

Üniversite Öğrencilerinin Rekreatif Bir Etkinlik Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının İncelenmesi

The Analysis of the Usage of Social Media as a Recreational Activity Field by University Students

Batuhan Er¹, Kadir Yıldız², Pınar Güzel³

Öz

Teknolojinin gelişimi ile yaygınlığını arttıran sosyal medya kullanımları, bireylerin serbest zamanlarını bu yönde değerlendirmesine neden olmaktadır. Aktif rekreatif etkinlikler yerine daha pasif ancak popülaritesi yükselen sosyal medyanın üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı bir rekreatif etkinlik olarak tercih sebepleri ve hangi amaçlarla kullandığının incelenmesi amaçlanmıştır.

Bu çalışmada araştırma modeli olarak nicel araştırma tekniklerinden betimsel ve ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu, 2016-2017 eğitim-öğretim yılı güz döneminde Manisa Celal Bayar Üniversitesinde eğitim öğrenim gören 22,19±2,46 yaş ortalamasına sahip; 406 kadın (% 56,7) ve 310 erkek (% 43,3) olmak üzere toplam 716 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgiler formu ve Sosyal Ağlar Kullanım Amaçları Ölçeği (Koçak Usluel, Demir ve Çınar, 2014) kullanılmıştır. Verilerin analizinde grup ortalamalarının karşılaştırılmasında independent t test kullanılırken, alt boyutlar arasındaki ilişkilerin analizinde korelasyon analizi uygulanmıştır. İstatistiksel gösterimlerde frekans ve aritmetik ortalama değerleri sunulmuştur.

Elde edilen bulgular sonucunda, sosyal medya kullanım amaçları ölçeği, araştırma ve iletişim kurma alt boyutlarında kadınlar lehine anlamlı farklılıklar tespit edilirken; iletişim başlatma alt boyutunda ise erkek katılımcılar lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Ayrıca Sosyal ağlar kullanım amaçları ölçeği alt boyutları arasında pozitif yönde orta düzeyde ilişki tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, gelişen teknolojik gelişmelerin bireylerin günlük hayatlarında önemli etkilere sahip olduğu günümüzde, bu araçların ayrıca bireylerin serbest zamanlarını şekillendiren bir araç olduğu da söylenebilir. Rekreatif amaçlı kullanılan sosyal medya araçlarının özellikle üniversite çağındaki gençlerin arkadaş arama, arkadaşlık ilişkileri kurma ve bu arkadaş gruplarıyla iletişim başlatma süreçlerinde önemli bir işlevi vardır. Ayrıca araştırma sonuçları sosyal medya kullanım amaçları ve serbest zaman değerlendirme biçimlerinin de teknolojik gelişmelere paralel olarak farklılaşabileceğini göstermektedir. Ülkemizin genç nüfusu düşünüldüğünde özellikle anlık ve çift yönlü iletişim sağlama özelliği olan kitle iletişim araçları kullanımlarına yönelik eğitimlerin sayılarının da artması gerekliliği bu araştırma sonucunda önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: Rekreasyon, serbest zaman, medya, sosyal medya kullanımı

Abstract

The usage of social media, which has gained a wide currency with the development of technology, causes individuals to value leisure time inside the social media. Analysis of the reasons for university students to prefer social media, which is more passive but has an increasing popularity, instead of active recreational activities and of the purposes in using it is aimed.

In this study, "descriptive and scanning survey model" is used as one of the quantitative research techniques. The subject of the study consists of 716 students; 406 of whom are female (56,7%) and 310 of whom are male (43,3%) students of Manisa Celal Bayar University studying during 2016-2017 academic year's fall term with the average age of 22,19±2,46. In the study, personal information form prepared by the researcher and The Usage Purposes Scale of Social Networks Koçak Usluel, Demir & Çınar (2014) are used as data collection tools. While independent t test has been used in the comparison of ensemble average for the analysis of the data, correlation analysis has been used to analyze the relationships among the sub dimensions. The frequency and arithmetic average values have been presented in the statistical notations.

As a result of obtained findings, whereas significant differences in favor of female students have been found for the sub dimensions of research and communication, significant differences in favor of male students have been found for the sub dimension of starting communication with the Usage Purposes Scale of Social Networks. Also it has been found that there is a medium level relationship in a positive direction among the sub dimensions of Usage Purposes Scale of Social Network.

