



## SERBEST ZAMAN VE SPOR ENDÜSTRİSİNİN YERİ FREE TIME AND ITS PLACE OF IN THE SPORTS INDUSTRY

Mehmet KARGÜN\*

Oktay KIZAR\*\*

Yavuz Selim AĞAOĞLU\*

Abdullah CENİKLİ\*

### Öz

Serbest zaman, bireyin çalışma ve temel ihtiyaçlarını karşılama dışında dilediği şekilde değerlendirebileceği zaman olarak ifade edilmektedir. Bununla beraber serbest zamanın en verimli şekilde değerlendirilmesi, bireysel ve toplumsal faydanın sağlanabilmesi adına önemlidir. Serbest zamanın etkinliklerinin rekreasyona dönüştürülmesi, bireylerin bilgi ve beceri kazanmalarında önemli olmaktadır. Buda rekreasyona katılımı bireyler için önemli hale getirmektedir. Ancak rekreasyona katılım durumu bireylerin cinsiyetlerine, yaşlarına, medeni durumlarına veya gelirlerine bağlı olarak farklılık gösterebilmektedir. Spor endüstrisi bu farklılığı ortadan kaldırmakta ve çeşitli demografik özelliklere sahip her kesimdeki bireyi rekreasyonel spor etkinliklerine dahil edebilmektedir. Bu araştırmanın amacı, serbest zaman ve spor endüstrisinin yerinin incelenmesi ve rekreasyonel spor etkinliklerinin detaylandırılmasıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Serbest Zaman, Spor Endüstrisi, Rekreasyonel Spor Etkinlikleri.

### Abstract

Free time is expressed as a time when the individual can evaluate the work and its basic needs in any way he wishes, apart from meeting them. However, the most efficient evaluation of free time is important in order to achieve individual and social benefit. Transforming leisure activities into recreation is important for individuals to gain knowledge and skills. Buddha makes recreational participation important for individuals. However, recreational participation may vary depending on individuals' gender, age, marital status or income. The sports industry is able to eliminate this difference and include all areas with a variety of demographic features in recreational sports activities. The aim of this research is to examine the place of free time and sports industry and to determine recreational sports activities.

**Keywords:** Free Time, Sports Industry, Recreational Sports Activities.

### GİRİŞ

Bireylerin çalışma temposu içinde sınırlı serbest zamanlarını en iyi şekilde değerlendirme talepleri, eğitim ve gelir düzeyi arttıkça daha önemli bir hale gelmeye başlamıştır. Serbest zamanın değerlendirilmesi, çalışma hayatının bir parçası olarak görülmekte ve zorunluluk olarak algılanmaya başlamıştır. Serbest zamanın değerlendirilmesinde spor ve sporla ilgili tüm faaliyetler bu zorunlulukların yerine getirilmesinde önemli bir yere sahiptir. Bireylerin sosyalleşme, sağlıklı yaşam biçimi anlayışını geliştirme ve eğlenme gibi çalışma hayatından kaçış planları dahilinde rekreasyonel spor önemli bir pay almaktadır. Spora katılımın aktif veya pasif şekilde gerçekleştirilebilmesinin yanı sıra diğer boş zaman etkinliklerinden farklı olarak bir çok kesimden insanın sporla ilgilenmesi, sosyalleşme ve toplumsal bütünleşme açısından da önemli olmaktadır. Tüm bunlarla beraber popüler kültürün desteklenmesi adına medya aracılığıyla spor ve serbest zaman ilişkisi sürekli olarak kurulmakta ve iki endüstri arasındaki bağ kuvvetlendirilmeye çalışılmaktadır. Bu araştırmada serbest zaman kavramı incelenerek, rekreasyonel spor üzerinde durulmuştur.

