



Seyahat, Turizm ve Rekreasyon İlişkisinde Kuşakların Etkisi: Literatür İncelemesi

The Effect of Generations on the Relationship of Travel, Tourism and Recreation: Literature Review

ÖZET

Gelişen teknoloji ile birlikte artan boş zamanlar sonucunda, modern yaşamda rekreasyonun önemi giderek artmıştır. Rekreasyon faaliyetlerine katılım, temelde insanların tatil gereksinimlerinden doğmaktadır. Yapılan araştırmalara göre, insanlar seyahat edeceği destinasyonları belirli amaçlar, ihtiyaç ve istekler doğrultusunda seçmekte ve bu seçimler farklı motivasyon unsurlarından kaynaklanmaktadır. Araştırmanın odak noktası olan kuşaklar ve her kuşağa özgü farklılıkların çalışma ortamını ve seçimleri etkilediği belirtilirken ancak rekreasyon ortamlarındaki kuşak farklılıklarına dair araştırmalara pek rastlanmamıştır. Bu nedenle her kuşağın kendine ait öncelik ve değerlerle yaşamını devam ettireceği öngörüsü ile farklı kuşakta yer alan bireylerin rekreasyonel faaliyetlerde tercih farklılıklarının seyahat, turizm ve rekreasyon ilişkisinde oldukça önemlidir. Bu bağlamdan yola çıkılarak araştırmanın amacı seyahat, turizm ve rekreasyon ilişkisinde kuşakların etkisi araştırılarak literatüre katkı sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Seyahat Motivasyonu, Rekreasyonel Seyahat Motivasyonu, Kuşaklar

ABSTRACT

The end of leisure time, which has increased with the developing technology, has gradually noted the importance of recreation in modern life. Participation in recreational activities basically arises from people's holiday needs. According to what has been done, the destinations that people will travel to target certain goals, needs and desires, and these choices are not sure of their different motivations. While the generations that are the focus of the research and the working environment and choices of each generation are determined, the conditions related to the differences in the recreational environments have not been encountered much. For this reason, with the imagination that each generation will continue to end with their own goals and values, the differences in preference in the recreational activities of individuals in different generations are very important in the relationship of travel, tourism and recreation. In this context, the aim is to contribute to the literature by investigating the effects of generations on the relationship between travel, tourism and recreation.

Keywords: Travel Motivation, Recreational Travel Motivation, Generations

GİRİŞ

Seyahat, turizm ve rekreasyon kavramlarının temelini oluşturan tatil gereksinimi, bireylerin boş zamanlarında ortaya çıkan içsel bir dürtüdür. Turistlerin katıldığı faaliyetler, turistik seyahat talebinin temelini oluşturmaktadır. Bu nedenle, günlük hayatın zorlamalarına karşılık bireylerin boş zamanlarında kendilerini daha iyi hissetmek için yaptıkları faaliyetlerden birisi de tatile gitmektir. Turistlerin tatil motivasyonlarının başında rahatlatma gelmektedir (Seabra vd., 2014: 26). Nawijn ve Merx (2021)'ın boş zaman faaliyetlerinin yaşam tatmini üzerine etkisini tatil seyahati bağlamında inceledikleri çalışmalarında, boş zaman faaliyetlerine katılan bireylerin, boş zaman tatminlerinin ve mutluluklarının arttığı, tatil amaçlı seyahatlere katılan turistlerin de aynı şekilde iyilik hallerinde artış gözlemlendiğini belirtmektedirler. Boş zaman değerlendirme amacıyla dahil olunan rekreasyon faaliyetleri, bireylerde olumlu yönde psikolojik gelişime katkı sağlamakta ve bireyler ancak psikolojik ihtiyaçlarına cevap verebilecek uygun ortamlarda başarılı olabilmekte ve ancak bu şekilde motive olabilmektedirler (Leveresen vd., 2012: 1588). Eğlenme, bireyin bilincindeki biyolojik veya sosyal olanaklar tarafından belirlenen beklentilerin karşılandığı zaman elde edilen bir memnuniyet duygusudur. Örneğin, birey acıktığı zaman yediği yemeğin tadı lezzetlidir. Bu durum fizyolojik bakımdan dengesizliği azaltır. Seyahat etmek keyifli bir aktivitedir. Çünkü yeni keşiflere çıkan bir birey yalnızca fiziksel açıdan değil; ruhsal ve psikolojik açıdan da rahatlar. Bu bakımdan rekreasyon faaliyetleri fizyolojik, psikolojik ve sosyolojik anlamda bireylerde dengesizlik durumuna pozitif etki ederek iyilik hallerine katkıda bulunmaktadır. Bireyler ihtiyaçları doğrultusunda katıldıkları boş zaman aktiviteleri ile kendilerini daha mutlu, davranışlarında daha özgür hissetmekte, seçimlerinde kendi özgür iradelerini kullanabilmektedirler. Bu nedenle bireyleri boş zaman aktivitelerine yönelten ve aktivite seçimine etki eden önemli etkenlerden biri, bireysel özellikleridir. Aktivitelerin özellikleri ile aktiviteye katılacak bireyin özelliklerinin birbirleriyle uyumlu olması, tercih edilen aktiviteye olan motivasyonu arttırmaktadır.

Yaşanılan yerlerden uzaklara gitme davranışları, insanlığın varoluşuyla birlikte başlamıştır denilebilir. Ancak, bu seyahatlerin dinlenme ve eğlence amaçlı olduklarını söylemek pek mümkün değildir. Daha çok insanların bireysel çabaları ile organize edip katıldıkları daha çok merak ve zevk amaçlı düzenlenen seyahat faaliyetleri, zaman

Tuba Yılmaz¹

How to Cite This Article

Yılmaz, T. (2023). "Seyahat, Turizm ve Rekreasyon İlişkisinde Kuşakların Etkisi: Literatür İncelemesi" International Social Sciences Studies Journal, (e-ISSN:2587-1587) Vol:9, Issue:113; pp:7455-7464. DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/sss.70151>

Arrival: 18 April 2023

Published: 31 July 2023

Social Sciences Studies Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

¹ Öğr.Gör., Çankırı Karatekin Üniversitesi Meslek Yüksekokulu, Çankırı, Türkiye, ORCID:0009-0009-9830-3326

içerisinde yaşam şartlarının ve beklentilerin değişmesi ile seyahatin bir anlamda gereksinime dönüşmesine neden olmuş ve insanlar daha profesyonel olarak düzenlenen gezilere ihtiyaç duymuşlardır. Seyahat, özel görev ve dinsel amaçlar veya üst tabakadaki insanların kültür ve eğitim seviyesini yükseltmek için yapılan bir faaliyetken, bu durum sanayi devriminden sonra değişmeye başlamıştır.