Social media tools used for recreational purposes are important instruments for college students as means of social networking, friending and search for friendship networks. Besides, the research results showed that the purpose of social media use and ways of spending leisure time may differentiate with the technological developments. Considering the young population of our country, it is suggested that, the number of educational programmes aiming at encouraging the use of mass media tools providing instant and bidirectional communication should be increased.

Keywords: Recreation, leisure, media, social media usage

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 11 / 09 / 2018

Accepted: 14 / 03 / 2019

¹ Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Rekreasyon Bölümü, <https://orcid.org/0000-0002-4269-4149>

² Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, <https://orcid.org/0000-0003-3347-0319>

³ Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Rekreasyon Bölümü, <https://orcid.org/0000-0001-5982-2816>

Giriş

Günümüz toplumunda bireyler, iş yoğunlukları ve gündelik işleri dışında ortaya çıkan serbest zaman dilimlerinde, stres vb., faktörlerden uzak kalabilme, dinlenebilme, sağlıklı olabilme, sosyalleşebilme gibi farklı deneyimlere sahip olabilmek amacıyla açık veya kapalı alanlarda ya da aktif-pasif katılım şekliyle etkinliklere katılmaktadırlar. Bireylerin serbest zamanlarında gerçekleştirdikleri bu eylemler rekreasyon kavramı ile tanımlanmaktadır. Nitekim, rekreasyon bireylerin çalışma saatleri dışındaki serbest zamanında katıldığı eylemler olarak görülmektedir. Farklı zaman dilimlerinde gerçekleştirilen serbest zaman etkinlikleri yapılaş biçimi ve zamanı bakımından çeşitliliği olan aktiviteler olarak ifade edilir. Bu etkinlik türleri bireylerin farklı amaç ve talepleri doğrultusunda anlam kazanır. Bu özellikler bir araya geldiğinde rekreasyon kavramının farklı amaç ve perspektiften tanımlarının ortaya çıktığını görmek mümkündür (Karaküçük, 2014). Öyle ki Hazar (2014: 35) rekreasyonu, doyum sağlayıcı, eğlendirici boş zaman değerlendirme etkinlikleri şeklinde ifade etmektedir. Rekreasyon kavramının Latince "*recreatio*" kelimesine dayandırarak kısaca; yenilenme, yeniden yaratılma veya yeniden yapılanma olarak tanımlandığı görülmektedir (Ozankaya, 1975). Bu kavramın Türkçe alan yazında karşılığı ise yaygın bir biçimde kullanılan "*serbest zamanları değerlendirme*"dir. Geniş anlamda bu kavram insan gruplarının ya da toplumsal yapıyı oluşturan kümelerin serbest zamanlarında gönüllü olarak yaptıkları dinlendirici ve eğlendirici etkinlikler anlamını taşımaktadır. Diğer bir tanımda ise serbest zaman, "*dıştan gelen zorlamalara bağlı kalmadan bireysel kontrolün sağlandığı, bireylerin özgür iradeleriyle seçtikleri ve belirli kurallara bağlı olmadan eğlenme, hoşnutluk ve mutluluk duygusu uyandıran, herhangi bir ücretin alınmadığı, tatmin edici deneyimlerin yaşandığı, enerji ve güç harcayarak canlanmak, yenilenmek bu sayede fiziksel, zihinsel ve ruhsal olarak yeniden hazır hale gelmek için ayrılan zaman aralığı*" olarak ifade edilmektedir (Corbin, 1970; Ragheb ve Tate, 1993). Üniversite gençliği de, yeni aktivite arayışları içerisinde olan, heyecan duyma, kişisel doyum ve daha birçok nedenle rekreasyon aktivitelerine yönelen en önemli gruplardan biridir. Gerek kampüs rekreasyonu, gerekse diğer özel aktivitelerle üniversite öğrencileri, sosyalleşme ihtiyaçlarını giderme, fiziksel aktiviteye katılabilme, iletişim kurabilme, dinlenebilme vb., amaçlarla rekreasyon etkinliklerine katılım gösterirler.

Schwilgin, Arch ve Arch (1974), bireylerin farklı özelliklere ve amaçlara sahip isteklerinin gerçekleştirilmesi noktasında, rekreasyon kavramını aktif ve pasif olmak üzere iki sınıfta incelemiştir. Aktif rekreasyon etkinliklerinin bireyin doğrudan bir fiziksel performans harcayarak ortaya koyduğu sportif etkinlikler (futbol, tenis, doğa sporları, golf, yüzme vb.) olarak tanımlarken; pasif rekreasyonu ise, piknik yapmak, balık tutmak ile hayvanat bahçeleri botanik bahçelerini ziyaret etmek gibi aktiviteler olarak belirtmektedir.