### Serbest Zaman Kavramı

Serbest zaman kavramı, bireylerin hayatlarına sanayileşmeyle beraber girmiştir. Serbest zaman kavramı, evresel bir insan ürünü olarak kabul edilmektedir. Sanayileşmeyle beraber mesai saatleri belirlenmiş ve bu saatlerin dışında kalan zaman serbest zaman olarak nitelendirilmiştir. Serbest zaman, bireylerin uyuma, yeme-içme, çalışma gibi temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra geriye kalan zaman dilimi olarak ifade edilmektedir (Türker vd., 2016: 49-62).

\* Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Gaziosmanpaşa Üniversitesi

\*\* Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Bingöl Üniversitesi



Serbest zamanın değerlendirilmesi, önemli bir konudur. Serbest zamanın sadece vakit geçirme olarak değerlendirilmemesi ve bu zaman diliminin bireye fayda sağlayan etkinliklerle geçirilmesi önemlidir. Bireylerin serbest zamanı doğru şekilde kullanılmaları, çeşitli olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Serbest zamanın doğru şekilde kullanılmaması hem birey için hem de toplum için önemli bir kayıp olarak görülmektedir. Serbest zamanının doğru şekilde değerlendirilmesinde hangi etkinliklerin yapıldığı önem kazanmaktadır (Demir ve Demir, 2014: 74-84; Kubilay, 2015: 50-60). Bununla beraber serbest zamanı değerlendirme biçimi ve serbest zamanın bireye sağladığı fayda açısından bazı sınıflandırmalar yapılmaktadır. Dünya Serbest Zaman ve Rekreasyon Birliği tarafından yapılmakta olan sınıflandırma kapsamında serbest zamana ilişkin şu ayırım yapılmaktadır (Arslan, 2011: 2) :

- Sıradan serbest zaman faaliyetleri,
- Sistemli serbest zaman faaliyetleri.

#### **Sıradan serbest zaman faaliyetleri**

Bireyi yeterli düzeyde tatmin eden ve etkinliğe katılım için çoğunlukla eğitime ihtiyaç duyulmayan serbest zaman faaliyetleridir. Sıradan serbest zaman faaliyetlerini kişiyi tatmin edici nitelikte olmakla beraber genellikle eğlenme ve zevk almaya yönelik faaliyetleri kapsamaktadır. Bu faaliyetler bireye kısa zamanlı olarak tatmin sağlarken, kariyerleri üzerinde etkili olmaz (Stebbins, 2007: 22; Arslan, 2011: 2).

Sıradan serbest zaman faaliyetleri bazen bireyde yaratıcılığı ve yeni buluşları ön plana çıkarabilmektedir. Bu buluşlar sistematik bir çalışmanın sonucu değil anlık olarak kaydedilen sonuçlar olmaktadır. Sıradan serbest zaman etkinlikleri, yoğun olarak gerçekleştirilen faaliyetler değildir, genellikle rahatlama ve zaman değerlendirme adına yapılan etkinliklerdir. Ayrıca bu tür etkinlikler bireysel gelişimi desteklerken, bireyler arası iletişimi arttırmaktadır (Tel ve Erdoğan, 2015: 383-395).

#### **Sistemli serbest zaman faaliyetleri**

Bireylerin önemli ve ilginç buldukları bir etkinliğe düzenli ve sistematik olarak katılım göstermeleri durumudur. Bu tür etkinliklere katılan bireyler çeşitli beceriler ve bilgiler kazanabilmekte, çalışma dışı kariyerlerini olumlu yönde etkileyebilmektedirler. Sistemli serbest zaman faaliyetleri yalnızca beceri kazanmak amacıyla değil aynı zamanda eğlenmek ve zevk almak amacıyla yapılmaktadır (Brown, Francis ve Judith, 2008). Sistemli serbest zaman faaliyetlerinin taşıdıkları temel özellikler şu şekilde sıralanmaktadır (Stebbins, 2007: 22):

- Kendini gerçekleştirme,
- Kendini ifade etme,
- Öz zenginleşme,
- Yenilenme,
- Kişisel imajını geliştirme,
- Başarma duygusu,
- Sosyal etkileşim ve
- Aidiyet duygusu yaratma

