemlerde kayıp verinin olup olmadığıdır. Örneklem büyüklüğü tartışılan bir konu olsa da belirli büyüklükteki veri setlerinde çok sayıda kayıp verinin bulunması ciddi sorunlara neden olur (Çokluk vd., 2014: 11). Kayıp verilerin ele alınmasına yönelik çeşitli yöntemler vardır. Bunlar; (1) tam gözlemlerin kullanılması yöntemi (2) gözlem(ler)in ya da değişken(ler)in silinmesi (3) değer atama yöntemleri (4) EM (Expectation-Maximization) yöntemi şeklinde sıralanabilir (Alpar, 2011: 145-150). Anket formunda yer alan, bireylerin etkinliğe katılım özelliklerine ilişkin sorulardan ”Ekipman ve dalış eğitimleri için yılda ortalama kaç para harcıyorsunuz?” ve “Tüplü dalış için yaptığımız seyahatlerde turistik hizmetlere (ulaşım, konaklama, yiyecek/içecek, vb.) yılda ortalama kaç para harcıyorsunuz?” değişkenlerine ait kayıp veri değerinin %15’den fazla olduğu yapılan incelemeler neticesinde anlaşılmıştır. Bu sebeple sözü geçen değişkenler istatistiki analizlere tabi tutulmayarak bunlara yönelik sadece betimsel açıklamalar yapılmıştır. Çünkü eğer veri setinde %15’den fazla veri kaybı varsa değişken analizden çıkartılır (Çokluk vd., 2014:43). Bu değişkenler dışında veri kaybı olan değişkenlere, yaklaşık değer atama yöntemlerinden olan Seriler Ortalaması (Series Mean) yöntemiyle değer ataması yapılmıştır (Mertler ve Vannatta, 2002: 37).

Anakütle parametreleri hakkındaki bilgiler, örnek verilerden yararlanarak hesaplanan istatistikler yardımıyla değil, bu istatistiklerin uyduğu kuramsal dağılımlardan yararlanarak üretilmektedir. Bu sebeple Merkezi Limit Teoremi’ne göre anakütle dağılımları ne olursa olsun, örneklem hacmi 30’dan büyük ise veriler normal dağılım sergilemektedir (Kalaycı, 2008: 73). Buradan hareketle verilere aritmetik ortalama, standart sapma, frekans analizi gibi tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra geliştirilen alt hipotezleri test etmek için; T-testi ve Tek Yönlü Varyans Analizi gibi parametrik testler kullanılmıştır. T-testi, en az aralık seviyesinde ölçülmüş olması şartıyla incelemeye konu olan değişken açısından iki grup arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farkın olup olmadığını tespit etmek için kullanılan bir analiz tekniğidir (Altunışık, vd., 2012: 183). Tek Yönlü Varyans Analizi, aralık ya da oran ölçeği seviyesinde ölçülmüş olması şartıyla söz konusu bağımlı değişken açısından ikiden fazla grubun arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını ölçen bir analiz tekniğidir (Saruhan ve Özdemirci, 2013: 282). Tek Yönlü Varyans Analizinde gruplar arası farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını ortaya

çıkarmak için kullanılan (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 281) çoklu karşılaştırma testlerinden (Post Hoc) LSD ve Tamhane's T2 testi uygulanmıştır.

Bu çalışmada yaş, gelir, dalış sayısı ve toplam dalış yıl sayısı gibi değişkenlere ait veriler açık uçlu sorulmuştur. Bu bağlamda güdü ve ilgilenim ölçeklerine uygulanan faktör analizi sonucu ortaya çıkan yapılara ait boyutlar ile yaş, gelir ve dalış sayısı gibi değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı, korelasyon analiziyle test edilmiştir. Korelasyon analizi, aralık yada oran ölçüm düzeyinde ölçülmüş iki ya da daha çok değişken arasında ilişki olup olmadığını, varsa yönünü ve gücünü göstermek amacıyla kullanılan bir analiz tekniğidir (Akbulut, 2010: 51).

Tez çalışması kapsamında çok değişkenli analiz tekniklerinden olan Regresyon Analizi kullanılmış olup bir başka çok değişkenli analiz tekniği olan Açıklayıcı Faktör Analizinden de (AFA) yararlanılmıştır. Ancak çok değişkenli analizlere başvurulmadan önce, güdü ve ilgilenim ölçeklerine ait verilerin çok değişkenli normal dağılım sergileyip sergilemediği incelenmiştir. Bu bağlamda normal dağılım göstergesi olarak görülen ve bu göstergeye bağlı olarak korelasyon matrisinden anlamlı faktörler çıkartılabileceğini gösteren Bartlett Küresellik Testi sonuçlarına bakılmıştır. Sonuç olarak güdü ölçeği: 2962,124 ve ilgilenim ölçeği: 2188,654 Ki-kare ve $p=0,000$ değerleriyle Bartlett Küresellik Testinde anlamlı sonuç verdiği görülmüştür. Bartlett Küresellik testi, aynı zamanda verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiğini göstermektedir (Çokluk vd., 2014: 208).

Faktör analizi birçok maddeden oluşan bir ölçme aracını; alt başlıklarına bölmeye, maddeleri gösterdikleri benzer özelliklere göre alt gruplar halinde toplamaya yarayan bir tekniktir (Akbulut, 2010: 84). Faktör analizinin iki temel amacı vardır: (1) Değişkenler arasındaki ilişkinin yapısını korelasyon testleriyle bulmak (2) araştırmada kullanmak için çok sayıda değişken arasından veri azaltarak onları temsil edecek yeni boyutlar belirlemek (Erdoğan, 2012: 358). Faktör analizi aşamasında genellikle öz değeri 1'den büyük olan faktörler analize dahil edilerek uygun faktör sayısına karar verilir (Altunışık vd., 2012: 274). Buna göre çalışmadaki faktör analizi uygulamalarında boyut sayısının belirlenmesinde özdeğeri 1'den büyük olanlar analize dahil edilmiştir.

Tez çalışmasında kullanılan regresyon analizi, bağımlı değişken ile bağımsız değişken ya da değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklayarak bağıntı(lar) bulmak için kullanılır (Alpar,

2010: 285). Başka bir deyişle bir veya birden fazla bağımsız değişkenin bağımlı bir değişken üzerinde gözlenen değişimlerin ne kadarını açıkladığını (ilişkinin şiddetini) ortaya çıkarır (Gegez, 2010: 286). Eğer bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişki süreklilik gösteriyorsa bu durum doğrusal regresyon analizi olarak açıklanır ve doğrusal regresyon analizinin uygulanabilmesi için; (1) bağımlı ve bağımsız değişkenlerin aralık ya da oran ölçeğinde olmaları (2) normal dağılım göstermeleri (3) bağımsız değişkenler arasında ilişki olmaması (4) bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişkinin doğrusal olması gerekir (Saruhan ve Özdemirci, 2013: 230).

4. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde katılımcılardan toplanan veriler istatistik paket programı yardımıyla analize tabi tutularak araştırmaya dair çeşitli bulgular ortaya çıkartılmıştır. Bu bağlamda ilk olarak bireylerin etkinliğe katılım ve demografik özelliklerine ilişkin bulgular aktarılmıştır. Daha sonra, tüplü dalışa dair güdeleri ve ilgilenim düzeylerini içeren ölçeklerdeki ifadelerin puanları tanımlayıcı istatistikleri tablolar yardımıyla sunulmuştur. Bir sonraki aşamada ise güdü ve ilgilenim ölçekleri güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve buna ilişkin bulgular aktarılmıştır. Ölçeklerin güvenilir olduğu saptandıktan sonra ölçeklere ilişkin boyutların tespit edilmesi için uygulanan AFA'ya ait bulgulara tablolarda yer verilmiştir. Bu analiz neticesinde ortaya çıkan faktörler ile bireylerin etkinliğe katılım ve demografik özellikleri arasında farklılık veya ilişki olup olmadığını gösteren korelasyon analizi, t-testi ve tek yönlü varyans analizine ait bulgular da çalışmanın devamında sunulmaktadır. Son aşamada ise tüplü dalış yapan bireylerin güdeleri ve ilgilenim düzeyleri arasındaki ilişkiye yönelik yapılan çoklu regresyon analizine ilişkin bulgulara yer verilmektedir.

4.1. Bireylerin Demografik ve Etkinliğe Katılım Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 7 yardımıyla gözlenebileceği üzere katılımcıların büyük bir çoğunluğunu (%66,6) erkekler oluşturmaktadır. Bireyler en son mezun oldukları okullar bakımından incelendiğinde eğitim seviyeleri oldukça yüksektir. Çünkü veriler katılımcıların yaklaşık %68'inin lisans ve lisansüstü mezunu olduğunu göstermektedir. Veriler çalışma durumu açısından değerlendirildiğinde katılımcılar %19,3'lik en yüksek oranla kendisini yönetici olarak tanımlamaktadır. Çalışma durumunu sırasıyla öğrenci, işçi, işveren, memur, emekli, akademisyen oluştururken katılımcıların %2,3'ü işsizdir. Yaş ortalamasının 36

olduğu bu araştırmada, katılımcıların hane geliri ortalamasının 5000 TL'ye yaklaştığı Tablo 7'te görülebilmektedir.

Tablo 7. Bireylerin Demografik Özellikleri

Demografik Değişkenler	Kategori	Sıklık	Yüzde (%)		
Cinsiyet	Kadın	100	32,2		
	Erkek	207	66,6		
	Toplam	307	98,7		
	<i>Kayıp Veri</i>	4	1,3		
	<i>Toplam</i>	311	100		
Eğitim Durumu	İlkokul	0	0		
	Ortaokul	3	1,0		
	Lise	76	24,4		
	Önlisans	20	6,4		
	Lisans	143	46,0		
	Lisansüstü	68	21,6		
	Toplam	310	99,7		
	<i>Kayıp Veri</i>	1	0,3		
	<i>Toplam</i>	311	100		
Çalışma Durumu	Memur	28	9,0		
	Akademisyen	24	7,7		
	İşveren	39	12,5		
	Yönetici	60	19,3		
	Emekli	27	8,7		
	Öğrenci	46	14,8		
	İşsiz	7	2,3		
	İşçi	45	14,5		
	Diğer	27	8,7		
	Toplam	303	97,4		
	<i>Kayıp Veri</i>	8	2,6		
<i>Toplam</i>	311	100			
	n	Min. Değ.	Maks. Değ.	Ort.	S.S.
Yaş	300	17	66	36,77	10,237
Aylık Ortalama Hanehalkı Geliri	282	500	20000	4918,44	2874,470

Bireylerin etkinliğe katılım özelliklerini yansıtan dağılım Tablo 8'te verilmiştir. Buna göre, Türkiye'de tüplü dalış yapan bireylere dalış sertifikası vermek amacıyla faaliyet gösteren kurumlardan %62,4'lük bir oranla en fazla CMAS tercih edilmektedir. Ayrıca SSI (%18) ve PADI (yaklaşık %15) gibi kurumların da yaklaşık oranlarda dalış yetiştirdiği tabloda görülmektedir. Bireylerin yaklaşık olarak %34'ü kendisini başlangıç seviyesi, %39'u ileri seviye olarak tanımlamaktadır. Bunun yanı sıra katılımcıların %26,4'ü dalış lideri olarak bu etkinliği gerçekleştirmektedir. Katılımcılar, aktif olarak 7

yıldır bu etkinlikle ilgilenmekte olup bu süre zarfında ortalama 750 kez tüplü dalış yapmıştır. Son olarak bireyler bu etkinliğe katılım sağlamak amacıyla; yaklaşık olarak yılda ortalama ekipman ve dalış eğitimi için 1750 TL, turistik hizmetler için 3400 TL harcamaktadır.

Tablo 8. Bireylerin Etkinliğe Katılım Özellikleri

Katılım Özellikleri	Kategori	Sıklık	Yüzde		
Tüplü Dalış Sertifikası	SSI	56	18,0		
	CMAS	194	62,4		
	PADI	46	14,8		
	Diğer	8	2,6		
	Toplam	304	97,7		
	<i>Kayıp Veri</i>	7	2,3		
Dalış Seviyesi	<i>Toplam</i>	311	100		
	Başlangıç Seviyesi	106	34,1		
	İleri Seviye	120	38,6		
	Dalış Lideri	82	26,4		
	Toplam	308	99,0		
	<i>Kayıp Veri</i>	3	1,0		
	<i>Toplam</i>	311	100		
	n	Min. Değ.	Maks. Değ.	Ort.	S.S.
Aktif olarak tüplü dalış yaptığı yıl sayısı	306	1	40	7,08	6,516
Bugüne kadar yaptığı tüplü dalış sayısı	288	1	10000	748,60	1397,130
Yıllık ortalama ekipman ve dalış eğitimi harcaması	254	100	15000	1777,01	1864,811
Yıllık ortalama turistik hizmetler harcaması	263	200	20000	3376,62	3226,870

4.2. Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Ölçeklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılım sağlayan bireylerin güdü ölçeğindeki 24 ifadeye verdiği puanların tanımlayıcı istatistikleri büyükten küçüğe olacak şekilde Tablo 9’da yer almaktadır. Buna göre, *Sualtı bitki ve hayvan yaşamını izlemek için dalarım. Sualtı doğası hakkında daha fazla şey öğrenmek için dalarım. Bir şeyler keşfetmek için dalarım.* şeklindeki ifadelerin katılımcılar için nispeten daha önemli olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra *İlginç sualtı kalıntıları toplamak için dalarım. Taşıdığı riski yaşamak için dalarım. Gösteriş yapmak için dalarım.* ifadeleri katılımcılar için önem düzeyi bakımından daha düşüktür.

Çıkan sonuçlar incelendiğinde anlaşılmaktadır ki güdü ölçeğine ait ifadeler önem düzeyi açısından Todd vd.'nin (2001) çalışmasıyla benzerlik göstermektedir.

Tablo 9. Tüplü Dalış Güdülerine İlişkin İfadelerin Değerlerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler

Güdü İfadeleri	N	Ort.	S.S.
Sualtı bitki ve hayvan yaşamını izlemek için dalarım.	311	4,54	0,661
Sualtı doğası hakkında daha fazla şey öğrenmek için dalarım.	311	4,53	0,690
Bir şeyler keşfetmek için dalarım.	311	4,49	0,700
Dalış becerilerimi geliştirmek için dalarım.	311	4,38	0,778
Rahatlamak için dalarım.	311	4,35	1,066
Huzur bulmak için dalarım.	311	4,34	1,161
Tarihi açıdan önemli batıkları görmek için dalarım.	311	4,25	,850
Rutin yaşamdan uzaklaşmak için dalarım.	311	4,23	1,108
Bilgi birikimimi diğerleriyle paylaşmak için dalarım.	311	3,62	1,140
Sualtıdaki jeolojik oluşumları incelemek için dalarım.	311	3,61	1,093
Macera yaşamak için dalarım.	311	3,59	1,256
Arkadaşlarımla vakit geçirmek için dalarım.	311	3,56	1,111
Bana özgüven hissi verdiği için dalarım.	311	3,46	1,302
Yeni insanlarla tanışmak için dalarım.	311	3,37	1,072
Adrenalin içerdiği için dalarım.	311	3,34	1,302
Gelecekte hatırlayacağım bir deneyim kazanmak için dalarım.	311	3,29	1,373
Video ya da fotoğraf çekmek için dalarım.	311	3,12	1,380
Bir çeşit kişisel mücadele olduğunu düşündüğüm için dalarım.	311	3,08	1,265
Fiziksel açıdan formda kalmama katkı sağladığı için dalarım.	311	2,77	1,321
Yapabileceğimi kendime kanıtlamak için dalarım.	311	2,45	1,299
Dalış ekipmanımı kullanmak için dalarım.	311	2,23	1,245
Taşıdığı riski yaşamak için dalarım.	311	1,96	1,092
İlginç sualtı kalıntıları toplamak için dalarım.	311	1,64	1,052
Gösteriş yapmak için dalarım.	311	1,39	0,701

Bireylerin ilgilenim ölçeğindeki 15 ifadeye verdikleri puanların tanımlayıcı istatistikleri büyükten küçüğe olacak şekilde Tablo 10'de yer almaktadır. Buna göre araştırmaya katılan tüplü dalış yapan bireyler için *Arkadaşlarımla tüplü dalış etkinliği hakkında konuşmaktan hoşlanırım. Tüplü dalış, yaptığım en eğlenceli şeylerden biridir. Tüplü dalış yapmak, beni en çok memnun eden şeylerden biridir* şeklindeki ifadeler önem sırası açısından ilk üç sırayı almaktadır. Diğer yandan *Kendimi tüplü dalışa ilişkin kişiler ve sembollerle özdeşleştiririm. Tüplü dalış yaparken, diğerleri beni görünmek istediğim şekilde görürler* ifadeleri katılımcılar için önem sırası bakımından son iki sırayı

almaktadır. Çıkan sonuçlar incelendiğinde önem düzeyi bakımından yüksek olan ifadeler Kyle vd.'nin (2006) çalışmasıyla benzerlik gösterirken önem düzeyi düşük ifadeler açısından farklılık göstermektedir.

