

*Field : Recreation*

*Type : Research Article*

*Received: 20.07.2016 - Accepted: 24.10.2016*

## Rekreasyonel Etkinliklere Yönelik Fitnes Katılımcılarının İlgilenim Düzeyleri: Demografik Özelliklere Göre Durumu

İsmail AYDIN, Fatih YAŞARTÜRK

Bartın Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Bartın, TÜRKİYE

E-Posta: [ismail.aydin2013@gmail.com](mailto:ismail.aydin2013@gmail.com)

### Öz

Bu araştırmanın amacı, çeşitli fitnes merkezlerinde üye olan bireylerin rekreasyonel etkinliklere yönelik ilgilenim düzeylerinin çeşitli demografik bilgilerine göre belirlenmesidir. Araştırmaya, Ankara ilinde 5 farklı fitnes merkezine üye 384 erkek 174 kadın toplam 585 kişi katılmıştır. Katılımcıların yaş ortalamaları  $26.87 \pm 8.734$  dir. Araştırmada, Kyle ve diğeleri (2007) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Gürbüz ve diğeleri (2015) tarafından yapılan “Serbest Zaman ilgilenim ölçeği: SZİÖ (A Modified Involvement Scale: MIS) kullanılmıştır. Verilerin analizinde; katılımcıların demografik özelliklerine göre, serbest zaman ilgilenimlerini belirlemek için MANOVA ve Person Korelasyon testleri uygulanmıştır. Çalışmanın güvenilirlik düzeyi Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı ile hesaplanmıştır. Gruplar arasındaki farklılıkları belirlemek için ise TUKEY testi kullanılmıştır. Araştırma bulgularında; MANOVA test sonuçlarında “eğitim”, “haftalık kullanım sıklığı”, “günlük harcanan zaman” değişkenlerine göre SZİÖ toplam puanlarında anlamlı bir fark bulunmuştur ( $p<0,05$ ). SZİÖ ile Eğitim ve Günlük Kullanım Sıklığı değişkenleri arasındaki ilişkiyi değerlendirmek için yapılan Pearson Korelasyon testine göre SZİÖ ve Eğitim değişkeni arasında düşük ve negatif yönde; SZİÖ ve Günlük Kullanım Sıklığı değişkeni arasında düşük ve pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak; katılımcıların serbest zaman ilgilenim düzeylerinin çeşitli demografik özelliklerine göre etkilendiği ve değiştiği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Tüketici davranışı, ilgilenim, rekreasyonel etkinlik, rekreasyon, serbest zaman

## **Level of Involvement of Fitness Participants towards Recreational Activities: the Status with Refence to Various Demographics of them**

### **Abstract**

The aim of this study was to determine the statu with reference of their various demographics of the levels towards recreational activities of involvement of the individuals who are a member of several fitness centers. In total, 558 voluntary participants who are members of six separate fitness centers in Ankara (384 male and 174 female) participated to the study. Participants' average of age is  $26.87 \pm 8.734$ . In the study In the study, A Modified Involvement Scale: MIS developed by Kyle and et.al. (2007) was used for data collection. Turkish version of the scales was conducted by Gürbüz and et.al. In the analysis of data; to determine the differences in leisure involvement and happiness level according to the demographic characteristics of the participants. MANOVA and Person Correlation were applied. The reliability co-efficient of study was assessed by Cronbach Alpha Co-efficient. As to differences between groups, Tukey test was used to determine those. In the findings of the research, a significant difference was found in results of MANOVA in the SZİÖ total score according to "education level", "weekly frequency of use in fitness", "daily time spent in fitness" ( $p < 0.05$ ). With respect to the results of pearson correlation made in oder to evaluate the relationship between total scores of SZİÖ and Education Level as well as Daily frequency of use, a low and positive relation was found between Daily Frequency and SZİÖ while a low and negative relation was found between Education Level and SZİÖ. A result, it was determined that the leisure involvement leve of the participants changes according to the various demographic characteristics of them and is impressed by them.

