

## **Sosyal Medyadaki Feminist İçerikler ve Rekreasyon Aktivitelerine Katılım: Y Kuşağı Kadınları Üzerine Bir İnceleme<sup>1</sup>**

Merve Nur ÇAĞLAYAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi, caglayan.merve@hbv.edu.tr, Ankara, Türkiye, ORCID: 0000-0002-6730-1540  
Azize HASSAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, azize.hassan@hbv.edu.tr, Ankara, Türkiye, ORCID: 0000-0003-2509-1415

**Öz**  
*Rekreasyon aktivitelerinde katılımda her birey birçok kısıtlama ile karşılaşabilmektedir. Bu kısıtlamaların cinsiyet faktörüne göre farklılaştığı ve daha yoğun hissedildiği düşünülmektedir. Kadınlar bazen erkeklere göre daha az boş zamana, daha az aktivite çeşitliliğine ve daha az ekonomik güce sahip olmaktadır. Cinsiyet ayrımı, toplum baskısı, ekonomik özgürlüğün olmayışı ve kadınların bedenlerinden rahatsızlık duyması gibi birçok kısıtlayıcı kadınların rekreasyon aktivitelerine katılımlarını etkileyebilmektedir. Kadınların kısıtlayıcılar ile baş edebilmesi için destek görmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması gerektiği düşünülmektedir. Günümüzde ise toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamaya yönelik farkındalığın arttığı düşünülmektedir. Cinsiyet ayrımı ve toplum baskısı ile mücadele edilmekte ve bu durum sosyal medyaya da yansımaktadır. Bu çalışmada sosyal medyada feminist paylaşımların ve kadın dayanışmalarının arttığı gözlemlenerek, sosyal medya platformlarında yer alan feminist içeriklerin kadınların rekreasyona katılımına etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Y Kuşağı kadınlarına anket uygulanarak veriler elde edilmiştir. Veriler doğrultusunda sosyal medyadaki feminist paylaşımlarla etkileşim halinde olmak ile rekreasyon aktivitelerine katılım sağlamak arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, İçerik, Feminizm, Rekreasyon.

## **Feminist Content in Social Media and Participation in Recreational Activities: A Study on Generation Y Women**

### **Abstract**

*Every individual may encounter many restrictions in participating in recreational activities. It is thought that these restrictions differ according to the gender factor and are felt more intensely. Women sometimes have less leisure time, less variety of activities, and less economic power than men. Many constraints such as gender discrimination, social pressure, lack of economic freedom, and women's discomfort with their bodies can affect women's participation in recreational activities. It is thought that women need to be supported to cope with the constraints. Today, it is thought that awareness of ensuring gender equality is increasing. Gender discrimination and social pressure are being fought and this is reflected in social media. In this study, it is aimed to determine the effect of feminist content on social media platforms on women's participation in recreation by observing the increase in feminist shares in social media. For this purpose, data were obtained by applying a questionnaire to Y Generation women. It was concluded that there is a positive and significant relationship between interacting with feminist posts on social media and participating in recreational activities.*

**Keywords:** Social media, Content, Feminism, Recreation.

<sup>1</sup> Bu çalışma için Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'ndan 01.08.2022 tarih ve 114981 sayılı "Etik Kurul Onayı" alınmıştır.