Çalışma süresinin azalması, artan eğitim ve refah seviyesi, dinlenme bilinci, gelişen teknolojinin getirdiği kolaylıklar, turizm faaliyetlerine katılımı olumlu yönde etkilemiştir. Bu bakış açısı ile, turizmin boş zaman faaliyeti olduğunu ve insanların çeşitli destinasyonlara seyahat etmelerinden ve gittikleri yerde konaklamalarından kaynaklandığını belirtmektedir. Bu nedenle turizm faaliyeti, zorunlu olarak hareket etme, yani seyahat etme ve farklı bir yerde veya yerlerde kalma süresini içermektedir. İnsanların düzenli ve sistemli çalışma hayatının olması, boş zaman oluşumuna imkan vermektedir. Bu boş zamanı değerlendirme faaliyetine katılım, turizm boyutunda, insanların turist olarak adlandırılmasına neden olmuştur.

Turizm ve rekreasyon arasındaki ilişki özellikle her iki alanın da tanımlarında boş zaman kavramının geçmesi ile ortaya çıkmaktadır. Yani her iki faaliyet de boş zaman diliminde gerçekleştirilmektedir. Turizm ve rekreasyon ilişkisinde göze çarpan en önemli özellik, birçok turizm olayının temelde rekreasyon faaliyeti olmasıdır. Diğer taraftan iş amaçlı gerçekleştirilen seyahatler ise, rekreasyon ile ilişkili değil, turizmle ilgili faaliyetlerdir. Bu yaklaşıma göre rekreasyon; fiziksel ve zihinsel olarak yeniden canlanmaya yol açan, isteğe bağlı veya serbest zaman sürecindeki bir tecrübe olmasından dolayı, tamamen boş zaman kapsamında yer almaktadır (Murphy, 2012: 9). Turizm ve rekreasyon genel olarak insanların hayat kalitesini arttırmakta ve faaliyet sonucu tatmin düzeylerini etkilemektedir. Dolayısıyla turizm ve rekreasyon arasında ortak bir deneyim ilişkisi ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle turizm ve rekreasyon arasındaki ilişki ve etkileşimler giderek artan bir ilgiye sahip olarak araştırma konusu olmaktadır.

Literatürde yapılmış olan çalışmalara göre, insanların seyahat nedenleri genel olarak seyahat motivasyonu kuramı çerçevesinde temellendirilmektedir. Yapılan bu araştırmalara göre, insanlar seyahat edeceği destinasyonları belirli amaçlar, ihtiyaç ve istekler doğrultusunda seçmekte ve bu seçimler farklı motivasyon unsurlarından kaynaklanmaktadır. Araştırmanın odak noktası olan kuşaklar ve her kuşağa özgü farklılıkların çalışma ortamını ve seçimleri etkilediği belirtilirken ancak rekreasyon ortamlarındaki kuşak farklılıklarına dair araştırılmaya pek rastlanmamıştır. Bu nedenle her kuşağın kendine ait öncelik ve değerlerle yaşamını devam ettireceği öngörüsü ile farklı kuşakta yer alan bireylerin rekreasyonel faaliyetlerde tercih farklılıklarının seyahat, turizm ve rekreasyon ilişkisinde oldukça önemlidir. Bu bağlamdan yola çıkılarak araştırmanın amacı seyahat, turizm ve rekreasyon ilişkisinde kuşakların etkisi kapsamlı bir şekilde incelenerek bu alandaki literatüre katkı sunmaktır.

SEYAHAT, TURİZM VE REKREASYON İLİŞKİSİ

Turizm, genellikle en az bir gece kalma gerekliliği veya bir yerden bir yere seyahat etme şartı olan bir olaydır (Kelly, 1990: 265). Mathieson ve Wall (1982: I), turizmi tanımlarken, normal ev ve işyeri dışındaki yerlere geçici hareket, konaklama sırasında gerçekleştirilen faaliyetler ve turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak için oluşturulan tesisler boyutuna değinmişlerdir. Böyle bir tanım, turizmi, başta seyahat, misafirperverlik ve rekreasyon olmak üzere bir dizi alt etkinliğin toplamı olarak değerlendirmektedir. Turizm ve rekreasyon genel olarak insanların hayat kalitelerini arttırarak tatmin düzeylerini pozitif yönlü etkilemektedir.

Turizm, seyahat edilen destinasyonda kalıcı ikamet etmeden, geçici olarak konaklayan turist ve günübirlikçileri içeren seyahatlerdir. Rekreasyon ise, tamamıyla boş zaman içerisinde yer alan, bedensel ve zihinsel bakımdan yeniden canlanmaya yol açan, özgür veya isteğe bağlı olarak gerçekleştirilen deneyimlerdir. Rekreasyon faaliyetinin bir kısmı kalıcı olarak yaşanan yer dışında gerçekleşmekte ve buna bağlı olarak seyahat etmek önemli bir bileşen haline gelmektedir. Bu yönüyle değerlendirildiğinde, rekreasyon bir bakımdan turizm faaliyeti olarak sınıflandırılmaktadır (Murphy, 2012: 9).

Belirli bir destinasyona seyahat eden turistler, klasikleşmiş deniz, kum, güneş üçlüsü dışında farklı alternatif arayışlara yönelmişlerdir. Turizm aracılığıyla ihtiyaçların bir kısmı karşılanabilirken diğer bir kısmı rekreasyon faaliyetleri aracılığıyla karşılanmaktadır. Bu nedenle rekreasyon etkinlikleri, gün geçtikçe artan bir öneme sahiptir.

Turizm ve rekreasyon arasındaki ilişkiyi şu şekilde ifade etmek mümkündür (Giritlioğlu vd., 2019: 237- 238; Türkmen vd., 2013: 2143; Akçakoyun, 2000: 23; Karaküçük, 2017: 209- 210):

- ✓ Turizm önemli bir ekonomik değer oluştururken, turizmde rekreasyonda ekonomik değerden çok ön plana çıkan turistlerin bireysel mutluluğudur.

