

T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
REKREASYON YÖNETİMİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ



**GENÇLİK VE SPOR İL MÜDÜRLÜĞÜ
ÇALIŞANLARININ SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK
DÜZEYLERİ İLE REKREASYON ALANI KATILIM
ENGELLERİNİN İNCELENMESİ**

FATİH YAKUT

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. İLHAN TOKSÖZ

EDİRNE, 2024

Tezin Adı: Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü Çalışanlarının Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Rekreasyon Alanı Katılım Engellerinin İncelenmesi

Hazırlayan: Fatih YAKUT

ÖZET

Bu araştırmada Edirne Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü personelinin sosyal medya bağımlılığı düzeyleri ve rekreasyon alan katılım engelleri ile bu düzey ve engellerin farklı değişkenlere göre farklılık gösterme durumu; sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile rekreasyon alan katılım engelleri arasındaki ilişkinin düzeyi incelenmiştir. 2024 yılında Edirne’de görev yapan 283 personel üzerinde yapılan bu çalışmada, sosyal medya bağımlılığı ile rekreasyon alan katılım engellerinin cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim seviyesi gibi demografik faktörlere göre nasıl değiştiği analiz edilmiştir. Veri toplama aracı olarak “Demografik Bilgi Formu”, “Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği” ve “Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği” kullanılmıştır. Buna göre veriler normallik varsayımını sağladığından t-testi, ANOVA testi ve Pearson korelasyon parametrik testleri kullanılmıştır.

Sonuçlara göre katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin ortalama bağımlılık düzeyinde ($\bar{X}$ 45.55), rekreasyon alan katılım engelleri konusunda ortalama düzeyde algıya sahip olduğu görülmüştür ($\bar{X}$ 48.44). Cinsiyete göre, erkeklerin spor alanı engellerinde ($\bar{X}$ 3.01), kadınların ise bireysel engellerde ($\bar{X}$ 3.23) daha yüksek puanlar aldığı görülmüştür. Bekar katılımcıların sanal tolerans puanları evlilere göre daha yüksek ($\bar{X}$ 2.54) olup, evli bireyler bireysel engellerde ($\bar{X}$ 3.12) daha fazla zorluk yaşamaktadır. Eğitim ve yaş gibi faktörlerin de etkili olduğu gözlemlenmiştir.

SMBÖ geneli ve RAKE ölçeği geneli Pearson korelasyon analizi testi sonucunda iki ölçekten elde edilen verilerin çok düşük düzeyde anlamlı bir ilişki gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır ($r=-.225$; $p < .01$).

Araştırma sonucunda elde edilen veriler tartışılmış ve bu veriler eşliğinde bazı öneriler dile getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Bağımlılık, RAKE, Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü

Thesis Title: Investigation of Social Media Addiction Levels and Recreation Area Participation Barriers of Provincial Directorate of Youth and Sports Employees

Prepared by: Fatih YAKUT

ABSTRACT

In this study, the social media addiction levels and recreation area participation barriers of the Edirne Youth and Sports Provincial Directorate personnel and the difference between these levels and barriers according to different variables; the level of relationship between social media addiction levels and recreation area participation barriers were examined. In this study conducted on 283 personnel working in Edirne in 2024, it was analyzed how social media addiction and recreation area participation barriers changed according to demographic factors such as gender, age, marital status and education level. “Demographic Information”, “Social Media Addiction Scale” and “Recreation Area Participation Barriers Scale” were used as data collection tools. Accordingly, since the data provided the normality assumption, t-test, ANOVA test and Pearson correlation parametric tests were used.

According to the results, it was observed that the participants' social media addiction levels were at an average addiction level ($\bar{X}$ 45.55), and they had an average perception of participation barriers in recreation areas ($\bar{X}$ 48.44). In terms of gender, it was observed that men had higher scores in sports area barriers ($\bar{X}$ 3.01), while women had higher scores in individual barriers ($\bar{X}$ 3.23). Single participants had higher virtual tolerance scores than married participants ($\bar{X}$ 2.54), and married individuals had more difficulty in individual barriers ($\bar{X}$ 3.12). It was observed that factors such as education and age were also effective.

As a result of the Pearson correlation analysis test for the overall SMBS and RAKE scale, it was concluded that the data obtained from the two scales showed a very low level of significant relationship ($r=-.225$; $p < .01$).

The data obtained as a result of the research were discussed and some suggestions were made in the light of these data.

Keywords: Social Media, Addictions, RAKE, Provincial Directorate of Youth and Sports

ÖNSÖZ

Yaşadığımız çağda hızla gelişmekte olan sosyal medya platformları farklı bilgiye çabuk ulaşım, arkadaş ve tanıdıklarla iletişim kurmak, eğlenmek, alışveriş gibi birçok sebepten dolayı kullanıcılar tarafından cazip görülmektedir. Bu cazibenin her kesimde olduğu gibi kamu sektöründe çalışanları da yoğun bir şekilde etkisi altına aldığı düşünülmektedir. Bu konuyla ilgili çeşitli kamu sektörleriyle alakalı birçok çalışma yapılmış olsa da çalıştığım kurum olan Gençlik ve Spor Bakanlığına bağlı İl Müdürlüklerinde çalışan personellerle alakalı sosyal medya bağımlılık düzeylerinin incelendiği kapsamlı bir çalışmanın olmadığı gözlemlenmiştir. Ülkemizde spor eğitiminin lokomotif olan bu sektörde, sporda eğitiminin önüne geçmemesi için çalışanların sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve bu bağımlıktan kurtulmak için boş vakitlerini en etkili bir şekilde nasıl kullandıkları son derece önemlidir. Çalışmamızda Edirne İli Gençlik ve Spor Müdürlüğü çalışanlarından 3 farklı statüde görev yapan 283 personele anket soruları yöneltilmiş ve çalışanların hem sosyal medya bağımlılık düzeyleri hem de bu bağımlıktan kurtulmak için zamanlarını değerlendirebilecekleri yerler olan Rekreasyon alanlarına katılımlardaki engellerin ne oldukları belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmamızdan çıkan sonuçlara göre tüm kurum ve iller için genelleme yapılmamalıdır. Fakat örnek teşkil edeceği düşünülmektedir. Tez seçimi aşamasında aynı fikirlerle konu belirlemesi yaptığım, belirlemiş olduğumuz konu ile alakalı tezimin yazım aşamasında desteğini esirgemeyen, birikim ve tecrübesini her zaman yanımda hissetmemi sağlayan danışman hocam Prof. Dr. İlhan TOKSÖZ hocama teşekkürlerimi arz ederim.

Bugünlere gelmemde her türlü maddi manevi desteklerini yanımda hissettiğim annem ve babama, uzun süren akademik süreçte aksattığım babalık görevini anlayışla karşılayan oğullarım Yusuf Bera ve Muhammed Talha'ya ve desteğini esirgemeyen eşim Meltem Yakut'a şükranlarımı sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	iv
GRAFİK LİSTESİ.....	vii
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xi

I. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Giriş.....	1
-----------------	---

II. BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sosyal Medya Kavramı	3
2.1.1 Sosyal Medyanın Kısa Tarihi	6
2.1.2. Sosyal Medya Uygulamaları	8
2.1.2.1. Facebook	9
2.1.2.2. Youtube	10
2.1.2.3. WhatsApp.....	11
2.1.2.4. Instagram	12
2.1.2.5. TikTok.....	13
2.1.2.6. WeChat.....	14
2.1.2.7. Facebook Messenger	14
2.1.2.8. Telegram.....	15
2.1.2.9. Snapchat	15
2.1.2.10. X/Twitter	16
2.1.2.11. Pinterest	17
2.1.3. Sosyal Medya Bağımlılığı.....	17
2.2. Rekreasyon Kavramı.....	20
2.2.1. Rekreasyonun Kısa Tarihi	23
2.2.2. Rekreasyonun Özellikleri.....	26
2.2.3. Rekreasyon Çeşitleri	27
2.2.4. Rekreasyon Alanları.....	29

2.2.5. Rekreasyon Aktivitelerine Katılımı Etkileyen Faktörler	31
---	----

III. BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli	32
3.2. Evren ve Örneklem	32
3.3. Verilerin Toplanması	34
3.4. Veri Toplama Araçları	35
3.4.1. Kişisel Bilgiler Formu (Demografik Bilgiler).....	35
3.4.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu.....	35
3.4.3. Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği (RAKE)	36
3.5. Verilerin Analizi	37
3.6. Sayıtlar.....	38
3.7. Sınırlılıklar	38
3.8. Hipotezler	38

IV. BÖLÜM

BULGULAR

4.1 Araştırma Sonucu Bulguları.....	40
4.1.1. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistikler	40
4.1.2. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeğine İlişkin Fark Testi İstatistikleri	45
4.1.3. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği İlişki Testi İstatistikleri	62

V. BÖLÜM

TARTIŞMA ve SONUÇ

5.1. Tartışma ve Sonuç	63
------------------------------	----

VI. BÖLÜM

ÖNERİLER

6.1. Öneriler.....	70
--------------------	----

KAYNAKÇA.....	72
---------------	----

EKLER	82
-------------	----

EK-1. Kişisel Bilgiler Formu (Demografik Bilgiler).....	82
---	----

EK-2. Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği (RAKE)	82
---	----

EK-3. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği-Yetişkin Formu	83
EK-4. Araştırma Etik Kurul İzin Belgesi	84
EK-5. Araştırmada Kullanılan Ölçek İzinleri	85



GRAFİK LİSTESİ

Grafik 1. Ocak 2024 İtibariyle Kullanıcı Sayısı En Yüksek Sosyal Medya Uygulamaları	9
--	---



TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Sosyal Medya Türleri ve Sosyal Medya Uygulamaları	8
Tablo 2. Örneklem Demografik Bilgileri	33
Tablo 3. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Ölçeklerin Değerlendirilmesi.....	36
Tablo 4. Normallik Testi İstatistikleri.....	37
Tablo 5. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Maddelerinin Betimsel İstatistiği.....	40
Tablo 6. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Alt Boyutları ve Ölçek Geneli Betimsel İstatistiği.....	42
Tablo 7. Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçek Sorularının Betimsel İstatistiği.....	42
Tablo 8. Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği Alt Boyutları ve Ölçek Geneli Betimsel İstatistiği	43
Tablo 9. Cinsiyet Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği Alt Boyutları t-Testi Sonuçları.....	45
Tablo 10. Medeni Durum Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği Alt Boyutları t-Testi Sonuçları	47
Tablo 11. Eğitim Durumu Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği Alt Boyutları ANOVA Testi Sonuçları	49
Tablo 12. Yaş Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği Alt Boyutları ANOVA Testi Sonuçları	51
Tablo 13. Kurum Statüsü Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği Alt Boyutları ANOVA Testi Sonuçları	53
Tablo 14. Kurumdaki Görev Süresi Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği Alt Boyutları ANOVA Testi Sonuçları	55
Tablo 15. Çocuk Sayısı Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği Alt Boyutları ANOVA Testi Sonuçları	57
Tablo 16. Haftalık Rekreasyon Katılım Gün Sayısı Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği Alt Boyutları ANOVA Testi Sonuçları	59

Tablo 17. Sosyal Medya Kullanım Amacı Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği Alt Boyutları ANOVA Testi Sonuçları	60
---	----

Tablo 18. Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi Ölçeği ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Arasındaki İlişki	63
---	----



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Facebook Web Görünümü	10
Şekil 2. Youtube Web Görünümü	11
Şekil 3. WhatsApp Web Görünümü	12
Şekil 4. Instagram Web Görünümü	13
Şekil 5. TikTok Web Görünümü	13
Şekil 6. WeChat Web Görünümü	14
Şekil 7. Facebook Messenger Web Görünümü	15
Şekil 8. Telegram Web Görünümü	15
Şekil 9. Snapchat Web Görünümü	16
Şekil 10. X/Twitter Web Görünümü	16
Şekil 11. Pinterest Web Görünümü	17

KISALTMALAR LİSTESİ

- GIF** : Graphics Interchange Format (Grafik Değiştirme Biçimi)
- GPS** : Global Positioning System (Küresel Konumlandırma Sistemi)
- IRC** : Internet Relay Chat (İnternet Aktarmalı Sohbet)
- ISP** : Internet Service Provider (İnternet Servis Sağlayıcısı)
- RAKE**: Rekreasyon Alanı Katılım Engelleri
- SMBÖ**: Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği
- SMS** : Short Message Service (Kısa Mesaj Servisi)



I. BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Giriş

Sosyal medya günümüzde iletişim aracı olarak anlık, günlük paylaşım yapabilme ve paylaşımlara ulaşabilme imkanını kitlesel boyutta sunan platformlardır (Sağar, 2019). Sosyal medya, içerdiği format zenginlikleri; bilgi, fikir belirtmeye, tartışma yapmaya açık yapısı ile insanların ilgisini çekmeye devam etmektedir. Bu durumu artan sosyal medya kullanıcı sayılarından da anlamak mümkündür. Ocak 2024 itibariyle dünya genelinde 5,35 milyar internet kullanıcısı bulunmaktadır ve bu sayı küresel nüfusun % 66,2'sine tekabül etmektedir. Bu toplamın 5,04 milyarı ya da dünya nüfusunun % 62,3'ü ise sosyal medya kullanıcısıdır (Statista, 2024a). Artan kullanıcı sayısının yanı sıra insanların sosyal medyada geçirdikleri süre son on yılda istikrarlı bir şekilde artmıştır. 2023 yılında insanlar sosyal medyada günde ortalama 151 dakika geçirmişlerdir (Statista, 2024a).

Sosyal medya kullanıcı artışı ve sosyal medyada geçirilen sürenin artması, sosyal medyanın sunduğu avantajların artmasıyla paralellik göstermektedir. Fakat sunduğu avantajların yanı sıra gündelik yaşam sorunları ile mücadele etmeye de aracılık etmektedir (Arslan vd., 2023). Sosyal medya bağımlılığı olarak tanımlanan bu fenomen, aşırı kullanım, tatmin edilmemiş kullanım istekleri, sık kullanımdan kaynaklanan diğer ilişkileri göz ardı etme, aşırı kullanımdan kaynaklanan sosyal bağlantıların bozulması, olumsuz duygular ve stres için başa çıkma mekanizması olarak kullanım, kullanımı sınırlama ve bırakmada zorluk yaşama, kullanamadığında ajitasyon ve sinirlilik yaşama, kullanımın kapsamı ve sıklığı hakkında yanlış bilgi sağlama gibi özellikleri kapsar (Savcı ve Aysan, 2017). Sosyal medyanın aşırı kullanımı bireylerin günlük rutinlerini gerçekleştirirken güçlükler yaşamasına sebep olarak sosyal çevreden zamanla uzaklaşmalarına ve ilişkilerinin zayıflamasına sebep olmaktadır (Yalçın, 2015).

Bireylerin sosyal medyada geçirdikleri zamandaki artış nedeniyle birbirlerine ayırdıkları zamanda azalma olmasının; bireylerin birbirleriyle olan iletişimlerinde kopukluklara sebep olduğu söylenebilir. Sosyal medya, bireyler arası iletişimi güçlendirme amacıyla oluşturulmuş platformlar olsa da bireyin cihazla etkileşimini arttırıp bireyin yakın çevresindekilerle olan iletişimini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu yüzden bireylerin, çalışma kapsamında ele alınacak -çalışan bireylerin- sosyal medya

yerine gerçek hayat etkinlikleri gerçekleştirmeleri onların fiziksel ve ruhsal durumlarını olumlu etkileyecektir.

Rekreasyon, bireylerin serbest zamanlarında, kendi isteği ve içsel motivasyonlarıyla gerçekleştirdikleri; fiziksel ve zihinsel yenilenmeyi hedefleyen etkinliklerin bütünüdür (Koç, 1991). Bu etkinlikler, kişinin toplumsal, ekonomik ve kültürel imkanlarına ve içinde bulunduğu toplumun yapısına göre şekillenir. Genel olarak, rekreasyon faaliyetleri, insanların boş zamanlarında eğlenme ve tatmin olma dürtüsüyle, gönüllü olarak katıldıkları etkinliklerdir. Bu etkinlikler, bireylerin fiziksel ve mental yıpranmışlıklarını gidermelerine yardımcı olur. Onlara fiziksel, zihinsel ve yaratıcı bir enerji kazandırır (Sağcan, 1986). Rekreasyon etkinlikleri, özellikle çalışan bireylerin stres yüklerinden kurtulmalarında sosyalleşme, sportif aktivitede bulunma, düşünsel alanlarını zenginleştirmeye yardımcı olma gibi insani birtakım ihtiyaçlarının karşılanmasına aracılık eder (Akten, 2009). Bu aracılığın gerçekleşmesi kentlerde yaşayan bireylerin yaşam alanlarında rekreasyon alanlarının olmasında ve bireylerin bu alanlardan faydalanmalarından geçmektedir.

İnsanlar her yerde ve her zaman boş zamanlarını geçirebilecekleri yerleri ararlar. Bu arayış insanların günlük rutinlerinin getirdiği olumsuzluklardan kaçınmak için önemlidir. Bu nedenle çalışanların da iş yaşamının zorluklarından uzaklaşmak için rekreasyon alanlarını kullanmaları ve rekreatif aktivitelerini gerçekleştirmelerinde bu hizmetlere ulaşmaları gerek duydukları her zaman sağlanırlmalıdır.

Gençlik ve Spor Müdürlüğü personelleri, genellikle aktif bir yaşam tarzını teşvik eden ve spor ile ilgili faaliyetleri destekleyen bir çevrede çalışmaktadırlar. Ancak, günümüzde sosyal medyanın etkisi ve rekreatif alanlara katılımı engellerin bulunması, çalışanların da zamanlarının önemli bir kısmını sosyal medya platformlarında geçirme ihtimalini güçlendirmektedir. Bu durum, çalışanların gerçek hayattaki etkileşimlerini ve rekreasyonel aktivitelerle bağlarını zayıflatabilir. Gençlik ve Spor Müdürlüğü personellerinin, sosyal medya bağımlılığı ile rekreasyon alanlarına katılım arasındaki dengeyi gözetmeleri önemlidir. Çünkü rekreasyon alanları, sadece fiziksel sağlığı desteklemekle kalmaz, aynı zamanda sosyal bağları güçlendirir ve stresi azaltır. Bu bağlamda, çalışanların gerçek hayatta aktif olarak katılabilecekleri spor etkinlikleri ve rekreasyon faaliyetlerine daha fazla zaman ayırmaları teşvik edilmelidir. Bu durum çalışanların gençlik ve spor alanında yürüttükleri çalışmalara daha olumlu bir etki sağlayarak topluma daha iyi hizmet vermelerine de katkı sağlayabilir.

II. BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sosyal Medya Kavramı

İnternet kullanımı çağdaş bireylerin hayatlarında önemli bir yere sahiptir. Z ve Y kuşağı gibi belirli demografik gruplar internetin yaygın kullanıcıları olsa da hiçbir yaş veya cinsiyet grubu bundan muaf değildir. İnternetin çeşitli kullanımları arasında sosyal medya en popüler olanıdır. Sosyal medya, Web 2.0'ın teknolojik ilkelerine dayanan ve kullanıcıların içerik üretmesini ve yaymasını sağlayan internet tabanlı uygulamaların bir koleksiyonunu içerir (O'Reilly, 2007). Sosyal medya, insanlar arasında sanal topluluklar ve ağlarda düşünceler, bilgiler ve fikirler oluşturabilecekleri, paylaşabilecekleri ve takas edebilecekleri bir bağlantı aracını temsil eder (Woods ve Scott, 2016).

Sosyal medya, sosyal ve duygusal etkileşim amacıyla kullanılabilir bir ortamdan ziyade, farklı birey ve grupların tükettikleri içeriğin oluşturulmasına katkıda bulunma olanaklarının her bir site özelliğinin sağladığından çok daha büyük bir içsel değer sağladığı, ortak bir dizi özellik ve karakteristiği paylaşan medya araçlarının farklı bir alt kümesi olarak ayırt edilebilir. Bu haliyle kullanıcılar arasındaki etkileşim algılarını pekiştiren, esas olarak kullanıcıların oluşturduğu içerikten değer sağlayan, internet tabanlı, sınırlandırılmış ve geniş insan topluluklarının etkileşim alanı olarak tanımlanabilir (Carr ve Hayes, 2015).

Çağ gereği ihtiyaçlar, eğilimler ve ilişkiler artmakta ve farklılaşmaktadır. Bu nedenle sosyal medya araçları da kendilerini bu değişikliklere göre güncellemektedir. Bu değişimler neticesinde sosyal medya; kullanıcıların, oluşturdukları içerikten ve başkalarıyla etkileşim ile değer kazanan, her tür kitle ile eşzamanlı veya eşzamansız olarak etkileşime girmesine imkan tanıyan, seçici olarak kendilerini öne çıkarabilmelerine imkan tanıyan sanal etkileşim alanları şeklinde de tanımlanabilir (Carr ve Hayes, 2015). Bu tanım sosyal medya kavramına ilişkin bileşenlerin önemini vurgulamaktadır. Bu bileşenler (Carr ve Hayes, 2015);

İnternet tabanlı: Bu bileşende sosyal medyanın Web tabanlı olması gerektiğini kabul ederek, sosyal medyanın daha geniş internet üzerinden çalışan çevrimiçi araçlar olduğu yatmaktadır.

Sınırlandırılmamış, sürekli kanallar: Kanalin sınırlandırılması, iletişim ikilisinin (alıcı-verici) her iki üyesinin de aynı anda istekli olması gereken yüz yüze iletişimin

aksine, kullanıcının katılmayı istediği zaman katıldığı belirli bir platform tarafından gerçekleştirilen iletişimidir.

Algılanan etkileşim: Kullanıcıların birbiri ile iletişimi sosyal medya için bir mecburiyet gibi algılansa da sosyal medya etkileşimi için yalnızca diğer kullanıcılarla etkileşim algısının (potansiyelinin) olması yeterlidir.

Kullanıcı tarafından oluşturulan değer: Sosyal medyayı kullanmanın değeri (faydası veya zevki), ortamı barındıran kuruluş veya birey tarafından üretilen içerikten ziyade diğer kullanıcıların katkılarından veya onlarla etkileşimlerinden elde edilir.

Kitlesel-kişisel iletişim: Kitlesel-kişisel iletişim, kitlesel iletişim kanallarının kişilerarası iletişim için kullanıldığı, kişilerarası kanalların kitlesel iletişim için kullanıldığı ve bireylerin eş zamanlı olarak kitlesel ve kişilerarası iletişimde bulunduğu durumları ifade eder.

Kietzmann vd. (2015) sosyal medyanın işlevsellik seviyesine göre yapılanmasını yedi unsur ile açıklamışlardır. Bu unsurlar:

Kimlik

Kimlik işlevsel unsuru, bireylerin sosyal medyada hüviyetlerini gösterme oranını ifade eder. Bu kimlik; ad-soyad, yaş, cinsiyet, icra edilen meslek, ikamet gibi bilgilerin paylaşılmasını ve ayrıca kullanıcıların kimliğini açığa çıkaran bilgileri içerir. Sosyal medya üzerinde bireyin kendini nasıl tanımladığına ilişkin bilgiye kimlik denmektedir.

Sohbetler

Çerçevenin sohbetler unsuru, bireylerin sosyal medyada diğer bireylerle olan iletişim düzeyini ifade eder. Sosyal medya uygulamaları, öncelikle insanlar arası etkileşimi güçlendirmeyi ve arttırmayı amaçlar. Bu sohbetler birçok nedenden dolayı gerçekleşir. İnsanlar benzer düşünen insanlarla tanışmak, ilişki kurmak, kendilerine olan güvenlerini kazandırmak, düşüncelerin ve moda konuların öncüsü olmak için sosyal medyada varlık gösterirler. Bazıları ise sosyal medyayı, mesajlarını duyurmanın ve insani amaçları, çevre sorunlarını, ekonomik meseleleri ya da siyasi tartışmaları etkilemenin yolu olarak görür. Sosyal medyada yer almamanın birey için birçok amacı olabilir.

Paylaşım

Paylaşım, kullanıcıların içerik alışverişi yapma, dağıtma ve alınış düzeyini ifade eder. 'Sosyal' kavramı bireylerin her tür paylaşımın toplumsallaşma anlamında önemini

tanımlar. Ancak çoğu durumda sosyallik, insanların çevrimiçi ortamda buluşmalarının ve birbirleriyle ilişki kurmalarının nedenleri bakımından insanlar arasındaki bu ilişkilerin kurulmasını sağlayan nesnelerle alakalıdır.

Varlık

Varlık, bireylerin diğer bireylerin ne ölçüde erişilebilir oldukları hakkında bilgi sağlar. Diğer bireylerin her tür iletişimin olduğu ortamlarda nerede olduklarını ve uygunlukları hakkındaki bilgiyi açıklar. Sanal ortamda 'müsait' veya 'müsait değil' gibi bildirimler aracılığıyla gerçekleşir. Günlük hayatın işleyişi içerisinde bireylerin çevrimiçi ortamlara artan bağlanabilirliği dikkate alındığında, bu varlık günlük yaşam ile sanal yaşam aracılığı sağlar.

İlişkiler

İlişkiler unsuru, bireyler arası etkileşiminin ve iletişimin düzeyini ifade eder. “İlişki” terimi, birden fazla bireyin sosyal bağları, sosyal nesnelerin paylaşılmasını, arkadaş veya takipçi olarak buluşma veya birbirini takip etme gibi sosyal etkileşimleri kolaylaştıran bir bağlantı biçimine sahip olduğu bir durumu ifade eder.

İtibar

İtibar, bireylerin kendilerini veya diğer bireyleri sosyal medya üzerinde konumlandırabilmelerini ifade eder. Saygınlık, sosyal medya ortamlarında değişik anlamlarda kullanılabilir. İtibar, saygınlık anlamına gelir. Mevcut sosyal medya ortamında itibarın durumu sosyal medya uygulamasının ön gördüğü birtakım otomatik algoritmalarla yürütülmektedir.

Gruplar

Gruplar unsuru, bireylerin amaç ortaklığı için oluşturulan insan topluluklarında yer almasını ifade eder. Bir ağ sosyalleştikçe arkadaş, takipçi ve haberleşme topluluğu da artar. Sosyal medya uygulamaları, birçok topluluğun belirledikleri sayının çok ötesinde büyüdüğünü fark etmiş ve bireylerin sosyal medya profillerini yönetme imkanı sunan araçlar sunmuştur. İki türü mevcuttur. Birincisi, bireyler kişilerini belirledikleri nitelik ve özelliklere göre başlıklandırarak gruplandırabilir. İkincisi, sanal ortamdaki gruplar gerçek dünyadaki gibi herkese açık, gizli, davetle, onayla veya kapalı olarak nitelendirilerek oluşturulabilir.

2.1.1. Sosyal Medyanın Kısa Tarihi

Sosyal medyanın başlangıcı 24 Mayıs 1844 tarihinde elektronik nokta ve çizgilerden oluşan ve manuel olarak oluşturulan mesajın telgraf makinesiyle gönderilmesine dayanır. Baltimore'dan Washington D.C.'ye gönderilen mors alfabesi yazılmış şekilde gönderilen ilk elektronik mesaj olan "Tanrı ne yarattı?" ifadesi sosyal medyanın başlangıcını olarak kabul edilmektedir (Singer ve Brooking, 2018).

Dijital iletişimin tarihi ileri bir geçmişe kadar gitse de günümüz internetinin ve sosyal medya evreninin modern başlangıcı 1969 yılında -İleri Araştırma Projeleri Ajansı Ağı'nın- (ARPANET) oluşturulmasına dayanır. ABD Savunma Bakanlığınca kurulan bu ilk sanal ağ; dört üniversitedeki bilim insanlarının donanım, yazılım ve diğer enformasyonu birbirine bağlamasına ve değiş tokuşuna imkan sağlamıştır (Ryan, 2010).

1971 yılında E-posta kullanımının başlaması da sosyal medyanın gelişimi için önemlidir. Sosyal medyanın E-postayı kapsayıp kapsamayacağı hususunda eskiden beri süren tartışmalar vardır. Elektronik mail'in (posta) sosyal medyadan ayrı düşünülmemesinin sebepleri (i) Elektronik postanın bir dağıtım mekanizması, sosyal medyanın ise kolektif bir mekanizma olması ve (ii) kitle iletişiminin kitle iş birliğinden farklı olmasıdır. Ancak, "sosyal medya çevrimiçi olarak gerçekleşen konuşmalardır" şeklindeki basit tanıma göre hareket edildiğinde E-posta sosyal medya olarak nitelendirilebilir (Sajithra ve Patil, 2013).

