



HATAY MUSTAFA KEMAL ÜNİVERSİTESİ BEDEN EĞİTİMİ VE SPOR YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN SPOR YAPMA DEĞİŞKENİNE GÖRE SOSYAL MEDYA KULLANIM AMAÇLARI VE BAĞIMLILIĞININ İNCELENMESİ

İpek CEYLAN^{ID}*1ABCDE, Yunus Emre GÜLER^{ID}2CDE

¹Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Hatay, TÜRKİYE

²İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Beden Eğitimi Ve Spor Yüksekokulu, İstanbul, TÜRKİYE

A Çalışma Deseni (Study Design)

B Verilerin Toplanması (Data Collection)

C Veri Analizi (Statistical Analysis)

D Makalenin Hazırlanması (Manuscript Preparation)

E Maddi İmkânların Sağlanması (Funds Collection)

ÖZET

Orijinal Makale

Mevcut araştırma Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçlarının ve bağımlılıklarının deneklerin spor yapma durumlarına göre incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Araştırma nicel araştırma tekniklerinden betimsel ve ilişkisel tarama modellerinde desenlenmiştir. Araştırmaya Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulunda öğrenim gören 200 denek gönüllü olarak katılmıştır. Araştırmada veri toplama araçları olarak “Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği” ve “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu” kullanılmıştır. Veriler SPSS 23. Paket programda çözümlenmiştir. Verilerin analizinde bağımsız örneklem t testi ve Pearson Korelasyon testi kullanılmıştır. Analizlerde güven aralığı %95 olarak belirlenmiştir. Sonuç olarak mevcut araştırma katılımcıların spor yapmama veya yapmama benzer seviyede sosyal medya bağımlılığına sahip olduğunu, buna karşılık spor yapanların yapmayanlara oranla boş zaman değerlendirme amacıyla daha az sosyal medya kullandığını ve her iki grupta da sosyal medya kullanım amacı ile sosyal medya bağımlılığının pozitif korelasyonlar içerdiğini göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: spor, boş zaman, sosyal medya, iletişim

INVESTIGATION OF SOCIAL MEDIA USAGE PURPOSES AND SOCIAL MEDIA ADDICTION OF HATAY MUSTAFA KEMAL UNIVERSITY PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS SCHOOL STUDENTS ACCORDING TO THE DOING SPORTS OR NOT.

ABSTRACT

Original Article

The present study aimed to examine the social media usage purposes and addictions of the students of Hatay Mustafa Kemal University Physical Education and Sports School according to the sports status of the subjects. The study was designed in both descriptive and relational survey models, which are among the quantitative research techniques. 200 subjects studying at Hatay Mustafa Kemal University School of Physical Education and Sports voluntarily participated in the study. “Social Media Usage Purposes Scale” and “Social Media Addiction Scale Adult Form” were used as the data collection tool. The data were analysed in SPSS 23 package program. Independent sample t test and Pearson Correlation test were used in the analysis of the data. Confidence interval was determined as 95% in the analyses. As a result, the current research has shown that the participants have a similar level of social media addiction whether they do sports or not, on the other hand, those who do sports use social media less for leisure time compared to those who do not, and social media use and social media addiction have positive correlations in both groups.

Keywords: : sports, leisure, social media, communication

*Sorumlu Yazar, Corresponding Author: İpek CEYLAN, ipekceylan365@gmail.com,

Çıkar Çatışması, Yok – Conflict of Interest, No, Etik Kurul Raporu veya Kurum İzin Bilgisi- Ethical Board Report or Institutional Approval, Yok/No

1. GİRİŞ

Sosyal medyanın hayatımızdaki önemi her geçen gün artmakta ve aynı zamanda küresel hareketlere de öncülük etmektedir. Günümüzde kullanıcılar, sosyal ilişkilerini fiziksel olarak aynı ortamlarda olmasa bile sosyal medyada devam ettirmektedirler. Bilgisayar ve internet, insan hayatında merkezi bir öneme sahiptir ve sosyal medya da bu resimde önemli bir rol oynamaktadır. Bilgisayar ve internet üzerinden bilgiye kolay, ucuz ve hızlı erişimin yanı sıra, iletişim ağının genişletilmesi, bireylerin sosyal medyayı kullanma sebeplerinden sadece bir tanesidir (Duman, 2021). Yeni iletişim ortamlarının gelişmesi, her kesimden bilgi iletişim teknolojilerine olan ilginin artması, sosyal medyanın gücünü arttırmakta, sosyalleşme kavramına da farklı bir boyut kazandırmaktadır (Baz, 2018).