## Extended Summary

Recreation includes activities that individuals participate in their leisure time for various purposes. Recreation is a need for every individual. There are restrictions that each individual may encounter at the point of meeting this need. These restrictions vary according to factors such as gender, society and environment, culture and traditions, and financial opportunities. In this study, the restrictions faced by women are discussed by considering gender. restrictions that women have; It consists of restrictions such as lack of approval of reference groups for the activity to be done, restriction of leisure time with responsibilities such as housework and childcare, discomfort of women with their own bodies and financial inadequacies. Some of these constraints are surmountable. It is important to organize recreational activities for women in a way that is more accessible and appealing to all groups, and also to encourage women by informing them about this issue. Feminism, on the other hand, is defined as a social movement advocating for equality between the sexes. Feminism aims at women's rights and women's freedom. Leisure and feminism come together at the point where women can choose freely. The fact that women can choose freely in their spare time improves their lives. It is stated that these improvements have many potential effects on leisure use. In the early 2000s, with the development of the smart phone and the internet, it has developed on various platforms, and feminism has started to take place in the digital environment, as it is in almost every field. Feminist movements in the digital environment; It has been called "fourth wave feminism". Fourth wave feminism is expressed as the creation of a call culture that can fight sexist situations and misogyny in social networks. Most of the women participating in the digital feminist movements are y and z generation women. Social media provides individuals with the opportunity to take place anonymously, as well as providing quick access to information, making it easier to organize in a larger and faster way. Women also make use of these opportunities and share their experiences and goals through social media. These exchanges enable women to support each other with women with similar experiences and to organize by bringing together women with the same goals. It has been observed that the sharings made together with the experiences are encouraging for women to be at peace with their bodies and lead a freer life. A questionnaire was applied by using qualitative data collection, analysis methods and techniques, with the question of whether there is an effect of feminist posts on social media on the restrictions women face today. The universe of the research consists of women who use social media. Due to the fact that they interact more with social media, the sample group was determined as Y generation women by deliberate sampling method. The questionnaire, which is a data collection tool, was applied to the volunteer participants face-to-face and online by the researchers. Since the scales used in the research were not used in any study before, they were subjected to exploratory factor analysis (CFA) and reliability analysis in the SPSS 23 program. The reliability analyzes of the two scales were also examined and the Cronbach Alpha coefficient for the first scale was determined as 0.92. The Cronbach Alpha value of the second scale is 0.95. These value ranges show that the reliability values in both scales are in good value ranges, and it says that the questions in the scale are consistent with each other. In addition, when the skewness and kurtosis values of the scales in the study are examined, it is understood that they are in the appropriate range for the use of parametric tests. According to the simple linear regression analysis, it is understood that the Y-Generation female participants have a positive and significant effect on their participation in recreational activities, not interacting with feminist posts on social media. It is determined that the change in this sense can be explained by 48%. When the feminist interaction in social media increases by one unit, participation in recreational activities increases by 0.787 units. There is a positive ( $r=0.693$ ) and significant ( $p<0.05$ ) relationship between interacting with feminist

posts on social media and participating in recreational activities. In other words, it increases strongly and significantly together between the two conditions. The variance explained by the variables on each other is 48%. As can be understood from the regression analysis, 48% ( $R^2$ ) of the women participating in the study are influenced by the feminist posts on social media in their participation in recreational activities and overcoming the restrictions. As a result, out of 415 participants, 206 are married and 209 are single. When we look at the most used social media platform, Instagram is in the first place. The majority of the participants have been using social media for more than 5 years and spend 3-4 hours a day on social media. The vast majority of participants participate in feminist content on social media by interacting such as sharing, commenting and liking. As a result of the analysis, it has been determined that there is no significant difference between married and single groups in participation in feminist content on social media. At the same time, there was no significant difference between married and single groups in terms of participation in recreational activities of feminist content on social media. The participants stated that they could realize the need for recreation, get information about the activities and share the information they gained with their surroundings due to the feminist content posts seen on social media. They stated that they would help with activity planning and would like to do an activity with a content they liked. They also stated that these contents would help to overcome recreation restrictions and motivate them to participate in a recreational activity. As a result of the analysis, it was determined that there is a positive and significant relationship between interacting with feminist posts on social media and participating in recreational activities. Each individual should be able to freely choose activities in their spare time. Each individual encounters different constraints in participating in recreational activities and choosing activities. Many of these constraints are gradual and can be overcome. However, constraints and coping with these constraints differ according to gender. It is thought that social media, which is used in many fields such as marketing today, can be used as a tool to help women overcome these obstacles to their participation in recreational activities.