Sosyal medya, günümüz teknolojik gelişmeleriyle günlük hayatımızda önemli bir rol üstlenmektedir. Milyonlarca kişi tarafından kullanılan facebook, twitter, myspace, instagram vb. sosyal ağlar (Boyd ve Ellison, 2007), haberleşme, bilgi alma, eğitim, alışveriş, sağlık, ekonomi ve daha birçok alanda kullanılmaktadır. Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından 2013 yılında yayınlanan internet kullanıcılarına yönelik rapor doğrultusunda Türkiye’de sosyal medya kullanımına yönelik ortaya çıkan istatistikler incelendiğinde internet kullanıcısı gençlerin büyük bir kesimi (%96) sosyal medya kullanıcısıdır. Rapor sonuçları gençlerin yanı sıra anne-babanın da yeni medya ile iç içe olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan, gençlerin sosyal medya kullanım amaçlarının genellikle serbest zamanda yapılan etkinlik türü olarak kişi ve kurumların paylaşımlarını takip etme eğilimi yönünde olduğu tespit edilmiştir (GSB, 2013). Günümüzde özellikle gençler arasında çok yaygın bir kullanıma sahip olan sosyal medya araçlarının eğlence fonksiyonu öncelikli olmak üzere bilgi sağlama ve paylaşım gibi fonksiyonlarını etkili bir şekilde kullandığı söylenebilir. Bu bulgular ışığında bu çalışmada, gençlerin rekreatif bir etkinlik alanı olarak sosyal medya kullanımları ve kullanım amaçlarının incelenmesi amaçlanmıştır.

1. Yöntem

1.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, araştırma modeli olarak nicel araştırma tekniklerinden betimsel ve ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

1.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, Manisa Celal Bayar Üniversitesi’nde eğitim öğretim gören seçkisiz olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem yoluyla seçilen, 22,19 ($\pm 2,46$) yaş ortalamasına sahip; 406 kadın (%56.7) ve 310 erkek (%43.3) olmak üzere toplam 716 öğrenci oluşturmaktadır.

Araştırmaya başlamadan önce Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Komisyonundan etik kurul izni alınmış ve katılımcılara araştırma hakkında bilgi verilmiş katılımcı onamı alınmıştır (Karar Tarih ve No: 21/11/2016: 11/EK3) .

1.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanan kişisel bilgiler formu ve “Sosyal Ağlar Kullanım Amaçları Ölçeği” kullanılmıştır. Kişisel Bilgi Formu bölümünde katılımcılara; kişisel bilgilerin (Yaş, cinsiyet, yaşanan sosyal çevre, aile geliri vb.) yanı sıra bireylerin sosyal medya kullanımlarına ilişkin sorular yöneltilmiştir.

1.3.1. Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği; Koçak Usluel, Demir ve Çınar (2014) tarafından geliştirilen ölçme aracı 26 madde ve 7 faktörden oluşmaktadır. Ölçek 7’li likert tipi bir yapıya sahiptir. Araştırmada kullanılan ölçme aracı alt boyutlarının mevcut araştırmaya ilişkin güvenirlik katsayıları Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği Alt Boyutlarına İlişkin Faktör Yükleri

Alt Boyutlar	Maddeler	Güvenirlik katsayısı (α)
Araştırma	1, 2, 3	.75
İşbirliği	4, 5, 6, 7, 8, 9	.79
İletişimi başlatma	10, 11, 12	.65
İletişim kurma	13, 14	.71
İletişimi sürdürme	15, 16, 17, 18	.73
İçerik paylaşma	19, 20, 21, 22, 23	.78
Eğlence	24, 25, 26	.62
Toplam	26	.90

1.4. Verilerin Toplanması ve Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen verileri, araştırmacılar tarafından her bir katılımcıyla birebir görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerin istatistiksel gösterimlerinde tanımlayıcı istatistiklerden (frekans, aritmetik ortalama) faydalanılmıştır. Verilerin normallik sınavında basıklık ve çarpıklık değerleri göz önünde bulundurulmuş ve verilerin normal dağıldığı tespit edilmiştir. İlişkisiz ölçüm ortalamalarında iki grup karşılaştırmalarında Independent t testi kullanırken, bazı değişkenler ile ölçek alt boyutları arasındaki ilişkinin tespitinde pearson korelasyon testi uygulanmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde anlamlılık düzeyi $p < .05$ olarak kabul edilmiştir.