Tablo 10. Tüplü Dalışta İlgilenime İlişkin İfadelerin Değerlerine Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler

İlgilenim İfadeleri	N	Ort.	S.S.
Arkadaşlarımla tüplü dalış etkinliği hakkında konuşmaktan hoşlanırım.	311	4,29	,799
Tüplü dalış, yaptığım en eğlenceli şeylerden biridir.	311	4,20	1,045
Tüplü dalış yapmak, beni en çok memnun eden şeylerden biridir.	311	4,13	1,098
Tüplü dalış yapmak, benim için çok önemlidir.	311	4,06	1,016
Tüplü dalış yaparken, gerçekten kendim olabiliyorum.	311	3,78	1,023
Tüplü dalışa ilişkin tercihlerimi başka etkinlikten yana değiştirmek için çok fazla düşünmem gerekir.	311	3,63	1,125
Tüplü dalış yaparken, dışarıdan nasıl görüldüğümü önemsemem.	311	3,62	1,137
Tüplü dalış etkinliği, bana arkadaşlarımla bir arada olma fırsatı sağlar.	311	3,45	1,103
Tüplü dalış yapmak hayatımda merkezi bir yere sahiptir.	311	3,36	1,174
Yaşantımın büyük bir kısmının tüplü dalış etrafında şekillendiğini düşünüyorum.	311	3,28	1,197
Tüplü dalış yapan birisini gördüğümde o kişi hakkında çok şey söyleyebilirim.	311	3,19	1,079
Arkadaşlarımla çoğu bir şekilde tüplü dalışla bağlantılıdır.	311	3,08	1,130
Tüplü dalış yapıyor olmak kim olduğum hakkında çok şey ifade eder.	311	3,08	1,159
Kendimi tüplü dalışa ilişkin kişiler ve sembollerle özdeşleştiririm.	311	2,95	1,205
Tüplü dalış yaparken, diğerleri beni görünmek istediğim şekilde görürler.	311	2,76	1,159

4.3.Tüplü Dalış Güduları ve İlgilenim Ölçeklerine İlişkin Güvenilirlik Analizi Bulguları

Güvenilirlik, deneklerin ölçekteki ifadelere verdikleri cevaplar arasındaki tutarlılık olarak tanımlanabilir. Bir başka deyişle testin ölçmek istediği özelliği ne derece doğru ölçtüğü ile ilgilidir (Büyüköztürk, 2014: 181). Güvenilirlik ölçümünde en yaygın olarak kullanılan yöntem Cronbach's Alfa olarak da bilinen alfa katsayısıdır (Altunışık, 2012: 126). Alpha katsayısı 0,60 ile 0,80 arasında olduğunda güvenilirliğin iyi; 0,80 ile 1,00 arasında olduğunda ise güvenilirliğin yüksek olduğu anlamına gelmektedir (Kozak, 2014: 146). Güvenilirlik analizi uygulamasında dikkate alınan katsayılarından biri de *madde bütün korelasyon* değeridir. Her bir maddenin toplam puan ile bağıntı gösterip göstermediğini belirtir ve o maddenin ölçeğin genelinden farklı bir şey ölçüp ölçmediğini ortaya koyar (Akbulut, 2010: 81). Madde-bütün korelasyon katsayısının eksi işaretli

olmaması ve 0.25’den büyük olması gerekir. Bu şartları sağlamayan maddelerin ölçekten çıkarılması önerilir (Alpar, 2010: 378).

Bu açıklamalar ışığında güdü ölçeğinde yer alan ifadeler öncelikle madde bütün korelasyon değeri bakımından değerlendirmeye alınmış ve *Gösteriş yapmak için dalarım.* (0,073), *İlginç sualtı kalıntıları toplamak için dalarım.* (0,016) şeklindeki iki ifadenin ölçekten çıkarılması uygun görülmüştür. Çıkarılan maddelerden sonra ölçek güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve alfa katsayısı 0,856 olarak tespit edilmiştir. Böylece güdü ölçeğinin yüksek seviyede güvenilir olduğu anlaşılmış ve bu aşamadan sonraki analizlere 22 güdü ifadesiyle devam edilmiştir. Yukarıdaki açıklamalar ışığında güdü ölçeğine ilişkin yapılan analiz bulgularına Tablo 11’den ulaşılabilir.

Tablo 11. Tüplü Dalış Güdülerine İlişkin Ölçeğin Güvenilirlik Analizi Bulgular

Güdü İfadeleri	Madde Bütün Korelasyon Değeri	Madde Silindiğinde Cronbach’s Alfa Değeri
Macera yaşamak için dalarım.	,340	,842
Adrenalin içerdiği için dalarım.	,373	,841
Bir şeyler keşfetmek için dalarım.	,362	,841
Taşıdığı riski yaşamak için dalarım.	,253	,845
Yeni insanlarla tanışmak için dalarım.	,500	,836
Arkadaşlarımla vakit geçirmek için dalarım.	,428	,838
Bilgi birikimimi diğerleriyle paylaşmak için dalarım.	,402	,839
Bir çeşit kişisel mücadele olduğunu düşündüğüm için dalarım.	,413	,839
Yapabileceğimi kendime kanıtlamak için dalarım.	,427	,838
Bana özgüven hissi verdiği için dalarım.	,475	,836
Dalış becerilerimi geliştirmek için dalarım.	,461	,838
Rutin yaşamdan uzaklaşmak için dalarım.	,584	,832
Huzur bulmak için dalarım.	,534	,834
Rahatlamak için dalarım.	,545	,834
Sualtı doğası hakkında daha fazla şey öğrenmek için dalarım.	,396	,841
Sualtındaki jeolojik oluşumları incelemek için dalarım.	,347	,841
Tarihi açıdan önemli batıkları görmek için dalarım.	,357	,841
Sualtı bitki ve hayvan yaşamını izlemek için dalarım.	,304	,843
Gösteriş yapmak için dalarım.	,073	,848
Dalış ekipmanımı kullanmak için dalarım.	,460	,837
Video ya da fotoğraf çekmek için dalarım.	,436	,838
Fiziksel açıdan formda kalmama katkı sağladığı için dalarım.	,495	,835
İlginç sualtı kalıntıları toplamak için dalarım.	,016	,852
Gelecekte hatırlayacağım bir deneyim kazanmak için dalarım.	,502	,835
Ölçeğin Toplam Cronbach’s Alfa Değeri	,845	

Benzer şekilde Tablo 12’da yer alan ilgilenim ölçeğindeki ifadeler de öncelikle madde bütün korelasyon değeri bakımından incelenmiş ve ifadelerin 0,288 ile 0,662 arasında değerlere sahip olduğu görülmüştür. Bütün maddelerin 0,25 değerinin üzerinde olması sebebiyle (Alpar, 2010: 378) ölçekten herhangi bir ifade çıkartılmamıştır. Bir sonraki aşamada 15 maddelik ilgilenim ölçeği güvenilirlik açısından da incelenmiş ve ölçeğin tamamı için Cronbach’s Alfa katsayısı 0,884 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuç doğrultusunda ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğuna karar verilmiştir (Kozak, 2014: 146). İlgilenim ölçeğine yönelik yapılan analiz bulguları Tablo 12’de sunulmuştur.

Tablo 12. Tüplü Dalışta İlgilenime İlişkin Ölçeğin Güvenilirlik Analizi Bulguları

İlgilenim İfadeleri	Madde Bütün Korelasyon Değeri	Madde Silindiğinde Cronbach’s Alfa Değeri
Tüplü dalış, yaptığım en eğlenceli şeylerden biridir.	,488	,879
Tüplü dalış yapmak, benim için çok önemlidir.	,609	,874
Tüplü dalış yapmak, beni en çok memnun eden şeylerden biridir.	,586	,875
Yaşantımın büyük bir kısmının tüplü dalış etrafında şekillendiğini düşünüyorum.	,662	,871
Tüplü dalış yapmak hayatımda merkezi bir yere sahiptir.	,642	,872
Tüplü dalışa ilişkin tercihlerimi başka etkinlikten yana değiştirmek için çok fazla düşünmem gerekir.	,580	,875
Arkadaşlarımla tüplü dalış etkinliği hakkında konuşmaktan hoşlanırım	,462	,880
Arkadaşlarımla çoğu bir şekilde tüplü dalışla bağlantılıdır.	,623	,873
Tüplü dalış etkinliği, bana arkadaşlarımla bir arada olma fırsatı sağlar.	,518	,878
Tüplü dalış yaparken, gerçekten kendim olabiliyorum.	,490	,879
Kendimi tüplü dalışa ilişkin kişiler ve sembollerle özdeşleştiririm.	,568	,875
Tüplü dalış yaparken, dışarıdan nasıl görüldüğümü önemsemem.	,288	,888
Tüplü dalış yapan birisini gördüğümde o kişi hakkında çok şey söyleyebilirim.	,524	,877
Tüplü dalış yapıyor olmak kim olduğum hakkında çok şey ifade eder.	,563	,876
Tüplü dalış yaparken, diğerleri beni görünmek istediğim şekilde görürler.	,556	,876
Ölçeğin Toplam Cronbach’s Alfa Değeri	,884	

4.4. Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Ölçeklerine İlişkin Faktör Analizi Bulguları

Türkiye’de tüplü dalış turizmine katılan bireylerin güdüleri ve ilgilenimleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan araştırmada kullanılan ölçeklere, ifadelerin önem açısından hangi faktörler altında birleşeceğini belirlemek için AFA uygulanmıştır. Faktör analizi, birbirleriyle ilişki içinde olan veri yapılarını, birbirinden bağımsız daha az sayıda yeni veri yapılarına dönüştürmek, başka bir deyişle bir oluşumun nedenini açıkladıkları varsayılan faktörleri ortaya çıkararak bunları adlandırmak için kullanılır (Alpar, 2010: 385).

Araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör analizi için uygun olup olmadığının değerlendirilmesi için bazı koşulların sağlanması gerekir. Bu bağlamda öncelikle ölçek için örneklem hacminin yeteri kadar büyüklüğe sahip olduğunu tespit etmek için Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) değeri hesaplanmalıdır (İslamoğlu, 2011: 244). Diğer bir ifadeyle KMO katsayısı, veri matrisinin faktör analizi için uygun olup olmadığını, veri yapısının faktör çıkarma için uygunluğunu ortaya çıkarır (Büyüköztürk, 2014: 136). KMO katsayısı 0,50 ve 0,70 arasındaki değerlerde normal, 0,70 ve 0,80 arasındaki değerlerde iyi, 0,80 ve 0,90 arasındaki değerlerde çok iyi olarak kabul edilmektedir (Akbulut, 2010: 87). Ölçeklerin faktör analizi için uygun olması adına sağlanması gereken diğer bir koşul ise, değişkenler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını ortaya çıkaran Bartlett Küresellik testinin uygulanmasıdır (Alpar, 2011: 284; İslamoğlu, 2011: 244). Bartlett Küresellik katsayısının $p < 0,5$ değerinde olması, değişkenler arasında ilişki olması sebebiyle ölçeklerin faktör analizi uygulamasına elverişli olduğunu göstermektedir (Saruhan ve Özdemirci, 2013: 203).

Her hangi bir anket formunda yer alan değişkenlerin hangi faktör altında birleşeceğine ilişkin sonuçların tespit edilmesi için, farklı faktör çıkartma teknikleri kullanılır. Bu araştırmada yer alan güdü ve ilgilenim ölçeklerine ait değişkenler için Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis) esas alınarak faktörleştirme yoluna gidilmiştir. Veri azaltma metoduyla faktörler belirleyen temel bileşenler analizi, değişkenler arasında toplam varyansı dikkate alarak faktörler ortaya çıkartır (Erdoğan, 2012: 361). Faktör çıkartma yöntemi belirlendikten sonra kaç tane faktör olması gerektiğine karar verilmesi gerekir. Bu çalışmada özdeğere (eigenvalue) göre faktör sayısı belirleme yoluna gidilmiştir. Açıklanan toplam varyansın bir faktör tarafından açıklanan kısmını ifade eden

özdeğer bir faktöre ait faktör yüklerinin karesinin sütun toplamını gösterir (Altunışık, 2012: 269). Araştırmacı faktör sayısını belirlemede hangi özdeğer katsayısından yükseğini faktör grubu için alacağına önceden karar verir ve bu da 1 ve 1'den büyük olan değerler olarak belirlenir (Erdoğan, 2012:359).

Faktör çıkartma tekniklerinden hangisi uygulanırsa uygulansın, faktör döndürme işlemi yapılmadığı takdirde çıkan faktör sonuçlarının yorumlanmasında zorluk çekilmektedir (Çokluk, 2014: 201). Bağımsızlık, yorumlamada açıklık ve anlamlılık sağlamak amacıyla yapılan faktör döndürme işlemiyle birlikte maddelerin bir faktördeki yükü artarken diğer faktördeki yükleri azalır ve böylece faktörler, kendileriyle yüksek ilişki veren maddeleri bulurlar ve faktörler daha kolay yorumlanabilir (Büyüköztürk, 2014: 136). Faktör döndürme işlemi çeşitli yöntemler kullanılarak yapılmaktadır. Araştırma kapsamında en çok kullanılan dikey döndürme yöntemlerinden biri olan Varimax döndürme yöntemi kullanılmıştır. Varimax döndürme yöntemiyle faktör eksenleri arasındaki açının dik olması sağlanarak faktörler arasındaki ilişki ortadan kaldırılır ve bu sayede birbirinden bağımsız olarak ortaya çıkan faktörlerin isimlendirilmesi ve yorumlanması kolaylaşır (Altunışık, 2012: 279).

Faktörler altında yer alan değişkenlere ait faktör yüklerinin asgari değerlere sahip olması gerekmektedir. Faktör yükleri, değişkenle faktör arasındaki ilişkinin bir göstergesi olarak değerlendirilirken $\pm 1,0$ arasında değişen yüklerin büyüklüğü değişkenin faktörü temsil etme derecesini gösterir (Gegez, 2010: 316-317). Değişkenlere ait faktör yüklerinin her iki yönde 0,30 ile 0,40 arasında olmasının kabul edilebilir, 0,50 ve üzerindeki olmasının anlamlı, 0,70 ve üzerinde olmasının yapıyı iyi açıklayabilen değerler olduklarını ifade etmektedir (Alpar, 2010: 392). Faktör yük değerleriyle ilgili önemli bir başka nokta da maddelerin binişik faktör yüküne sahip olup olmamasıdır. Çünkü bir maddenin faktörlerdeki en yüksek yük değeri ile bu değerden sonraki en yüksek yük değeri arasındaki farkın en az 0,10 olması beklenir ve eğer bu koşul sağlanmazsa o madde ölçekten çıkartılabilir (Büyüköztürk, 2014: 135).

Bu açıklamalar ışığında, öncelikle madde bütün korelasyon değeri çok düşük olması sebebiyle ölçekten çıkartılan iki ifadenin ardından kalan 22 ifadeli güdü ölçeğine faktör analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz neticesinde güdü ölçeğine ait *Dalış becerilerimi*

geliştirmek için dalarım ifadesi ikinci faktöre 0,369 üçüncü faktöre 0,465 değerinde yük verdiği için binişik faktör olarak değerlendirilmiş ve bu gerekçeyle madde analizden çıkartılmıştır. Böylece geriye kalan 21 maddeyle faktör analizi tekrarlanmıştır. Tablo 13’da görüldüğü üzere 6 faktörlü bir yapı elde edilmiş ve bu yapı toplam varyansın % 68.071’ ini açıklamaktadır. Altunışık vd. (2012: 275) açıklanan toplam varyansın %60 ve üzerinde bir değere sahip olmasını, arzu edilen bir oran olduğunu belirtmektedir. Değişkenlere ait faktör yüklerinin ise büyük bir çoğunluğunun 0,70 ve üzerinde olması, yapının oldukça iyi açıklanabildiğini göstermektedir (Alpar, 2010: 392). Yapıya ait faktörlerin adlandırılmasında Todd vd.’ne (2001) ait ölçekteki orijinal isimlerin Türkçe karşılıkları kullanılmıştır. Açıklanan varyansın değeri bakımından sıralandığı taktirde oluşan faktörler; (1) *Kaçış*, (2) *Öğrenme*, (3) *İmaj*, (4) *Sosyalleşme*, (5) *Kişisel Mücadele*, (6) *Macera* şeklinde sıralanmaktadır. Çalışma kapsamında hesaplanan güdü ölçeğine ait KMO değerinin 0,810 olması veri setinin faktör analizi için yeterli örneklem hacmine sahip olduğunu gösterirken (Saruhan ve Özdemirci, 2013: 207) Bartlett Küresellik testine ait sonuçlar da (p=0,000) değişkenler arasında yeteri düzeyde ilişkinin var olduğunu göstermektedir (İslamoğlu, 2011: 244).