1979 yılında kurulan Usenet global çapta yayılmış bir internet tabanlı tartışma sistemidir. Genel amaçlı UUCP mimarisi kullanılarak geliştirilmiştir. 1980 yılında Duke Üniversitesi master öğrencileri Jim Ellis Tom Truscott tarafından başlatılmıştır. Sınıflandırılmış mesajları paylaşmak için E-posta temasını geliştirmişlerdir. Kullanıcılar mesajları okuyabiliyor ve sınıflara ayırabiliyordu. Bu gruplar haberleşme grupları olarak tanınıyordu (Turner vd., 2005).

LISTSERV 1984 yılında e-posta iletişiminin kullanımını yaygınlaştırmış ve birden fazla bireye aynı anda ve anında ulaşmanın etkili bir yolu olduğunu kanıtlamıştır. LISTSERV'den önce e-posta listeleri manuel olarak yönetilmiştir. İnsanlar listeyi yöneten yöneticiye yazarak listeye eklenmeyi ya da listeden çıkarılmayı talep etmek zorundaydı. Tartışma listelerinin popülerliği arttıkça bu süreç daha da zaman alıcı hale gelmiştir. Eric Thomson adlı öğrenci, e-posta listelerini yönetmenin zorluğunu göz önüne alarak yönetim sürecini kendini yönetir hale getirmeye çalışmıştır. Eric Thomson'un LISTSERV

olarak bilinen e-posta liste yönetim programı büyük bir başarı kazanmıştır (Sajithra ve Patil, 2013).

Elektronik posta, Usenet ve LISTSERV, iletilerin bireysel olarak, kategorilere ayrılarak ve ek olarak bir liste aracılığıyla gruplarla paylaşılmasına yardımcı olmuştur. Ancak bunlar yine de bir kişiyle yüz yüze görüşmenin kolaylığını sağlayamamıştır. 1988'de tanıtılan İnternet Aktarmalı Sohbet (IRC) bu deneyimi geliştirmiştir. IRC çevrimiçi iletişimi sağlayan sohbettir. En başta, münazara forumlarında grup iletişimi amacıyla geliştirilse de zamanla özel mesaj yoluyla bireyler arası iletişimin yanı sıra veri paylaşımına da izin vermiştir (Riuz vd., 2019).

1987 yılında, Ulusal Bilim Vakfı'nın NSFNET adıyla da tanınan önceki muadillerinden daha gelişkin, ülke çapında bir dijital ağ başlatmasıyla bugünkü internetin doğrudan öncüsü olmuştur. Bu öncülük sonucunda 1997 yılında ilk sosyal medya girişimi gerçekleştirilmiştir (Townsend, 2001).

IRC'nin başarısından sonra 1991 yılından itibaren birçok bireysel web sitesi, forumlar ve sohbet grupları bilinir hale gelmiştir. 90'lı yılların başında internet kullanımı bireysel kullanıcılar için tam manasıyla ulaşılabilir değildi. Bu durum, Özel internet servis sağlayıcıları (ISP'ler) 1994 veya 1995 civarında Amerika Birleşik Devletleri'nde faaliyete geçmeye başladığında değişmiştir. Bu da milyonlarca ev kullanıcısına interneti deneyimleme şansı vermiştir (Jones, 2002).

1995 yılında sosyal ağ web adresi “classmate.com” Randy Conrads tarafından oluşturulmuştur. Bu sosyal medya sitesinin amacı, bireylerin yaşamları boyunca edindikleri arkadaş ve tanıdıklarını bulmalarına yardımcı olmaktır. Classmates.com'un 50 milyonun üzerinde kullanıcısı bulunmaktadır (Sajithra ve Patil, 2013).

90'lı yılların ortalarından itibaren herkesçe kullanılabilir hale gelen internet; CompuServe, America Online ve Prodigy benzeri çevrimiçi iletişim uygulamalarının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu servisler kullanıcıları e-posta, ilan panosu mesajlaşması ve gerçek zamanlı çevrimiçi sohbet aracılığıyla çevrimiçi iletişimle tanıştırmıştır (Nadler, 1997). Bu bağlantı, 1997 yılında bir profil yükleme hizmeti olan Six Degrees ile başlayan ilk sosyal medya platformlarının başlamasıyla sonuçlanmıştır. Bu hizmeti 2001 yılında Wikipedia ve Friendster takip etmiştir. Bu ilkel platformlar milyonlarca kullanıcının ilgisini çekmiş, e-posta kullanıcı kaydı ve çevrimiçi ağ oluşturmayı mümkün kılmıştır (Goff, 2013).

Sanal sosyal iletişimin ilk biçimlerinden olan web günlükleri veya bloglar, 1999 yılında LiveJournal'ın yayıncılık sitesinin piyasaya sürülmesiyle ön plana çıkmaya başlamıştır. Popülerlikteki artış, 2003 yılında Google şirketince satın alınan bir teknoloji firması olan Pyra Labs tarafından geliştirilen Blogger yayın platformunun piyasaya sürülmesiyle aynı tarihe denk gelmektedir. 2003 yılında Mark Zuckerberg Facemash uygulamasını yayınlamış, aynı yıl MySpace, LinkedIn ve Skype da hizmet vermeye başlamıştır. Bu tarihten sonra sosyal medya uygulamaları hızla artmaya başlamıştır. Bu artışın sebeplerinden en önemlisi de bilgisayar dışında, akıllı telefon ve tabletlerin de yaygın hale gelmesidir.

Facebook 2004 yılında hizmet vermeye başladı. Bunu 2005'te YouTube, 2006'da Twitter, 2009'da Pinterest, 2010'da Instagram ve 2016'da Tik Tok izledi.

2.1.2. Sosyal Medya Uygulamaları

Sosyal ağlar olarak da adlandırılan sosyal medya, geliştiriciler kullanıcıların taleplerini karşılayacak yeni ve geliştirilmiş özellikler oluşturuldukça gelişmektedir. Blogları, mikroblogları, vikileri, sosyal ağ sitelerini, fotoğraf paylaşım sitelerini, anlık mesajlaşma, video paylaşım sitelerini, podcast'leri, widget'ları ve sanal dünyaları kapsayan çok sayıda sosyal medya platformu mevcuttur (Rouse ve Salter, 2021).

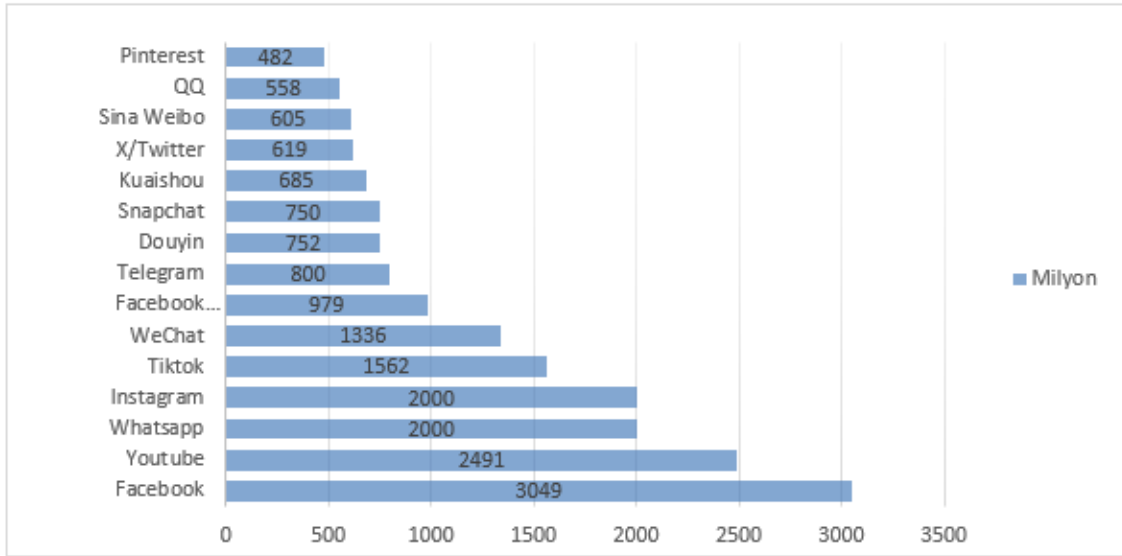
Treem vd. (2016) çeşitli sosyal medya platform ve uygulamalarını kategorize etmiş ve yedi farklı sosyal medya türünü belirlemiştir: 1) webloglar, 2) işbirlikçi çabalar, 3) çevrimiçi içerik toplulukları, 4) sosyal bağlantılar için siteler, 5) simüle edilmiş oyun ortamları, 6) sanal sosyal alemler ve 7) akademi için özel sosyal ağlar. Bu sınıflandırmaya göre bazı sosyal medya uygulamaları şu şekildedir (Ndung'u vd., 2023):

Tablo 1. Sosyal Medya Türleri ve Sosyal Medya Uygulamaları

Sosyal Medya Türleri	Sosyal Medya Uygulamaları
Akademik Sosyal Ağ Siteleri	Academia, Mendeley, ResearchGate,
Webloglar	Twitter
İşbirlikçi Çabalar	Wikizero, Wikisözlük
Çevrimiçi İçerik Toplulukları	Youtube, Vimeo, SlideShare
Sosyal Bağlantılar için Siteler	Facebook, Instagram, LinkedIn,
Simüle Edilmiş Oyun Ortamları	Final Fantasy XIV, World of Warcraft
Sanal Sosyal Dünyalar	Second Life
Akademi için Özel Sosyal Ağlar	ResearchGate, Mendeley

Ocak 2024 itibariyle dünya ölçeğinde kullanıcı sayısı en yüksek olan sosyal medya uygulamaları şu şekildedir (Statista, 2024):

Grafik 1. Ocak 2024 İtibariyle Kullanıcı Sayısı En Yüksek Sosyal Medya Uygulamaları



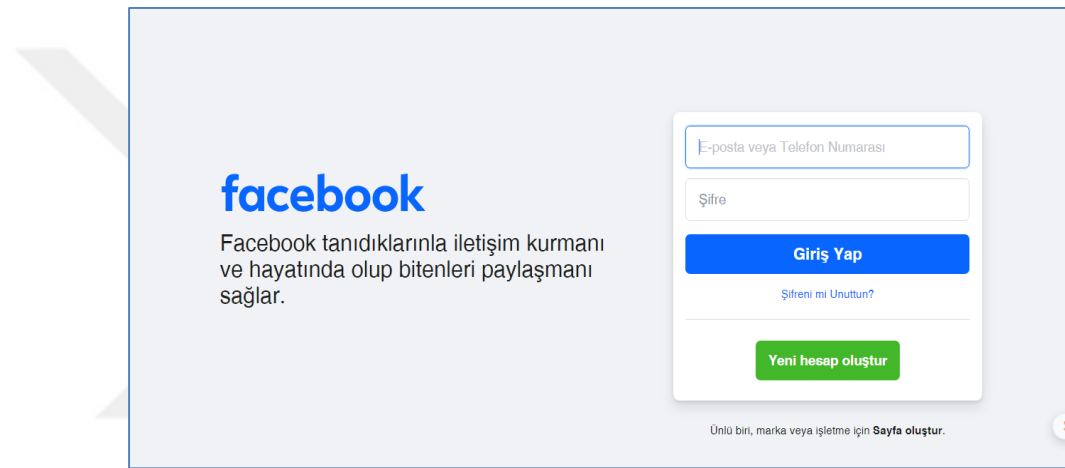
Grafiğe göre Ocak 2024 tarihi itibariyle Facebook 3 milyar 49 milyon, Youtube 2 milyar 491 milyon, Whatsapp ve Instagram 2 milyar, Tiktok 1 Milyar 562 milyon, WeChat 1 milyar 336 milyon, Facebook Messenger 979 milyon, Telegram 800 milyon, Douyin 752 milyon, Snapchat 750 milyon, Kuaishou 685 milyon, X/Twitter 619 milyon, Sina Weibo 605 milyon, QQ 558 milyon ve Pinterest 482 milyon aktif kullanıcıya sahiptir. Aşağıda bu uygulamalara ilişkin kısa bilgilere yer verilmiştir. Bu uygulamalardan Douyin, Kuaishou, Sina Weibo ve QQ ağırlıklı olarak Çin bölgesinde kullanılmaktadır. Bu yüzden açıklamalarda uygulamalara ilişkin bilgilere yer verilmemiştir.

2.1.2.1. Facebook

Ocak 2024 itibariyle küresel olarak en fazla etkileşimli kullanıcı sayısına sahip olan Facebook, Amerikan teknoloji kuruluşu Meta Platforms'un mülkiyeti altında bir sosyal medya ve sosyal ağ platformu olarak işlev görmektedir. 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından Harvard Üniversitesi'nde Chris Hughes, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz ve Eduardo Saverin olmak üzere dört ek meslektaşı ile birlikte kurulmuştur. Üyelik başlangıçta Harvard öğrencileriyle sınırlı iken, popüler hale gelmesiyle giderek diğer Kuzey Amerika üniversitelerine de yayıldı. Facebook, 2006 yılından bu yana yaş sınırının 14 olduğu birkaç ülke dışında, 13 yaşından büyük herkesin kaydolmasına izin vermektedir (Levy, 2020).

Facebook'a internet erişimi olan her tür cihaz ile kolaylıkla erişilebilmektedir. Erişimin kolay olması, her tür cihaza uyum göstermesi Facebook'un yaygınlaşmasında etkili olmuştur. Kayıt üzerine, bireyler kişisel bilgileri içeren bir profil oluşturma yeteneğine sahiptir. Platform, kullanıcıların metin, resim ve multimedya içeriğini arkadaşlarıyla herkese açık olarak paylaşmasına veya gizlilik ayarlarını buna göre özelleştirmesine olanak tanır. Ek olarak, kullanıcılar Messenger aracılığıyla doğrudan iletişim kurabilir, ortak ilgi topluluklarına katılabilir ve Facebook bağlantılarının etkinlikleri ve takip etmeyi seçtikleri sayfalar hakkında güncellemeler alabilir (Protti, 2022).

Şekil 1. Facebook Web Görünümü



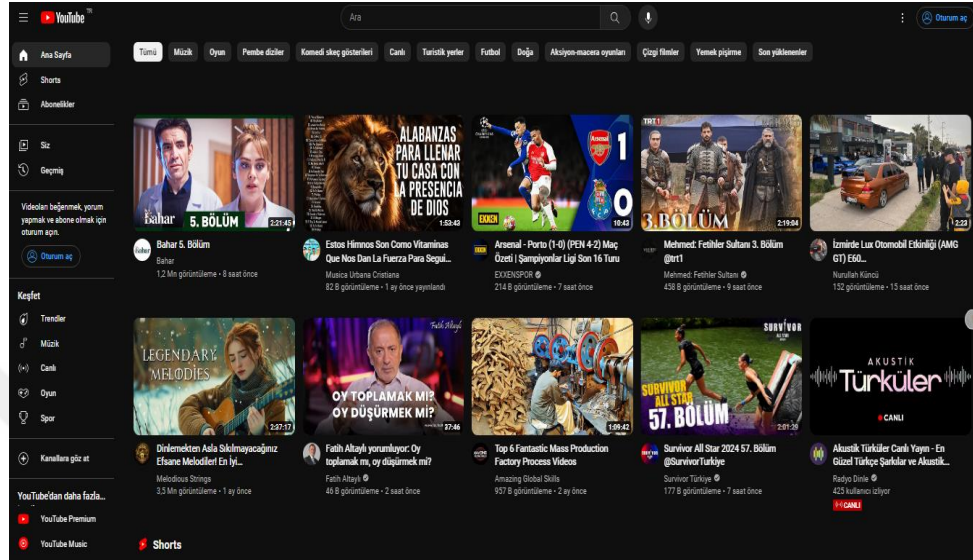
2.1.2.2. Youtube

Haziran 2005'te Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim önderliğinde inşa edilen YouTube, San Bruno, California'da bulunmaktadır. Web sitesinin Kasım 2006'da Google şirketince 1,65 milyar dolar gibi bir miktarla satın alınmasının ardından, sürekli olarak Google'ın yan kuruluşlarından biri olarak işlev görmüştür. (Levy, 2008).

YouTube, video gösterim ortamı olarak işlev görerek kullanıcıların çeşitli video içeriklerini hem yüklemelerine hem de görüntülemelerine olanak tanır. Site, film alıntıları, televizyon bölümleri, müzik videolarının yanı sıra video blogları ve kısa orijinal klipler gibi amatör prodüksiyonları kapsayan kullanıcılar tarafından oluşturulan çok çeşitli videoları sergilemektedir. Bu, Adobe Flash Video ve HTML 5 teknolojilerinin kullanılmasıyla kolaylaştırılmıştır. YouTube'daki içeriğin çoğunluğuna bireyler tarafından katkıda bulunulurken, CBS, BBC, Vevo, Hulu ve diğer kuruluşlar gibi çeşitli medya şirketleri, içeriğinin bir kısmını YouTube bağlı kuruluş girişimi aracılığıyla

platformda kullanıma sunmuştur. Kayıtlı olmayan kişiler videoları görüntüleyebilir, kayıtlı kişiler ise herhangi bir sınırlama olmaksızın video yükleme yeteneğine sahiptir. Potansiyel olarak sakıncalı materyal içeren videolar yalnızca 18 yaş ve üstü kayıtlı kullanıcılar tarafından erişilebilirdir (Burgess ve Green, 2018).

Şekil 2. Youtube Web Görünümü

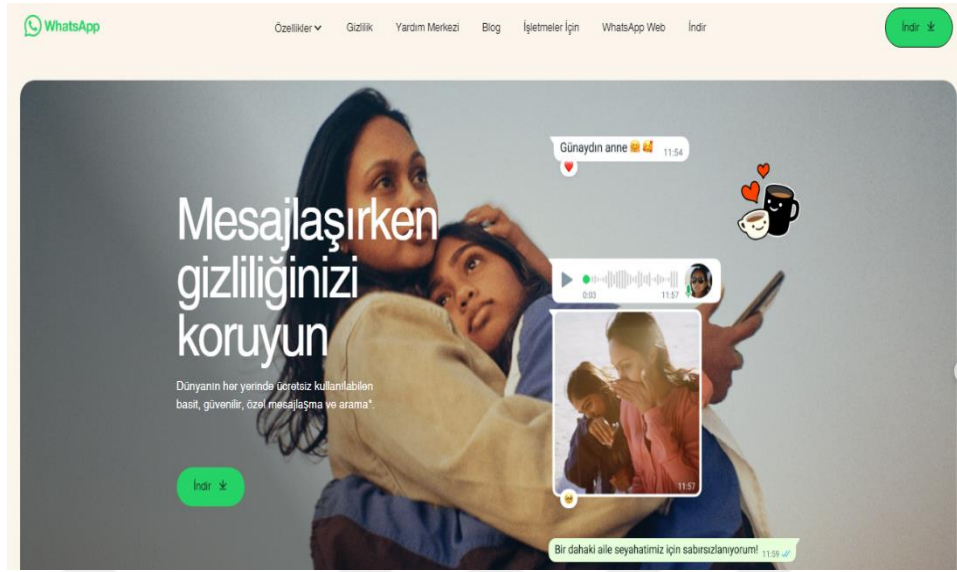


2.1.2.3. WhatsApp

WhatsApp, SMS'in (Kısa Mesaj Servisi) yerini alabilecek kullanımı kolay bir mesajlaşma platformu sağlamak amacıyla 2009 yılında piyasaya sürülmüştür. Zaman içerisinde ses ve video iletişimi, belge alışverişi ve güçlü şifreleme mekanizmaları dahil olmak üzere platforma ek işlevler entegre edilmiştir. Bu yazılımın küresel olarak yaygın olarak benimsenmesi; çok çeşitli cihazlar ve işletim platformlarında satın alınabilir olmasına ve cihaz, yazılım uyumluluğuna bağlanabilir.

WhatsApp uygulaması, birçok kişiyi görsel-işitsel bir iletişimde birbirine bağlayabilen ve ayrıca muadili diğer uygulamalara kıyasla nispeten hızlı olan sohbet yetenekleriyle desteklenen bir sosyal ağ ortamıdır. WhatsApp uygulamasının akıllı telefon programlarına kurulumu kolaydır, kurulum verileri hafiftir, belirli topluluklar için gruplar oluşturulabilir, yüksek sohbet hızına sahiptir, dosya, resim, sesli mesaj, video, GPS, web gönderileri / bağlantıları, emoji vb. göndermek için kullanılabilir (Silfa, 2021).

Şekil 3. WhatsApp Web Görünümü

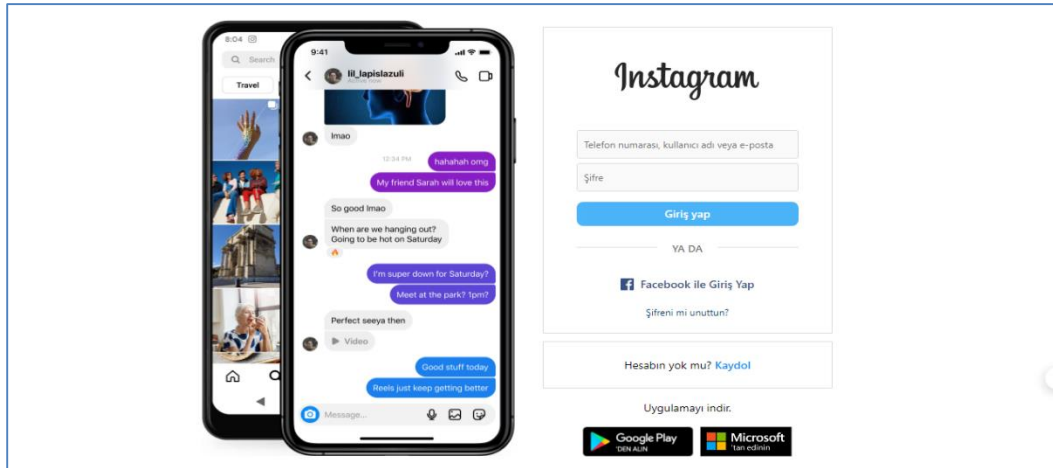


2.1.2.4. Instagram

Instagram, fotoğrafları ve videoları paylaşmak için tasarlanmış, kullanıcılara görüntü yakalama, çeşitli filtrelerle geliştirme ve bunları sosyal ağ platformlarında dağıtma yeteneği sunan uygulamadır. Instagram'ın başlangıcı 2010 yılına kadar uzanmaktadır. Facebook tarafından 2012 yılında satın alınmıştır. "Instagram" ismi "instant" ve "telegram" kelimelerinin birleşiminden meydana gelmektedir ve bu anında fotoğraf ve bilgi paylaşma özelliğini yansıtmaktadır (Flores vd., 2023).

Instagram'daki fotoğraflar genellikle kişinin yakınlarından ve takipçilerinden daha fazla 'beğeni' toplamak için eklenir veya değiştirilir. 'Beğeniler', özellikle sosyal medya alanı için tasarlanmış bir kavramdır ve bir kişinin başka bir bireyin sosyal medya portalında yayınlanan materyalleri onayladığını belirtmesine olanak tanır. Sosyal Medya 'beğenileri' bir fotoğrafın, mesajın ya da bağlantının diğer insanların ilgisini çektiğinin bir göstergesidir (McPartland, 2013). Bu gösterge insanların fotoğraf ya da video paylaşımına ne yönde devam etmesi gerektiği hakkında bilgi vermektedir. İçeriklerin beğenilmesi aynı zamanda bireylerin de beğeni sınıfını belli ettiğinden uygulama içerisindeki "keşfet" kısmında bu beğenilere benzer içerikler kullanıcıya önerilir.

Şekil 4. Instagram Web Görünümü

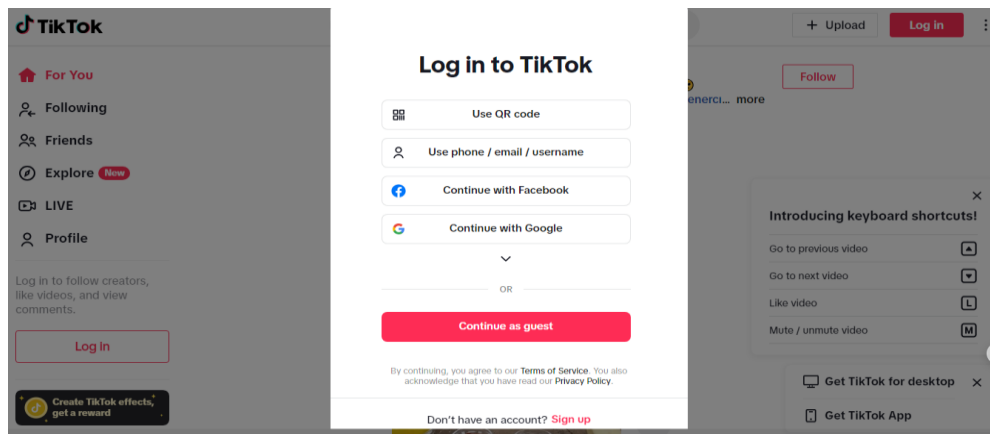


2.1.2.5. TikTok

İç pazarında Douyin olarak tanınan TikTok, 2016 yılı Eylül ayında Çin'de hizmet vermeye başlamıştır. Çin'de hızla ilgi görmeye başlamış ve ana şirket ByteDance ertesi yıl uluslararası bir versiyonu TikTok adı ile başlatmıştır. Başlangıçta ağırlıklı olarak ses ve dans videolarından oluşan kısa biçimli içeriği dağıtmak amacıyla bir sanal ortam olarak tanıtılan TikTok, çeşitli kitle tercih ve taleplerine cevap veren kapsamlı bir video paylaşım hizmetine dönüşmüştür (Iqbal, 2021).

Android ve Apple akıllı telefonlarda kullanılabilen TikTok uygulaması, uygulamanın belirgin özelliklerinden, kullanıcıların çeşitli pop şarkılarına playback-videolar yapabilecekleri kısa videoların oluşturulmasına olanak sağlamaktadır. "LipSync-Videos" olarak adlandırılan bu içerikler diğer bireylerle paylaşılabilmekte, ticari olmayan amaçlarla indirilebilmekte, yorum yapılabilmekte ve "Beğen" ilebilmektedir (Montag vd., 2018).

Şekil 5. TikTok Web Görünümü



2.1.2.6. WeChat

WeChat ilk olarak Ocak 2011'de Çinli çok uluslu şirket Tencent Holding Limited tarafından piyasaya sürülmüştür. Çin'de popüler olan WeChat, Batı ülkelerinde popüler olan muadili WhatsApp'ın sunduğu özelliklerin ötesine geçerek çok amaçlı bir akıllı telefon uygulaması sunmaktadır. Çok amaçlı platform WeChat, mesajlaşma, sosyalleşme ve mobil ödeme hizmetleri gibi çeşitli hizmetleri entegre etmekte ve kullanıcıların örneğin ulaşım rezervasyonu yapmasına veya Çin'in metropol bölgelerinde trafik cezalarını ödemesine olanak tanıyan şehir hizmetleri gibi yeni hizmetleri entegre ederek işlevselliğini sürekli olarak genişletmektedir. Sosyal medya kullanımı bağlamında, WeChat'in temel işlevleri arasında diğer kullanıcılarla mesajlaşma hizmetleri ve/veya anlar işlevi aracılığıyla fotoğraf/video paylaşımı yer almaktadır. WhatsApp'ın özelliklerine paralel olarak, Çin'deki benzeri görüntülü, sesli arama özellikleri ve kullanıcıların duygusal durumlarını ifade edebilmek için çeşitli ifade seçenekleri sunmaktadır (Montag vd., 2018).