2. Bulgular ve Yorumlar

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Değişkenler	Sayı	Yüzde (%)	
Yaşadığı Sosyal Çevre	İl	625	87.3
	İlçe	87	12.2
	Köy	4	.6
Yaşadığınız sosyal çevreden memnun musunuz?	Evet	631	88.1
	Hayır	85	11.9
Öğretim durumu	Örgün	647	90.4
	İkinci Öğretim	69	9.6
Okuduğunuz bölümü isteyerek mi tercih ettiniz?	Evet	659	92.0
	Hayır	57	8.0

716 üniversite öğrencisi katılımcıdan %88.1’i yaşadıkları sosyal çevreden memnun olduklarını ifade ederken, %11.9’u ise sosyal çevresinden memnun olmadığını belirtmiştir. Katılımcılar yaşadıkları sosyal çevreye göre incelendiğinde %87.3 il, %12.2 ilçe ve %0.6 köy olarak dağılım gösterdiği görülmektedir. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin büyük bir kısmı %90.4 örgün öğretim öğrencisi iken, %9.6’lık kısmı ikinci öğretimde öğrenimlerini devam ettirdikleri görülmüştür. Katılımcıların %92’si okudukları bölümleri isteyerek tercih ettiklerini belirtirken, %8’lik kısım bölümlerinin kendilerinin tercih etmediklerini belirtmiştir.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Bilgiler

	Değişkenler	Sayı	Yüzde (%)
Çevrenizdeki insanlarla iletişiminizi nasıl sağlıyorsunuz?	Yüz yüze Görüşme	175	24.4
	Telefon	318	44.4
	Sosyal Ağlar	348	48.6
	Diğer	5	.7
Herhangi bir sosyal medya sitesine üyeliğiniz var mı?	Evet	715	99.9
	Hayır	1	.1
Ne kadar süredir sosyal medya sitelerini kullanıyorsunuz?	1 Yıldan Az	22	3.1
	1-2 Yıl	118	16.5
	2-3 Yıl	145	20.3
	4 Yıl ve Daha Fazla	431	60.2
Sosyal medya sitelerini kullanım sıklığınız nedir?	Her gün bir kereden fazla	573	80.0
	Her gün bir kere	121	16.9
	Haftada bir kereden fazla	19	2.7
	Haftada bir kere	2	.3
	Ayda birkaç kere	1	.1
Sosyal medya sitelerine en çok hangi ortamdan bağlanıyorsunuz?	Ev	36	5.0
	Telefon	422	58.9
	Wi-fi	295	41.2
	Diğer (...vb)	5	.7
Sosyal medya sitelerine bağlanmak için en çok hangi aracı kullanıyorsunuz?	Masaüstü bilgisayar	47	6.6
	Mobil cihazlar (Cep telefonu, Tablet vb.)	657	91.8
	Dizüstü bilgisayar	34	4.7
	Diğer	1	.1
En çok hangi sosyal medya sitesini kullanıyorsunuz?	Facebook	184	25.7
	Twitter	89	12.4
	Youtube	50	7.0
	Instagram	309	43.2
	Whatsapp	136	19.0
	Snapchat	13	1.8
	Swarm	5	.7
Diğer (VK, LinkedIn, Tinder, Tumbler, Fizyvb)	5	.7	

Tablo 3'teki analiz sonuçlarına göre; katılımcıların %48.6'lük kesimi çevresindeki insanlarla iletişimini sosyal ağlar ile sağladığını belirtirken, %44.4 telefon, %24.4'lük bölüm yüz yüze görüşme ile sağlarken, %7'lik bölüm ise diğer iletişim türlerini kullandığını belirtmiştir. Araştırmanın katılımcısı 716 üniversite öğrencisinden 715'i sosyal medya üyeliği bulunduğunu, 1 katılımcı ise sosyal medya üyeliğinin bulunmadığını belirtirken; %60.2'lik bölüm 4 yıl ve daha fazla süredir sosyal medya sitelerini kullandığını belirtmiştir. Katılımcılardan %20.3'ü 2-3 yıl arası, %16.5'lik kısım ise 1-2 yıl aralığında sosyal medya sitelerini kullandığını belirtmiştir. Katılımcıların sosyal medya kullanım sıklıkları incelendiğinde ise %80'lik katılımcı bölümünün her gün bir kereden fazla sosyal medyayı kullandığı, %16,9'luk katılımcının ise her gün 1 kere sosyal medya sitelerini kullandıkları görülmektedir. Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin, her sosyal medya sitelerine girişlerinde ise ortalama 30.08±0.39 dakika vakit geçirdikleri görülmektedir.