## 1. Giriş

İnsanlar tarihin başlangıcından bu yana hayatlarını idame ettirebilmek için çabalamışlardır. Bu çabalar sonucunda yenilenme ve dinlenme ihtiyacı hissetmişlerdir. Bu ihtiyaç doğrultusunda boş zaman aktivitelerini kapsayan rekreasyon kavramı ortaya çıkmıştır (Yayla & Çetiner, 2019: 220). Rekreasyon, insanların sorumluluklarından ve zorunlu faaliyetlerinin dışında kalan zamanlarında gönüllü olarak yer aldıkları etkinlikleri tanımlayan bir kavramdır (Yayla, 2017: 18). Bireylerin boş zamanlarında rekreasyon aktivitelerine katılmasına engel olan veya kısıtlayan pek çok faktör bulunmaktadır. Crawford ve Godbey tarafından 1987 yılında oluşturulan boş zaman engelleri modelinde kısıtlayıcılar; yapısal, kişilerarası (toplumsal) ve içsel (kişisel) olmak üzere üç başlık altında açıklanmıştır. Yapısal engeller; zaman kısıtlılığı, ekonomik kısıtlılıklar ve tesis eksikliğinden oluşmaktadır (Aydın, 2020: 23). Rekreasyon aktivitelerine katılımda cinsiyet faktörü boş zaman miktarını ve aktivite çeşitliliğini etkilemektedir. Kadınlar erkeklere göre daha az boş zamana sahip olup daha az çeşit aktiviteye katılmaktadır (Ardahan, Turgut & Kaplan Kalkan, 2016:93-94). Kadınlara öncelikli olarak aile üyelerinin ihtiyaçlarını karşılama sorumluluğu yüklenmektedir. Bu yüzden kadınlar var olan boş zamanlarında da çocuk bakımı ve ev işleri gibi sorumlulukları ile ilgilenmektedir. Dolayısıyla kadınların boş zamanları kısıtlanmaktadır (Koç Solak, 2022: 27). Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2021 verilerinde, ev işlerinin genellikle kadınlar tarafından yapıldığı belirtilmiştir. Kadınların en fazla %94,4 ile çocuk bakımı, %85,6 ile çamaşır ve bulaşık yıkama, %85,4 ile yemek yapma ve evin günlük toplanması ve temizlenmesi işlerini üstlenmiştir. Erkeklerde ise aynı faaliyetlerin oranlarının çocuk bakımında %2,3, çamaşır ve bulaşık yıkamada %11,8 ve yemek yapmada %10,8 olduğu belirlenmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2022). Aynı zamanda birçok rekreasyon aktivitesine toplum tarafından cinsiyet kimliği atanmıştır. Örneğin açık hava rekreasyonunda dağlık alanlar erkekler tarafından gücünü gösterebileceği "fethedilecek" ortamlar olarak algılanmaktadır. Aışveriş, piknik yapma ve aile ile vakit geçirme gibi faaliyetlerin ise daha çok kadınlara yönelik olduğu düşünülmektedir (Godtman Kling, Margaryan & Fuchs, 2020: 233). Dolayısıyla kadınlar daha çok ev içi rekreasyon aktivitesine yönelebilmekte ve bireysel olarak seçimleri kısıtlanabilmektedir. İnsanların rekreasyonel faaliyetlere katılımını