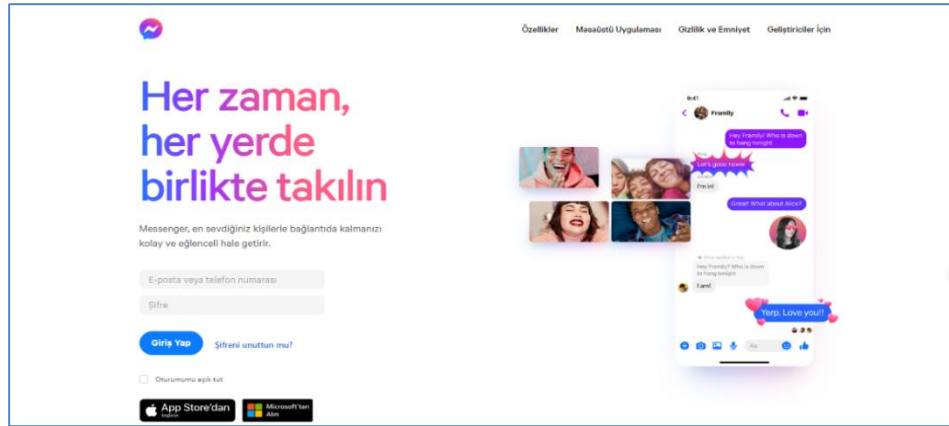
Şekil 6. WeChat Web Görünümü



2.1.2.7. Facebook Messenger

Messenger uygulaması Facebook şirketine aittir. Messenger ilk olarak 2008 yılında, kullanıcılar arasında doğrudan mesajlaşmaya olanak tanıyan platformun ayrılmaz bir bileşeni olarak geliştirilmiştir. 2011 yılında müstakil bir şekilde kullanıma açılmıştır. Uygulama bireylerin yazılı text ve sesli mesaj iletmesine, sesli ve görüntülü görüşmeler yapmasına, grup sohbetleri oluşturmaya ve farklı medya türlerini paylaşmasına olanak tanımaktadır (Gangneux, 2021).

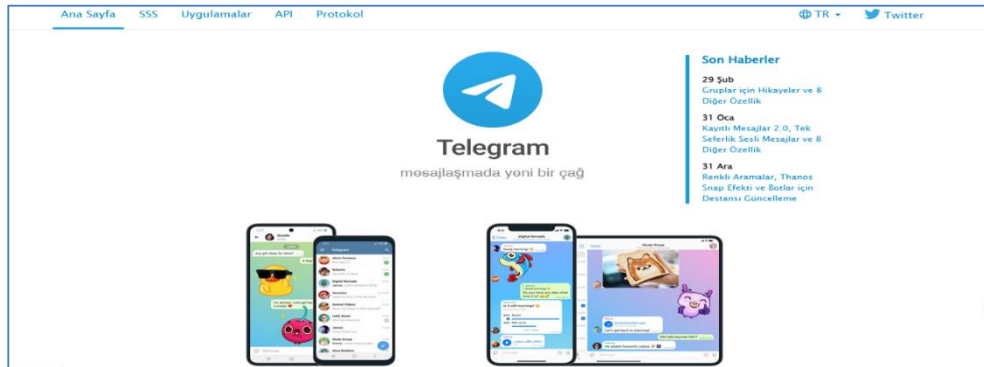
Şekil 7. Facebook Messenger Web Görünümü



2.1.2.8. Telegram

2013 yılında kurulan Telegram, bilgisayar sistemleri, tabletler ve akıllı telefonlarla uyumlu bulut tabanlı bir mesajlaşma platformudur. Uygulama, kullanıcılara bireysel özel sohbetler, grup tartışmaları ve ayrıca belirlenmiş yöneticiler tarafından denetlenen özel ve genel kanallar gibi bir dizi iletişim seçeneği sunar. Telegram, çeşitli şifreleme araçlarının ve tüm içeriği otomatik olarak silen gizli sohbetler gibi özellikleri içeren kullanıcı bilgilerini ve iletişimini korumak için uygulanan çok sayıda güvenlik protokolünün kullanımıyla kendini diğer uygulamalardan ayırır (Walther ve McCoy, 2021).

Şekil 8. Telegram Web Görünümü

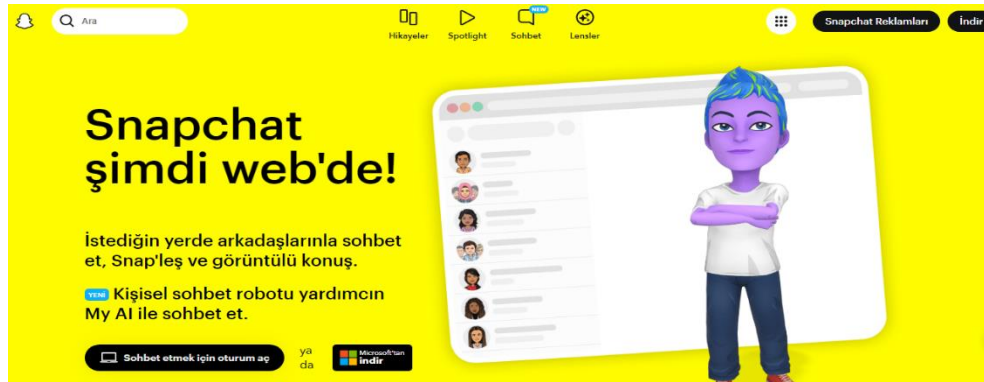


2.1.2.9. Snapchat

Snapchat, değiş tokuş edilen materyalin kısa bir süre sonra kaybolduğu doğaçlama karşılaşmalar için özelleştirilmiş multimedya yazışmalarını kolaylaştıran mobil uygulamadır. Uygulama 2011 yılında hizmet vermeye başlamıştır. Yıllar içinde lensler, filtreler, hikayeler, bitmoji, çıkartmalar, keşfet içerik yayınlama, haritalar, cameolar ve spotlight gibi çeşitli özellikleri kullanıma sunmuştur. Ayrıca, küratörlü etkinliklerde

fotoğrafların ve kısa videoların anlık ve kolektif üretimini içeren canlı bir hikaye anlatma özelliğine sahiptir (Cristifaro vd., 2023).

Şekil 9. Snapchat Web Görünümü

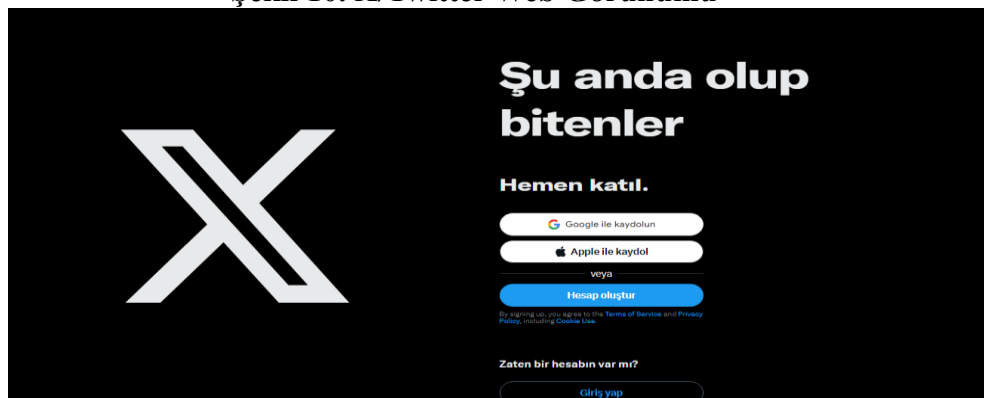


2.1.2.10. X/Twitter

X, önceki enkarnasyonunda yaygın olarak Twitter olarak bilinen, ana merkezi Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunan bir sosyal ağ platformudur. Twitter resmi olarak 2006 yılının temmuz ayında hizmet vermeye başlamıştır. Ancak Mart 2006'da Noah Glass, Jack Dorsey, Biz Stone ve Evan Williams tarafından kurulmuştur (Murthy, 2018).

Mesajlar genellikle tüm kullanıcılar tarafından görüntülenebilir, ancak gönderenin mesajın yayılmasını yalnızca takipçilerine kısıtlama seçeneği bulunmaktadır. Kullanıcılar etkileşimde bulunmak istemedikleri kullanıcıları sessize alabilir, hesapların gönderilerini görüntülemesini engelleyebilir ve hesapları takipçi listelerinden kaldırabilir. Kullanıcılar diğer kullanıcıların gönderilerine abone olabilir; bu "takip etme" olarak bilinir ve aboneler "takipçi" olarak bilinir. Bireysel gönderiler diğer kullanıcılar tarafından kendi akışlarına iletebilir; bu işlem "repost" veya "retweet" olarak bilinir. 2015 yılında Twitter, kullanıcıların bir gönderiyi diğerine ekleyerek gönderilerine yorum eklemelerine olanak tanıyan bir özellik olan "alıntı tweet"i kullanıma sunmuştur (Burgess ve Baym, 2022).

Şekil 10. X/Twitter Web Görünümü



2.1.2.11. Pinterest

Pinterest'in geliştirilmesine Aralık 2009'da başlandı ve site prototipi Mart 2010'da kapalı beta olarak kullanıma sunuldu. Pinterest, Ben Silbermann ve Paul Sciarra adlı kurucular tarafından hizmete açılmıştır. Kağıt katalogların yerine sanal bir alternatif olarak hizmet veren Tote adlı daha önceki bir uygulamadan ortaya çıkmıştır.

Pinterest, resimlerin paylaşılması ve kullanıcılar arasında bağlantıların teşvik edilmesi konusunda uzmanlaşmış, Amerika Birleşik Devletleri kökenli bir sosyal medya platformudur. Bu hizmet, mutfak tarifleri, iç dekor, moda trendleri, kişisel gelişim ve yaratıcılık gibi çeşitli yönlerle ilgili içeriğin yayılmasını ve keşfedilmesini kolaylaştırmak için özel olarak hazırlanmıştır. Resimler, animasyonlu GIF'ler ve videolar gibi görsel yardımcılar kullanan Pinterest, kullanıcıların dijital ortamla ilgili çeşitli bilgileri belgelemesine ve ortaya koymasına imkan tanır. İlgi alanı esas olarak "pinler" ve "boardlardan" oluşur. Pin, bir web sitesinden bağlantı verilen veya yüklenen bir görseldir. Bir kullanıcının panosundan kaydedilen pinler, "repinning" olarak bilinen bir işlemle başka birinin panosuna kaydedilebilir (Lewallen ve Behm-Morawitz, 2016).

Şekil 11. Pinterest Web Görünümü



2.1.3. Sosyal Medya Bağımlılığı

2024 yılı itibariyle istatistikler faal sosyal medya kullanıcılarının 5 milyar sayısını geçtiğini, bu sayının dünya nüfusunun yüzde 62.3'üne denk geldiğini göstermektedir. Küresel kullanıcı toplamı geçtiğimiz yıl 266 milyon kişi artarak yıllık yüzde 5.6'lık bir büyüme göstermiştir. Veriler, bir önceki yıl dünya çapında her saniyede ortalama 8,4 yeni sosyal medya kullanıcısının ortama eklendiğini göstermektedir. İstatistiksel veriler tipik bir sosyal medya kullanıcısının çeşitli sosyal medya uygulama ve araçlarıyla etkileşimde bulunarak günde 2 saat 23 dakika harcadığını göstermektedir. Bu süre geçen yıla göre 8

dakika artmıştır (Datareportal, 2024). Dünya genelinde sosyal medyaya olan ilginin artması, toplumsal ve bireysel bazda ele alınması gereken bazı negatif neticeleri de içermektedir. Bu olumsuzluklar internetin sorunlu kullanımı ve sosyal medya bağımlılığıdır.

Bir birey sosyal medyaya aşırı ilgi gösterdiğinde, sınırların üzerinde zaman geçirdiğinde sosyal medya bağımlısı olma ihtimali artar. Bu durum da bireyin sosyal medya üzerinden kapsamlı bir şekilde etkileşim kurma ihtiyacına neden olur. Sosyal medya bağımlılığı, diğer bağımlılık bozukluklarına benzer davranış kalıplarını içerir. Bu davranış kalıpları, ruh hali değişiklikleri, sosyal medyada geçirilen zamanın artması, yoksunluk belirtileridir. Bunun dışında olumsuz davranışlar arasında sosyal medyaya giriş yapmaktan kaynaklanan uyku kaybı ve huzursuzluk da sayılabilir (Hilliard, 2019).

İnternet bağımlılığının veya sosyal medya bağımlılığının tanınmış bir bozukluk olarak sınıflandırılmaması, Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından yayınlanan Tanı ve İstatistik Kılavuzunda (DSM) yer almamasından kaynaklanmaktadır. Ancak davranış kalıplarının analizi, bağımlılığın işaretlerini ortaya çıkarmıştır. Bu işaretler, alkol bağımlılığı veya kumar bağımlılığında gözlemlenen davranış kalıplarına benzer özelliktedir. Dolayısıyla, bağımlı kişilerde kompulsif-impulsif internet kullanımı, belirli web sitelerine veya uygulamalara takıntı, normal yaşam fonksiyonlarının kaybı, uyku gibi normal biyolojik fonksiyonların değişmesi ve internete erişimden mahrum kalındığında yoğun aşırma söz konusudur. Yıllar içinde bu durum çeşitli şekillerde "kompulsif internet kullanımı", "işlevsiz internet kullanımı", "internet bağımlılığı" ve "sosyal medya bağımlılığı" olarak adlandırılmıştır (Paul, 2019).

Sosyal medya kullanıcıları; diğer bağımlılık yapıcı davranışlarda bulunanların ve bağımlılık yapıcı maddeleri kullananların yaşadıkları olumlu pekiştirmeye benzer şekilde, beyinlerinin ödül alanında aynı hisleri yaşarlar. Sosyal medya kullanıcısı bir beğeni, mention, retweet, mesaj veya başka bir onay bildirimi aldığı anda, beyin dopamin hücumuna uğrar ve kullanıcının zevk hissetmesine neden olur. Birçok sosyal medya kullanıcısı için hesaplarına erişme arzusu stres, yalnızlık hissi ve depresyonla başa çıkmak için bir tepkidir (Hilliard, 2019). Aşırı sosyal medya kullanımı İSE anksiyete, depresyon, madde kullanım bozuklukları ve davranışsal bağımlılıklarla ilişkili semptomlarla ilişkilendirilmiştir (Zendle ve Bowden-Jones, 2019).

Sosyal medyanın aşırı derecede kullanılması, sosyal medya bağımlılığına giden yolu açan işaretler ve eylemler ortaya çıkarabilir (Zendle ve Bowden-Jones, 2019). İnsanların ait olma, bağlantı kurma ve birbirleriyle ilişki kurma gibi temel ihtiyaçları olmasına rağmen, sürekli bağlantıda kalmak yaşamın genel refahı ile ilgili ciddi sorunlar yaratabilir (Hou vd., 2019). Sosyal medya, benzer ilgi alanlarına, geçmişlere, kültürlere ve inançlara sahip bireylerin sosyalleşme, öğrenme, bilgi sağlama ve bilgi değiş tokuşu gibi faydalar sağlamaktadır (Kuss ve Griffiths, 2017). Bununla birlikte, sosyal medyanın faydaları, bazı bireyler için aşırı bir zorlamaya yol açan davranışlar da yaratabilir ve kaçınılmaz olarak, genellikle bağımlılık davranışlarıyla benzer semptomlar ve davranış kalıplarıyla bağımlılığa dönüşebilir (Hou vd., 2019). Sosyal medyada normal üstü vakit geçiren bireyler, sosyal medya bağımlısına dönüşerek hayatları üzerindeki olumsuz etkilerine rağmen sosyal medyayı sürekli kullanma arzusuyla baş etmek zorunda kalırlar (Andreassen ve Pallesen, 2014). Hou vd. (2019), sosyal medya bağımlılığının belirtilerinin kişinin ruh hali, bilişi ve fiziksel ve duygusal tepkileri aracılığıyla görülebileceğini iddia etmiştir. Bu kişiler genellikle sosyal medyayı aşırı kullanımlarını, madde bağımlılığı bozukluğu veya diğer davranışsal bağımlılıklar oluşturma kriterlerine paralel olarak tanımlamaktadır (Zendle ve Bowden-Jones, 2019).

Sosyal medya bağımlılığının -ve genel olarak internet bağımlılığının- bağımlıya verdiği zararlar, Nussbaum'a (2003) göre insan onurunun gerektirdiği yedi insani yetiyi ihlal etmektedir. Sosyal medya bağımlılarının maruz kaldığı zararları ve bu zararların karşılık geldiği yetileri inceleyen çalışmalar aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır. (Bhargava ve Velasquez, 2021):

1) *Yaşam*: Birçok çalışma, internet bağımlılığı belirtileri sergileyen bireylerin, normal bireylere kıyasla daha yüksek intihar riskine sahip olduğunu göstermiştir.

2) *Beden sağlığı*: Bir dizi çalışma, bağımlı olmayanlara kıyasla, sosyal medya bağımlılığı olan ergenlerin yanı sıra diğer internet bağımlılığı türlerine sahip olanların, düşük uyku kalitesinden mustarip olduklarını, daha fazla bağımlılık yapan madde kullandıklarını, düzensiz yemek yediklerini ve zayıf diyetleri olduğunu bulmuştur.

3) *Duyular, hayal gücü ve düşünce*: Araştırmacılar sosyal medya bağımlılığı (ve diğer internet bağımlılıkları) ile doğru muhakeme etme, net düşünme ve konsantre düşünce gerektiren faaliyetlerde bulunma becerisindeki düşüş arasında bir ilişki bulmuştur.

4) *Duygular*: Sosyal medyaya ve genel olarak internete bağımlı olanlar depresyon, düşük öz saygı, sosyal kaygı, aile ve akranlardan uzaklaşma, başkalarına karşı düşmanlık ve zayıf kişiler arası ilişkiler gibi bir dizi duygusal eksiklikten mustarıdır.

5) *Pratik neden*: Araştırmalar, sosyal medya bağımlılığı olan bireylerin yaşamlarından daha az memnun olduklarını, hayatlarının gidişatını daha az kontrol edebildiklerini ve geleceğe yönelik plan yapma becerilerinin daha az olduğunu ortaya koymuştur.

6) *Bağılılık*: Sosyal medya bağımlılıklarının sosyal izolasyon ve yalnızlıkla ilişkili olduğu çeşitli çalışmalarda bildirilmiştir. İnternet bağımlılığının her türüne sahip olanların daha az sosyal faaliyette bulunduğunu, sosyal çevresi ile daha az süre geçirdiğini ve daha az aile yakınlığı yaşadığını tespit etmiştir.

7) *Oyun oynamak*: Özellikle çevrimiçi oyun bağımlılığından etkilenenler aşırı miktarda çevrimiçi oyun oynayabilse de sosyal medya bağımlılığından veya başka herhangi bir internet bağımlılığından etkilenen diğer herkesin spor veya diğer eğlence etkinliklerine katılmak için çok az zamanı vardır (Bhargava ve Velasquez, 2021).

2.2. Rekreasyon Kavramı

Rekreasyon sözcüğü köken bakımından, Latince yeniden yaratma, yenilenme, yeniden oluşma anlamındaki “recreate” sözcüğünden gelmektedir. Türkçe’de boş zaman etkinlikleri anlamına gelse de bireylerin gönüllü olarak gerçekleştirdikleri eğlence verici ve rahatlatıcı aktiviteler anlamına gelmektedir (Pehlivanoglu, 1976).

Rekreasyon kavramı ile ilgili çok sayıda tanım ve bakış açısı mevcuttur. Piagam'a (1983) göre rekreasyon, bireylerin boş zamanlarında isteyerek yaptıkları aktivitelerden kaynaklanan zevk ve memnuniyet olarak karakterize edilir. Birey tarafından boş saatlerinde tercih edilen ve devam ettirilen faaliyetleri kapsar. Bu faaliyetler, bireyi gençleştirmeye ve ona enerji vermeye hizmet eder (John, 1986). Rekreasyon, bireylerin, günlük görevlerinden farklı olarak, boş saatlerinde tükenmiş enerjilerini ve fiziksel refahlarını yenilemenin bir yolu olarak katılmayı seçtikleri arayış veya eğlenceler olarak tanımlanır (Güleç 1990). Bu anlamlarıyla çalışma zamanının zıt anlamına gelen boş zaman kavramı, yaşam kalitesinin artırılması için yapılan etkinliklerden ziyade sınırlandırılmış bir üretim-tüketim bağlamında konumlandırılmaktadır. Bu nedenle rekreasyon, bireylerin boş zamanlarında çevreye zarar vermeden yaşam kalitelerini artırmak için üstlendikleri gönüllü faaliyetleri kapsayan disiplinler arası bir alan olarak

tanımlanabilir (Tütüncü, 2012). Rekreatyon, alternatif bir perspektifte tanımlandığı gibi, bireylerin boş zamanlarında kişisel motivasyonları tarafından yönlendirilen faaliyetleri kapsar (Hacıoğlu ve diğerleri, 2009). Diğer bir deyişle, bu faaliyetler, kişinin zorunlu taahhütlerinin dışında hem zihinsel hem de fiziksel gençleşmeyi teşvik etmek amacıyla yeme, içme ve uyku gibi temel fizyolojik ihtiyaçların karşılanması ötesinde gerçekleşen aktif, pasif ve dürtüsel arayışlardan oluşur (Yaylı, 2014). Torkildsen (2011) ise rekreatyonu, yaygın anlamıyla boş zamanlarda yapılan tatmin edici etkinlikler olarak tanımlamaktadır. Rekreatyon bireyi tazeleme ve yenileme işlevi görmekte, bireye problem çözme ve kaliteli vakit geçirme fırsatları sunmaktadır. Rekreatyon, fiziksel bir gelişim ya da yapının bir tezahüründen ziyade bilişsel bir fenomen olarak algılanır. Bireyin yaşam tarzı içinde bir tutum, bir algılama ve psikolojik bir etkiye bireysel bir tepkidir.

Bu çeşitli tanım ve görüşlerin ortak noktaları şu şekilde sıralanabilir:

- 1- Rekreatyon; bireylerin keyif aldığı aktivitelere, serbest zamanlarında isteyerek katılmasını kapsar.
- 2- Kişisel tercihler doğrultusunda gerçekleştirilen faaliyetlerdir.
- 3- Dinlenme, eğlence, fiziksel aktivite veya zihinsel uyarım gibi amaçlarla yapılır.
- 4- Modern yaşamın getirdiği zorunluluklardan kaçış sağlar ve denge oluşturur.
- 5- Doğa, spor, sanat, seyahat gibi çeşitli alanlarda faaliyetleri içerir.
- 6- Bireylerin ruh ve beden sağlığını korumaya yardımcı olur.
- 7- Sosyal bağların güçlenmesine ve kişisel gelişime katkı sağlar.
- 8- İhtiyaç haline gelmiş ve toplumun genel refahı için önemlidir.
- 9- Yeşil alanların ve doğal ortamların korunması ve değerlendirilmesiyle ilişkilidir.

Günümüz koşullarında, rekreatyon sadece bir istek değil zorunluluktur. Bu değişimin arkasındaki mantık, günlük rutinlerin hızlı temposunda ve bunun sonucunda ortaya çıkan yüksek stres seviyelerinde yatmaktadır. Rekreatyonun gerekliliğinin farkına varıldıktan sonra, kentsel alanlar içindeki azalan yeşil alanları ve kentsel bölgeleri çevreleyen yeşil alanları değerlendirmek de önem kazanmıştır (Karaküçük 1999).

Rekreasyonel faaliyetler, sanayileşme ve kentleşme süreçlerinin getirdiği bir zorunluluktur ve ihtiyaç etkileri çağdaş toplumda daha belirgindir. (Öztürk, 2005).

Rekreasyon, farklı bireyler tarafından farklı şekillerde yorumlanır ve onları farklı arayışlara girmeye teşvik eder. Bu farklı yorumlama bazen ergenlerin ve yetişkinlerin boş zaman etkinlikleri ile küçük çocukların oyunları arasında ayırım yapmak için uygulanır. Her şeye rağmen, bu kavram belirli bir yaş aralığını veya belirli eğlence arayışını aşar. Çağdaş toplumun karmaşık doğası göz önüne alındığında, bireyler yaşamlarını sürdürmek için kapsamlı fiziksel ve mental emek vermek zorunda kalırlar. Bu da yorgunluğa neden olur. Rekreasyon, bu zorlu çabalar sırasında kaybedilen canlılığı geri kazanmanın bir yolu olarak hizmet eder (Gulam, 2016).

Gün geçtikçe ve ihtiyaçlar farklılaştıkça rekreasyonun kavramsal anlamı da genişlemektedir. Bu farklılaşmanın temelinde bireylerin gerçekleştirdikleri etkinlikler ile ilgili hissettikleri, etkinlik zamanı ve yeri de sayılabilir. Pek çok insan için balık tutmak, kamp yapmak, dans etmek, şarkı söylemek, piyano çalmak ve fotoğraf çekmek rekreatif etkinlik sayılabilir. Ancak bu etkinlikleri, etkinlik değil de meslek olarak icra edenler için aynı durum geçerli değildir. Bu anlamda anlaşılması gereken kritik nokta, birey tarafından üstlenilen faaliyetin gönüllü yapılması ve söz konusu faaliyetten zevk alınmasının önemidir (Karaküçük ve Akgül, 2016).

Rekreasyon, bir bireyin boş zamanlarında veya çalışma saatleri dışında üstlendiği uğraşlarla ilgilidir. Bu nedenle genellikle bir boş zaman etkinliği biçimi olarak adlandırılır. Rekreasyon eğitiminin temel amacı, bireylere boş veya serbest zamanlarını verimli bir şekilde geçirmeleri hakkında bilgi vermektir. Bu faaliyetlerin rekreasyonel olarak kabul edilebilmesi için bireyin fiziksel, bilişsel, duygusal ve sosyal gereksinimleriyle uyumlu olmaları gerekir. Başka bir deyişle, boş zamanın sağlıklı bir şekilde değerlendirilmesi için faaliyetlerin dikkatli bir şekilde seçilmesi anlamına gelir (Gulam, 2016).

Rekreasyon, bireye sosyalleşme, fiziksel aktivite, ortak bir buluşma yeri, arkadaşlık ve katılım gibi birçok fayda sağlayabilen bir aktivitedir. Birçok çalışma rekreasyonun olumlu sonuçlarını ve rekreasyonun bireyin hayatını nasıl etkileyebileceğini incelemiştir. Fiziksel rekreasyonun olumlu sonuçlarının birçoğunun obezite, depresyon ve strese azalma ve özsaygıda artış gibi üzere çağımızın yaygın sorunlarının birçoğu üzerinde etkisi olduğu sonucuna varmıştır (Schwarzenger vd., 2005).

Alanyazın ayrıca kampüs içi fiziksel aktivitelere katılma fırsatı bulan öğrencilerin "sosyal akran grubu gelişimi ve gelişmiş bir aidiyet duygusu" yaşadıklarını göstermektedir (Evans vd., 2013). Rekreasyon, fiziksel, sağlık, toplumsal, kültürel ve sanatsal yönleri de içeren çeşitli faydalar sağlar. Psikolojik mutluluğu, olumlu ruh halini, yaşamdan memnuniyeti ve iyimserliği teşvik eder. Rekreasyon faaliyetlerine katılmak, bireylerin rahatlmasına, canlılıklarını sağlamalarına, genel sağlık ve zindeliklerini kazanmalarına yardımcı olur (Kumar vd., 2023; Mardan vd., 2022). Aynı zamanda özsaygıyı, güveni ve yaşam kalitesini artırırken, becerileri keskinleştirir ve sosyal etkileşimi teşvik eder (Başaran vd., 2022). Rekreasyon, ekonomik kalkınma ve suçun önlenmesinde rol oynar. Toplumun bütünsel gelişimine katkıda bulunur (Mondal, 2022). Ayrıca, rekreasyon faaliyetleri bireylere zamanlarını etkin bir şekilde kullanma, aidiyet ve kişisel gelişim duygusu geliştirme fırsatı sunar. Rahatlamaya yardımcı olmak, sağlığı iyileştirmek, enerjiyi yenilemek, ekonomik katkı, yaşam kalitesi, beceri gelişimi, sosyalleşme gibi yararlar sağlar (Gani, 2018). Genel olarak rekreasyon psikolojik, bedensel, mental ve toplumsal fayda sağlayan insan hayatının önemli bir parçasıdır.

2.2.1. Rekreasyonun Kısa Tarihi

Rekreasyonun tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. Rekreasyon, kökenleri eski uygarlıklara kadar uzanan köklü geçmişe sahiptir. Tarih boyunca toplumlar boş zamanın önemini farkına varmış ve rekreasyonel faaliyetlerde bulunmanın yollarını aramışlardır. Son yıllarda, tarihi yeniden canlandırma popülerlik kazanmış, insanların geçmişe aktif olarak katılmalarına ve tarihi tüm duyularıyla deneyimlemelerine olanak sağlamıştır (Hurd ve Anderson, 2010).