Sosyal medya sitelerine bağlanmak için araç olarak ise %91.8 mobil cihazları, %6.6 ise dizüstü bilgisayarları kullandıkları görülmektedir. Katılımcı öğrencilerin en çok tercih ettikleri sosyal medya sitelerinin ise; %43.2 Instagram, %25.7 Facebook, %19 Whatsapp, %12.4 Twitter, %0.7 Swarm, %7 Youtube, %1.8 Snapchat ve %0.7 diğer (VK, LinkedIn, Tinder, Tumbler, Fizy vb.) sosyal medya siteleri olduğu bulguları elde edilmiştir.

Tablo 4. Cinsiyet Değişkenine Göre Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği Alt Boyut Ortalamalarının İncelenmesi

	Cinsiyet	N	Ort.	ss	Sd	t	p
Araştırma	Kadın	406	5.03	0.88	714.00	2.086	0.037*
	Erkek	310	4.89	0.94			
İşbirliği	Kadın	406	5.02	0.82	714.00	1.212	0.226
	Erkek	310	4.94	0.89			
İletişim Başlatma	Kadın	406	4.22	1.28	703.10	-2.786	0.005*
	Erkek	310	4.47	1.11			
İletişim Kurma	Kadın	406	5.22	0.95	714.00	2.168	0.030*
	Erkek	310	5.07	0.93			

İletişim Sürdürme	Kadın	406	5.19	0.88	714.00	-0.209	0.834
	Erkek	310	5.21	0.79			
İçerik Paylaşma	Kadın	406	4.94	1.00	700.28	-0.216	0.829
	Erkek	310	4.96	0.88			
Eğlence	Kadın	406	5.00	1.02	692.49	0.478	0.633
	Erkek	310	4.96	0.93			

*p<0.05

Araştırmaya katılan katılımcıların cinsiyet değişkenine göre; sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği alt boyutları ortalaması karşılaştırıldığında araştırma, $t(714)=2.086$, $p<.05$); ve iletişim kurma, $t(714)=2.168$, $p<.05$) alt boyutunda kadın katılımcılar lehine, iletişim başlatma, $t(703.10)=-2.786$, $p<.05$) alt boyutunda ise erkek katılımcılar lehine anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Tablo 5. Bazı Kişisel Bilgiler Ve Sosyal Ağlar Kullanım Amaçları Ölçeği Alt Boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

		Araştırma	İşbirliği	İletişim başlatma	İletişim kurma	İletişim sürdürme	İçerik paylaşma	Eğlence
Yaş	r	.023	-.055	.015	-.035	-.033	-.010	-.097
	p	.535	.138	.688	.354	.379	.796	.010
Gelir	r	-.015	.023	-.110	-.084	.084	.003	.047
	p	.692	.539	.003	.025	.024	.939	.211
Süre	r	.033	-.036	-.055	.143	-.046	-.050	-.120
	p	.378	.334	.142	.000	.224	.178	.001
Harcanan zaman	r	-.001	-.128	-.091	-.056	-.081	-.113	-.115
	p	.982	.001	.015	.131	.031	.003	.002