#### **Rekreasyon Kavramı**

Rekreasyon kavramı, bireylerin serbest zamanlarını değerlendirmek adına ilgilendikleri aktiviteler olarak ifade edilmektedir. Bireylerin serbest zamanlarını değerlendirmek adına buldukları her türlü aktivite rekreasyon olarak tanımlanmaktadır (Karaküçük, 2014: 23). Rekreasyon, bireylerin rutin işleri dışında farklı aktivitelere gönüllü olarak katılımları durumudur. Bireyler bu tür aktiviteler kapsamında farklı deneyimler kazanır ve yaşamın rutininde kurtulurlar (Tütüncü vd., 2015). Rekreasyon, bireysel ve toplumsal anlamda fayda sağlamaktadır. Bunlar faydalar şu şekilde sıralanmaktadır (Karaküçük, 2014: 23):

##### *Kişisel yönden*

- Fiziki gelişim sağlar,
- Ruh sağlığını korur,
- Bireyler arası iletişimi destekler,
- Bireyin becerilerinin gelişmesini sağlar,
- Bireylerin yaratıcılıklarını destekler,
- İşe yönelik verimlilik artışı sağlar,
- Ekonomik hareketliliği geliştirir,



- İnsanlara mutluluk verir.

*Toplumsal yönden*

- Bireyler arası dayanışmayı olumlu yönde etkiler,
- Toplumsal bütünleşme durumunu destekler,
- Toplumda farklı kesimdeki bireylerin bir araya gelmesini sağlar,
- Toplumda demokratikleşmenin sağlanmasında önemli rol oynar.

Rekreasyon, kişilerin boş zamanlarını değerlendirmek adına başvurdukları aktiviteler olarak değerlendirilmektedir. Bununla beraber günümüzde spor, en önemli, rekreasyon olarak değerlendirilebilir. Spor etkinlikleri her yaşta ve her bütçeye sahip bireylerin rahatlıkla katılım gösterebildikleri rekreasyon olduğu için günümüzde spor endüstrisi bu durumu en iyi şekilde kullanmaktadır.

### **Spor Endüstrisi**

Spor endüstrisi, her geçen gün daha büyüyen, ekonomik ve kültürel değerleri şekillendiren önemli bir sektördür. Spor endüstrisi, bir hizmet sektörü olmakla beraber birçok sektörle ilişkili durumdadır. Küreselleşme ve gelişen teknolojilerle beraber bireyler için eğlenceli bir faaliyet olarak görülen spor, önemli bir ekonomi alanı kapsamına girmiştir.

Spor, hem kişisel hem de toplumsal sağlığın gelişmesi açısından önemli bir hizmet sektörüdür. Spor bireylerin sağlıklı yaşam davranışlarını geliştirmeye yardımcı olurken aynı zamanda bireyi eğlendiren faaliyetlerdir. Toplumsal açıdan bireyler arası iletişimi güçlendirmekte ve ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır. Günümüzde spor önemli bir ekonomik alan olarak görülmekte ve spora yapılan yatırımlar her geçen gün artmaktadır. Buda spor endüstrisinin daha çok gelişmesini sağlamaktadır (Peters, 2014: 2; Breuer vd., 2015: 187-208).

Günümüzde spor endüstrisi, küreselleşmeyle beraber sınırları ortadan kaldırmış ve eğlence endüstrisini de içine alarak kültürel bir fenomen haline gelmiştir (Gillentine, 2012: 53-62). Gelişmiş ülkelerde sporun bir endüstri olarak kabul edilmesiyle beraber spor pazarlaması kavramı güçlenmiştir. Spor pazarlaması içine sadece spor etkinliklerine katılım değil aynı zamanda sporun tüm yan ürün ve hizmetleri de girmiştir. Futbol, basketbol, beyzbol gibi popüler spor aktivitelerine katılımın yanı sıra logolu takım eşyaları, havlular veya amblemler aksuarlar gibi şeyler spor endüstrisinin önemli parçaları olarak görülmekte beraber bunlar aynı zamanda bireylerin serbest zaman etkinliklerindeki spora yönelik yapmalarını sağlamaktadırlar. Spor aynı zamanda turizm sektörüyle iç içe durumdadır. Yaz ve kış sporları kapsamında ülkelerin tanıtımları yapılmakta ve ülke ekonomilerine önemli katkılar sağlanmaktadır (Bosnjak vd., 2016: 125-134).