Tarih Öncesi Toplumlar

Tarih öncesi toplumlardaki insanlar öncelikle hayatta kalmakla ilgilenmişlerdir. Avcılık ve toplayıcılık birincil faaliyetler olarak yaşamı sürdürmek için kaynak sağlıyorlardı. Bu eylemler genellikle başarılı avların kutlanmasına odaklanmış ve Tanrılara lütufları için yalvarmışlardır. Bu faaliyetler tarihi olayları, ulaşım uygulamalarını, savaş oyunlarını ve çiftlik aletlerinin kullanımını tasvir etmiştir. Oyun, çocukları genç ve yetişkin olarak sorumluluklarına hazırlamış, iyileştirici bir deneyim ve iletişim aracı haline gelerek zevk ve eğlence sağlamıştır (Hurd ve Anderson, 2010).

Antik Yunan

Antik Yunan (M.Ö. 1200-500), toplumsal yapının boş zamanın gelişimini nasıl etkilediğine dair mükemmel bir örnektir. Yunan filozof Platon ve öğrencisi Aristoteles, erdemli ve yapıcı boş zaman faaliyetlerinin mutluluk ve tatmine giden yol olduğuna dair inançlarıyla bunu desteklemişlerdir (Hunnicut, 2006).

Vatandaşlar boş zamanlarını entelektüel gelişim, müzik, tiyatro ve şiirin yanı sıra siyasi ve felsefi tartışmalar için bir fırsat olarak görmüşlerdir. *Schole* kavramı durmak ve sessizlik ya da huzur anlamına gelmekteydi. Ancak Antik Yunan yaşamının ayrılmaz unsuru olan atletik oyunlara tutkusu *schole* kavramıyla çelişmekteydi. Atletik oyunlar dini törenleri ve kahramanları kutlamak, eğlence ve zevk için düzenlenirdi. Zeus'u onurlandıran ilk Olimpiyat Oyunları, Atina idealini kucaklayan araba yarışları, dövüş etkinlikleri, boks, güreş, ayak yarışları ve beş sporlu bir etkinlik olan pentatlonu içeriyordu (El-Harami, 2015).

Antik Roma

Roma'nın baskın bir toplum olarak ortaya çıkışı, o dönemde boş zamanın algılanış biçimini etkilemiştir. Boş zamanı çok yönlü gelişimde basamak olarak değerlendiren eski Yunanlılardan farklı olarak Romalılar, boş zamanı öncelikle günlük rutin olan iş ortamlarından artan zaman olarak algılamışlardır (El-Harami, 2015).

İmparator Cladius döneminde Roma'da 59 resmi tatil ve 95 oyun günü vardı; M.S. 354'te ise 200'den fazla resmi tatil ve 175 oyun günü vardı. Romalılar işle daha az meşgul olmaya başladıkça, giderek daha fazla sıkılmaya ve hükümeti eleştirmeye başladılar. Bunun üzerine hükümet, gösteriler ve bayram kutlamaları aracılığıyla keyifli deneyimler sunarak huzursuzluğu yatıştırmaya çalıştı, "Ekmek ve çemberler" ücretsiz yiyecek ve eğlence, Roma toplumunun çerçevesini oluşturdu (El-Harami, 2015).

Orta Çağ

Roma İmparatorluğu'nun dağılmasından sonra Katolik Kilisesi baskın güç haline gelmiş ve Roma İmparatorluğu'nun etkinliklerini reddetmişlerdir. Tiyatro ve oyunları kabul edilemez olarak nitelemişlerdir. Kilise, kabul edilebilir ve kabul edilemez boş zaman faaliyetlerinin neler olduğunu etkilemiştir. Katı kuralların hüküm sürdüğü dönemin sonunda kilise, kilise içindeki bireylerin farklı bakış açıları geliştirdiği bir rönesans döneminden geçmiştir (Spracklen, 2011).

Rönesans

14- 16. yy. arası kilise etkisinde kalan İtalya ve bölgesinde rönesans ile birlikte kilise tarafından dışlanan sanatçılar, artık sanatlarını ifade etmeleri için desteklenmiş ve teşvik edilmiştir. Oyun, eğitimin bir parçası olarak algılanmıştır (Burke, 1995).

Montaigne zihin, beden ve ruhun birliği kavramını desteklemiş, Orta Çağ'ın biliş ve vücut ayrımı ya da düalizmi idealine karşı çıkmıştır. John Locke bir öğrenme aracı olarak oyunla o kadar ilgiliydi ki oyun ve eğlence arasında bir ayrım yaptı: Rekreasyon boş durmak değildir, çalışmaktan yorulan insanları rahatlatarak ve toparlanmalarına yardımcı olarak belirli bir fayda sağlar. Rousseau, kısıtlama yerine fiziksel aktivitenin tam özgürlüğünü savunmuştur (Burke, 1995).

Protestan Reformu

Protestan Reformu esnasında Martin Luther ve diğerleri Katolik Kilisesi'nin kabul gören uygulamalarını sorgulamış ve diğer Protestan dinlerine ayrılmışlardır. Her dini grup, neyin boş zaman olarak kabul edilebilir olduğu algısını yönetti. Bu geçiş sırasında bazı kiliseler tarafından oyun kötü bir şey olarak görülmüştür. John Calvin, dünyadaki başarının cennetteki yerinizi belirlediğine inanıyordu. Bu düşünceyle, olağanüstü sıkı çalışma ve boş zamanın olmaması büyük başarının işaretleriydi (Genoe vd., 2018).

Endüstri Devrimi

Endüstri Devriminden itibaren kentleşme ve fabrika sistemlerinin ortaya çıkması, çalışma saatlerinin insani bir şekle yaklaştırılmasıyla birlikte boş zamanın değerini artırmıştır. Günlük 12 saatlik çalışma saatlerinin süresinde azalma olması serbest zamanın değerini arttırmıştır. Bu durum serbest zaman kültürünün gelişmesine ve serbest zaman modellerinin oluşmasına katkı sağlamıştır (Karaküçük, 2014). Ayrıca rekreasyon etkinliklerinin devlet politikası haline gelmesini, devlet teşkilatlanmasının rekreasyona yer açmasını sağlamıştır. Serbest zaman olanaklarının park ve rekreasyon alanlarına ayrılmasına vesile olmuştur (Karaküçük, 2014).

20. Yüzyıl

İki büyük Dünya Savaşı'nın ardından rekreasyonun önemi daha da artmış, ulusal parklar, koruma alanları ve rekreasyon alanları kurulmuştur. Ayrıca, turizm endüstrisinin büyümesiyle birlikte rekreasyon faaliyetleri daha da bilinir hale gelmiştir. Çalışma koşullarının iyileştirilmesi, insani değerlerin önemli hale gelmesi ve farkındalıkların

artmasıyla rekreasyon etkinlikleri çeşitlenmiştir (Human Kinetics, 2013). Tekrarlayan, standartlaştırılmış ve düzenlenmiş bir çalışma rutini; manevi hoşnutsuzluk, iş uyumsuzluğu ve istifayı kapsayan çok sayıda sosyal ve bireysel sorunun temel nedeni olarak tanımlanmıştır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için, işten sonra kalan boş zamanın değerlendirilmesini ve geliştirilmesini kapsayan kavram, disiplinleşmiştir. Burada, işten önceki geleneksel rahatlama kavramının aksine, zevk, çeşitli ilham verici ve etik çabaların da dahil edileceği, geleneksel çalışma görüşünün aksine bir yaklaşım ortaya çıkmıştır (Gökçe, 2019).

2.2.2. Rekreasyonun Özellikleri

Bireyleri rekreasyon etkinliklerine yönelten sebepler amaç, katılım şekilleri, toplumsal gelişmişlik düzeyi, coğrafi konum, kültür, bireyin özellikleri ve cinsiyete göre farklılık gösterir. Ancak yapılan çalışmalara göre ortaklaşılan özellikler mevcuttur. Bu özellikler şunlardır (Ayar, 2021; Parlak, 2023):

- Rekreasyon boş zamanları verimli değerlendirme faaliyetleridir.
- Rekreasyon bireylerin memnuniyet ve tatmin düzeyini artırır.
- Rekreasyonun bireyler için belirlenmiş bir yaş haddi bulunmamaktadır.
- Rekreasyon gönüllü bir etkinliktir, zorunluluk içermez.
- Rekreasyon bireylerin bağımsızlaşmasını sağlar.
- Rekreasyon etkinlikleri maddi getiri sağlamaz.
- Günlük yaşamda maruz kalınan stresin azaltılmasına destek olur.
- Bireylerin sosyalleşmesini sağlar.
- Rekreasyon etkinlikleri bedensel, zihinsel ve psikolojik etkiye sahiptir.
- Rekreasyon toplumsal kültürün izlerini taşır.
- Rekreasyon etkinliklerini sürdürme mecburiyeti bulunmaz.
- Rekreasyon mutlaka bir etkinlik gerektirir.
- Rekreasyon insanlar için evrensel ortaklıklar içerir.
- Rekreasyon bireylere kişisel ve toplumsal nitelikler kazandırır.
- Rekreasyon bireylere çoklu etkinliklere katılım imkanı sunar.
- Rekreasyon uzmanlık gerektirir.
- Rekreasyon etkinlikleri bireylerin her zaman amaçlarına ulaşmasını sağlamaz.

2.2.3. Rekreasyon Çeşitleri

Rekreasyon, bireysel ilgi ve tercihlere bağlı olarak sınıflamalara sahiptir. Bu açıdan rekreasyon bireylere geniş seçenek alanı sunmaktadır. Seçeneklerin geniş bir yelpazede olması bireylerin rekreasyon etkinliklerine katılımında motivasyon sağlamakta ve rekreasyona ilişkin tutumlarında olumlu etki sağlamaktadır (Thompson Coon vd., 2011)..

Fiziksel faaliyetler

Rekreasyonel fiziksel etkinlikler, genellikle bireysel veya grup halinde yapılır ve çeşitli ortamlarda gerçekleştirilebilir. Kapalı alanlarda yapılan etkinlikler, spor salonları, fitness merkezleri veya kapalı spor sahalarında gerçekleştirilirken, açık hava etkinlikleri parklar, plajlar, dağlar veya nehirler gibi doğal ortamlarda yapılabilir. Bunlar arasında dans, yoga, oyunlar, sporlar, fiziksel egzersizler, tatbikat, yürüyüş, jimnastik, akrobasi vb. yer almaktadır (Thompson Coon vd., 2011).

Zihinsel ve entelektüel faaliyetler

Zihinsel ve entelektüel faaliyetler, insanların düşünsel ve akademik kapasitelerini geliştirmeye yönelik etkinlikleri ifade eder. Bu tür etkinlikler, rekreasyonun önemli bir parçasını oluşturur çünkü insanlara eğlenerek kişisel gelişim imkanı sağlar. Zihinsel ve entelektüel rekreasyon etkinlikleri genellikle bireysel veya grup halinde yapılır ve kişisel ilgi ve yeteneklere göre çeşitlilik gösterir. Bunlar arasında tartışma grupları, çalışma çemberleri, münazaralar, okuma, yazma, resim, modelleme, satranç, kartlar vb. yer almaktadır (Gulam, 2016).

Öz savunma ve öz disiplin faaliyetleri

Öz savunma ve öz disiplin faaliyetleri, bireylerin kendilerini koruma ve geliştirme becerilerini artırmaya yönelik etkinlikleri ifade eder. Bu tür etkinlikler; bedensel, mental ve duygusal olarak kendini güçlendirmeyi amaçlar. Büyük ölçüde disiplin, öz kontrol ve dayanıklılık gibi değerleri teşvik eder. Aynı zamanda, toplumda güvenlik ve dayanışma duygusunu artırabilirler. Boks, judo, tai chi, aikido, krav maga, karate bu etkinlikler arasında yer alır (Tekke & Coşkun, 2019).

Sosyo-kültürel faaliyetler

Sosyo-kültürel faaliyetler, bireylerin kültürel mirası paylaşımlarını, toplumsal bağları güçlendirmelerini ve sosyal etkileşimi artırmalarını sağlayan çeşitli etkinlikleri

içerir. Bu tür faaliyetler, insanların sosyalleşerek ortak ilgi alanları oluşturmalarını, toplumda birlik ve dayanışma duygusunu güçlendirmelerini teşvik eder. Milli tarih bilinci kazandırmak, mevcut kültürel değerler hakkında farkındalık sağlamak adına bu tür faaliyetler her yaş kesimine hitap eder. Bunlar arasında drama, müzik, çeşitli programlar vb. yer almaktadır (Shiner, 2004).

Sanat ve zanaat faaliyetleri

Sanat ve zanaat faaliyetleri, insanların yaratıcılıklarını ifade etmelerini, el becerilerini geliştirmelerini ve estetik deneyimler yaşamalarını sağlayan çeşitli etkinlikleri kapsar. Bu tür faaliyetler, rekreasyonun önemli bir parçasını oluşturur çünkü insanlara keyifli ve haz verici bir şekilde zaman geçirme fırsatı sunarlar. Sanat ve zanaat etkinlikleri arasında çizim, boyama, marangozluk, modelleme, iplik eğirme nakış, kağıt makinesi, deri işi vb. yer almaktadır. Bu etkinlikler, sadece bireysel yaratıcılığı teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda topluluk içinde sosyal bağları güçlendirir, stresi azaltır ve zihinsel sağlığı iyileştirir. Ayrıca, çocuklar ve gençler için eğitici bir araç olarak da kullanılır. Onlara problem çözme, planlama ve motor becerilerini geliştirme fırsatı sunar. Her yaştan insanın katılabileceği bu faaliyetler, aynı zamanda kültürel mirasın korunmasına ve aktarılmasına katkıda bulunur (Shiner, 2004) .

Açık hava etkinlikleri

Açık hava etkinlikleri, insanların doğal ortamlarda zaman geçirerek fiziksel aktivite yapmalarını, doğayı keşfetmelerini ve açık havada keyifli vakit geçirmelerini sağlayan etkinlikleri ifade eder. Bu tür etkinlikler, rekreasyonun önemli bir parçasını oluşturur ve insanlara sağlık ve refahlarını artırmak için yarar sağlar. Bunlar arasında gezme, görme, ziyaretler, geziler, kampçılık, yürüyüş, dağcılık vb. yer almaktadır (Gulam, 2016).

Hobiler

Rekreasyonel faaliyetlerin büyük bölümü, istikrarlı olarak keyif almak amacıyla yapılan faaliyetler olan hobiler olarak tanımlanmaktadır. Hobi, profesyonel olarak ve ücret karşılığında değil, genellikle kişinin boş zamanlarında zevk için yapılan düzenli bir faaliyet olarak kabul edilir. Hobiler bireylerin ilgi alanlarına göre değişebilmektedir. Hobiler arasında temalı eşyalar ve nesneler toplamak, yaratıcı ve sanatsal uğraşlarla uğraşmak, spor yapmak veya diğer eğlenceleri takip etmek yer almaktadır. Resim

koleksiyonculuğu, albüm yapımı, piknikler, numune koleksiyonculuğu vb. yaygın hobiler arasında yer almaktadır (Gelber, 1999).

2.2.4. Rekreasyon Alanları

Rekreasyon alanı; kişilerin zorunlu mesai saatleri dışında kalan boş vakitlerinde istekli olarak seçtikleri bir etkinliği gerçekleştirerek iyi vakit geçirmek, zevk almak amacıyla ziyaret ettikleri yerlerdir. Rekreasyon alanlarını aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir (Gökçen, 2022; Paylı ve Şen, 2023):

Yüksek Yoğunluktaki Rekreasyon Alanları

Şehir bölgelerinde, nüfusun ve fiziki yapıların yoğun olduğu, rekreasyon alan imkanlarının çeşitlendiği, günlük rekreatif etkinliklere uygun ve yatırım açısından rağbet gören alanlardır.

Doğal Rekreasyon Alanları

Doğal rekreasyon alanları, özgün peyzaj yapısına sahip, doğa güzelliği olan ve bilimsel olarak bu benzersizliği kayıt altına alınmış yerlerdir. Bu alanlar genellikle çeşitli doğal ve insan yapımı olanaklar sunar ve ziyaretçilere çeşitli etkinlikler yapma fırsatı verir. Bu etkinlikler arasında kamp yapma, yürüyüş, dağcılık, bisiklet sürme, kuş gözlemi, balık tutma, piknik yapma, yüzme, su sporları ve doğal manzaraların keyfini çıkarma gibi etkinlikler bulunabilir.

Doğa Koruma Rekreasyon Alanları

Sahip olduğu varlıklar açısından zarar görmesi anlamında tehdit altında olan, nadir görülen, sosyo-ekonomik, bilimsel ve kültürel bakımdan değerli olan peyzaj alanlarıdır. Milli parklar, tabiat parkları ve biyosfer rezervleri gibi özel korunan alanlar, doğal çevrenin korunduğu ve sürdürülebilir bir şekilde ziyaret edilebildiği yerlerdir. Bu alanlar özellikle doğa yürüyüşü, kampçılık, doğal yaşam gözcülüğü gibi etkinlikler için tercih edilir.

Arkeolojik, Tarih ve Kültürel Rekreasyon Alanları

Bireylerin tarihsel ve kültürel açıdan kimliklerini yansıtan alanlardır. Bu alanlar bireylerin maddi ve manevi değerlerinin gelişimine katkı sunar. Sonraki kuşaklara aktarılacak üzere korunan alanlardır. Müze ziyaretleri, anıtlar, tarihi dini yapı ziyaretleri gibi örnekleri vardır.

Yeme İçme ve Eğlence Rekreasyon Alanları

Restoranlar, kafeler ve tema parkları gibi yerlerdir. Bu tür alanlar, insanların yemek yemek ve eğlenmek için gittikleri yerlerdir.

Kırsal Rekreasyon Alanları

Kent merkezi dışında yer alan rekreasyon alanlarıdır. Fiziki yapıların daha az olduğu daha ziyade kır ve köy yaşamı olarak tabir edilen alanlardır. Doğal veya insan müdahalesi ile oluşturulmuş olabilirler.

Eğitimsel Hedefli Rekreasyon Alanları

Bireylerin bilgi seviyelerini ve beceri düzeylerini ilerletmek maksadıyla tercih ettiği alanlardır. Eğlenme ve öğrenme etkinliklerinin bir arada olduğu alanlardır. Sanat atölyeleri, el beceri atölyeleri, sürdürülebilirlik eğitim merkezleri örnek olarak verilebilir.

Su Rekreasyon Alanları

Göller, nehirler, plajlar ve su parkları gibi suya dayalı aktivitelerin yapılabildiği alanlardır. Yüzme, su kayağı, balıkçılığa uygun ortamlardır.

Kültürel ve Sanatsal Rekreasyon Alanları

Tiyatro salonları, konser mekanları, sanat galerileri, sinemalar ve performans alanları gibi sanatsal ve kültürel etkinliklerin yapılabildiği alanlardır. Konserlere gitmek, tiyatro izlemek, sergi gezmek gibi aktiviteler burada gerçekleştirilir.

Spor ve Fitness Merkezleri

Spor yapma ve fiziksel aktivitelerde bulunma imkanı sunan tesisler, kurum ve kuruluşları ifade eden merkezlerdir. Merkezler çoğunlukla devlet eliyle, bazen de özel teşebbüsler ile meydana getirilir. Gün geçtikçe, bireylerin egzersize ilişkin farkındalıkları arttıkça, bu merkezlerin sayıları da artmaktadır. Bireylerin günlük egzersizlerini gerçekleştirebildikleri alanlardır. Fitness derslerine katılmak, kondisyon çalışmak, grup sporlarına katılmak gibi aktiviteler bu alanlarda yapılır.

Aile ve Çocuk Rekreasyon Alanları

Ailelerin ve çocukların verimli zaman geçirebilecekleri parklar, oyun alanları, eğlence merkezleri ve çocuk müzeleri gibi yerlerdir. Burada aileler piknik yapabilir, oyun oynayabilir veya eğlenceli etkinliklere katılabilirler.

Egzotik ve Macera Rekreasyon Alanları

Dağlık bölgelerdeki tırmanma parkurları, dalış noktaları, vahşi doğa kampları gibi yerlerdir. Bu tür alanlar genellikle aksiyon ve heyecan verici aktiviteler sunarlar.

Seyahat ve Turizm Rekreasyon Alanları

Turistik destinasyonlar, tatil köyleri, seyahat acentaları ve gezi turları gibi yerlerdir. İnsanlar burada yeni yerler keşfeder, farklı kültürleri deneyimler ve dinlenme ve eğlenme imkanı bulurlar.

2.2.5. Rekreasyon Aktivitelerine Katılımı Etkileyen Faktörler

Patmore (1983) rekreasyon etkinliklerine katılımı engelleyen faktörleri mevsimsel engeller, ekonomik engeller, fiziksel ve toplumsal engeller, rekreasyon alanlarına mesafe engelleri olarak sınıflandırmıştır.

Crawford vd., (1991) rekreasyonel etkinliklere katılımı engelleyen faktörleri üç başlıkta sınıflandırmıştır. Bunlar bireysel, bireylerarası ve yapısal faktörlerden kaynaklanan engellerdir.

Karaş (2022) rekreasyon engellerini evrensel, milli, yerel, bireysel, durağan ve hareketli rekreasyon engelleri olarak sınıflandırmıştır.

Gümüş ve Özgül (2017) ise rekreasyon alan katılım engellerini şu şekilde başlıklandırmıştır:

Güvenlik Engelleri

Zaman Engelleri

Arkadaş Engelleri

Spor Alanı Engelleri

Bireysel Engeller

III. BÖLÜM

YÖNTEM

Tezin bu bölümünde; araştırma sorgulamalarının, araştırmada kullanılan araştırma metodolojilerinin ve tekniklerinin açıklaması tasvir edilmiştir. Bu bölümde kullanılan araştırma çerçevesi, popülasyon ve örnek, veri toplama araçları ve veri analizi prosedürleri açıklanmaktadır.

3.1. Araştırma Modeli

Mevcut araştırma, ilişkisel bir tarama çerçevesinde yürütülen tanımlayıcı bir çalışmadır. Karasar (2005), ilişkisel tarama modelinin birincil amacının çoklu değişkenler arasındaki farklılıkların düzeyini belirlemek olduğunu belirtmektedir. Tarama yolu ile tanımlanan bağlantılar, nedensel bir ilişki kurmak yerine, bir değişkeni diğerinin değerine dayalı olarak tahmin etme çerçevesinde yorumlanır. Gerçekleştirilen bu araştırmada, Edirne Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü çalışanlarının sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile rekreasyon alan katılım engellerine görüşleri, ilişkisel tarama yöntemi kullanılarak çözümlenmeye çalışılmıştır. Cinsiyet, eğitim durumu, yaş, kurumdaki statü, kurumdaki görev süresi, medeni durumu, çocuk sayısı, haftalık rekreasyon katılım gün sayısı ve sosyal medya kullanım amacı değişkenleri ile sosyal medya bağımlılığı düzeylerine ve rekreasyon katılım engellerine ilişkin görüşler arasında farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla ise karşılaştırma türlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Edirne İlinde faaliyet gösteren Gençlik ve Spor İl Müdürlüğünde görev yapan 948 çalışan oluşturmaktadır. Araştırmacıların çalışmalarını yürüttükleri evrenin büyüklüğü, anlamlı sonuçlar elde etmek için tüm popülasyon yerine örneklem kullanımı gerektirir. Yüksek temsil gücüne sahip bir örneklem oluşturulması, tüm araştırma evrenine genelleme için gereklidir. Araştırmanın örnekleme tesadüfi örnekleme yöntemi ile belirlenen çalışanlardan seçilen 283 bireyden oluşmaktadır. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2004) örneklem hesaplama yönteminden yararlanılmıştır (Örnekleme hatası %5 olarak değerlendirilmiştir). Tesadüfi örneklemin seçilmesinin nedeni veri çeşitliliğini sağlayabilmektir. Tesadüfi örneklemede, hedef grup olan evrendeki her bir elemanın potansiyel birleşiminin, örneklem içindeki varlığı için eşit bir olasılığı vardır (Kerlinger ve Lee, 2000). Örneklem ilişkin demografik bilgilere aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 2. Örneklem Demografik Bilgileri

Demografik Değişken		N	%
Cinsiyet	Kadın	152	53.7
	Erkek	131	46.3
Eğitim Durumu	Lise	80	28.3
	Lisans	121	42.8
	Yüksek Lisans	18	6.4
	Diğer	64	22.6
Yaş	22-30 Yaş	69	24.4
	31-40 Yaş	120	42.4
	41-50 Yaş	76	26.9
	51-60 Yaş	18	6.4
Kurumdaki Statü	Memur	82	29
	Sözleşmeli Memur	69	24.4
	İşçi	132	46.6
Kurumdaki Görev Süresi	0-5 Yıl	139	49.1
	6-10 Yıl	70	24.7
	11-15 Yıl	50	4.2
	16-20 Yıl	12	4.2
	21-25 Yıl	3	1.1
	26 Yıl ve Üstü	9	3.2
Medeni Durum	Evli	178	62.9
	Bekar	105	37.1
Çocuk Sayısı	0 Çocuk	123	43.5
	1 Çocuk	80	28.3
	2 Çocuk	67	23.7
	3 Çocuk	13	4.6
Haftalık Rekreasyon Katılım Gün Sayısı	0 Gün	73	25.8
	1-2 Gün	124	43.8
	3-4 Gün	54	19.1
	5-6 Gün	18	6.4
	7 Gün	14	4.9

Sosyal Medya Kullanım Amacı	İletişim	100	35.3
	Alışveriş	11	3.9
	Bilgi Edinme	120	42.4
	Eğlence	52	18.4

Tablo 2'ye göre uygulanan ölçek formunda katılımcıların %53.7'si (N=152) kadın, %46.3'ü (N=131) erkektir. Eğitim durumuna göre katılımcıların %28.3'ünün (N=80) lise, %42.8'inin (N=121) lisans, %6.4'ünün (N=18) yüksek lisans ve %22.6'sının (N=64) diğer eğitim durumuna sahip olduğu görülmüştür. Yaş değişkenine göre katılımcıların %24.4'ünün (N=69) 22-30 yaş aralığında, %42.4 (N=120) 31-40 yaş aralığında, %26.9'unun (N=76) 41-50 yaş aralığında ve %6.4'ünün (N=18) 51-60 yaş aralığında olduğu görülmüştür. Katılımcıların kurumdaki statülerine göre %46.6'sının (N=132) işçi, %29'unun (N=82) memur ve %24.4'ünün (N=69) sözleşmeli memur olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların kurumda çalışma sürelerine göre dağılımında %49.1'inin (N=139) 0-5 yıl arasında, %24.7'sinin (N=70) 6-10 yıl arasında, %17.7'sinin (N=50) 11-15 yıl arasında, %4.2'sinin (N=12) 16-20 yıl arasında, %1.1'inin (N=3) 21-25 yıl arasında ve %3.2'sinin (N=9) 26 yıl ve üzerinde çalıştığı belirlenmiştir. Medeni duruma göre, katılımcı bireylerin %62.9'unun (N=178) evli ve %37.1'inin (N=105) bekar olduğu belirlenmiştir. Çocuk sayısına göre dağılımda, katılımcıların %43.5'inin (N=123) çocuksuz, %28.3'ünün (N=80) 1 çocuklu, %23.7'sinin (N=67) 2 çocuklu ve %4.6'sının (N=13) 3 çocuklu olduğu tespit edilmiştir. Haftalık rekreasyon katılım gün sayısına göre, katılımcıların %25.8'inin (N=73) haftada 0 gün, %43.8'inin (N=124) 1-2 gün, %19.1'inin (N=54) 3-4 gün, %6.4'ünün (N=18) 5-6 gün ve %4.9'unun (N=14) 7 gün rekreasyon faaliyetlerine katıldığı görülmüştür. Sosyal medya kullanım amacına göre, katılımcıların %35.3'ünün (N=100) iletişim, %3.9'unun (N=11) alışveriş, %42.4'ünün (N=120) bilgi edinme ve %18.4'ünün (N=52) eğlence amacıyla sosyal medya kullandığı tespit edilmiştir.