Araştırmaya katılan katılımcıların, yaş değişkeni ile eğlence ($r=-.097$, $p<.05$) alt boyutu arasında negatif yönde düşük düzeyde ilişki bulunmuştur. Bu durum katılımcıların yaş düzeyleri arttıkça, eğlenceye olan ilgilerinin azaldığını göstermektedir. Ayrıca gelir değişkeni ile iletişim başlatma ($r=-.110$, $p<.05$) ve iletişim kurma ($r=-.084$, $p<.05$) alt boyutları arasında negatif yönde düşük düzeyde ilişki tespit edilirken; gelir düzeyi ile iletişimi sürdürme ($r=.084$, $p<.05$) alt boyutu arasında pozitif yönde düşük düzeyde ilişki bulunmuştur. Bu durum katılımcıların birbirleri arasında iletişim sağlayabilmesinin maddi gelirleriyle bağlantılı olmadığını ancak; gelir düzeyleri arttıkça katılımcıların daha fazla iletişimde bulduklarını göstermektedir. Süre değişkeni ile iletişim kurma ($r=.143$, $p<.05$) alt boyutu arasında pozitif yönde düşük düzeyde ilişki tespit edilirken; süre değişkeni ile eğlence alt boyutu arasında ($r=-.001$, $p<.05$) negatif yönde düşük düzeyde ilişki tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre katılımcıların sosyal ağlara belirli sürelerdir var olan üyeliklerinin birbirleriyle iletişim ve bağlantı kurma durumunu arttırdığını ancak; sosyal ağları ne kadar süredir kullandığının eğlence düzeyine herhangi bir etkisi olmadığını göstermektedir. Harcanan zaman değişkeni ile işbirliği ($r=-.128$, $p<.05$), iletişim başlatma ($r=-.091$, $p<.05$), iletişim sürdürme ($r=-.081$, $p<.05$) içerik paylaşma ($r=-.113$, $p<.05$) ve eğlence ($r=-.115$, $p<.05$) alt boyutları arasında negatif yönde düşük düzeyde ilişki tespit edilmiştir. Bu durum katılımcıların sosyal medyada kaldıkları süre değişkenlik gösterdikçe sosyal medyayı iletişim kurmak, sosyal medya içerikleriyle ilgili paylaşım yapmak ya da eğlence amacıyla kullanmadıklarını göstermektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Üniversite öğrencilerinin rekreatif olarak sosyal medya araçlarını kullanım amaçlarının incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırma 716 gönüllü katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların sosyal medya kullanımına ilişkin bilgiler incelendiğinde üniversite öğrencilerinin çoğunlukla iletişim aracı olarak sosyal ağları tercih ettikleri tespit edilmiştir. Günümüz teknolojik gelişmeler beraberinde yeni iletişim araçlarının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Ortaya çıkan bu yeni iletişim araçları bireyler arasında anlık ve çift yönlü iletişim sağlamaları sebebiyle sıklıkla tercih edilebilmektedir.

Araştırmaya katılan katılımcıların %99'u herhangi bir sosyal medya adresine sahip olduğunu ifade ederken, bu katılımcıların %60'ının 4 yıl ve üzeri sosyal medya araçlarından herhangi birisine sahip oldukları görülmektedir. Üniversite öğrencilerinin günlük olarak sosyal medyaya her girişlerinde ortalama 30 dakika üzerinde süre harcadıkları tespit edilmiştir. Benzer şekilde Öztürk ve Akgün (2012) tarafından yapılan çalışmada, günümüz öğrencilerinin sosyal etkileşim

(mesajlaşma, fotoğraf paylaşımı vb.) kurma sebebiyle günde en az 1-3 saat aralığında yoğun olarak sosyal paylaşım sitelerini kullandıkları tespit edilmiştir. Başoğlu ve Yanal'ın (2017), yapmış oldukları araştırmada da üniversite öğrencilerinin 1-2 saat aralığında sosyal paylaşım ağlarına bağlı kaldıkları gözlemlenmiştir. Mevcut araştırma ve alan yazın araştırmaları sosyal ağların sosyal etkileşim ve iletişim odaklı olarak kullanıldığını göstermektedir.

Araştırma bulguları üniversite öğrencilerinin yoğun bir şekilde iletişim araçlarına yöneldiklerini göstermektedir. Karakoç ve Taydaş (2013) yaptıkları araştırmada yüz yüze kurulan iletişimin artık teknolojik iletişim araçlarıyla gerçekleştiği ve bu durumun bir yaşam standardına dönüştüğünü ifade etmişlerdir. Diğer bir çalışmada, Muros, Aragón ve Bustos (2013) sosyal ağların sembolik bir dünyaya açılan bir ağ geçidi olduğunu ve gerçeği tanımladığını belirtmiştir. Yine Zhang (2012) tarafından yapılan çalışmada ise sosyal ağ sitelerinin aracı bir iletişim kanalı olduğundan, yüz yüze etkileşimler kadar etkili olmadıklarını ve acil durumlar için iyi olmadıklarını belirtmiştir. Sosyal medyada yoğun bir arkadaş listesi olan bireylerin aslında, gerçek yaşamda yalnızlaşmaya başladığını görülmektedir. Özellikle genç yetişkinlerin sosyal ortamlarını sanal ortamlar üzerinden gerçekleştirmeye başladıkları söylenebilir. Bireyler toplum içerisinde yaşarken, toplumdan çok sanalda arkadaş edinir ve gerçek dünyada yalnız yaşamaya yönelebilmektedirler. Bu bulgular ve örnekler öğrencilerin serbest zamanlarını aktif rekreatif etkinlikler yerine sosyal medyada, pasif bir şekilde değerlendirmeyi tercih ettiğine işaret etmektedir.