- ✓ Turizmde rekreasyon, bireylerin rekreatif etkinliklere katılmaları sonucu ortaya çıkan ve turistler tarafından önceden belirlenen faaliyetlerdir. Günlük hayattaki rekreasyon faaliyetlerinde ise herhangi bir zamanda bu etkinlikler gerçekleştirilebilir.
- ✓ Rekreasyon faaliyetleri, boş zamanda yapılan, yer, zaman ve insanlar açısından kısıtlama içermeyen etkinliklerdir. Turizm olayına harcanan zaman süreksizlik arz etmekte ve turizm rekreasyon faaliyetleri, sadece turistlerin tatilleri esnasında gerçekleşmektedir.
- ✓ Rekreasyon, ciddi ve belirli amaçları olan aktivitelerden oluşur. Bu etkinliklere katılan her bireye göre ayrı bir amacı olan, insanları rahatlatan, ferahlatan, ruhlarına haz ve neşe verip mutluluk hormonu salgılayarak yenileyen faaliyetlerdir. Turizmde gerçekleşen rekreasyon faaliyetleri ise turistlerin tatil memnuniyetini artırma amaçlıdır.
- ✓ Rekreasyonel faaliyetler, bireylerin kendisini ifade edebileceği, üretken olabileceği şekilde düzenlenmekle birlikte, katılımcılara bireysel ve toplumsal farklılıklar kazandırmaktadır. Turizm rekreasyonunda ise rekreasyon faaliyetleri sunan işletme, işletme aidiyeti ve yüksek destinasyon imajı özelliği kazandırmayı amaçlamaktadır.
- ✓ Rekreasyon faaliyetleri her bireyin rahatça katılabilmesi için evrensel boyutta olmalı, toplumun geleneklerine, göreneklerine, manevi ve sosyal değerlere uygun olan etkinlikler seçilmelidir. Turizm rekreasyonunda ise sunulan rekreasyon faaliyetleri turistlerin katıldıkları turizm türleriyle doğrudan ilişkili olmalıdır.

Diğer taraftan bahsi geçen turizm ve rekreasyon ilişkisi, mutlu olma, eğlenme, boş zaman, hoşlanma gibi kavramların sık sık birlikte ve ortak kullanılması iki kavramın birbirine yakın anlamlar taşıdığı fikrini geliştirmiştir (Karaküçük, 2017: 210). Ancak kavramlar birbirleriyle yakın ilişki içerisine girmiş olsa da birçok konuda birbirlerinden ayrılmaktadır. Bu bağlamda turizm, boş zamanın özel bir kullanımını ve rekreasyonun özel bir şeklini temsil etmekte ancak ne boş zamanın tümünü ne tam olarak rekreasyonu ne de seyahati kapsamaktadır. Rekreasyonun içerisinde seyahat ve turizm olabilmesine karşın, tamamıyla tüm seyahat ve turizmi kapsamamaktadır.

Turizm gibi rekreasyon da paket turlar, gününbirlik geziler veya organize etkinlikler şeklinde olabilmektedir. Daha yaygın olarak rekreasyon ürünü, zaman (hedefe olan zaman mesafesi ve eğlence amaçlı kullanılabilir zaman) ve fırsat maliyeti hususlarının önemli olduğu bireysel bir düzenlemedir. Rekreasyon, turizm ile aynı ilgi alanlarına ve kaynaklara sahip olsa da, genellikle önemli farklılıklar vardır.

Turizm ile Rekreasyon Arasındaki İlişki

Birçok durumda boş zaman, rekreasyon ve turizm faaliyetleri temelde aynıdır. Farklı olan faaliyet alanı, yeri, süresi, motivasyon faktörleri, tutumları ve katılımcıların algılamalarıdır (Metin vd., 2013: 5029). Boş zaman, rekreasyon ve turizm işleyiş bakımından; tecrübe, deneyim ve aktiviteler üzerine yoğunlaşan, kesin çizgileri olmayan yani bazı yönleriyle birbirlerinden ayrılan bir birliktelik sergilerler. Rekreasyon genellikle, boş zamanlarda öncelikli olarak zevk ve memnuniyet amacıyla gönüllü olarak yapılan faaliyetlerdir (Swarbrooke vd., 2003: 6). Turizm olarak adlandırılan yaşantı biçimi birçok durumda “açık hava etkinlikleri” ya da “rekreasyon” kavramlarıyla ifade edilmektedir. “Rekreasyon” ve “açık hava etkinlikleri” terimleri yalnızca “turizm” terimi yerine kullanılmamakta, aynı zamanda birtakım araştırmacılar tarafından “turizm” teriminin “rekreasyon” teriminden daha az kapsayıcı olduğu görüşü savunulmaktadır (Özdemir vd., 2016: 373).

Turizm, rekreasyon ve boş zaman genellikle birbiriyle ilişkili ve örtüşen kavramlar kümesi olarak görülür. Ortak özellikleri bulunduğu üzerine pek çok görüş olsada, boş zaman, rekreasyon ve turizm tanımları nasıl, nerede, ne zaman ve neden uygulandıkları konusunda tartışmalıdır. Boş zaman, turizm ve rekreasyonun evrensel olarak kabul görmüş bir tanımı pek mümkün değildir. Tanımlar amaçlarına ve kapsamalarına göre değişmektedir (Hall & Page, 2014: 7- 8).

Turizm, rekreasyon ve boş zamanın aralarındaki ilişkilere yakından bakıldığında, insanların özgürce kullanabilecekleri boş zamanın önemli bir ihtiyaç haline gelmesiyle birlikte rekreasyon faaliyetlerine olan talep artmış ve bunun en önemli aşaması olarak turizm önem kazanmıştır. Diğer bir ifadeyle turizm, boş zaman değerlendirme etkinliğidir. Turizm ve rekreasyon genel olarak insanların hayat kalitesini arttırarak tatmin düzeylerini etkilemektedir. Dolayısıyla turizm ile rekreasyon arasında ortak bir yaşam ilişkisi ortaya çıkmaktadır (Karaküçük, 2017: 185).

Turizmde esas amaç pazarlamadır. Yani amaç, turisti otele, yöreye veya ülkeye davet etme tekniği olduğuna göre, turiste sunulacak hizmetler ve kaynaklar önemlidir. Dolayısıyla destinasyondaki rekreasyonel yapılar ve faaliyetler tek başına bir ürün olabileceği gibi destekleyici üründe olabilmektedir (Metin vd., 2013: 5029). Turizm ve rekreasyon arasındaki anlamlı ilişkiden ortaya çıkan rekreasyonel turizm, turizmin en önemli boyutunu oluşturmaktadır. Turizm ve rekreasyon genellikle daha geniş olan boş zaman kavramının alt kümeleri olarak kabul

edilmektedir. İş seyahatleri ve ciddi boş zaman etkinlikleri dışında kalan faaliyetler, boş zamanda gerçekleşmektedir. Ciddi boş zaman, özel ilgi ve bilgi gerektiren, anlamsal bakımdan zorunluluk içeren ve süreklilik gerektiren faaliyetlerin gerçekleştirildiği zaman dilimini ifade etmektedir (hobi faaliyetleri, kariyer elde etme, gönüllülük çalışmaları gibi). Turizm, rekreasyon ve boş zamanın kesiştiği alanda ise eğlence, dinlenme ve zevk amaçlı boş zaman seyahatleri yer almaktadır. Görüldüğü üzere insanlar iş veya farklı amaçlarla turizm faaliyetlerine katılmakta, boş zamanlarında rekreasyon etkinlikleri ve serbest zaman seyahatleri gerçekleştirmektedir. Buna ilaveten rekreasyon ve turizm birbirleri ile o kadar yakın ilişkiye sahiptir ki rekreasyon faaliyetleri olmadan turizm faaliyetlerinin düşünülmesi oldukça zordur (Nicholls, 2012: 4; Ragoonaden, 2015: 373; Hall & Page, 2014: 9).