Neredeyse bütün insanların sosyal medya kullandığı bu zamanda, sosyal medyayı kullanım amacı kişiden kişiye değişebilmektedir. Sosyal medya bazıları için sosyalleşme aracı, beğenilmek, saygınlık kazanmak iken; bazıları için yalnız kalma, sosyalleşmeden kaçma şeklinde ortaya çıkmaktadır. İnsan, günlük yaşamdaki birçok durumu internet ortamına taşımakta ve katıldığı sosyal aktiviteleri, toplantıları, yaptığı alışverişi, gezdiği yerleri, kısacası günlük yaşam içerisinde yaptığı faaliyetlerin büyük bir kısmını sanal ortama aktarmaktadır (Aras ve Peker, 2021). Kullanıcılar genel olarak araştırma yapma, eğlenme, kendini daha iyi ifade etme, iletişim kurma, iletişimi devam ettirme gibi amaçlarla sosyal medyayı aktif kullanmaktadır (Kılıç, 2020). Sosyal medya ve internet kullanımının, insanların hayatında önemli bir yerinin olmasının bir sebebi de insanların sosyal ihtiyaçlarını karşılamasıdır. İnsanların yaşadığı çevresel, maddi, siyasi veya aile içindeki sıkıntıları sosyal medya aracılığı ile bastırdıkları, bunun yanında duydukları yalnızlık hissinin, aşk veya eğlenme ihtiyacının sosyal medya tarafından karşılandığı görülmüştür (Aydan Bilgiler, 2018; Aksoy, 2020).

Sosyal medya, yeni ve daha önce görülmemiş biçim, içerik ve iletişim alt yapısı sayesinde kullanıcıların günlük programlarının önemli bir kısmını kapsamaktadır. Bu bakımdan sosyal medya, yeni bir bağımlılık unsuru olarak değerlendirilebilir (Aktan, 2018). Sosyal medya bağımlılığı kısaca bilişsel, duyuşsal, davranışsal ve iletişimsel alanlarda ortaya çıkan sorunlarla birlikte gelişerek kişilerin bütün hayatını kapsayacak şekilde meydana gelen iletişim sorunları, yalnızlık hissi, anti-sosyal davranış ve genel olarak bütün davranışsal problemlere yol açan iletişimsel bir sorun olarak tanımlanabilir (Can, Hazar ve Kurt, 2021). Sosyal medya bağımlılığının bir sonucu olarak kişiler karşılıklı etkileşimi ve iletişimi askıya alarak, iletişimlerinin pek çoğunu sosyal medyadan sağlamaktadır (Özgür Güler, Veysikarani ve Keskin, 2019). Sosyal medyanın kullanıcılar açısından bağımlılık haline gelmesi birtakım sorunları da beraberinde getirmektedir. Araştırmacılar sosyal medya bağımlılığının beraberinde getirdiği problemleri şu şekilde sıralamıştır: a)Yüz yüze görüşmeler yerini sanal ortamlara bırakmıştır, b) Sosyal medyayı aşırı derecede düşünme, c) Sosyal medya kullanımını kontrol edememe ya da sınır koyamama, d) her seferinde daha uzun süre çevrimiçi kalmak, e) çevrimiçi değilken bile sürekli bağlanmayı istemek (Baz, 2018; Genç, 2021; Duman, 2021, Aksoy, 2020).

Spor; bireysel veya takım olarak önceden belirlenmiş kuralları olan, yerde, zamanda ve alanda değişiklikler gözlemlenen, seriler biçiminde gerçekleştirilen ve aynı zamanda bir maç kapsamında düzenlenen organizasyonlardır. (Tel, 2020). Spor kişilerin hareket ihtiyaçlarını karşılayan, eğlendiren, sosyalleştiren ve daha birçok nedenden dolayı tercih edilen; branşlar içeren ve her branşın kendine özgü kuralları olan, çoğunlukla rekabete dayanan fiziksel hareketlerin tümüdür. (Yıldız ve Çetin, 2018). Spor yapan kişilerde bireylerin daha enerjik bir yapıya sahip