Yerlisu Lapa ve Ardahan (2009) tarafından yapılan çalışmada, öğrencilerin serbest zamanlarında genellikle pasif katılım gerektiren etkinlikleri (Sinema, tiyatro kitap okumak vb..) tercih ettikleri belirtilmiştir. Ayrıca eğlence ve arkadaş ortamı oluşturma gibi nedenler, aktif ve pasif katılımın söz konusu olduğu tüm etkinliklere katılımın temel nedenleri olarak görülürken; sağlıklı yaşam ve fiziksel aktiviteye katılım gibi nedenlerin en son sıralarda yer aldıkları görülmüştür. Bu durumda müzik dinlemeyi ya da bir sinema filmi izlemeyi de bireylerin sosyal ağları üzerinden yapabilmeleri üniversite öğrencilerini pasif rekreasyona yönelttiğini düşündürmektedir. Yine Waqas, Afzal, Zaman ve Sabir (2016) tarafından yapılan çalışmada ise öğrencilerin sosyal medya kullanımı ile çok fazla zaman harcadıkları ve bu durumun onların kariyerlerini olumsuz yönde etkilediği belirtilmiştir.

Cinsiyet değişkeni açısından sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği araştırma, iletişim başlatma ve iletişim kurma alt boyutları ortalamalarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Araştırma ve iletişim kurma boyutunda kadın katılımcılar; iletişim başlatma boyutunda ise erkekler lehine farklılıklar gözlemlenmiştir. Boyd ve Ellison (2007) tarafından yapılan bir araştırmada sosyal medya araçlarının en çok kullanıldığı alanların başında arkadaş ve akraba çevresiyle iletişime geçme ve var olan iletişimi sürdürmek gelmektedir. Diğer bir araştırmada ise Babacan (2015), sosyal ağların yeni insanlarla karşılaşma ve iletişime geçme amacının ötesinde, bireylerin sosyal çevresiyle de iletişimi sürdürme amacını taşıdığını belirtmiştir.

Korelasyon analizleri neticesinde katılımcıların yaş değişkeni ile eğlence alt boyutu arasında negatif yönde düşük düzey ilişki tespit edilmiştir. Bu durum, katılımcıların yaşlandıkça eğlenceye olan taleplerinin azaldığı biçiminde ifade edilebilir. Araştırmanın verileri sonucunda gelir düzeyi ile sosyal ağlar kullanım amaçları iletişim başlatma, iletişim kurma ve iletişim sürme alt boyutları arasında negatif yönde korelasyon tespit edilmiştir. Gelişen teknolojik araçlar toplum hayatında önemli değişikliklere sebep olabilmektedir. Özellikle bireylerin iletişim süreçlerinde gerçekleşen hızlı ve etkili iletişim kurma gibi avantajlar bireylerin iletişim ortamı oluşturma taleplerini de etkilemiştir. Üniversite çağındaki gençler hem arkadaş edinme hem de iletişim kurma çabalarıyla birçok sosyal medya araçlarını kullanma yönünde eğilim göstermektedir. Bu eğilim, "eş zamanlılık" olgusu ve internet kavramlarının bireylerin yaşam tarzlarına yönelik farklı eğilimlerin gelişmesine ve etkileşim ortamının oluşmasına yönelik anlamlar içermektedir. Neticede gençlerin yaşam tarzlarının, internet, "eş zamanlılık" olgusu, "eksiklik" duygusu ve bu duygunun yarattığı ve çoğu zaman zorlayıcı olan bir baskının içselleştirilmesi etrafında düzenlendiği ifade edilmiştir (Kart, 2014).