Turizm ve açık alan rekreasyon faaliyetlerinin temel iki ortak özelliği, arz ve talep benzerliğidir. Rekreasyon ve turizm talebi, davranışlar yönünden ele alındığında, iki talep şeklinin birbirinden güçlükle ayırt edilebilecek kadar ilişkili olduğu görülmektedir. Turizm talebinin kaynak esaslı imkanlara yönelik olmasına karşın; rekreasyon talebinin kullanım esaslı imkanlara yönelik olması gibi, nisbi olarak yapılabilen bir ayırım dışında; kullanılan imkanlar, iştirak edinilen aktiviteler ve taleplerin değişkenlik gösteren yapılarından dolayı her iki talep grubu benzerlik göstermektedir. Ayrıca iki talep grubunun yöneldiği aktiviteler arasında, bir rekabetin olması da iki talep grubu arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır (Hacıoğlu vd., 2017: 52-53).

Literatürde turizm ve rekreasyon ilişkisi birbirleri ile bağlantılı bir şekilde ele alınmaktadır. Dolayısıyla turizme sağladığı katkı anlamında rekreatif faaliyetlerin, bir bölgenin cazibe, faydalılık, kolay elde edilebilirlik gibi imgelerini ortaya çıkarabileceğini göz önünde bulundurmak gerekir. Doğrudan veya dolaylı olarak, turistik amaçla yapılan rekreasyon faaliyetleri turistik çekiciliği artırarak, turizm sezonunun dört mevsime yayılması, mevcut turizm talebinin artırılması ve diğer turistik ürünleri destekleyici öğeler olarak turizme genel bir katkı sağlayabilecektir (Metin vd., 2013: 5030).

Turizm ile Rekreasyon Arasındaki Farklar

Aralarında anlamlı bir ilişki bulunan rekreasyon ve turizm arasındaki belirsizliği gidermeye yönelik olarak rekreasyon aktivitelerinin karakteristik özelliklerine bakılmalıdır. Rekreasyon aktivitelerinin temel karakteristik özellikleri ile kendisine benzer aktivitelerden, aşağıdaki iki olgu dikkate alınarak ayırım yapılabilir

- ✓ İçten gelen dürtü dışında, herhangi bir zorlama olmaksızın bireylerin arzuları ve tercihlerine bağlı, yapmak istedikleri aktivitelere katılımdır.
- ✓ Katılımcılara hemen ve doğrudan tatmin sağlar. Katılımcılar, kendilerini ifade etme fırsatı bulur. Bundan da eğlenme, rahatlama ve zevk elde ederler.

İnsanların, turizm olayı dışında yaşadıkları şehir ve kırsal kesimlere bilinçli olarak yaptıkları veya yaşamın doğal bir parçasını oluşturan rekreatif faaliyetler ile turistik faaliyetler içinde rekreasyon dışı değişik amaçlarla yapılan faaliyetler, birbirinden farklılık göstermektedir. Bu anlamda gerek zorlukla gerekse rekreasyon amacıyla gerçekleştiren faaliyetleri turizm ile rekreasyon açısından aşağıdaki şekilde ayırmak mümkündür (Karaküçük, 2017: 209). Bunlar;

- ✓ Turizm amaçlı geziler, yaşam tarzları, tavır ve davranışlarda çok boyutlu değişiklikler meydana getirir. Bu imkanları artırma özellikleriyle de farklılıklar gösterir.
- ✓ Turizm, genel olarak, insanın para ve zaman harcama açısından da büyük bir satın alma olayıdır. Bu anlamda turizm genelde alıcı açısından daha çok bir yatırım alanı olarak görülürken, daha dar kapsamlı düşünülen rekreatif hizmetleri veya ürünleri bireyin olağan tüketim alışkanlıklarının içinde yer almaktadır.
- ✓ Turizm, tüketicinin onu elde edebilmesi için evinden ayrılmasını gerektirir. Oysa diğer rekreatif etkinliklerde böyle zorunluluk yoktur. Rekreasyon, evde veya çevresinde yapılabilir. Ancak, turizm bu anlamda bireyin ayağına getirilemez.
- ✓ Turizm, önemli bir ekonomik değer yaratır. Rekreasyonda, ön palana çıkan değer ise, öncelikle bireyin mutluluğudur.

Rekreasyon ve turizm, aynı etkinlik çeşitleri ve aynı etkinlik alanları açısından birlikte değerlendirilebilmektedir. Turizm ve dışarıda gerçekleştirilen rekreasyon etkinliklerinin, imkanların tedarik edilmesi (arz) ve bunlara katılma talebi yönünde iki temel ortak özelliği bulunmaktadır. Bu anlamda arz ve talebin ekonomik ve sosyal etkileri söz konusudur. Böylece rekresyonistlerle, turistler aynı faaliyetleri yapan insanlar olarak görülebilmektedir. Rekreasyon ve turizmin bir boyutu olarak, Buckley (2006: 2-3), macera turizmi ve macera rekreasyonu arasındaki fark turizm açısından değerlendirildiğinde,

- ✓ Birinci fark, seyahat daimi oturulan yerden ayrı bir yere, bir gece konaklama ile birlikte gerçekleşiyorsa boş zaman aktiviteleri turizm olarak nitelendirilir.
- ✓ İkinci fark ise, katılımcıların deneyim elde etmek için tur operatörlerine ücret ödemesinden oluşur. Benzer etkinlikleri kendi başlarına yapmaları, rekreatif etkinlik olarak adlandırılır. Diğer bir ifade ile, boş zaman etkinliğine katılmak için seyahat ve en az bir gece konaklama gerçekleştiriliyor ve bunun için belirli bir ücret ödeniyorsa, bu bir turizm çeşidi olarak değerlendirilmektedir. Ancak boş zaman etkinliği konaklamasız ve tek başına gerçekleştiriliyorsa, bu rekreatif bir faaliyet olarak değerlendirilmektedir.
- ✓ Diğer taraftan konaklamayı gerçekleştiren turistlerin boş zamanlarını değerlendirmek için çeşitli organizasyonlara ücret karşılığı katıldıkları da görülmektedir. Fakat bu durum, turistin rekreatif faaliyeti olarak değerlendirilebilir. Buradaki ayrım, turist ve rekreasyonistin temel farklılıklarını ortaya çıkarmaya yöneliktir.