olmasını sağlar, fizyolojik ve psikolojik yorgunluklara karşı vücut direncini artırır ve obeziteyi önler (Özdenk, 2018). Spor, bireylerin psikolojik olarak gelişimine, beden eğitimi ve spor ortamındaki etkileşim, duyguların kontrolü ve boşalımı için uygun imkânlar sağlar. Spor çocuklara ve gençlere fiziksel faydaların yanı sıra öz denetim, öz yeterlilik, öz disiplin ve zaman yönetimi gibi sosyal ve psikolojik alanlarda da faydalar sağlamaktadır. Bu nedenle günümüzün problemlerinden biri olan sosyal medya kullanımı, sosyal medya bağımlılığını spor yapmanın olası etkilerine bakmak bu çalışmada amaçlanmıştır.

2. MATERYAL ve YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Çalışma deseni amaca uygun olduğu düşünülen nicel araştırma yöntemlerinden tarama araştırması (cross-sectional/survey) tekniği ele alınmıştır.

2.2. Araştırma Grubu

Çalışma grubunu Hatay Mustafa Kemal Üniversitesinde 2021-2022 akademik yılında aktif öğrenci olan 200 gönüllü öğrenci oluşturmaktadır.

2.3. Veri Toplama Araçları

Çalışmada katılımcıların demografik özelliklerini ve kullandıkları sosyal medya uygulamalarını belirlemek amacıyla araştırmacılar tarafından hazırlanmış kişisel bilgi formuna ek olarak, “Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği” ve “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu” kullanılmıştır.

Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği: Solmaz ve diğerleri (2013) tarafından oluşturulmuş, geçerlik ve güvenilirlik çalışması Çömlekçi ve Başol (2019) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ölçek 11 madde ve tek faktörlü bir yapıyı desteklemekle birlikte her madde ayrı ayrı olarak da değerlendirilebilmektedir. Ölçeğe verilen cevaplar 5’li Likert tipi derecelendirme ölçeği üzerinden değerlendirilmektedir. Mevcut araştırmada Çömlekçi ve Başol (2019)’ un çalışması esas alınmıştır.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu: Sosyal medya bağımlılık ölçeği SMBÖ-YF, Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiştir. 20 madde 5’li Likert soru türü (1=bana hiç uygun değil, 5=bana çok uygun) ile değerlendirilmiştir. Ölçek sanal tolerans ve sanal iletişim olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Sanal tolerans boyutu, 1-11 madde arasını, sanal iletişim boyutu da 12-20 arasını kapsamaktadır.

2.4. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS 23 paket program kullanılmıştır. Öncelikle çalışmada kullanılan veri toplama araçlarının güvenilirliği iç tutarlık katsayısı ile belirlenmiştir. Buna göre sosyal medya kullanım amaçları ölçeği maddeleri için iç tutarlık katsayısı 0.707 olarak, sosyal medya bağımlılığı ölçeği sanal tolerans alt boyutu için 0.702 ve sanal iletişim alt boyutu için 0.787 olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların kişisel bilgilerinin dağılımlarının belirlenmesinde frekans ve yüzde analizleri kullanılmıştır. Gruplar arasındaki farklılıkların belirlenmesinde bağımsız örneklem t testi kullanılmış ve katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişkinin tespitinde Pearson Korelasyon testi kullanılmıştır. Analizlerde güven aralığı %95 olarak belirlenmiştir.

3. BULGULAR

Tablo 1. Katılımcıların Kişisel Bilgilerinin Dağılımları

Değişken	Kategori	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	72	36,0
	Erkek	128	64,0
	Toplam	200	100,0
Bölüm	Öğretmenlik	87	43,5
	Antrenörlük	52	26,0
	Yöneticilik	37	18,5
	Rekreasyon	24	12,0
	Toplam	200	100,0
Sınıf	1.Sınıf	47	23,5
	2.Sınıf	62	31,0
	3.Sınıf	59	29,5
	4.Sınıf	32	16,0
	Toplam	200	100,0
Spor yapıyor musunuz?	Evet	177	88,5
	Hayır	23	11,5
	Toplam	200	100,0
Yapıyorsanız haftada kaç gün yapıyorsunuz?	0 Gün	23	11,5
	1 Gün	2	1,0
	2 Gün	20	10,0
	3 Gün	65	32,5
	4 Gün	44	22,0
	5 Gün	34	17,0
	6 Gün	7	3,5
	7 Gün	5	2,5
Toplam	200	100,0	

Tablo 1 bulgularına göre cinsiyet dağılımları incelendiğinde, çalışmaya %64 ile en çok erkek öğrencilerin katıldığı görülmektedir. Erkek öğrencilerin yanı sıra çalışmaya katılanların %36'sı ise kadın cinsiyetine sahip öğrenciler oluşturulmaktadır. Elde edilen cinsiyet bulgularına göre, çalışmaya katılan neredeyse her dört öğrenciden üçü erkektir.

Çalışmaya katılanlar, %43,5 en çok Öğretmenlik Bölümünde okumaktadır. Öğretmenlik Bölümünü %26 ile “Antrenörlük ve %18,5 ile de Yöneticilik” bölümleri takip etmektedir. Ayrıca çalışmaya katılanların %12'si ise Rekreasyon Bölümü öğrencileridir. Tablo 1 bulgularına göre çalışmaya katılanların %31'i 2.sınıf, %29,5'i üçüncü sınıf ve %23,5'i de birinci sınıfta eğitim ve öğretim hayatlarını devam ettirmektedir. Çalışmaya en az düzeyde katılım gösteren grup ise %16 ile dördüncü sınıf öğrencileridir. Katılımcıların %88,5'i spor yaparken; %11,5'i ise spor yapmamaktadır.

Çalışma kapsamında öğrencilere haftalık kaç gün spor yapıkları da sorulmuştur. Katılımcıların verdikleri cevaplar, öğrencilerin %32,5 ile en çok “haftada üç gün” spor yapıklarını göstermektedir. Öğrencilerin %22'si haftada dört gün, %17'si ise haftada beş gün spor yaptıklarını belirtmiştir. Tablo 1 bulgularına göre, “öğrencilerin %10 haftada iki gün, %3,5'i haftada altı gün ve %2,5'i de haftada yedi gün” spor yapmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların En Çok Tercih Ettiği Sosyal Medya Uygulamaları

	Frekans	Yüzde	
En çok hangi sosyal medya uygulamasını kullanıyorsunuz?	Instagram	127	63,5
	Facebook	7	3,5
	Twitter	32	16,0
	Messenger	2	1,0
	Telegram	6	3,0
	Diğer	21	10,5
	TikTok	5	2,5
	Toplam	200	100,0

Tablo 2 bulgularına göre, çalışmaya katılan öğrencilerin %63,5'i en yoğun Instagram kullanmaktadır. Öğrencilerin %16'sı en yoğun Twitter ve %10'u ise Diğer kategorisinde yer verilen "Snapchat, WhatsApp, LinkedIn ve Periscope" gibi sosyal medya uygulamalarını en yoğun olarak kullanmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Spor Yapma Durumlarına Göre Sosyal Medya Kullanım Amaçları

Sosyal Medya Kullanım amacı	Spor Yapıyor musunuz?	N	Ort.	Std. Sapma	t	p
İletişim kurmak	Evet	177	3,77	1,02	0,149	0,882
	Hayır	23	3,74	0,86		
Eğlenmek	Evet	177	3,77	1,00	-1,338	0,192
	Hayır	23	4,09	1,08		
Boş zaman değerlendirme	Evet	177	3,51	1,10	-2,476	0,019*
	Hayır	23	4,00	0,85		
Müzik	Evet	177	3,23	1,95	-0,274	0,786
	Hayır	23	3,30	1,06		
Mesajlaşmak	Evet	177	3,81	1,08	-0,709	0,484
	Hayır	23	3,96	0,93		
İnsanları daha iyi tanımak	Evet	177	2,70	1,19	0,183	0,856
	Hayır	23	2,65	1,19		
Gündemi takip etmek	Evet	177	4,02	1,71	-1,002	0,32
	Hayır	23	4,22	0,74		
Kişisel sunum ve bilgi paylaşmak	Evet	177	2,89	1,07	0,807	0,427
	Hayır	23	2,70	1,11		
Kişilere ulaşmak	Evet	177	3,19	1,11	0,062	0,951
	Hayır	23	3,17	0,89		
Fikir alışverişinde bulunmak	Evet	177	2,95	1,12	1,719	0,096
	Hayır	23	2,57	0,99		
Bilgiye erişmek	Evet	177	3,82	1,04	0,981	0,335
	Hayır	23	3,61	0,99		

* $p < 0,05$

Tablo 3 bulguları, "spor yapıyor musunuz sorusu ile sosyal medya kullanım amaçları" söz konusu olduğunda sadece "boş zaman değerlendirme" amacıyla anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir ($p < 0,05$). Ayrıca, Tablo 3 bulgularına göre spor yapıyor musunuz sorusu ile sosyal medya kullanım amaçları arasında yer alan diğer maddeler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir

Tablo 4. Katılımcıların Spor Yapma Durumlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal Medya Bağımlılığı	Spor yapıyor musunuz?	N	Ort.	Std. Sapma	t	p
Sanal Tolerans	Evet	177	2,64	0,64	-1,931	0,063
	Hayır	23	2,90	0,59		
Sanal İletişim	Evet	177	2,49	0,69	-0,953	0,349
	Hayır	23	2,66	0,84		

Katılımcıların spor yapma durumlarına göre sosyal medya bağımlılıkları ilgili Tablo 4 bulgularında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Diğer bir ifadeyle katılımcıların spor yapma durumlarına göre sanal tolerans değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ayrıca, katılımcıların spor yapma durumları ve sanal iletişim değişkeni arasında da anlamlı bir farklılık yoktur.

Tablo 5. Spor Yapan Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılıkları Arasındaki İlişki

Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Sanal Tolerans	Sanal İletişim
İletişim kurmak	0,052	0,068
Eğlenmek	,192*	0,098
Boş zaman değerlendirme	,305**	,208**
Müzik	,151*	0,093
Mesajlaşmak	,151*	0,133
İnsanları daha iyi tanımak	,289**	,339**
Gündemi takip etmek	0,031	0,136
Kişisel sunum ve bilgi paylaşmak	,197**	,271**
Kişilere ulaşmak	0,142	,286**
Fikir alışverişinde bulunmak	,236**	,326**
Bilgiye erişmek	0,144	,307**

* $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ $N = 177$

Sosyal medya kullanım amaçları ile sanal tolerans ve sanal iletişim arasındaki ilişki yönünü ve düzeyini belirtmek üzere oluşturulan Tablo 5 bulgularında bazı kategoriler arasında pozitif yönlü ilişkiler tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım amaçlarından biri olan “boş zaman değerlendirme” ile sanal tolerans arasında pozitif yönlü orta düzey bir ilişki söz konusudur ($r = ,305$; $p < 0.01$). Boş zaman değerlendirmenin sanal iletişim ile arasındaysa pozitif yönlü düşük düzeyli bir ilişki bulunmaktadır ($r = ,208$; $p < 0.01$). Sosyal medya kullanım amaçları arasında bulunan müzik dinleme ($r = ,151$; $p < 0.01$), mesajlaşma ($r = ,151$; $p < 0.01$), insanları daha iyi tanıma ($r = ,289$; $p < 0.01$) unsurları sanal tolerans ile pozitif yönlü düşük düzeyli bir ilişki içerisindedir. Bu noktada insanları daha iyi tanıma amacının sanal iletişim ile arasında da pozitif yönlü orta düzey bir ilişkisi söz konusudur ($r = ,339$; $p < 0.01$).

Sosyal medya kullanım amaçları arasında yer alan kişisel sunum ve bilgi paylaşma unsuru sanal toleransla ($r = ,197$; $p < 0.01$) ve sanal iletişimle ($r = ,271$; $p < 0.01$) arasında pozitif yönlü düşük düzeyli bir ilişkisi bulunmaktadır ($r = ,497$; $p < 0.01$). Tablo 5 bulgularına göre sosyal medya amaçlarından “kişilere ulaşmak” ($r = ,286$; $p < 0.01$), fikir alışverişinde bulunmak ($r = ,326$; $p < 0.01$) ve bilgiye erişmek ($r = ,307$; $p < 0.01$) unsurlarının sanal iletişimle arasında pozitif yönlü orta düzey

ilişkisi tespit edilmiştir. Belirtilen unsurlardan “kişilere ulaşmak” adlı sosyal medya amacının sanal iletişimle arasında yaklaşık olarak orta düzey bir ilişki olduğunu göz ardı etmemek gerekmektedir.

Tablo 6. Spor Yapmayan Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılıkları Arasındaki İlişki

Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Sanal Tolerans	Sanal İletişim
İletişim kurmak	,611**	0,347
Eğlenmek	0,397	0,343
Boş zaman değerlendirme	,559**	0,106
Müzik	0,303	0,102
Mesajlaşmak	0,394	0,246
İnsanları daha iyi tanımak	0,164	0,373
Gündemi takip etmek	-0,062	0,09
Kişisel sunum ve bilgi paylaşmak	0,084	0,277
Kişilere ulaşmak	0,291	-0,007
Fikir alışverişinde bulunmak	0,259	0,018
Bilgiye erişmek	0,288	0,231

* $p < 0.05$

** $p < 0.01$

$N=23$

Spor yapmayan katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde “iletişim kurmak” unsurunun sanal tolerans ile arasında pozitif yönlü orta düzey bir ilişkisi bulunmaktadır ($r=,611$; $p < 0.01$). Diğer yandan sosyal medya amaçlarından biri olan boş zaman değerlendirmenin de sanal tolerans ile arasında pozitif yönlü orta düzey ilişkisi söz konusudur ($r=,559$; $p < 0.01$). Elde edilen bu bulgular Tablo 5’te belirtilen bulgularla benzer ve farklı noktaların olduğunu göstermektedir. Öyle ki spor yapma ya da yapmama durumunun da boş zaman değerlendirme unsuruyla arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Spor yapmayan katılımcıların spor yapanlara göre boş zaman değerlendirme unsuruyla arasında daha yüksek düzeyde bir ilişkinin varlığı söz konusudur ($r=,611$; $p < 0.01$). Ayrıca spor yapanların iletişim kurma amacı ile sanal tolerans arasında anlamlı bir ilişki yokken; spor yapmayanların iletişim kurma amacı ile sanal tolerans arasında görmezden gelinemeyecek düzeyde pozitif yönlü orta düzey bir ilişkisi saptanmıştır.

4. TARTIŞMA

Mevcut araştırma Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılıklarının incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde katılımcıların spor yapma durumlarına göre sosyal medya kullanım amaçları ile spor yapma durumu arasında boş zamanları değerlendirme amacı ile sosyal medyayı kullananların lehinde belirgin bir farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle spor yapan katılımcılar, sosyal medya kullanım amaçları kategorisinde yer verilen maddelerde sadece “boş zaman değerlendirme” amacında belirgin bir farklılık yaşamaktadır ve spor yapmayan katılımcıların sosyal medya bağımlılıkları boş zamanları değerlendirme maddesinde daha yüksektir. Bu noktadaki anlamlı farklılığın ana sebebinin, spor yaptığını belirten öğrencilerin; sporsal etkinlikleri “boş zamanlarını değerlendirmek” için yaptıkları ve boş zamanlarında sosyal medyayı daha az kullandıkları şeklinde yorumlanabilir. Spor yapıyor musunuz sorusu ile “iletişim kurmak, eğlenmek, müzik, mesajlaşmak, insanları daha iyi

tanımak, gündemi takip etmek, kişisel sunum ve bilgi paylaşmak, kişilere ulaşmak, fikir alışverişinde bulunmak ve bilgiye erişmek” gibi sosyal medya kullanım amaçları arasında anlamı bir farklılık bulunmamaktadır ($p>0,05$).

Mevcut çalışmanın bulguları incelendiğinde katılımcıların spor yapma durumlarına göre sosyal medya bağımlılıkları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Spor yapan ve yapmayan katılımcılar benzer sosyal medya bağımlılığına sahiptir. Alemdağ (2022) yaptığı çalışmada aktif olarak fiziksel aktiviteye katılan öğrencilerin katılmayanlara göre daha az sosyal medya bağımlılığına sahip olduğunu belirtmiştir. Her iki çalışmanın bulguları paralellik göstermektedir denilebilir. Fakat Karademir (2017, s. 28) araştırmasında öğrencilerin sosyal medya kullanımları ile fiziksel aktivite düzeyleri arasında pozitif yönde zayıf bir ilişki tespit etmiştir. Bu bulgu ile çalışmamızın bulgusu zıtlık arz etmektedir.

Mevcut bulgular incelendiğinde hem spor yapan katılımcıların hem de spor yapmayan katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılıkları arasında pozitif ilişkiler tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre spor yapan katılımcılarda sosyal medya bağımlılığı olarak sanal tolerans arttıkça Boş zaman değerlendirme, Müzik, Mesajlaşma, İnsanları daha iyi tanıma, Kişisel sunum ve bilgi paylaşma ve Fikir alışverişinde bulunmak amaçlı gibi sosyal medya kullanımı da artmaktadır. Benzer şekilde sosyal medya bağımlılığı olarak sanal iletişim arttıkça Boş zaman değerlendirme, İnsanları daha iyi tanıma, Kişisel sunum ve bilgi paylaşma, Kişilere ulaşma, Fikir alışverişinde bulunma ve Bilgiye erişmek amacıyla sosyal medya kullanımı da artmaktadır. Spor yapmayan katılımcılarda ise sanal tolerans arttıkça İletişim kurma ve Boş zaman değerlendirme amaçlı sosyal medya kullanımı da artmaktadır.

5. SONUÇ

Sonuç olarak mevcut araştırma Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu öğrencilerinin spor yapsın veya yapmasın benzer seviyede sosyal medya bağımlılığına sahip olduğunu, buna karşılık spor yapanların yapmayanlara oranla boş zaman değerlendirme amacıyla daha az sosyal medya kullandığını ve her iki grupta da sosyal medya kullanım amacı ile sosyal medya bağımlılığının pozitif korelasyonlar içerdiğini göstermiştir. Literatürde yapılan benzer çalışmaların azınlıkta olduğu düşünüldüğünde kavramlar arasında ki ilişkilerin ve bu ilişkilerin nedenlerinin derinlemesine incelenmesi faydalı olacaktır.

6. ÇIKAR ÇATIŞMASI

Çıkar çatışması: *Yazarlar tarafından çıkar çatışması olmadığı bildirilmiştir.*

Finansal destek: *Yazarlar tarafından finansal destek olmadığı bildirilmiştir.*

Etik Kurul Onayı: *Bu çalışmada Etik kurulu raporuna gerek duyulmamıştır.*

Bilgilendirilmiş Onam: *Katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmıştır.*

7. KAYNAKÇA

- Aksoy, S. (2020).** Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının sosyal kaygı ve kişisel iyi oluş ile arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aktan, E. (2018).** Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Aksaray Üniversitesi Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.379886>
- Alemdağ, S. (2022).** Üniversite öğrencilerinin fiziksel aktiviteye katılım ve sosyal medya ilişkisi. İçinde İlkim, M. (Ed.). *Sporla güncel araştırmalar* (ss.134-143). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Aras, E., & Peker, A. (2021).** Üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirleme ölçeğinin geliştirilmesi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(25), 657-659.
- Aydan Bilgili, H. (2018).** Sosyal medya kullanımı ile sosyal medya bağımlılık düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Ege Üniversitesi örneği. *Ege Üniversitesi Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 351-369.
- Baz, F. Ç. (2018).** Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine çalışma. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 276-295. <https://doi.org/10.26466/opus.470118>
- Can, B., Hazar, Z., & Kurt, S. (2021).** Spor yapan ve yapmayan lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi (Karma Model Araştırması). *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(1), 15-39. <https://doi.org/10.31680/gaunjs.801906>
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019).** Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652>
- Duman, Ö. D. (2021).** Sosyal medya bağımlılığının Erzurum ili üzerindeki yansıması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 343-362.
- Genç, O. (2021).** Öğrencilerde sosyal medya bağımlılığı ile dürtüsellik arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karademir, M. (2017).** Sosyal ağların kullanımının ortaokul öğrencilerinin fiziksel aktivite düzeylerine etkisinin incelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Bartın Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bartın.
- Kılıç, A. (2020).** Genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları, sosyal medya kullanım amaçları ve romantik ilişki doyumları arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). Biruni Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Özdenk, S. (2018).** Beden eğitimi ve spor, faydaları, önemi ve sınıflandırılması. İçinde Eraslan, M. (Ed.). *Spor bilimlerinde akademik araştırmalar* (ss.77-89). Ankara: Gece Kitaplığı
- Özgür Güler, E., Veysikarani D., & Keskin, D. (2019).** Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı üzerine bir araştırma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 1-13.
- Şahin, C., & Yağcı, M. (2017).** Sosyal medya bağımlılığı ölçeği - yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 523-538.
- Tel, M. (2020).** İyilik ve spor. *Spor Eğitim Dergisi*, 4(2), 45-52.
- Yıldız, E., & Çetin, Z. (2018).** Sporun psiko-motor gelişim ve sosyal gelişime etkisi. *H.Ü. Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(2), 54-66. <https://doi.org/10.21020/hsbfd.427140>