**Keywords:** Consumer behaviour, involvement, recreational activity, recreation, leisure

## Giriş

Serbest zaman etkinliklerinin insanların yaşantısına önemli katkılar yaptığı görülmektedir. Bu durumun farkına varan toplumlar serbest zamanlarını olumlu yönde değerlendirmek için çeşitli arayış içine girdikleri söylenebilir. İşte, bireylerin bu farklılıkları arayışları “fiziksel rekreasyonel etkinliklerde ilgilenim” kavramına öne çıkmasını sağlamıştır. Fiziksel rekreasyonel etkinliklere katılan bireylerde serbest zaman ilgilenim düzeylerinin çeşitli demografik değişkenlere göre belirlemek için yapılacak bir araştırmanın, bireylerin serbest zamanlarını daha kaliteli yönde değerlendirmelerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Kişinin çevre ile olan etkileşim süreci olarak tanımlanabilen insan davranışı, temelde tüketici davranışının ana yapısını oluşturur (Odabaşı ve Barış, 2007). Tüketici davranışı, tüketicinin bir ürün veya hizmete ihtiyaç hissetmesinden başlayarak, onu nereden, nasıl satın alacağına dair geçen süreçlerine kadar ele almaktadır (Altunışık, 2006). Tüketicilerin tüketim süreçlerinde gerçekleştirdiği eylemler ve deneyimlere yönelik düşüncelerini ve duygularını ele alan (Okumuş, 2013) tüketici davranışları, bir mal ve hizmeti satın almadan önce yaptıkları değerlendirme, satın alacakları malları kullanma şekilleri ve kullandıktan sonraki tutum ve davranışları olarak tanımlanmaktadır (Erdem, 2006).

İnsan yaşamının vazgeçilmez faaliyetlerinden biri olan tüketim konusunda bireyler, tüketim süresinin farklı aşamalarında çok sayıda karar vermek durumunda kalırlar (İslamoğlu ve Altunışık, 2010). Bireylerin tüketim sürecine yönelik bu kararları sosya-kültürel, kişisel, ekonomik ve psikolojik faktörler tarafından etkilendiği bilinmektedir (Penpece, 2006). Özellikle, ilk olarak sosyal psikoloji alanında ortaya atılan (Sherif ve Cantril, 1947; Akt. James ve Shelby, 1984) ve tüketici davranışları literatüründe de kullanılmaya başlanan (Krugman, 1965, Kandemir ve diğerleri, 2013), ilgilenim kavramının bireylerin herhangi bir ürün veya hizmeti satın alma sürecini etkilediği söylenebilir (Solomon, 2013).

Literatürde en sık kullanılan kavramlardan biri olsa da ilgilenimin tanımına yönelik üzerinde fikir birliği oluşmuş bir yargı söz konusu değildir. Dolayısıyla, araştırmacılar, bu kavramı farklı şekilde tanımlamışlardır (Johnson ve Eagly, 1989; Kandemir ve diğerleri, 2013). Liang ve Wang (2008) kavramın bir uyarana karşı bireylerin gösterdiği psikolojik/duygusal bağın yoğunluğu olarak tanımlarken; Zaichkowsky (1985) ise bireylerin ilgi alanlarına bağlı olarak ürün veya hizmete karşı duydukları yakınlık derecesi olarak tanımlamıştır.

1960’lı yıllarda dünya ekonomisindeki hızlı gelişime paralel olarak toplumda oluşan yeni yapı “post endüstriyel toplum” olarak tanımlanmaktadır. Toplumun tüketime dayalı temel eğilimleri doğrultusunda rekreasyon aktivitelerinin de tüketime dayalı ve tüketimi destekleyen bir model olduğu (Aktaş, 2011) ve serbest zaman etkinliğinden bahsedildiğinde bir hizmet (ürün) kullanımı söz konusu (Kapferer ve Laurent, 1985) olduğu söylenebilir. İnsanların farklı yaşlarda farklı yaşam tarzlarına sahip olması, meslek faktörünün belirli mallara ihtiyaç ve istek oluşturması, kişinin içinde bulunduğu ekonomik durumun marka seçimini etkilemesi gibi insanların ne tür ürün ya da hizmetleri talep edeceklerini belirleyen faktörlerin başında kişilerin demografik özellikleri gelmektedir (Cömert ve Durmaz, 2011).