etkileyen bir diğer önemli faktör ise ekonomik kısıtlamalardır. Özellikle ek harcama gerektiren rekreasyonel faaliyetlere katılmanın bir şartı da harcanabilir gelire sahip olmaktır. İnsanlar ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra paralarının bir kısmını artırmayı başarırlarsa, paralarının kalan kısmı ile rekreasyonel faaliyetlere katılabilirler. Dolayısıyla insanların gelirleri sadece katılabilecekleri rekreasyon etkinliğinin türünü değil, katılım miktarını da etkileyebilmektedir. Ev işleri ile ilgilenen ve herhangi bir işte çalışmayan kadınların, gelirlerinin yetersiz veya herhangi bir gelirinin olmaması rekreasyona katılımlarını etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğu belirtilmektedir (Demir & Demir, 2006: 38). Bireysel engeller arasında ise stres, depresyon, kaygı, dindarlık ve referans grupların tutumları bulunmaktadır (Crawford & Godbey, 1987: 122). Kadınların toplumsal destek ve saygı görmemesi rekreasyon aktivitelerine katılımını önemli ölçüde kısıtlayabilmektedir. Özellikle çocuk sahibi olan kadınların ailesi tarafından desteklenmemesi ve üstlendiği roller dolayısıyla bazı aktivitelere katılmasının doğru olmadığı düşüncesi boş zamanlarını iyi değerlendirememesine sebep olmaktadır. Kadının içinde yaşadığı toplumun; kültürü, kadına verdiği konum ve atamış olduğu roller kadının rekreasyon aktivitelerine katılımını büyük ölçüde etkileyebilmektedir. Kadınların aşağılanmak, görmezden gelinmek ve eleştirilmek gibi psikolojik şiddete maruz kalması kadınların özgüvenini yitirmesine ve çeşitli psikolojik sorunlar yaşamasına sebep olmaktadır (Gökçe, 2022). Kadınların şiddete ve tacize maruz kalma korkusu da bireysel ve psikolojik faktörler arasında yer almaktadır. Yapılan araştırmalarda kadınların erkeklere göre daha fazla suç mağduru olma korkusu yaşadığı ifade edilmektedir. Kadınların taciz ve tecavüz mağduru olma ve suç korkusunun fazla olmasının sebebi ise fiziksel yetersizlik ile ataerkil toplumun sonucu olduğu belirtilmektedir (Demirbaş, 2023: 37). Örneğin, parkta yürüyüş yapan bir kadının tacize veya fiziksel bir saldırıya maruz kalması kişiyi etkilediği gibi o bölgede yaşayan diğer kadınları hatta medya aracılığıyla bu durumdan haberdar olan diğer kadınları da olumsuz yönde etkileyebilmekte ve dolayısıyla yaşadıkları bu korku rekreasyon aktivitesine katılımı da etkileyebilmektedir. Kişilerarası engeller, bireylerin birbiri ile veya çevre ile uyumsuzluğundan kaynaklanan bir kısıtlayıcıdır. Bunların arasında ırk, dil, din ve eğitim düzeyi bulunmaktadır (Karaküçük,