3.3. Verilerin Toplanması

Araştırmada, verilerin toplanması için anket kullanılmıştır. Ölçekleri içeren anket formu, katılımcıların demografik bilgilerini ve çalışma konusuyla ilgili değişkenleri içeren sorulardan oluşmuştur. Anketler, örnekleme oluşturan bireylere doğrudan matbu şekilde ve e-posta ile ulaştırılmıştır. Katılımcıların ankete katılımı gönüllülük esasına dayanmaktadır. Verilerin toplanması sürecinde anonimlik ve gizlilik ilkelerine özen gösterilmiş, toplanan veriler sadece bilimsel maksatla ele alınmıştır. Toplanan anketler,

eksiksiz ve doğru şekilde doldurulduklarından emin olunarak analiz için uygun hale getirilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler, istatistiksel analiz programları kullanılarak değerlendirilmiştir.

3.4. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak, Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Rekreasyon Alanı Katılım Engelleri Ölçeği Kullanılmıştır. Geçerlik ve güvenirlik çalışmaları yapılan ölçeklerin kullanımı için gerekli izinler ölçek geliştiricilerden alınmıştır (EK-5). Bölümlere ilişkin bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

3.4.1. Kişisel Bilgiler Formu (Demografik Bilgiler)

İlk bölüm demografik soruları içermektedir. Demografik bilgiler araştırmacı tarafından ankete eklenmiştir. Demografik sorular; cinsiyet, eğitim durumu, yaş, kurumdaki statü, kurumdaki görev süresi, medeni durumu, çocuk sayısı, haftalık rekreasyon katılım gün sayısı ve sosyal medya kullanım amacını belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır.

3.4.2. Sosyal Medya Bağımlılığı-Yetişkin Formu

Araştırma anketinin ikinci bölümünde yer alan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu, Şahin ve Yağcı (2017) tarafından 18-60 yaş arası bireylerin sosyal medya bağımlılıklarını değerlendirmek için tasarlanmıştır. Ölçeğin geliştirilmesinde 520 erkek ve 527 kadından oluşan toplam 1047 yetişkin denek yer almıştır. Ölçeğin katılımcılara verilmesinin ardından, keşif ve doğrulayıcı analizlerin yanı sıra, ölçeğin iki alt boyutta ve “Sanal tolerans” ile “Sanal iletişim” olarak etiketlenmiş 20 maddeden oluştuğu ortaya çıkmıştır (Şahin ve Yağcı, 2017).

Ölçeğin faktör yükleri .61 ile .87 arasında değişmektedir. Ölçeğin iki faktörlü yapısını doğrulamak için yapılan doğrulayıcı faktör analizinin sonuçları, Ki-kare değerinin ($\chi^2=7051.32$; $sd=190$, $p=0.00$) istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermiştir. Uygunluk endeksleri $RMSA=.059$; $SRMR=.060$; $NFI=.59$; $CFI=.96$; $GFI=.90$; $AGFI=.88$) olarak tanımlanmıştır. SMBÖ-YF'nin faktör yükleri .61 ile .87 arasındadır. Ölçeğin tamamı için Cronbach'ın Alpha ile ölçülen iç tutarlılık katsayısı 0,94; sanal tolerans alt boyutu için .92 ve sanal iletişim için .91'dir. Ölçek için test-yeniden test güvenirlik katsayıları genel olarak .93; sanal tolerans için .91 ve sanal iletişim için .90 olarak belirlenmiştir. Sosyal Medya Bağımlılığı-Yetişkin Formu analizleri, yetişkinler

arasında sosyal medya bağımlılığı düzeyini ölçmede geçerli ve güvenilir göstermiştir (Şahin ve Yağcı, 2017).

Ölçek, Likert tipi beş derecelendirme seviyesinden oluşan 20 madde ve 2 alt boyuttan oluşmaktadır. 1-11 arası ifadeleri sanal tolerans, 12-20 ifadeleri ise sanal iletişim alt boyutu kapsamında yer almaktadır. Ölçekte elde edilebilir minimum puan 20, maksimum puan ise 100'dür. Yüksek bir puan, bireyin “sosyal medya bağımlısı” algısını gösterir. Bağımlılık seviyeleri, SMBÖ'den elde edilebilecek en düşük puanı dikkate alarak aralığın 5'e bölünmesine dayanarak “bağımlılık yok”, “düşük bağımlı”, “orta bağımlı”, “yüksek bağımlı” ve “çok yüksek bağımlı” olarak sınıflandırılmıştır. Her öge “Bana hiç uygun değil-1, Bana uygun değil-2, Kararsızım-3, Bana uygun-4, Bana çok uygun-5” arasında derecelendirilmiştir. Alt ölçeklerdeki değişen madde sayısı nedeniyle, öğrencilerin beş puanlık Likert ölçeğindeki yanıtlarından elde edilen puanlar standardizasyondan yoksundur. Sonuç olarak, elde edilen en düşük ve en yüksek ham puanlar kullanılarak sınır noktaları beş kategori (hiçbiri, düşük, orta, yüksek, çok yüksek) şeklinde belirlenmiştir (Şahin ve Yağcı, 2017).

Tablo 3. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Alt Ölçeklerin Değerlendirilmesi

Bağımlılık Seviyesi	SMBÖ (Toplam) (1-20)	Sanal Tolerans (1-11)	Sanal İletişim (12-20)
Bağımlılık yok	20.00-35.99	11.00-19.85	9.00-16.19
Düşük Bağımlı	36.00-41.99	19.86-28.65	16.20 -23.39
Orta Bağımlı	42.00-57.99	28.66.-37.45	23.40-30.59
Yüksek Bağımlı	58.00-73.99	37.46-46.25	30.60.60-37,79
Çok Yüksek Bağımlı	74.00-100.00	46.26-55.00	37.80-45

3.4.3. Rekreasyon Alanı Katılım Engelleri Ölçeği (RAKE)

Anketin üçüncü bölümünü, Gümüş ve Özgül tarafından (2017), bireylerin rekreasyon alanlarına katılımını engelleyen faktörleri araştırmak için tasarlanan “Rekreasyon Alanı Katılım Bariyerleri Ölçeği” (RAKE) oluşturmuştur. RAKE beş alt boyutu ve 17 maddeyi kapsamaktadır: güvenlik engeli, bireysel engel, spor alanı engeli, zaman engeli ve arkadaş engeli. Güvenlik engeli (4 madde), bireysel engel (4 madde), spor alanı engeli (3 madde), zaman engeli (3 öge) ve arkadaş engeli (3 öge) gibi alt kategorilerle 5 puanlık bir derecelendirme ölçeği (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsız, 4: Katılıyorum, 5: Tamamen Katılıyorum) kullanılmıştır.

Öğeler ilgili boyutlarına göre kategorize edilmiştir: güvenlik engeli (1-4), zaman engeli (5-7), arkadaş engeli (8-10), spor alanı engeli (11-13) ve bireysel engel (14-17), önerme ifadeleri likert tipi bir ölçek ile sunulmuştur.

Rekreasyon alanı katılım engelleri ölçeğinin alt boyutlarının güvenilirliği Cronbach'ın alfa değerleri üzerinden değerlendirilmiştir: Genel olarak 0.91, “Güvenlik engeli” için .90, “Bireysel engel” için .83, “Zaman engeli” için .812, “Arkadaş engeli” için .76, “Spor alanı engeli” için .91 ve bireysel engel alt boyutu için .84 (Gümüş ve Özgül, 2017). Ölçekte ters madde bulunmamaktadır.

3.5. Verilerin Analizi

Yukarıda belirtilen anket bütünü kullanılarak elde edilen veriler SPSS 22 programı kullanılarak işlenmiş ve daha sonra analiz edilmiştir. Katılımcıların ölçeğin ifadelerine verdiği yanıtlar, her bir madde için sıklık ve yüzdelik dağılımları incelenmiştir.

Tablo 4. Normallik Testi İstatistikleri

Boyut	N	Minimum	Maximum	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık		Basıklık	
						İstatistik	Std. Hata	İstatistik	Std. Hata
Güvenlik Engeli	283	1.00	5.00	2.4761	.93972	.383	.145	-.265	.289
Zaman Engeli	283	1.00	5.00	3.2226	1.03195	-.428	.145	-.551	.289
Arkadaş Engeli	283	1.00	5.00	2.7067	.90003	.073	.145	-.265	.289
Bireysel Engel	283	1.00	5.00	2.8799	.98075	-.051	.145	-.807	.289
Sanal Tolerans	283	1.00	5.00	3.0256	.87797	-.366	.145	.046	.289
Sanal İletişim	283	1.00	4.82	2.3633	.64689	.181	.145	.041	.289
SMBÖ Genel	283	1.00	4.11	2.1728	.61023	.155	.145	.062	.289
RAKEÖ Genel	283	1.00	4.82	2.8499	.65462	-.353	.145	.866	.289

*SMBÖ (Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği), RAKEÖ (Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği)

Hair vd. (2013), çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1.0 ile -1.0 arasında olmasının parametrik testlerin kullanımında ön koşul olacağını belirtmiştir. Tabachnick ve Fidell'e (2013) göre ise bu değerler +1,5 ile -1,5 arasında ise parametrik testlerin kullanımı uygundur. Mevcut tez çalışmasında örneklemden elde edilen verilerin analizinden önce bu değerlerin kontrolü sağlanmıştır. Tablo 4 değerlerine göre Sosyal Medya Bağımlılık

Ölçeği alt boyutları ve geneli ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği alt boyutları ve genelinin normallik varsayımına göre uygun olduğu görülmüştür. Neticede verilerin analizinde parametrik testler kullanılmıştır.

3.6. Sayıtlar

1. Katılımcıların, ifadelere verdikleri yanıtlarda dürüst ve içten oldukları varsayılmıştır.

2. Katılımcıların çalışmanın amacını ve ölçek ifadelerini doğru bir şekilde anlayıp yanıtladığı varsayılmıştır.

3. Araştırma katılımcılarının demografik bilgi formu ve ölçek ifadelerini yansız bir şekilde ve samimiyetle yanıtladıkları varsayılmıştır.

4. Edirne İlinde yaşayan katılımcıların Edirne ilini iyi bildikleri, ilde bulunan rekreasyon alanları konusunda yeterli bilgiye sahip oldukları ve bunları doğru açıklayabildikleri varsayılmaktadır.

3.7. Sınırlılıklar

1. Araştırma Edirne ili ile sınırlıdır.

2. Çalışmanın verileri, 18 yaş üzeri katılımcıların kişisel bilgi formuna ve ölçek maddelerine verdikleri yanıtlarla sınırlıdır.

3. Araştırma sosyal medya bağımlılık ölçeği ve rekreasyon alan katılım engelleri ölçeğinden elde edilen verilerle sınırlıdır.

4. Çalışma 2024 yılında toplanan verilerle sınırlıdır.

3.8. Hipotezler

Çalışmamız aşağıdaki hipotezler üzerine kurulmuştur:

1: Edirne GSİM çalışanlarının sosyal medyayı eğlence amaçlı ve iletişim- bilgi edinme amaçlı kullanmaları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

2: Çocuk Sayısı değişkeni açısından Edirne GSİM çalışanlarının, Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği-sanal tolerans alt boyutunda çocuk sayısı 0 olan bireylerle, 2 ve daha fazla çocuk sayısı olan bireyler arasında anlamlı farklılık vardır.

3: Sosyal Medya Kullanım Amacı değişkini açısından Edirne GSİM çalışanlarının güvenlik engeli, zaman engeli, arkadaş engeli ve bireysel engeller arasında anlamlı bir farklılık vardır.

4: Eğitim Durumu değişkeni açısından Edirne GSİM çalışanlarının zaman engeli ve arkadaş engeli arasında anlamlı bir farklılık vardır.

5: Medeni Durum değişkeni açısından Edirne GSİM çalışanlarının bireysel engeller alt boyutunda evli bireyler ile bekar bireyler arasında anlamlı farklılık vardır.

6: Cinsiyet değişkeni açısından Edirne GSİM çalışanlarının spor alanı engeli alt boyutunda erkek ve kadın bireyler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

7: Kurumdaki Statü değişkeni açısından Edirne GSİM çalışanlarının zaman engeli açısından memur ve işçi bireyler arasında anlamlı bir farklılık vardır.

8: Kurumdaki Statü değişkenine göre Edirne GSİM çalışanlarının zaman engeli ve bireysel engeller arasında anlamlı bir farklılık yoktur.



IV. BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Araştırma Sonucu Bulguları

4.1.1. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistikler

Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği maddelerine verdikleri yanıtların frekanslarına, ortalamalarına ve standart sapmalarına ait değerlere ilişkin veriler aşağıdaki tabloda verilmiştir (Tablo 5).

Tablo 5. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği Maddelerinin Betimsel İstatistiği

Madde	N	$\bar{X}$	ss
1. Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	283	2.16	1.031
2. Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	283	2.56	1.181
3. Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	283	2.48	1.130
4. Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	283	1.99	1.017
5. Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	283	2.77	1.088
6. Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	283	2.55	1.157
7. Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	283	1.85	.879
8. Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	283	1.97	.999
9. Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	283	2.12	.973
10. Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	283	2.17	1.176
11. Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	283	3.31	1.067
12. Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	283	2.74	1.024
13.Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	283	2.09	.940
14. Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	283	2.57	1.005
15. Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	283	1.73	.830
16. İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	283	2.33	.951

17. Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	283	2.03	.896
18. Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	283	1.59	.790
19. Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	283	1.92	.883
20. Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	283	2.50	1.032

Tablo 5'teki veriler incelendiğinde, sosyal medya kullanımına ilişkin tutum ve davranışlar arasında belirgin farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. Bu farklılıklar neticesinde en yüksek ortalama puanlı ifadeler; M11: "Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum" ($\bar{X}$ = 3.31, ss = 1.067), M5: "Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem" ($\bar{X}$ = 2.77, ss = 1.088), ve M12: "Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum" ($\bar{X}$ = 2.74, ss = 1.024) olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar, katılımcıların sosyal medya kullanımı konusunda genel olarak olumsuz bir tutum sergilediklerini, sosyal medya kullanımını genellikle ihtiyaç temelli olarak gördüklerini ve güncel gelişmeleri takip etmek amacıyla sosyal medyayı aşırı bir şekilde kullanma eğiliminde olduklarını göstermektedir.

Öte yandan, en düşük ortalama puanlı ifadeler; M18: "Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim" ($\bar{X}$ = 1.59, ss = 0.790), M15: "Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur" ($\bar{X}$ = 1.73, ss = 0.830), ve M7: "Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler" ($\bar{X}$ = 1.85, ss = 0.879) olarak belirlenmiştir. Bu bulgular, katılımcıların sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek hayattaki arkadaşlıklara kıyasla daha az değerli bulduklarını, sosyal medya kullanımının aile üyelerini ihmal etmelerine yol açmadığını ve sosyal medya kullanımı nedeniyle çevrelerinden eleştiri almadıklarını ifade ettiklerini göstermektedir.

Genel olarak, bu sonuçlar katılımcıların sosyal medya kullanımının ihtiyaç temelli ve güncel olayları takip etme motivasyonuna dayalı olduğunu, ancak sosyal medyadaki ilişkileri gerçek yaşam ilişkilerinin yerine koymadıklarını ortaya koymaktadır.

Tablo 6'da Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği Alt Boyutları ve ölçek geneli alınan ortalama puanlara ait tanımlayıcı istatistiki bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 6. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği Alt Boyutları ve Ölçek Geneli Betimsel İstatistiği

<i>Değişken</i>	<i>n</i>	<i>k</i>	$\bar{X}$	$\bar{X}/k$	<i>ss</i>
Sanal Tolerans	283	11	25.99	2.36	.646
Sanal İletişim	283	9	19.55	2.17	.610
SMBÖ Genel	283	20	45.55	2.27	.579

Tablo 6'daki veriler ile Sanal Tolerans, Sanal İletişim ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) genel ortalama puanlarına ilişkin betimsel istatistikler incelenmiştir. Sanal Tolerans alt boyutu için 283 katılımcının toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 25.99, madde başına düşen ortalama ($\bar{X}/k$) 2.36 ve standart sapma (ss) 0.646 olarak belirlenmiştir. Bu değerler, katılımcıların sanal ortamlarda hoşgörü seviyelerinin nispeten yüksek olduğunu, düşük bağımlılık seviyesinde olduklarını göstermektedir. Sanal İletişim değişkenine ilişkin veriler incelendiğinde, toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 19.55, madde başına düşen ortalama ($\bar{X}/k$) 2.17 ve standart sapma (ss) 0.610 olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, katılımcıların sanal iletişim becerilerinin düşük bağımlılık düzeyinde olduğunu göstermektedir. SMBÖ Genel puanlarına bakıldığında, 283 katılımcının toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 45.55, madde başına düşen ortalama ($\bar{X}/k$) 2.27 ve standart sapma (ss) 0.579 olarak saptanmıştır. Bu bulgular, katılımcıların sosyal medya bağımlılığı eğilimlerinin ortalama bağımlılık seviyesinde olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların rekreasyon alan katılım engelleri ölçeği maddelerine verdikleri yanıtların frekans, ortalama ve standart sapma değerleri tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçek Sorularının Betimsel İstatistiği

Madde	N	Ortalama	ss
1. Suça meyilli kişilerin buraya gelmesi	283	2.43	1.196
2. Soyulma korkusu	283	2.53	1.105
3. Fiziksel saldırı korkusu	283	2.50	1.158
4. Cinsel saldırı korkusu	283	2.43	1.147
5. Program zamanlarının uygun ol <u>maması</u>	283	3.17	1.115
6. Boş zaman yetersizliği	283	3.24	1.188
7. Boş zaman saatlerinin uygun ol <u>maması</u>	283	3.24	1.164
8. Arkadaşlarının bu tür etkinliklere katılmaktan hoşlan <u>maması</u>	283	2.63	1.051

9. Beraber gelecek kimsenin ol <u>maması</u>	283	2.70	1.060
10. Arkadaşlarının zamanının ol <u>maması</u>	283	2.78	1.069
11. Alanın, istediğim faaliyetleri sun <u>maması</u>	283	2.81	1.040
12. Spor aletlerinin bakımsız olması	283	2.88	1.198
13. Spor aletlerinin yetersiz olması	283	2.94	1.186
14. Rekreasyon alanlarıyla çok ilgili ol <u>mamak</u>	283	2.91	1.033
15. Alışılmış günlük programı bozmak	283	2.93	1.099
16. Dermansızlık/ enerjisizlik	283	3.11	1.146
17. Ailevi yükümlülükler	283	3.14	1.217

Tablo 7'de, Rekreasyon Alan Katılımı Engelleri ölçeği maddelerine verilen yanıtlara ilişkin betimsel istatistikler incelendiğinde, farklı nedenlerin bireylerin katılım kararlarını ne ölçüde etkilediği gözlemlenmiştir. En yüksek ortalama puanlı ifadeler; M6: "Boş zaman yetersizliği" ($\bar{X} = 3.24$, $ss = 1.188$), M7: "Boş zaman saatlerinin uygun olmaması" ($\bar{X} = 3.24$, $ss = 1.164$), ve M5: "Program zamanlarının uygun olmaması" ($\bar{X} = 3.17$, $ss = 1.115$) olarak belirlenmiştir. Bu sonuçlar, katılımcıların rekreasyon etkinliklerine katılımını en çok zaman yetersizliği ve programlarının uyumsuzluğunun engellediğini göstermektedir.

En düşük ortalama puanlı ifadeler; M1: "Suça meyilli kişilerin buraya gelmesi" ($\bar{X} = 2.43$, $ss = 1.196$), M4: "Cinsel saldırı korkusu" ($\bar{X} = 2.43$, $ss = 1.147$), ve M3: "Fiziksel saldırı korkusu" ($\bar{X} = 2.50$, $ss = 1.158$) olarak belirlenmiştir. Bu bulgular, katılımcıların suç, cinsel saldırı ve fiziksel saldırı korkusunun, rekreasyon etkinliklerine katılımlarını daha az engellediğini göstermektedir.

Genel olarak, bu sonuçlar katılımcıların rekreasyon etkinliklerine katılımını en çok zaman yetersizliği ve program uyumsuzluğunun etkilediğini, suç ve saldırı korkularının ise düşük düzeyde olduğu söylenebilir.

Rekreasyon Alan Katılım Ölçeği Alt Boyutları ve ölçek geneli alınan ortalama puanlara ait tanımlayıcı istatistik bulgulara tablo 8'de yer verilmiştir.

Tablo 8. Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği Alt Boyutları ve Ölçek Geneli Betimsel İstatistiği

<i>Değişken</i>	<i>n</i>	<i>k</i>	$\bar{X}$	$\bar{X}/k$	<i>ss</i>
Güvenlik Engeli	283	4	9.90	2.47	.939

Zaman Engeli	283	4	12.89	3.22	1.031
Arkadaş Engeli	283	3	8.12	2.70	.900
Spor Alanı Engeli	283	3	8.29	2.87	.980
Bireysel Engel	283	3	9.07	3.02	.877
RAKE Genel	283	17	48.44	2.84	.654

Tablo 8'deki verilerle, Rekreasyon Alan Katılım Ölçeği'nin (RAKE) alt boyutlarına ve ölçek genelindeki betimsel istatistiklere ilişkin bulgular ortaya konulmuştur. Güvenlik Engeli değişkeni için 283 katılımcının toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 9.90, madde başına düşen ortalama ($\bar{X}/k$) 2.47 ve standart sapma (ss) 0.939 olarak belirlenmiştir. Bu değerler, katılımcıların rekreasyon alanlarına katılımında güvenlik engellerinin orta düzeyde algılandığını göstermektedir. Zaman Engeli değişkenine ilişkin bulgular, toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 12.89, madde başına düşen ortalama ($\bar{X}/k$) 3.22 ve standart sapma (ss) 1.031 olarak saptanmıştır. Bu, katılımcıların zaman engelini diğer engellere göre daha yüksek algıladıklarını işaret etmektedir. Arkadaş Engeli değişkeninde ise toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 8.12, madde başına düşen ortalama ($\bar{X}/k$) 2.70 ve standart sapma (ss) 0.900 olarak tespit edilmiştir, bu da arkadaş ilişkilerinin rekreasyon alanlarına katılımında belirli bir engel oluşturduğunu göstermektedir. Spor Alanı Engeli değişkeni için puan ortalaması 8.29, madde başına düşen ortalama ($\bar{X}/k$) 2.87 ve standart sapma (ss) 0.980 olarak belirlenmiştir; bu, spor alanlarının yeterliliği konusunda katılımcıların kısmi bir engel algısı taşıdıklarını ortaya koymaktadır. Bireysel Engel değişkenine bakıldığında, toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 9.07, madde başına düşen ortalama ($\bar{X}/k$) 3.02 ve standart sapma (ss) 0.877 olarak saptanmıştır. Bu sonuçlar, bireysel faktörlerin rekreasyon alanlarına katılımında önemli bir engel olarak görüldüğünü göstermektedir. Genel RAKE ölçek puanlarına göre, 283 katılımcının toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 48.44, madde başına düşen ortalama ($\bar{X}/k$) 2.84 ve standart sapma (ss) 0.654 olarak belirlenmiştir. Bu bulgular, genel olarak rekreasyon alanlarına katılımında çeşitli engellerin algılandığını ortaya koymaktadır. Özellikle zaman engeli, en yüksek ortalamaya sahip alt boyut olarak dikkat çekmektedir.

4.1.2 Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeğine İlişkin Fark Testi İstatistikleri

Araştırma kapsamında elde edilen veriler Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği alt boyutları Sanal Tolerans” ve Sanal İletişim alt boyutları ile ölçek geneli, Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği alt boyutları Güvenlik Engeli, Zaman Engeli, Arkadaş Engeli, Spor Alanı Engeli ve Bireysel Engel alt boyutları ile ölçek geneli ortalama puanları cinsiyet, eğitim durumu, yaş, kurumdaki statü, kurumdaki görev süresi, medeni durum, çocuk sayısı, haftalık rekreasyon katılım gün sayısı ve sosyal medya kullanım amacı değişkenlerine göre t-testi ve ANOVA fark testlerine tabi tutulmuştur. Test sonuçlarına ilişkin bulgular aşağıda verilmiştir.

Tablo 9. Cinsiyet Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği ve Alt Boyutları t-testi Sonuçları

Değişken	Grup	N	$\bar{X}$	Ss	sd	t	p
Sanal Tolerans	Kadın	152	2.37	.656	281	.277	.782
	Erkek	131	2.35	.638	276		
Sanal İletişim	Kadın	152	2.11	.592	281	-1.750	.081
	Erkek	131	2.24	.625	269		
SMBÖ Genel	Kadın	152	2.25	.581	281	-.655	.513
	Erkek	131	2.30	.579	275		
Güvenlik Engeli	Kadın	152	2.51	.897	281	.808	.420
	Erkek	131	2.42	.987	265		
Zaman Engeli	Kadın	152	3.33	.975	281	1.954	.052
	Erkek	131	3.09	1.083	264		
Arkadaş Engeli	Kadın	152	2.77	.880	281	1.359	.175
	Erkek	131	2.62	.919	270		
Spor Alanı Engeli	Kadın	152	2.76	.918	281	-2.129	.034*
	Erkek	131	3.01	1.035	262		

Bireysel Engel	Kadın	152	3.23	.878	281	4.394	.000*
	Erkek	131	2.78	.816	279		
RAKE Genel	Kadın	152	2.91	.629	281	1.914	.057
	Erkek	131	2.77	.676	267		

Tablo 9’da cinsiyet değişkenine göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ) ve alt boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği (RAKE) ve alt boyutlarının t-testi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre, cinsiyetler arasında anlamlı fark gösteren bazı boyutlar tespit edilmiştir. Sanal tolerans alt boyutunda, kadın katılımcıların puan ortalaması ($\bar{X}$) 2.37, erkek katılımcıların puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.35’tir. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir ($t_{(281)} = 0.277$, $p > 0.05$). Sanal iletişim alt boyutunda, kadın katılımcıların puan ortalaması ($\bar{X}$) 2.11, erkek katılımcıların puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.24’tür. Bu fark istatistiksel olarak anlamsızdır ($t_{(281)} = -1.750$, $p > 0.05$). SMBÖ geneli puanlarında, kadın katılımcıların ortalaması ($\bar{X}$) 2.25, erkek katılımcıların ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.30’dur. Fark istatistiksel olarak anlamsızdır ($t_{(281)} = -0.655$, $p > 0.05$).

Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği alt boyutlarından güvenlik engeli alt boyutunda, kadın katılımcıların puan ortalaması ($\bar{X}$) 2.51, erkek katılımcıların puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.42 olarak belirlenmiştir. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t_{(281)} = 0.808$, $p > 0.05$). Zaman engeli alt boyutunda, kadın katılımcıların puan ortalaması ($\bar{X}$) 3.33, erkek katılımcıların puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 3.09’dur. Bu fark istatistiksel olarak anlamlılık sınırında yer almakla birlikte ($t_{(281)} = 1.954$, $p = 0.052$) istatistiksel olarak anlamlı değildir. Arkadaş engeli alt boyutunda, kadın katılımcıların puan ortalaması ($\bar{X}$) 2.77, erkek katılımcıların puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.62’dir. Bu fark da istatistiksel olarak anlamlı değildir ($t_{(281)} = 1.359$, $p > 0.05$).

Spor Alanı Engeli alt boyutunda, kadın katılımcıların puan ortalaması ($\bar{X}$) 2.76, erkek katılımcıların puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 3.01 olarak bulunmuştur. Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t_{(281)} = -2.129$, $p < 0.05$). Erkek katılımcılar, spor alanları engelini daha yüksek algılamaktadır. Bireysel Engel alt boyutunda, kadın katılımcıların puan ortalaması ($\bar{X}$) 3.23, erkek katılımcıların puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.78’dir. Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t_{(281)} = 4.394$, $p < 0.05$). Kadın katılımcılar, bireysel engelleri daha yüksek algılamaktadır. RAKE ölçek geneli puanlarına göre, kadın katılımcıların ortalaması ($\bar{X}$)

2.91, erkek katılımcıların ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.77'dir. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir ($t_{(281)} = 1.914$, $p = 0.057$).