“Tüketici davranışı, ilgilenim, rekreasyonel etkinlik, rekreasyon, serbest zaman” anahtar kelimeleri kullanılarak, Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) Ulusal Tez Merkezi, Dergi Park, Web of Science, EBSCO veri tabanlarında yapılan araştırmada fiziksel rekreasyonel etkinliklerde ilgilenim düzeyinin bireylerin demografik özelliklerine yönelik değerlendiren herhangi bir araştırma tespit edilmemiştir. Ancak, ASOS veri tabanında yapılan araştırmada benzer bir çalışma tespit edilmiştir. Yetim (2013) konusunda ilgilenim kavramının davranış

boyutuna değinmiştir. İlgilenim kavramının farklı ölçüm aracıyla kişilerin demografik özelliklere yönelik yapılacak bir araştırmanın rekreasyon literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## Materyal ve Metod

Betimsel araştırma modelindeki bu çalışmanın grubunda, Ankara ilinde 5 farklı fitness merkezine üye 384 erkek 174 kadın toplam 585 kişi katılmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak; araştırmacılar tarafından geliştirilen ‘Kişisel Bilgi Formu’ ve bireylerin ilgilenim düzeylerini belirlemek amacıyla Gürbüz ve Ark. (2015) tarafından geliştirilen ‘Serbest Zaman İlgilenim Ölçeği’ kullanılmıştır. Toplam 15 madde (a) Çekicilik, (b) Önem Verme, (c) Sosyal İlişki, (d) Özdeşleşme, (e) Kendini İfade gibi 5 alt boyuttan oluşan ölçekte yer alan ifadeler 5’li Likert tipi (1) ‘Kesinlikle Katılmıyorum’ ve (5) ‘Tamamen Katılıyorum’ şeklinde puanlanmaktadır. Elde edilen verilerin analizinde tek faktörlü MANOVA, Pearson Korelasyon testleri kullanılmıştır. Bu çalışma için ölçeğin alt boyutları güvenilirliklerini belirlemek için de Cronbach Alpha iç tutarlık katsayıları hesaplanmıştır (Cronbach, 1951). Analizlerde anlamlılık düzeyi  $\alpha=0,05$  olarak alınmıştır.

## Bulgular

Çalışma kapsamındaki katılımcıların, SZİÖ’nden aldıkları toplam puanların aritmetik ortalaması 3,27 ve standart sapması 0,72’dir. Tablo 1 incelendiğinde faktör düzeyinde ise en düşük ortalamanın ‘önem verme’ boyutunda (3,00), en yüksek ortalamanın ise ‘çekicilik’ boyutunda (3,40) olduğu görülmektedir.

**Tablo 1.** Ölçek Puanlarının Dağılımı

	Madde Sayısı	N	X	Ss.	Çarpıklık	Basıklık
<b>Çekicilik</b>	<b>3</b>	<b>558</b>	<b>3,40</b>	<b>,952</b>	<b>-,308</b>	<b>-,312</b>
<b>Önem Verme</b>	<b>3</b>	<b>558</b>	<b>3,00</b>	<b>,894</b>	<b>,046</b>	<b>-,394</b>
<b>Sosyal İlişki</b>	<b>3</b>	<b>558</b>	<b>3,36</b>	<b>,922</b>	<b>-,512</b>	<b>-,132</b>
<b>Özdeşleşme</b>	<b>3</b>	<b>558</b>	<b>3,32</b>	<b>,862</b>	<b>-,312</b>	<b>-,118</b>
<b>Kendini İfade</b>	<b>3</b>	<b>558</b>	<b>3,27</b>	<b>,909</b>	<b>-,277</b>	<b>-,376</b>
<b>SZİÖ Toplam</b>	<b>15</b>	<b>558</b>	<b>3,27</b>	<b>,723</b>	<b>-,300</b>	<b>,226</b>