Tablo 13. *Tüplü Dalışta GÜdü Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Bulguları*

Faktörler ve İfadeler	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyans %	Ort.
Kaçış ($\alpha=0,940$)		3,031	14,434	4,30
Huzur bulmak için dalarım	,916			
Rahatlamak için dalarım	,901			
Rutin yaşamdan uzaklaşmak için dalarım	,860			
Öğrenme ($\alpha=0,756$)		2,664	12,684	4,28
Sualtı bitki ve hayvan yaşamını izlemek için dalarım	,799			
Sualtı doğası hakkında daha fazla şey öğrenmek için dalarım	,749			
Tarihi açıdan önemli batıkları görmek için dalarım	,694			
Bir şeyler keşfetmek için dalarım	,634			
Sualtıdaki jeolojik oluşumları incelemek için dalarım	,629			
İmaj ($\alpha=0,781$)		2,262	10,771	2,85
Dalış ekipmanımı kullanmak için dalarım	,724			
Fiziksel açıdan formda kalmama katkı sağladığı için dalarım	,692			
Video ya da fotoğraf çekmek için dalarım	,630			
Gelecekte hatırlayacağım bir deneyim kazanmak için dalarım	,612			
Sosyalleşme ($\alpha=0,745$)		2,139	10,187	3,51
Arkadaşlarımla vakit geçirmek için dalarım	,814			
Yeni insanlarla tanışmak için dalarım	,751			
Bilgi birikimimi diğerleriyle paylaşmak için dalarım	,710			
Kişisel Mücadele ($\alpha=0,755$)		2,109	10,044	2,99
Yapabileceğimi kendime kanıtlamak için dalarım	,839			
Bir çeşit kişisel mücadele olduğunu düşündüğüm için dalarım	,791			
Bana özgüven hissi verdiği için dalarım	,681			
Macera ($\alpha=0,747$)		2,090	9,951	2,96
Adrenalin içerdiği için dalarım	,835			
Macera yaşamak için dalarım	,763			
Taşıdığı riski yaşamak için dalarım	,716			
Açıklanan Toplam Varyans (%)			68,071	

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterlilik Ölçümü: 0,810

Bartlett Küresellik Testi/ Ki-kare değeri: 2962,124, sd: 210, p:0,000

Bir sonraki aşamada ilgilenim ölçeği, AFA uygulamasına tabi tutulmak üzere madde bütün korelasyon değeri açısından incelenmiştir. Düşük değerde bir madde olmaması sebebiyle ölçekte yer alan 15 maddeye faktör analizi yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde ilgilenim ölçeğine ait ''Kendimi tüplü dalışa ilişkin kişiler ve sembollerle özdeşleştiririm.'' ifadesi birinci faktöre 0,502 dördüncü faktöre 0,492 değerde yük vererek binişik faktör olduğu için bu madde analizden çıkartılmıştır. Sonuç olarak 14 madde ile faktör analizi tekrarlanmış ve Tablo 14'de görüldüğü gibi 4 faktörlü bir yapı ortaya çıkmıştır. Kyle vd.'ne (2006) ait çalışmadaki orijinal ölçekte yer alan ''Kimlik Onaylama'' ve ''Kimlik Dışavurumu'' boyutlarına ait ifadeler bu çalışmada aynı faktör

altında toplanmıştır. Bu şekilde ortaya çıkan faktör, oluşan yeni faktör yapısında "Kimlik" ismiyle yer almaktadır. Çünkü hem faktör yükü en fazla olan ifade esas alınarak isimlendirme (Çokluk vd., 2014: 205) hem de orijinal ölçekteki faktör isimlerine benzerlik göstermesi düşüncesi güdülmüştür. Oluşan faktör yapısında yer alan diğer faktörlerin isimlendirilmesinde Kyle vd.'ne (2006) ait ölçekteki orijinal isimlerin Türkçe karşılıkları kullanılmıştır. Oluşan faktörlerin, açıklanan varyansın değeri bakımından sıralanmış hali; (1) *Çekicilik*, (2) *Yaşam Tarzına Yakınlık*, (3) *Kimlik*, (4) *Sosyal Bağlanma* şeklindedir. Elde edilen bu yapı, toplam varyansın % 68,459'unu açıklamaktadır. Hair (2010: 111) açıklanan toplam varyansın %60 ve üzeri olmasının yeterli olacağını belirtmiştir. Değişkenlere ait faktör yüklerinin ise büyük bir çoğunluğunun 0,70 ve üzerinde olması, yapının oldukça iyi açıklanabildiğini göstermektedir (Alpar, 2010: 392). Bu çalışmada ilgilenim ölçeğine ait KMO değeri 0,842 olarak hesaplanmıştır. Bu değer veri setinin faktör analizi için oldukça iyi bir örneklem hacmine sahip olduğunu göstermektedir (Akbulut, 2010: 87). Değişkenler arasında yeteri düzeyde ilişkinin var olduğunu gösteren Bartlett Küresellik testine (Altunışık, 2012: 267) ait sonuçlar da $p < 0,5$ düzeyinde anlamlı çıkmıştır.

Tablo 14. Tüplü Dalışta İlgilenim Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Bulguları

Faktörler ve İfadeler	Faktör Yüğü	Öz Değer	Varyans %	Ort.
Çekicilik ($\alpha=0,905$)		2,543	18,161	4,13
Tüplü dalış yaptığım en eğlenceli şeylerden biridir	,902			
Tüplü dalış yapmak, beni en çok memnun eden şeylerden biridir	,876			
Tüplü dalış yapmak, benim için çok önemlidir	,810			
Yaşam Tarzına Yakınlık ($\alpha=0,855$)		2,527	18,048	3,42
Tüplü dalış yapmak hayatımda merkezi bir yere sahiptir	,875			
Yaşantımın büyük bir kısmının tüplü dalış etrafında şekillendiğini düşünüyorum	,867			
Tüplü dalışa ilişkin tercihlerimi başka etkinlikten yana değiştirmek için çok fazla düşünmem gerekir	,654			
Kimlik ($\alpha=0,741$)		2,503	17,879	3,28
Tüplü dalış yapıyor olmak kim olduğum hakkında çok şey ifade eder	,782			
Tüplü dalış yapan birisini gördüğümde o kişi hakkında çok şey söyleyebilirim	,765			
Tüplü dalış yaparken diğerleri beni görünmek istediğim şekilde görürler	,706			
Tüplü dalış yaparken dışarıdan nasıl görüdüğümü önemsemem	,526			
Tüplü dalış yaparken, gerçekten kendim olabiliyorum	,509			
Sosyal Bağlanma ($\alpha=0,754$)		2,012	14,372	3,60
Tüplü dalış etkinliği, bana arkadaşlarımla bir arada olma fırsatı sağlar	,818			
Arkadaşlarımla tüplü dalış etkinliği hakkında konuşmaktan hoşlanırım	,765			
Arkadaşlarımla çoğu bir şekilde tüplü dalışla bağlantılıdır	,664			
Açıklanan Toplam Varyans (%)			68,459	

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterlilik Ölçümü: 0,842

Bartlett Küresellik Testi/ Ki-kare değeri: 2188,654, sd: 91, p:0,000

4.5. Bireylerin Demografik ve Etkinliğe Katılım Özellikleri Açısından Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, güdü ve ilgilenim ölçeklerine ilişkin faktör yapılarında yer alan boyutlar ile bireylerin demografik ve katılım özellikleri arasında anlamlı bir ilişki ya da farklılık olup olmadığı incelenmiştir. Buna göre tüplü dalış yapan bireylerin güdüleri ve ilgilenim düzeyleriyle bazı demografik ve katılım özellikleri arasında (yaş, gelir, dalış sayısı ve dalış yıl sayısı) anlamlı bir ilişki olup olmadığını, varsa ilişkinin yönünü ve kuvvetini ortaya koymak amacıyla Pearson korelasyon analizi uygulanmıştır. Sosyal bilimlerde ilişki katsayısı olan "r" değerinin 0-0,3 arasında çıkması düşük, 0,3-0,7 arasında çıkması orta, 0,7-1 arasında çıkması ise yüksek derecede bir ilişkinin göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Saruhan ve Özdemirci, 2013: 224). Katılımcıların güdüleri ve ilgilenim düzeyleriyle bazı demografik ve katılım özellikleri arasındaki farklılıkların

incelenmesi amacıyla t-testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. İki grup arasında karşılaştırma yapmak için t-testi uygulanırken sonuçların değerlendirilmesi, varyansların eşit olup olmaması durumunu ortaya koyan Levene testi (Erdoğan, 2012: 332) sonuçlarına göre yapılmıştır. İki'den fazla grup arasında farklılık olup olmadığı tek yönlü varyans analizi ile test edilmiş olup farklılığın olması halinde söz konusu farklılığın hangi gruplar arasında ortaya çıktığını tespit etmek için Levene testi sonuçlarına göre, Post Hoc testlerinden LSD ve Tamhane's T2 (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 281) tercih edilmiştir. Ayrıca grup karşılaştırmaları için gruptaki gözlem sayısının 30'a yakın olması gerekliliği vardır (Alpar, 2010: 159). Bu sebeple demografik değişkenlerden mezuniyet durumu altında yer alan; ilköğretim (n=0), ortaokul (n=3) ve çalışma durumu altında yer alan; işsiz (n=7) farklılık analizlerine tabi tutulmamıştır. Bunun yanı sıra etkinliğe katılım özelliklerinden tüplü dalış sertifikası altında yer alan; diğer (n=8) grubuna da farklılık analizi uygulanmamıştır. Bu bilgiler ışığında, çalışmanın devamında öncelikle bireylerin demografik özellikleri daha sonra da etkinliğe katılım özellikleri açısından farklılık ve ilişki analizi bulgularına yer verilmiştir.

4.5.1. Bireylerin Demografik Özellikleri Açısından Tüplü Dalış Güdeleri ve İlgilenim Düzeylerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan erkek ve kadın dalgıçların istatistiksel açıdan farklılık gösterip göstermediği ifadelerine verdikleri puanlara göre incelenmiştir. Tablo 15'de görüldüğü üzere güdü faktörlerinden; *kaçış*, *imaj ve sosyalleşme*, ilgilenim faktörlerinden; *çekicilik* cinsiyete dayalı olarak aritmetik ortamlar bakımından farklılık göstermektedir. Ortalamalar incelendiğinde, yukarıda adı geçen güdüler açısından erkeklerin verdikleri puanların ortalamasının, kadınlara kıyasla daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 15. *Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılığı*

	Cinsiyet	n	Ort.	S.S.	T-Değeri	P
Güdü Faktörleri						
Kaçış	Kadın	100	3,956	1,327	-3,567	0,000*
	Erkek	207	4,473	0,833		
Öğrenme	Kadın	100	4,286	0,572	-0,070	0,944
	Erkek	207	4,290	0,565		
İmaj	Kadın	100	2,467	1,061	-4,686	0,000*
	Erkek	207	3,041	0,976		
Sosyalleşme	Kadın	100	3,306	0,975	-2,961	0,003*
	Erkek	207	3,628	0,848		
Kişisel Mücadele	Kadın	100	2,973	1,066	-0,294	0,769
	Erkek	207	3,011	1,055		
Macera	Kadın	100	2,896	0,979	-0,801	0,424
	Erkek	207	2,993	0,999		
İlgilenim Faktörleri						
Çekicilik	Kadın	100	3,836	1,249	-3,311	0,001*
	Erkek	207	4,285	0,751		
Yaşam Tarzına Yakınlık	Kadın	100	3,420	1,102	-0,105	0,916
	Erkek	207	3,433	0,993		
Kimlik	Kadın	100	3,248	0,655	-0,700	0,484
	Erkek	207	3,309	0,831		
Sosyal Bağlanma	Kadın	100	3,526	0,842	-1,241	0,216
	Erkek	207	3,652	0,824		

(*): $p < 0,05$

Katılımcılar eğitim düzeyleri açısından incelenmiş ve gruplar arası ortalamaların farklılık gösterip göstermediği Tablo 16’da aktarılmıştır. Buna göre güdü faktörlerinden; *öğrenme* ilgilenim faktörlerinden; *yaşam tarzına yakınlık* ve *sosyal bağlanma* eğitim düzeyine bağlı olarak gruplararası farklılık göstermektedir. Gruplar arası farklılığın nereden kaynaklandığını ortaya çıkarmak için çoklu karşılaştırma testlerinden yararlanılmıştır. Buna göre; *öğrenme* güdüsü bakımından lisans düzeyindeki dalgıçlar lise (ort. farkı= -0,207) ve önlisans (ort. farkı= -0,338) düzeyindeki dalgıçlardan farklılık göstermektedir. Başka bir ifadeyle lise ve önlisans düzeyindeki katılımcılar lisan düzeyindeki katılımcılara göre daha fazla *öğrenme* güdüsüyle bu etkinliğe katılmaktadırlar. *Yaşam tarzına yakınlık* faktörü bakımından lise düzeyindeki bireyler diğer tüm gruplardan (ortalama farklı sırasıyla önlisans: 0,568, lisans: 0,463, lisansüstü: 0,476) farklılık göstermektedir. Bu sonuçlara göre lise düzeyindeki bireyler diğer gruplara kıyasla bu etkinliği *yaşam tarzı olarak* daha fazla algılamaktadır. Son olarak *sosyal bağlanma* faktörü bakımından lise düzeyindeki dalgıçlar önlisans (ort. farkı=0,742), lisans (ort.

farkı=0,402) ve lisansüstü (ort. farkı=0,389) düzeyindeki diğer tüm gruplardan farklılık göstermektedir. Diğer bir ifadeyle lise düzeyindeki bireyler diğer guruplara kıyasla, bu etkilğe sosyal bağlanma düzeyinde daha fazla katılım sağlamaktadırlar.

Tablo 16. Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerinin Eğitim Düzeyine Göre Farklılığı

	Eğitim Düzeyi	n	Ort.	S.S.	F	P
Güdü Faktörleri						
Kaçış	Lise	76	4,342	1,065	1,073	0,370
	Önlisans	20	4,083	1,159		
	Lisans	143	4,219	1,082		
	Lisansüstü	68	4,500	0,938		
Öğrenme	Lise	76	4,389	0,551	2,670	0,032*
	Önlisans	20	4,520	0,746		
	Lisans	143	4,181	0,578		
	Lisansüstü	68	4,314	0,526		
İmaj	Lise	76	2,996	1,127	0,660	0,620
	Önlisans	20	2,712	0,964		
	Lisans	143	2,849	1,025		
	Lisansüstü	68	2,746	0,990		
Sosyalleşme	Lise	76	3,684	0,987	1,236	0,295
	Önlisans	20	3,616	1,072		
	Lisans	143	3,468	0,895		
	Lisansüstü	68	3,426	0,761		
Kişisel Mücadele	Lise	76	2,995	1,043	0,866	0,485
	Önlisans	20	2,933	1,235		
	Lisans	143	3,009	1,086		
	Lisansüstü	68	3,034	0,970		
Macera	Lise	76	2,986	1,005	1,129	0,343
	Önlisans	20	3,050	1,253		
	Lisans	143	2,967	0,948		
	Lisansüstü	68	2,941	0,992		
İlgilenim Faktörleri						
Çekicilik	Lise	76	4,197	1,020	0,666	0,616
	Önlisans	20	3,900	1,098		
	Lisans	143	4,083	0,976		
	Lisansüstü	68	4,215	0,863		
Yaşam Tarzına Yakınlık	Lise	76	3,785	0,997	3,341	0,011*
	Önlisans	20	3,216	1,186		
	Lisans	143	3,321	1,021		
	Lisansüstü	68	3,308	0,967		
Kimlik	Lise	76	3,350	0,822	0,749	0,560
	Önlisans	20	3,020	1,035		
	Lisans	143	3,282	0,772		
	Lisansüstü	68	3,308	0,650		
Sosyal Bağlanma	Lise	76	3,943	0,822	5,834	0,000*
	Önlisans	20	3,200	0,920		
	Lisans	143	3,540	0,823		
	Lisansüstü	68	3,553	0,738		

(*): $p < 0,05$

Tüplü dalış yapan bireyler çalışma durumu açısından incelenmiş ve gruplara ilişkin ortalama farklılıkları Tablo 17’de sunulmuştur. Buna göre güdü faktörlerinden; *imaj*, *kişisel mücadele ve macera* ilgilenim faktörlerinden; *çekicilik*, *yaşam tarzına yakınlık* ve *sosyal bağlanma* çalışma durumuna bağlı olarak gruplar arası farklılık göstermektedir. Güdü ve ilgilenim faktörleri için verilen puanlardaki anlamlı farklılığın hangi meslek grupları arasında oluştuğunu ortaya çıkarmak için çoklu karşılaştırma testlerinden yararlanılmıştır. Sonuçlar incelendiğinde güdü faktörlerinden *imaj* için meslek grupları arasında en göze çarpanı akademisyenlerdir. Yaşamını akademisyenlik yaparak sürdüren dalgıçlar imaj açısından diğer bütün meslek gruplarına göre (ort. farkı -0,330 ve -0,889 arası) daha düşük bir ortalamaya sahiptir. Güdü faktörlerinden *kişisel mücadele* için emekliler daha fazla ön plana çıkmıştır. Memur ve akademisyenler hariç diğer meslek gruplarına göre emekli dalgıçlar daha yüksek bir ortalamaya sahiptir. *Macera* güdüsüyle bu etkinliğe katılan bireyler arasında ise öğrenciler ve emekliler diğerlerinden farklılık göstermektedir. Buna göre öğrenciler neredeyse bütün meslek gruplarına göre bu etkinlik için daha fazla macera güdüsü taşıırken (ort. farkı 0,442 ve 0,986 arası), emekliler ise neredeyse bütün meslek gruplarından daha düşük bir ortalamaya sahiptir (ort. farkı -0,330 ve -0,986 arası). Sonuçlar ilgilenim faktörleri bakımından incelendiğinde ise *yaşam tarzına yakınlık* için meslek grupları arasında en göze çarpanı yöneticilerdir. Buna göre yöneticiler diğer meslek gruplarına kıyasla daha düşük bir ortalamaya sahiptir (ort. farkı -0,353 ve -0,629 arası). İlgilenim faktörlerinden *çekicilik* için farklılığı memurlar göstermektedir. Buna göre memurlar bu etkinliği, yöneticilerden (ort. farkı 0,560) ve öğrencilerden (ort. farkı 0,600) daha yüksek bir ortalama ile çekici bulmaktadır. Son olarak, kendisini işçi olarak tanımlayan bireylerden kaynaklı olmak üzere ilgilenime ait *sosyal bağlanma* faktörü de ortalama bakımından farklılık göstermektedir. Sonuçlar sosyal bağlanma düzeyinde incelendiğinde, işçilerin ilgilenim düzeyi yöneticilere kıyasla (ort. farkı 0,588) daha yüksek bir değere sahiptir.

