

Keşfedici Merak Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Motosikletli Turistler Üzerine Bir Araştırma

Esra Katırcıoğlu^{1**} 

¹ Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Simav Meslek Yüksekokulu, Kütahya, Türkiye, esra.yilmaz@dpu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5941-553X

Öz

Bu araştırmanın temel amacı Chen & Hsu (2021) tarafından geliştirilen keşfedici merak ölçeğinin Türkçeye uyarlanmasıdır. Bu amaç doğrultusunda motosikletli turistler üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında 195 motosikletli turiste kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin geçerlik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda keşfedici merak ölçeğinin model uyum değerlerinin iyi uyum gösterdiği belirlenmiştir. 4 boyut ve 18 maddelik ilk tasarlanan haliyle Türkçeye uyarlanan ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olarak kullanılabilmesi ifade edilebilir. Literatürde farklı keşfedici merak ölçeklerinin var olduğu bilinmektedir. Ancak Chen & Hsu (2021) tarafından geliştirilen ölçeğin özellikle turistlerin keşfedici merak düzeylerini ortaya koymak amacıyla oluşturulduğu ve bu bağlamda turizm literatüründe gelecekte yapılacak çalışmalara bir temel oluşturabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Merak, Keşfedici Merak Ölçeği, Motosikletli Turistler, Ölçek Uyarlama

Adaptation of Exploratory Curiosity Scale into Turkish: A Study on Motorcycle Tourists

Abstract

The main aim of the study is to adapt Exploratory Curiosity Scale developed by Chen & Hsu (2021) into Turkish. Accordingly, a study was conducted on motorcycle tourists. In the study, 195 motorcycle tourists were reached via convenience sampling method. Validity and reliability analyses of the data obtained in the study were carried out. The confirmatory factor analysis revealed that the model fit values of the exploratory curiosity scale were a good fit. It can be stated that the scale, which was adapted into Turkish with 4 dimensions and 18 items, can be used as a valid and reliable measurement tool. There are different exploratory curiosity scales in the literature. However, it is believed that the scale developed by Chen & Hsu (2021) was created specifically to reveal tourists' exploratory curiosity levels, therefore, it can act as a basis for future tourism studies in the literature.

Keywords: Curiosity, Exploratory Curiosity Scale, Motorcycle Tourists, Scale Adaptation

önerilen atıf/cite this article as

Katırcıoğlu, E. (2023). Keşfedici Merak Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Motosikletli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 509-529.

**Sorumlu yazar e-posta/ Corresponding author e-mail: esra.yilmaz@dpu.edu.tr

Araştırma Makalesi

Cilt 7, Sayı 2, 2023
ss. 509-529

Gönderim : 28.03.2023
1. Düzeltme: 25.05.2023
Kabul Tarihi: 12.06.2023

Research Article

Vol 7, No 2, 2023
pp. 509-529

Received : 28.03.2023
Revision1: 25.05.2023
Accepted: 12.06.2023

GİRİŞ

Bilinmeyi keşfetme veya bilgi edinme arzusunu harekete geçiren merak, karmaşık bir duygu veya biliş olarak tanımlanmaktadır (Kang vd., 2009). Çağlar boyunca devam eden bilimsel ve teknolojik gelişmeler merak dürtüsünün bireyi harekete geçirmesi ile gerçekleşmiştir. Genel itibarıyla merakın insan davranışları üzerinde inkâr edilemez bir etkisi mevcuttur. Merak, yaşam döngüsünün tüm aşamalarında insan davranışını hem olumlu hem de olumsuz yönde etkileyen kritik bir güdü olarak kabul edilmektedir (Loewenstein, 1994). Bu bağlamda Antik Çağ'dan itibaren merakın ne olduğu, kavramın ve içeriğinin ne şekilde tanımlanması ve çözümlenmesi gerektiğine dair çok çeşitli akıl yürütmelerin olduğu görülmektedir (Katırcıoğlu, 2022). Ancak, merakın türleri ve merak türlerinin insan davranışlarına ne ölçüde yön verdiğini belirlemek üzere yapılan psikolojik temelli çalışmalar 1960'lı yıllar itibarıyla ivme kazanmıştır. Bunu takip eden süreç ise, merakın ölçülmesi ve boyutlarının belirlenmesi girişimleriyle karakterize edilmiştir (Loewenstein, 1994).

Berlyne (1965), merak uyandıran farklı uyaran türlerini ve bunu takip eden keşif davranışlarını araştırmış olsa da merakın yoğunluğunu içsel bir durum olarak ölçmenin önemini ya da merakı bir kişilik özelliği olarak deneyimleme ve ifade etme konusundaki farklı eğilimleri kabul etmemiştir (Litman, Collins, & Spielberger, 2005). Ancak alanyazında merakın nasıl ölçülmesi gerektiği önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir ve yapılan çalışmalar merak türlerinin farklı ölçme araçları ile ölçülmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Literatürde merak türlerinden bilgiye yönelik merak olarak da isimlendirilen epistemik merak (Litman & Spielberger, 2003), kişilerarası merak (Litman & Pezzo, 2007), içsel merak (Litman, Robinson, & Demetre, 2017), algısal merak (Collins, Litman & Spielberger, 2004) ve keşfedici merak (Kashdan, Rose, & Fincham, 2004) ile ilgili ölçek geliştirme çalışmaları mevcuttur. Ölçek geliştirme ile ilgili yapılan çalışmalarda merakın gömülü boyutlara sahip çok yönlü bir yapı olduğu ve bu bağlamda ortak bir sonuca varıldığı ifade edilebilir (Ainley, 1987, Litman & Spielberger, 2003; Silvia & Christensen, 2020). Ancak bu ölçme araçlarından büyük bir çoğunluğu psikolojik temelli araştırmalarda veya eğitim çalışmalarında kullanılmaktadır.

Genel itibarıyla merak olgusuna dair klinik ve teorik araştırmalar yürüten psikoloji alanı hem ölçek geliştirme hem de bu ölçeklerin uygulanması noktasında ön plana çıkmaktadır. Özellikle çağdaş araştırmacıların genel eğilimi merakın kişilik özellikleri kapsamında değerlendirilmesine yönelik çok boyutlu envanterler ile hareketi kolaylaştırmaktadır (Ashton & Lee, 2009; Silvia & Christensen, 2020) Ancak, merakın kişilik özellikleri ölçekleri ile ölçülmesinin doğru olmadığı düşüncesi ile hareket eden araştırmacıların merakın farklı yönleri ve çok boyutlu yapısına dikkat çekmektedirler (Litman & Spielberger, 2003; Kashdan vd., 2018). Meraka dair psikoloji kadar yoğun şekilde araştırmalar yürütülen diğer bir araştırma alanı ise eğitim bilimleridir. Merak ve öğrenme arasındaki ilişkinin keşfedilmesi, merakın eğitim açısından önemli bir araştırma konusu haline gelmesini sağlamıştır. Merakın dürtüsel ve duyuşsal bir değişken olduğu ve bu bağlamda bireyi yeni bilgi öğrenimi konusunda yönlendirici

bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir (Hidi, Renninger & Krapp, 2004). Literatürde bahsi geçen bilim dallarının yanı sıra spesifik grupların merak düzeylerini keşfetmek amacı güden ölçek geliştirme çabalarının da mevcut olduğu görülmektedir. Park (2007) taraftarların merak düzeylerini belirlemek amacıyla yaptığı çalışma kapsamında keşfedici davranışlara odaklanmış ve keşfedici merak ölçeği geliştirmiştir. Park, Mahony, & Greenwell (2010) benzer bir çalışmada spor müsabakası taraftarlarının tüketici davranışları açısından diğer segmentlere göre farklılık gösterdiğini, taraftarların hem tüketici hem de üretici konumunda olduklarını, aynı zamanda spor karşılaşmalarında ortamın diğer ortamlardan farklı olduğunu öne sürerek, taraftarların merak düzeylerini keşfetmek amacıyla keşfedici merak ölçeği ile ilgili araştırmaları sürdürmüşlerdir. Chen & Hsu (2021) ise turist davranışlarının ve turistik ortamların kendine öz farklılıklarının olduğu ve benzer şekilde bu tüketici konumunda olduklarında farklı karar alma davranışları sergiledikleri düşüncesinden yola çıkarak turistlerin merak düzeylerini belirlemek amacıyla keşfedici merak ölçeği geliştirmişlerdir.