MANOVA sonuçları, ‘eğitim’ değişkeninin SZİÖ alt faktörler düzeyindeki etkisinin anlamlı olduğu görülmektedir [ $\lambda$  0,979 F(1,556) =2,311,  $p<0,05$ ]. Ortalama değerler incelendiğinde; “önem verme”, “sosyal ilişki”, “özdeşleşme” ve “kendin ifade” etme alt boyutlarında ‘lise’ grubunun daha yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir (Tablo 2). ‘Haftalık kullanım sıklığı’ değişkeninin ise SZİÖ alt faktörleri üzerindeki temel etkisinin anlamlı olduğu tespit

edilmiştir [ $\lambda$  0,957  $F(2,555) = 2,471$ ,  $p < 0,05$ ]. Anlamlı farklılığın elde edilmesinden sonra bu farklılığın hangi gruplar arasında kaynaklandığını belirlemek amacıyla TUKEY testi kullanılmış; bu farklılığın “çekicilik”, “önem verme” ve “sosyal ilişki” boyutlarında ‘5gün ve üstü’ grubunun lehine olduğu görülmektedir (Tablo 2).

**Tablo 2.** Bağımsız Değişkenlere Göre Ölçek Puanlarının Dağılımı (MANOVA)

Faktör	Lise (N=228)		Üniversite (N=330)		1-2 gün (N=64)		3-4 gün (N=216)		5 gün ve üstü (N=278)	
	Ort.	Ss	Ort.	Ss	Ort.	Ss	Ort.	Ss	Ort.	Ss
F1	3,54	,945	3,31	,946	3,02	,980	3,33	,875	3,54	,976
F2	3,31	,928	2,91	,860	2,83	,999	2,88	,792	3,14	,926
F3	3,48	,926	3,32	,910	3,21	1,00	3,27	,862	3,47	,937
F4	3,43	,853	3,25	,862	3,23	,873	3,28	,869	3,38	,854
F5	3,39	,929	3,20	,888	3,10	,959	3,22	,882	3,35	,913

(F1: Çekicilik, F2: Önem Verme, F3: Sosyal İlişki, F4: Özdeşleşme, F5: Kendini İfade)

Tablo 3’ de ‘günlük harcanan zaman’ değişkeninin SZİÖ alt faktörler düzeyindeki etkisinin anlamlı olduğu görülmektedir [ $\lambda$  0,958  $F(2,555) = 2,404$ ,  $p < 0,05$ ]. Tukey testine göre, bu farklılıkların “çekicilik”, “önem verme”, “sosyal ilişki” alt boyutlarında ‘3saat ve üstü’ üstü grubunun daha yüksek ortalamaya sahip olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 3.** Bağımsız Değişkenlere Göre Ölçek Puanlarının Dağılımı (MANOVA)

Faktör	1 saat ve altı (N=109)		2 saat (N=344)		3 saat ve üstü (N=105)	
	Ort.	Ss	Ort.	Ss	Ort.	Ss
F1	3,20	,992	3,47	,937	3,37	,935
F2	2,72	,836	3,06	,883	3,12	,935
F3	3,08	1,01	3,42	,885	3,45	,897
F4	3,15	,925	3,35	,858	3,42	,790
F5	3,12	,921	3,33	,879	3,26	,981

(F1: Çekicilik, F2: Önem Verme, F3: Sosyal İlişki, F4: Özdeşleşme, F5: Kendini İfade)

Katılımcıların SZİÖ alt faktörlerinden aldıkları puan ile ‘eğitim’ durumu değişkeni arasındaki korelasyon katsayısı negatif ve düşük yönde; aynı faktörler ile ‘günlük kullanım sıklığı’ değişkeni arasındaki korelasyon katsayısı ise pozitif yönde anlamlı bulunmuştur (Tablo 4).

**Tablo 4.** SZİÖ Puanları, Eğitim ve Günlük Kullanım Sıklığı Korelasyon Sonuçları

	F1	F2	F3	F4	F5
Eğitim	-,119	-,123	-,109	-,104	-,102
Günlük Kullanım Sıklığı	,174	,140	,112	,129	,097

(F1: Çekicilik, F2: Önem Verme, F3: Sosyal İlişki, F4: Özdeşleşme, F5: Kendini İfade)

### Tartışma ve Sonuç

Yapılan analizlerde eğitim değişkeninin SZİÖ alt boyutları üzerinde etkisinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Tablo 1’de ortalama değerler incelendiğinde; tüm alt boyutlarında lise mezunu olan bireylerin, üniversite mezunu olanlara göre daha yüksek değere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Alanyazını incelendiğinde araştırma sonucu desteklemeyen bulgular mevcuttur. Havitz ve diğerleri (2013), Yetim (2014) ve Yüksel (2015) yaptıkları çalışmalarda, eğitim seviyesinin belirleyici bir değişken olduğunu tespit etmişler ve eğitim seviyesinin yükselmesiyle ilgilenim düzeylerinin de yükseldiği sonucuna ulaşmışlardır.

Madrigal ve diğerleri (1992) eğitim seviyesi ile serbest zaman ilgilenimin “çekicilik” alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık tespit etmiştir. Taniguchi ve Shupe’e göre (2014) bu durumun sebebi, yüksek eğitim beraberinde iyi bir iş imkânı getirmesidir. Eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin mesleklerinde sürekli kariyer, unvan gibi düşüncelerden dolayı streslerle karşı karşıya kalmaktadır. Stresle karşı karşıya kalan bireyler serbest zamanlarında kendilerini rahatlatmak amacıyla sportif etkinliklere yönelmektedir. Bu tür sebeplerden dolayı sportif etkinlikleri yönelen bireylerin ilgilenim düzeylerinin yüksek olmasının ilk şartı etkinlikleri “çekici” görmesidir.

Haftalık kullanım sıklığı değişkeninin SZİÖ alt boyutları üzerindeki temel etkisinin anlamlı olduğu, bu etkinin “çekicilik”, “önem verme” ve “sosyal ilişki”, alt boyut puanlarında olduğu ve tüm alt boyutlarda 5 gün ve üstü fitness merkezlerine giden kişilerin ilgilenim düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Tablo 2). Bu durum bize ilgilenim düzeyinin yükselmesiyle bireylerin bu etkinliklere katılım sıklığının da arttığını göstermektedir ki alan yazında eldeki çalışmayı destekler niteliktedir (Wiley ve diğerleri,2000; Yetim, 2014).

Günlük kullanım sıklığı değişkeninin SZİÖ alt boyutları üzerindeki temel etkisinin anlamlı olduğu, bu etkinin “çekicilik”, “önem verme”, “sosyal ilişki” ve “özdeşleşme” boyut puanlarının anlamlı farklılık yarattığı tespit edilmiştir. Ortalama değerlere bakıldığında “çekicilik” alt boyutunda 2 saat egzersiz yapanların, diğer alt boyutlarda ise 3 saat ve üstü egzersiz yapan bireylerin ilgilenim düzeylerinin diğer gruplara göre daha yüksek bulunmuştur (Tablo 3) Haftalık kullanım sıklığı değişkeninde kullanım sıklığının artmasıyla ilgilenim düzeyinin artmasına benzer şekilde, serbest zaman etkinlikleri için harcanan günlük zaman arttıkça bireylerin ilgilenim düzeyleri de artmaktadır. Başka bir ifadeyle, bireylerin etkinlik için günlük harcadıkları zamanın artmasıyla paralel olarak ilgilenim düzeyleri de artmaktadır. Nitekim ilgilenim alanyazındaki (Brey ve Lehto,2007) çalışmalar bu değerlendirmeyi doğrular niteliktedir. Alanyazın incelendiğinde, bu çalışmayla paralellik gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin, Taniguchi ve Shupe (2014) çalışmasında

katılımcıların genellikle günlük fitness merkezlerinde geçirdikleri zaman ortalama 2-3, Ayas (2013) çalışmasında ise 1-2 saat olduğu tespit edilmiştir.

Farklı değişkenlere göre serbest zaman ilgilenim düzeylerinde ortaya çıkan farklılıkların ortaya konulmaya çalışıldığı bu çalışmanın temel kısıtlılığı sınırlı bir katılımcı grubu ile yapılmış olmasıdır. Ancak çalışmanın bu kapsamda yapılan ilk araştırmalar arasında olması ve ileride daha fazla katılımcı sayısı ile yapılacak çalışmalara yol gösterebileceği düşüncesi güçlü yönünü sergilemektedir. Ayrıca, bu yönde yapılacak çalışmaların rekreasyon literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

Aktaş GG (2011). Çağdaş alışveriş merkezlerinde rekreasyonel iç mekan organizasyonu önerileri. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1): 1-13.