Tablo 17. Tüplü Dahş Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerinin alışma Durumuna Göre Farklılığı

	alışma Durumu	n	Ort.	S.S.	F	P
Güdü Faktörleri						
Kaçış	Memur	28	4,797	0,428	1,961	0,051
	Akademisyen	24	4,250	1,168		
	İşveren	39	4,145	1,234		
	Yönetici	60	4,050	1,243		
	Emekli	27	4,185	0,854		
	ğrenci	46	4,463	0,909		
	İşçi	45	4,251	1,152		
	Diğer	27	4,580	0,543		
ğrenme	Memur	28	4,292	0,494	1,733	0,090
	Akademisyen	24	4,175	0,547		
	İşveren	39	4,112	0,738		
	Yönetici	60	4,186	0,690		
	Emekli	27	4,437	0,460		
	ğrenci	46	4,347	0,515		
	İşçi	45	4,426	0,470		
	Diğer	27	4,385	0,467		
İmaj	Memur	28	3,160	0,895	2,922	0,004*
	Akademisyen	24	2,270	1,068		
	İşveren	39	3,134	1,046		
	Yönetici	60	2,604	1,135		
	Emekli	27	2,935	0,936		
	ğrenci	46	2,945	0,895		
	İşçi	45	2,716	1,091		
	Diğer	27	3,166	0,811		
Sosyalleşme	Memur	28	3,666	0,902	0,860	0,551
	Akademisyen	24	3,305	0,997		
	İşveren	39	3,658	0,880		
	Yönetici	60	3,377	0,896		
	Emekli	27	3,604	0,872		
	ğrenci	46	3,623	0,873		
	İşçi	45	3,503	1,014		
	Diğer	27	3,543	0,837		
Kişisel Mücadele	Memur	28	3,297	1,254	3,117	0,002*
	Akademisyen	24	3,013	1,037		
	İşveren	39	2,880	1,044		
	Yönetici	60	2,922	0,921		
	Emekli	27	3,580	1,040		
	ğrenci	46	3,058	0,855		
	İşçi	45	2,614	1,121		
	Diğer	27	3,222	1,082		
Macera	Memur	28	3,083	1,000	2,541	0,011*
	Akademisyen	24	2,750	1,113		
	İşveren	39	3,008	1,027		
	Yönetici	60	2,877	0,885		
	Emekli	27	2,419	0,958		
	ğrenci	46	3,405	1,010		
	İşçi	45	2,963	1,003		
	Diğer	27	3,000	0,852		
İlgilenim Faktörleri						

Çekicilik	Memur	28	4,571	0,470	2,684	0,007*
	Akademisyen	24	4,055	1,075		
	İşveren	39	4,273	0,868		
	Yönetici	60	4,011	1,066		
	Emekli	27	4,271	0,692		
	Öğrenci	46	3,971	0,990		
	İşçi	45	3,992	1,215		
	Diğer	27	4,419	0,689		
Yaşam Tarzına Yakınlık	Memur	28	3,559	1,014	3,054	0,003*
	Akademisyen	24	3,652	1,042		
	İşveren	39	3,495	0,920		
	Yönetici	60	3,066	1,039		
	Emekli	27	3,419	0,950		
	Öğrenci	46	3,543	0,987		
	İşçi	45	3,696	0,976		
	Diğer	27	3,419	1,092		
Kimlik	Memur	28	3,500	0,712	1,762	0,084
	Akademisyen	24	3,350	0,720		
	İşveren	39	3,246	0,801		
	Yönetici	60	3,086	0,840		
	Emekli	27	3,044	0,840		
	Öğrenci	46	3,387	0,729		
	İşçi	45	3,302	0,777		
	Diğer	27	3,585	0,685		
Sosyal Bağlanma	Memur	28	3,642	0,558	2,332	0,019*
	Akademisyen	24	3,625	0,592		
	İşveren	39	3,692	0,817		
	Yönetici	60	3,277	0,943		
	Emekli	27	3,691	0,856		
	Öğrenci	46	3,731	0,909		
	İşçi	45	3,866	0,836		
	Diğer	27	3,642	0,805		

(*): $p < 0,05$

Araştırmada yer alan güdü ve ilgilenim faktörleri ile katılımcıların yaşları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı korelasyon analiziyle incelenmiştir. Tablo 18’ de görüldüğü üzere güdü faktörlerinden; *kaçış* ve *macera* ilgilenim faktörlerinden; *kimlik* katılımcıların yaşlarıyla istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkiye sahiptir. Sonuçlar ilişkinin yönü ve şiddeti bakımından incelendiğinde, *kaçış* güdüsünün yaşla ilişkisi düşüktür ve yaş küçüldükçe bireyler bu etkinliğe daha fazla kaçış güdüsüyle katılmaktadır. Diğer bir güdü faktörü olan *macera* ise ilişkinin şiddeti bakımından orta düzeydedir. İlişkinin yönü bakımından ise yaş ile ters bir ilişki içinde olup yaş azaldıkça bireylerin taşıdığı *macera* güdüsü artmaktadır. Son olarak ilgilenime ait *kimlik* faktörüyle bireylerin yaşı arasında düşük de olsa bir ilişki bulunmaktadır. İlişkinin yönü ters olmakla birlikte katılımcıların yaşı arttıkça, etkinliğe olan ilgilenim düzeyleri kim olduklarını sergileme yönünde azalmaktadır.

Tablo 18. Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerinin Yaş ile İlişkisi

	Ort.	S.S.	r	p
Güdü Faktörleri				
Kaçış	4,303	1,050	-0,143	0,013*
Öğrenme	4,283	0,579	-0,062	0,287
İmaj	2,852	1,033	0,033	0,565
Sosyalleşme	3,517	0,901	-0,052	0,367
Kişisel Mücadele	2,996	1,055	0,026	0,657
Macera	2,964	0,993	-0,325	0,000*
İlgilenim Faktörleri				
Çekicilik	4,131	0,965	0,023	0,695
Yaşam Tarzına Yakınlık	3,421	1,026	-0,032	0,582
Kimlik	3,286	0,779	-0,136	0,018*
Sosyal Bağlanma	3,608	0,836	-0,006	0,921

(*): $p < 0,05$

Araştırmadan elde edilen veriler dahilinde güdü ve ilgilenim faktörleriyle katılımcıların geliri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ortaya koyan Pearson korelasyon katsayısına ilişkin bulgular Tablo 19’da sunulmuştur. Sonuçlar incelendiğinde ilgili faktörlerle katılımcıların geliri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı anlaşılmaktadır ($p > 0,05$).

Tablo 19. Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerinin Gelir ile İlişkisi

	Ort.	S.S.	r	p
Güdü Faktörleri				
Kaçış	4,303	1,050	0,012	0,843
Öğrenme	4,283	0,579	-0,049	0,411
İmaj	2,852	1,033	-0,011	0,848
Sosyalleşme	3,517	0,901	0,011	0,851
Kişisel Mücadele	2,996	1,055	0,017	0,777
Macera	2,964	0,993	-0,005	0,932
İlgilenim Faktörleri				
Çekicilik	4,131	0,965	-0,001	0,985
Yaşam Tarzına Yakınlık	3,421	1,026	-0,109	0,066
Kimlik	3,286	0,779	-0,101	0,091
Sosyal Bağlanma	3,608	0,836	-0,075	0,208

4.5.2. Bireylerin Etkinliğe Katılım Özellikleri Açısından Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerine İlişkin Bulgular

Tüplü dalış yapan bireyler sahip oldukları dalış sertifikası bakımından incelenmiş ve gruplar arasında oluşan ortalama farklılıkları Tablo 20’de aktarılmıştır. Buna göre güdü faktörlerinden; *kaçış* ve *imaj* ilgilenim faktörlerinden; *çekicilik* bireylerin taşıdığı sertifika durumuna bağlı olarak gruplar arası farklılık göstermektedir. Güdü ve ilgilenim faktörleri için verilen puanlardaki anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunu tespit etmek amacıyla çoklu karşılaştırma testlerinden yararlanılmıştır. Sonuçlar incelendiğinde verilen puanlardaki anlamlı farklılığın söz konusu faktörlerin hepsi için SSI ve CMAS arasında ortaya çıktığı görülmüştür. Buna göre CMAS üyeleri, SSI üyelerine kıyasla daha yüksek bir ortalama ile *kaçış* ve *imaj* güdüsü taşıyarak bu etkinliğe katılmaktadır. Aynı şekilde CMAS üyeleri tüplü dalış etkinliğine *çekicilik* düzeyinde, SSI üyelerinden daha yüksek bir ortalama ile ilgi göstermektedir.

Tablo 20. Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerinin Dalış Sertifikasına Göre Farklılığı

	Dalış Sertifikası	n	Ort.	S.S.	F	P
Güdü Faktörleri						
Kaçış	SSI	56	3,708	1,446	9,039	0,000*
	CMAS	194	4,486	0,817		
	PADI	46	4,137	1,195		
Öğrenme	SSI	56	4,217	0,665	0,728	0,536
	CMAS	194	4,310	0,517		
	PADI	46	4,273	0,620		
İmaj	SSI	56	2,397	1,173	6,841	0,000*
	CMAS	194	2,996	0,916		
	PADI	46	2,587	1,141		
Sosyalleşme	SSI	56	3,315	0,919	2,599	0,052
	CMAS	194	3,513	0,892		
	PADI	46	3,804	0,862		
Kişisel Mücadele	SSI	56	2,815	1,098	0,846	0,470
	CMAS	194	3,046	1,059		
	PADI	46	2,971	0,978		
Macera	SSI	56	2,869	1,089	0,623	0,600
	CMAS	194	2,963	0,970		
	PADI	46	3,065	0,925		
İlgilenim Faktörleri						
Çekicilik	SSI	56	3,815	1,259	4,055	0,008*
	CMAS	194	4,266	0,786		
	PADI	46	3,927	1,190		
Yaşam Tarzına Yakınlık	SSI	56	3,458	1,094	0,246	0,864
	CMAS	194	3,400	1,006		
	PADI	46	3,478	1,029		
Kimlik	SSI	56	3,250	0,928	0,263	0,852
	CMAS	194	3,295	0,748		
	PADI	46	3,239	0,699		
Sosyal Bağlanma	SSI	56	3,589	0,765	0,280	0,840
	CMAS	194	3,622	0,834		
	PADI	46	3,652	0,851		

(*): $p < 0,05$

Katılımcılar dalış seviyelerine göre incelenmiş ve gruplar arasında oluşan ortalama farklılıklarına Tablo 21’de yer verilmiştir. Buna göre güdü faktörlerinden; *öğrenme* ve *mecara* hariç, ilgilenim faktörlerinin ise tamamı katılımcıların dalış seviyelerine göre farklılık göstermektedir. Gruplar arası farklılığın nereden kaynaklandığını ortaya çıkarmak için çoklu karşılaştırma testlerinden yararlanılmıştır. Sonuçlar incelendiğinde *kaçış* güdüsü için farklılık dalış lideriyle başlangıç seviyesinde olan dalgıçlar arasında oluşmaktadır. Buna göre dalış liderleri, başlangıç seviyesindeki bireylere kıyasla (ort. farkı 0,445) daha çok *kaçış* güdüsüyle daldıklarını ifade etmiştir. Aynı şekilde dalış liderleri *imaj* güdüsü açısından, başlangıç seviyesi (ort. farkı 0,775) ve ileri seviyedeki dalgıçlara göre (ort. farkı 0,597) daha yüksek bir ortalama ile bu etkinliğe katılım

sağlamaktadır. Dalış liderlerinin ortalama farkı ile ön plana çıktığı bir başka güdü ise *sosyalleşme*dir. Buna göre dalış liderleri diğer iki gruptan daha fazla sosyalleşme amacıyla bu etkinliğe yönelmektedir. Son olarak buldukları seviyenin doğası gereği başlangıç seviyesindeki dalgıçlar bu etkinlik için, ileri seviyedeki dalgıçlardan daha fazla *kişisel mücadele* güdüsüyle hareket ettiklerini ifade etmişlerdir (ort. farkı 0,384). İlgilenime ait bütün faktörlerde gruplar arası farklılık dalış liderleriyle diğer iki grup arasında ortaya çıkmıştır. Sonuçlar her bir faktör için incelendiğinde; dalış liderleri, diğer iki gruba kıyasla tüplü dalış etkinliğini daha fazla *yaşam tarzına yakın* olarak görmektedir (ort. farkı seviye sırasıyla 0,695 ve 0,440). Diğer bir ilgilenim faktörü olan *sosyal bağlanma* düzeyi de dalış liderleri tarafından daha yüksek bir ortalamayla algılanmaktadır (ort. farkı seviye sırasıyla 0,299 ve 0,239). Son olarak dalış liderlerinin bu etkinliğe karşı ilgilenimi, *çekicilik* düzeyinde başlangıç seviyesindeki dalgıçlara kıyasla daha yüksek olup (ort. farkı 0,438) *kimlik* düzeyinde kim olduklarını sergileme yönünde de aynı gruba karşı daha yüksektir (ort. farkı 0,323).

Tablo 21. Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerinin Dalış Seviyesine Göre Farklılığı

	Dalış Seviyesi	n	Ort.	S.S.	F	P
Güdü Faktörleri						
Kaçış	Başlangıç	106	4,113	1,181	4,445	0,013*
	İleri	120	4,283	1,082		
	Dalış Lideri	82	4,569	0,750		
Öğrenme	Başlangıç	106	4,224	0,532	0,922	0,399
	İleri	120	4,306	0,618		
	Dalış Lideri	82	4,331	0,584		
İmaj	Başlangıç	106	2,577	0,981	15,032	0,000*
	İleri	120	2,756	1,010		
	Dalış Lideri	82	3,353	0,985		
Sosyalleşme	Başlangıç	106	3,371	0,876	7,976	0,000*
	İleri	120	3,413	0,889		
	Dalış Lideri	82	3,845	0,875		
Kişisel Mücadele	Başlangıç	106	3,179	1,068	3,875	0,022*
	İleri	120	2,794	1,048		
	Dalış Lideri	82	3,016	1,001		
Macera	Başlangıç	106	3,100	0,985	2,582	0,077
	İleri	120	2,805	0,970		
	Dalış Lideri	82	2,983	0,999		
İlgilenim Faktörleri						
Çekicilik	Başlangıç	106	3,915	1,055	5,007	0,007*
	İleri	120	4,166	0,994		
	Dalış Lideri	82	4,353	0,739		

Yaşam Tarzına Yakınlık	Başlangıç	106	3,141	1,065	11,395	0,000*
	İleri	120	3,397	0,950		
	Dalış Lideri	82	3,837	0,964		
Kimlik	Başlangıç	106	3,171	0,670	4,420	0,013*
	İleri	120	3,240	0,750		
	Dalış Lideri	82	3,495	0,902		
Sosyal Bağlanma	Başlangıç	106	3,509	0,820	3,254	0,040*
	İleri	120	3,569	0,791		
	Dalış Lideri	82	3,808	0,904		

(*): $p < 0,05$

Araştırma kapsamında yer alan güdü ve ilgilenim faktörleriyle katılımcıların dalış yaptığı toplam yıl sayısı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı korelasyon analiziyle incelenmiştir. Tablo 22’ de görüldüğü üzere güdü faktörlerinden *macera*; ilgilenim faktörlerinden *yaşam tarzına yakınlık*, katılımcıların dalış yaptığı toplam yıl sayısı ile istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkiye sahiptir. Sonuçlar ilişkinin yönü ve şiddeti bakımından incelendiğinde, *macera* güdüsünün toplam yıl sayısı ile ilişkisi düşüktür ($r = -0,115$) ve bireyler, dalış yapılan yıl sayısı arttıkça bu etkinliğe daha az *macera* güdüsüyle katılmaktadır. Son olarak ilgilenime ait *yaşam tarzına yakınlık* faktörüyle bireylerin dalış yaptığı toplam yıl sayısı arasında düşük de olsa bir ilişki bulunmaktadır ($r = 0,113$). İlişkinin yönü doğru orantılı olup katılımcılara ait dalış yıl sayısı arttıkça, tüplü dalış etkinliği onlar için daha fazla yaşam tarzı haline gelmektedir.

Tablo 22. Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeylerinin Dalış Yıl Sayısı ile İlişkisi

	Ort.	S.S.	r	p
Güdü Faktörleri				
Kaçış	4,303	1,050	-0,023	0,692
Öğrenme	4,283	0,579	-0,068	0,238
İmaj	2,852	1,033	0,076	0,187
Sosyalleşme	3,517	0,901	0,082	0,153
Kişisel Mücadele	2,996	1,055	0,030	0,606
Macera	2,964	0,993	-0,115	0,045*
İlgilenim Faktörleri				
Çekicilik	4,131	0,965	0,046	0,426
Yaşam Tarzına Yakınlık	3,421	1,026	0,113	0,048*
Kimlik	3,286	0,779	0,045	0,430
Sosyal Bağlanma	3,608	0,836	0,047	0,414

(*): $p < 0,05$

Araştırmadan elde edilen veriler dahilinde güdü ve ilgilenim faktörleriyle katılımcıların dalış sayısı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ortaya koyan Pearson korelasyon katsayısına ilişkin bulgular Tablo 23’de sunulmuştur. Güdü faktörlerinden *imaj* ve *sosyalleşme*, bireylere ait toplam dalış sayısı ile anlamlı, doğru orantılı ancak düşük düzeyde bir ilişki içindedir. Buna göre toplam dalış sayısı arttıkça bireyler daha fazla *imaj* ve *sosyalleşme* güdüsüyle bu etkinliğe katılmaktadır. İlgilenim faktörlerinden *çekicilik* hariç diğer bütün faktörler, toplam dalış sayısı ile anlamlı ve aynı yönde bir ilişkiye sahiptir. İlişkinin şiddeti açısından ise “*r*” değeri, toplam dalış sayısının *yaşam tarzına yakınlık* faktörüyle orta, *kimlik* ve *sosyal bağlanma* faktörüyle düşük düzeyde bir ilişkiye sahip olduğuna işaret etmektedir. Buna göre bireylerin yaptığı tüplü dalış sayısı arttıkça, etkinliğe olan ilgilenimi; çekicilik, yaşam tarzına yakınlık ve kimlik düzeyinde de artmaktadır.

Tablo 23. Tüplü Dalış Güdülere ve İlgilenim Düzeylerinin Dalış Sayısı ile İlişkisi

	Ort.	S.S.	r	p
Güdü Faktörleri				
Kaçış	4,303	1,050	-0,032	0,588
Öğrenme	4,283	0,579	0,096	0,103
İmaj	2,852	1,033	0,116	0,050*
Sosyalleşme	3,517	0,901	0,183	0,002*
Kişisel Mücadele	2,996	1,055	0,003	0,957
Macera	2,964	0,993	-0,007	0,899
İlgilenim Faktörleri				
Çekicilik	4,131	0,965	0,071	0,231
Yaşam Tarzına Yakınlık	3,421	1,026	0,305	0,000*
Kimlik	3,286	0,779	0,145	0,014*
Sosyal Bağlanma	3,608	0,836	0,242	0,000*

(*): $p < 0,05$

4.6.Tüplü Dalış Güdüleri ve İlgilenim Düzeyleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Bu kısımda tüplü dalış yapan bireylerin güdüleri ve ilgilenim düzeyleri arasındaki ilişkiye yönelik ortaya çıkarılan bulgular aşağıda tablolar yardımıyla sunulmuştur. Söz konusu ilişkiyi ortaya çıkarmak için, güdü leğine ait 6 faktör ve ilgilenim leğine ait 4 faktör regresyon analizine tabi tutulmuştur.

Regresyon analizi genel olarak aşağıda yer alan soruların cevabını ortaya çıkarmaktadır; (1) bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında bir ilişki var mıdır? (2) bağımlı değişkendeki değişimin ne kadarı bağımsız değişkenlerce açıklanabilmektedir? (3) değişkenler arasında ne tür bir ilişki vardır? (4) bağımlı değişkene ait ileriye dönük değerleri tahmin etmek mümkün müdür? (Altunışık vd., 2012: 233). Bir bağımlı değişken üzerindeki etki tek bağımsız değişkenle açıklanıyorsa basit regresyon analizi, iki ve daha fazla bağımsız değişkenle açıklanıyorsa çoklu regresyon analizi uygulanır (Akbulut, 2010: 61). Ayrıca regresyon analizinin uygulanabilmesi için bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki doğrusal olmalı yani korelasyon testi sonuçları anlamlı çıkmalıdır (Saruhan ve zdemirci, 2013: 230). Bu açıklamalar ışığında, bağımlı değişkenleri temsil eden ilgilenim faktörleri ile bağımsız değişkenleri temsil eden güdü faktörleri arasında doğrusal bir ilişki olması ve birden fazla bağımsız değişken olması sebebiyle çalışmanın bu aşamasında çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır.

Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaya yönelik yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine ilişkin bazı kat sayıların tanımlanmasında da yarar vardır. Buna göre öncelikle incelenmesi gereken değer bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantının (multi-colinearity) olup olmadığıdır. Çoklu bağlantı, bağımsız değişkenler arasında yüksek düzeyde ilişki olduğu anlamına gelir ve ikili ilişkilerde 0,80 üzerindeki bir değer çoklu bağlantı sorunu olabileceğini gösterir (Büyüköztürk, 2014: 100). Bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı sorunu olup olmadığını ortaya koyan diğer katsayılar ise her bir regresyon modelinde yer alan Tolerans ve VIF (variance inflation factor) değerleridir. Buna göre katsayılar tablosunda yer alan Tolerans değerlerinin 0,10'dan büyük ve VIF değerlerinin 10'dan küçük olması gerekmektedir (Akbulut, 2010: 68). Bunların yanı sıra her bir bağımlı değişken için kurulan modele ilişkin değerlendirmeye alınan başka katsayılar da vardır. Buna göre regresyon analizinde

$p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde kurulan modelin bütün olarak anlamlı olup olmadığını gösteren F değerinin, değişkenlerin tek tek anlamlı olup olmadığını gösteren t değerinin incelenmesi gerekmektedir (Kalaycı, 2008: 268). Model özeti tablosunda yer alan R değeri, bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi temsil ederken, kurulan modelin belirlilik katsayısı olan R^2 ise birden çok bağımsız değişkenin yüzde olarak bağımlı değişkeni açıklama miktarını gösterir (Alpar, 2011: 464). Ancak bağımlı değişkeni açıklama yeteneği olsun ya da olmasın, regresyon modeline eklenen her yeni bağımsız değişken R^2 değerinin suni olarak artmasına neden olur. Bu sebeple söz konusu suni artışı ortadan kaldırarak modelin gerçek açıklama gücünü gösteren *Uyarlanmış* R^2 değeri belirlilik katsayısı olarak dikkate alınmalıdır (Altunışık, 2012: 237).

Bu bilgiler ışığında ilk olarak, çalışmada yer alan bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı sorunu olup olmadığı korelasyon analizi yardımıyla incelenmiştir. Buna göre; bağımsız değişkenlere ait ilişki katsayılarının 0,032 ile 0,548 arasında değiştiği görülmüş ve regresyon analizi için çoklu bağlantı sorunu olmadığı anlaşılmıştır. Ayrıca Tolerans değerlerinin 0,10'dan oldukça yüksek ve VIF değerlerinin ise 10'dan çok düşük olması da bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı sorunu olmadığını işaret etmektedir. Yukarıda tanımlanan değerler esas alınarak incelenmesi gereken diğer katsayılar ise her bir bağımlı değişken için kurulan regresyon modeli üzerinde verilmiştir. Bağımsız değişkenlerin her bir bağımlı değişken üzerindeki etkisini incelemek üzere ilgilenim ölçeğinde yer alan faktörler için kurulan regresyon modelleri (1) *Çekicilik*, (2) *Yaşam Tarzına Yakınlık*, (3) *Kimlik*, (4) *Sosyal Bağlanma* şeklinde aşağıda sıralanmaktadır.

Bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişken olarak *çekicilik* faktörü üzerindeki etkisini ortaya çıkaran ilk regresyon modeline ilişkin bulgular Tablo 24'de sunulmuştur. Buna göre, regresyon modeli bütün olarak $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde $F=48,499$ değeriyle anlamlı çıkmıştır. Modelin belirlilik katsayısını temsil eden *Uyarlanmış* R^2 değeri, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki değişimin yaklaşık olarak %48'ni açıklayabildiğine işaret etmektedir. Modelde yer alan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde hangisinin daha fazla etkili olduğunu Beta değeri göstermektedir. Buna göre; *Kaçış* güdüsündeki bir birimlik bir artış çekicilik üzerinde 0,63 birimlik bir artışa neden olurken *Macera* güdüsündeki bir birimlik bir artış ise çekicilik üzerinde 0,11 birimlik bir azalışa neden olmaktadır.

Tablo 24. Bağımlı Değişken Olarak Çekicilik Faktörüne Ait Çoklu Regresyon Analizi Bulguları

Bağımsız Değişkenler	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p	Tolerans	VIF
	B	Std. Hata	Beta				
Sabit	1,296	0,319		4,060	0,000		
Kaçış	0,582	0,046	0,633	12,671	0,000	0,673	1,486
Öğrenme	0,057	0,075	0,034	0,765	0,445	0,831	1,203
İmaj	0,076	0,049	0,081	1,560	0,120	0,620	1,614
Sosyalleşme	0,036	0,051	0,034	0,708	0,480	0,749	1,336
Kişisel Mücadele	0,020	0,043	0,022	0,479	0,633	0,766	1,305
Macera	-0,107	0,044	-0,111	-2,420	0,016	0,805	1,242
R= 0,699 R²= 0,489 Uyarlanmış R²= 0,479 F= 48,499 p= 0,000							

Bağımlı değişken olarak *Yaşam Tarzına Yakınlık* faktörünün analize tabi tutulduğu ikinci regresyon modeline ilişkin bulgular Tablo 25’ te yer almaktadır. Söz konusu regresyon modeli bütün olarak 7,290 F katsayısıyla $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı çıkmıştır. Tabloda görüldüğü üzere modelin belirlilik katsayısı olan *Uyarlanmış R²* değeri 0,109 olarak hesaplanmıştır. Model incelendiğinde güdü faktörlerinden *imaj*, *kişisel mücadele* ve *macera*nın bağımlı değişken olan *yaşam tarzına yakınlık* üzerinde hiçbir açıklayıcı etkisi yoktur. Buna karşılık *Kaçış*, *Öğrenme* ve *Sosyalleşme* faktörleri $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı etkiler yaratmaktadır. Beta katsayıları tek tek incelendiğinde görülmektedir ki; *Kaçış* güdüsünde meydana gelecek bir birimlik artış yaşam tarzına yakınlık faktöründe 0,157 birimlik bir artışa neden olurken, *Öğrenme* güdüsünde meydana gelecek bir birimlik artış ise söz konusu bağımlı değişkende 0,146 birimlik bir artışa neden olmaktadır. Son olarak *Sosyalleşme* güdüsünde oluşacak bir birimlik artış yaşam tarzına yakınlık faktöründe 0,210 düzeyinde bir artışa sebep olacaktır.

Tablo 25. Bağımlı Değişken Olarak Yaşam Tarzına Yakınlık Faktörüne Ait Çoklu Regresyon Analizi Bulguları

Bağımsız Değişkenler	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p	Tolerans	VIF
	B	Std. Hata	Beta				
Sabit	1,029	0,444		2,317	0,021		
Kaçış	0,154	0,064	0,157	2,408	0,017	0,673	1,486
Öğrenme	0,258	0,104	0,146	2,479	0,014	0,831	1,203
İmaj	0,015	0,068	0,015	0,226	0,821	0,620	1,614
Sosyalleşme	0,239	0,071	0,210	3,384	0,001	0,749	1,336
Kişisel Mücadele	-0,087	0,060	-0,089	-1,454	0,147	0,766	1,305
Macera	0,000	0,062	0,000	-0,007	0,994	0,805	1,242
R= 0,355 R²= 0,126 Uyarlanmış R²= 0,109 F= 7,290 p= 0,000							

Geliştirilen üçüncü modelde *Kimlik* faktörü bağımlı değişken olarak analize tabi tutulmuş ve güdü faktörlerinden oluşan bağımsız değişkenlerin etkisine ilişkin sonuçlar Tablo 26'da aktarılmıştır. Buna göre, regresyon modeli bütün olarak $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde $F=13,341$ değeriyle istatistiki olarak anlamlı çıkmıştır. Regresyon modeli genel belirlilik katsayısı açısından incelendiğinde bağımsız değişkenler, bağımlı değişkendeki değişimi $0,193$ Uyarlanmış R^2 değeriyle açıklamaktadır. Standardize edilmiş beta katsayılarına göre bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki önem sırası; *İmaj* (0,196), *Öğrenme* (0,181) ve *Kaçış* (0,144) şeklindedir. Bu katsayılar, bağımsız değişkende meydana gelecek bir birimlik bir artışın kimlik faktörü üzerindeki oransal olarak etkisini göstermektedir.

Tablo 26. Bağımlı Değişken Olarak Kimlik Faktörüne Ait Çoklu Regresyon Analizi Bulguları

Bağımsız Değişkenler	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p	Tolerans	VIF
	B	Std. Hata	Beta				
Sabit	0,937	0,321		2,918	0,004		
Kaçış	0,107	0,046	0,144	2,314	0,021	0,673	1,486
Öğrenme	0,244	0,075	0,181	3,239	0,001	0,831	1,203
İmaj	0,148	0,049	0,196	3,029	0,003	0,620	1,614
Sosyalleşme	0,019	0,051	0,021	0,363	0,717	0,749	1,336
Kişisel Mücadele	0,038	0,043	0,052	0,889	0,374	0,766	1,305
Macera	0,082	0,045	0,104	1,830	0,068	0,805	1,242
R= 0,457 R²= 0,208 Uyarlanmış R²= 0,193 F= 13,341 p= 0,000							

Bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişken olarak *sosyal bağlanma* faktörü üzerindeki açıklayıcılığını gösteren son regresyon modeline ilişkin bulgular Tablo 27'de görülmektedir. Sosyal Bağlanma faktörüne ait regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir, çünkü F (19,525) değerinin anlamlılık düzeyi $p < 0,005$ olarak hesaplanmıştır. Ayrıca modelin genel belirlilik katsayısını gösteren *Uyarlanmış R²* değerine baktığımız zaman bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkende oluşan değişimi açıklama düzeyi 0,264 olarak hesaplanmıştır. Son regresyon modeli incelendiğinde güdü faktörlerinden *kaçış*, *imaj* ve *kişisel mücadelenin* bağımlı değişkeni temsil eden *sosyal bağlanma* üzerinde hiçbir açıklayıcı etkisi olmadığı görülmektedir. Buna karşılık *Öğrenme* güdüsünde meydana gelecek bir birimlik artış sosyal bağlanma faktöründe 0,207 birimlik bir artışa neden olurken, *Sosyalleşme* güdüsünde meydana gelecek bir birimlik artış ise söz konusu bağımlı değişkende 0,409 birimlik bir artışa neden olmaktadır. Son olarak *Macera* güdüsünde oluşacak bir birimlik artış sosyal bağlanma faktöründe 0,113 düzeyinde bir azalışa sebep olmaktadır.

Tablo 27. Bağımlı Değişken Olarak Sosyal Bağlanma Faktörüne Ait Çoklu Regresyon Analizi Bulguları

Bağımsız Değişkenler	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	p	Tolerans	VIF
	B	Std. Hata	Beta				
Sabit	1,037	0,329		3,152	0,002		
Kaçış	0,066	0,047	0,082	1,387	0,166	0,673	1,486
Öğrenme	0,300	0,077	0,207	3,882	0,000	0,831	1,203
İmaj	0,034	0,050	0,042	0,677	0,499	0,620	1,614
Sosyalleşme	0,379	0,052	0,409	7,256	0,000	0,749	1,336
Kişisel Mücadele	-0,048	0,044	-0,060	-1,080	0,281	0,766	1,305
Macera	-0,095	0,046	-0,113	-2,081	0,038	0,805	1,242
R= 0,527 R²= 0,278 Uyarlanmış R²= 0,264 F= 19,525 p= 0,000							

5. Sonuç

Tüplü dalış yapan bireylerin (turistlerin) güdü ve ilgilenimleri Türkiye alanyazını için yeni bir konudur. Elde edilen sonuçlarla birlikte tüplü dalış etkinliği uluslararası alanyazınla kıyaslanabilir duruma gelmiştir. Bu çalışmayla birlikte ortaya çıkan araştırmaya özgü sonuçlar bu alanla ilgilenen uygulamacılara ve akademisyenlere ışık tutacak niteliktedir.

5.1. Türkiye’de Tüplü Dalış Yapan Bireylerin Demografik ve Etkinliğe Katılım Özellikleri

Katılımcılar cinsiyet dağılımı bakımından incelendiğinde Türkiye’de erkek dalgıçlar bu etkinliğe daha çok ilgi göstermektedir. Çalışma bu açıdan yurtdışında yapılmış araştırmalarla benzerlik göstermektedir. Todd vd. (2001), Mayer vd. (2002), Meisel ve Cottrell (2003), Tschapka (2006) gibi araştırmacılar da çalışmalarında erkek katılımcılara ait oranın %60’dan fazla olduğunu tespit etmişlerdir. Bireyler yaşları itibarıyla değerlendirildiğinde yaş ortalamasının 36 olduğu bu etkinlikte katılım daha çok 25 ile 50 yaşları arasında gerçekleşmektedir. Dalış etkinliğinin eğitim, ekipman ve seyahat açısından maliyetli olması, oransal olarak katılımın 25 yaş altında düşmeye

başlamasının sebebi olarak görülebilir. Bunun yanı sıra dalış etkinliği için kullanılan ekipmanların ağır olması katılımın 50 yaş üstünde oransal olarak düşmesine yol açabilir. Çünkü yaşın ilerlemesiyle birlikte bireyler, fiziksel açıdan bu ekipmanların taşınması ve kullanılması konusunda zorluk çekebilirler. Türkiye’deki dalgıçların eğitim seviyelerinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Bu durumun bir sonucu olarak katılımcıların çoğu kariyer anlamında sosyal statülerini arttıran meslek gruplarında yer almaktadır. Bireylerin kariyerist mesleklerde yer almaları gelir seviyelerini de Türkiye ortalamasının üzerine taşımıştır. Sonuçlar yurtdışı alanyazınla kıyaslandığında birçok açıdan benzerlik göstermektedir (Todd vd., 2001; Mayer vd., 2002; Meisel ve Cottrell, 2003; Tschapka, 2006; Lucrezi vd., 2013).

Katılımcıların yaklaşık %62’si CMAS federasyonunun belirlediği kriterlere göre dalış sertifikası taşımaktadır. Alınan uzman görüşleri sonucu anlaşılmıştır ki Türkiye’de dalış eğitimi programları, tüketicilere olan maliyeti açısından en düşük ücretle CMAS tarafından verilmektedir. Türkiye’deki dalış sertifikasının büyük çoğunluğunun CMAS tarafından verilmesinin nedeni bu duruma bağlanabilir. Türkiye’de dalış yapan bireylerin yaklaşık %39’u ileri düzeyde dalgıçtır. Bir başka deyişle bireyler tüplü dalış türü sınıflandırmalarında (köpek balığı dalışı, derin dalış, batık dalışı, vb.) herhangi biri için en az bir uzmanlık sertifikasına sahiptir. Ayrıca başlangıç seviyesinde olup farklı türlerde uzmanlık eğitimlerine ve yeni dalış seyahatlerine katılarak ileri seviyede dalgıç olmaya hazır %34’lük potansiyel bir kitle vardır. Sonuçlar bu açıdan uluslararası alanyazınla kıyaslandığında Türkiye’de ileri düzeyde dalgıç oranı düşükken başlangıç seviyesindeki oran oldukça yüksektir. Türkiye’de katılımcılar ortalama 7 yıldır bu etkinliği aktif olarak sürdürürken bugüne kadar ortalama 750 kez tüplü dalış yapmışlardır. Davis’in (1997) yaptığı çalışmada katılımcıların %80’i 10 yıldan daha az bir süredir dalış yaptığını belirtirken Tschapka’nın (2006) çalışmasında ise bu oran aynı süre zarfında %62 olarak tespit edilmiştir. Son olarak Türkiye’de dalış yapan bireyler dalış eğitimi ve ekipmanlar için yılda ortalama 1750 TL harcarken, turistik hizmetler için (seyahat, konaklama, yiyecek/içecek) 3400 TL harcamaktadır.

5.2. Türkiye’de Tüplü Dalış Yapan Bireylerin Güdülerine İlişkin Sonuçlar

Bireyleri tüplü dalış etkinliğine yönelten güdülerini ortaya çıkarmak turist davranışının anlaşılmasına kuşkusuz katkı sağlayacaktır. Türkiye’de bireyler (1) *Kaçış*, (2) *Öğrenme*,

(3) *İmaj*, (4) *Sosyalleşme*, (5) *Kişisel Mücadele*, (6) *Macera* güdüleriyle tüplü dalış etkinliğine katılmaktadırlar. Başka bir deyişle, bireyler bu güdülerin altında yatan ihtiyaçları karşılamak için tüplü dalış etkinliğine katılım sağlamaktadır. Sonuçlar bu yönüyle Todd vd.'nin (2001) araştırmasıyla kıyaslandığında farklılık göstermektedir. Söz konusu araştırmada, bireyleri dalışa yönelten nedenler önem sırasına göre; (1)*Kişisel Mücadele*, (2)*İmaj*, (3)*Kaçış*, (4)*Öğrenme*, (5)*Macera*, (6)*Sosyalleşme* şeklinde çıkmıştır. Güdü faktörlerinin önem sırası bakımından gösterdiği farklılığın, katılımcıların sahip olduğu toplumlar arası kültürel farklılıktan kaynaklandığı ileri sürülebilir. Her ne kadar faktör bazında farklılık ortaya çıksa da ifade bazında; *Sualtı bitki ve hayvan yaşamını izlemek için dalarım*, *Sualtı doğası hakkında daha fazla şey öğrenmek için dalarım*, *Bir şeyler keşfetmek için dalarım* şeklindeki ifadeler her iki araştırmada da önem açısından üst sıralarda yer almaktadır. Bunun yanı sıra, her iki çalışmada da *İlginç sualtı kalıntıları toplamak için dalarım*, *Taşıdığı riski yaşamak için dalarım* ve *Gösteriş yapmak için dalarım* şeklindeki ifadeler katılımcılar için önem düzeyi bakımından daha düşüktür. Todd vd. (2001) bireylerin bu ifadelere önem açısından düşük puan vermesini, toplumsal baskıdan kaynaklanabileceğini ileri sürmüştür. Todd vd. 'ne (2001) göre tüplü dalış yapan bireyler, toplumun gözünde; tarihi kalıntıları toplayarak sualtı çevresine zarar veren ve gösteriş yapan bireyler şeklinde bir imaj çizmek istememektedirler. Ayrıca Türkiye'de dalgıçların sualtı tarihi kalıntıları toplaması yasalar tarafından engellenmektedir. Bu durumun sonucu olarak, katılımcıların söz konusu ifadeye düşük puan verdikleri ileri sürülebilir.

Araştırmada tüplü dalış yapan bireylerin güdülerini bazı demografik özelliklerine göre de farklılık göstermektedir. Buna göre, erkek dalgıçlar için bu etkinliğe yönelten güdülerden; *kaçış*, *imaj* ve *sosyalleşme* daha fazla önem arz etmektedir. Eğitim seviyesi açısından ise lisans ve önlisans düzeyindeki katılımcılar lisan düzeyindeki katılımcılara göre daha fazla *öğrenme* güdüsüyle bu etkinliğe katılmaktadırlar. Çalışma durumu açısından, akademisyenler için *imaj* güdüsünün önem düzeyinin diğer gruplara kıyasla daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca emekliler daha fazla *kişisel mücadele* güdüsüyle bu etkinliğe katılım sağlarken *macera* güdüsüyle bu etkinliğe katılan bireyler arasında ise öğrenciler ve emekliler diğerlerinden farklılık göstermektedir. Güdü faktörlerinin katılımcıların yaşlarıyla olan ilişkisine bakıldığında yaş ilerledikçe bireyler için *kaçış* ve *macera* güdüsünün önem düzeyi azalmaktadır.

Araştırma sonuçları, tüplü dalış yapan bireylerin güdüleriyle etkinliğe katılım özellikleri arasında da farklılık olduğunu göstermektedir. Buna göre, CMAS üyeleri, SSI üyelerine kıyasla daha yüksek bir ortalama ile *kaçış* ve *imaj* güdüsüyle bu etkinliğe katılmaktadırlar. Katılımcılar dalış seviyelerine göre incelenmiş, dalış lideri olarak bu etkinliği sürdüren bireyler için; *kaçış*, *imaj*, *sosyalleşme* güdüsü daha fazla ön plana çıktığı görülmüştür. Bunun yanı sıra, başlangıç seviyesindeki dalgıçlar bu etkinlik için, daha fazla *kişisel mücadele* güdüsüyle hareket ettiklerini ifade etmişlerdir. Son olarak dalış yapılan yıl sayısı arttıkça bireyler bu etkinliğe karşı daha az *macera* güdüsü taşıırken, toplam dalış sayısı arttıkça bireyler daha fazla *imaj* ve *sosyalleşme* güdüsüyle bu etkinliğe katılmaktadır.

5.3. Türkiye’de Tüplü Dalış Yapan Bireylerin İlgilenim Düzeylerine İlişkin Sonuçlar

Turist davranışının anlaşılmasına katkı sağlayan araştırmalardan biri de şüphesiz bireylerin belirli bir turizm faaliyetine karşı gösterdikleri ilgilenim düzeyinin incelenmesidir. Araştırma sonuçları, bireylerin öncelikli olarak *çekicilik* düzeyinde bu etkinliğe ilgi gösterdiklerini ortaya koymuştur. İkinci boyutta ise bireyler, bu etkinliği *yaşam tarzına yakın* olduğu için yaptıklarını belirtmiştir. Bir başka boyut olan *kimlik* düzeyinde ise bireyler bu etkinliğe karşı ilgilenim göstererek, kim olduklarını hem kendilerine hem de çevresindeki kişilere yansıtabildiklerini ileri sürmektedir. Son olarak *sosyal bağlanma* boyutunda ise tüplü dalış yapan bireyler bu etkinliği sosyalleşme aracı olarak gördükleri için ilgilenim gösterdiklerini dile getirmiştir. Özetle Türkiye’deki dalgıçlar, (1) *Çekicilik*, (2) *Yaşam Tarzına Yakınlık*, (3) *Kimlik*, (4) *Sosyal Bağlanma* boyutlarıyla tüplü dalış etkinliğine ilgilenim göstermektedir. Ancak Kyle vd.’nin (2006) ilgilenim ölçeğinde önem sırasına göre boyutlar; (1) *Çekicilik*, (2) *Yaşam Tarzına Yakınlık*, (3) *Sosyal Bağlanma*, (4) *Kimlik Onaylama* ve (5) *Kimlik Dışavurumu* şeklinde sıralanmıştır. Oluşan bu farklılığın, katılımcıların sahip olduğu toplumlar arası kültürel farklılıktan kaynaklandığı ileri sürülebilir. Ölçekler faktör bazında farklılık gösterdiği gibi ifade bazında da ortalamalar açısından önem düzeyi düşük olan son üç ifade Kyle vd.’nin (2006) ilgilenim çalışmasından farklılık göstermektedir.

Araştırmada tüplü dalış yapan bireylerin ilgilenim düzeyleri, demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir. Buna göre, erkek dalgıçlar kadınlara kıyasla, daha çekici buldukları için tüplü dalış etkinliğine karşı ilgilenim göstermektedir. Eğitim düzeyi

açısından lise düzeyindeki bireyler, diğer guruplara kıyasla, bu etkilğe *sosyal bağlanma* ve *yaşam tarzına yakınlık* düzeyinde daha fazla ilgilenim göstermektedir. Çalışma hayatına memur olarak devam eden katılımcılar, bu etkinliğe *çekicilik* düzeyinde daha fazla ilgi gösterirken, işçi olarak devam eden katılımcılar ise *sosyal bağlanma* düzeyinde ilgi göstermektedir. Son olarak tüplü dalış etkinliğine *yaşam tarzına yakınlık* düzeyinde en az yöneticiler ilgi göstermektedir. İlgilenim faktörleri, bireylerin yaşlarıyla olan ilişkisi açısından incelendiğinde, her ne kadar ilişkinin şiddeti düşük olsa da katılımcıların yaşı arttıkça etkinliğe olan ilgilenim düzeyleri kim olduklarını sergileme yönünde azalmaktadır.

Araştırma sonuçları, katılımcıların tüplü dalışa ilgilenimleriyle, etkinliğe katılım özellikleri arasında farklılık olduğuna işaret etmektedir. Buna göre; taşıdıkları sertifika açısından CMAS üyeleri, daha yüksek bir ortalamayla tüplü dalış etkinliğine *çekicilik* düzeyinde ilgi göstermektedir. Dalış seviyeleri açısından dalış liderleri, diğer iki gruba kıyasla bütün ilgilenim boyutları düzeyinde bu etkinliğe karşı daha fazla ilgi göstermektedir. İlgilenim düzeyi açısından dalış liderlerinin bütün faktörler dahilinde bu etkinliğe daha yüksek ilgilenim göstermeleri, buldukları seviyeyle de paralellik göstermektedir. Çünkü bireyler dalış lideri olabilmek için birçok dalış türüne (köpek balığı dalışı, derin dalış, batık dalışı, vb.) ilgi duyarak her biri için uzmanlık sertifikası almaktadır. Son olarak dalış yapılan yıl sayısı arttıkça bireyler bu etkinliğe karşı *yaşam tarzına yakınlık* düzeyinde ilgi gösterirken, yapılan toplam dalış sayısı arttıkça, *yaşam tarzına yakınlık*, *kimlik* ve *sosyal bağlanma* düzeyinde ilgi göstermektedir.

5.4.Güdü ve İlgilenim Arasındaki İlişkiye Yönelik Sonuçlar

Tez çalışması kapsamında belirlenen *Türkiye’de tüplü dalış etkinliğine katılan bireylerin güdüleri, ilgilenimlerine ne düzeyde etki etmektedir?* şeklindeki araştırma sorusunu cevaplandırmak için boyutlar arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu bağlamda, çoklu doğrusal regresyon analizinden yararlanarak bağımsız değişkenleri temsil eden güdü faktörlerinin bağımlı değişken üzerindeki etkisi ortaya çıkarılmıştır. Buna göre, bireylerin tüplü dalış etkinliğine *çekicilik* düzeyinde ilgi göstermelerinde *kaçış* ve *macera* güdüsü etkiliyken, bireylerin bu etkinliği *yaşam tarzına yakın* olarak görmelerinde ise *kaçış*, *öğrenme* ve *sosyalleşme* güdüleri etkilidir. Bunun yanı sıra, bireylerin bu etkinliğe ilgi göstererek *kim olduklarını sergileme* yönünde hareket etmelerinde, *kaçış*, *öğrenme* ve

imaj güdöleri etkili olmaktadır. Son olarak, bireylerin gösterdiği ilgi sonucu bu etkinliğe *sosyal açıdan bağlanmalarında, öğrenme, sosyalleşme* ve *macera* güdüsü etkili olmaktadır.