Spor, dil, din, rık, yaş, cinsiyet gibi farklı özellikleri göz ardı ederek ve tüm insanları kapsayan evrensel bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde medyada en fazla spor ile ilgili bilgiler ve haberler küresel boyutta takip edilmektedir (Atasoy ve Kuter, 2015: 11-22). Dünyanın çeşitli bölgelerinden yapılan şampiyonalar birçok kişi tarafından izlenmektedir. Uluslararası şampiyonalar aynı anda milyarlarca kişi tarafından takip edilmektedir (Güvercin ve Mil, 2016: 515-521). Tüm bunlar sporun evrensel bir olgu olduğunun göstergesidir. Spor endüstrisinin evrensel olması, spor pazarlamasının da uluslararası boyutta yapılmasını sağlamaktadır. Spor endüstrisi tek başına değil diğer sektörleri de içine alarak oldukça geniş bir ekonomik alanı kaplamaktadır. Ayrıca spor endüstrisi, farklı paydaş özelliklerine uygun olarak farklı tiplerde birçok ürün üretmektedir. Pitts ve Stotlar (2002) tarafından spor endüstrisinin üretmiş olduğu mal ve hizmetler şu şekilde sıralanmaktadır:

- Spor branşları, aktif katılım ürünleridir. Branşlara aktif katılım ile ürün elde edilebilmektedir.
- Spor branşlarını izleme durumu pasif katılımdır. Spor branşını bulunduğu yerden veya medyadan izleme durumu pasif katılımı ifade etmektedir.
- Spor etkinliklerine aktif veya pasif katılım durumunda ihtiyaç duyulan araç-gereçler spor ürünleri olarak tanımlanmaktadır.
- Spor branşlarına ait etkinliklerin tutundurulmasına yönelik olarak tasarlanan logolu tüm spor malzemeleri ve aksuarlar, spor ürünleri olarak ifade edilmektedir.
- Spor tesislerinin tamamı spor ürünüdür. Bunların yapımı, alt yapı ve yenileme çalışmalar, tutundurma ve pazarlama faaliyetleri kapsamında yer almaktadır.
- Spor ürünlerine yönelik tamir ve tadilat yapan çeşitli işletmelerde spor endüstrisi içinde yer almaktadır. Futbol topu üretimi, basketbol sahalarının bakımı gibi ürün ve hizmet sunan işletmelerin üretmiş oldukları da spor ürünü olarak tanımlanmaktadır.



- Rekreatif spor etkinlikleri spor ürünü olarak ifade edilmektedir.
- Spor organizasyonlarına yönelik olarak spor turizmi pazarlayan acenteler veya organizasyon şirketleri de spor ürünleri üretmektedirler.
- Medyanın sporlar ilgili sunmuş olduğu her türlü bilgi ve haber, spor ürünü olarak tanımlanmaktadır.

### **Spor Endüstrisinin Serbest Zamanda Yeri**

Spor ile direkt ilişkili olan endüstrilerden biri serbest zaman endüstrisidir. Serbest zaman faaliyetleri, bireylerin boş zamanlarını istedikleri şekilde ve gönüllü katılımları ile gerçekleştirdikleri etkinlikleri kapsamaktadır. (Elkington ve Stebbins, 2014: 8). Ülkelerin gelişmişlik seviyeleri arttıkça serbest zaman etkinlikleri de bireyler için daha önemli bir hal almaktadır. Eğitim ve gelir seviyesinin yükselerek çalışma saatlerinin azalması, tüketim kültürünü egemen bir hale getirmektedir. Bireylerin toplum içinde kendilerini iyi hissetme dürtüleri artmakta, bu da serbest zaman etkinliklerini önemli hale getirmektedir. Bireyler boş zamanlarını değerlendirmek ve gelişimlerine katkı sağlamak adına serbest zaman etkinliklerine önem vermekte bu da serbest zaman endüstrisinin sürekli olarak büyümesini sağlamaktadır (Stenseng vd., 2015: 1117-1129; Chelladurai ve Kerwin, 2017).