Tablo 10. Medeni Durum Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği ve Alt Boyutları t-testi Sonuçları

Değişken	Grup	N	$\bar{X}$	Ss	sd	t	p
Sanal Tolerans	Evli	178	2.25	.632	281	-3.701	.000*
	Bekar	105	2.54	.633	217		
Sanal İletişim	Evli	178	2.13	.579	281	-1.499	.135
	Bekar	105	2.24	.655	197		
SMBÖ Genel	Evli	178	2.20	.563	281	-2.971	.003*
	Bekar	105	2.40	.586	211		
Güvenlik Engeli	Evli	178	2.48	.965	281	.261	.794
	Bekar	105	2.45	.898	231		
Zaman Engeli	Evli	178	3.19	.978	281	-.630	.529
	Bekar	105	3.27	1.119	195		
Arkadaş Engeli	Evli	178	2.69	.858	281	-.336	.737
	Bekar	105	2.73	.969	197		
Spor Alanı Engeli	Evli	178	2.77	.930	281	-2.354	.019*
	Bekar	105	3.05	1.041	199		
Bireysel Engel	Evli	178	3.12	.840	281	2.394	.017*
	Bekar	105	2.86	.919	202		
RAKE Genel	Evli	178	2.84	.638	281	-.065	.948
	Bekar	105	2.85	.684	206		

Tablo 10'da medeni durum değişkenine göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ) ve alt boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği (RAKE) ve alt

boyutlarının t-testi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre, evli ve bekar bireyler arasında bazı boyutlarda anlamlı farklar tespit edilmiştir.

Sosyal Medya Bağımlılık ölçeği sanal tolerans alt boyutunda, evli bireylerin puan ortalaması ($\bar{X}$) 2.25, bekar bireylerin puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.54 olarak bulunmuştur. Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t_{(281)} = -3.701, p < 0.05$). Bekar bireyler, sanal tolerans konusunda daha yüksek puan almışlardır. Sanal iletişim alt boyutunda, evli bireylerin puan ortalaması ($\bar{X}$) 2.13, bekar bireylerin puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.24 olarak tespit edilmiştir. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t_{(281)} = -1.499, p > 0.05$). SMBÖ geneli ortalama puanlarında, evli bireylerin ortalaması ($\bar{X}$) 2.20, bekar bireylerin ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.40'dır. Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t_{(281)} = -2.971, p < 0.05$). Bekar bireyler, genel sosyal medya bağımlılığı konusunda daha yüksek puan almışlardır.

Rekreasyon Alan Katılım Engelleri ölçeği alt boyutlarından güvenlik engeli alt boyutunda, evli bireylerin puan ortalaması ($\bar{X}$) 2.48, bekar bireylerin puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.45 olarak belirlenmiştir. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t_{(281)} = 0.261, p > 0.05$). Zaman engeli alt boyutunda, evli bireylerin puan ortalaması ($\bar{X}$) 3.19, bekar bireylerin puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 3.27'dir. Bu fark da istatistiksel olarak anlamlı değildir ($t_{(281)} = -0.630, p > 0.05$). Arkadaş engeli alt boyutunda, evli bireylerin puan ortalaması ($\bar{X}$) 2.69, bekar bireylerin puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.73'tür. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($t_{(281)} = -0.336, p > 0.05$). Spor alanı engeli alt boyutunda, evli bireylerin puan ortalaması ($\bar{X}$) 2.77, bekar bireylerin puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 3.05 olarak bulunmuştur. Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t_{(281)} = -2.354, p < 0.05$). Bekar bireyler, spor alanı engelini daha yüksek algılamaktadır. Bireysel engel alt boyutunda, evli bireylerin puan ortalaması ($\bar{X}$) 3.12, bekar bireylerin puan ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.86'dır. Bu fark istatistiksel olarak anlamlıdır ($t_{(281)} = 2.394, p < 0.05$). Evli bireyler, bireysel engelleri daha yüksek algılamaktadır. RAKE ölçeği genel ortalama puanlarına göre, evli bireylerin ortalaması ($\bar{X}$) 2.84, bekar bireylerin ortalaması ise ($\bar{X}$) 2.85'tir. Bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir ($t_{(281)} = -0.065, p > 0.05$).

Sonuç olarak, evli ve bekar bireylerin Sosyal Medya Bağımlılığı ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri ölçeği alt boyutlarındaki puanları genel olarak benzerlik göstermekte olup, sadece Sanal Tolerans, SMBÖ Genel, Spor Alanı Engeli ve Bireysel Engel alt boyutlarında anlamlı farklılıklar gözlemlenmiştir. Bu bulgular, medeni durumun

belirli engel algılarında ve sosyal medya bağımlılığında farklılık yarattığını göstermektedir.

Tablo 11. Eğitim Durumu Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği ve Alt Boyutları ANOVA testi Sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Sanal Tolerans	Gruplararası	7.774	3	2.591	6.559	.000*	2-1 2-4
	Gruplariçi	110.234	279	.395			
	Toplam	118.008	282				
Sanal İletişim	Gruplararası	1.678	3	.559	1.510	.212	-
	Gruplariçi	103.333	279	.370			
	Toplam	105.011	282				
SMBÖ Genel	Gruplararası	4.419	3	1.473	4.549	.004*	2-1
	Gruplariçi	90.346	279	.324			
	Toplam	94.765	282				
Güvenlik Engeli	Gruplararası	5.029	3	1.676	1.917	.127	-
	Gruplariçi	243.997	279	.875			
	Toplam	249.027	282				
Zaman Engeli	Gruplararası	23.314	3	7.771	7.828	.000*	3-1 3-4 2-4
	Gruplariçi	276.994	279	.993			
	Toplam	300.309	282				
Arkadaş Engeli	Gruplararası	1.266	3	.422	.518	.670	-
	Gruplariçi	227.169	279	.814			
	Toplam	228.435	282				
	Gruplararası	5.797	3	1.932			-

Spor Alanı Engeli	Gruplariçi	265.452	279	.951	2.031	.110	
	Toplam	271.249	282				
Bireysel Engel	Gruplararası	2.472	3	.824	1.070	.362	-
	Gruplariçi	214.905	279	.770			
	Toplam	217.377	282				
RAKE Genel	Gruplararası	5.037	3	1.679	4.045	.008*	2-4
	Gruplariçi	115.807	279	.415			
	Toplam	120.844	282				

Not: Lise:1, Lisans:2; Y. Lisans:3; Diğer:4

Tablo 11'de sunulan ANOVA testi sonuçları, eğitim durumu değişkenine göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ) ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği (RAKE) ve ölçeklerin alt boyutları arasında anlamlı farkların olup olmadığını incelemektedir. Sonuçlar aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

Sosyal Medya Bağımlılık ölçeği sanal tolerans alt boyutu ortalama puanları eğitim durumuna göre gruplar arasında anlamlı şekilde farklılaşmıştır ($F_{(3,279)}=6.559$, $p<.001$). Scheffe testi sonuçlarına göre, lisans mezunu (2) grubunun ortalama puanı, lise mezunu (1) ve diğer (4) gruplarından anlamlı derecede yüksektir ($\bar{X}=2.51$; $\bar{X}=2.17$; $\bar{X}=2.23$). SMBÖ geneli ortalama puanları eğitim durumu değişkenine göre gruplar arasında anlamlı bir şekilde farklılaşmıştır ($F_{(3,279)}=4.549$, $p<.01$). Lisans mezunu (2) grubunun ortalama puanı, lise mezunu (1) grubundan anlamlı derecede yüksektir ($\bar{X}=2.39$; $\bar{X}=2.12$). Sanal iletişim alt boyutu ortalama puanları ise eğitim durumu değişkenine göre gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($F_{(3,279)}=1.510$, $p>.05$).

Eğitim durumuna göre güvenlik engeli ($F_{(3,279)}=1.917$, $p>.05$), arkadaş engeli ($F_{(3,279)}=.518$, $p>.05$), spor alanı engeli ($F_{(3,279)}=2.031$, $p>.05$) ve bireysel engel ($F_{(3,279)}=1.070$, $p>.05$) alt boyutu ortalama puanları anlamı olarak farklılaşmamıştır.

Eğitim durumu değişkenine göre zaman engeli alt boyutu ortalama puanları gruplar arasında anlamlı bir farklılığa sahiptir ($F_{(3,279)}=7.828$, $p<.001$). Yüksek lisans mezunu (3) grubunun ortalama puanı, lise mezunu (1) ve diğer (4) gruplarından anlamlı derecede yüksektir ($\bar{X}=3.94$; $\bar{X}=3.06$; $\bar{X}=2.86$). Ayrıca, lisans mezunu (2) grubun ortalama puanı, diğer (4) grubundan anlamlı derecede yüksektir ($\bar{X}=3.40$; $\bar{X}=2.86$).

RAKE geneli ortalama puanları eğitim durumuna göre gruplar arasında anlamlı bir farklılığa sahiptir ($F_{(3,279)}=4.045$, $p<.01$). Lisans mezunu (2) grubunun ortalama puanı, diğer (4) grubundan anlamlı derecede yüksektir ($\bar{X}=2.95$; $\bar{X}=2.63$).

Bu sonuçlar, eğitim durumu ile bazı sosyal medya bağımlılığı ve rekreasyon alan katılım engelleri boyutları arasında anlamlı farklılıklar olduğunu göstermektedir. Özellikle lisans ve yüksek lisans mezunları, bazı alanlarda lise mezunlarına ve diğer eğitim gruplarına göre daha yüksek veya düşük puanlar almıştır. Bu bulgular, eğitim düzeyinin bireylerin sosyal medya bağımlılığı ve rekreasyon katılım engelleri üzerindeki etkilerini anlamada ipuçları sunmaktadır.

Tablo 12. Yaş Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği ve Alt Boyutları ANOVA testi Sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Sanal Tolerans	Gruplararası	6.673	3	2.224	5.574	.001*	1-3 1-4
	Gruplariçi	111.335	279	.399			
	Toplam	118.008	282				
Sanal İletişim	Gruplararası	.603	3	.201	.537	.657	-
	Gruplariçi	104.408	279	.374			
	Toplam	105,011	282				
SMBÖ Genel	Gruplararası	2.907	3	.969	2.943	.033*	1-3 1-4
	Gruplariçi	91.858	279	.329			
	Toplam	94.765	282				
Güvenlik Engeli	Gruplararası	1.057	3	.352	.396	.756	-
	Gruplariçi	247.970	279	.889			
	Toplam	249.027	282				
Zaman Engeli	Gruplararası	5.560	3	1.853	1.754	.156	-
	Gruplariçi	294.748	279	1.056			
	Toplam	300.309	282				

Arkadaş Engeli	Gruplararası	3.317	3	1.106	1.370	.252	-
	Gruplariçi	225.118	279	.807			
	Toplam	228.435	282				
Spor Alanı Engeli	Gruplararası	3.894	3	1.298	1.354	.257	-
	Gruplariçi	267.355	279	.958			
	Toplam	271.249	282				
Bireysel Engel	Gruplararası	.508	3	.169	.218	.884	-
	Gruplariçi	216.869	279	.777			
	Toplam	217.377	282				
RAKE Genel	Gruplararası	.443	3	.148	.342	.795	-
	Gruplariçi	120.401	279	.432			
	Toplam	120.844	282				

Not: 22-30 Yaş:1, 31-40 Yaş:2; 41-50 Yaş:3; 51-60 Yaş:4

Tablo 12’de yaş değişkenine göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ) ve alt boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği (RAKE) ve alt boyutlarına ilişkin ANOVA testi sonuçları incelendiğinde, bazı boyutlarda anlamlı farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği sanal tolerans alt boyutu ortalama puanları yaş değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmıştır ($F_{(3, 262)} = 5.574$, $p = .001$). Scheffe testi sonuçlarına göre, 22-30 yaş grubunun (Grup 1) sanal tolerans puanlarının, 41-50 yaş (Grup 3) ve 51-60 yaş (Grup 4) gruplarının puanlarından yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır ($\bar{X}=2.58$; $\bar{X}=2.17$; $\bar{X}=2.20$).

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği genelinde yaşa göre grup puanları, anlamlı şekilde farklılaşmıştır ($F_{(3, 262)} = 2.943$, $p = .033$). Scheffe testi sonuçlarına göre, 22-30 yaş grubunun (Grup 1) ortalama puanları, 41-50 yaş (Grup 3) ve 51-60 yaş (Grup 4) gruplarının puanlarından daha yüksek bulunmuştur ($\bar{X}=2.41$; $\bar{X}=2.15$; $\bar{X}=2.13$). Sanal iletişim boyutunda yaş değişkenine göre anlamlı farklılık bulunmamıştır ($F_{(3, 262)} = .537$, $p = .657$). Yaş gruplarının tümü, sanal iletişimi benzer düzeyde benimsemekte ve kullanmaktadır.

Rekreasyon Alan Katılım Engelleri alt boyutlarından güvenlik engeli alt boyutu ($F_{(3, 262)} = .396, p = .756$); zaman engeli boyutu ($F_{(3, 262)} = 1.754, p = .156$); arkadaş engeli boyutu ($F_{(3, 262)} = 1.370, p = .252$); spor alanı engeli boyutu ($F_{(3, 262)} = 1.354, p = .257$); bireysel engel alt boyutu ($F_{(3, 262)} = .218, p = .884$); Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği geneli puan ortalamaları ($F_{(3, 262)} = .342, p = .795$) yaş değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmamıştır.

Tablo 13. Kurum Statüsü Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği ve Alt Boyutları ANOVA testi Sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Sanal Tolerans	Gruplararası	2.779	2	1.390	3.377	.036*	1-3
	Gruplariçi	115.229	280	.412			
	Toplam	118.008	282				
Sanal İletişim	Gruplararası	1.087	2	.544	1.464	.233	-
	Gruplariçi	103.924	280	.371			
	Toplam	105.011	282				
SMBÖ Genel	Gruplararası	1.697	2	.848	2.553	.080	-
	Gruplariçi	93.068	280	.332			
	Toplam	94.765	282				
Güvenlik Engeli	Gruplararası	.673	2	.336	.379	.685	-
	Gruplariçi	248.354	280	.887			
	Toplam	249.027	282				
Zaman Engeli	Gruplararası	16.672	2	8.336	8.229	.000*	1-2 1-3
	Gruplariçi	283.636	280	1.013			
	Toplam	300.309	282				
Arkadaş Engeli	Gruplararası	.415	2	.207			-

	Gruplariçi	228.020	280	.814			
	Toplam	228.435	282		.255	.775	
	Gruplararası	4.011	2	2.006			
Spor Alanı Engeli	Gruplariçi	267.237	280	.954	2.102	.124	-
	Toplam	271.249	282				
	Gruplararası	1.233	2	.616			
Bireysel Engel	Gruplariçi	216.144	280	.772	.798	.451	-
	Toplam	217.377	282				
	Gruplararası	2.006	2	1.003			
RAKE Genel	Gruplariçi	118.839	280	.424	2.363	.096	-
	Toplam	120.844	282				

Not: Memur:1, Sözleşmeli Memur:2; İşçi:3

Tablo 13'te kurum statüsü değişkenine göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ) ve alt boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği (RAKE) ve alt boyutlarına ilişkin ANOVA testi sonuçları, bazı boyutlarda anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur.

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği sanal tolerans alt boyutu ortalama puanları kurum statüsüne göre gruplar arası anlamlı farklılığa sahiptir ($F_{(2, 280)} = 3.377$, $p = .036$). Scheffe testi sonuçlarına göre, memur statüsündeki kişilerin (Grup 1) sanal tolerans puanlarının, işçi (Grup 3) statüsündeki bireylerin puanlarından daha yüksektir ($\bar{X}=2.51$; $\bar{X}=2.28$). Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği genelinde ($F_{(2, 280)} = 2.553$, $p = .080$) ve ölçeğin sanal iletişim alt boyutunda kurum statüsüne göre gruplar arasındaki fark anlamlı değildir ($F_{(2, 280)} = 1.464$, $p = .233$).

Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği zaman engeli boyutu ortalama puanları kurum statüsüne göre gruplar arası anlamlı farklılığa sahiptir ($F_{(2, 280)} = 8.229$, $p = .000$). Scheffe testi sonuçlarına göre, memur statüsündeki kişilerin (Grup 1) zaman engeli puanlarının, işçi (Grup 3) ve sözleşmeli memur (Grup 2) statüsündeki kişilerin puanlarından daha yüksek olduğu belirlenmiştir ($\bar{X}=3.60$; $\bar{X}=3.10$; $\bar{X}=3.00$). Güvenlik engeli alt boyutunda ($F_{(2, 280)} = .379$, $p = .685$); arkadaş engeli boyutunda ($F_{(2, 280)} = .255$,

$p = .775$); spor alanı engeli boyutunda ($F_{(2, 280)} = 2.102$, $p = .124$); bireysel engel alt boyutunda ($F_{(2, 280)} = .798$, $p = .451$) ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği genelinde de kurum statüsüne göre gruplar arasındaki fark anlamlı değildir ($F_{(2, 280)} = 2.363$, $p = .096$). Bu, farklı kurum statüsündeki bireylerin rekreasyon alan katılım engelleri konusunda benzer görüşlere sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 14. Kurumdaki Görev Süresi Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği ve Alt Boyutları ANOVA testi Sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Sanal Tolerans	Gruplararası	3.807	5	.761	1.847	.104	-
	Gruplariçi	114.201	277	.412			
	Toplam	118.008	282				
Sanal İletişim	Gruplararası	2.174	5	.435	1.171	.323	-
	Gruplariçi	102.837	277	.371			
	Toplam	105.011	282				
SMBÖ Genel	Gruplararası	2.829	5	.566	1.705	.134	-
	Gruplariçi	91.936	277	.332			
	Toplam	94.765	282				
Güvenlik Engeli	Gruplararası	2.061	5	.412	.462	.804	-
	Gruplariçi	246.965	277	.892			
	Toplam	249.027	282				
Zaman Engeli	Gruplararası	5.755	5	1.151	1.082	.370	-
	Gruplariçi	294.554	277	1.063			
	Toplam	300.309	282				
Arkadaş Engeli	Gruplararası	1.789	5	.358	.437	.822	-
	Gruplariçi	226.646	277	.818			

	Toplam	228.435	282				
	Gruplararası	1.506	5	.301			
Spor Alanı Engeli	Gruplarıçi	269.743	277	.974	.309	.907	-
	Toplam	271.249	282				
	Gruplararası	1,865	5	.373			
Bireysel Engel	Gruplarıçi	215.512	277	.778	.479	.791	-
	Toplam	217.377	282				
	Gruplararası	1.020	5	.204			
RAKE Genel	Gruplarıçi	119.824	277	.433	.472	.797	-
	Toplam	120.844	282				

Not: 0-5 Yıl:1, 6-10 Yıl:2; 11-15 Yıl:3; 16-20 Yıl: 4; 21-25 Yıl:5; 26 Yıl ve Üstü: 6

Tablo 14'teki kurumdaki görev süresine göre, gruplar arası ANOVA testi neticesinde, Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve alt boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği ve alt boyutları arasındaki farklılıkların anlamlı olmadığı görülmüştür. SMBÖ-YF sanal tolerans alt boyutunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($F_{(5, 277)} = 1.847$, $p = .104$). Benzer şekilde, sanal iletişim alt boyutunda da gruplar arasında anlamlı bir fark saptanmamıştır ($F_{(5, 277)} = 1.171$, $p = .323$). SMBÖ ölçeği genelinde de gruplar arasındaki fark anlamlı değildir ($F_{(5, 277)} = 1.705$, $p = .134$).

Güvenlik Engeli, zaman engeli, arkadaş engeli, spor alanı engeli ve bireysel engel alt boyutlarında da gruplar arasında anlamlı bir fark saptanmamıştır. Güvenlik engeli için ($F_{(5, 277)} = .462$, $p = .804$), zaman engeli için ($F_{(5, 277)} = 1.082$, $p = .370$), arkadaş engeli için ($F_{(5, 277)} = .437$, $p = .822$), Spor alanı engeli için ($F_{(5, 277)} = .309$, $p = .907$), ve bireysel engel için ($F_{(5, 277)} = .479$, $p = .791$) değerleri elde edilmiştir. Son olarak, RAKE ölçeği geneli ortalama puanlarında da gruplar arasında anlamlılık söz konusu değildir ($F_{(5, 277)} = .472$, $p = .797$). Bu sonuçlar, kurumdaki görev süresi değişkeninin Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği üzerinde belirgin bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

Tablo 15. Çocuk Sayısı Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği ve Alt Boyutları ANOVA testi Sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Sanal Tolerans	Gruplararası	7.467	3	2.489	6.282	.000*	1-3 1-4
	Gruplariçi	110.541	279	.396			
	Toplam	118.008	282				
Sanal İletişim	Gruplararası	2.445	3	.815	2.217	.086	-
	Gruplariçi	102.566	279	.368			
	Toplam	105.011	282				
SMBÖ Genel	Gruplararası	4.709	3	1.570	4.863	.003*	1-4
	Gruplariçi	90.056	279	.323			
	Toplam	94.765	282				
Güvenlik Engeli	Gruplararası	.079	3	.026	.029	.993	-
	Gruplariçi	248.948	279	.892			
	Toplam	249.027	282				
Zaman Engeli	Gruplararası	.727	3	.242	.226	.879	-
	Gruplariçi	299.582	279	1.074			
	Toplam	300.309	282				
Arkadaş Engeli	Gruplararası	.584	3	.195	.239	.869	-
	Gruplariçi	227.851	279	.817			
	Toplam	228.435	282				
Spor Alanı Engeli	Gruplararası	4.826	3	1.609	1.685	.171	-
	Gruplariçi	266.423	279	.955			
	Toplam	271.249	282				

	Gruplararası	12.025	3	4.008			
Bireysel Engel	Gruplarıçi	205.352	279	.736	5.446	.001*	1-2 1-3
	Toplam	217.377	282				
	Gruplararası	.395	3	.132			
RAKE Genel	Gruplarıçi	120.449	279	.432	.305	.822	-
	Toplam	120.844	282				
	Gruplararası	.395	3	.132			

Not: 0 Çocuk:1, 1 Çocuk:2; 2 Çocuk:3; 3 Çocuk:4

Tablo 15'te çocuk sayısına göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve alt boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği ve alt boyutları, ANOVA testi sonucu bazı alt boyutlarda anlamlı farklılıklara sahiptir.

SMBÖ-YF sanal tolerans alt boyutunda çocuk sayısına göre gruplar arasındaki farkın anlamlı olduğu belirlenmiştir ($F_{(3, 279)} = 6.282$, $p = .000$). Çocuk sayısı 0 olan bireylerin ortalama puanlarının sanal tolerans alt boyutunda çocuk sayısı 2 ve 3 olan bireylere göre daha yüksektir ($\bar{X}=2.49$; $\bar{X}=2.16$; $\bar{X}=1.92$). Aynı şekilde, SMBÖ Ölçeği geneli ortalama puanları da çocuk sayısına göre gruplar arası fark anlamlıdır ($F_{(3, 279)} = 4.863$, $p = .003$). Çocuk sayısı 0 olan bireylerin ortalama puanlarının SMBÖ geneli ortalama puanları 3 olan bireylere göre daha yüksek olduğu görülmüştür ($\bar{X}=2.38$; $\bar{X}=1.87$). Ölçeğin sanal iletişim alt boyutu ortalama puanlarındaki fark çocuk sayısına göre anlamlılık oluşturmamıştır ($F_{(3, 279)} = 2.217$, $p = .086$).

Rekreasyon Alan Katılım Engelleri alt boyutlarından bireysel engel alt boyutu sahip olunan çocuk sayısına göre gruplar arasındaki fark anlamlıdır ($F_{(3, 279)} = 5.446$, $p = .001$). Buna göre çocuk sayısı 0 olan bireylerin bireysel engel alt boyutunda çocuk sayısı 1 ve 2 olan bireylerin puanlarından daha düşüktür ($\bar{X}=2.82$; $\bar{X}=3.18$; $\bar{X}=3.26$). Çocuk sayısı 0 olan bireylerin, bireysel engel alt boyutunda daha düşük puanlar elde etmesi, bu gruptaki bireylerin bireysel engellerle daha az karşılaştığını veya bu engelleri daha az önemsediklerini düşündürülebilir.

Diğer taraftan ölçeğin, güvenlik engeli, zaman engeli, arkadaş engeli, spor alanı engeli alt boyutları ve RAKE ölçeği geneli ortalama puanları çocuk sayısına göre gruplar anlamlı olacak şekilde farklılaşmamıştır. Güvenlik Engeli için ($F_{(3, 279)} = 0.029$, $p = .993$), Zaman Engeli için ($F_{(3, 279)} = 0.226$, $p = .879$), Arkadaş Engeli için ($F_{(3, 279)} = 0.239$, $p =$

.869), Spor Alanı Engeli için ($F_{(3, 279)} = 1.685$, $p = .171$), ve RAKE ölçeği geneli için ($F_{(3, 279)} = 0.305$, $p = .822$) değerleri elde edilmiştir.

Tablo 16. Haftalık Rekreasyon Katılım Gün Sayısı Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği ve Alt Boyutları ANOVA testi Sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Sanal Tolerans	Gruplararası	.837	4	.209	.496	.738	-
	Gruplariçi	117.172	278	.421			
	Toplam	118.008	282				
Sanal İletişim	Gruplararası	.430	4	.107	.285	.887	-
	Gruplariçi	104.582	278	.376			
	Toplam	105.011	282				
SMBÖ Genel	Gruplararası	.472	4	.118	.348	.845	-
	Gruplariçi	94.293	278	.339			
	Toplam	94.765	282				
Güvenlik Engeli	Gruplararası	3.772	4	.943	1.069	.372	-
	Gruplariçi	245.255	278	.882			
	Toplam	249.027	282				
Zaman Engeli	Gruplararası	3.366	4	.842	.788	.534	-
	Gruplariçi	296.943	278	1.068			
	Toplam	300.309	282				
Arkadaş Engeli	Gruplararası	3.638	4	.909	1.125	.345	-
	Gruplariçi	224.797	278	.809			
	Toplam	228.435	282				
	Gruplararası	3.271	4	.818			-

Spor Alanı Engeli	Gruplariçi	267.978	278	.964			
	Toplam	271.249	282		.848	.496	
Bireysel Engel	Gruplararası	8.673	4	2.168			
	Gruplariçi	208.704	278	.751	2.888	.053	-
	Toplam	217.377	282				
RAKE Genel	Gruplararası	.885	4	.221			
	Gruplariçi	119.959	278	.432	.513	.726	-
	Toplam	120.844	282				

Not: 0 Gün:1, 1-2 Gün :2; 3-4 Gün:3; 5-6 Gün:4; 7 Gün:5

Haftalık rekreasyon katılım gün sayısı değişkenine göre yapılan ANOVA analizi neticesinde, SMBÖ-YF alt boyutlarından sanal tolerans, sanal iletişim ve SMBÖ geneli ortalama puanları açısından gruplar arasında anlamlı farklılık saptanmamıştır [$F(4, 278) = 0.496$, $p = .738$; $F(4, 278) = 0.285$, $p = .887$; $F(4, 278) = 0.348$, $p = .845$]. Bu durum haftalık rekreasyon katılım gün sayısının, sosyal medya bağımlılığı üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir (Tablo 16).

Rekreasyon Alan Katılım Engelleri ölçeği alt boyutlarından güvenlik engeli, zaman engeli, arkadaş engeli, spor alanı engeli ve bireysel engel boyutlarında ve RAKE ölçeği geneli ortalama puanları, haftalık rekreasyon katılım gün sayısı değişkenine göre gruplar arasındaki farklılaşma anlamsızdır [$F(4, 278) = 1.069$, $p = .372$; $F(4, 278) = 0.788$, $p = .534$; $F(4, 278) = 1.125$, $p = .345$; $F(4, 278) = 0.848$, $p = .496$; $F(4, 278) = 2.888$, $p = .053$, $F(4, 278) = 0.513$, $p = .726$] (Tablo 16).

Tablo 17. Sosyal Medya Kullanım Amacı Değişkenine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Alt Boyutları ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği ve Alt Boyutları ANOVA testi Sonuçları

Değişken	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Sanal Tolerans	Gruplararası	10.628	3	3.543			
	Gruplariçi	107.380	279	.385	9.205	.000*	4-1 4-3
	Toplam	118.008	282				

Sanal İletişim	Gruplararası	2.318	3	.773	2.099	.101	-
	Gruplariçi	102.693	279	.368			
	Toplam	105.011	282				
SMBÖ Genel	Gruplararası	6.054	3	2.018	6.347	.000*	4-1 4-3
	Gruplariçi	88.711	279	.318			
	Toplam	94.765	282				
Güvenlik Engeli	Gruplararası	4.012	3	1.337	1.523	.209	-
	Gruplariçi	245.015	279	.878			
	Toplam	249.027	282				
Zaman Engeli	Gruplararası	2.305	3	.768	.719	.541	-
	Gruplariçi	298.003	279	1.068			
	Toplam	300.309	282				
Arkadaş Engeli	Gruplararası	3.470	3	1.157	1.435	.233	-
	Gruplariçi	224.965	279	.806			
	Toplam	228.435	282				
Spor Alanı Engeli	Gruplararası	7.748	3	2.583	2.735	.044*	4-1 4-3
	Gruplariçi	263.501	279	.944			
	Toplam	271.249	282				
Bireysel Engel	Gruplararası	1.653	3	.551	.713	.545	-
	Gruplariçi	215.724	279	.773			
	Toplam	217.377	282				
RAKE Genel	Gruplararası	1.640	3	.547	1.279	.282	-
	Gruplariçi	119.205	279	.427			
	Toplam	120.844	282				

Not: İletişim:1, Alışveriş :2; Bilgi Edinme:3; Eğlence:4

Tablo 17'de, sosyal medya kullanım amacına göre, SMBÖ ve RAKE ölçeği alt boyutları ile genel puanlar arasındaki farkları belirlemek için yapılan ANOVA testi sonuçları yer almaktadır.