Göral & Akgül, 2017: 248). Toplumsal engeller olarak da adlandırılan kişilerarası engellerin daha çok kişilerarası etkileşimle oluştuğu toplumsal cinsiyet konumlandırmaları ve eşitsizliği, toplumsal roller ve sosyal soyutlanma gibi kısıtlayıcıları da içerdiği belirtilmektedir (İskenderoğlu, 2021: 111). Bazı aktivitelerin kadınlar için uygun olmadığı düşüncesi, sosyal olarak onaylanmaması, kadınların boş zamanlarının ailesi tarafından kontrol edilmesi kişilerarası kısıtlamalar arasındadır (Arab-Moghaddam, Henderson & Sheikholeslami, 2007: 111). Tüm bu kısıtlamalar sonucunda kadınların rekreasyon aktivitelerinde özgür bir şekilde seçim yapma şansı azalmaktadır. Kadınların gönüllü ve özgür bir biçimde seçim yapabilmesi için bazı koşulların iyileştirilmesi ve kısıtlayıcıların aşılması gerekmektedir. Kadınların boş zamanlarında özgürce seçim yapabilmesi yaşamının iyileşmesini sağlamaktadır. Bu iyileşmelerin boş zaman kullanımı üzerinde birçok potansiyel etkisi olduğu belirtilmektedir (Henderson, 1986: 24). Feminizm, cinsiyetler arası eşitliğin sağlanmasını amaç edinen toplumsal bir harekettir. Feminizm kadınların hakları için örgütlenmelerini sağlamakta ve kadının özgürleşmesini hedeflemektedir. (Acıyan, 2018: 43). Genel anlamda kadınların sosyal ve ekonomik olarak haklarını, özgürlüğünü ve eşitliğini savunan feminizm, kadınların rekreasyon aktivitelerine katılımını da destekler niteliktedir. Feminist yaklaşımlar, kadınların karşılaştığı baskıların nedenlerini ve sonuçlarını belirleyerek bu durumu önleyecek strateji ve politikalar üretmeye çabalamaktadır. Kadınlar ilk olarak eğitimde fırsat eşitliği, kamusal alanda eşitlik ve ekonomik eşitlik için çaba göstermişlerdir (Alkan, 2020: 101). Kadınların bu çabası "Birinci Dalga Feminizm" (Liberal Feminizm) olarak adlandırılarak kadınların oy kullanma hakkını kazanması ile son bulmuştur. Ardından 1960'lı yıllarda ortaya çıkan İkinci Dalga Feminizm ise kadının geleneksel rollerini sorgulayarak, kadının her alanda eşit haklara sahip olması gerektiğini savunmuştur (Altınbaş, 2010: 22-23). İkinci Dalga Feminizm döneminde Radikal Feminizm yaklaşımı öne çıkmıştır. Radikal Feminizm, insanlar arasındaki en büyük çatışmanın ataerkillik olduğunu savunmaktadır. Bu düşünceye göre kadınların ezilmesinin sebebi de cinsiyet çatışmaları ve cinsiyetin toplumsal olarak kurumsallaşmasıdır. Kadınlar üzerinde oluşan ataerkil baskının biyolojik olarak cinsiyet çatışmasından kaynaklandığını ve ataerkilliğin evlilik, cinsiyete göre iş bölümü ve toplum aracılığı ile korunduğu savunulmaktadır (Atan, 2015: 8; Eisenstein, 1977: 202). Üçüncü Dalga Feminizmde, her kadının farklı olduğu dolayısıyla her kadının farklı bir baskıya ve soruna sahip olduğunu ve bu sorunlar görünür kılınarak ve ortak payda bularak siyaset yapılması gerektiğini savunmaktadır (Erbaş, 2018: 78). Bu dönemin önemli akımlarından biri olan Sosyalist Feminizm, daha önceki yaklaşımların eksikliklerini tamamlayarak eşitliğin sadece cinsiyet ile değil aynı zamanda sosyal ve ekonomik süreçler içerisindeki sorunlarının da çözülmesi ile sağlanacağını savunmaktadır (Özdemir, 2017: 399). 2000'li yılların başlarında sosyal ağların yaygınlaşması ve bu sosyal ağların akıllı telefonlarda uygulama olarak yer alması ile birlikte feminizm dijital ortamda yer edinmeye başlamıştır. Dijital ortamda gerçekleştirilen feminist hareketler; "Dördüncü Dalga Feminizm" olarak adlandırılmıştır. Dijital Feminizm hareketine katılan kadınların büyük bir kısmı y ve z kuşağı kadınlarından oluşmaktadır (Kızıl, 2021: 11-12). Sosyal medya; anonim olabilme, bağlantı ve bilgiye hızlı erişim gibi olanakları ile organize olmada ana araç haline gelmektedir. Sosyal medya, feminist hareketin büyük bir güç kazanmasına destek olmaktadır (Kaya, 2018: 568). Kadınlar coğrafi sınırları aşarak; yaşadıklarını ve fikirlerini, Facebook, Twitter, Tumblr ve Instagram gibi sosyal medya platformlarında paylaşmakta ve paylaşılanlara destek vermektedir. Bu paylaşımlar farkındalığı arttırmakla birlikte somut sonuçların da elde edilmesini sağlamıştır. Örneğin Victoria's Secret, sosyal medyadan aldığı tepkiler sonucunda "mükemmel vücut" sloganına son vermiştir (Şen & Kök, 2017: 74). Sosyal medyada günden güne artan kadınların başarı hikâyeleri, kadınların hak ve özgürlükleri için verdikleri mücadeleye dair haber ve bilgiler, kadınların bedenlerini ve rollerini konu alan cesaretlendirici bilgiler ve kadınların yaşamış olduğu deneyimler ile karşılaşılan zorluklarla ilgili öğüt niteliği taşıyan bilgiler gibi feminist içerikli paylaşımlar ile kadın bireyleri bilgilendirici ve cesaretlendirici içerikler üretilmektedir. Artan feminist içerikler dolayısıyla, bu içeriklerin rekreasyon aktivitelerine katılımı etkileyip etkilemediği araştırma sorusu olarak ortaya çıkmıştır.