Kapitalizm ve beraberinde getirdiği tüketim kültürü, bireylerin boş zamanlarını dahi paraya dönüştürmeye çalışmaktadır (Dağtaş ve Dağtaş, 2006: 5-30). Boş zamanın değerlendirilmesine yönelik talebin artması ve artan gelir ve eğitim düzeyi doğrultusunda boş zaman etkinliklerine daha fazla para harcanmaya başlanması, birçok sektörü içinde bulunduran boş zaman endüstrisini meydana getirmiştir. Bunlardan en önemlilerinden biri de spor endüstrisidir (Bruner vd., 2014: 187-208).

Spor endüstrisi ve serbest zaman endüstrisi oldukça geniş ve farklı sektörleri içlerinden barındıran, ekonomi içinde önemli yere sahip olan sektörlerdir. İki sektörde sadece ekonomik büyümeye katkı sağlamakla kalmamakta aynı zamanda diğer sektörlerinde büyümesine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle spor ve serbest zaman endüstrisinin bir araya gelmesi, ekonomiye önemli katkılar sağlamaktadır Spor ve serbest zaman endüstrisinin bir araya gelmesini etkileyen çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Mclean ve Hurd, 2012):

- Yeni ve farklı spor, fitness ve rekreatif spor etkinliklerinin artması
- Spor branşlarına yönelik organizasyonların artması
- Bireylerin boş zamanlarının fazlaşması
- Kitle iletişim araçlarına ulaşımın kolaylığı
- Sporla ilgili ürün ve malzemelerindeki artış.

Geçmişten günümüze kadar olan dönemde birçok spor branşı ortaya çıkmış ve bireyler bu sporlara aktif veya pasif şekilde katılım göstermişlerdir ve göstermektedirler. Spor, rekreasyon faaliyetlerinden önce askeri amaçlı olarak insan hayatına girmiştir. Tarihte yapılan ilk olimpiyatlarda, okuçuluk, boks, koşu gibi askeri eğitimleri kapsayan spor branşları ağırlıklı olarak görülmektedir. Daha sonraları spor, dini inançlar ve festivaller kapsamında yeniden şekillenmiştir. 1900'lü yıllardan sonra sanayileşmenin hız kazanmasıyla beraber spor, rekreasyon aktivitelerine dahil edilmiştir. Spor branşlarında profesyonelleşme ve "sağlıklı yaşam" amaçları kapsamında spor, insan hayatında daha fazla yer almaya başlamıştır.

Bireylerin boş zamanlarındaki artış ve "sağlıklı yaşam" anlayışının benimsenmeye başlanmasıyla beraber spora olan ilgi giderek artmıştır. Spor, fitness ve rekreasyon etkinliklerindeki artış, bireylerin boş zamanlarını sporla değerlendirme istediğine bağlı olarak gelişmiştir. Özellikle günümüzde fitness, sağlıklı yaşam anlayışının bir parçası olarak görülmüş ve bu alanda yeni bir sektör oluşmuştur. Pilates, zumba, spinning, body pump gibi birçok dalda fitness aktiviteleri bulunmakta ve bireyler boş zamanlarını bu aktiviteler ile sıklıkla değerlendirmektedirler. Bu etkinlikler bireylerin aktif katılım sağladıkları önemli aktiviteler olarak görülmektedir (Andreasson ve Johansson, 2014: 91-111; Koçak vd., 2017: 38-46).

Günümüzde iş saatlerinin giderek azalması, bireylerin daha fazla serbest zamana sahip olmasını sağlamıştır. 1900'lü yıllardan sonra çalışma sürelerinin azaltılması ve bireylerin boş zamanlarının artırılması bir devlet politikası olarak ele alınmaya başlanmıştır. ABD'de 1860 yıllarında bireylerin haftalık çalışma saatleri 69,7 saat iken, 2009 yılında haftalık çalışma saati 38 saate kadar düşmüştür (Mclean ve Hurd, 2012). Serbest zamanı artmış, eğitim ve gelir düzeyi yüksek bireyler için "sağlıklı yaşam", "kendini gerçekleştirme", "iyi olma hali (wellness)", "sosyalleşme" ve "kaçış" gibi birçok faktöre bağlı olarak rekreatif spor aktivitelerine olan katılım artmıştır.



Sporun, popüler kültürün bir parçası olması ve her kesimden bireyin bir şekilde sporla ilgilenmesi, serbest zaman etkinliği olarak sporu ön plana çıkarmaktadır (Storey, 2016). Medya kanalları aracılığıyla da bireylerin spora yönelimleri arttırılmaktadır. Spor medyası günün her saatinde izlenebilmekte, spor yayınlarına kolaylıkla ulaşılabilir. Özellikle futbol, spor endüstrisi içinde en önemli payı almakta ve medya tarafından sürekli olarak desteklenmektedir. Futbola aktif ve pasif katılımın diğer sporlara göre daha kolay olması, bireylerin futbola olan yönelimlerini arttırmaktadır. Futbol evrensel bir spor olarak dünya ülkelerinde en fazla takip edilen spordur ve bireyler boş zamanlarını futbol ile değerlendirmeyi sıklıkla tercih etmektedirler (McDonagh, 2017: 7-11).

## SONUÇ

Bireylerin aktif veya pasif katılım sağlayarak serbest zamanlarını değerlendirdikleri spor etkinlikleri rekreasyonel spor olarak ifade edilmektedir. Rekreasyonel sporun yaratmış olduğu ekonomi özellikle 1900'lü yıllardan sonra büyümüş ve küresel boyutlara ulaşmıştır. 1900'lü yıllardan sonra sanayileşmenin getirmiş olduğu yeni çalışma koşulları kapsamında bireylerin serbest zamanları artmış ve bu serbest zamanların spor ile değerlendirilmesi oldukça popüler olarak görülmeye başlanmıştır. Bireyler popüler kültürün parçası olarak profesyonel spor organizasyonlarına pasif katılımları ve sağlıklı yaşam anlayışı çerçevesinde fitness gibi bireysel sporlara aktif katılımları, günümüzde en yaygın rekreasyonel spor faaliyetleri olarak tanımlanabilir. Özellikle rekreasyonel spor medya aracılığıyla desteklenmekte, bireylerin boş zamanlarını değerlendirme spor yönelimlerini şekillendirmektedir. Tüketim kültürünün bir parçası olarak spor ve serbest zaman endüstrileri birlikte çalışmakta ve bireylerin para harcayarak serbest zamanlarını değerlendirmeleri istenmektedir. Böylece spor ve serbest zaman endüstrileri sürekli olarak büyümekte ve gelişmektedir.