Turizm literatürü incelendiğinde ise, merakın turizm hareketine yön veren motivasyonlar arasında yer aldığı (Mehmetoglu, 2004; Harman, 2014; Yan vd., 2016; Gök, Aylan & Şalvarcı, 2021; Totsune, Matsudaira & Taki, 2021) fakat spesifik merak türlerinin turizm ile bağdaştırıldığı sınırlı sayıda çalışmanın olduğu görülmektedir. Bu tür çalışmalar aracılığıyla merak olgusunun son yıllarda önemli bir araştırma konusu haline geldiği ve özellikle işletmecilik temelinde ele alındığı gözlemlenmiştir. Yaptıkları çalışmada Celik, Storme, Davila & Myszkowski (2016) işe yönelik merakın çalışanların yenilikçilikleri üzerindeki etkisini keşfetmeye çalışmışlardır. Çalışma kapsamında kullanılan ölçek ise Litman & Spielberger (2003) tarafından geliştirilen epistemik merak ölçeğinin uyarlanmış versiyonudur. Başka bir çalışmada Pelit & Katircioğlu (2023) otel işletmelerindeki işgörenlerin epistemik merak düzeylerinin yenilikçi iş davranışları üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada benzer şekilde epistemik merak ölçeğinin Türkçeye uyarlanmış hali kullanılmıştır. Aynı zamanda literatürde işyeri meraklılığını belirlemeye yönelik ölçek geliştirme çalışmaları da mevcuttur. Bu doğrultuda, Kashdan ve diğerleri (2020) bir ölçek geliştirmişlerdir. Hamilton (2019) ise işyerinde merakı engelleyen faktörlerin belirlenmesi üzerine yaptığı çalışma kapsamında merak kod endeksi adı altında bir ölçek geliştirmiştir. İşyeri meraklılığı ile ilgili ölçeklerin haricinde turizm özelinde Chen & Hsu (2021) tarafından oluşturulan ölçeğin belirli turist gruplarının seyahat etme davranışlarını harekete geçiren merakı keşfetmek amacıyla geliştirildiği göz önünde bulundurulursa, turist davranışları hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaya yardımcı olacağı ifade edilebilir. Sonuç olarak, bu tür merak ölçekleri ile spesifik gruplar özelinde bilgi edinimi kolaylaşmaktadır. Bu doğrultuda turizm özelinde geliştirilen ve turistlerin seyahat etme davranışlarını harekete geçiren merak türü olarak keşfedici merak ölçeğinin (Chen & Hsu, 2021) Türkçeye uyarlanması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda gelecekte yapılacak çalışmalara bir temel oluşturmak amaçlanmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Merak ve Keşif

Belirsizliği gidermek ve dünyayı anlamlandırmak için bireylerin keşif niyetini ve davranışını harekete geçiren motivasyonel bir durum olarak tanımlanan merak (Berlyne, 1978), psikolojide güçlü bir dürtü olarak kabul edilmiştir. Berlyne (1966) bireyin bilgi veya uyarımı keşfetme isteğinin kişinin iç motivasyonu aracılığıyla gerçekleştiğini gözlemlemiştir. Bir diğer ifadeyle, kişi kendisi için bilgi arayışı içerisinde. Bu arayış, tarih boyunca insanın bilinmezliği keşfetmesine ve bilim ve teknolojide sürekli olarak ilerleyişine temel oluşturmuştur. Durumsal bağlamlar ve hatta zamanın ötesine kadar uzanan merakın etki alanı oldukça geniştir. Bu bağlamda kültürel sınırların ortadan kalktığı da ifade edilebilmektedir. Konu ile ilgili yapılan ilk çalışmalar merakın insan davranışındaki önemini farkında olarak açıklık veya susuzluğa benzer bir şekilde işleyen temel, homeostatik bir dürtü olarak ele almışlardır (Loewenstein, 1994). Bu dürtü, aynı zamanda yenilikçiliğin temelinde yatan temel unsur olarak görülmektedir (Aymar, 2006). Loewenstein'a (1994) göre insanın keşif davranışı için itici bir güç görevi gören merakın yeni, beklenmedik ve karmaşık uyarılar karşısında harekete geçtiği gözlemlenmiştir. Berlyne (1960), merakı özellikle orta düzeyde yenilik içeren uyarılar karşısında harekete geçtiğini ifade etmektedir. Bu tercihin temel sebebi ise bireye kısmen tanıdık gelen bir uyarının öğrenmeye dönük fırsatlar oluşturmasıdır (Van Lieshout, de Lange & Cools, 2020). Bu doğrultuda öncel çalışmalar meraklı bireylerin meraklarını gidermek için bilişsel, algısal veya duyusal ortamlarda yeni bilgileri keşfetmeye daha fazla motive olduklarını ortaya koymuştur (Park, 2007; Kashdan vd., 2004). Ancak tüm bunlarla birlikte yenilik, keşif davranışını harekete geçirmek için yeterli değildir. Keşfetme davranışını ortaya çıkarmak için, bir uyarıcı, yeni olmanın yanı sıra, ilginç ve çekici olmalıdır (Henderson & Moore, 1980).

Bireyi harekete geçiren dürtü olarak tanımlanan merakın keşfedici davranışlara temel oluşturduğu bilinmektedir. Öyle ki, psikolojik temelli araştırmalar aracılığıyla merakın genellikle keşif, tepki ve heyecan arayışı gibi davranışlara yol açtığını ve bilişselliğin motivasyonel bir güç olduğunu ortaya konmuştur. Keller & Voss (1983) merakın keşif davranışı için motivasyonel bir ön koşul olduğunu belirtmiştir. Reio, Petrosko, Wiswell & Thongsukmag (2006) ise, merakın psikoloji dışında da önemli bir motivasyonel dürtü olarak ele alınması gerektiğini; eğitim, sosyoloji ve hatta fiziksel aktivite gibi pek çok alanda yaşamları boyunca bireylerin keşfedici davranışlarını kolaylaştıran anlamlı faktörlerden birinin merak olduğunu ileri sürmüşlerdir. Aynı zamanda, merak özelliğinin sezgisel olarak keşif davranışlarıyla ilişkili olabilme ihtimali mevcuttur. Berlyne & Dittkowsky (1976) bireylerin fiziksel ihtiyaçları dışında da sıklıkla heyecan ve tatmin arayışı içerisinde olduklarını ve bu davranışın bireyleri heyecanlandırdığı ve yeni deneyimler edinme noktasında onları teşvik ettiğini ifade etmekte ve bu davranışı keşfedici davranış olarak tanımlamaktadırlar. Merak ve keşif davranışı arasındaki ilişkinin belirgin olması aynı zamanda merak türleri arasındaki farklılığın da ortaya çıkmasıyla birlikte merakın doğası gereği keşfedici olduğu fikrine

dayanarak merak üzerine daha fazla çalışma yapılması gerektiği düşünülmektedir (Park, Mahony & Greenwell, 2010).

Motosiklet ile Seyahat Eden Turistler

Macera turizmi veya eko-turizm kapsamında değerlendirilen turizm türlerinden (Ramoá, Pires & Añaña, 2021) motosiklet turizmi yeni bir olgu değildir. Motosikletin icat edilmesini takip eden süreçte başlayan motosiklet turizmin ilk örneği Carl Sterns Clancy'nin 1913 yılında motosiklet ile ilk dünya turunu tamamladığı zamanı işaret etmektedir (Frazier, 2005). Ancak motosiklet turizminin yaygınlaşması II. Dünya Savaşı sonrasında gerçekleşmiştir. Motosiklet turizmi faaliyetleri günümüzde dünyanın birçok yerinde kulüp bilinciyle yaygın bir biçimde sürdürmektedir.

Motosiklet turizmi diğer turizm türlerinde belirgin bir biçimde farklılaşması neticesinde literatürde farklı bir turizm çeşidi olarak ele alınmaktadır. Freyer (2015) motosiklet turizmini tanımlarken özellikle motosiklet aracılığıyla hareketi merkeze alan özel bir turizm türü olduğu üzerinde durmakta ve bu turizm hareketliliğinin trafiğin az olduğu, rüzgârlı, manzaralı ve genellikle az bilinen rotalarda gerçekleştirildiğini ifade etmektedir. Bir başka tanımda Biedroń (2011) ulaşım aracı olarak motosiklet kullanan turistlerin seyahat ve konaklamaları ile ilgili olay ve olgular bütünü şeklinde bir tanım yaparak, benzer şekilde seyahat aracının ön planda olduğu bir turizm türü olduğunun altını çizmektedir (Akt: Dorocki, 2021). Bu bağlamda motosiklet turizmi uygun donanım ve nitelik gerektiren bir turizm çeşidi olarak sınıflandırılmaktadır. Aynı zamanda bu tanımlardan yola çıkılarak motosiklet turizminin genel itibariyle sürüş turizmi (drive tourism) segmentinde yer aldığı ancak belirgin özellikler ile sürüş turizminden farklılaştığı da söylenebilir (Sykes & Kelly, 2016). Motosikletli turistler ile araba kullanarak seyahat eden sürüş turizmi tutkunları arasındaki önemli farklardan ilki, varış noktasına atfedilen değerdir. Sürüş turizminde, destinasyon seyahat deneyiminin en önemli parçasıdır. Ancak motosikletli turistler için sürüş bir spor olarak görülmekte ve bu seyahatin temel motivasyonu olarak algılanmaktadır (Frash Jr, Blose, Smith & Scherhag, 2018). Aynı zamanda motosiklet turizmi daha fazla yetenek gerektiren ve sürüş turizmi ile mukayese edildiğinde daha tehlikeli bir turizm türü olarak görülmektedir. Walker'a (2011) göre turistlerin risk barındıran bu turizm türüne katılmalarındaki en önemli unsur, macera ve heyecan arayışıdır. Tesson (2015), bu turistler için motosikletin muhteşem bir seyahat aracı olarak görüldüğünü, hız ve heyecan barındırdığı kadar seyahat ve toplantı özgürlüğü içerdiğini de ifade etmektedir (Akt. Scol, 2016). Dolayısıyla motosiklet turistler açısından günümüzde turizmin temelinde yer alan ve seyahat kavramında fark yaratan hızlı bir biçimde varış noktasına ulaşma, turizm hareketine yön veren unsur olarak görülmemekte; aksine yapılacak seyahat motosikletli turistler tarafından hala sıklıkla talep edilen güçlü deneyimleri, keşifleri ve yeni başlangıç arayışlarını güçlendirmektedir (Scol, 2016). Özetle, sosyal ve gruplar halinde seyahat eden motosikletli turistler için seyahatin gerçekleştirme amacını oluşturan destinasyon kadar seyahatin kendisinin de önemli olduğu düşünülmektedir (Sykes & Kelly, 2014; 2016).

Yapılan çalışmalarda motosikletli turistlerin seyahatlerine yön veren farklı karar alma davranışlarına sahip olduklarını ortaya koymaktadır (Walker, 2011; Sykes & Kelly, 2012; Sykes & Kelly, 2016). Sykes & Kelly (2016) motosikletli turistlerin karar alma davranışlarına etki eden faktörleri belirlemek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışma kapsamında özellikle kırsal turizmin hareketlenmesi amacıyla motosikletli turistlerin bu bölgelerdeki cazibe unsurlarının yanı sıra destinasyonun sahip olduğu yol ve konaklama olanaklarının da dâhil olduğu alt yapı olanaklarına dikkat ederek gidilecek bölgelere karar verdiklerini belirlemiştir. Bu olanaklar dâhilinde özellikle işletmeler ve yerel halkın tavır ve davranışlarınca motosiklet dostu bir bölge olarak değerlendirilmesi ve motosiklet parkları, tamir atölyeleri, benzin istasyonlarının gibi yerlere dair bilgilerin rota üzerinde açık bir biçimde gösterilmesi gibi hususların ön plana çıktığı ifade edilmektedir. Başka bir çalışmada Ramoa, Pires & Añaña (2021) eko turizm veya macera turizmi bağlamında motosikletli turistlerin karar verme süreçlerini etkileyen çok çeşitli kişisel ve motivasyonel faktörlerin olduğunu; bunlar arasında özellikle motosikletle seyahat etme özgürlüğünün öne çıktığını dile getirmişlerdir. Hattingh (2021) ise, motosikletli turistlerin karar verme davranışlarına etki eden faktörlerin macera arayışı ve risk algısı olduğunu ifade etmektedir. Hali hazırda motosikletli turistler için risk arayışından ziyade seyahat deneyimi sırasında sürekli risk değerlendirmesi yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Belirli ölçekte bu tür davranışlar, sırt çantalı gezginlerin seyahat motivasyonları ile benzerlik göstermektedir. Hatta yaptıkları çalışmada Tripathi & Shaaheer (2022), motosikletli sırt çantalı gezginliğin yeni ve gelişmekte olan bir niş markete dönüştüğünün ve bu grubun çağdaş sırt çantalı gezginliğin alt bir kültürünü oluşturduğunu ifade etmektedirler. Bu bağlamda sırt çantalı gezginlerin keşfedici merak düzeylerini belirlemek amacıyla geliştirilen Keşfedici Merak Ölçeği'nin Türkçeye uyarlanması sürecinde bu ölçeğin motosikletli turistlerin keşfedici merak düzeylerini belirleme ve bu doğrultuda yapılacak çalışmalara da zemin hazırlaması hedeflenmiştir.

YÖNTEM

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemleri temel alınmıştır. Ölçek uyarlama çalışmaları farklı bir kültür için hazırlanmış ölçeğin hedef dilden farklı dillere çevrilerek farklı kültürlerle adapte edilmesini sağlayan psikometrik çalışmaların yürütülmesi sürecidir (Deniz, 2007). Ölçeğin Türkçeye uyarlanması sırasında ölçeğin çeviri süreci, pilot uygulama, ana uygulama ve elde edilen veriler aracılığıyla gerçekleştirilen ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik analizlerine bu bölüm kapsamında detaylı bir biçimde yer verilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler incelenmiş ve kasıtlı bir biçimde yanlış kodlama (tüm maddelerin aynı şekilde kodlanması) yapıldığı tespit edilen 5 anket çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır. Elde edilen verilerin güvenilirliklerinin tespiti Cronbach Alfa katsayısı ile belirlenmiş; normallik testi yapılmış ve sonrasında doğrulayıcı faktör analizi ile ölçeğin yapı geçerliliği belirlenmiştir. Ölçek uyarlama çalışmalarında ölçek geliştirme çalışmalarından farklı olarak ölçeğin faktör yapısı belirgindir. Araştırmacılar yeterli teorik kanıtı sahip olan ölçekler için uyarlama çalışmalarında doğrudan doğrulayıcı faktör analizi yapılabileceğini ifade etmektedirler (Hurley vd., 1997). Dolayısıyla ölçeğin aslına sadık kalma amacıyla

orijinal formdaki yapısı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılması uygun görülmüştür. Literatürde benzer şekilde ölçek uyarlama çalışmalarının mevcut olduğu gözlemlenmiştir (Kardaş & Yalçın, 2018; Özer & Yalçın, 2020; Kaçmaz, Cumurcu & Çelik, 2023). Doğrulayıcı faktör analizi ileri düzey bir araştırma tekniği olup yapısal eşitlik modellemesinin bir türüdür. Gözlenen ölçümler ile örtük değişkenler arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla yapılan bu analiz türünde verilerin temelinde yer alan yapının incelenmesi amaçlanmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi gibi bir ölçüm modeli aracılığıyla ölçülen değişken sayısından daha az sayıdaki faktörler kullanılarak bir dizi gösterge arasındaki ortak değişkenliğin daha az karmaşık bir biçimde anlaşılmasına imkân sağlamaktadır (Brown & Moore, 2012; Erkorkmaz, Etikan, Demir, Özdamar & Sanisoğlu, 2013).

Keşfedici Merak Ölçeği

Orijinal ölçek dört boyut ve 18 maddeden oluşmaktadır. *Heyecan* boyutunda 5 madde, *yeni destinasyonlar* boyutunda 5 madde, *sosyal iletişim* boyutunda 4 madde ve *yeni turistik etkinlikler* boyutunda ise 4 madde yer almaktadır. Ölçekte yer alan tüm maddeler 7'li Likert tipinde 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 7= Kesinlikle katılıyorum şeklindedir. Chen & Hsu (2021) tarafından yapılan güvenilirlik testi neticesinde Cronbach's alfa değerleri; ölçeğin geneli için 0.87, heyecan boyutu için 0.96, yeni destinasyonlar için 0.94, sosyal iletişim için 0.94 ve yeni turistik etkinlikler boyutu için ise 0.92 olarak belirlenmiştir. Araştırmacıların gerçekleştirdikleri doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum iyiliği değerleri ise GFI: ,946, CFI: ,996, ve SRMR: ,033 olarak tespit edilmiştir.

Ölçeğin Çeviri Süreci ve Pilot Uygulama

Chen & Hsu (2021) tarafından geliştirilen keşfedici merak ölçeğinin uyarlanması sürecinde ilk olarak orijinal ölçeğin Türkçeye tercüme edilmesi ile ilgili çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte öncelikle, ölçek maddeleri hedef dilden Türkçeye çevrilmiş ve daha sonra aynı maddeler orijinal dile tekrar çevrilmiştir. Takip eden süreçte, alan uzmanı tarafından ölçek maddelerinin dil geçerliliğinin kontrol edilmesi istenmiştir. Dil geçerliliğinin kontrolü amacıyla uzmanlardan iki dil arasında biçim kontrolü yapılması istenmiştir. Ölçeğin son şeklini vermek için turizm alanında uzman bir kişiden ölçeğin anlaşılır ve uygulanabilir olduğunu yönünde görüş alınmıştır. Ölçeğin çeviri süreci gerçekleştirilirken Brislin, Lonner & Thorndike (1973) tarafından önerilen üstte ayrıntılı bir biçimde yer verilen aşamalar takip edilmiştir. Uzman görüşleri alınarak son şekli verilen ölçeğin ana uygulama öncesi güvenilirliği ve anlaşılabilirliğini test etmek amacıyla 30 motosikletli turist katılımıyla bir pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin incelenmesi sonucu ölçeğin Cronbach Alfa değeri 0,91 olarak belirlenmiştir.

Veri Toplama Süreci

Chen & Hsu (2021) tarafından geliştirilen ölçeğin Türkçeye uyarlanması sürecinde veri toplama aracı olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Veri toplama süreci öncesinde hazırlanan anket, etik açıdan herhangi bir sakınca olup olmadığına dair

görüş almak amacıyla T.C. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Rektörlüğü Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'na sunulmuştur. Etik açıdan uygulanabilir olduğu yönünde 2022/07 sayılı kurul onayı ile izin alınmıştır. Hazırlanan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik karakteristikleri ve kişisel özelliklerini keşfetmeye yönelik sorular yöneltilmiştir. İkinci bölümde ise, Türkçeye çevrilmiş ve 30 kişilik bir örneklem ile pilot uygulama sonucunda geçerli ve anlaşılır olduğu kanaatine varılan 4 boyut ve 18 maddeden oluşan Keşfedici Merak Ölçeği'ne yer verilmiştir. Ölçeğin orijinal formunda 7'li Likert tipi bir derecelendirme kullanılmıştır. Bu çalışmada ise 5li Likert tipi derecelendirme (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Tamamıyla Katılıyorum) tercih edilmiştir. Bunun nedenleri arasında öncelikle katılımcıların seçeneklerden kendilerine uygun olanı seçme aşamasında zorluk yaşama gibi olasılıkları ortadan kaldırmaktır. Nadler, Weston & Voyles (2015) 5 seçenekten daha fazlası olan 7'li veya 9'lu Likert tipi ölçeklerde katılımcıların seçenekler arasında farklılıkları belirleyebilmeleri ve kendilerine uygun olanı tercih etmeleri hususunda birtakım zorlukların olduğunu vurgulamışlardır. Açık ve anlaşılabilir seçenekler sunma amacının yanı sıra ulusal literatürde en sık kullanılan ölçek türü olması (Dursun & Alnıaçık, 2019) 5li Likert tipi ölçek türünün tercih edilmesinin sebepleri arasındadır.

Çalışmanın evrenini Türkiye'deki motosikletli turistler oluşturmaktadır. Motosikletle seyahati bir yaşam stili haline getirmiş; sürüş ve deneyim sahibi olan bireylere ulaşılmaya çalışılmıştır. Zaman ve maliyet unsurları göz önünde bulundurularak çalışma kapsamında kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Motosikletli turistlerin ulaşılabilirliklerinin zor olması kolayda örnekleme yönteminin tercih nedenlerinden bir diğeridir. Araştırmanın veri toplama süreci Temmuz-Aralık, 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanması için Google formlar aracılığıyla oluşturulan anket formu araştırmacı ve çevresi aracılığıyla dernek, kulüp ve birliklerle paylaşılmıştır. Bu kapsamda araştırmada 200 adet veri toplanmış; bu verilerden kasıtlı bir biçimde yanlış doldurulduğu tespit edilen 5 anketin araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın örneklemini kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılan 195 motosikletli turist oluşturmaktadır. Literatürde doğrulayıcı faktör analizi için örneklem büyüklüğünün belirlenmesi ile ilgili farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bazı kaynaklar her faktörde en az 3 madde ve minimum veri sayısının toplamda en az 100 olması gerektiğini belirtmektedirler (Ding vd., 1995). Bazı kaynaklarda ise madde sayısının 5 katı büyüklüğünde bir örneklemin bu tür analizler için yeterli olacağı ifade edilmektedir (Child, 2006; Tabachnick ve Fidell, 2012). Ayrıca kabul gören yaklaşımlardan bir tanesi de ölçekte yer alan madde sayısının en az on katı kadar verinin bu analiz türü için yeterli olduğu düşüncesidir (Everitt, 1975; Tavşancıl, 2002). Bu kapsamda çalışmada Türkçeye uyarlanan ölçeğin 18 maddeden oluştuğu ve toplanan veri sayısının doğrulayıcı faktör analizi için uygun büyüklükte olduğu görülmüştür.

Verilerin Analizi

Araştırmada toplanan veriler öncelikle IBM SPSS 20.0 programına aktarılmıştır. Program aracılığıyla öncelikle verilerin güvenilirlikleri kontrol edilmiştir. 18 maddelik ölçeğin ifadeler arası korelasyon katsayısı 0,456-0,788 arasında değişmektedir ve genel olarak Cronbach Alfa değeri 0,93 olarak hesaplanmıştır. Boyutlar bazında değerlendirildiğinde, bu değerler heyecan boyutu için 0,80; yeni destinasyonlar: 0,85; sosyal iletişim: 0,78 ve yeni turizm etkinlikleri için: 0,88 olarak belirlenmiştir. Ayrıca verilerin normal dağılım gösterip göstermediklerini test etmek amacıyla çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Çarpıklık ve basıklık referans değerleri için literatürde farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Çarpıklık ve basıklık değerleri için +2 ile -2 arasında bir değer kabul edilebilir bir değer olduğu (George & Mallery, 2010), bazı kaynaklarda ise bu değerlerin +3 ile -3 aralığında olabileceğine dair görüşler mevcuttur (Kalaycı, 2009; Güğercin & Ay, 2016). Ancak bu çalışma kapsamında elde edilen verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde, çarpıklık için veri aralığının -1,745 ile -0,528 arasında değiştiği; basıklık için ise -0,06 ile +2,508 aralığında olduğu, yalnızca YD5 değişkeninin +2 referans aralığını geçtiği görülmüştür. Bu doğrultuda verilerin normal dağılım sergilediği düşünülmektedir. Çalışma kapsamında elde edilen verilerin normal dağılım sergiledikleri belirlendikten sonra ölçeğin kültürel uyumu ve ölçeğin örtük yapısının belirlenmesi amacıyla IBM AMOS 24.0 programı aracılığıyla doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Demografik Bulgular

Araştırma kapsamında ulaşılan 195 motosikletli turistten elde edilen veriler doğrultusunda katılımcıların %22,6'sı 34-41, %22,1'i ise 42-49 yaş aralığında olduğu gözlemlenmektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu erkek motosikletli turistlerden (%94,4) oluşmaktadır. Katılımcıların %58,5'i evli; %41,5 ise bekârdır. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde, %41,5'nin lisans mezunu olduğu belirlenmiştir. Lise ve ön lisans mezunu katılımcıların oranı ise sırasıyla %22,6 ve %22,1 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların %39'unun 2-5 yıllık, %24,6'sının ise 10 yıl ve daha uzun süredir motosiklet kulübü üyesi bulunmaktadır. Aylık gelirleri incelendiğinde %35,9'unun 12.001TL ve daha fazla ücret kazandıkları belirlenmiştir. Katılımcıların demografik karakteristikleri ve kişisel özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Kişisel Özelliklerine İlişkin Bulgular (N=195)

	N	%	
Yaş	18-25	35	17,9
	26-33	42	21,5
	34-41	44	22,6
	42-49	43	22,1
	50 yaş ve üzeri	31	15,9

Cinsiyet	Erkek	184	94,4
	Kadın	11	5,6
Medeni Durum	Bekâr	81	41,5
	Evli	114	58,5
Eğitim Durumu	İlköğretim	12	6,2
	Lise	44	22,6
	Ön lisans	43	22,1
	Lisans	81	41,5
	Lisansüstü	15	7,7
Motosiklet Kulübü Üyeliği	1 ve/veya daha az yıl	40	20,5
	2-5 yıl	76	39,0
	6-9 yıl	31	15,9
	10 yıl ve/veya daha fazla	48	24,6
Aylık Gelir	4.253-6.000TL	29	14,9
	6.001-7.500TL	18	9,2
	7.501TL-9.000TL	25	12,8
	9.001TL-10.500TL	27	13,8
	10.501TL-12.000TL	26	13,3
	12.001TL ve üstü	70	35,9

Tablo 1’de yer alan bilgilerden yola çıkarak motosikletli turistlerin demografik karakteristikleri ve kişisel özellikleri ile ilgili çıkarımda bulunmak mümkündür. Öncelikle, cinsiyet açısından bir değerlendirmede yapılacak olursa, motosiklet turizmi tutkunlarının büyük bir çoğunluğunun erkektir. Literatürde yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir (Kaya & Çoban, 2018; Ertaş, 2019; Abutalibov & Türkay, 2021). Literatürde yer alan çalışma sonuçlarını da göz önünde bulundurarak, Türkiye’de motosiklet turizmi genellikle erkek turistler tarafından tercih edilen bir turizm türü olarak görülebilir. Aynı zamanda bu araştırma kapsamında ulaşılan veriler doğrultusunda, motosikletle seyahat turistlerin büyük bir bölümünün lisans mezunu olduğu; bu noktada motosiklet turizminin genel itibarıyla belirli bir eğitim seviyesindeki bireyleri cezbediği söylenebilir. Benzer bir sonuç Ertaş (2019) tarafından yapılan çalışma kapsamında da elde edilmiştir. Son olarak motosikletle seyahat eden turistlerin aylık kazançlarının yüksek olduğu; bu durumun özellikle belirli bir gelir seviyesine sahip kişilerin bu tür faaliyetlere katılabilme imkânına sahip olduklarını göstermektedir.

Maddelere İlişkin Bulgular

Ölçekte yer alan her bir maddenin ölçeğin geneliyle tutarlı olup olmadığının ve aynı zamanda maddeler arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla toplam korelasyon testi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, ölçekteki maddelerin korelasyon

katsayılarının 0,80'den büyük olmaması ve madde toplam korelasyon katsayısının ise 0,20'den küçük olmaması koşulunun sağlandığı belirlenmiştir. Maddelere ilişkin aritmetik ortalama, standart sapma ve korelasyon katsayıları Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2 incelendiğinde, heyecan boyutunda yer alan H₂ (Seyahatlerim sırasında bilmediğim şeyleri keşfetmek için güçlü bir istek duyarım) maddesinin en yüksek aritmetik ortalamaya (\bar{x} : 4,59) sahip olduğu; en düşük ortalamaya sahip olan maddenin (\bar{x} :3,68) ise H₄ (Bazen sadece heyecan arayışı ile hareket ederim) maddesinin olduğu görülmektedir. Maddelerin toplam korelasyon katsayılarının ise 0,788 ile 0,456 arasında değişiklik gösterdiği belirlenmiştir.

Tablo 2. Ölçek Maddelerine İlişkin Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Katsayıları

Faktör	Madde	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Korelasyon Katsayısı
Heyecan	H1	4,41	0,911	0,553
	H2	4,59	0,743	0,703
	H3	4,41	0,905	0,693
	H4	3,68	1,257	0,456
	H5	4,58	0,751	0,651
Yeni Destinasyonlar	YD1	4,32	0,931	0,604
	YD2	4,39	0,904	0,788
	YD3	4,13	1,135	0,521
	YD4	4,31	1,029	0,673
	YD5	4,45	0,903	0,679
Sosyal İletişim	SC1	4,27	1,021	0,703
	SC2	4,38	0,931	0,626
	SC3	4,10	1,072	0,587
	SC4	4,26	1,088	0,496
Turizm Etkinlikleri	YTE1	4,35	0,903	0,712
	YTE2	4,15	1,068	0,736
	YTE3	3,92	1,181	0,689
	YTE4	4,16	1,084	0,681

Doğrulamalı Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Araştırma verileri doğrulamalı faktör analizi gerçekleştirmek amacıyla IBM AMOS 24.0 programına aktarılmıştır. Yapılan çalışmalarda model uyum değerlendirilmesi birtakım parametrelere bağlı olarak gerçekleştirilmektedir. Genel olarak en yaygın biçimde kullanılan ki-kare istatistiğinin serbestlik derecesine oranı (X^2/df), "bireysel parametre tahminlerinin istatistiksel anlamlılığı (t değeri)", "kalıntılara dayanan uyum indeksleri" (SRMR, GFI), "bağımsız modele dayanan uyum indeksleri" (NNFI,

CFI) ve “yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA)” parametreleridir (Çokluk vd., 2021). Hu & Bentler (1999) parametrelerle ilgili daha detaylı bir çalışma gerçekleştirmişler ve bu bağlamda çalışma kapsamında dikkate alınacak parametreler ve uyum indeksleri Tablo 3’te gösterilmektedir.

Tablo 3. Uyum İndeksleri

Uyum İndeksleri	Kabul Edilebilir Uyum	Mükemmel Uyum
X ² /sd	2-5	<3
SRMR	≤0,09	<0,05
GFI	≥0,80	>0,95
AGFI	>0,80	>0,80
NFI	≥0,90	>0,95
CFI	≥0,90	>0,95
RMSEA	≤0,08	≤0,05
PCLOSE	>0,05	>0,05

Kaynak: Hu & Bentler (1999).

Çalışmada program aracılığıyla ilk olarak ölçek ilk tasarlandığı haliyle 4 boyut ve 18 madde halinde analiz edilmiştir. Yapılan ilk inceleme sonucunda model uyum indekslerinin uygun düzeyde olmadığı (CMIN/DF= 1,746; GFI=,884; AGFI=,847 CFI=,951 RMSEA=,062, PCLOSE: ,069) tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, faktör yükleri diğerlerine göre düşük olan maddeler tespit edilmiştir. Ancak herhangi bir maddeyi elemeyen önce önerilen modifikasyon indeksleri (modification indices) incelenmiştir. Modelin daha iyi bir hale gelebilmesi amacıyla araştırmacılar modifikasyon indekslerinden faydalanabilmektedir. Modifikasyon indeksleri model diagramı çizilirken modele dâhil edilmemiş olası yollar için bir düzeltme önerisi getirmektedir (Huck, 2012: 523). Modifikasyon indeksleri aracılığıyla sınırlandırılmış parametrelerin tahmini ile χ^2 (CMIN) istatistiğinin ne ölçüde azalacağı belirlenmektedir. Önerilen modifikasyon indekslerinden ilk olarak e2-e3 ve ikinci aşamada e7-e8 hata terimlerinin birleştirilmesi sonrasında analiz tekrarlanmış ve uyum indekslerinin kabul edilebilir sınır içerisine çekildiği belirlenmiştir. Aynı zamanda maddelerin faktör yükleri de incelenmiştir. Hair vd., (2010) göre ölçüm modelinde yer alan bütün maddelerin faktör yüklerinin 0,40’tan büyük olması gerekmektedir. Yapılan inceleme sonucunda tüm maddelerin bu kuralı karşıladığı belirlenmiştir. Keşfedici Merak Ölçeği’ne ait doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Keşfedici Merak Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör	Madde	Faktör Yüğü	X ² /Sd	GFI	AGFI	CFI	RMSEA	PCLOSE
Heyecan	H1	0,704	1,609	0,900	0,865	0,960	0,560	0,234
	H2	0,479						

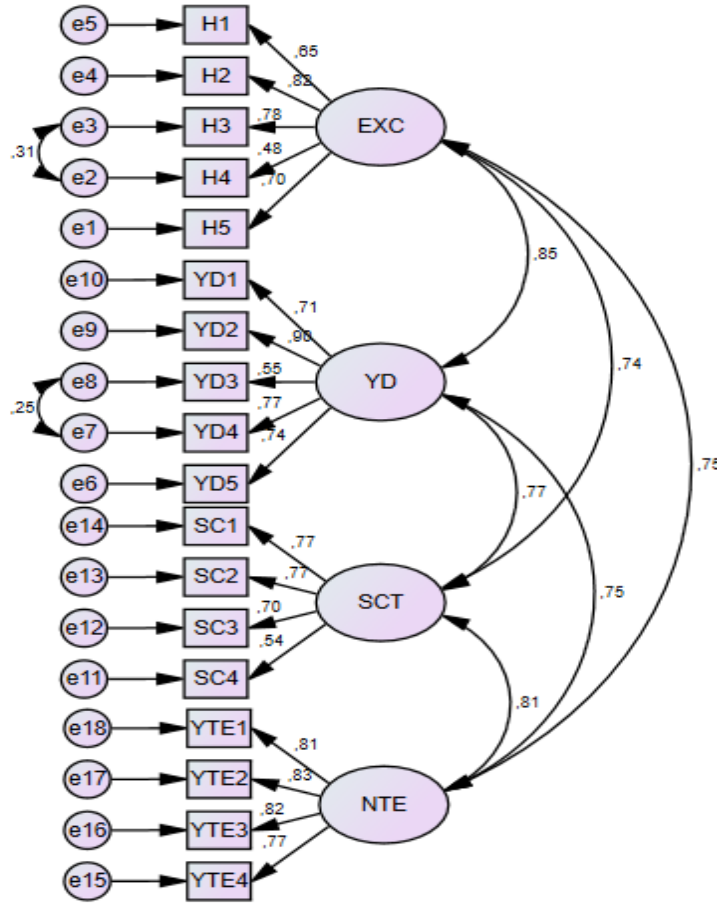
	H3	0,776
	H4	0,821
	H5	0,650
Yeni Destinasyonlar	YD1	0,738
	YD2	0,772
	YD3	0,546
	YD4	0,898
	YD5	0,713
Sosyal İletişim	SC1	0,540
	SC2	0,704
	SC3	0,775
	SC4	0,771
Yeni Turistik Etkinlikler	YTE1	0,774
	YTE2	0,816
	YTE3	0,834
	YTE4	0,807

Çalışmada uyum iyiliği değerlerinin yanı sıra ayrışma geçerliliğinin sağlanıp sağlanmadığını belirlemek amacıyla Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT) analizi gerçekleştirilmiştir. Ab Hamid, Sami & Sidek, (2017) ayrışma geçerliliği ile ilgili yaptıkları çalışmada HTMT ile Fornell & Larcker yöntemlerini karşılaştırmış ve HTMT kriterlerinin ayırt edici geçerlilik sorunlarını saptamada yüksek duyarlılık ve özgünlüğe sahip olduğunu belirlemiştir. Literatürde HTMT analizi için katı ayrışma geçerliliği alt değeri 0,850 olarak belirlenmiştir (Henseler, Ringle & Sarstedt, 2015; Voorhees, Brady, Calantone & Ramirez, 2016; Gaskin & James, 2019). Bu doğrultuda ölçeğin ayrışma geçerliliğinin sağlandığı tespit edilmiştir. Ölçeğe ait HTMT analizi sonucu Tablo 5’te yer almaktadır.

Tablo 5. Keşfedici Merak Ölçeği’nin Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT) Analizi

	EXC	YD	SC	NTE
EXC	-			
YD	0,845	-		
SC	0,741	0,799	-	
NTE	0,771	0,749	0,823	-

* HTMT kriteri: 0,850, EXC: Heyecan, YD: Yeni Destinasyonlar, SC: Sosyal İletişim, NTE: Yeni Turizm Etkinlikleri



Şekil 1. Keşfedici Merak Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Modeli

Bu sonuçlara göre ölçeğin son halinin uyum değerlerinin yeterli düzeyde olduğu görülmektedir. Şekil 1’de yer alan modele göre ölçeğin dört boyutlu yapısı doğrulanmış ve madde faktör yükleri incelendiğinde 0,48 ile 0,83 arasında değiştiği gözlemlenmektedir.

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Merak ve keşif her iki olgu da dürtü, güdü veya uyarın değişikliği ihtiyacı gibi çeşitli motivasyonel yapılarla ilişkilendirilmiştir (Keller & Voss, 1983). Merak, çok çeşitli alanlarda insanların keşif davranışlarını kolaylaştıran önemli içsel bir motivasyon olarak kabul edilmiştir (Park, Mahony & Greenwell, 2010). Hatta merakın motivasyonun yakıtı olduğu da ifade edilmektedir. Yapısal açıdan birbirlerinden bağımsız düşünülmemeyen merak ve keşif davranışının literatürde bazı araştırmacılar tarafından ayrı bir merak türü olarak ele alındığı ve keşfedici merak olarak adlandırıldığı görülmektedir.

Bu çalışma kapsamında, Chen & Hsu (2021) tarafından sırt çantalı turistlerin keşfedici merak düzeylerini belirlemek amacıyla geliştirilen Keşfedici Merak Ölçeği’nin Türkçe alnyazına kazandırılması amacıyla bir ölçek uyarlama çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda sırt çantalı turistler ile benzer özelliklere sahip olan motosikletli

turistler üzerine bir araştırma yapılmıştır. Aynı zamanda bu sayede ölçeğin farklı bir örneklem grubuna da uygulanabilirliğini tespit etmek amaçlanmıştır. 195 motosikletli turistten elde edilen veriler doğrultusunda, ölçek 4 boyut (heyecan, yeni destinasyonlar, sosyal iletişim ve yeni turistik etkinlikler) ve 18 maddelik hali ile geçerlik ve güvenilirlik analizlerine tabi tutulmuştur. Analiz sonucunda, ölçekte yer alan maddelerin madde toplam korelasyon değerlerinin uygun sınırlar içerisinde olduğu ortaya konmuştur. Aynı zamanda ölçeğin Cronbach Alfa katsayısının (0,93) yüksek olduğu, buna ek olarak madde faktör yüklerinin 0,40'tan büyük olduğu tespit edilmiştir. Gerçekleştirilen doğrultayıcı faktör analizi sonucunda uyum indeksleri incelenmiştir. Aynı zamanda HTMT analizi sonucunda ölçeğin ayrışma geçerliliğinin sağlandığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda Keşfedici Merak Ölçeği'nin uyum iyiliği değerlerinin kabul edilen sınırlar içerisinde bulunduğu (CMIN/DF= 1,609; GFI=,900; AGFI=,865 CFI=,960 RMSEA=,056, PCLOSE: ,234) ve ölçeğin motosikletli turistlerin keşfedici merak düzeylerini ölçmede güvenilir bir ölçme aracı olduğu ortaya konmuştur.

Bu çalışma ile Türkçeye uyarlanan ölçek Ek 1'de sunulmuştur. Uyarlanan Keşfedici Merak Ölçeği'nin gelecekte yapılacak çalışmalar için bir temel oluşturabileceği düşünölmektedir. Bu çalışma kapsamında motosikletli turistler üzerine bir araştırma gerçekteştirilmiştir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda daha büyük bir örneklemle benzer şekilde motosiklet ile seyahat eden turistlerin yanı sıra farklı turist tipolojilerine uyarlanarak turistlerin keşfedici merak düzeylerinin belirlenmesi amacıyla kullanılabilir. Aynı zamanda bu durum tüketici konumunda olan turistlerin davranışları altında yatan faktörlerin belirlenmesi noktasında da fayda sağlayacaktır. Çalışmanın birtakım sınırlılıkları da mevcuttur. Bu çalışmada elde edilen veriler 195 motosikletle seyahat eden turistlerden elde edilen verilerle sınırlıdır. Aynı zamanda bu çalışmada toplanan veriler yalnızca Türk motosikletli turistlerden elde edilmiştir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda farklı ölkelerden katılımcılar da çalışmaya dâhil edilerek kültürler arası bir çalışma gerçekteştirilebilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederim.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Etik Kurul Onayı: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan 15/08/2022 tarih ve 2022/07 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Veri Kullanılabilirlik Beyanı: Araştırma verileri paylaşılmamıştır.

KAYNAKÇA

- Ab Hamid, M. R., Sami, W., & Sidek, M. M. (2017, 09). Discriminant validity assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT criterion. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 890, No. 1, p. 012163). IOP Publishing.
- Abutalibov, N., & Türkay, O. (2021). Motosikletle seyahat eden turistler için kritik motivasyon unsurlarının önem düzeyleri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(46), 1169-1184. <https://doi.org/10.31795/baunsobed.866820>
- Ainley, M. D. (1987). The factor structure of curiosity measures: Breadth and depth of interest curiosity styles. *Australian Journal of Psychology*, 39(1), 53-59. <https://doi.org/10.1080/00049538708259035>
- Ashton, M. C., & Lee, K. (2009). The HEXACO-60: A short measure of the major dimensions of personality. *Journal of Personality Assessment*, 91(4), 340-345. <https://doi.org/10.1080/00223890902935878>
- Aymar, R. (2006). Basic science in a competitive world symmetry. <https://www.symmetrymagazine.org/sites/default/files/legacy/pdfs/200608/commentary.pdf>
- Berlyne D. E. (1960). *Conflict, Arousal, and Curiosity*. McGraw-Hill
- Berlyne, D. E. (1965). *Structure and Direction in Thinking*. McGraw-Hill.
- Berlyne, D. E. (1966). Curiosity and Exploration: Animals spend much of their time seeking stimuli whose significance raises problems for psychology. *Science*, 153(3731), 25-33. <https://doi.org/10.1126/science.153.3731.25>
- Berlyne, D. E. (1978). Curiosity and Learning. *Motivation and Emotion*, 2(2), 97-175. <https://doi.org/10.1007/BF00993037>
- Berlyne, D. E., & Ditkofsky, J. (1976). Effects of novelty and oddity on visual selective attention. *British Journal of Psychology*, 67(2), 175-180. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.1976.tb01508.x>
- Brislin, R. W., Lonner, W. J., & Thorndike, R. M. (1973). *Cross-cultural research methods*. John Wiley & Sons.
- Brown, T. A., & Moore, M. T. (2012). Confirmatory Factor Analysis In Hoyle, R. H. (Ed.), *Handbook of Structural Equation Modelling*, (pp. 361-379). Guilford Press.
- Celik, P., Storme, M., Davila, A., & Myszkowski, N. (2016). Work-related curiosity positively predicts worker innovation. *Journal of Management Development*, 35(9), 1184-1194. <https://doi.org/10.1108/JMD-01-2016-0013>
- Chen, K. Y., & Hsu, Y. L. (2021). Developing a Model of Backpackers' Exploratory Curiosity. *Tourism and Hospitality Management*, 27(1), 1-23. <https://doi.org/10.20867/thm.27.1.1>
- Child, D. (2006). *The essentials of factor analysis* (3rd edition). Continuum.
- Collins, R. P., Litman, J. A., & Spielberger, C. D. (2004). The measurement of perceptual curiosity. *Personality and Individual Differences*, 36, 1127-1141. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(03\)00205-8](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(03)00205-8)

- Deniz, Z. (2007). Psikolojik ölçme aracı uyarılama. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 40(1), 1-16.
- Ding, L., Velicer, W. F., & Harlow, L. L. (1995). Effects of estimation methods, number of indicators per factor, and improper solutions on structural equation modeling fit indices. *Structural Equation Modeling, A Multidisciplinary Journal*, 2(2), 119-143. <https://doi.org/10.1080/10705519509540000>
- Dorocki, S. (2021). Tourism on a motorcycle: an attempt to describe motorcycle tourism in Poland based on the results of an internet survey conducted before the COVID-19 pandemic. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 35(3), 320-332.
- Dursun, İ., & Alınacı, Ü. (2019). Likert ölçeklerinde seçenek etiketleme kararları: Kullanılan etiketler ölçüm sonuçlarını etkiler mi? *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(33), 148-196. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.549447>
- Erkorkmaz, Ü., Etikan, İ., Demir, O., Özdamar, K., & Sanisoğlu, S. Y. (2013). Doğrulayıcı faktör analizi ve uyum indeksleri. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Sciences*, 33(1), 210-223. <https://doi.org/10.5336/medsci.2011-26747>
- Ertaş, M. (2019). Rekreatif gruplara üyelik, üyeliğin devamlılığı ve sosyal kimlik: Motosiklet grupları incelemesi [Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=T1mWGp9MngYYkCSgiJvtV kRPA5fHiN6VvpjEQaHuauVOSlerJ8Lzohz3Q3argVPy>
- Everitt, B. S. (1975). Multivariate analysis: The need for data, and other problems. *The British Journal of Psychiatry*, 126(3), 237-240. <https://doi.org/10.1192/bjp.126.3.237>
- Frash Jr., R. E., Blöse, J. E., Smith, W. W., & Scherhag, K. (2018). A multidisciplinary marketing profile of motorcycle tourists: explorers escaping routine to find flow on scenic routes. *Tourism Recreation Research*, 43(4), 432-444. <https://doi.org/10.1080/02508281.2018.1492767>
- Frazier, G. W. (2005). *Motorcycle touring*. Motorbooks.
- Freyer, W. (2015). *Tourismus – Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie* (11th edition). De Gruyter/Oldenbourg
- Gaskin, J. & James, M. (2019). HTMT Plugin for AMOS. <https://statwiki.gaskination.com/index.php/Plugins>
- George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 update* (10th edition). Pearson.
- Gök, H. S., Aylan F. K., & Şalvarcı, S. (2021). Yalnız seyahat eden turistlerin seyahat motivasyonu ve deneyimi: Z kuşağı örneği. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 16(62), 698-717. <https://doi.org/10.19168/jyasar.826883>
- Güğerçin, U., & Ay, Ü. (2016). Etik konunun örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi: Etik konum kuramı çerçevesinde bir analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 19(32), 34-46.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th edition) Pearson.

- Hamilton, D. (2019). Developing and testing inhibitors of curiosity in the workplace with the Curiosity Code Index (CCI). *Heliyon*, 5(1), e01185. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01185>
- Harman, S. (2014). Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezginlerin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 107-128. <https://doi.org/10.11122/ijmeb.2014.10.21.527>
- Hattingh, L. (2022). Going Out-there: A Literature Review on Drive Tourism within the South African Context. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(1), 595-616. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.245>
- Henderson, B., & Moore, S. G. (1980). Children's responses to objects differing in novelty in relation to level of curiosity and adult behaviour. *Child Development*, 51(2), 457-465. <https://doi.org/10.2307/1129279>
- Henseler, J., C. M. Ringle, & M. Sarstedt (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hidi, S., Renninger, K. A., & Krapp, A. (2004). Interest, a motivational variable that combines affective and cognitive functioning. In D. Y. Dai & R. J. Sternberg (Eds.), *Motivation, emotion, and cognition: Integrative perspectives on intellectual functioning and development* (pp. 89-115). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Huck, S. W. (2012). *Reading statistics and research* (6th Edition). Pearson.
- Hurley, A. E., Scandura, T. A., Schriesheim, C. A., Brannick, M. T., Seers, A., Vandenberg, R. J., & Williams, L. J. (1997). Exploratory and confirmatory factor analysis: Guidelines, issues, and alternatives. *Journal of Organizational Behavior*, 18(6), 667-683.
- Kaçmaz, C., Cumurcu, B., & Çelik, O. T. (2023). Çocuklar için dijital bağımlılık ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Güvenirlilik ve geçerlilik analizi. *Bağımlılık Dergisi*, 24(4), 495-506. <https://doi.org/10.51982/bagimli.1261063>
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım.
- Kang, M. J., Hsu, M., Krajchich, I. M., Loewenstein, G., McClure, S. M., Wang, J. T. Y., & Camerer, C. F. (2009). The wick in the candle of learning: Epistemic curiosity activates reward circuitry and enhances memory. *Psychological Science*, 20(8), 963-973. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2009.02402.x>
- Kardaş, F., & Yalçın, İ. (2018). Psikolojik ihtiyaç doyumunda denge ölçeği: Türkçe uyarlama çalışması. *Cukurova University Faculty of Education Journal*, 47(2), 357-383. <https://doi.org/10.14812/cuefd.408515>
- Kashdan, T. B., Rose, P., & Fincham, F. D. (2004). Curiosity and exploration: Facilitating positive subjective experiences and personal growth opportunities. *Journal of Personality Assessment*, 82(3), 291-305. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa8203_05

- Kashdan, T. B., Stikma, M. C., Disabato, D. J., McKnight, P. E., Bekier, J., Kaji, J., & Lazarus, R. (2018). The five-dimensional curiosity scale: Capturing the bandwidth of curiosity and identifying four unique subgroups of curious people. *Journal of Research in Personality, 73*, 130-149. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2017.11.011>
- Kashdan, T. B., Goodman, F. R., Disabato, D. J., McKnight, P. E., Kelso, K., & Naughton, C. (2020). Curiosity has comprehensive benefits in the workplace: Developing and validating a multidimensional workplace curiosity scale in United States and German employees. *Personality and Individual Differences, 155*, 109717. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109717>
- Katırcıoğlu, E. (2022). Epistemik merak, iş becerikliliği ve algılanan örgütsel desteğin yenilikçi iş davranışına etkisi: Beş yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama [Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=CG8WvdvwxJP04Unr7Yecfy27VAv5Rj6L30Xz7rfMs-nDqrHwdg5c99QGVDNQL2rC>
- Kaya, O., & Çoban, Ö. (2018). Motosiklet turizmi: Türk motosiklet turistlerinin profili ve seyahat modelleri. 7. Kırsal Turizm Kongresi, Muğla, Türkiye.
- Keller, H., & Voss, H. G. (1983). *Curiosity and exploration: Theories and results*. Academic Press.
- Litman, J. A., & Pezzo, M. V. (2007). Dimensionality of interpersonal curiosity. *Personality and Individual Differences, 43*(6), 1448-1459. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2007.04.021>
- Litman, J. A., & Spielberger, C. D. (2003). Measuring epistemic curiosity and its diversive and specific components. *Journal of Personality Assessment, 80*(1), 75-86. https://doi.org/10.1207/S15327752JPA8001_16
- Litman, J. A., Collins, R. P., & Spielberger, C. D. (2005). The nature and measurement of sensory curiosity. *Personality and Individual Differences, 39*(6), 1123-1133. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.05.001>
- Litman, J. A., Robinson, O. C., & Demetre, J. D. (2017). Intrapersonal curiosity: Inquisitiveness about the inner self. *Self and Identity, 16*(2), 231-250. <https://doi.org/10.1080/15298868.2016.1255250>
- Loewenstein, G. (1994). The psychology of curiosity: A review and reinterpretation. *Psychological Bulletin, 116*(1), 75-98. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.116.1.75>
- Mehmetoglu, M. (2004). A typology of tourists from a different angle. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration, 5*(3), 69-90. https://doi.org/10.1300/J149v05n03_05
- Nadler, J. T., Weston, R., & Voyles, E. C. (2015). Stuck in the middle: The use and interpretation of mid-points in items on questionnaires. *The Journal of General Psychology, 142*(2), 71-89. <https://doi.org/10.1080/00221309.2014.994590>
- Özer, Ö., & Yalçın, İ. (2021). Cooper-Norcross tercih envanteri Türkçe uyarlaması: Bir geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Anadolu Journal of Educational Sciences International, 11*(1), 26-44. <https://doi.org/10.18039/ajesi.790673>
- Park S. H. (2007). The measurement of sport fan curiosity [Doctoral dissertation, University of Louisville]. <https://www.proquest.com/docview/304846477/previewPDF/CF7E6CAF4E304B55PQ/1?accountid=15819>

- Park, S. H., Mahony, D. F., & Greenwell, T. C. (2010). The measurement of sport fan exploratory curiosity. *Journal of Sport Management, 24*(4), 434-455. <https://doi.org/10.1123/jsm.24.4.434>
- Pelit, E., & Katircioglu, E. (2023). Investigating the effects of epistemic curiosity on innovative work behaviour: a study on hotel employees. *Tourism and Hospitality Management, 29*(1), 73-85. <https://doi.org/10.20867/thm.29.1.6>
- Ramoa, C. E. A., Pires, P. S., & Añaña, E. S. (2021). Motorcycle tourism and nature: an analysis of motorcyclists' motivations to travel. *Leisure Studies, 40*(3), 407-423. <https://doi.org/10.1080/02614367.2020.1858327>
- Reio Jr, T. G., Petrosko, J. M., Wiswell, A. K., & Thongsukmag, J. (2006). The measurement and conceptualization of curiosity. *The Journal of Genetic Psychology, 167*(2), 117-135. <https://doi.org/10.3200/GNTP.167.2.117-135>
- Scol, J. (2016). Motorcycle tourism: renewed geographies of a marginal tourism practice. *Tourism Review, 9*(9), 1-18. <https://doi.org/10.4000/viatourism.356>
- Silvia, P. J., & Christensen, A. P. (2020). Looking up at the curious personality: Individual differences in curiosity and openness to experience. *Current Opinion in Behavioral Sciences, 35*, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2020.05.013>
- Sykes D., & Kelly K. (2012). *A road map for studying motorcycle tourism: impacts and opportunities*. International Conference on Tourism and Events: Opportunities, Impacts and Change. Belfast, Northern Ireland.
- Sykes, D., & G. Kelly, K. (2014). Motorcycle tourism demand generators and dynamic interaction leisure. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 8*(1), 92-102. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-05-2013-0035>
- Sykes, D., & Kelly, K. G. (2016). Motorcycle drive tourism leading to rural tourism opportunities. *Tourism Economics, 22*(3), 543-557. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0454>
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2012). *Using multivariate statistics* (6th edition). Pearson.
- Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi* (1. Baskı). Nobel Yayınevi.
- Totsune, T., Matsudaira, I., & Taki, Y. (2021). Curiosity–tourism interaction promotes subjective wellbeing among older adults in Japan. *Humanities & Social Sciences Communications, 8*(1), 1–11. <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00748-3>
- Tripathi, A., & Shaheer, I. (2022). Missing tales of motorcycle backpackers. *Tourism Recreation Research, 1*-5. <https://doi.org/10.1080/02508281.2022.2059738>
- Van Lieshout, L. L., de Lange, F. P., & Cools, R. (2020). Why so curious? Quantifying mechanisms of information seeking. *Current Opinion in Behavioral Sciences, 35*, 112-117. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2020.08.005>
- Voorhees, C. M., Brady, M. K., Calantone, R., & Ramirez, E. (2016). Discriminant validity testing in marketing: an analysis, causes for concern, and proposed remedies. *Journal of the Academy of Marketing Science, 44*, 119-134. <https://doi.org/10.1007/s11747-015-0455-4>
- Walker, L. (2011). Tourism and leisure motorcycle riding. In B. Prideaux & D. B. Carson (Eds.), *Drive tourism: Trends and emerging markets* (pp. 146–158). Routledge.

Yan, B. J., Zhang, J., Zhang, H. L., Lu, S. J., & Guo, Y. R. (2016). Investigating the motivation–experience relationship in a dark tourism space: A case study of the Beichuan earthquake relics, China. *Tourism Management*, 53, 108-121.

Ek 1. Keşfedici Merak Ölçeği

Heyecan	Beni heyecanlandıran veya adrenalin seviyemi yükselten etkinliklere katılmayı severim.
	Seyahatlerim sırasında bilmediğim şeyleri keşfetmek için güçlü bir istek duyarım.
	Seyahatlerim sırasında bir macera ve heyecan duygusu ararım.
	Bazen sadece heyecan arayışı ile hareket ederim.
	Seyahat etmek, dinamik ve çeşitlilik içeren bir hayat sürdürmek istiyorum.
Yeni Destinasyonlar	Medya veya internetten yeni bir destinasyon (varış noktası) hakkında bilgi edindiğimde onu ziyaret etme isteği duyarım.
	Yeni şeyler keşfetme ihtimalimin olduğu bir yerde kendim denemeyi ve keşfetme çabası göstermeyi seviyorum.
	Destinasyon altyapısını (ulaşım sistemi, su kaynakları, elektrik güç kaynakları, drenaj sistemi ve iletişim sistemleri) araştırmayı, öğrenmeyi ve bulunduğum yerden farklı yerlere seyahat etmeyi seviyorum.
	Daha önceden ziyaret etmediğim destinasyonları keşfetmeye yönelik sıklıkla güçlü bir istek duyarım.
	Yaşadığım çevreden farklı gelenek-görenek ve kültürlere sahip destinasyonları keşfetmek istiyorum.
Sosyal İletişim	Heyecan verici ve farklı insanlarla arkadaş olmayı severim.
	Heyecan verici ve yeni olduğu için yerel halktan kişilerle veya diğer motosikletli turistlerle etkileşimde bulunmayı severim.
	Seyahatlerim sırasında yerel halktan kişilerle azami ölçüde etkileşimde bulunmak için çaba harcarım.
	Motosikletli gruplar için oluşturulmuş bir internet topluluğunun veya kulübün üyesi olarak seyahat etme ve merakımı tatmin etme amacımı gerçekleştirmeyi umuyorum.
Yeni Turistik Etkinlikler	Benim için alışılmışın dışında olan yeni veya heyecan verici turizm etkinliklerine (spor etkinlikleri, karnavallar, kültürel etkinlikler ve festivaller gibi) katılmak ilgimi çeker.
	Benim için ideal seyahat deneyimi, daha önce hiç katılmadığım turizm etkinliklerine (spor etkinlikleri, karnavallar, kültürel etkinlikler ve festivaller gibi) katılabildiğim bir deneyimdir.
	Nerede ve ne zaman olursa olsun, sürekli olarak yeni ve özgün turizm etkinlikleri (spor etkinlikleri, karnavallar, kültürel etkinlikler ve festivaller gibi) arıyorum.
	Daha önce hiç deneyimlemediğim yeni bir turizm etkinliğine (spor etkinlikleri, karnavallar, kültürel etkinlikler ve festivaller gibi) katıldığımda zamanın nasıl geçtiğini kolayca unuturum.