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarında sanal tolerans alt boyutu ortalama puanları, sosyal medya kullanım amacına göre gruplar arasındaki fark anlamlıdır ($F_{(3, 279)} = 9.205, p = .000$). Eğlence amacıyla sosyal medya kullanan bireylerin (Grup 4) sanal tolerans ortalama puanları, iletişim (Grup 1) ve bilgi edinme (Grup 3) amacıyla kullanan bireylerin ortalama puanlarından daha yüksektir ($\bar{X}=2.76; \bar{X}=2.25; \bar{X}=2.27$). Sanal iletişim alt boyutunda gruplar arasındaki fark anlamlı değildir ($F_{(3, 279)} = 2.099, p = .101$). Bu, sosyal medya kullanım amacının sanal iletişim düzeyinde belirleyici bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. SMBÖ genel ortalama puanlarında, sosyal medya kullanım amacına göre gruplar arasındaki fark anlamlıdır ($F_{(3, 279)} = 6.347, p = .000$). Eğlence amacıyla sosyal medya kullanan bireylerin (Grup 4) genel bağımlılık puanları, iletişim (Grup 1) ve bilgi edinme (Grup 3) amacıyla kullanan bireylerin puanlarından daha yüksektir ($\bar{X}=2.57; \bar{X}=2.19; \bar{X}=2.20$).

Rekreasyon Alan Katılım Engelleri ölçeği alt boyutlarından güvenlik engeli alt boyutu ($F_{(3, 279)} = 1.523, p = .209$), zaman engeli alt boyutu ($F_{(3, 279)} = 0.719, p = .541$), arkadaş engeli alt boyutu ($F_{(3, 279)} = 1.435, p = .233$), bireysel engel alt boyutu ($F_{(3, 279)} = 0.713, p = .545$) ve RAKE ölçeği geneli ($F_{(3, 279)} = 1.279, p = .282$) ortalama puanları farkı sosyal medya kullanım amacına göre anlamsızdır. Spor alanı engeli alt boyutu ortalama puanları farkı ise sosyal medya kullanım amacı değişkenine göre anlamlıdır ($F_{(3, 279)} = 2.735, p = .044$). Eğlence amacıyla sosyal medya kullanan bireylerin (Grup 4) spor alanı engeli ortalama puanları, iletişim (Grup 1) ve bilgi edinme (Grup 3) amacıyla kullanan bireylerin puanlarından daha yüksek bulunmuştur ($\bar{X}=3.18; \bar{X}=2.76; \bar{X}=2.81$).

4.1.3. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği İlişki Testi İstatistikleri

Araştırma kapsamında elde edilen veriler Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği geneli ortalama puanları ilişki testine tabi tutulmuştur. Bu amaçla göre Pearson ilişki testi kullanılmıştır.

Tablo 18. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği Arasındaki İlişki

	1	2
1- Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği	1	.225**
2- Rekreasyon Alan Katılım Ölçeği	.225**	1

** Korelasyon .01 düzeyinde anlamlıdır.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ile rekreasyon alanı katılım ölçeğinin ortalama puanları arasında pozitif bir yönelimde oldukça zayıf bir korelasyon olduğunu göstermektedir ($r=-.225$; $p < .01$)

V. BÖLÜM

TARTIŞMA ve SONUÇ

5.1. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada, Edirne ili Gençlik ve Spor İl Müdürlüğünde görev yapan katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile rekreasyon alan katılım engelleri incelenmiştir. Bu amaçla araştırmanın alan yazın taraması yapılarak konunun teori kısmı ele alındıktan sonra bilgilerin geçerliliğini sınamak için iki ölçek form uygulaması ile alanda çalışma yapılmıştır. Bu amaçla bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile rekreasyon alan katılım engelleri incelenerek elde edilen bulguların ve bilgilerin değerlendirilmesine yer verilmiştir.

Kullanılan Sosyal Medya Bağımlılık ölçeği ve Rekreasyon Alan Katılım Engelleri Ölçeği maddeleri ve alt boyutları ele alınmıştır. Bireylerin demografik özelliklerine göre yargı farklılıklarının olup olmadığı ve ölçekler arasında ilişki olup olmadığı incelenmiştir.

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği maddelerinden **M11: "Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum"** ($\bar{X} = 3.31$, ss = 1.067), **M5: "Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem"** ($\bar{X} = 2.77$, ss = 1.088), ve **M12: "Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum"** ($\bar{X} = 2.74$, ss = 1.024) maddeleri katılımcıların en yüksek düzeyde katıldıkları maddeler olmuştur. Bu maddelere verilen yüksek katılım, katılımcıların genel olarak sosyal medya kullanımı konusunda kararsız veya olumsuz bir

tutum sergilediklerini göstermektedir. Özellikle "Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum" ve "Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem" ifadeleri, katılımcıların sosyal medya kullanımına mesafeli olduklarını veya bu kullanımı minimumda tutma eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, "Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum" ifadesine yüksek katılım, sosyal medyanın güncel bilgi kaynağı olarak önemli bir rol oynadığını ve kullanıcıların bu ihtiyaç nedeniyle sosyal medyaya yöneldiğini göstermektedir. **M18: "Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim"**($\bar{X} = 1.59$, ss = 0.790), **M15: "Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur"**($\bar{X} = 1.73$, ss = 0.830), ve **M7: "Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler"**($\bar{X} = 1.85$, ss = 0.879), maddeleri ise katılımcıların en düşük düzeyde katıldıkları maddeler olmuştur. Bu maddelere verilen düşük katılım, katılımcıların sosyal medyayı gerçek hayattaki ilişkilerin ve sorumlulukların önüne koymadıklarını göstermektedir. "Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim" ifadesine düşük katılım, katılımcıların gerçek yaşam arkadaşlıklarını daha değerli bulduğunu göstermektedir. "Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur" ve "Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler" maddelerine düşük katılım ise, katılımcıların sosyal medya kullanımının aile ilişkilerini ve sosyal çevrelerini olumsuz etkilemediğini veya bu etkilerin farkında olmadıklarını göstermektedir.

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği alt boyutlarında sanal tolerans alt boyutu toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 25.99 olarak belirlenmiştir. Bu değerler, katılımcıların **sanal tolerans boyutunda düşük bağımlılık düzeyinde** olduklarını göstermektedir. Sanal iletişim alt boyutuna ait toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 19.55 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların **sanal iletişim boyutunda düşük bağımlılık düzeyinde** olduğunu göstermektedir. SMBÖ genel ortalama puanlarına göre toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 45.55 olarak belirlenmiştir. Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin **ortalama bağımlılık düzeyinde** olduğu söylenebilir. Benzer şekilde Türkel (2021) ebeveynlerin sosyal bağımlılık düzeylerini incelediği çalışmasında, katılımcıların orta düzeyde sosyal medya bağımlısı oldukları sonucunu tespit etmiştir. Ünlü (2018) de araştırmasında 18-24 yaş aralığında bulunan ve sosyal medya kullanan 264 bireyin orta düzeyde sosyal medya bağımlılığı olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Rekreasyon Alan Katılım Engelleri ölçeği maddelerinin en yüksek ortalama puana sahip maddeleri; **M6: "Boş zaman yetersizliği"**($\bar{X} = 3,24$ ss = 1.188), **M7: "Boş zaman**

saatlerinin uygun olmaması"($\bar{X}$ = 3.24, ss = 1.164), ve *M5: "Program zamanlarının uygun olmaması"*($\bar{X}$ = 3.17, ss = 1.115), olarak belirlenmiştir. En yüksek ortalama puana sahip üç madde, zaman engelleri ile ilgilidir. Bu bulgu, katılımcıların rekreasyon alanlarına katılımında en büyük engelin zaman yönetimi ve uygun zaman aralıklarının eksikliği olduğunu ortaya koymaktadır. Öte yandan, en düşük ortalama puana sahip üç madde; *M1: "Suça meyilli kişilerin buraya gelmesi"*($\bar{X}$ = 2.43, ss = 1.196),, *M4: "Cinsel saldırı korkusu"*($\bar{X}$ = 2.43, ss = 1.147), ve *M3: "Fiziksel saldırı korkusu"*($\bar{X}$ = 2.50, ss = 1.158), olarak belirlenmiştir. En düşük ortalama puana sahip maddeler, güvenlik engelleri ile ilgilidir. Bu sonuçlar, güvenlik endişelerinin rekreasyon alanlarına katılımında nispeten daha az belirleyici olduğunu, ancak tamamen göz ardı edilmediğini göstermektedir.

Rekreasyon Alan Katılım Engelleri ölçeği güvenlik engeli alt boyutu toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 9.90 olarak belirlenmiştir. Katılımcıların rekreasyon alanlarına katılımında *güvenlik engellerinin orta düzeyde* algılandığını göstermektedir. Bu değer katılımcıların güvenlik endişelerinin tamamen göz ardı edilmediğini ancak katılımı belirleyici bir faktör olarak öne çıkmadığı şeklinde yorumlanabilir. Zaman engeli alt boyutu toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 12.89 olarak tespit edilmiştir. Bu durum *zaman engelini diğer engellere göre daha yüksek algıladıklarını* işaret etmektedir. Bu bulgu, zaman engellerinin diğer engellere kıyasla daha yüksek düzeyde algılandığını ve katılımcıların rekreasyon alanlarına katılımında en büyük engelin zaman yönetimi ve uygun zaman aralıklarının eksikliği olduğunu ortaya koymaktadır. Arkadaş engeli değişkeninde ise toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 8.12 olarak belirlenmiştir. Bu da *arkadaş ilişkilerinin rekreasyon alanlarına katılımı diğer boyutlara göre daha düşük düzeyde* bir engel oluşturduğunu göstermektedir. Bu bulgu, sosyal çevrenin rekreasyon alan katılımı üzerindeki etkisinin sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır. Spor Alanı Engeli değişkeni için puan ortalaması ($\bar{X}$) 8.29 olarak belirlenmiştir; bu, *spor alanlarının yeterliliği konusunda katılımcıların ortalama bir engel algısı* taşıdıklarını ortaya koymaktadır. Bireyler spor alanlarının yeterliliğini ve erişilebilirliğini, katılımı sınırlayan faktörler arasında görmekle birlikte, zaman engelleri kadar belirgin bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. Bireysel engel alt boyutu toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 9.07 olarak saptanmıştır. Bu sonuçlar, *bireysel faktörlerin rekreasyon alanlarına katılımı ortalama düzeyde bir engel* olarak görüldüğünü göstermektedir. Genel RAKE ölçek

puanlarına göre, 283 katılımcının toplam puan ortalaması ($\bar{X}$) 48.44 olarak belirlenmiştir. Bireyler *rekreasyon alan katılım engelleri konusunda ortalama düzeyde* algıya sahiptir.

SMBÖ alt boyut ve ölçek genel ortalama puanları farkı **cinsiyete** göre anlamlı değildir. Özgür (2023), Baz (2018), Aktan (2018) yürütmüş oldukları çalışmalarda sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre farklılaşmadığı sonucunu bulmuştur. Rekreasyon Alan Katılım Engelleri ölçeği alt boyutlarından güvenlik engeli, zaman engeli ve arkadaş engeli ile Rekreasyon Alan Katılım Engelleri ölçeği genel ortalama puanları **cinsiyet** değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmazken spor alanı engelleri alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı farklılığa sahiptir. Yılgin ve Alpullu (2020) yaptıkları çalışmada kadınların alt boyutlardan güvenlik, bireysel ve zaman engellerini erkeklere göre daha çok algıladıklarını söylemişlerdir. Bizim çalışmamızda erkek katılımcılar kadın katılımcılara göre daha yüksek puan ortalamalarına sahiptir. Bu farklılık, erkeklerin spor alanlarının kullanımına dair beklentilerinin veya ihtiyaçlarının daha yüksek olduğunu ya da mevcut spor alanlarının erkeklerin beklentilerini karşılamada yetersiz kaldığını düşündürmektedir. Bireysel engeller alt boyutu ortalama puanları da cinsiyet değişkenine göre anlamlı olarak farklılaşmıştır. Puan ortalamalarına göre kadın katılımcılar erkeklere göre daha yüksek puan ortalamalarına sahiptir. Kadınların erkek katılımcılara göre bireysel sorumlulukları, sosyal rolleri ve diğer kişisel engellerinin oluşunun, rekreasyon alanlarına katılımı daha belirgin bir engel teşkil ettiğini göstermektedir. Benzer çalışmalarda Demir ve Demir (2006), Aşıkkutlu ve arkadaşları (2022) cinsiyete göre rekreasyon alan katılımında anlamlı farklılık olduğu sonucuna ulaşırken, Yıldırım ve Bayrak (2019), Şahin ve Ekinci (2013), Demirel ve Harmander (2009), Çolakoğlu ve arkadaşları (2020)' nın yapmış oldukları çalışmalarda engel algısının cinsiyete göre farklılık göstermediği sonucu çıkmıştır.

Medeni durum değişkenine göre SMBÖ **sanal tolerans** alt boyutu ve SMBÖ geneli ortalama puanları anlamlı olarak farklılaşmıştır. Sanal tolerans ve SMBÖ genelinde bekar katılımcıların, evli katılımcıların ortalama puanlarından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Andreassen ve arkadaşları (2014) yaptıkları çalışmada benzer sonuç bulmuşlardır. Bekar bireyler, evli bireylere göre daha fazla serbest zamanlarına sahip olabilir. Bu nedenle, sosyal medyada daha fazla vakit geçirme eğiliminde olabilirler. Evli bireyler ise aileleri ve işleri gibi diğer sorumluluklar nedeniyle daha sınırlı zamanları olduğundan, sosyal medya kullanımına daha az zaman ayırabilirler. RAKE ölçeği **spor alanı engelleri** ve **bireysel engeller** alt boyutları **medeni durum** değişkenine göre

anlamli şekilde farklılaşmıştır. Şapçılar, Kalkan ve Büyükşalvarcı (2019), Şahin ve Ekici (2013), Ardahan (2013) ve Kasırğa ve ark. (2021) yapmış oldukları çalışmalarda medeni durum ile rekreasyon etkinliklere katılımında anlamlı bir farklılık olduğunu belirtmişlerdir, Ardahan ve Lapa (2011) ise tersi bir sonuçla medeni durumun bu tür faaliyetlere katılıma negatif yönde bir etki yaptığı sonucunu bulmuşlardır. Spor alanı engelleri boyutunda bekar katılımcıların ortalama puanları evli katılımcılardan daha yüksek bulunmuştur. Bu durum bekar bireylerin spor alanlarından yüksek beklenti içerisinde olmalarından kaynaklanıyor olabilir. Bireysel engeller alt boyutunda ise evli bireylerin ortalama puanları bekar bireylerin ortalama puanlarından daha yüksek bulunmuştur. Evli bireylerin bireysel engeller alt boyutunda daha yüksek puan alması, kişisel engellerin spor yapma isteğini azalttığını gösterebilir. Bu engeller, iş yoğunluğu, aile sorumlulukları, sağlık problemleri veya diğer kişisel faktörler olabilir.

Eğitim durumu değişkenine göre SMBÖ alt boyutlarından sanal iletişim alt boyutu ortalama puanları anlamlı şekilde farklılaşmazken **sanal tolerans** alt boyutu ortalama puanları anlamlı şekilde farklılaşmıştır. Lisans mezunu bireyler lise ve diğer mezuniyete sahip katılımcılara göre daha yüksektir. Balcı ve arkadaşları (2020) yaptıkları çalışmada tam tersi bir sonuçla eğitim seviyesi yükseldikçe sosyal medya kullanma bağımlılığının azaldığı sonucuna varmışlardır. Çalışmamızda karşılaştığımız sonuca göre eğitim durumu arttıkça teknoloji aşinalığının arttığı şeklinde yorumlanabilir. Bu nedenle, sosyal medya platformlarını daha rahat kullanabilirler ve bu alanda daha fazla tolerans gösterebilirler. Ancak **SMBÖ geneli** ortalama puanları farkı da **eğitim durumuna** göre anlamlıdır. Lisans mezunu bireyler lise mezunlarına ve diğer mezuniyete sahip bireylere göre daha yüksek puanlara sahiptirler. Bu durum lisans mezunlarının sosyal medya bağımlılığına daha yatkın olduğunu gösterebilir. RAKE ölçeği **zaman engeli** alt boyutu ortalama puanları **eğitim durumuna** göre anlamlı biçimde farklılaşmıştır. Yüksek lisans mezunu grubunun zaman engeli puanı, lise mezunu ve diğer gruplarından; lisans mezunu grubunun zaman engeli puanı da diğer grubundan anlamlı derecede yüksektir. Bu sonuç yüksek lisans ve lisans mezunlarının zaman kısıtlamalarına daha fazla maruz kaldığını gösterebilir. **RAKE geneli** ortalama puanları da **eğitim durumuna** göre anlamlı şekilde farklılaşmıştır. Lisans mezunu grubunun RAKE genel puanı, diğer grubundan anlamlı derecede yüksektir. Lisans mezunu bireyler rekreasyon alan katılımlarında daha fazla engel algısına sahip olduğunu göstermektedir. Çalışmamızı destekleyen bir başka çalışmada, Gümüş ve ark. (2017) ilköğretim mezunlarının engel algısının daha düşük

olduğunu ve eğitim seviyesi yükseldikçe engel algısının da yükseldiğini belirtmişlerdir. Yine Lowel ve ark. (2010) ve Ardahan (2013) yıllarındaki çalışmalarında eğitim seviyesi ile doğru orantılı bir engel algısı sonucuna ulaşmışlardır.

Yaş değişkenine göre SMBÖ alt boyutlarından **sanal tolerans** alt boyutu ortalama puanları anlamlı şekilde farklılaşmıştır. 22-30 yaş grubu bireyler 41-50 ve 51-60 yaş arası grup katılımcılara göre daha yüksek ortalama puanla elde etmişlerdir. Bu durum, genç yetişkinlerin sanal ortamda daha yüksek toleransa sahip olduklarını ve bu ortamı daha fazla benimsediklerini göstermektedir. Bu farklılık, genç yetişkinlerin dijital dünyaya daha entegre olmaları ve sanal ortamda geçirilen zamanın sosyal ve kişisel kabul düzeylerinin yüksek olmasından kaynaklanabilir. **Yaş değişkenine** göre **SMBÖ geneli** ortalama puanları anlamlı şekilde farklılaşmıştır. 22-30 yaş grubu bireyler 41-50 ve 51-60 yaş arası grup katılımcılara kıyasla daha yüksek ortalama puanlar elde etmişlerdir. Bu bulgu, genç yetişkinlerin sosyal medya kullanımını daha yoğun ve daha bağımlılık düzeyinde gerçekleştirdiklerini işaret etmektedir. Süpürgeci, Toksöz ve Oğuzhan (2023) Belediyelerin rekreasyon etkinliklerinin yetişkin bireylerin tutum alışkanlıklarını olumlu etkilediğini, Çoruh, Toksöz ve Oğuzhan (2016)'da sosyal medya kullanım alışkanlıklarının dünya genelinde de hızla arttığını belirtmektedirler. Sosyal medya, bu yaş grubunda hem bilgi kaynağı hem de sosyal etkileşim aracı olarak daha yoğun kullanılıyor olabilir. **RAKE geneli** ve alt boyutlarına baktığımızda yaş değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. Yine Keskin, Akova ve Öz (2015), Kasırga ve ark. (2021), Yıldırım ve Bayrak (2019) , Kızılay ve Ünver (2022) yapmış oldukları çalışmalarda yaş değişkeninin rekreasyon aktivitelerinde etkili olmadığı sonucuna varırken, Şahin ve Ekici (2013), Ardahan (2013), Jackson ve Henderson (1995), Mowen, Payne ve Scott (2005), Zanon ve ark. (2013) yıllarında yapmış oldukları çalışmalarda yaş değişkeninin rekreatif faaliyetleri katılımı etkili olduğu sonucuna varmışlardır. .

Kurumdaki statü değişkenine göre SMBÖ alt boyutlarından **sanal tolerans** alt boyutu ortalama puanları anlamlı şekilde farklılaşmıştır. Memur statüsüne sahip bireyler işçi statüsündeki bireylere kıyasla daha yüksek ortalama puanlar sağlamışlardır. Bu durum, memur statüsündeki bireylerin sanal ortamda daha yüksek toleransa sahip olduklarını ve bu ortamı daha fazla benimsediklerini göstermektedir. Bu farklılık, memur statüsündeki bireylerin görevleri gereği dijital dünyayı daha fazla kullanmalarından kaynaklanıyor olabilir. **Kurumdaki statü** değişkenine göre **RAKE zaman yönetimi** alt boyutu ortalama puanları anlamlı şekilde farklılaşmıştır. Kurumdaki çalışma süresinin

statü üzerinde doğru orantılı bir etkisi olmaktadır. Özsoy, Toksöz, Oğuzhan (2015) yaptıkları çalışmalarında 8-12 yıl çalışma deneyimine sahip bireylerin, bu süreden itibaren verim/zaman yönetimi becerilerinin arttığını ileri sürmektedirler. Bizim çalışmamızda bu görüş ileri sürülebilir. Memur statüsüne sahip katılımcılar sözleşmeli memur ve işçi statüsündeki katılımcılara kıyasla daha yüksek ortalama puanlar sağlamışlardır. Bu bulgu, memur statüsündeki bireylerin zaman yönetimi konusunda daha fazla engel yaşadıklarını göstermektedir. Bu farklılık, memur statüsündeki bireylerin iş yüklerinin ve sorumluluklarının daha fazla olmasıyla ilişkili olabilir.

Çocuk sayısı değişkenine göre SMBÖ alt boyutlarından **sanal tolerans** alt boyutu ortalama puanları anlamlı şekilde farklılaşmıştır. Çelik (2018) öğretmenler üzerinde yapmış olduğu çalışmada çocuk sayısının sosyal medya bağımlılık düzeyini anlamlı bir şekilde etkilemediği sonucuna varmıştır. Çocuk sayısı 0 olan bireylerin ortalama puanları 2 ve 3 çocuğa sahip olan katılımcılara kıyasla daha yüksek puanlara sahiptir. Çocuk sayısı 0 olan bireylerin, sanal tolerans alt boyutunda daha yüksek puanlar elde etmesi, sosyal medya kullanımında daha fazla hoşgörü ve kabul etme eğiliminde olduklarını düşündürülebilir. Bunun nedeni, çocuk sahibi olmayan bireylerin, zamanlarını daha esnek bir şekilde yönetebilmesi ve dolayısıyla sosyal medya kullanımına daha fazla vakit ayırabilmesi olabilir. Öte yandan, 2 ve 3 çocuğa sahip olan bireylerin, sanal tolerans alt boyutunda daha düşük puanlar elde etmesi çocuklarıyla ilgilenme, ev işleri gibi sorumluluklar nedeniyle sosyal medya kullanımına daha az vakit ayırabileceklerini veya daha az hoşgörülü olabileceklerini işaret edebilir. RAKE ölçeği **zaman engeli** alt boyutu ortalama puanları **çocuk sayısına** göre anlamlı farklılık göstermiştir. Çocuk sayısı 0 olan katılımcılar 1 ve 2 çocuğa sahip olan katılımcılara kıyasla daha düşük ortalama puanlara sahiptir. Bu durum, çocuk sahibi olmayan bireylerin, rekreasyon alanlarına katılım için daha fazla zaman ayırabildiğini veya daha az sorumlulukla karşılaştığını işaret edebilir. Öte yandan, 1 ve 2 çocuğa sahip olan bireylerin bireysel engel alt boyutunda daha yüksek puanlar elde etmesi, bu grupların rekreasyon alanlarına katılımında bireysel engellerle daha fazla karşılaşabileceğini veya bu engelleri daha belirgin bir şekilde deneyimlediğini düşündürülebilir. Bu bireyler, çocuklarının bakımı veya ailevi sorumluluklar nedeniyle rekreasyon etkinliklerine katılmada daha fazla kısıtlama yaşıyor olabilirler.

Sosyal medya kullanım amacına göre SMBÖ **sanal tolerans** alt boyutu ortalama puanları gruplar anlamlı bir şekilde farklılık göstermiştir. Eğlence amaçlı sosyal medyada vakit geçiren katılımcıların sanal tolerans ortalama puanları, iletişim ve bilgi edinme

amacıyla kullanan bireylerin ortalama puanlarından daha yüksektir. SMBÖ genel ortalama puanlarında, sosyal medya kullanım amacına göre gruplar anlamlı farklılık göstermiştir. Eğlence amacıyla sosyal medya kullanan bireylerin genel bağımlılık puanları, iletişim ve bilgi edinme amacıyla kullanan bireylerin puanlarından daha yüksektir. RAKE alt boyutlarından **spor alanı engeli** alt boyutu ortalama puanları farklılığı **sosyal medya kullanım amacına** göre anlamlıdır. Eğlence amacıyla sosyal medya kullanan bireylerin spor alanı engeli ortalama puanları, iletişim ve bilgi edinme amacıyla kullanan bireylerin puanlarından daha yüksek bulunmuştur. Eğlence maksadıyla sosyal medyada zaman geçiren katılımcıların sanal tolerans ve genel bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olması, ayrıca spor alanı engeli yaşamalarının daha olası olması, bu grubun sosyal medya ile olan ilişkisini daha bağımlı ve engelleyici bir çerçevede tanımlamaktadır. Özellikle eğlence amacıyla sosyal medyada vakit geçiren katılımcıların diğer gruplara göre bağımlılık puanlarının yüksek olması ve spor alanı katılımında daha fazla engel yaşamalarına dikkat çekmektedir. Bu durum, eğlence amaçlı sosyal medya kullanımının, kullanıcıların zaman ve katılım açısından daha fazla kısıtlamalarla karşılaşmasına neden olduğunu göstermektedir.

VI. BÖLÜM ÖNERİLER

6.1. Öneriler

Araştırmanın bulgularına dayanarak aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

1- Sosyal medya bağımlılığının olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla farkındalık eğitimleri düzenlenmesi önerilmektedir. Bu eğitimler, bireylerin sosyal medya kullanımını daha sağlıklı seviyelere çekmelerine yardımcı olabilir. Ayrıca, sosyal medya kullanımına alternatif olarak ilgi çekici etkinlikler ve aktiviteler teşvik edilmelidir. Özellikle spor etkinlikleri, sanatsal faaliyetler veya topluluk etkinlikleri gibi sosyal etkileşim odaklı aktiviteler desteklenmelidir. Yüksek Sosyal medya bağımlılık düzeyine sahip katılımcılar için danışmanlık ve destek programları düzenlenmelidir. Bu programlar, bireylerin sosyal medya kullanımını kontrol altına almalarına yardımcı olabilir.

2- Rekreasyon alan katılım engelleri açısından ise zaman yönetimi eğitimlerinin verilmesi önerilmektedir. Zaman yönetimi konusundaki eğitimler, bireylerin boş zamanlarını daha

verimli kullanmalarına olanak tanıyacaktır. Rekreasyon alanlarındaki etkinliklerin zamanlamasının esnek hale getirilmesi de katılımı artıracak bir diğer önemli faktördür. Çeşitli zaman dilimlerinde ve farklı günlerde etkinlikler düzenlenerek katılım teşvik edilebilir. Güvenlik engelleri her ne kadar düşük algılansa da bu konuda hassasiyet gösterilmeli ve rekreasyon alanlarında güvenlik önlemleri artırılmalıdır. Bu, bireylerin güven içinde etkinliklere katılmalarını sağlayacaktır. Ayrıca, spor alanlarının erişilebilirliği ve yeterliliği konusunda iyileştirmeler yapılmalıdır. Özellikle katılımcıların spor alanı beklentileri dikkate alınarak, spor alanlarının donanımı ve bakımına daha fazla önem verilmelidir.