REKREASYONA KATILIMDA KUŞAKLARIN ETKİSİ

Yüzyılın başından itibaren, tutumlar, özellikler ve hayata genel bakış açısından kuşaksal farklılıklarla ilgili kapsamlı araştırmalar yapılmıştır (Young vd., 2013: 152). Yapılan literatür taraması kuşaklar konusunun çok net olmadığını göstermektedir. Genel olarak kuşak, benzer bir zaman aralığında doğmuş, benzer kültür ve hayat dönemlerini paylaşan ve belirli bir dönemin olayları ve eğilimleri tarafından şekillendirilmiş olan, dönemin etkisiyle sorumlulukları birbirine yakın olması nedeniyle ortak değer, inanç, beklenti ve davranışları bulunan insan topluluğudur (Schwarz, 2008: 80; Taş vd., 2017: 1034- 1035).

Bu özellikler geniş ölçüde genellemeleri temsil etmekle birlikte bir kuşak, grubun tüm üyeleri için evrensel anlamda geçerli olmayabilir. Örneğin, bir kuşağın başlangıcında doğan bireylerle sonunda doğan bireyler farklı deneyim ve tecrübelerle sahip olabilmektedirler (Sandeen, 2008: 14). Dolayısıyla kuşak kavramı, yaşamın bir evresi olarak tanımlanmıştır. Gençliğe veya yaşlılığa ait olan yaşam izleri, genellikle kuşaksal fenomenler olarak yorumlanmaktadır. Bu bakış açısıyla, önemli tarihsel ve sosyal dönüm noktaları yaş gruplarını etkilemekte ve böylece yaş grupları birbirlerinden ayrılmaktadır (Pitkänen vd., 2014: 209).

Yapılan araştırmalarda, kuşak kavramının çok net olarak tanımlanmadığı, özellikle sınıflandırma konusunda farklılıkların olduğu gözlemlenmiştir. Fakat yaşanan hangi olayların, hangi bireyleri ya da toplumları daha çok etkilediği net olmadığından ötürü tarih aralıkları konusunda farklılıklar mevcuttur (Sever İşçimen, 2012:296). Genel olarak, kuşaklar yaşa göre kategorize edilmektedir. Kuşağın göstergesi olarak yaş, toplumun anlaşılmasını basitleştirmek ve kolaylaştırmak için aracı bir rol üstlenmektedir. Her bir kuşağın, farklı özellik, kültür ve değer yargıları içermesi nedeniyle, bireylerin kendi kuşak grubunun davranışlarına benzer özellikler göstermeleri, ancak diğer kuşak gruplarının davranışlarından farklı özellikler göstermeleri beklenmektedir (Chen, 2010: 132). Ayrıca, bu kuşaklar arasında kesin olmamakla birlikte bir takım ayırt edici farklılıklar vardır (Queiri vd., 2014: 2000). Yani kuşaklar arasında belirgin farklılıklar olmakla beraber, benzer ya da ortak yönler de bulunabilmektedir. Yani yaşanan dönem her ülkede farklı algılandığından, ülkelere göre farklı sınıflandırma ortaya çıkmaktadır.

Burk vd. (2011: 35) "kuşaksal farklılıkların çalışma ortamını etkilediğini" belirtmiştir, ancak rekreasyon ortamlarındaki kuşak farklılıklarına dair araştırılmaya pek rastlanmamıştır. Bu nedenle her kuşağın kendine ait öncelik ve değerlerle yaşamını devam ettireceği öngörüsü ile farklı kuşakta yer alan bireylerin rekreasyonel faaliyetlerde tercih farklılıklarının ölçülmesi oldukça önemlidir. Kuşaklardaki sınıflandırmalar tamamıyla genellemeler baz alınarak oluşturulmuş olup, bu temel özellikler nesli bütün olarak karakterize etme amacı taşımamaktadır:

Sessiz Kuşak

Bu kuşak 1900 ile 1945 yılları arasında doğan bireyleri kapsamaktadır. İki büyük dünya savaşı arasında yaşayan ve "Savaş Çocukları" olarak isimlendirilen, savaşın gölgesinde yetişen bu kuşak "unutulmuş" nesil olarak da adlandırılmakta olup (Zemke vd., 2013; Patalano, 2008: 20), çocukluk dönemlerini sıkıntı ve yokluklar içerisinde geçirmişlerdir. Bu dönem içerisinde yaşanan işsizlik ve ekonomik sorunlar bireyleri tasarrufa yönlendirmiş, bu nedenle bu kuşağın doğum oranı görece düşüktür (Göksel ve Güneş, 2017: 810; Gündüz ve Pekçetaş, 2018: 92). Çalışma yaşamında sessiz kuşak en yaşlı gruptur ve iş dünyasında daha ufak ölçekte yer almalarının nedeni, çoğunun yaşı gereğince emekliye ayrılmış olmasıdır (Patalano, 2008: 11).

Türkiye Cumhuriyeti bu dönemde savaştan yeni çıkmış, tek partili siyasal sistemin egemen olduğu ve sanayi, üretim ve hizmet sektörünün neredeyse tamamen yeniden kurulmaya başlandığı bir dönemdedir (Demirkaya vd., 2015: 186- 204). Bu dönemin insanları dönemin zorluğunun getirdiği gereklilik olarak daha dikkatli olup, macera aramayan, hayal gücü zayıf bir yapıdadırlar (Serçemeli vd., 2015: 261- 276). Örneğin; rock konserlerinden çok

senfoni konserlerine katılırlar, spor oyunları (voleybol, futbol vb.) oynamaktan daha çok izleyici olmayı tercih ederler (Zemke vd., 2013).

Bebek Patlaması Kuşağı

Bu kuşağı, 1946-1964 yılları arasında doğan bireyler oluşturmaktadır. II. Dünya Savaşı'nın hemen sonrasındaki nüfus patlaması yıllarında doğan nesiller bu kuşağı ifade eder. Türkiye'de ihtilal ve çok partili döneme geçişin yaşandığı "Geçiş Dönemi Çocukları" ya da "68 kuşağı" olarak bilinir. Ekonomik refahın yavaş yavaş yükseldiği bu dönemde ülkelerin siyasi, politik ve ekonomik yapılarında görülen ciddi değişiklikler, bu kuşağın düşünce yapısını da etkilemiştir (Adıgüzel vd., 2014: 171- 172).