## 2. Yöntem

Bu çalışmada araştırma sorusuna yanıt bulabilmek için nicel veri toplama, analiz yöntem ve tekniklerinden yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini Instagram, Facebook, Twitter ve Youtube kullanan kadınlar oluşturmaktadır. Örneklem grubu kasti örnekleme yöntemi ile Y kuşağı kadınları olarak belirlenmiştir. Y kuşağı 1980-2000 yılları arasında doğan genç yetişkinlerden oluşmaktadır (Kuyucu, 2017: 851). Örneklem seçiminde kaynak kullanımı önemli bir faktördür. Bu çalışmada kaynaklar maddi ve zaman unsurları ile birlikte değerlendirilmiş ve çalışma 415 kişi ile tamamlanmıştır. Orban'ın örneklem seçiminde yapmış olduğu çalışma göz önüne alındığında örneklem yüzde 95 güvenilirlik düzeyinde ve yüzde 5 hata payında 415 katılımcı ile evreni temsil etmektedir (Orban, 2021: 5).

Çalışmanın hedefe ulaşabilmesi için odak noktasına alınan katılımcılara iki ölçekli bir anket uygulaması yapılmıştır. Veri toplama aracı olan anket gönüllü olan 415 katılımcıya yüz yüze ve çevrimiçi ortamda araştırmacılar tarafından uygulanmıştır. Birinci ölçek, Y-Kuşağı kadınların sosyal medyadaki feminist içeriklere bakış açılarını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, Y-Kuşağı kadınları sosyal medyadaki içerikler ile ne kadar etkileşim halinde olduğu saptanmaya çalışılmaktadır. Araştırmada kullanılan ikinci ölçek ise sosyal medyada yer alan feminist içeriklerin kadınların rekreasyon aktivitelerine katılım sağlamalarındaki etkilerini anlamaya odaklanmaktadır. Çalışmada kullanılan iki ölçekte 7 soru içermektedir. Dolayısıyla, iki ölçek için katılımcılardan 14 soruya cevap vermesi istenmiştir. Ayrıca, demografik özellikleri anlayabilmek için katılımcılara 4 soru daha sorulmuştur. Katılımcılar ile yüz yüze yapılan anket çalışmasında öncelikle araştırma hakkında detaylı bilgi verilmiştir. Çalışmada toplanan verilerin başka kişi ya da kurumlarca kesinlikle paylaşılmayacağına dair gerekli bilgilendirmeler yapılmış ve katılımcıların uygulamadan önce rızaları alınmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçekler daha önce herhangi bir çalışmada kullanılmadığı için SPSS 23 programında keşfedici faktör analizi (KFA) ve güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi, veri setlerinde çalışırken kullanılan bir istatistiksel yöntemdir. Bu teknik sayesinde araştırmacılar veri analizi sürecini daha kolay yönetebilirler. Faktör analizi ile değişkenler arasındaki ilişkiler ve yeni yapılar daha kolay belirlenir. Ayrıca, değişkenler sınıflandırılarak alt boyutlar oluşturulur ve ortak faktörler tespit edilir (Mayers, 2013).

Faktör analizinin uygulanmasını anlamak için öncelikli olarak Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) testi ve total varyans değerleri incelemeye alınmalıdır. KMO testi, gözlenen korelasyon değerlerinin ve kısmi korelasyon değerlerinin büyüklüğünü karşılaştıran bir istatistiktir ve 0 ile 1 arasında bir değer alır (Kaiser, 1970). Test sonucunda elde edilen değer ne kadar yüksekse, veri seti o kadar uygun hale gelir faktör analizi için. KMO testinin sonucunun en az 0.50 olması gerekir (Güçlü, 2020: 253).

Araştırmada kullanılan ölçeklerin KFA değerleri incelendiğinde uygulama için kullanılacak iyi değerler tespit edilmiştir. Buna göre, birinci ölçeğin KMO değeri 0,88 ile iyi bir değer aralığına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bu ölçek için alt boyutlar incelendiğinde KFA için tek boyutlu olarak çalışması uygun görülmüştür çünkü ölçek tek boyutlu çalışması halinde toplam varyansın %69,6'sını açıklayabilmektedir.

İkinci ölçek için yapılan ön incelemede KMO değerinin 0,92 ile "mükemmel" bir değer aralığında yer aldığı görülmektedir. Boyutlar için yapılan KFA sonuçlarına göre, bu ölçek için de tek boyutlu çalışması gerekmektedir. Tek boyutlu ölçek çalışmasında toplam varyansın %79'unu açıklamaktadır.