3- Demografik değişkenler bağlamında, kadın katılımcıların bireysel engelleri daha fazla algıladığı göz önüne alındığında, kadınların rekreasyon alanlarına katılımını kolaylaştıracak destekleyici önlemler alınmalıdır. Bu kapsamda, çocuk bakım hizmetleri, aile dostu etkinlikler ve kadınlara özel programlar düzenlenebilir. Yüksek eğitim düzeyine sahip bireylerin zaman engellerini daha fazla algıladığı dikkate alınarak, bu gruplara yönelik esnek ve uygun zamanlı etkinlikler planlanmalıdır. 22-30 yaş aralığı grubun yüksek sosyal medya bağımlılığı ve sanal tolerans düzeyleri dikkate alınarak, bu yaş grubuna yönelik yüz yüze sosyal etkileşim imkanları artırılmalıdır. Dijital detoks etkinlikleri, bu grubun sosyal medya kullanımını dengelemesine yardımcı olabilir.

4- Kurumsal düzeyde ise, Gençlik ve Spor Müdürlüğü personellerinin sosyal medya bağımlılığı ve rekreasyon alan katılım engelleri konusundaki farkındalığını artırmak amacıyla kurum içi seminerler ve atölye çalışmaları düzenlenmelidir. Ayrıca, çalışanların rekreasyon alanlarına katılımını teşvik edecek işyeri sağlığı ve refah programları oluşturulmalıdır. Bu programlar, çalışanların fiziksel ve mental sağlığını destekleyebilir. Son olarak, kurum içi iletişim kanalları ve yöntemleri gözden geçirilerek, daha etkin ve yüz yüze iletişim teşvik edilmelidir. Bu öneriler, sosyal medya bağımlılığının olumsuz etkilerini azaltmak ve bireylerin rekreasyon alanlarına katılımını artırmak amacıyla uygulanabilir.

KAYNAKÇA

- Aktan E. (2018) Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*. 5(4):405-21.
- Akten, M. (2009). Isparta İlindeki Bazı Rekreatyon Alanlarının Mevcut Potansiyellerinin Belirlenmesi. *Turkish Journal of Forestry*, 4(2), 115-132. <https://doi.org/10.18182/tjf.74578>
- Andreassen, C., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction- an overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053–4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- Andreassen CS, Torsheim T, Pallesen S. (2014) Predictors of use of social network sites at work-a specific type of cyberloafing. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 19(4):906-21.
- Ardahan, F. (2013). Bireyleri Rekreatif Spor Etkinliklerine Motive Eden Faktörlerin Remm Ölçeğini Kullanarak Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi: Antalya Örneği.
- Ardahan, F., & Lapa, T. Y. (2011). Açık alan rekreasyonu: bisiklet kullanıcıları ve yürüyüşçülerin doğa sporu yapma nedenleri ve elde ettikleri faydalar.
- Arslan, K., Abra, D., Erbaş, D., Yüceloğlu, S., Erdugan, S. (2023). Sosyal Medya Bağımlılığının Sosyal Kaygı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 12(1), 315-323. <https://doi.org/10.37989/gumussagbil.1224362>
- Aşıkkutlu, H.S., Kaya, L.G., Aşık, Y. (2022). Kadınların korunan alan tercihlerine yönelik rekreasyonel engellerin saptanması: Serenler Tepesi Tabiat Parkı Örneği. *Mimarlık ve Yaşam Dergisi Journal of Architecture And Life*, 7(3), 951-963. <https://doi.org/10.26835/my.1170078>
- Ayar, H. (2021). Park rekreasyonu faaliyetlerine katılımda rekreasyon deneyim tercihleri, yer bağlılığı, çevresel tutum ve çevre dostu rekreasyon davranışları arasındaki ilişki. (Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi)
- Balcı Ş, Karakoç E, Nesrin Ö. (2020) Sağlık çalışanları arasında sosyal medya bağımlılığı: İki boyutlu benlik saygısının rolü. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. (33):296-317.

- Balta ÖÇ. (2008) Web tabanlı öğretim ortamındaki öğrencilerin internet bağımlılığını etkileyen faktörler. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi. 41(1):187-205.
- Başaran, Z., Çolak, S., Altundaş, S.B. (2022). The Benefits Of Online Recreational Activities On Women And The Effects On Their Stress And Anxiety Levels During The Covid-19 Pandemic Process, The Online Journal of Recreation and Sports (TOJRAS), 11 (4), 36-46. DOI: <https://doi.org/10.22282/ojrs.2022.107>
- Baz FÇ. (2018) Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine çalışma. OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi. 9(16):276-95.
- Bhargava, V. R., & Velasquez, M. (2021). Ethics of the Attention Economy: The Problem of Social Media Addiction. *Business Ethics Quarterly*, 31(3), 321–359. doi:10.1017/beq.2020.32
- Burgess, J., & Green, J. (2018). YouTube: Online video and participatory culture. John Wiley & Sons.
- Burgess, J., & Baym, N. K. (2022). Twitter: A biography. NYU Press.
- Burke, P. (1995). The invention of leisure in early modern Europe. *Past & Present*, (146), 136-150.
- Carr, C.T., & Hayes R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining, *Atlantic Journal of Communication*, 23:1, 46-65, DOI: 10.1080/15456870.2015.972282
- Crawford D, Jackson E, Godbey G. A. (1991). Hierarchial Model of Leisure Constraints. *Leisure Sciences*, (13): 309-320.
- Cristofaro, M., İhanetti, F., & Abatecola, G. (2023). The initial survival of the Unicorns: a behavioral perspective of Snapchat. *Journal of Management History*, 29(4), 456-480.
- Çelik E. (2018) Öğretmenlerin internet, sosyal medya bağımlılıkları ile evlilikte uyum ve aile işlevleri arasındaki ilişki. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. İstanbul. 2018.

- Çolakoğlu, Ü, Atay, H. ve Yurcu, G. (2020). Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin kişilik özellikleri ile rekreatif faaliyetlere katılım engelleri ilişkisi, *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(26), 4386-4407.
- Çoruh, E. A., Toksöz, İ., & Oğuzhan, A. (2016). Examination Of Social Media Using Individuals 'Recreation Tendencies'. *European Journal of Physical Education and Sport Science*.
- Datareportal, (2024). <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report> adresinden alınmıştır.
- Demir, C., & Demir, N. (2006). Bireylerin Boş Zaman Faaliyetlerine Katılmalarını Etkileyen Faktörler İle Cinsiyet Arasındaki İlişki: Lisans Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama.
- Demirel, M., & Harmandar, D. (2009). Üniversite öğrencilerinin rekreasyonel etkinliklere katılımlarında engel oluşturabilecek faktörlerin belirlenmesi.
- El-Harami, J. (2015). Entertainment and recreation in the classical world-tourism products. *J. Mgmt. & Sustainability*, 5, 168.
- Evans, K. E., Hartman, C. L., & Anderson, D. M. (2013). "It's more than a class": Leisure education's influence on college student engagement. *Innovative Higher Education*, 38, 45-58.
- Flores, R. A. R., Flores, C. M. R., Palomar, A. Z., Vera, E. P., & Granados, J. G. M. (2023). Historias de Instagram, un instrumento para la divulgación de contenido educativo e investigativo: Instagram stories as a tool for educational and investigative content. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 3010-3025.
- Gangneux, J. (2021). Tactical agency? Young people's (dis) engagement with WhatsApp and Facebook Messenger. *Convergence*, 27(2), 458-471.
- Gani, B. A. (2018). Provision of Recreational Facilities in Asokoro District, Abuja, Nigeria. *International Open Access Journal*, 2(6), 90-102.
- Gelber, S. M. (1999). Hobbies: Leisure and the culture of work in America. Columbia University Press.

- Genoe, M. R., Kennedy, D., Singleton, J. F., Hopper, T., Sturts, J., Tapps, T., & Wells, M. S. (2018). History of recreation. *Introduction to recreation and leisure*, 23-41.
- Goff, D. H. (2013). A history of the social media industries. *The social media industries*, 16-45.
- Gökçe, S.C. (2019). Spor Genel Müdürlüğü Merkez Teşkilatında Çalışan Personelin Boş Zaman Aktivitelerine Yönelik Tutumlarının Değerlendirilmesi. Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale.
- Gökçen, A. G. (2022). Isparta ili'nde ikamet eden kişilerin rekreasyon alanlarına katılım engelleri (Master's thesis, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi).
- Gulam, A. (2016). Recreation–need and importance in modern society. *International Journal of Physiology, Nutrition and Physical Education*, 1(2), 157-160.
- Gülezer, S. (1990). Ormaniçi rekreasyon potansiyelinin saptanması için geliştirilen bir değerlendirme yöntemi. *Journal of the Faculty of Forestry Istanbul University*, 40(2).
- Gümüş, H., & Özgül, S. A. (2017). Development of scales for barriers to participation and preference factors in the use of recreation area Rekreasyon alanı kullanımına ilişkin katılım engelleri ve tercih etkenleri ölçeklerinin geliştirilmesi. *Journal of Human Sciences*, 14(1), 865-882.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A. ve Dinç, Y. (2009). Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi Örnek Animasyon Uygulamaları (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2013). *Multivariate Data Analysis*. Boston: Pearson Education Limited
- Hilliard, J. (2019). Social media addiction. Addiction Center. <https://www.addictioncenter.com/drugs/social-media-addiction/> adresinden erişilmiştir.
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(1), 1–17. <https://doi.org/10.5817/cp2019-1-4>
- Hurd, A. R., & Anderson, D. M. (2010). *The park and recreation professional's handbook*. Human Kinetics.

- Human Kinetics (Organization). (2013). Introduction to recreation and leisure. Human Kinetics.
- Hunnicut, B. K.; (2006), "The History of Western Leisure", A Handbook of Leisure Studies, ed. C. Rojek, S. M. Shaw and A. J. Veal, New York: Palgrave Macmillan,
- Iqbal, M. (2021). TikTok revenue and usage statistics. *Business of apps*, 1(1).
- John, A. (1986). Recreation Trends and İmplications For Government. Work, Leisure and Technology. *Melbourne, Longman Cheshire*, 167, 37-56.
- Jackson EL, Henderson K A. (1995). Gender based analysis of leisure constraints. *Leisure Sciences*,
- Jones, S. (2002). "Internet Relay Chat". *Encyclopedia of New Media: An Essential Reference to Communication and Technology* (1st ed.)
- Karaküçük, S. (1999). Okul yöneticilerinin ders dışı etkinliklere yaklaşımları. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4(3), 51-62.
- Karaküçük, S. (2014). *Rekreasyon: Boş zamanları değerlendirme*, Gazi Üniversitesi Yayını, Ankara.
- Karaküçük, S., & Akgül, B. M. (2015). Free time management scale: Validity and reliability analysis Boş zaman yönetimi ölçeği: Geçerlik-güvenirlik çalışması. *Journal of Human Sciences*, 12(2), 1867-1880.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar-İlkeler-Teknikler*, (15.Baskı). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Karaş, H. (2022). Trabzon Halkının Rekreasyon Tercih Etkenlerinin Belirlenmesi ve Rekreasyon Alanı Katılım Engellerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Trabzon Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Trabzon.
- Kasırğa, Z., Odabaşıoğlu, M. E., & Dedeoğlu, T. (2021). Üniversite öğrencilerinde fiziksel aktivite düzeyi ve egzersiz yarar/engel algılarının incelenmesi,
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of behavioral research* (4th ed.). Holt, NY: Harcourt College Publishers.
- Keskin, M., Akova, O., & Öz, M. (2015). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Rekreasyonel Etkinliklere Katılımlarının Önündeki Engellerin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 2(4), 37–45.

- Kızılay, F., & Ünver, H. (2022). Gebelerde Fiziksel Aktivite, Kinezyofobi Ve Stres; Kilo Alımı Ve Bel Ağrısının Etkileri.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251.
- Koç, N., 1991, AÜZF. Peyzaj Mimarlığı Bölümü Rekreasyon Ders Notları, Ankara.
- Kumar, D.; Jagannathan, A.; Sivakumar, T. (2023). I paint, I sing, I dance; I also have a mental illness: The importance of personally meaningful leisure activities in recovery from severe mental illness. *Indian Journal of Psychiatry*, 65(6): p. 706-708, DOI: 10.4103/indianjpsychiatry.indianjpsychiatry_218_23
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction—A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528–3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Lewallen, J., & Behm-Morawitz, E. (2016). Pinterest or thinterest? Social comparison and body image on social media. *Social media+ society*, 2(1), 2056305116640559.
- Levy, F. (2008). 15 Minutes of Fame: Becoming a Star in the YouTube Revolution. Penguin.
- Levy, S. (2020). Facebook: The inside story. Penguin UK.
- Mardan, M. S., Muhammed, H., Kazem, N. H. S., & Salman, A. S. (2022). The effectiveness of recreational activities in the psychological happiness of students. *Journal of STEPS for Humanities and Social Sciences*, 1(2).
- McPartland, M. D. (2013). An analysis of facebook "likes" and other nonverbal internet communication under the federal rules of evidence. *Iowa Law Review*, 99(1), 445-470
- Mondal, M. (2022). The Impact of Recreational Games in our Society. *Indian Journal of YOGA Exercise & Sport Science and Physical Education*, 10-11.
- Montag, C., Becker, B., & Gan, C. (2018). The multipurpose application WeChat: a review on recent research. *Frontiers in psychology*, 9, 408296.
- Mowen, A. J., Payne, L. L., Scott, D. (2005). Change and stability in park visitation constraints revisited. *Leisure Sciences*,

- Murthy, D. (2018). Twitter. Cambridge: Polity Press.
- Nadler, B. (1997). Connecting to the Internet. *Health Care on the Internet*, 1(2), 41-43.
- Ndung'u, J., Vertinsky, I., & Onyango, J. (2023). The relationship between social media use, social media types, and job performance amongst faculty in Kenya private universities. *Heliyon*, 9(12).
- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & strategies*. (1), 17.
- Özgür, Ö. (2023). Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Dürtüsellik ve Duygu Düzenleme Becerisi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Özsoy, D., Toksöz, İ., & Oğuzhan, A. (2015). Spor Organizasyonlarında Görev Yapan Bireylerin Zaman Yönetimi, Tutum ve Becerilerinin İncelenmesi. *Manas Journal of Social Studies*,
- Öztürk, M. (2005). A research on reliability and validity of international physical activity questionnaire and determination of physical activity level in university students. Master Thesis, Hacettepe University, Ankara.
- Parlak, T. (2023). Eğitim fakültesi öğrencilerinin rekreasyon fayda algıları ile mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi (Master's thesis, Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü).
- Patmore, J.A. 1983. *Recreation and Resources*, London: Blackwell.
- Paul, R. (2019). Social Media Addiction Disorder. *Bengal Physician Journal*. 6(2):25–27.
- Paylı, M., & Şen, H. F. (2022). Rekreasyon Etkinlikleri. Rekreasyon Alanları. (Ed.) Samet AKTAŞ, 17-28.
- Pehlivanoğlu, M. T. (1976). Rekreasyon ve ormaniçi rekreasyon planlaması. *Journal of the Faculty of Forestry Istanbul University*, 26(2), 142-170. <https://doi.org/10.17099/jffiu.84251>
- Piagram, J. (1983). Outdoor Recreation and Resource Management. (1st Edition). London: Palgrave Macmillan.

- Protti, M. (2022). Here's What You Need to Know About Our Updated Privacy Policy and Terms of Service. <https://about.fb.com/news/2022/05/metas-updated-privacy-policy/> adresinden erişilmiştir.
- Riuz, A., Machdo, C., Gagneja, K., & Singh, N. (2019). Messaging App uses IRC Servers and any Available Channel. *In 2019 6th International Conference on Signal Processing and Integrated Networks (SPIN)*, (pp. 18-23). IEEE.
- Rouse, L., & Salter, A. (2021). Cosplay on demand? Instagram, OnlyFans, and the gendered fantrepeneur. *Social media + society*, 7(3). <https://doi.org/10.1177/20563051211042397>
- Ryan, J. (2010). A History of the Internet and the Digital Future. Reaktion Books.
- Sağar, M. E. (2019). Yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığının irdelenmesi. *Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi*, 2(1), 29-42.
- Sağcan M. (1986). Rekreasyon ve Turizm. Cumhuriyet Basımevi. İzmir
- Sajithra, K., & Patil, R. (2013). Social media–history and components. *Journal of Business and Management*, 7(1), 69-74.
- Savcı, M., & Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağlılık: İnternet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağlılığı yordayıcı etkisi. *Dusunen Adam*, 30(3), 202-216.
- Schwarzenegger, A., Chrisman, M., & Coleman, R. (2005). The health and social benefits of recreation. Sacramento, CA: California State Parks.
- Shiner, L. 2004. Sanatın İcadı, Çev. İsmail Türkmen, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Silfa, W. (2021). Historical Awareness Through the Use of the WhatsApp Group Application as a Distance Learning Media. doi: 10.2991/ASSEHR.K.210918.067
- Singer, P. W., & Brooking, E. T. (2018). LikeWar: The weaponization of social media. Eamon Dolan Books.
- Spracklen, K. (2011). Constructing leisure: Historical and philosophical debates. Springer.
- Statista, (2024a). <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> adresinden erişilmiştir.
- Statista, (2024b). <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/#topicOverview> adresinden erişilmiştir.

- Statista, (2024). Most popular social networks worldwide as of Janlara 2024, ranked by number of monthly active users. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> adresinden erişilmiştir.
- Süpürgeci, İ.A., Toksöz, İ., Oğuzhan, A. (2023) "Adults Views About The Implementation Of Free Times Activities Provided By Municipalities and The Effect Of Recreation on Improving The Quality Of Life", *International Journal of Sport Sciences and Health*,
- Şahin, C., & Yağcı, M. (2017). Sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu: geçerlilik ve güvenirlik çalışması. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, 18(1), 523-538.
- Şahin, M., & Ekici, H. (2013). Demografik Özelliklere Göre Gaziantep’de Yaşayan İnsanların Fiziksel Aktivitede Bulunmama Nedenlerine Yönelik Bir Uygulama.
- Şapcılar, M. C., Kalkan, F., & Büyükşalvarcı, A. (2019). Akademisyenlerin rekreasyonel faaliyetlere katılımlarını engelleyen faktörlerin belirlenmesi: turizm fakülteleri örneği.
- Tabachnick, B., & Fidell, L. (2013). Using Multivariate Statistics. Boston : Pearson.
- Tekke, M., & Çoşkun, M. (2019). Kendini Tanıma, Kendini Gerçekleştirme, Kendini Aşma, Potansiyelin Tam Kullanan Kişi: Kişilerarası İletişim. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 18(70), 790-797. <https://doi.org/10.17755/esosder.454355>
- Thompson Coon, J., Boddy, K., Stein, K., Whear, R., Barton, J., & Depledge, M. H. (2011). Does participating in physical activity in outdoor natural environments have a greater effect on physical and mental wellbeing than physical activity indoors? A systematic review. *Environmental science & technology*, 45(5), 1761-1772.
- Torkildsen, G. (2011). Sport and Leisure Management. P. Taylor (Ed), USA: Simultaneously Published.
- Townsend, A. M. (2001). The Internet and the rise of the new network cities, 1969–1999. *Environment and planning B: Planning and Design*, 28(1), 39-58.
- Treem, J.W., Dailey, S.L., Pierce, C.S., Biffl, D. (2016). What we are talking about when we talk about social media: a framework for study. *Sociology Compass* 10(9), 768–784, <https://doi.org/10.1111/soc4.12404>.

- Turner, T. C., Smith, M. A., Fisher, D., & Welser, H. T. (2005). Picturing Usenet: Mapping computer-mediated collective action. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4), JCMC1048.
- Türkel, N. (2021). Ebeveynlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile dijital ebeveynlik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tütüncü O (2012). Rekreasyon ve Rekreasyon Terapisinin Yaşam Kalitesindeki Rolü. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(2), 248- 252.
- Walther, S., & McCoy, A. (2021). US extremism on Telegram: Fueling Disinformation, Conspiracy Theories, and Accelerationism. *Perspectives on Terrorism*, 15(2), 100-124.
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51(51), 41-49. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008>
- Ünlü, Z. R. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik dayanıklılık (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yalçın, G. (2015). *Sosyal Medyanın Yoğun Kullanımın İleri Ergenlikte Yalnızlık ve Depresyona Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yaylı, A. (2014). *Rekreasyona Giriş (1. Bakı)*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, M., & Bayrak, C. (2019). Üniversite öğrencilerinin spora dayalı fiziksel aktivitelere katılımları ve yaşam kalitelerinin akademik başarı ve sosyalleşme üzerine etkisi (Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği).
- Zendle, D., & Bowden-Jones, H. (2019). Is excessive use of social media an addiction? *BMJ*, 365. <https://doi.org/10.1136/bmj.l2171>
- Zanon, D., Doucouliagos, D., Hall, J., & Lockstone-Binney, L. (2013). Constraints to park visitation: A meta-analysis of North American studies. *Leisure Sciences*,

EKLER

EK-1 Kişisel Bilgiler (Demografik Bilgiler)

Değişkenler	Grup
Cinsiyet	Kadın () Erkek ()
Eğitim Durumu	Lise () Lisans () Y. Lisans () Doktora ()
Yaş	22-30 () 31-40 () 41-50 () 51-60 () 60 ve üzeri ()
Medeni durum	Evli () Bekar ()
Kurumdaki Görev Süresi	0-5 yıl () 6-10 yıl () 11-15 yıl () 16-20 yıl () 21-25 yıl () 26 yıl ve üstü ()
Çocuk Sayısı	0 () 1 () 2 () 3 () 4 ve üstü ()
Haftalık Rekreasyona	0 () 1-2 gün () 3-4 gün () 5-6 gün () 7 gün ()
Sosyal Medya Kullanım	İletişim () Alışveriş () Bilgi Edinme () Eğlence ()
Kurumdaki Statü	Memur () Sözleşmeli Memur () İşçi ()

EK-2 “Rekreasyon Alanı Katılım Engelleri Ölçeği” (RAKE)

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Suçta meyilli kişilerin buraya gelmesi	1	2	3	4	5
2.	Soyulma korkusu	1	2	3	4	5
3.	Fiziksel saldırı korkusu	1	2	3	4	5
4.	Cinsel saldırı korkusu	1	2	3	4	5
5.	Program zamanlarının uygun ol ~~maması~~	1	2	3	4	5
6.	Boş zaman yetersizliği	1	2	3	4	5
7.	Boş zaman saatlerinin uygun ol ~~maması~~	1	2	3	4	5
8.	Arkadaşlarımla bu tür etkinliklere katılmaktan hoşlan ~~maması~~	1	2	3	4	5
9.	Beraber gelecek kimsenin ol ~~maması~~	1	2	3	4	5
10.	Arkadaşlarımla zamanının ol ~~maması~~	1	2	3	4	5
11.	Alanın, istediğim faaliyetleri sun ~~maması~~	1	2	3	4	5
12.	Spor aletlerinin bakımsız olması	1	2	3	4	5
13.	Spor aletlerinin yetersiz olması	1	2	3	4	5
14.	Rekreasyon alanlarıyla çok ilgili ol ~~mamak~~	1	2	3	4	5
15.	Alışılmış günlük programı bozmak istem ~~emek~~	1	2	3	4	5
16.	Dermansızlık/ enerjisizlik	1	2	3	4	5
17.	Ailevi yükümlülükler	1	2	3	4	5

EK-3 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

AÇIKLAMA: Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine X işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

- ① Bana Hiç Uygun Değil ② Bana Uygun Değil ③ Kararsızım
④ Bana Uygun ⑤ Bana Çok Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	①	②	③	④	⑤
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	①	②	③	④	⑤
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	①	②	③	④	⑤
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	①	②	③	④	⑤
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	①	②	③	④	⑤
6	Sosyal medya yüzünde verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	①	②	③	④	⑤
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	①	②	③	④	⑤
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	①	②	③	④	⑤
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
10	Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	①	②	③	④	⑤
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	①	②	③	④	⑤
12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	①	②	③	④	⑤
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	①	②	③	④	⑤
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	①	②	③	④	⑤
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	①	②	③	④	⑤
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	①	②	③	④	⑤
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	①	②	③	④	⑤
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	①	②	③	④	⑤

EK-4 Araştırma Etik Kurul İzin Belgesi


T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK
KURULU

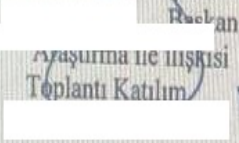
Oturum Sayısı: 2024/03
KARAR NO: 2024.03.02

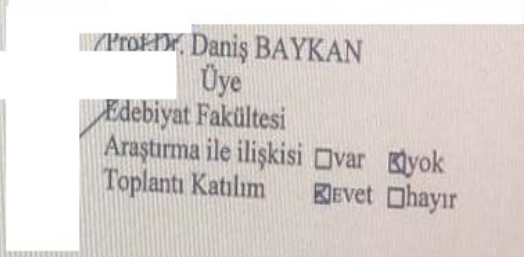
Karar Tarihi: 27.03.2024

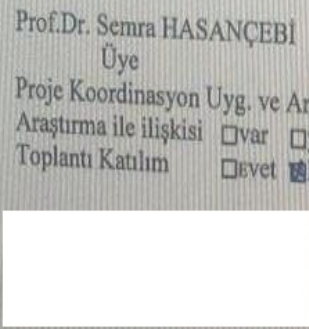
Akademik Danışmanlığını Üniversitemiz Kırkpınar Spor Bilimleri Fakültesi Öğretim Üyesi Prof.Dr. İlhan TOKSÖZ'ün yaptığı, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Fatih YAKIT tarafından, Trakya Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nda değerlendirilmek üzere gönderilen "Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü Çalışanlarının Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri İle Rekreasyon Alanı Katılım Engellerinin İncelenmesi" başlıklı araştırma dosyası incelenmiştir. Araştırmanın; gerçekleştirilmesinde etik bilimsel standartlar açısından sakınca bulunmadığına mevcudun oy birliği / ~~oy çokluğu~~ ile karar verilmiştir.


 Prof.Dr. Ayhan GENÇLER
 Başkan

Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
 Toplantı Katılım ☒evet ☐hayır


 Prof. Ahmet Hamdi ZAFER
 Üye
 Devlet Konservatuarı
 Araştırma ile ilişkisi ☐var ☐yok
 Toplantı Katılım ☐evet ☒hayır


 Prof.Dr. Daniş BAYKAN
 Üye
 Edebiyat Fakültesi
 Araştırma ile ilişkisi ☐var ☒yok
 Toplantı Katılım ☒evet ☐hayır


 Prof.Dr. Semra HASANÇEBİ
 Üye
 Proje Koordinasyon Uyg. ve Arş. Merk.
 Araştırma ile ilişkisi ☐var ☐yok
 Toplantı Katılım ☐evet ☒hayır


 Prof.Dr. Yeşim FAZLIOĞLU
 Üye
 Eğitim Fakültesi
 Araştırma ile ilişkisi ☐var ☐yok
 Toplantı Katılım ☐evet ☒hayır

EK-5. . Araştırmada Kullanılan Ölçek İzinleri

Ölçek İzini Hakkında



Fatih Yakıt
Merhaba hocam, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Rekreasyon Yönetimi



Hüseyin GÜMÜŞ
alıcı ben
43 dakika önce [Ayrıntılar](#)

Merhaba Fatih,
Ölçeği kullanmandan memnuniyet duyarım çalışmalarında kolaylıklar dilerim.

Hüseyin GÜMÜŞ
Mersin Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Çiftlikköy Kampüsü 33343 Yenışehir/MERSİN

Huseyin GUMUS
Mersin University Faculty of Sport Sciences Ciftlikkoy Campus 33343 Yenisehir/MERSİN



ben 7 Mar
Merhaba hocam, Trakya Üniversitesi Sosyal Bili...



Prof. Dr. CENGİZ... 24 Mar
alıcı: ben ▾

Fatih Yakıt merhaba,
Geliştirdiğimiz "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği: Yetişkin Formu"nu ve "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği: Öğrenci Formu"nu çalışmalarınızda kaynak göstererek kullanabilirsiniz. Ölçek makalesini ve ölçek formunu ekte gönderiyorum. Başarılar dilerim.
Prof. Dr. Cengiz ŞAHİN

Fatih Yakıt < 7 Mar
2024 Per, 10:25 tarihinde şunu yazdı: