



Developing and doing validity and reliability of The Motivational Factors Scale for Participating to Sports Festival: RUNATOLIA case¹

Bireyleri Spor Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği geçerlilik ve güvenilirlik çalışması: RUNATOLIA'ya örneği

**Faik Ardahan²
Alaattin Çalışkan³**

Abstract

The purpose of this study; is to developed “The motivational factor scale for participating in RUNTALIA which one of the oldest sport festival in Turkey- SFKMÖ” and define the validity and reliability for Turkish population.

The study was descriptive and sampling group was consisted of 276 volunteer participants who randomly selected among 6689 total participants, who accept filling questionnaire when making application; classic macaroni party in Saturday and after run. The questionnaire form was in Turkish and English.

Exploratory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis were done, and varimax rotation was performed for SFKMÖ and the SFKMÖ was grouped into nine factors. Whether the data was suitable to this analysis, Kaiser Mayer Olkin and Bartlett Spherity test results were taken into consideration and then, EFA was performed. Cronbach's Alpha internal consistency test was applied to the identified sub-factors and overall scale. Pearson Correlations Test was conducted to define the statistical correlation between sub-classes and items. Results have been assessed according to significant level 0.01 and 0.05.

As a result, it can be concluded that “The motivational factor scale for participating in

Özet

Araştırmanın amacı; Türkiye'nin en eski spor festivallerinden biri olan RUNATOLIA'ya örneğinde “Bireyleri Spor Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği'nin (SFKMÖ)” geliştirilmesi ve geçerlilik güvenilirliğinin yapılmasıdır.

Ana kütle toplam 6689 kişiden oluşmaktadır. Örneklem; bireylerin yarışta takacakları göğüs numaralarını ve malzemelerini alındığı sırada, yarış öncesi düzenlenen makarna partisinde, yarışma öncesi ve yarışma sonrasında ankete gönüllü olarak katılmayı arzu eden tesadüfi örnekleme yöntemlerinden basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle belirlenmiş 276 kişiden oluşmaktadır. Araştırma tanımlayıcı bir araştırmadır.

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak İngilizce ve Türkçe hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Anket formunda bireylerin demografik bilgilerinin alındığı soruların yanında 44 maddeden oluşan bireylerin RUNATOLIA'ya Katılım Gerekçeleri'nin belirlendiği maddelerden oluşmuştur.

KMO ve Bartlett küresellik testlerinin sonuçlarına göre ölçeğe açıklayıcı faktör analizi (AFA) uygulanabilir olduğu için AFA uygulanmış, modelin geçerlilik ve güvenilirliği AFA ve Doğrularayıcı Faktör Analizi (DFA) ile

¹ This research was presented as oral presentation in International Tourism and Recreation Student Congress, 27-29 th May 2016, Gaziantep / Turkey

²-Associate Prof. Dr. Akdeniz University, Sport Science Faculty, Recreation Department, ardahan@akdeniz.edu.tr

³ Graduate Student, Akdeniz University, Sport Science Faculty, Recreation Department, alaattinclskn@hotmail.com

RUNATOLIA-SFKMÖ” has reliability and validity in the estimation of the reasons of participating in RUNATOLIA for the Turkish population.

Keywords: Validity and Reliability; Motivational Factors; Sport Festival; RUNATOLIA.

[\(Extended English abstract is at the end of this document\)](#)

yapılmış ve SFKMÖ'nin dokuz alt boyutu ortaya konulmuştur. Faktör analizi sonucunda oluşan SFKMÖ'nun yapı geçerliliğini test etmek için madde-faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin iç tutarlılığını değerlendirmek için Cronbach's Alpha katsayılarına, elde edilen ölçeğin maddeleri ve faktörleri arasındaki ilişkiye bakmak için test Pearson Corelation Testi kullanılmış ve sonuçlar 0.01 ve 0.05 anlamlılık düzeyinde sorgulanmıştır. Sonuç olarak hem AFA hem de DFA sonuçları açısından istatistiki limitler içinde olduğu için SFKMÖ Türk popülasyonu için kullanılabilecek bir ölçek olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler; Güvenirlik-Geçerlilik; Motivasyonel Faktörler; Spor Festivali; Rekreasyon; RUNATOLIA.

Giriş

Rekreasyonel bir etkinlik olarak spor, sanat ve kültür festivalleri yapıldığı bölgede sosyal, ekonomik, turistik, marka değeri boyutlarında hareketlilik yaratan önemli etkinliklerdir. Etkinliğin yapılış amaçları ile bireylerin o etkinlikten elde ettikleri faydaların örtüşmesi etkinliğin başarısını arttırmaktadır. Etkinlik tasarımı yaratılacak faydalar üzerinden yapılırken, etkinliğe katılacak kişiler için de bu faydalar çekim gerekçesi olmaktadır. Bireylerin etkinliğe katılım gerekçelerinin bilinmesi etkinliği yönetenlerin ve ürün olarak etkinliği tasarlayanların daha başarılı sonuçlara ulaşmasını, etkinliğin daha akılda kalıcı olmasını ve uzun yıllar boyunca tekrar etmesini sağlayacaktır.

RUNATOLIA Tarihçesi

İlki 2006 yılında Resmi adıyla “Uluslararası Öger Antalya Maratonu”, kısa adıyla “Runtalya” olan “Antalya Maratonu” her yıl mart ayında Almanya merkezli Öger Tours firmasının desteğiyle Antalya’da düzenlenmeye başlanmıştı. Organizasyon programında maratonun (42.1 km-26 mil), yanında yarı maraton (21 km-13 mil), 10 km (6.2 mil) yarışları yapılmaktaydı. 2015 yılında Öger Tours organizasyonu ticari nedenlerle Turset’e devretti ve etkinlik adı değiştirilerek “Runatolia” adıyla Turset Project Management tarafından aynı misyon ve değerlerle yapılmaya devam edildi. 2016 yılı itibariyle etkinlik içinde Yüksek Topuk yarışı, Tekerlekli Sandalyeli Engelli Yarışı, Halk Koşusu (4 km), 10 km, Yarı Maraton ve Maraton yarışları yapılmaktadır. Runatolia da maraton ve yarı maraton yarışları Uluslararası Atletizm Federasyonu (International Association of Athletics Federations- IAAF) kuralları çerçevesinde yapılmakta ve tüm ölçümler Türkiye Atletizm Federasyonu (TAF) tarafından ve güzergâhta/bitiş noktasında yer alan resmi hakemler ve tasnif ekibi tarafından gerçekleştirilmektedir. Etkinlik kapsamında makarna partisi, çeşitli showlar ve eğlenceli sunumlar yapılmaktadır (www.runatolia.com).

Runatolia’ya bireyler sosyal sorumluluk değeri taşıyan bir misyonu desteklemek, farkındalık yaratmak, bir beldeyi, bir bölgeyi, bir derneği veya fikri tanıtmak için katılabileceği gibi, tamamen rekreasyonel ve profesyonel gerekçelerle de katılmaktadır. Diğer bir deyişle bireyler Runatolia içinde herhangi bir etkinlikte yer alarak rekreasyonel ve profesyonel rekabet ve/veya aynı zamanda birçok sosyal sorumluluk projesi ve uygulamasının farkındalık yaratmak için Runatolia’yı tanıtım vitrini olarak da kullanmaktadır. Bunlardan en bilineni Mart 2008’te, “İyilik Peşinde Koş - Charity Run” olarak bilinen kolektif yardımseverlik koşusunu Türkiye’de tanıtmak ve yaygınlaştırmak için kurulan ilk sivil toplum oluşumu olan “Adım Adım” dır. Adım-Adım başta koşu olmak üzere yürüme,

bisiklet, dağcılık gibi dayanıklılık gerektiren sporlar aracılığıyla ülkemizin önemli sosyal sorumluluk projelerine maddi kaynak ve tanıtım desteği sağlamaktadır. Adım Adım'da; 2016 itibariyle tüm Türkiye'de yapılan yarışlarda start alan 13 bin gönüllü koşucusu ve 111 bin bağışçı aracılığıyla bünyesinde yer alan sivil toplum kuruluşlarına (STK) kaynak yaratmaktadır. Adım Adım bünyesinde bulunan STKlar; Anne Çocuk Eğitim Vakfı (AÇEV), Arama ve Kurtarma Derneği (AKUT), Korunmaya Muhtaç Çocuklar Vakfı (KORUNCUK), Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı (TEGV), Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı (TEMA), Tüvana Okuma İstekli Çocuk Eğitim Vakfı (TOÇEV), Türkiye Omurluk Felçlileri Derneği (TOFD), Toplum Gönüllüleri Vakfı (TOG), Tohum Türkiye Otizm Erken Tanı ve Eğitim Vakfı (TOHUM OTİZM), Kanseri Çocuklara Umut Vakfı (KAÇUV), Afet risk ve etkilerinin en aza indirilmesi için Türkiye ve çevre ülkelerde afete hazırlık, risk azaltma, acil müdahale ve iyileştirme çalışmaları yapan bölgesel bir insani yardım kuruluşu olan HAYATA DESTEK Vakfıdır (www.adimadim.org).

Festivaller ve Spor Festivalleri

Dünya genelinde sürdürülebilir gelişmenin önemli aracı olarak da görülen spor, sanat, kültür festivallerinin ve özel amaçlı etkinliklerin sayısında, yapılış amaçlarında son yıllarda giderek belirgin bir artma olmuştur. Bu hem amaca uygun farkındalığı arttırmak hem de yerli ve yabancı turizm hareketini canlandırmak için alternatif bir turizm hareketi ve rekreasyonel etkinlikler olarak da görülmeye başlanmıştır (Woo ve ark. 2011; Getz, 1991, 1997, 2008; Long ve Perdue, 1990). Prentice ve Andersen'in (2003) "yaratıcı destinasyonlar" olarak tanımladığı festivaller ve özel amaçlı etkinlikler; turizmde destinasyon olarak tanımlanan turistik ürünün esasını teşkil eder (Gökçe Özdemir, 2011). Bu sebeple Getz'in (2008) özellikle vurguladığı bireylerin etkinliğe neden katıldıkları, katılmak için etkinlik öncesi, sırası ve sonrasında nedenle katıldığı, bunun ekonomik, sosyal ve rekreasyonel boyutunun birlikte yönetildiği "etkinlik yönetimi" ve Thrane'nin (2002) belirttiği "destinasyon yönetimi" olarak tanımlanan profesyonel bir alanın oluşmasına neden olmuştur. Buna ilave olarak; festival ve özel amaçlı etkinliklerin toplumun, bireylerin sosyal ve ekonomik etkilerinin yanında bireylerin kendilerinin yaşayacakları bireysel tecrübe değerleri üzerinden de serbest zaman deneyimi olarak da ifade edilebilecek "deneyim pazarlaması"nın tüm esaslarını anlatan neden ve sonuçlarla bu etkinliklere ve festivallere katılmaktadır (Akyıldız ve Arğan, 2010; Güzel ve Papatya, 2012).

McDonnel ve ark. (1998) festival ve özel amaçlı etkinlikleri üç kategoride ele almıştır. Bunlar; a) Olimpiyatlar ve Dünya fuarları gibi ülke ekonomisini büyük ölçüde etkileyen **Mega Faaliyetler**, b) Brezilya'daki Rio De Janerio Karnavalı, Almanya Münih'teki October Fest gibi bir şehrin veya bölgenin ruhunu ve kimliğini yansıtan, bölgenin marka değerini oluşturan **Bölgeye Özgü Yerel Etkinlikler**, c) Antalya'da yapılan Uluslararası Aspendos Festivali, Runatolia, Run to Sky, İstanbul'da yapılan Uluslararası Kıtalararası Avrasya Maratonu gibi Uluslararası Spor, Sanat, Kültür Festivalleri gibi **Yöresel Büyük Etkinlikler ve Organizasyonlar** önemli sayıda ziyaretçi ve katılımcı çeken önemli ekonomik ve sosyal faydalar sağlayan, medyanın gündemini işgal eden olaylardır.

Festivaller ve etkinlikler yerel demokrasinin gelişmesinde, kendi gücüne inanmanın getireceği bireysel ve toplumsal özgüvenin tesis edilmesinde, toplumda sosyal alt yapının oluşturulması ve geliştirilmesini de sağladığı için uluslararası, ulusal ve yerel festivaller ve etkinlikler sadece ekonomik uyarıcılar olmaktan çok bunlara ev sahipliği yapan toplumdaki kültürel olayların ve sosyal organizasyonların bir parçası olarak gerçekleşirler. Festival ve etkinliklerin birçok olumlu ve olumsuz etkileri olmaktadır (Mc Donnel ve ark., 1998). Olumlu yanları; a) Sosyokültürel Faydaları; paylaşılan ortak deneyimin artması, Gelenekleri güçlendirmek, Toplumsal gururun yükselmesi, Toplumsal katılımın yükselmesi, yeni ve yaratıcı fikirlerin tanıtılması, kültürel bakış açılarının gelişmesi, b) Fiziksel ve Çevresel Faydaları; Çevrenin vitrinlenmesi, Uygulanabilir en iyi modellerin sunulması, Çevresel bilincin arttırılması, Alt yapı sisteminin miras olarak kalması, Ulaşım ve iletişim sisteminin geliştirilmesi, Kentsel dönüşüm ve yenilenme, c) Politik Faydaları; Uluslararası, Ulusal,

Yöresel prestij, Gelişmiş profil, , Yatırımların tanıtılması, Karşılıklı sosyal destek, Yönetimsel becerilerin gelişmesi, d) Turizm ve Ekonomik Faydaları; Turistik bölgenin tanıtımı ve turist artışı, Kalış süresinin uzatılması, Gelir artışı, Vergi gelirlerinin artışı, İstihdam oluşturma. Faydalarının yanında festivallerin olumsuz etkileri de vardır. Bunlar; a) Sosyokültürel olumsuzluklar; Toplumun yabancılaşması, Toplumun manipüle edilmesi, Olumsuz toplumsal imajın oluşması, Olumsuz davranışlar, Malzemelerin suiistimal edilmesi, Sosyal yapının değişmesi, Rahatlığın kaybolması, b) Fiziksel ve Çevresel olumsuzluklar; Çevresel hasar, Kirlilik, Kültürel mirasın hasar görmesi, Gürültünün yol açtığı rahatsızlık, Trafik sıkışıklığı, c) Politik olumsuzluklar; Faaliyetin başarısız olma riski, Fonların yanlış dağıtılması, Sahiplik ve kontrolde sorumluluğun olmaması, İdeolojilerin yasallaştırılması, d) Turizm ve Ekonomik olumsuzluklar; Toplumun turizme karşı direnmesi, Orijinalliğin kaybolması, İmajın zarar görmesi, Çıkar gruplarının suiistimali, Enflasyonist fiyatlar, Fırsat maliyetidir. Bunlara ilave olarak; spor festivalleri ve özel amaçlı etkinlikler bu etkinliklere katılan bireylerin egzersiz yapmalarının getirdiği temel yararlarının yanında psikolojik, duygusal, psikososyal faydalarından dolayı da giderek popüleritesini ve değerini arttıran rekreasyonel bir ürün ve turistik bir destinasyon olarak daha çok kabul görmektedir (Sima ve ark., 2015; Blair ve ark., 2004; Downs ve Ashton, 2011). Spor festivalleri birçok katılımcı için geçici cazibe yaratacağı gibi birçokları için de ciddi boş zaman faaliyeti olarak yaşamlarında yer alabilir (Stebbins, 1996, 2007).

Bireyin festivaller, özel amaçlı etkinlikler veya herhangi bir rekreasyonel etkinliğe amatör, rekreatif veya profesyonel beklentilerle katılımını açıklamak için başta motivasyon teorileri olmak üzere birçok yaklaşımdan yararlanılmaktadır. Crandall (1980) katılım gerekçelerini açıklarken bireyin kişiliğinin ve içinde bulunduğu koşulların önemli olduğunu öne sürmüşken, Levy (1979) motivasyonel gerekçelerin bireyin kişiliği, içinde bulunulan sosyal koşulların etkileşimiyle belirlendiğini savunmuşlardır. Buna ilave olarak; Deci ve Ryan (1985) bu durumu iç motivasyon, dış motivasyon ve motivasyonsuzluk boyutlarıyla bireyin bir eylemde bulunduğunu savunan Özgür İrade Teorisiyle (The Self-Determination Theory), Pintrich'in (2000) bireylerin bu tarz etkinliklere katılmasını ego merkezli davranışlarla, görev yaklaşımli davranışlarla irdelediği çalıştığı Başarılacak Amaç Teorisiyle (The Achievement Goal Theory), Engeström ve ark. (2003) bireyin gündelik yaşamda kendi kendilerine yetebilecek eylemlerde bulunabilmesinin ele alındığı Aktivite Teorisiyle (The Activity Theory), İbrahim ve Cordes'in (2002) bireyi ihtiyaçlarının motive ettiği yaklaşımın ele alındığı Maslow'un İhtiyaç Teorisi (The Need Theory-NT) ile açıklamaya çalışmışlardır.

Bireylerin genelde festivallere özelde spor festivallerine katılım gerekçeleri birçok araştırmacının, girişimcinin, turizm ürünü tasarımcılarının ve dağıtımcılarının ilgisini çekmektedir. Bireylerin katılım gerekçelerini bilmek etkinlikten beklenen faydanın elde edilmesi, benzer etkinliklerle karşılaştırıldığında o etkinliği ayırt edici unsurun doğru tanımlanması, kaynakların doğru kullanılması açısından etkinlik yöneticilerinin ve tasarımcıların başarısını arttıracaktır (Chin-Huang ve ark., 2014). Bununla birlikte etkinliğe doğru insanların katılımının sağlanması, onların yeterince tatmin edilmesini mümkün kılacak ve bireylerin etkinlikten bekledikleri tatmin düzeyini arttıracaktır (Chin-Huang ve ark., 2014; Coupal ve ark., 2001). Bireylerin etkinlikten kaynaklı tatminleri arttıkça daha fazla ödemeye istekli olacakları, deneyim pazarlama açısından daha çok insanın katılımının sağlanacağı, ekonomik olan ve olmayan beklentilerin artacağı bulguların gerçekleştiği gerçektir (Lienhoop ve Fischer, 2009).

Literatürde spordan, sanata, konusu şaraptan maratona değişen festival ve özel amaçlı etkinliklerin ekonomik, sosyal, turizm yönünü konu alan çalışmaların yanında bireylerin bu etkinliklere neden katıldıklarını ele alan ölçek geliştirme amaçlı birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların bir kısmı Tablo-1'de verilmiştir. Tablodaki verilere bakıldığında festivale katılımında ortak faktörleri; a) Sosyalleşme, b) Uzaklaşma, c) Aile Beraberliği, d) Yeni şeyleri deneme ve Eğlenme, e) Dinlenme, f) Kişisel kariyer elde etme, g) Başarmak, h) Fiziksel aktivite, i) Beğenilme ve taktir edilme, j) Rekabet, k) Örnek olma, l) Kültürel değişim başlıklarında özetleyebiliriz.

Ardahan, F., & Çalışkan, A. (2017). Bireyleri Spor Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği geçerlilik ve güvenilirlik çalışması: RUNATOLIA'ya örneği. Journal of Human Sciences, 14(2), 1405-1419. doi:[10.14687/jhs.v14i2.4433](https://doi.org/10.14687/jhs.v14i2.4433)

Bu boyutlarıyla bakıldığında RUNATOLIA özellikli bir etkinliğe birebir uyacak bir ölçek olmadığı için "RUNATOLIA'ya örneğinde Bireyleri Spor Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması"nın yapılması istenmiştir.

Tablo-1: Festivaller İçin Ölçek Kullanılmış Çalışmaların Bazıları

Araştırmacı(lar)	Ne çalıştığı	Boyutlar
Uysal ve ark. (1993)	Etkinlik motivasyonunun boyutlarını demografik değişkenlerle ilişkilendirerek çalışmıştır	Uzaklaşma, Etkinliğin Çekiciliği, Eğlence/Heyecan, Sosyalleşme, Aile Beraberliği
Masters ve ark. (1993)	Maraton koşma ölçeğini geliştirmek için çalışmıştır	Fiziksel sağlık odaklı olma, Kilo verme/kontrolü, Kişisel amaçlar, Başarma, Yarılma/rekabet, Tanınma, Kariyer, Psikolojik Dayanıklılık, Yaşamın Anlamı, Kendini Gerçekleştirme
Mohr ve ark. (1993)	Etkinlik motivasyonunun boyutlarını demografik değişkenlerle ilişkilendirerek çalışmıştır.	Sosyalleşme, Uzaklaşma, Aile Beraberliği, Eğlence/Heyecan, Dinlenme
Backman ve ark. (1995)	Etkinlik motivasyonunun boyutlarını demografik değişkenlerle ilişkilendirerek çalışmıştır	Heyecan/Eğlence, Etkinliğin Çekiciliği, Aile Beraberliği, Sosyalleşme, Dinlenme
Scott (1996)	Etkinliğe ilk gelenlerle tekrar gelenleri motive eden faktörleri çalışmıştır.	Doğal Taktir, Etkinliğin Heyecanını Yaşama, Sosyalleşme, Aile Beraberliği, Merak Duygusu, Uzaklaşma
Formica ve Uysal (1996)	Etkinliğe motive eden faktörleri belirleme amaçlı bir çalışma yapmışlardır.	Eğlenme/Heyecan Duyuma, Sosyalleşme, Eğlence, Aile ve Arkadaş Birlikteliği
Schneider ve Backman (1996)	Etkinliğe Motive eden faktörleri kültürlerarası eşdeğerliliğini çalışmışlardır.	Aile Beraberliği, Sosyalleşme, Etkinliğin Özelliği, Uzaklaşma, Etkinliğin Eğlenceli Olması
Crompton ve McKay (1997)	Festivale katılma faktörlerini Uzaklaşma temelli ikilemler ve festivalleri itme-çekme faktörleriyle ilişkilendiren bir çalışma yapmışlardır.	Kültürel keşif, Yenilenme, Bir arada olma duygusunu yaşama, Dengeyi sağlama, Grup sosyalizasyonunu yaşama, Başkalarıyla Etkileşme/Sosyalleşme
Lee (2000)	Bireyleri Etkinliğe motive eden temel faktörleri belirlemek amaçlı bir çalışma yapmışlardır.	Kültürel keşif, Uzaklaşma, Yenilenme, Etkinliğin Çekiciliği, Aile Birlikteliği, Başkalarıyla Sosyalleşme, Grup sosyalizasyonunu yaşama
Chang (2006)	Crompton ve McKay'ın (1997) ölçeğini kullanarak turistik motivasyonel değerleri çalışmışlardır.	İyileşmenin Dengesini sağlama, Festivale Katılma ve Öğrenme, Değişiklik Arama, Sosyalleşme, Kültürel Gelişim
Park ve ark. (2008)	Festivale Turistlerin Gelme nedenlerini araştırmışlardır.	Yeni Şarapları ve Yiyecekleri Deneme, Etkinliği Sevmiş Olma, Sosyal Statüyü Arttırma, Rutin Yaşamdan Uzaklaşma, Yeni İnsanlarla Buluşma, Aileyle Beraber Zaman Harcama, Ünlü kişilerle ve Şarap Uzmanlarıyla Tanışma
Uysal ve Li (2008)	Festival ve Etkinlik Motivasyonu Üzerine yapılmış çalışmaları Ortak yanlarını çalışmışlardır	Sosyalleşme, Aile Beraberliği, Değişiklik, Uzaklaşma, Kültürel Gelişim, Eğlence ve Heyecan Arayışı
Akyıldız ve Arğan (2010)	Serbest Zaman Deneyimi Ölçeğini Festival Boyutuyla Çalışmışlardır	Deneyimi hissetme ve Düşünme, Deneyimi Yaşamak ve Paylaşmak, Duyguyu Deneyimlemek
Gökçe Özdemir (2011)	Festivalin Motive edicilerini ve Sonuçlarını çalışmışlardır.	Uzaklaşma, Sosyalleşme, Festivalin Çekiciliği, Performansı Takip Etme, Tatmin Elde Etme
Saayman (2011)	Cultivaria Sanat Festivaline Motive eden faktörleri çalışmıştır	Etkinliğin çekiciliği, Kültürel deneyim yaşama, Uzaklaşma
McDowall (2011)	Festival örneğinde performans kalitesi, Tatmin ve Davranışsal Kasıtlar boyutunu çalışmıştır.	Arkadaş/Aile birlikteliği, Etkinliğin Çekiciliği, Eğlence, Uzaklaşma
Savinovic ve ark. (2012)	Festivali Yeniden izlemeye gelen seyircilerin tatmin ve geri gelme gerekçeleri üzerine bir ölçek çalışması olmuştur.	Toplumsal destek, Uzaklaşma, Bilgilenme/Eğitim, Yiyecek/Şarap ve Eğlence, Yenilenme, Aile Birlikteliği, Alış-Veriş, Sosyalleşme

Ardahan, F., & Çalışkan, A. (2017). Bireyleri Spor Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği geçerlilik ve güvenilirlik çalışması: RUNATOLIA'ya örneği. *Journal of Human Sciences*, 14(2), 1405-1419. doi:[10.14687/jhs.v14i2.4433](https://doi.org/10.14687/jhs.v14i2.4433)

Lee ve Y. Hsu (2013)	Aborjin festivaline katılan bireylerin katılım nedenlerini ve tatmin düzeyini çalışmışlardır	Kültürel deneyim yaşama, Serbest zaman denetimi ve psikolojik iyi olma, Kendini ifade
Chin-Huang ve ark. (2014)	Bireyleri rekreasyonel festivallere motive eden unsurları Serbest zaman motivasyonu açısından ele almışlardır	Merak/öğrenme, Uzaklaşma, Sosyalizasyon/Aile birlikteliği, Zevk Alma/Serbest Kalma
Zach ve ark. (2015)	Maraton Koşucularını Motive Eden Faktörlere Yeni Bir Yaklaşım	Hayatın Anlamı, Kişisel Amaçlara Erişme, Genel Sağlık Odaklı Olma, Psikolojik Dayanıklılık, Ait Hissetme, Kilo Kontrolü, Tanınma

Yöntem

Araştırmanın amacı; Türkiye'nin en eski spor festivallerinden biri olan ve 2015 yılı itibarıyla 10 yıldır Antalya'da yapılan, hem profesyonel yarışçıların hem de rekreatif bir katılımın olduğu spor festivallerinden biri olan RUNATOLIA'ya örneğinde "Bireyleri Spor Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği'nin (SFKMÖ)" geliştirilmesi ve geçerlilik güvenilirliğinin yapılmasıdır.

Araştırmanın Modeli: Araştırma tanımlayıcı bir araştırmadır ve bu çalışmaya 01-03-2015 tarihinde yapılan yarışa katılan bireylerle sınırlıdır.

Örneklem Süreci, Veri Toplama Aracı ve Değişkenler: Ana kütle toplam 6689 kişiden oluşmaktadır. Bunların branşlara göre dağılımı; 10 KM koşusuna katılan 2476 kişi, yarı maraton koşusuna katılan 1740 kişi, maraton koşusuna katılan, 373 kişi, engelli yarışına katılan 4 kişi, Yüksek topuk yarışına katılan 100 kişi ve sayısı tam olarak belirlenemeyen halk koşusuna katılan 2000 kişidir. Örneklem; bireylerin yarışta takacakları göğüs numaralarını ve malzemelerini alındığı sırada, yarış öncesi düzenlenen makarna partisinde, yarışma öncesi ve yarışma sonrasında ankete gönüllü olarak katılmayı arzu eden tesadüfi örnekleme yöntemlerinden basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle belirlenmiş 276 kişiden oluşmaktadır.

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak İngilizce ve Türkçe hazırlanan, İngilizce dil geçerliliği bu konuda uzman üç kişiden oluşan uzmanlar kurulunca yapılan anket formu kullanılmıştır. Anket formunda bireylerin demografik bilgilerinin alındığı soruların yanında Tablo-1'de sıralanan çalışmalardaki motivasyonel maddeler arasından alınan 39 maddeden oluşan bireylerin RUNATOLIA'ya Katılım Gereksinimleri'nin belirlendiği maddelerden oluşmuştur. Çalışmada SFKMÖ için beşli Likert ölçeği (1- Kesinlikle Katılmıyorum,..., 5- Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır.

KMO ve Bartlett küresellik testlerinin sonuçlarına göre ölçeğe açıklayıcı faktör analizi (AFA) uygulanabilir olduğu için AFA uygulanmış, modelin geçerlilik ve güvenilirliği AFA ve Doğrularıyıcı Faktör Analizi (DFA) ile yapılmış ve SFKMÖ'nin alt boyutları ortaya konulmuştur. Faktör analizi sonucunda oluşan SFKMÖ'nün yapı geçerliliğini test etmek için madde-faktör analizi yapılmıştır. Ölçeğin iç tutarlılığını değerlendirmek için Cronbach's Alpha katsayılarına, elde edilen ölçeğin maddeleri ve faktörleri arasındaki ilişkiye bakmak için test Pearson Corelation Testi kullanılmış ve sonuçlar 0.01 ve 0.05 anlamlılık düzeyinde sorgulanmıştır.

Bulgular

Literatürde spor festivalleri olarak ifade edilen etkinliklerden biri olan ve katılımcıların maddi ödülünden ziyade bireyin kendi kendini ve/veya sosyal çevresinin ödüllendirdiği 2015 yılı itibarıyla 10.su düzenlenen "RUNATOLIA'ya Bireyleri Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği'ni" (SFKMÖ) geliştirilmek, Türk popülasyonu için geçerlilik ve güvenilirliğini yapmak için AFA uygulanmış ve elde edilen sonuçlar Tablo-2'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği SFKMÖ ölçeğinin Kaiser–Meyer–Oklin değeri Kaiser'in (1974) de öngördüğü biçimde (0.60) değerinin

üstünde ve Bartlett's Test of Sphericity ($p < 0.05$) olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

SFKMÖ ölçeğini geliştirmek için 44 madde ile AFA ve Bartlett Küresellik Testi yapılmış ve Ki-kare=8856.224, $p=0.000$ ve Keiser-Meyer-Olkin örneklem yeterlilik ölçümü (0.917) olarak hesaplanmıştır. SFKMÖ için anket formunda yer alan 44 maddenin her birinin varyansı 0.50'ın üstünde olduğu için ve olması gereken faktörde faktörleştiği için hiçbir madde AFA'dan çıkarılmamıştır.

Modelde Varimax döndürme yöntemi kullanılmıştır. Buna göre tüm maddeler öz değerleri 1'den büyük olan dokuz faktörde toplanmış ve toplam varyansın %76.24'ünü açıklamıştır. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri ise (0.951) olarak bulunmuştur.

Tablo-3'de faktörler ve maddeler arasındaki korelasyon değerleri verilmiştir. Buna göre faktörleşme ilişkileri doğru gerçekleşmiştir. Her grupta o maddenin korelasyon değerleri faktörleştiği grupta en yüksektir.

SFKMÖ'nin toplam Cronbach's alpha değeri 0,951'dir. Elde edilen faktörler, faktörlerde yer alan maddeler, Cronbach's alpha değeri ve döndürülmüş öz değerler (DD); ve Faktör-1 (F1) için DD=14.858 ve Cronbach's alpha değeri=0.855, Faktör-2 (F2) için DD=3.578 ve Cronbach's alpha değeri=0.888, Faktör-3 (F3) için DD=2.391 ve Cronbach's alpha değeri=0.889, Faktör-4 (F4) için DD=2.196 ve Cronbach's alpha değeri=0.905, Faktör-5 (F5) için DD=1,932 ve Cronbach's alpha değeri=0.885, Faktör-6 (F6) için DD=1.359 ve Cronbach's alpha değeri=0.886, Faktör-7 (F7) için DD=1.231 ve Cronbach's alpha değeri=0.893, Faktör-8 (F8) için DD=1.171 ve Cronbach's alpha değeri=0.879, Faktör-9 (F9) için DD=1.018 ve Cronbach's alpha değeri=0.925 olarak bulunmuştur.