Altunışık R (2006). *Modern pazarlama*. (7. Baskı). İstanbul: Değişim Yayınevi.

Ayas S (2013). Rekreasyon amaçlı spor tesisi olarak fitness merkezlerinde müşteri profilini belirlemeye yönelik bir araştırma (Edirne ili örneği). *Yüksek Lisans Tezi*, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

Brey ET, Lehto XY (2007). The relationship between daily and vacation activities. *Annals of Tourism Research*, 3: 160–180.

Cömert Y, Durmaz Y (2011). Tüketicinin tatmini ile satın alma davranışlarını etkileyen faktörlere bütünlük yaklaşım ve adyaman ilinde bir alan çalışması. *Journal of Yaşar University*, 1(4): 351-375.

Cronbach LJ (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16: 297-334.

Erdem A (2006). Tüketici odaklı bütünlük pazarlama iletişimi (1. Baskı). Ankara: Nobel Yayınevi.

Havitz ME, Kaczynski AT, Mannell RC (2013). Exploring relationships between physical activity, leisure involvement, self-efficacy, and motivation via participant segmentation. *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 35(1): 45-62.

Johnson BT, Eagly AH (1989). Effects of involvement on persuasion: a meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 106(2): 290-314.

Kandemir D, Atakan SS, Demirci C (2013). İlgilenim kavramı ve Türkçe ilgilenim ölçeklerinin değerlendirilmesi: tüketici ilgilenimi, sürekli ilgilenim ve satın alma kararı ilgilenimi. *İşletme ve Finans*, 28(330): 21-48.

Kapferer JN, Laurent G (1985). Consumers' involvement profile: new empirical results. in *NA - Advances in Consumer Research*, 12(1): 290-295.

Krugman H (1965). The impact of television advertising: learning without involvement. *Public Opinion Quarterly*, 29(3): 349–356.

Liang C, Wang W (2008). Do loyal and more involved customers reciprocate retailer's relationship efforts? *Journal of Services Research*, 8(1): 72-73.

Madrigal R, Havitz ME, Howard DR (1992). Married Couples' involvement with family vacations. *Leisure Sciences*, 14: 285-299.

İslamoğlu AH, Altunışık R (2010). *Tüketici Davranışları*. (3. Baskı) İstanbul: Beta Yayıncılık.

Odabaşı Y, Barış G (2007). *Tüketici davranışı*.(7.Baskı). İstanbul: MediaCat Akademi.

Okumuş A (2013). *Tüketici Davranışı*, (1. Baskı). İstanbul: Türkmen Yayınevi.

Pencepe D (2006). *Tüketici davranışlarını belirleyen etmenler: Kültürün tüketici davranışları üzerindeki etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilimdalı. Kahramanmaraş

Sherif M, Hadley C (1947). *The psychology of ego involvement*, New York: John Wiley.  
Akt: James A. M, Shelby D. H (1984). *Consumer involvement: definitional issues and research directions*, in NA - *Advances in Consumer Research*, 11: 193-196.

Solomon MR (2013). *Consumer behaviour buying, having and being*. (10th Edition). Harlow: Pearson.

Taniguchi H, Shupe F (2014). Gender and family status differences in leisure-time sports/fitness participation. *International Review for The Sociology of Sport*, 49(1): 65-84.

Yetim G, Argan M (2013). Boş zaman ilgilenim faktörleri: boş zaman katılım davranışı ve demografik özelliklere göre durumu. II. *Rekreasyon Araştırma Kongresi Bildiri Kitabı*: 285-29.

Yetim G (2014). Boş zaman ilgileniminin boş zaman tatmini ve sadakati üzerine etkisi: *eskişehir'deki fitness merkezleri üzerine araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Yüksel M (2015). Eğitim düzeyi farklılıklarının spora yansması. *The Journal of Academic Social Science*, 31: 149-165.

Zaichkowsky JL (1985). *Masuring the involvement construct*. *Journal of Consumer Research*, 12(3): 341-352.

Wiley CGE, Shaw SM, Havitz ME (2000). *men's and women's involvement in sports: an examination of the gendered aspects of leisure involvement*. *Leisure Sciences: an Interdisciplinary Journal*, 22(1): 19-31