Extended Summary

Introduction and Aim

The importance of social media in our lives is increasing day by day and it also leads global movements. Today, users continue their social relations on social media even if they are not physically in the same environment. Computer and internet have a central importance in human life and social media also plays an important role in this picture. In addition to easy, cheap and fast access to information via computers and the internet, the expansion of the communication network is only one of the reasons for individuals to use social media (Duman, 2021). The development of new communication environments and the increasing interest in information and communication technologies from all segments increase the power of social media and add a different dimension to the concept of socialization (Baz, 2018).

At this time when almost all people use social media, the purpose of using social media can vary from person to person. While social media is a means of socialization for some, to be admired and respected; For some, it appears in the form of being alone, escaping from socialization. People carry many situations in daily life to the internet and transfer the social activities they attend, meetings, shopping, places they visit, in short, most of their activities in daily life to the virtual environment (Aras and Peker, 2021). Users generally use social media actively for purposes such as researching, having fun, expressing themselves better, communicating, and maintaining communication (Kılıç, 2020).

Sports are preferred for meeting the movement needs of people, entertaining, socializing and many other reasons; It is all of the physical movements, mostly competitive, that include branches and each branch has its own rules. (Yildiz and Cetin, 2018). It enables individuals to have a more energetic structure, increases body resistance against physiological and psychological fatigue, and prevents obesity (Özdenk, 2018). Sport provides appropriate opportunities for the psychological development of individuals, interaction in physical education and sports environment, control and discharge of emotions. In addition to physical benefits for children and young people, sports also provide social and psychological benefits such as self-control, self-efficacy, self-discipline and time management. Therefore, the use of social media, which is one of today's problems, and the possible effects of doing sports on social media addiction are aimed in this study.

Material & Method

The study was designed as a correlational cross sectional study and 200 university students from Hatay Mustafa Kemal University School of Physical Education and Sports participated in the study. To collect data in addition to personal information form, "Social Media Usage Purposes Scale" and "Social Media Addiction Scale Adult Form" were used. In the analyses of the data SPSS for Windows 23.0 was used. In the data analyses, first, the reliability of the data collection tools used in the study was determined by the internal consistency coefficient. Accordingly, the internal consistency coefficient was calculated as 0.707 for the social media usage purposes scale items, 0.702 for the virtual tolerance sub-dimension of the social media addiction scale and 0.787 for the virtual communication sub-dimension. Frequency and percentage analyses were used to determine the distribution of personal information of the participants. The independent sample t-test was used to determine the differences between the groups, and the Pearson Correlation test was used to determine the relationship

between the social media usage purposes of the participants and their social media addictions. Confidence interval was determined as 95% in the analyses.

Results and Discussion

When the results of the analysis were examined, it can be understood that there was a significant difference between the purposes of using social media and the status of doing sports, in favor of those who use social media for the purpose of making use of their leisure time, according to the participants' sports status. In other words, participants who do sports experience a significant difference only in the "leisure time" purpose in the items included in the category of social media usage purposes, and the social media addiction of the participants who do not do sports is higher in the leisure time item. When the findings of the current study were examined, no significant difference were found between the social media addictions of the participants according to their sports status. Participants who do and do not do sports have similar social media addiction. Besides, positive relationships were found between social media usage purposes and social media addictions of both the participants who do sports and those who do not.

Conclusion

As a result, the current research found that students of Hatay Mustafa Kemal University School of Physical Education and Sports have a similar level of social media addiction whether they do sports or not, on the other hand, those who do sports use social media less for leisure time compared to those who do not, and the purpose of social media use in both groups. and social media addiction have positive correlations.