Tablo-2: Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Madde Numaraları	Faktör Yükleri									Ortak Varyans			
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	X	SS		
Kaiser-Mayer-Olkin Örneklem Yeterlilik Ölçümü													
										0.917			
Bartlett Küresellik Testi													
										Yaklaşık Ki-kare	8856.224		
										Serbestlik derecesi	741		
										Anlamlılık	0.000		
Eglen01	0,807									0,802	4,28	0,914	
Eglen02	0,750									0,674	4,17	0,955	
Eglen03	0,840									0,818	4,39	0,856	
Eglen04	0,805									0,787	4,32	0,911	
Eglen05	0,538									0,624	4,03	1,103	
Aitlik01		0,804								0,810	3,79	1,137	
Aitlik02		0,881								0,846	3,63	1,251	
Aitlik03		0,679								0,668	3,45	1,245	
Aitlik04		0,562								0,598	3,37	1,316	
Aitlik05		0,853								0,840	3,76	1,207	
Rekabet01			0,724							0,710	4,16	1,025	
Rekabet02			0,663							0,702	3,62	1,255	
Rekabet03			0,746							0,805	4,16	1,001	
Rekabet04			0,739							0,812	4,18	1,006	
Rekabet05			0,694							0,766	4,18	1,032	
Yenilik01				0,594						0,739	4,25	0,950	
Yenilik02				0,703						0,804	4,10	0,999	
Yenilik03				0,686						0,800	4,20	0,933	
Yenilik04				0,743						0,791	4,15	0,968	
Yenilik05				0,680						0,672	3,96	1,175	
Uzaklas01					0,810					0,747	3,93	1,051	
Uzaklas02					0,831					0,815	3,72	1,147	
Uzaklas03					0,800					0,801	3,92	1,061	
Uzaklas04					0,747					0,711	4,00	1,067	

Sosyal01	0,639	0,664	4,05	1,013							
Sosyal02	0,627	0,729	3,91	1,018							
Sosyal03	0,744	0,777	3,85	1,070							
Sosyal04	0,767	0,772	3,98	1,078							
Sosyal05	0,652	0,638	4,05	1,024							
Ornek01	0,756	0,761	3,88	1,183							
Ornek02	0,775	0,875	4,04	1,075							
Ornek03	0,747	0,854	3,97	1,129							
Ornek04	0,623	0,671	3,51	1,339							
Aktivite01	0,786	0,828	4,41	0,912							
Aktivite02	0,791	0,861	4,44	0,886							
Aktivite03	0,726	0,771	4,37	0,966							
Begen01	0,910	0,865	2,99	1,366							
Begen02	0,915	0,875	3,00	1,288							
Begen03	0,756	0,649	3,48	1,320							
Cronbach's	Alpha	0.855	0.888	0.889	0.905	0.885	0.886	0.893	0.879	0.925	Tüm ölçeğin
değerleri	Öz	14.858	3.578	2.391	2.196	1.932	1.359	1.231	1.171	1.018	Cronbach's Alpha
Döndürülmüş	Varyans	38.09	9.17	6.13	5.63	4.95	3.48	3.15	3.00	2.61	değeri
Değerler	Birikimli	38.09	47.27	3.40	59.03	63.98	67.47	70.63	73.63	76.24	0.951
Döndürülmüş	%										

AFA ile elde edilen faktörler aşağıdaki gibi isimlendirilmiştir:

F1: “Eğlence” adı verilen bu faktör bireylerin “Etkinliğin güzel atmosferini yaşamasını”, “Farklı bir etkinliği deneyimlemesini”, “Keyif alma ve eğlenmeyi”, “Bu tarz etkinlikleri sevmeyi” ve “Etkinlik kapsamındaki eğlenceli aktiviteleri görmek/dahil olmak istemeyi” tarifleyen unsurlardan oluşur.

F2: “Ait Olma/Destekleme” adı verilen bu faktör bireylerin “Onaylanan bir misyonu desteklemeyi ve parçası olmayı”, “Onaylanan bir sivil toplum kuruluşunu desteklemeyi ve parçası olmayı”, “Kızılan olaylar ve durumlarla mücadele edebilmeyi”, “Bir gruba ait olmayı” ve “Başkalarına yardım etme ve sosyal sorumluluğu yerine getirmeyi” tarifleyen unsurlardan oluşur.

F3: “Rekabet/Mücadele” adı verilen bu faktör bireylerin “Bireyin kendisi ve başkalarıyla rekabet etmesini”, “Bireyin kendisini geliştirme ve yeni beceriler edinmesini”, “Bireyin kendisini gerçekleştirmesini” ve “Bireyin mücadele ruhunu geliştirmeyi” tarifleyen unsurlardan oluşur.

F4: “Yenilik” adı verilen bu faktör bireylerin “Değişik etkinlikleri görmeyi istemeyi”, “Özel etkinliklere dahil olmayı”, “Farklı ve Yeni şeyleri denemeyi” ve “Meraklı olmayı” tarifleyen unsurlardan oluşur.

F5: “Uzaklaşma ve Kaçma” adı verilen bu faktör bireylerin “Hayatlarındaki rutinlikten kaçmayı”, “Sıkıntıdan kurtulmayı”, “Hayatın rutin yanlarını değiştirmeyi” ve “Günlük stresten kurtulmayı” tarifleyen unsurlardan oluşur.

F6: “Sosyalleşme” adı verilen bu faktör bireylerin “Benzer şeylerden keyif alan arkadaşlarla buluşmayı”, “Bu etkinliğin insanları bir araya getiren bir misyonunun olması”, “Farklı insanlarla buluşmayı”, “Arkadaşlarla buluşmayı/ onlarla beraber olmayı” ve “Kültürel ve sosyal anlamda bireye katma değer yaratmayı” tarifleyen unsurlardan oluşur.

F7: “Örnek Olma” adı verilen bu faktör bireylerin “Aile bireylerine örnek olmayı”, “Çevredeki bireylere örnek olmayı”, “Toplumdaki bireylere örnek olmayı” ve “Başkalarını etkilemeyi” tarifleyen unsurlardan oluşur.

F8: “Fiziksel Aktivite” adı verilen bu faktör bireylerin “Fiziksel aktivite yapmayı”, “Aktiviteye katılmanın fiziksel ve ruhsal sağlığı olumlu etkilemesini” ve “Aktiviteye katılmanın bedensel ve ruhsal rehabilitasyon sağlayacağını” tarifleyen unsurlardan oluşur.

F9: “Beğenilme/Taktir Edilme” adı verilen bu faktör bireylerin “başkaları tarafından taktir edilmesi”, “tanınması, beğenilmesi” ve “bir işe yaradığını görmesi”ni tarifleyen maddelerden oluşur.

Bireyleri **RUNATOLIA’ya katılmak için** motive eden maddelerin faktörlerle korelasyon değerleri Tablo-3’de, madde açıklamaları Tablo-4’de, verilmiştir. Tablo-3’den de görülebileceği gibi her madde diğer faktörlerle de istatistiki olarak anlamlı bir korelasyona sahip olsa da ait olduğu faktörle en yüksek korelasyon değerine sahiptir.

Tablo-3: Madde-Faktör Korelasyon Değerleri

Madde Numaraları	Faktör Yükleri								
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9
Eglen01	0,881**	0,247**	0,463**	0,563**	0,312**	0,463**	0,341**	0,486**	0,165**
Eglen02	0,811**	0,214**	0,397**	0,498**	0,235**	0,428**	0,245**	0,424**	0,069
Eglen03	0,876**	0,141*	0,376**	0,547**	0,266**	0,445**	0,228**	0,446**	0,075
Eglen04	0,858**	0,214**	0,412**	0,543**	0,294**	0,482**	0,292**	0,493**	0,052
Eglen05	0,764**	0,392**	0,440**	0,605**	0,436**	0,539**	0,430**	0,394**	0,168**
Aitlik01	0,347**	0,845**	0,408**	0,441**	0,352**	0,517**	0,528**	0,360**	0,134*
Aitlik02	0,239**	0,886**	0,327**	0,374**	0,308**	0,447**	0,421**	0,224**	0,169**
Aitlik03	0,204**	0,821**	0,390**	0,337**	0,321**	0,450**	0,538**	0,230**	0,178**
Aitlik04	0,163**	0,753**	0,325**	0,315**	0,297**	0,417**	0,459**	0,156**	0,329**
Aitlik05	0,310**	0,890**	0,362**	0,405**	0,281**	0,501**	0,485**	0,303**	0,148*
Rekabet01	0,431**	0,249**	0,820**	0,403**	0,341**	0,439**	0,430**	0,505**	0,091
Rekabet02	0,225**	0,405**	0,719**	0,282**	0,230**	0,292**	0,487**	0,208**	0,269**
Rekabet03	0,440**	0,393**	0,859**	0,516**	0,391**	0,472**	0,457**	0,546**	0,028
Rekabet04	0,498**	0,341**	0,881**	0,524**	0,420**	0,478**	0,510**	0,566**	0,072
Rekabet05	0,517**	0,379**	0,866**	0,542**	0,450**	0,512**	0,545**	0,539**	0,154*
Yenilik01	0,621**	0,347**	0,483**	0,841**	0,437**	0,553**	0,341**	0,537**	0,047
Yenilik02	0,589**	0,441**	0,492**	0,883**	0,455**	0,610**	0,366**	0,494**	0,133*
Yenilik03	0,613**	0,372**	0,524**	0,894**	0,501**	0,609**	0,426**	0,547**	0,121*
Yenilik04	0,559**	0,306**	0,440**	0,877**	0,445**	0,576**	0,390**	0,480**	0,078
Yenilik05	0,469**	0,421**	0,387**	0,789**	0,386**	0,565**	0,408**	0,389**	0,165**
Uzaklas01	0,330**	0,275**	0,326**	0,412**	0,838**	0,315**	0,281**	0,316**	0,199**
Uzaklas02	0,329**	0,357**	0,332**	0,449**	0,899**	0,364**	0,403**	0,281**	0,251**
Uzaklas03	0,347**	0,360**	0,440**	0,503**	0,892**	0,454**	0,440**	0,336**	0,169**
Uzaklas04	0,297**	0,293**	0,422**	0,430**	0,834**	0,370**	0,436**	0,362**	0,145*
Sosyal01	0,478**	0,414**	0,445**	0,601**	0,407**	0,809**	0,417**	0,423**	0,089
Sosyal02	0,509**	0,513**	0,481**	0,645**	0,393**	0,841**	0,497**	0,420**	0,142*
Sosyal03	0,432**	0,510**	0,419**	0,543**	0,313**	0,856**	0,420**	0,334**	0,023
Sosyal04	0,478**	0,439**	0,405**	0,504**	0,300**	0,843**	0,336**	0,381**	0,030
Sosyal05	0,455**	0,419**	0,423**	0,532**	0,384**	0,786**	0,440**	0,418**	0,060
Ornek01	0,265**	0,438**	0,482**	0,367**	0,368**	0,386**	0,860**	0,448**	0,168**
Ornek02	0,410**	0,517**	0,563**	0,453**	0,432**	0,503**	0,926**	0,502**	0,209**
Ornek03	0,435**	0,521**	0,566**	0,448**	0,442**	0,514**	0,907**	0,528**	0,216**
Ornek04	0,216**	0,528**	0,446**	0,319**	0,334**	0,376**	0,788**	0,225**	0,303**
Aktivite01	0,501**	0,240**	0,484**	0,533**	0,360**	0,436**	0,434**	0,932**	0,048
Aktivite02	0,525**	0,237**	0,533**	0,533**	0,334**	0,429**	0,443**	0,952**	0,073
Aktivite03	0,472**	0,356**	0,546**	0,524**	0,348**	0,466**	0,466**	0,916**	0,070
Begen01	0,103	0,199**	0,140*	0,082	0,214**	0,053	0,236**	0,033	0,919**
Begen02	0,086	0,185**	0,140*	0,073	0,179**	0,041	0,246**	0,009	0,924**
Begen03	0,153*	0,229**	0,136*	0,190**	0,192**	0,122*	0,210**	0,138*	0,797**

* p<0.05, ** p<0.01

Tablo-4: RUNATOLIA'ya Katılma Ölçeği Maddeleri

Begen01	Başkaları tarafından tanınmak ve beğenilmek için
Begen02	Başkaları tarafından takdir edilmek için
Begen03	Bir işe yaradığımı gördüğüm için
Eglen01	Etkinliğin güzel atmosferini yaşamak için
Eglen02	Farklı bir etkinliği deneyimlemek için
Eglen03	Keyif almak, eğlenmek için
Eglen04	Bu tarz etkinlikleri sevdiğim için
Eglen05	Etkinlik kapsamındaki eğlenceli aktiviteleri görmek/dahil olmak istediğim için
Uzaklas01	Hayatın rutinliğinden kaçmak için
Uzaklas02	Sıkıntıdan kurtulmak için
Uzaklas03	Hayatımın rutin yanlarını değiştirmek için
Uzaklas04	Günlük stresten kurtulmak için
Yenilik01	Değişik etkinlikleri görmek hoşuma gittiği için
Yenilik02	Özel etkinliklere dahil olmak için
Yenilik03	Farklı şeyleri deneyimlemek için
Yenilik04	Yeni şeyleri deneyimlemek için
Yenilik05	Bu etkinliği merak ettiğim için
Sosyal01	Benzer şeylerden keyif alan arkadaşlarla buluşmak için
Sosyal02	Bu etkinliğin insanları bir araya getiren bir misyonunun olması
Sosyal03	Farklı insanlarla buluşmak için
Sosyal04	Arkadaşlarıyla buluşmak/ onlarla beraber olmak için
Sosyal05	Kültürel ve sosyal anlamda bana katma değer yarattığı için
Ornek01	Aile bireylerine örnek olmak için
Ornek02	Çevremdeki bireylere örnek olmak için
Ornek03	Toplumdaki bireylere örnek olmak için
Ornek04	Başkalarını etkilemek için
Aitlik01	Onayladığım bir misyonu desteklemek ve parçası olmak için
Aitlik02	Onayladığım bir sivil toplum kuruluşunu desteklemek ve parçası olmak için
Aitlik03	Kızdığım olaylar ve durumlarla mücadele edebilmek için
Aitlik04	Bir gruba ait olmak istediğim için
Aitlik05	Başkalarına yardım etme ve sosyal sorumluluğumu yerine getirmek için
Rekabet01	Kendimle rekabet etme isteği
Rekabet02	Başkalarıyla rekabet etme isteği
Rekabet03	Kendimi geliştirme ve yeni beceriler edinme isteği
Rekabet04	Kendimi gerçekleştirmek için
Rekabet05	Mücadele ruhumu geliştirmek için
Aktivite01	Fiziksel aktivite yapma isteği
Aktivite02	Bu tarz aktivitelere katılmak fiziksel ve ruhsal sağlığı olumlu etkiliyor
Aktivite03	Bu tarz aktivitelere katılmak bedensel ve ruhsal rehabilitasyon sağlıyor

SFKMÖ'ye DFA uygulanmış ve Tablo-5'de verilen uyum indeks değerleri elde edilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi uyum indeks değerleri istatistikî olarak yeterli, iyi ve mükemmel uyum değerlerine sahiptir. Diğer bir deyişle model DFA ile de geçerlilik ve güvenilirliğe sahiptir.

Tablo-5: DFA Uyum İndeks Değerleri

X ² / Ser. Der	= 1606.65 / 666 = 2.41		
GFI	= 0.77	CFI	= 0.97
AGFI	= 0.73	NFI	= 0.95
RMSEA	= 0.072	NNFI	= 0.97
RMR	= 0.09	PGFI	= 0.66
SRMR	= 0.067	IFI	= 0.97

Tartışma

Bu çalışmada “Bireyleri Spor Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği'nin (SFKMÖ)” RUNATOLIA'ya örneğinde Türk popülasyonu için geçerlilik güvenilirlik çalışması yapılmıştır.

SFKMÖ'nin tüm maddelerini Ibrahim ve Cordes'in (2002) aktardığı Maslow'un İhtiyaç Teorisiyle açıklamak mümkündür. Bazı faktörler ise bir veya daha fazla İhtiyaç Teorisi bileşenleriyle açıklanabilir. “Eğlence”, “Ait olma/Destekleme”, “Rekabet/Mücadele”, “Yenilik”, “Uzaklaşma ve Kaçma”, “Sosyalleşme”, “Örnek Olma”, “Fiziksel Aktivite” ve “Beğenilme/Taktir Edilme” faktörleri; sosyal statü elde etme, kendini gerçekleştirme ve bir gruba ait olma ihtiyacı ile ilişkilidir.

Bireylerin RUNATOLIA özellikli spor festivallerine katılımlarına motive etmek için kullanılan teorilerden bir diğeri de Pintrich'in (2000) geliştirdiği Başarılan Amaç Teorisidir. Bu teori “ego merkezli (ego goals)” ve “görev merkezli amaç (task goals)” olmak üzere iki alt amaç tanımı vardır. SFKMÖ'deki tüm faktörler görev merkezli motivasyonel unsurla açıklamak mümkündür. Buna ilave olarak “Rekabet/Mücadele” faktörü bireylerin hem kendileri ile hem de başkaları ile rekabet ettiği bir yarışma biçimi olan RUNATOLIA spor festivalinde Görev Merkezli Amaç ile de açıklanmaktadır.

Buna ilave olarak SFKMÖ'deki faktörler Deci ve Ryan'ın (1985) geliştirdiği Özgür İrade Teorisi'ni oluşturan; iç kaynaklı motivasyonel ve dış kaynaklı motivasyonel unsurlarla açıklanabilir. Faktörlerin tamamı iç motivasyondan kaynaklı maddeleri içerirken, aynı zamanda özellikle “Eğlence” alt faktörü bireylerin bu yarışa dış kaynaklı motivasyonel unsurlarla da katılabileceğini açıklayabilecek maddelerden oluşmaktadır.

RUNATOLIA, bu etkinliğe katılmayı isteyen bireylerin yarışma öncesi uzun bir dönem hazırlanmayı gerektiren yarışmaları içermektedir. Özellikle 10 km, Yarı Maraton ve Maraton koşuları belirli bir fiziksel kondisyonun varlığını gerektirmektedir. Aktivite teorisine göre bireylerin davranışlarının gerisinde bir ya da birden fazla belirleyici sebep(ler) vardır. Doğumdan itibaren fiziksel mental ve psikolojik ihtiyaçların hepsi ya bir yere giderek ya da çalışarak elde edilen ücretle gideren/tatmin eden bireyin istediği yer ve zamanda belirlenen sonuçlara ulaşması için hareket etmesi onu mutlu etmektedir. Özellikle fiziksel yeterliliği yerinde olan ve tüm ihtiyaçlarını kendisi karşılayabilecek bireyin bunu uzun yıllar/yaşlar gösteriyor olması bireyler için önemlidir. Bu sebeple SFKMÖ'deki faktörler Engeström ve ark. (2003) geliştirdiği Aktivite Teorisi ile de açıklanabilir.

SFKMÖ'deki faktörler “Eğlence”, “Ait olma/Destekleme”, “Rekabet/Mücadele”, “Yenilik”, “Uzaklaşma ve Kaçma”, “Sosyalleşme”, “Örnek Olma”, “Fiziksel Aktivite” ve “Beğenilme/Taktir Edilme” faktörleri bu amaçla yapılmış spor, sanat ve kültür festivallerine bireylerin katılmasını motive eden faktörler ölçeğini çalışan Tablo-2 de verilen çalışmaların faktörleşme biçimleri ile örtüşmektedir (Uysal ve ark., 1993; Masters ve ark., 1993; Mohr ve ark., 1993; Backman ve ark., 1995; Scott, 1996, Formica ve Uysal, 1996, Schneider ve Backman, 1996; Crompton ve McKay, 1997; Lee, 2000; Chang, 2006; Park ve ark., 2008; Uysal ve Li, 2008; Akyıldız ve Argan, 2010; Gökçe Özdemir, 2011; Saayman, 2011; Savinovic ve ark., 2012; Lee ve Y. Hsu, 2013; Chin-Huang ve ark., 2014; Zach ve ark., 2015)

Sonuç

Tüm bu anlatılanlardan sonra; SFKMÖ ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı 0,951 ve ölçeğin açıkladığı varyans %76,24 olarak bulunmuştur. SFKMÖ RUNTALIA örneğinde Bireyleri Spor Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörlerin açıklanmasında Türk popülasyonu için açıklamaya yeterli olduğu sonucuna varılabilir.

Kaynakça

- Akyıldız, M. ve Argan, M. (2010). Leisure Experience Dimensions: A Study On Participants of Ankara Festival. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*. 1(2):25-36
- Backman, K. F., Backman, S. J., Uysal, M. ve Sunshine, K. M. (1995). Event tourism: An examination of motivations and activities. *Festival Management and Event Tourism*. 3(1):15–24.
- Blair, S. N., LaMonte, M. J. ve Nichman, M. Z. (2004). The evolution of physical activity recommendations: how much is enough? *Am J Clin Nutr*. 79:913-933.
- Chang, J. (2006). Segmenting tourists to aboriginal cultural festivals: An example in the Rukai tribal area, Taiwan. *Tourism Management*, 27(6):1224-1264.
- Chen, Pi-Ching. (2011). Festivals: Predicting Attendance Intention with Decision-Making Factors. Unpublished Doctorate thesis. Doctor of Philosophy in the School of Health, Physical Education, and Recreation, Indiana University.
- Chin-Huang, H., Chun-Hung, L., Chun-Chu Yeh, J. ve Po-Hsun Hsiao, J. (2014). Estimating Congestion Costs and Segmenting Motivations for Recreational Festivals, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(5): 558-578, DOI: 10.1080/10941665.2013.764335.
- Coupal, R. H., Bastian, C., May, J. ve Taylor, D. T. (2001). The economic benefits of snowmobiling to Wyoming residents: A travel cost approach with market segmentation. *Journal of Leisure Research*. 33(4):492–510.
- Crandall, R. (1980). Motivation for leisure. *Journal of Leisure Research*, 12(1): 45-54.
- Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2):425–439.
- Deci, E. L. ve Ryan, R. M. (1985). The general causality orientations scale: Self determination in personality. *Journal of Research in Personality*. 19:109-134.
- Downs, A. ve Ashton, J. (2011). Vigorous physical activity, sports participation, and athletic identity: implications for mental and physical health in college students. *J Sport Behav*. 34:228–249.
- Engeström, Y., Miettinen R. ve Punamaki R. L. (2003). *Perspective On Activity Theory*, Cambridge University Press, Second Edition, NY, 10011-4211, USA, p.22-80.
- Formica, S. ve Uysal, M. (1996). A market segmentation of festival visitors: Umbria Jazz festival in Italy. *Festival Management and Event Tourism*. 3(4): 175–182.
- Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (1997). *Event Management & Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corp.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29:403-428.
- Gökçe Özdemir, B. (2011) Festival motivators and consequences: a case of Efes Pilsen Blues Festival, Turkey, *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 22(3): 378-389, DOI: 10.1080/13032917.2011.634916.
- Güzel, F. Ö. ve Paparya, N. (2012). The Dance of the Emotional Searches with Marketing: The Experience Marketing a Conceptual Analysis. *Journal of Business Research – Turk*. 4(4): 109-125.
- Ibrahim, H. ve Cordes, K. A. (2002). *Outdoor Recreation, Enrichment For a Lifetime*. Second Edition, Sagamore Publishing, Il, p. 5-150.
- Lee, C. K. (2000). A comparative study of Caucasian and Asian visitors to a Cultural Expo in an Asian setting. *Tourism Management*, 21(2), 169–176.
- Lee, T. H. ve Y. Hsu, F. (2013). Examining How Attending Motivation and Satisfaction Affects the Loyalty for Attendees at Aboriginal Festivals. *International Journal Of Tourism Research*. 15:18–34. DOI: 10.1002/jtr.867

- Levy, J. (1979). Motivation for leisure: An interreactionist approach. In H. Ibrahim and R. Crandall (Eds.), *Leisure: A psychological approach*. Los Alamitos, CA: Hwong Publishing, p.12-42.
- Lienhoop, N. ve Fischer, A. (2009). Can you be bothered? The role of participant motivation in the valuation of species conservation measures. *Journal of Environmental Planning and Management*. 52(4): 519–534.
- Long, P. T. ve Perdue, R. R. (1990). The economic impact of rural festivals and special events: assessing the special distribution of expenditures. *Journal of Travel Research*. 28(4): 10-14.
- Masters, K., Ogles, B. ve Jolton, J. (1993). The development of an instrument to measure motivation for marathon running: The motivations of marathoners scale (MOMS). *Research Quarterly in Exercise and Sport*. 64: 134-143.
- Mc Donnel, I., Allen, J. ve O'Toole, W., (1998), *Festival and Special Event Management*, John Wiley & Sons Australia Ltd., Brisbane.
- Mc Donnel, I., Johnny, A. ve O'Toole, W. (1998). *Festival and Special Event Management*, John Wiley & Sons Australia Ltd., Brisbane.
- McDowall, S. (2011). The Festival in My Hometown: The Relationships Among Performance Quality, Satisfaction, and Behavioral Intentions, *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 12:4, 269-288, DOI: 10.1080/15256480.2011.614528
- Mohr, K., Backman, K. F., Gahan, L. W. ve Backman, S. J. (1993). An investigation of festival motivations and event satisfaction by visitor type. *Festival Management and Event Tourism*. 1(3):89–97.
- Park, K. S., Reisinger, Y. ve Kang, H. J. (2008). Visitors' motivation for attending the South Beach Wine and Food Festival, Miami Beach, Florida. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(2):161–181.
- Pintrich, P. R. (2000). An Achievement Goal Theory Perspective on Issues in Motivation Terminology, Theory and Research, *Contemporary Educational Psychology*, 25: 92–104.
- Prentice, R. ve Andersen, V. A. (2003). Festival as creative destination. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 7-30. Doi: [10.1016/S0160-7383\(02\)00034-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00034-8)
- Saayman, M. (2011). Motives For Attending The Cultivaria Arts Festival. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*. 33(1): 109-120.
- Savinovic, A., Kim, S. ve Long, P. (2012). Audience Members' Motivation, Satisfaction, and Intention to Re-visit an Ethnic Minority Cultural Festival, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(7): 682-694, DOI:10.1080/10548408.2012.720154
- Schneider, I. E. ve Backman, S. J. (1996). Cross-cultural equivalence of festival motivations: A study in Jordan. *Festival Management and Event Tourism*, 4(3/4): 139–144.
- Scott, D. (1996). A comparison of visitors' motivations to attend three urban festivals. *Festival Management and Event Tourism*. 3(3): 121–128.
- Stebbins, R. A. (1996). Cultural tourism as serious leisure. *Annals of tourism research*, 23(4), 948-950.
- Stebbins, R. A. (2007). *Serious leisure: A perspective for our time* (Vol. 95). Transaction Publishers.
- Thrane, C. (2002). Jazz festival visitors and their expenditures: Linking spending patterns to musical interest. *Journal of Travel Research*, 40(3):281-286.
- Uysal, M. ve Li, X. (2008). Trends and critical issues in festival & event motivation. In A. Aktas, M. Kesgin, E. Cengiz, ve E. Yenidip (eds.). *International Cultural & Event Tourism: Issues and Debates*, 10–20. Ankara, Turkey: Detay Yayıncılık.
- Uysal, M., Gahan, L. ve Martin, B. (1993). An examination of event motivations: A case study. *Festival Management and Event Tourism*. 1(1):5–10.

Ardahan, F., & Çalışkan, A. (2017). Bireyleri Spor Festivallerine Katılmaya Motive Eden Faktörler Ölçeği geçerlilik ve güvenilirlik çalışması: RUNATOLIA'ya örneği. *Journal of Human Sciences*, 14(2), 1405-1419. doi:[10.14687/jhs.v14i2.4433](https://doi.org/10.14687/jhs.v14i2.4433)

Woo, E., Yolal, M., Çetinel, F. ve Uysal, M. (2011). A Comparative Study of Motivation across Different Festival Products. In 16th Graduate Students Research Conference. Okunma yeri: "http://scholarworks.umass.edu/gradconf_hospitality/2011/Presentation/92/".

Zach, S., Xia, Y., Zeev, A., Arnon, M., Choresch, N. ve Tenenbaum, G. (2015). Motivation dimensions for running a marathon: A new model emerging from the Motivation of Marathon Scale (MOMS), *Journal of Sport and Health Science*. doi: 10.1016/j.jshs.2015.10.003

www.runatolia.com: Erişim tarihi: 23-06-2015

www.adimadim.org: Erişim tarihi: 23-06-2015

Extended English Abstract

The purpose of this study; is to developed "The motivational factor scale for participating in RUNTALIA which one of the oldest sport festival in Turkey- SFKMÖ" and define the validity and reliability for Turkish population.

The study was descriptive and sampling group was consisted of 276 volunteer participants who randomly selected among 6689 total participants, who accept filling questionnaire when making application, in classic macaroni party in Saturday and after run. The questionnaire form was in Turkish and English. Five point Likert-Scale was used in the evaluation of the items (1-definitely not agree, ..., 5-definitely agree).

To identify the sub-factors of the scale, exploratory factor analysis (EFA) was run with 44 items. Varimax rotation technique was conducted in the exploratory factor analysis. After EFA, confirmatory factor analysis was done, and varimax rotation was performed for SFKMÖ and the SFKMÖ was grouped into nine factors. Whether the data was suitable to this analysis, Kaiser Mayer Olkin and Bartlett Spherity test results were taken into consideration. Cronbach's Alpha internal consistency test was applied to the identified sub-factors and overall scale. Pearson Correlations Test was conducted to define the statistical correlation between test and re-test and between sub-classes and items. Results have been assessed according to significant level 0.01 and 0.05.

Whether the data was suitable to this analysis, Kaiser Mayer Olkin (0.917) and Bartlett Spherity test ($p < 0.05$) results were taken into consideration. Cronbach's Alpha internal consistency test (0.951) was applied to the identified sub-factors and overall scale. The variance explained by this subscale was %76.24.

The SFKMÖ have nine sub factors named as "Fun/Pleasure", "Belonging/Support", "Competition/Fight", "Renewal", "Escape/Retiring from", "Socialization", "Exemplifying", "Physical Activity" and "Have an attraction for/Win recognition". Cronbach's Alpha value of "Fun/Pleasure" sub factor with five items is 0.855 and initial eigenvalues is calculated as 14.858. Cronbach's Alpha value of "Belonging/Support" sub factor with five items is 0.888 and initial eigenvalues is calculated as 3.578. Cronbach's Alpha value of "Competition/Fight" sub factor with five items is 0.889 and initial eigenvalues is calculated as 2.391. Cronbach's Alpha value of "Renewal" sub factor with five items is 0.905 and initial eigenvalues is calculated as 2.197. Cronbach's Alpha value of "Escape/Retiring from" sub factor with four items is 0.885 and initial eigenvalues is calculated as 1.932. Cronbach's Alpha value of "Socialization" sub factor with five items is 0.886 and initial eigenvalues is calculated as 1.359. Cronbach's Alpha value of "Exemplifying" sub factor with four items is 0.893 and initial eigenvalues is calculated as 1.231. Cronbach's Alpha value of "Physical Activity" sub factor with three items is 0.879 and initial eigenvalues is calculated as 1.171. Cronbach's Alpha value of "Have an attraction for/Win recognition" sub factor with three items is 0.925 and initial eigenvalues is calculated as 1.018.

Even if all items has correlation with other sub factor, there were statistically meaningful and the highest correlation with matched sub-factors which were together in the scale.

Confirmatory factor analysis results are in statistically meaningful limits.

The factors in the scale have direct correlation with the motivational theories. All factors in the scale can be explained by The Self-Determination Theory developed by Deci ve Ryan'ın (1985), The Need Theory-NT of Maslow, and The Activity Theory developed by Engeström et al. (2003). "Escape/Retiring from" factors can be explained by The Achievement Goal Theory developed by Pintrich (2000).

The sub factors of SFKMÖ named as "Fun/Pleasure", "Belonging/Support", "Competition/Fight", "Renewal", "Escape/Retiring from", "Socialization", "Exemplifying", "Physical Activity" and "Have an attraction for/Win recognition" can be explained by the studies which main subject were the motivational factors for participating in recreational sport, art, music festivals (Uysal et al. 1993; Masters et al. 1993; Mohr et al. 1993; Backman et al. 1995; Scott, 1996, Formica and Uysal, 1996, Schneider and Backman, 1996; Crompton and McKay, 1997; Lee, 2000; Chang, 2006; Park et al. 2008; Uysal and Li, 2008; Akyıldız and Arğan, 2010; Gökçe Özdemir, 2011; Saayman, 2011; Savinovic et al. 2012; Lee and Y. Hsu, 2013; Chin-Huang et al. 2014; Zach et al. 2015)

It is vitally important why people participate in a recreational festival for organization committee for designer of this festival. Because all motivational factors must be included in to festival/run design to increase the satisfaction of participants. This scale can be used for define the motivational factor scale for participating in recreational sport festival as RUNOTALIA.

As a result, it can be concluded that "The motivational factor scale for participating in RUNOTALIA-SFKMÖ" has reliability and validity in the estimation of the reasons of participating in RUNATOLIA for the Turkish population.