## KAYNAKÇA

- Andreasson, J., & Johansson, T. (2014). The fitness revolution. Historical transformations in the global gym and fitness culture. *Sport science review*, 23(3-4), 91-111.
- Arslan, S. (2011). Serbest Zaman Kullanımı: Sıradan Serbest Zaman Etkinlikleri ve Sistemli Serbest Zaman Etkinlikleri. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, C. 13, s.2.
- Atasoy, B., & Kuter, F. Ö. (2015). Küreselleşme ve Spor. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 11-22.
- Bosnjak, M., Brown, C. A., Lee, D. J., Yu, G. B., & Sirgy, M. J. (2016). Self-expressiveness in sport tourism: Determinants and consequences. *Journal of Travel Research*, 55(1), 125-134.
- Breuer, C., Feiler, S., & Wicker, P. (2015). Sport clubs in Germany. In *Sport clubs in Europe*, (pp. 187-208). Springer, Cham.
- Brown, C. A. Francis, M. Judith, V. (2008). The Link Between Successful Aging and Serious Leisure. *Int'l. J. Aging and Human Development*. 66 (1), s.73-95.
- Bruner, M. W., Balish, S. M., Forrest, C. K., Brown, S., Webber, K., Gray, E. & Shields, C. (2014). Social identity and positive youth development in recreational sport. *Journal of Exercise, Movement, and Sport*, 46(1), 98.
- Chelladurai, P., & Kerwin, S. (2017). *Human resource management in sport and recreation*. Human Kinetics.
- Dağtaş, E. ve Dağtaş, B. (2006). Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, 4 (14), 5-30.
- Demir, M., & Demir, S. S. (2014). İşgörenlerin Serbest Zaman Gereksinimi ve Serbest Zaman Doyumunu Etkileyen Faktörler. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 2(3), 74-84.
- Elkington, S. and Stebbins, R. A. (2014). *The Serious Leisure Perspective: An Introduction*. London: Taylor & Francis.
- Gillentine, A. (2012). Encouraging A Paradigm Shift in Sport Management. A. Gillentine, R.E. Baker ve J. Cuneen (Eds). *Critical Essays in Sport Management: Exploring and Achieving A Paradigm Shift* içinde (pp. 53-62). Scottsdale: Holcomb Hathaway.
- Güvercin, A., & Mil, H. İ. (2016). The Factors That Affect the Development of Sports Industry as an Economy. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 4(2), 515-521.
- Karaküçük, S. (2014). *Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme*. 7. Baskı. Ankara.
- Koçak, Y., Tukul, U., Tolan, B., Gümüş, H., & Tolukan, E. (2017). Spor ve Sağlıklı Yaşam Merkezlerinde Hizmet Kalitesine Yönelik Müşteri Beklentilerinin ve Algılarının Analizi (Afyonkarahisar İli Örneği). *International Journal of Recreation and Sports Science*, 1(1), 38-46.
- Kubilay, Ö. (2015). Ölçek Geliştirme: Serbest Zaman Fiziksel Aktivite Kısıtlayıcıları (SZFA-K). *Spor Bilimleri Dergisi*, 23(2), 50-60.
- McDonagh, P. (2017). Football-marketplace icon?. *Consumption Markets & Culture*, 20(1), 7-11.
- Mclean, D. and Hurd, A. (2012). *Recreation and Leisure in Modern Society*. London: Jones & Bartlett Learning.
- Peters, N. (2014). *Determining the demand for recreational sport at a university*. Doctoral dissertation. Magister in Business Administration at the Potchefstroom Campus of the North-West University.
- Pitts, B. G. and Stotlar, D. K. (2002). *Fundamentals of Sport Marketing*. (2nd edition), Morgantown: Fitness Information Technology.
- Stebbins, Robert. A. (2007). *Serious Leisure: A Perspective for Our Time*. p.22.
- Stenseng, F., Forest, J., & Curran, T. (2015). Positive emotions in recreational sport activities: The role of passion and belongingness. *Journal of Happiness Studies*, 16(5), 1117-1129.
- Storey, J. (2016). *Popular Culture*. Materiality and Popular Culture: The Popular Life of Things.
- Tel, M. ve Erdoğan, R. (2015). Doktorların Boş Zaman Etkinliğine Katılma Durumlarının İncelenmesi. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 3(4), 383-395.
- Türker, N., Ölçer, H., & Aydın, A. (2016). Yerel Halkın serbest zaman değerlendirme alışkanlıkları: Safranbolu Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 49-62.
- Tütüncü, Ö., Aydın, İ., Küçükusta, D., Avcı, N. & Taş, İ. (2015). Üniversite öğrencilerinin rekreasyon faaliyetlerine katılımını etkileyen unsurların analizi. *Spor Bilimleri Dergisi*, 22(2), 69-83.