Bu kuşakta doğanların sadakat duyguları yüksektir, aynı zamanda kanaatkardırlar. Örneğin, aynı iş yerinde uzun süre çalışabilirler, ancak teknolojiyi tam benimseyemezler (Mengi, 2009). İyimser, serinkanlı, içsel kontrol mekanizmasına sahip ve tatminkar olan bebek patlaması kuşağındaki topluluk, çok çalışıldığı taktirde iyi bir yaşam standardı kazanılacağına inanmaktadırlar. Bu düşünce onların, "şimdi çalış, ileride iyi standartlarda yaşarsın" stratejisini izlemelerine sebep olmuştur ve erken emeklilik anlayışına karşı bir gruptur. Sperazza ve Banerjee (2010: 15)' ye göre, bu kuşakta yer alan bireylerin tercih ettikleri boş zaman aktivitelerinin çoğu, fiziksel aktivite, efor gerektirmeyen veya çok az gerektiren (bingo, golf, açılılık ve dikiş vb.) aktivitelerdir.

X Kuşağı

Genel olarak 1965 ile 1979 arasında doğan X kuşağı; "Bebek Patlaması Kuşağı" içerisine giren bireylerin çocuklarıdır. Türkiye'de "Geçiş Dönemi Çocukları" olarak tanımlanmaktadırlar (Seçkin, 2000: 23).

Literatürde X kuşağı değişken geçmişlere sahip, iyi eğitilmiş, açık fikirli ve bireysel davranan bir kuşak olarak tanımlanmaktadır (Holtzhausen & Strydom, 2006: 316). Onları mutlu etmek kolay değildir her şeyden şikayetçi olurlar. Eğlenceli, kısmen yoğun çalışma ortamlarını severler ve iş yaparken aynı zamanda eğlenmeyi de isterler. Çalıştıkları yerden, ücretsiz aktiviteler, çocuk bakım hizmeti ve yemek gibi uygulamalardan daha fazlasını beklerler. İzole olduklarında daha iyi çalışırlar. Değişimi bekler ve isterler (Gürsoy vd., 2008: 452). Çift kazançlı aile yapılarının yaygın olduğu bir dönemde büyüyen ilk nesil olan X kuşağı, bir ebeveynin gözetimi altında daha az, televizyonun önünde daha fazla zaman geçirmiştir (Patalano, 2008: 20- 21).

Y Kuşağı

1980 ile 1999 yılları arasında doğan bu kuşak aynı zamanda internet kuşağı, milenyum kuşağı, www Kuşağı, Net Kuşağı ve sonrakiler olarak da anılmaktadır (Yüksekbilgili, 2013: 343; Karakulakoğlu ve Askeroğlu, 2018: 417). Bu kuşak Türkiye'de, "80 Sonrası Kuşak" veya "80'ler" olarak adlandırılmaktadır. Y kuşağı'nın diğer kuşaklardan en önemli farkı teknoloji meraklısı bir kuşak olmasıdır. Bu kuşak, teknolojik bir dünyanın içinde doğmuştur, teknoloji ve bilgisayarlar hayatlarının önemli bir parçasıdır. Sadece iletişim için değil, hızlı bir şekilde bilgiye ulaşmak ve birçok işi yürütmek için teknolojiden yararlanırlar (Kuyucu, 2017: 857). Bu kuşakta doğan bireyler üretimden çok tüketime dayalı olup, daha çok eğlenceyi tercih edebilmektedirler. Y kuşağı, genellikle bağımsız, girişimci, sabırsız, bireyci, sonuca odaklanan, kendine güvenen, egosu yüksek, her şeyi hemen isteyen, hemen tüketen ve bir bedel ödemek istemeyen, bürokrasiden ve ciddiyetten hiç hoşlanmayan, hız tutkunu ve çeşitlilik içeren bir kuşak bir kuşaktır (Altuntuğ, 2012: 206; Yüksekbilgili, 2013: 343).

Onlar için aile ve arkadaşlar işten daha önceliklidir. Çok çalışkan ve hırslıdır ancak işkolik değildirler (Gürsoy vd., 2008: 453). Y kuşağı için; sıkıcı bir işten zoru bir iş, esnek çalışma şartları, dolu ve dengeli bir hayat yaşamak ve yaşamdan keyif almak, özgürlük, teknoloji ve sosyal iletişim ağları ile (Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, Google+ vb.) sürekli olarak bağlantıda olabilmek oldukça önemlidir (Yüksekbilgili, 2013: 346- 347). Tam manasıyla tüketici ruhuna sahip bu kuşak, kazanmadan harcayan alışveriş severlerdendir (İnce vd., 2019: 501). Y kuşağı genellikle kimliklerini tanımlayabilecekleri ve bireyselliklerini ifade edebilecekleri markaları tercih etmektedir. Y kuşağı, kuşaklar arasında tüketim odaklı kuşak olarak bilinmektedir (Holtzhausen & Strydom, 2006: 315). Y kuşağı tüketici topluluğu için satış ve pazarlama stratejileri geliştirilirken, tüketicinin farklılık ihtiyacı göz önünde bulundurulmalıdır. Duygusal değerlere odaklanmak, odak tüketici pazarıyla marka ilişkisi kurmada ve sürdürmede başarılı olabilir. (Knight & Kim, 2007: 271).

Y kuşağı olarak isimlendirilen genç neslin boş zamanları, önceki nesillerinkinden farklıdır ve boş zamana önceki nesillere göre daha fazla vurgu yapılmaktadır (Twenge vd., 2010: 1123). Kendine özgü özellikleri, motivasyon ve beklentileri olan Y kuşağının, mevcut eğlence anlayışına değişiklikler getirmesi beklenmektedir. Bu kuşak, önceki kuşaklara kıyasla farklı deneyimler elde etmekte, farklı turizm ve rekreasyon alternatiflerine sahiptirler. Bu kuşağın doğa kullanımı ve açık alan rekreasyon kalıpları eski kuşaklardan farklı görünmektedir. Y kuşağının kaya tırmanışı,

bungee jumping, su kayağı ve snowboard gibi macera içeren rekreasyon faaliyetlerine katılma olasılığı daha yüksektir (Pitkänen vd., 2014: 210).

Z Kuşağı

2000 ve sonrasında doğan Z kuşağı, dönem aralığı henüz tamamlanmamış bir kuşak olmasından ötürü, üzerinde derinlemesine bir araştırma yapılamamıştır. Dolayısıyla kuşağın etkilendiği ya da kuşağı etkileyen olaylar tam olarak ortaya konulamamaktadır. Bu kuşağın üyesi bireylerin bir kısmı henüz çocuk yaşadıkları ve bu çocuklar teknolojik gelişmelerin içinde doğmuş, sınırsız iletişim ve ulaşım kolaylıkları ile iç içedirler. Kendilerinden önceki kuşaklardan farklı olarak, “network gençleri” olarak da anılmaktadırlar. (Karakulakoğlu ve Askeroğlu, 2018: 417). Yani Z kuşağının yaşam tarzlarını şekillendiren baskın unsur, teknoloji ve teknolojik gelişmelerdir. (Bağcı ve İçöz, 2019: 234). Z kuşağı ifadesi, bilgi teknolojileri, internet ve sosyal ağlar tarafından beslenen yeni bir sosyolojik kategoriye ifade etmektedir (Haddouche & Salomone, 2018: 69).