Sonuç olarak, ülkemizin büyük bir çoğunluğunun genç nüfustan oluştuğu düşünüldüğünde özellikle kitle iletişim araçları kullanımlarına yönelik eğitimlerin sayılarının da artması gerekmektedir. Genç kuşağın sosyal medya araçlarına yönelmelerinde önemli etkenlerden birisi olarak psikolojik faktörler düşünülebilir. Kendilerini yalnız hisseden bireylerin sanal ortamlarda bu yalnızlıklarını giderme amacıyla arkadaş edinme, iletişim kurma, iletişim başlatma ve sürdürme gibi eylemler içerisine girdikleri ifade edilebilir. Ayrıca unutulmamalıdır ki bireylerin sosyal ağlar kullanımlarında ve tercihlerinde bilinçli bir kullanıcı olmaları sağlanmalıdır. Bunun için ise medya okuryazarlığı, sosyal medya kullanımı gibi alanlarda üniversitelerde ve okullarda zorunlu eğitimler olması gerektiği düşünülmektedir. Mevcut araştırma Üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Benzer araştırmalar ve etkinlik alanı tercihlerini belirleyen motivasyon kaynaklarıyla birlikte orta öğretim düzeyi öğrencilerde gerçekleştirilebilir. Spor yapan bireyler ile spor yapmayan bireylerin motivasyon kaynakları ve sosyal medya kullanım tercih nedenleri incelenebilir.

Kaynakça

- Babacan, M. E. (2015), *Sosyal Medya ve Gençlik*, Açılım Kitap, İstanbul.
- Başoğlu, U. ve Yanar, Ş. (2017), "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ve Alışkanlıklarının Belirlenmesi", *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1 (2), s. 6-13.
- Boyd, M.D. ve Ellison, N.B. (2007), "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), s.11.
- Corbin, H. D. (1970), *Recreation leadership*, Prentice Hall, New York.
- Gençlik ve Spor Bakanlığı (GSB), (2013), "Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu", [http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/1/3816/genclik-ve-spor-bakanligi-turkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx\(10.08.2018\)](http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/1/3816/genclik-ve-spor-bakanligi-turkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx(10.08.2018))
- Hazar, A. (2014). *Rekreasyon ve animasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karakoç, E. ve Taydaş, O. (2013), "Bir Serbest Zaman Etkinliği Olarak Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımı İle Yalnızlık Arasındaki", *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(4), s.33-45.
- Karaküçük, S. (2014), *Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme*, Gazi kitabevi, Ankara.
- Kart, E. (2014), "Boş Zamanın Çoklu Tüketim Mekânı Olarak İnternet Ve Yeni Yaşam Tarzlarının İnşası", *Global Media Journal: Turkish Edition*, 5(9), s.180-218.
- Muros, B., Aragón, Y. ve Bustos, A. (2013). "Youth's Usage of Leisure Time with Video Games and Social Networks", *Comunicar*, 20(40), s.31-39.
- Ozankaya, Ö. (1975), *Toplumbilim terimleri sözlüğü* (Vol. 415), Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Öztürk, M. ve Akgün, Ö. E. (2012). "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları ve Bu Sitelerin Eğitimlerinde Kullanılması ile İlgili Görüşleri", *Sakarya University Journal of Education*, 2, 3,s. 49-67.
- Ragheb, M. G. ve Tate, R. L. (1993). "A behavioural model of leisure participation, based on leisure attitude, motivation and satisfaction", *Leisure studies*, 12(1), s.61-70.
- Schwilgin, F. A., Arch, B. ve Arch, M. (1974), *Town planning guidelines*, Canada.
- Usluel, Y. K., Demir, Ö. ve Çınar, M. (2014), "Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği", *Eğitim Teknolojileri Araştırma Dergisi*, 5(2), s.1-18.
- Waqas, A., Afzal, M., Zaman, F. & Sabir, M. (2016), "The Impact of Social Networking Sites' Usage on the Academic Performance of University Students of Lahore, Pakistan", *International Journal of Social Sciences and Management*, 3(4), s.267-276.
- Yerlisu Lapa, T. ve Ardahan, F. (2009), "Akdeniz Üniversitesi Öğrencilerinin Serbest Zaman Etkinliklerine Katılım Nedenleri ve Değerlendirme Biçimleri", *Spor Bilimleri Dergisi*, 20(4), s.132-144.
- Zhang, Y. (2012), "College Students' Uses and Perceptions of Social Networking Sites For Health And Wellness Information", *Information Research: An International Electronic Journal*, 17(3), s.1-20.