Tüplü dalış güdülerinin, ilgilenim üzerindeki etkisini genel olarak değerlendirmek gerekirse, özellikle *kaçış* ve *öğrenme* güdüsü ön plana çıkmaktadır. Çünkü bu güdüler, ilgilenime ait faktörlerinden üç tanesine etki edebilmektedir. Ön plana çıkan güdülerden bir diğeri de *kişisel mücadele* güdüsü olmuştur. Çünkü bireyleri tüplü dalış etkinliğine yönelten güdülerden olan kişisel mücadele güdüsü, hiçbir ilgilenim faktörü üzerinde etkili olamamıştır.

5.5.Uygulayıcılara Yönelik Öneriler

Gerek üç tarafı denizlerle çevrili olması gerekse Akdeniz ülkesi olması sebebiyle Türkiye tüplü dalış etkinliği için büyümeye her açıdan elverişli bir ülkedir. Genç nüfusun da fazla olması bu pazarın uzun vadede gelişmesine ve turizm endüstrisinin güçlü bir bileşeni olmasına zemin hazırlamaktadır. Bu gerekçelerden hareketle;

- Türkiye’de tüplü dalış pazarıyla ilişkisi olan tüm sektörler (ulaştırma, yiyecek-içecek, vb.) ve kamu kurumlarının, bu pazarın gelişmesini sağlayacak stratejik planlamalar yapılırken birlikte hareket etmesi gerekmektedir.
- Türkiye’nin ılıman bir kuşakta yer alması bireylerin dalış yapılabilmesi için gerekli olan belki de en önemli koşullardan birinin sağlandığı anlamına gelir. Bu sebeple tüplü dalış pazarında faaliyet gösteren tüm paydaşların, bireylerin dalış seyahatlerini daha geniş bir zaman dilimine yaymaları için gerekli adımları atması gerekir.
- Türkiye’nin üç tarafının denizlerle çevrili olması, mevcut dalış noktalarına ek olarak yeni dalış noktalarının keşfedilmesine zemin hazırlamaktadır. Bu sebeple ilgili kamu otoriteleri, sektörde yer alan işletme yöneticileriyle birlikte hareket ederek potansiyel dalış noktalarını sektöre kazandırmalıdır. Bu sayede tüplü dalış pazarının büyümesinde etkili olan en önemli adımlardan biri atılmış olacaktır.
- Türkiye coğrafi konumu itibariyle tarih boyunca ticaret gemilerinin geçiş rotası üzerinde yer almıştır. Bu duruma bağlı olarak çeşitli nedenlerle batmış olan ticaret gemileri bulunmaktadır (Uluburun Batığı, Girne Batığı, vb.). Bunun yanı sıra

1.Dünya Savaşı sırasında batmış olan savaş gemilerinin olduğu da bilinmektedir (Lundy Batığı, Milo Batığı, A32 Batığı, vb.). Bu tür batık gemiler gerek yakın tarihe gerekse eski çağlara ışık tutabilmektedir. Buradan hareketle ilgili otoriteler sualtı arkeolojik çalışmalara önem vererek dünyada tüplü dalışla ilgilenen insanların dikkatini Türkiye'ye çekerek pazarın büyümesine katkı sağlayabilirler.

- Bulgular sonucu anlaşılmıştır ki Türkiye'de dalış yapan bireylerin büyük bir çoğunluğu, maliyet açısından daha uygun olması sebebiyle, eğitim almak için CMAS kurumunu tercih etmektedir. Bu anlamda Türkiye Sualtı Sporları Federasyonu (TSSF) diğer eğitim kurumlarına (SSI, PADI, NAUI, vb.) yatırım kolaylığı, teşvikler, vb. fırsatlar sunarak tüplü dalış sektöründe etkili bir rekabet ortamı oluşturmaktadır.
- Bulgular Türkiye'de tüplü dalış etkinliğinin daha çok 25 yaş üzeri bireyler tarafından gerçekleştirildiğine işaret etmektedir. Tüplü dalış etkinliğinin ekipman bazlı bir etkinlik olması, 25 yaş altı bireylerin bu etkinliği ekonomik açıdan finanse etmesini zorlaştırabilir. Bireylerin büyük çoğunluğunun üniversite mezunu olması gerçeğinden de yola çıkarak, üniversite kulüpleri gerek ekipman gerekse ulaştırma konusunda öğrencilere kolaylık sağlayarak tüplü dalış etkinliğini daha ulaşılabilir hale getirebilirler. Böylece bireylere çok daha erken tanıtılan bu etkinlik sayesinde uzun vadede tüplü dalış pazarının büyümesine katkı sağlanmış olur.
- İnternet kullanımı, gerek dalış eğitimi veren gerekse dalış seyahatleri düzenleyen işletmelerin faaliyetlerine yönelik yaptığı duyurular için çok elverişli bir ortam haline gelmiştir. Bu sebeple tüm paydaşlar, internet üzerinden pazarlama çabasına ağırlık vererek tutundurma maliyetlerini azaltma yoluna gidebilirler. Böylece çok daha verimli çıktılar elde edebilirler.
- Alan araştırması sürecinde, internet ortamında faaliyet gösteren sosyal ağlar aracılığıyla yaklaşık seksen bin kişinin yer aldığı farklı dalış gruplarına ulaşılmıştır. Bu demektir ki; internet kullanımı, tüplü dalış yapan bireyler için Facebook gibi sosyal ağlarda bir araya gelerek gruplaşmasında ve dalış noktası araştırmasında oldukça etkili hale gelmiştir. Bu anlamda, sektörde faaliyet gösteren tüm paydaşların çeşitli sosyal ağlarda da etkin hale gelerek pazarlama faaliyetlerini sürdürmeleri gerekmektedir.

- Bireylerin karadan dalış noktasına ulaştırılmasını sağlayan TSSF tarafından sertifikalandırılmış dalış tekneleri de gerek taşıdığı dalış ekipmanları gerekse işlevi açısından bu sektörün vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Alan araştırması sürecinde de tekne sayısının oldukça fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu anlamda dalış teknesi işletmecilerinin bir araya gelerek aynı çatı altında toplanması (dernek vb.), pazarlama faaliyetlerinin daha etkili yürütülmesine katkı sağlayabilir.
- Alan araştırması sürecinde, gerek sadece internet ortamında seksen bine yakın kişiye ulaşılması, gerekse yeteri kadar dalış teknesinin varlığının tespiti akıllarda bu sektörün sürdürülebilirliğine ilişkin şüphe uyandırmaktadır. Çünkü hem bireylerin dalış süresince sualtı doğasında yaratabileceği tahribatın hem de dalış teknelerinin bırakacağı atıkların ortaya çıkması kuvvetli ihtimal dâhilindedir. Bu bağlamda öncelikle ilgili kamu otoriteleri olmak üzere tüm paydaşlar tüplü dalış sektörünün sürdürülebilirliğine yönelik adımlar atarak, Türkiye’deki turizm pazarının önemli bileşenlerinden birinin uzun vadeli olarak yaşamasını sağlamalıdır.
- Araştırmanın nihai amaçları doğrultusunda bireylerin tüplü dalışa karşı gösterdikleri ilgiye etki eden dalış güdeleri ortaya çıkarılmıştır. Özellikle *kaçış* ve *öğrenme* güdülerinin, bireylerin tüplü dalışa olan ilgisi üzerindeki etkisi oldukça fazladır. Bu durum sektörde yer alan paydaşlar tarafından dikkate alınmalı ve tutundurma faaliyetlerine bu yönde ağırlık verilmelidir.

5.6.Gelecekteki Araştırmalara Yönelik Öneriler

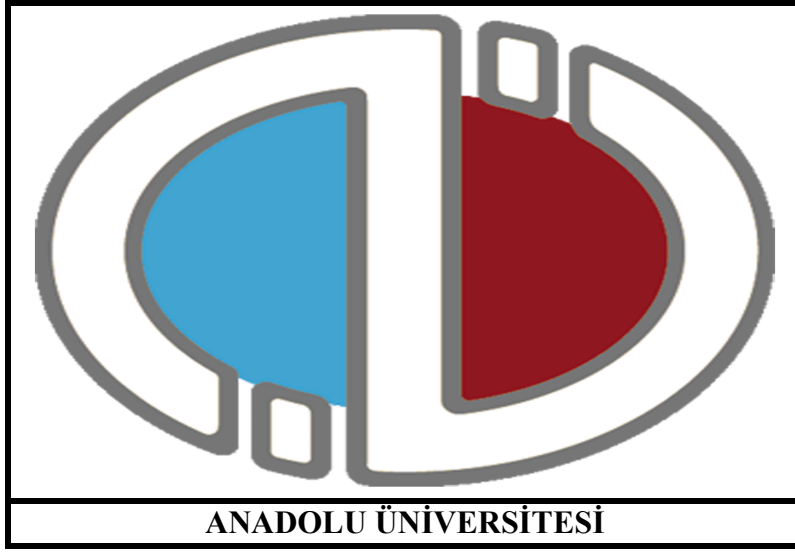
Bu araştırmayla birlikte Türkiye’de tüplü dalış etkinliği üzerine bir araştırma ilk kez yapılmıştır. Bu durum gelecek yıllarda aynı alanda başka çalışmalarında olabileceği ihtimalini doğurmaktadır. Bu sebeple ileride yapılacak olan araştırmalara yönelik önerilerde bulunmak faydalı olabilir. Buna göre;

- Tez çalışması için gerekli olan verilerin büyük bir çoğunluğu internet ortamında ve kış aylarında toplanmıştır. Daha çok yaz aylarında yapılan tüplü dalış etkinliği üzerine yapılacak bir araştırmanın verileri de daha geniş bir süreçte toplanmalıdır.

Böylece kış aylarında bireylerin etkinliğe karşı duyduğu özlemden kaynaklı oluşabilecek abartılı ilgi düzeyleri de normal seyrinde gözlemlenebilecektir.

- Özellikle tüplü dalış güdülerini konu edinen gelecek araştırmaların, çalışmalarını nitel yöntemlerle tasarlaması düşünülebilir. Böylece tüplü dalış güdüleri, nitel araştırma yöntemleriyle derinlemesine incelenerek farklı dalış güdülerinin olup olmadığı incelenebilir.
- Araştırma kapsamında kurulan boyutlar arası ilişkiler göstermektedir ki tüplü dalış güdülerinin, bireylerin etkinliğe karşı gösterdiği ilgi üzerindeki etkisi yaklaşık değerlerle %10 ile %50 arasında değişmektedir. Bu sonuç, bireylerin tüplü dalış etkinliğine karşı ilgilenimlerini etkileyen başka unsurların da olduğuna işaret etmektedir. Bu sebeple ileriki araştırmalarda, ilgilenimi etkileyen diğer tüketici davranışları da (kişilik, tutum, algılama, vb.) incelenmelidir.
- Bu araştırmanın bir benzeri de farklı ülkelerden Türkiye'ye gelen yabancı turistler üzerine yapılabilir. Böylece kültürel farklılıkların bir arada olduğu bir örneklem hacmi oluşturularak bireylerin güdüleri ve ilgilenimlerine ilişkin daha evrensel bir sonuç alınabilir.
- Tüplü dalış etkinliğinin gerçekleşmesiyle birlikte gerek dalgıçların gerekse dalış teknelerinin doğaya zarar vermesi olasılık dâhilindedir. Bu sebeple gelecekte bu alanda yapılacak bir çalışmanın, sürdürülebilirlik kuramı çerçevesinde, etkinliğin çevre üzerindeki etkisini konu alarak tasarlanması faydalı olabilir.
- Türkiye'nin gerek üç tarafının denizlerle çevrili olması gerekse ılıman kuşakta yer alması, suyla ilgili diğer macera turizmi etkinliklerine (rafting, rüzgar sörfü, sportif olta balıkçılığı, vb.) yönelik çalışmaların da yapılabileceğini akıllara getirmektedir.

Ekler



Tüplü Dalış Turizmine Katılan Turistlerin Güdüleri ve İlgilenimleri: Türkiye Üzerine Bir Araştırma

Sayın Katılımcı,

Tüplü dalış turizmine katılan bireylerin güdüleri ve ilgilenimlerini ortaya çıkarmak amacıyla yapılan bu araştırmada değerli görüşleriniz çalışmamıza katkı sağlayacaktır. Vereceğiniz cevaplar sadece akademik amaçlar için kullanılacak olup, özel şahıs veya kurumlarla kesinlikle paylaşılmayacaktır. Göstereceğiniz ilgi ve ayracağınız değerli zamanınız için teşekkür ederiz.

Araştırmacı

Arş. Gör. İ. Taner Akkoç
Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi

Danışman

Doç. Dr. Murat Emeksiz
Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi

Bu bölümde sizi tüplü dalış etkinliğine yönelten muhtemel nedenler yer almaktadır. İfadeleri okuyup katılım düzeyinizi belirten kutucuğu işaretleyiniz.

Aşağıdaki ifadelere katılım düzeyinizi belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Macera yaşamak için dalarım.	①	②	③	④	⑤
2. Adrenalin içerdiği için dalarım.	①	②	③	④	⑤
3. Bir şeyler keşfetmek için dalarım.	①	②	③	④	⑤
4. Taşdığı riski yaşamak için dalarım.	①	②	③	④	⑤
5. Yeni insanlarla tanışmak için dalarım.	①	②	③	④	⑤
6. Arkadaşlarımla vakit geçirmek için dalarım.	①	②	③	④	⑤
7. Bilgi birikimimi diğerleriyle paylaşmak için dalarım.	①	②	③	④	⑤
8. Bir çeşit kişisel mücadele olduğunu düşündüğüm için dalarım.	①	②	③	④	⑤
9. Yapabileceğimi kendime kanıtlamak için dalarım.	①	②	③	④	⑤
10. Bana özgüven hissi verdiği için dalarım.	①	②	③	④	⑤
11. Dalış becerilerimi geliştirmek için dalarım.	①	②	③	④	⑤
12. Rutin yaşamdan uzaklaşmak için dalarım.	①	②	③	④	⑤
13. Huzur bulmak için dalarım.	①	②	③	④	⑤
14. Rahatlamak için dalarım	①	②	③	④	⑤
15. Sualtı doğası hakkında daha fazla şey öğrenmek için dalarım.	①	②	③	④	⑤
16. Sualtıdaki jeolojik oluşumları incelemek için dalarım.	①	②	③	④	⑤
17. Tarihi açıdan önemli batıkları görmek için dalarım.	①	②	③	④	⑤
18. Sualtı bitki ve hayvan yaşamını izlemek için dalarım.	①	②	③	④	⑤
19. Gösteriş yapmak için dalarım.	①	②	③	④	⑤
20. Dalış ekipmanımı kullanmak için dalarım.	①	②	③	④	⑤
21. Video ya da fotoğraf çekmek için dalarım.	①	②	③	④	⑤
22. Fiziksel açıdan formda kalmama katkı sağladığı için dalarım.	①	②	③	④	⑤
23. İlginç sualtı kalıntıları toplamak için dalarım	①	②	③	④	⑤
24. Gelecekte hatırlayacağım bir deneyim kazanmak için dalarım.	①	②	③	④	⑤

Bu bölümde tüplü dalış etkinliğine karşı ilgilenim düzeyinizi belirleyen ifadeler yer almaktadır. İfadeleri okuyup katılım düzeyinizi belirten kutucuğu işaretleyiniz.

Tüplü dalış etkinliğine karşı ilgilenim düzeyinizi belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Tüplü dalış, yaptığım en eğlenceli şeylerden biridir.	①	②	③	④	⑤
2. Tüplü dalış yapmak, benim için çok önemlidir.	①	②	③	④	⑤
3. Tüplü dalış yapmak, beni en çok memnun eden şeylerden biridir.	①	②	③	④	⑤
4. Yaşantımın büyük bir kısmının tüplü dalış etrafında şekillendiğini düşünüyorum.	①	②	③	④	⑤
5. Tüplü dalış yapmak hayatımda merkezi bir yere sahiptir.	①	②	③	④	⑤
6. Tüplü dalışa ilişkin tercihlerimi başka etkinlikten yana değiştirmek için çok fazla düşünmem gerekir.	①	②	③	④	⑤
7. Arkadaşlarımla tüplü dalış etkinliği hakkında konuşmaktan hoşlanırım.	①	②	③	④	⑤
8. Arkadaşlarımla çoğu bir şekilde tüplü dalışla bağlantılıdır.	①	②	③	④	⑤
9. Tüplü dalış etkinliği, bana arkadaşlarımla bir arada olma fırsatı sağlar.	①	②	③	④	⑤
10. Tüplü dalış yaparken, gerçekten kendim olabiliyorum.	①	②	③	④	⑤
11. Kendimi tüplü dalışa ilişkin kişiler ve sembollerle özdeşleştiririm.	①	②	③	④	⑤
12. Tüplü dalış yaparken, dışarıdan nasıl görüldüğümü önemsemem.	①	②	③	④	⑤
13. Tüplü dalış yapan birisini gördüğümde o kişi hakkında çok şey söyleyebilirim.	①	②	③	④	⑤
14. Tüplü dalış yapıyor olmak kim olduğum hakkında çok şey ifade eder.	①	②	③	④	⑤
15. Tüplü dalış yaparken, diğerleri beni görünmek istediğim şekilde görürler.	①	②	③	④	⑤

Bu bölümde kişisel bilgilerinize ilişkin sorular yer almaktadır. Lütfen durumunuza en uygun düşen ifadeyi belirtiniz.

Cinsiyetiniz : Kadın Erkek

Yaşınız : _____

En son mezun olduğunuz okulu belirtiniz.

İlkokul Ortaokul Lise Ön lisans Lisans Yüksek Lisans/Doktora

Aylık ortalama hanehalkı geliriniz ne kadar (TL) ? _____

Çalışma durumunuzu belirtiniz.

Memur Akademisyen İşveren Yönetici Emekli Öğrenci
 İşsiz İşçi Diğer (Lütfen Belirtiniz) _____

Tüplü dalış sertifikanızı hangi kurumdan aldınız?

SSI CMAS PADI Diğer (Lütfen Belirtiniz) _____

Dalış seviyenizi belirtiniz.

Başlangıç Seviyesi [Scuba Diver, Open Water Diver, vb.]

İleri Seviye [Advanced Open Water Diver, Advanced Adventurer, Speciality Programmes, Stress&Rescue Diver, Master Diver, vb.]

Dalış Lideri [Open Water Instructor, Advanced Open Water Instructor, Speciality Instructor, vb.]

Aktif olarak kaç yıldır tüplü dalış etkinliğiyle ilgileniyorsunuz? _____

Bugüne kadar kaç kez tüplü dalış yaptınız? _____

Tüplü dalış etkinliği için yılda ortalama kaç para harcıyorsunuz (TL)?

a) Ekipman ve dalış eğitimleri için _____

b) Turistik hizmetler (ulaşım, konaklama, yiyecek/içecek) için _____

Kaynaklar

- Akbulut, Y. (2010). *Sosyal bilimlerde SPSS uygulamaları* (1.Baskı). İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Alpar, R. (2010). *Spor, sağlık, ve eğitim bilimlerinde örneklerle uygulamalı istatistik ve geçerlilik-güvenilirlik* (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alpar, R. (2011). *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. (3.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Altunışık, R.; Çoşkun, R.; Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı* (7.Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Arslan, F. M. ve Bakır, N. O. (2010). Tüketicilerin ilgilenim düzeylerine göre alışveriş merkezlerini tercih etme nedenleri ve sadakate etkisi. *Marmara üniversitesi iibf dergisi*, 28(1), 227-259.
- Bennett, M. (1998). *Scuba diving tourism in phuket, Thailand:pursuing sustainability*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Canada: University of Victory.
- Bentley, T. A.; Page, S. J. ve Laird, I. S. (2001). Accidents in the New Zealand adventure tourism industry. *Safety Science*, 38, 31-48.
- Buckley, R. (2007). Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management*, 28, 1428–1433.
- Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (19.Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Callander, M. ve Page, S. J. (2013). Managing risk in adventure tourism operations in New Zealand: areview of the legal case history and potential for litigation. *Tourism Management*, 24, 13-23.
- Chang, H. M. ve Huang, Y. T. (2012). Paragliding adventure recreation consumers' activity motivation, enduring involvement and their involved behavior. *The Journal of International Management Studies*, 7(2), 61-74.

- Chen, Y.-C.; Li, R. H. ve Chen, S. H. (2011). Relationships among adolescents' leisure motivation, leisure involvement, and leisure satisfaction: A structural equation model. *Social Indicators Research*, 110(3), 1187-1199.
- Cohen, E. (1972). Towards 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.
- Çakal, M. (2011). *Konya ve Ankara kent merkezinde yaşayan halkın tüplü dalış (scuba) sporuna olan ilgisinin karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Çakır, V. (2007). Tüketici ilgilenimini ölçmek. *Selçuk İletişim*, 4(4), 163-180.
- Çokluk, Ö.; Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları* (3. Baskı). Ankara : Pegem Akademi Yayıncılık.
- Dann, G. M. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Davis, D. ve Tisdell, C. (1995). Recreational scuba-diving and carrying capacity in marine protected areas. *Ocean & Coastal Management*, 26(1), 19-40.
- Dearden, P.; Bennett , M. ve Rollins, R. (2006). Implications for coral reef conservation of diver specialization. *Marine Protected Areas Research Group*, 33(4), 353-363.
- Demir, Ş. Ş. ve Kozak, M. (2013). *Tüketici davranışı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demirtaş, D. (2012). Türkiye'de sürdürülebilir turizm kapsamında sualtı dalış turizmi ve rafting turizmi. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, 1081-1104. Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Dimmock, K. (2006). Scuba diving, snorkeling and free diving. *Water-Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences* (Ed: G. Jennings). ABD: Elsevier. ss. 128.

- Dimmock, K. (2009). *Comfort in adventure: the role of comfort, constraints and negotiation in recreational SCUBA diving*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Australia:Southern Cross Üniversitesi.
- Ditton, R. B.; Osburn, H. R.; Baker, T. L. ve Thailing, C. E. (2002). Demographics, attitudes, and reef management preferences of sport divers in offshore Texas waters. *Journal of Marine Science*, 59, 186-191.
- Ekiz, D. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (2. Baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Ellegard, P. (2005). How to dive them wild. *Travel Trade Gazette*, 65-66.
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist metodoloji ve ötesi* (3. Baskı). Ankara: Erk Yayınları.
- Eren, E. (2007). *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Ertürk, M. (2012). *İşletmelerde yönetim ve organizasyon* (6. baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Ewert, A. W. ve Hollenhorst, S. j. (1989). Adventure recreation and its implications for wilderness. *International of wilderness*, 3(2), 21-26.
- Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 555-581.
- Garrod, B. (2008). Market segments and tourist typologies for diving tourism. *New Frontiers in Marine Tourism: Diving Experiences, Sustainability Management* (Ed: B. Garrod ve S. Gössling). Netherlands: Elsevier. ss. 31-47.
- Garrod, B. ve Gössling, S. (2008). Introduction. *New Frontiers in Marine Tourism: Diving Experiences, Sustainability Management* (Ed: B. Garrod ve S. Gössling). Netherlands: Elsevier. ss. 3.
- Gegez, E. (2010). *Pazarlama Araştırmaları* (3. Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Gülcan, B. (2004). Macera turizminin kapsamı ve macera turizminde kaza riski. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* (1), 18-38.
- Güney, S. (2006). *Davranış bilimleri* (3.Baskı) . Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Hair, j. F.; Black, W.; Babin, B. J. ve Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis* (7. Baskı). New Jersey: Pearson Education.
- Hammerton, Z.; Dimmock, K., Hahn; C., Dalton, S. J. ve Smith, S. (2012). Scuba diving and marine conservation:collaboration at two Australian subtropical destinations. *Tourism in Marine Environments*, 8(1), 77-90.
- Harman, S. (2012). *Sırtçantalı turistlerin seyahat motivasyonları ve ilgilenimleri: İstanbul'a gelen sırtçantalı turistler üzerinde bir araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Havitz, M. E. ve Dimanche, F. (1990). Proposition for testing the involvement construct. *Leisure Science*, 12, 179-195.
- Higie, R. A. ve Feick, L. (1989). Enduring involvement: Conceptual and measurement issues. *Advances in Consumer Research*, 16(1), 690-696.
- Huang, Y. T. (2013). A study on the relationships between leisure activity involvement, well-being, the benefits of serious leisure activity, and sports volunteer self-actualization in the changhua national games. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 9(1), 12-25.
- Ince, T. ve Bowen, D. (2010). Consumer satisfaction and services: insights from dive tourism. *The Service Industries Journal*, 31(11), 1769–1792.
- İslamoğlu, H. A. (2011). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (2.Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of tourism research*, 9(2), 256-262.
- Iwasaki, Y. ve Havitz, M. E. (2004). Examining relationships between leisure involvement, psychological commitment and loyalty to a recreation agency. *Journal of Leisure Research*, 36(1), 45–72.
- Josiam, B. M.; Smeaton, G. ve Christine, J. (1999). Involvement: Travel motivation and destination selection. *Journal of Vacation Marketing*, 5(2), 167-175.

- Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (3. Baskı). Ankara: Asil Yayın.
- Karalar, R. (2011). Tüketici davranışında güdülenme. *Tüketici davranışı* (Ed: R. Karalar). ss. 85-102. Ekişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kim, K. (2008). Analysis of structural equation model for the student pleasure travel market: Motivation, involvement, satisfaction, and destination loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24(4), 297-313.
- Kler, B. K. (2007). *Sub-Aquatic meanings: A phenomenological study of scuba divers'experience of place*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Malezya: School of Management University of Surrey.
- Koç, E. (2007). *Tüketici davranışı ve pazarlama stratejileri: global ve yerel yaklaşımlar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kouthouris, C. (2009). An Examination of the Relationships between Motivation, Involvement and Intention to continuing Participation among Recreational Skiers. *International Journal of Sport Management, Recreation & Tourism*, 4, 1-19.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, yazım, ve yayım teknikleri* (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, A. M. (2013). *Otel işletmelerinde yönetim: fonksiyonel yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, A. M. ve Bahçe, A. S. (2012). *Özel İlgi Turizmi*. (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2010). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaslan, N. (2007). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Ekin Yayıncılık.
- Kyle, G. T.; Absher, J.; Hammitt, W. ve Jenny, C. (2006). An examination of the motivation involvement relationship. *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 28(5), 467-485.

- Kyle, G.; Absher, J. ve Hammitt, W. (2005). An examination of the motivation-enduring involvement relationship. *Proceedings of the 2005 Northeastern Recreation Research Symposium*, 238-246.
- Laurent, G. ve Kapferer, J. N. (1985). Measuring consumer involvement profiles. *Journal of Marketing Research*, 22(1), 41-53.
- Lu, J. ve Schuett, M. (2014). Examining the relationship between motivation, enduring involvement and volunteer experience the case of outdoor recreation voluntary associations. *Leisure Sciences*, 36(1), 68–87.
- Lucrezi, S.; Saayman, M. ve Merwe, P. (2013). Managing diving impacts on reef ecosystems: Analysis of putative influences of motivations, marine life preferences and experience on divers' environmental perceptions. *Ocean & Coastal Management*, 76, 52-63.
- Mansfeld, Y. (1992). From motivational to actual travel. *Annals of Tourism Research*, 19(3), 399-419.
- Meisel, C. ve Cottrell, S. (2003). Differences in motivations and expectations of divers in the Florida keys. *Recreation Research Symposium*, 393-401. The Netherlands: Wageningen University.
- Meisel, C., & Cottrell, S. (2004). Differences in motivations and expectation of divers in the Florida Keys. *Northeastern Recreation Research Symposium* 393-401. Pensilvanya: USDA Forest Service.
- Meisel-Lusby, C. ve Cottrell, S. (2008). Understanding motivations and expectations of scuba divers. *Tourism in Marine Environments*, 5(1), 1-14.
- Mertler, C. A. ve Vannatta, R. (2002). *Advanced and multivariate statistical methods* (2.Baskı). Los Angeles: Pyrczak Publishing.
- Meyer, L. A.; Thapa, B. ve Gray, L. P. (2002). An exploration of motivations among scuba divers in North Central Florida. *Northeastern Recreation Research Symposium*, 292-295. Pensilvanya.

- Mitchell, A. A. (1979). Involvement: a potentially important mediator of consumer behaviour. *Consumer Research*, 191-196.
- Murphy, L. L. (1996). Backpackers in Australia: a motivation-based segment study. *Journal of travel and tourism marketing*, 5(4), 23-45.
- Musa, G. ve Dimmock, K. (2013). *Scuba diving tourism*. USA ve Kanada: Routledge.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2011). *Tüketici davranışı* (11.baskı). İstanbul: Mediacat.
- Olivier, S. (2006). Moral dilemmas of participation in dangerous leisure activities. *Leisure Studies*, 25(1), 95-109.
- Orams, M. (1998). *Marine Tourism: Development, impacts and management*. London: Routledge.
- PADI, (2012). *Worldwide Corporate Statistics 2013*.
- Pizam, A. ve Mansfeld, Y. (1999). *Consumer Behaviour in Travel and Tourism*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Prebensen, N. K.; Woo, E.; Chen, J. ve Uysal, M. (2012). Motivation and involvement as antecedents of the perceived value of the destination experience. *Journal of Travel Research*, 52(2), 253–264.
- Ray, K. M. (1997). *The effects of enduring involvement as a mediating variable between consumers' motivations and their leisure behavior*. Yayınlanmamış doktora tezi. ABD: The Florida State University College of Business.
- Ritchie, B. W.; Tkaczynski, A. ve Faulks, P. (2010). Understanding the Motivation and Travel Behavior of Cycle Tourists Using Involvement Profiles. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27, 409–425.
- Rittichainuwat, B. N.; Qu, H. ve Mongkhonvanit, C. (2008). Understanding the motivation of travelers on repeat visits to Thailand. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 5-21.
- Rızaoğlu, B. (2012). *Turizm davranışı* (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2013). *Bilim, felsefe ve metodoloji* (3.Baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Sofular, H. Ş. (1992). *Dalgıç*. İstanbul: EMA.
- Sofular, H. Ş. (2002). *Temel scuba dalıcılığı*. İstanbul: İnkılap Yayıncılık.
- Sung, H. H. (2004). Classification of adventure travelers: behavior, decision making, and target markets. *Journal of Travel Research*, 343-356.
- Swarbrooke, J. ve Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism*. (2. Baskı) Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. (2013). *Using multivariate statistics* (6. Baskı). New Jersey: Pearson.
- Tanrısevdi, A., ve Çavuş, Ş. (2003). Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında Kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel kaynaklar üzerine kuramsal bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 9-22.
- Thapa, B.; Confer, J. ve Mendelsohn, J. (2004). *Trip motivations among water-based recreationists*. Florida: Center for Tourism Research & Development Dept. of Recreation, Parks and Tourism University of Florida.
- Thapa, B.; Graefe, A. R. ve Meyer, L. (2005). Moderator and mediator effects of SCUBA diving specialization on marine-based environmental knowledgebehavior contingency. *The Journal of Environmental Education*, 37(1), 53-67.
- Todd, S. L.; Graefe, A. R. ve Mann, W. (2001). Differences in scuba diver motivations based on level of development. *Northeastern Recreation Research Symposium*, 107-114. Pensilvanya.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism—frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27, 183-200.
- Treeck, P. V. ve Schuhmacher, H. (1998). Mass diving tourism a new dimension calls for new management approaches. *Marine Pollution Bulletin*, 37, 499-504.

- Tschapka, M. K. (2006). *Involvement, motivations and setting preferences of participants in the adventure tourism activity of scuba diving*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Avusturalya: Canberra Üniversitesi.
- Usal, A. ve Kuşluvan, Z. (1998). *Davranış bilimleri sosyal psikoloji*. İzmir: Barış Yayıncılık.
- Walle, A. H. (1997). Pursuing risk or insight. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 265-282.
- Weber, K. (2001). Outdoor adventure tourism- a review of research. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 360-377.
- Wong, K. M.; Thirumoorthi, T. ve Musa, G. (2013). Scuba diving motivation. *Scuba diving tourism* (Ed: G. Musa ve K. Dimmock). ss.107-116. USA ve Kanada: Routledge.
- World Tourism Organization*. (2001). *Tourism 2020 vision. Global forecasts and profiles of market segments*. Vol. 7. Madrid: WTO
- Yaşar, O. (2011). Saros körfezi kıyılarında sualtı dalış turizmi. *Journal of World of Turks*, 3(1), 33-55.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2011). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri* (3.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeh, W.-K. (2008). *The investigation of tourists' motivation, satisfaction and constraint factors on a snorkeling holiday of marine leisure and tourism at renting in Taiwan*. Yayınlanmamış doktora tezi. Alabama: United States Sports Academy.
- Yükselen, C. (2011). *Pazarlama araştırmaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of consumer research*, 12, 341-352.

İnternet Kaynakları

<http://www.tdk.gov.tr/index>. (Erişim Tarihi:19.01.2014).

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr>. (Erişim Tarihi: 06.02.2014).

http://www.divessi.com/about_ssi. (Erişim Tarihi:04.02.2014).

<http://www.cmas.org/cmas/about>. (Erişim Tarihi:03.02.2014).

http://www.acuc.es/webacuc3_archivos/Page960.htm. (Erişim Tarihi: 04.02.2014).

<http://oald8.oxfordlearnersdictionaries.com/dictionary/adventure>.

(Erişim Tarihi:19.01.2014).

<http://oald8.oxfordlearnersdictionaries.com/dictionary/involvement>.

(Erişim Tarihi: 05.03.2014).