Bu kuşakta yer alanlar, çoğunlukla akıllı cep telefonu, tablet, dizüstü bilgisayar kullanmakta ve bu araçlarla, müzik dinlemek/ indirmek, TV izlemek, internetten video izlemek/ indirmek, sosyal ağlarda gezinmek, internette gezinmek gibi pasif etkinlikleri gerçekleştirmektedirler (Erten, 2019: 190).

E-posta gönderilmesi, SMS, beğeniler (like), Z kuşağının günlük yaşamının ayrılmaz bir parçasıdır. Her ne kadar kendileri narsist, selfie (özçekim) paylaşımı yapan vb. önceliklerini ilk planda düşünen bir kuşak olarak gösterebilirler, farklı motivasyonlara sahip olan Z kuşağı, seyahatlerinde farklılık ve çeşitlilik aramakta ve genellikle hedonist tüketim davranışı benimsemektedir. Turistik seyahatlerini planlarken son dakika kararlarını ve fırsatları araştıran, destinasyon seçimi yaparken ağızdan ağıza öneri kaynaklarını kullanan, daha çok düşük maliyetli hizmetleri tercih eden kuşaktır (Haddouche & Salomone, 2018: 70).

Bireylerin demografik özelliklerinin, boş zaman davranışları üzerine önemli etkileri vardır. Özellikle yaş faktörü, bireylerin boş zaman davranışlarının belirlenmesinde etkili olabilmektedir. Bireylerin tatil anlayışlarında, seyahat destinasyonu tercihlerinde, yeme içme alışkanlıklarında ve eğlence anlayışlarında meydana gelen değişiklikler ile yaşları arasında bir ilişki bulunmaktadır (Kotler vd., 2014; Akt.: Serçek ve Serçek, 2017: 10). Her kuşağın kendine özgü özellikleri, değer yargıları, tutumları, güçlü ve zayıf yönleri bulunmaktadır (Lower, 2008: 81). Bu nedenle, rekreasyon aktivitelerinin seçimi ve tercihinde, kuşak farklılıkları ve buna bağlı boş zaman alışkanlıkları göz önüne alınmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İnsanların rekreasyonel faaliyetlere katılabilmesi ya da katıldıkları rekreasyon faaliyetlerini uygun şekilde gerçekleştirebilmeleri için birtakım kriterlerin oluşması gerekmektedir. Bu kriterlerin bazıları, zaman, ekonomik durum, çeşitli rekreasyon alanları ve aktivitelerdir. Tüm bu unsurların yanı sıra rekreasyon faaliyetlerine katılımda önemli bir etkisi olan kriter de kuşak farklılığıdır.

Sürekli bir değişim süreci içinde olan dünyada; ekonomi, kültür, siyaset, teknoloji, sanat gibi çeşitli alanlarda yaşanan değişimler; bireylerin algılarını, beklentilerini, tercihlerini ve davranışlarını etkilemektedir. Bu noktada, birbirlerine yakın dönemlerde dünyaya gelen insanların benzer özelliklere sahip olmasını ve nesil olgusunun ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir (Sever İşçimen, 2012: 2; Seçilmiş ve Köz, 2015: 71).

Rekreasyonel faaliyetlere katılım talepleri ve eğilimleri, toplum yapısı değiştikçe değişmekte ve gelişmektedir. Gelişmiş toplumlarda, insanlar genel olarak daha hareketli, daha varlıklı, daha uzun ömürlü ve daha fazla çalışma dışı boş zamana sahip oldukları için, rekreasyon ve turizm giderek daha önemli faaliyetler haline gelmiştir (Pitkänen vd., 2014: 208).

Benzer zaman aralığında doğmuş olan bireyler, aynı dönemin etkilerini yaşamış olduklarından nispeten aynı bakış açısına sahip olarak değerlendirilmekte ve bunun bir sonucu olarak rekreasyona katılımlarında ortak tercihleri söz konusu olabilmektedir. Bunun aksine, farklı dönemlerde doğan ve farklı birtakım dönemlerden geçen bireylerin rekreasyon faaliyetleri tercihlerinin birbirlerinden farklı olması beklenmektedir. Bu nedenle kuşak ayırımı rekreasyon faaliyetleri tercihinde önemli bir kriter olarak değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

Adıgüzel, O., Batur, H. Z. ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü Ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (19), 165-182.

Akçakoyun, F. (2000). Muğla Yöresinde Bulunan Turistik Oteller Ve Tatil Köylerinde Sportif Animasyon ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Hizmet Satışlarına Etkisi. (Yüksek Lisans Tezi). Muğla: Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1), 203-212.
- Buckley, R. (2006). *Adventure Tourism*. UK: CAB International. Buckley, R. (2009). *Adventure tourism management*. Routledge.
- Burk, B., Olsen, H. & Messerli, E. (2011). Navigating the generation gap in the workplace from the perspective of Generation Y. *Parks and Recreation*, 46(5), 35–36.
- Chen, H. (2010). Advertising and generational identity: A theoretical model. In *American Academy of Advertising. Conference. Proceedings (Online)* (p. 132). American Academy of Advertising.
- Demirkaya, H., Akdemir, A., Karaman, E. ve Atan Ö. (2015). Kuşakların yönetim politikası beklentilerinin araştırılması, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(1). 186- 204.
- Erten, P. (2019). Z Kuşağının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutumları. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1), 190-202.
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A., Gündoğan, H. R. ve Alkan, B. N. (2019). Belek, Side ve Alanya Bölgelerinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinin Müşterilerine Sunduğu Rekreasyon Etkinliklerinin İçerik Analizine Yönelik Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(22), 235- 250.
- Göksel, A. ve Güneş, G. (2017). Kuşaklar arası farklılaşma: X ve Y kuşaklarının örgütsel sessizlik davranışı bağlamında analizi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(3), 807.
- Gürsoy, D., Maier, A. T. & Chi, G. C. (2008). Generational differences: An examination of work values and generational gaps in the hospitality workforce. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 448–458.
- Güçlü, C. (2017). Bilgi Kaynaklarının Seyahat Motivasyonları Üzerindeki Etkisi: Alanya Örneği. *Alanya Akademik Bakış*, 1(3), 61-79.
- Gündüz, Ş. ve Pekçetaş, T. (2018). Kuşaklar Ve Örgütsel Sessizlik/Seslilik. *İşletme Bilimi Dergisi*, 6(1), 89-115.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2017). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi Örnek Animasyon Uygulamaları*. 4. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Haddouche, H. & Salomone, C. (2018). Generation Z and the tourist experience: tourist stories and use of social networks. *Journal of Tourism Futures*. VOL. 4 NO. 1 2018, pp. 69-79, Emerald Publishing Limited. DOI 10.1108/JTF-12- 2017-0059.
- Hall, M. C. & Page, S. J. (2014). *The Geography of Tourism and Recreation Environment, Place and Space*, Fourth Edition, NY: Routledge.
- Holtzhausen, T. & Strydom, J (2006). Generation Y Consumers: Behavioral Patterns of Selected South American Students. *The Business Review Cambridge*, 5(1), 314- 331.
- İnce, M. , Bozyiğit, S. ve Tor Kadioğlu, C. (2019). Reklamlarda Ünlü Kullanımının Y Kuşağı Tüketicilerinin Materyalist Eğilimleri Üzerindeki Etkisi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 12 (4) , 496-513 . DOI: 10.25287/ohuiibf.589289.
- Jang, S. & Cai, L. A. (2002). Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13(3), 111- 133.
- Jang, S.C. & Wu, C. E. (2006). Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, 27, 306–316.
- Karakulakoğlu, S. E. ve Askeroğlu, E. D. (2018). Dijitalleşmenin Etkisinde Dönüşen Sanat ve Kuşaklar Üzerine Bir Çalışma. *Kuram Ve Araştırma Dergisi*, Sayı 47, 409- 426.
- Karaküçük, S. (2017). *Rekreasyon boş zamanları değerlendirme (6. Baskı)*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kelly, J. R. (1990). Leisure and aging: A second agenda. *Loisir et Société/Society and Leisure*, 13(1), 145-167.
- Knight, D.K. & Kim, E.Y. (2007). Japanese Consumers need for Uniqueness – Effects on Brand Perceptions and Intention, *Journal of Fashion Marketing and Management*, 11(2), 270-280.
- Kotler, P., Bowen J. & Makens, J. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. New Jersey: Prentice Hall.

- Kuyucu, M. (2017). Y Kuşağı Ve Teknoloji: Y Kuşağının İletişim Teknolojilerini Kullanım Alışkanlıkları. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5(2), 845-872.
- Leversen, I., Danielsen, A. G., Birkeland, M. S. & Samdal, O. (2012). Basic psychological need satisfaction in leisure activities and adolescents' life satisfaction. *Journal of Youth and Adolescence*, 41(12), 1588-1599.
- Lower, J. (2008). Brace Yourself Here Comes Generation Y. *Critical Care Nurse*, 28(5), 80-84.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. London: Longman.
- Metin, T. C., Kesici, M. ve Kodaş, D. (2013). Rekreasyon Olgusuna Akademisyenlerin Yaklaşımları, *Journal of Yasar University*, 30(8), 5021-5048.
- Murphy, P. E. (2012). *Tourism: A community approach* (Vol. 4). Routledge. Murray, E. J. (1964). *Motivation and Emotion*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Nawijn, J. & Merckx, C. (2021). The effect of leisure activities on life satisfaction: The importance of holiday trips. In *The human pursuit of well-being* (pp. 39-53). Springer, Dordrecht.
- Nicholls, S. (2012). *Outdoor Recreation and Tourism In U.S.*, National Climate Assessment Midwest.
- Patalano, C. (2008). A study of the relationship between generational group identification and organizational commitment: Generation X vs. Generation Y. Nova Southeastern University.
- Pitkänen, K., Puhakka, R., Semi, J. & Hall, C. M. (2014). Generation Y and second homes: Continuity and change in Finnish outdoor recreation. *Tourism Review International*, 18(3), 207-221.
- Queiri, A., Yusoff, W. F. W. & Dwaikat, N. (2014). Generation-Y Employees' Turnover: Work-Values Fit Perspective. *International Journal of Business and Management*, 9(11), p199.
- Ragoonaden, S. (2015). *Regional State of the Coast Report: Western Indian Ocean*. Edit By: Jose Paula, United Nations Environment Programme (UNEP), *Tourism and Recreation*, Chapter 28, United Nations, 373- 387.
- Said, J. & Maryono, M. (2018). Motivation and perception of tourists as push and pull factors to visit national park. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 31, p. 08022). EDP Sciences.
- Sandeen, C. (2008). Boomers, Xers, and Millennials: Who Are They and What Do They Really Want from Continuing Higher Education?. *Continuing Higher Education Review*, 72, 11-31.
- Schwarz, T. (2008). Brace Yourself Here Comes Generation Y. *Critical Care Nurse*, 28(5):, 80-85.
- Seabra, C., Vicente, M., Silva, C. & Abrantes, J. L. (2014). Motivation and involvement in international tourism. *International journal of multidisciplinary in business and science*, 2(2), 26-33.
- Seçilmiş, C. ve Köz, E. N. (2015). Sürdürülebilir Kültür Turizmi Algısının Nesillere Göre Tekrar Gelme Niyetine Etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3/3, 69-78.
- Sever İşçimen, D. (2012). Y kuşağı çalışanların iş yaşamından beklentilerinin karşılanma düzeyi ile kurumsal bağlılık arasındaki ilişki ve bir örnek uygulama. (Doktora Tezi). İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sperazza, L. J. & Banerjee, P. (2010). Baby boomers & seniors: a leisure value study. *Journal of Unconventional Parks, Tourism & Recreation Research*, 3(1).
- Taş, H. Y., Demirdöğmez, M. ve Küçüköğlü, M. (2017). Geleceğimiz olan Z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031-1048. Doi: 10.26466/opus.370345.
- Türkmen, M., Kul, M., Genç, E. ve Sarıkabak, M. (2013). Konaklama İşletmesi Yöneticilerinin Rekreasyon Algı Ve Tutumlarının Değerlendirilmesi: Batı Karadeniz Bölgesi Örneği. *Electronic Turkish Studies*, 8(8), 2139-2152.
- Twenge, J. M., Campbell, S. M., Hoffman, B. J. & Lance, C. E. (2010). Generational Differences in Work Values: Leisure and Extrinsic Values Increasing, Social and Intrinsic
- Van Vuuren, C. & Slabbert, E. (2011). Travel motivations and behaviour of tourists to a South African resort. *Tourism & Management Studies*, 295-304.
- Young, S. J., Sturts, J. R., Ross, C. M. & Kim, K. T. (2013). Generational differences and job satisfaction in leisure services. *Managing Leisure*, 18(2), 152-170.
- Yüksekbilgili, Z. (2013). Türk Tipi Y Kuşağı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45), 342-353.

Zemke, R., Raines, C. & Filipczak, B. (2013). Generations at work: Managing the clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the workplace. Unpaged, Amacom.