İki ölçeğin güvenilirlik analizleri de incelenmiştir. Buna göre, birinci ölçek için elde sonuçlarda Cronbach Alpha katsayısı 0,92 olarak tespit edilmiştir. İkinci ölçeğin Cronbach Alpha değeri ise 0,95'dir. Bu değer aralıkları iki ölçeğinde güvenilirlik değerlerinin iyi değer aralıklarında olduğunu göstermekte ve ölçekte yer alan soruların birbirleri ile tutarlı olduğunu söylemektedir. Literatüre göre, Cronbach Alpha, ölçeklerde güvenilirliği ölçmek için kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem, ölçekteki sorular arasındaki korelasyonları kullanarak güvenilirlik katsayısını hesaplar. Güvenirlik katsayısı, genellikle 0 ile 1 arasında bir değer alır, değer 1'e ne kadar yakınsa ölçek o kadar güvenilir kabul edilir (Can, 2020: 394).

Ölçekler için yapılacak analizlerin parametrik ya da non-parametrik testler yoluyla yapılmasına karar verebilmek için ön testler uygulanmıştır. Bundan dolayı, her iki ölçek için de ayrı ayrı normallik dağılımı incelenmiştir. Parametrik testler, veri analizinde öncelikle tercih edilen istatistiksel yöntemlerdir. Bu yöntemler arasında t-test ve ANOVA gibi testler bulunmaktadır. Bu testlerin doğru sonuçlar verebilmeleri için, veri setinin normal dağılımlı olması gerekir. Bu koşul, veri setinde herhangi bir anormallik veya sapma olmamasını ve veri setinin belli bir ortalama ve varyansa sahip olmasını gerektirir. Normallik koşulu, veri setinin parametrik yöntemlerle analiz edilmesi için önemlidir (Güçlü, 2020: 268).

Veri setinin normal dağılım gösterip göstermediğini anlamak için çarpıklık ve basıklık gibi değerler incelenir. Normal dağılım gösteren veri setlerinde çarpıklık ve basıklık değerleri belirli aralıklar içinde olmalıdır. Bu aralıklar, kaynaklarda farklılık gösterebilir ancak genellikle iyi bir normal dağılım için çarpıklık ve basıklık değerlerinin  $+1,5$  arasında olması önerilir. Ayrıca, çarpıklık ve basıklık değerlerinin  $+3$  arasında yer alması da veri setinin normal dağılım gösterdiği anlamına gelmektedir (Groeneveld & Meeden, 1984; George & Mallery, 2010).

**Tablo 1.** Bir ve İkinci Ölçekler Betimsel İstatistikler ve Normallik

	N	Min.	Max.	$\bar{x}$	ss	Çarpıklık	Basıklık
1.Ölçek	415	1	5	3,43	1,16	-,397	-866
2.Ölçek	415	1	5	3,97	1,02	,1,112	-,697

Bu çalışmadaki ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde parametrik testlerin kullanılması için uygun aralıkta yer aldığı anlaşılmaktadır. Tablo 1’de iki ölçeğin çarpıklık ve basıklık değer aralıklarını göstermektedir.

#### 4. Bulgular

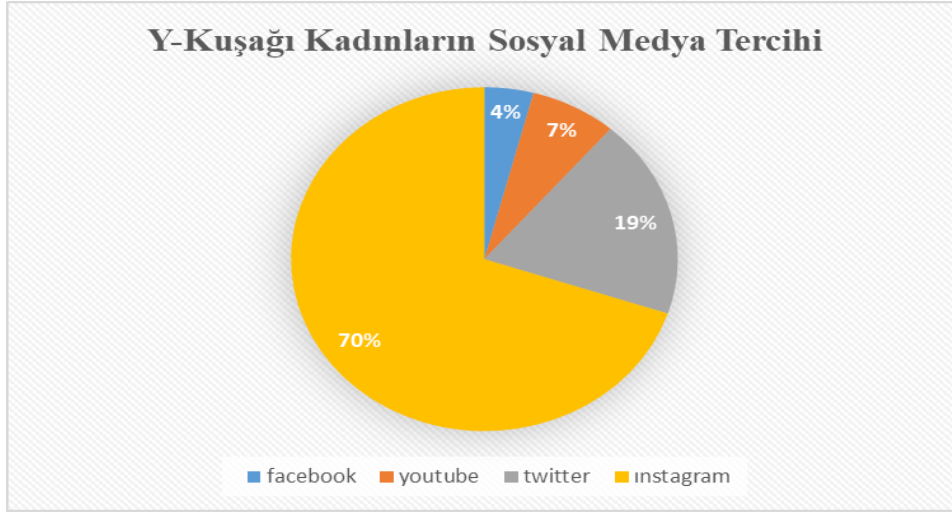
İlk olarak katılımcıların demografik olarak sosyal medya kullanım tercihleri ile ilgili bilgilerin ortaya koyulması amaçlanmıştır buna göre:

Katılımcılar Y-Kuşağında yer alan kadınlardan oluşmaktadır. Toplam 415 katılımcıdan 206’sı evli, 209’u ise bekâr gruplardan oluşmaktadır.

**Tablo 2.** Katılımcıların Medeni Durumu

Medeni Durum	n	%
Evli	206	49,6
Bekar	209	50,4
<b>Toplam</b>	<b>415</b>	<b>100</b>

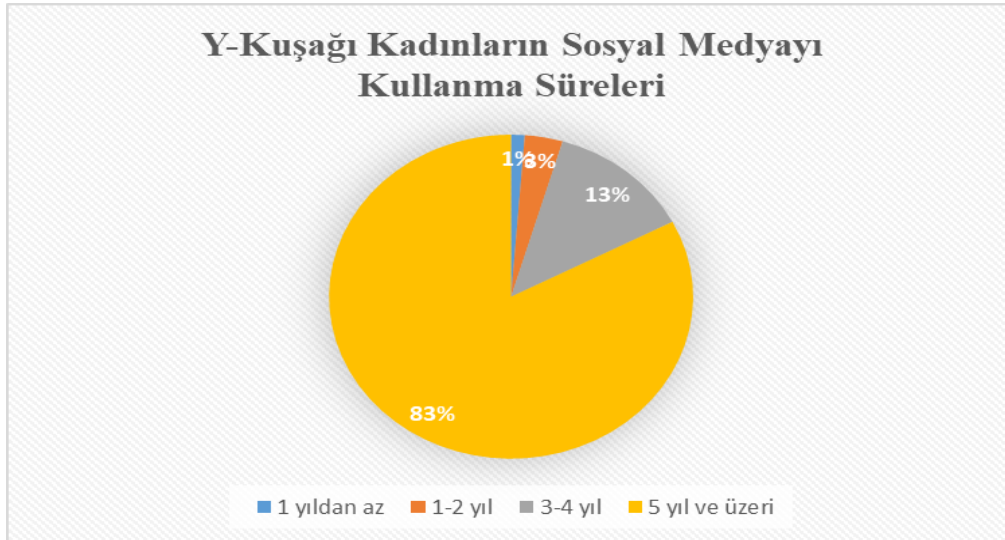
Katılımcıların sosyal medya kullanma alışkanlıkları demografik özellikler arasında değerlendirilmektedir. Toplamda 415 katılımcının sosyal medya kullanım tercihi şu şekildedir:



**Grafik 1.** Y- Kuşağı Kadınların Sosyal Medya Tercihi

Kadın katılımcıların büyük çoğunluğu Instagram kullanmayı tercih ettiği görülmektedir. 415 katılımcının 290'nı Instagram kullanmaktadır. Yukarıdaki grafikte de görüleceği gibi bu sayı katılımcıların %70'ine denk gelmektedir. Instagram uygulamasını takip eden sosyal medya aracı Twitter olarak karşımıza çıkmaktadır. Toplam katılımcıların %19'u Twitter kullanırken sırasıyla YouTube ve Facebook tercih edilen uygulamalar arasında yer almaktadır.

Katılımcıların sosyal medyadaki tercih sıralaması popüler uygulamaların tercih ettiği anlaşılmaktadır. Facebook'un popülerliğini yitirmesi ve Instagram'ın Y-Kuşağında daha tercih edilebilir olduğu görülmektedir. Katılımcıların sosyal medya ile ne kadar süredir ilgilendiği demografik araştırmanın ikinci odağıdır. Buna göre sonuçlar şu şekildedir:

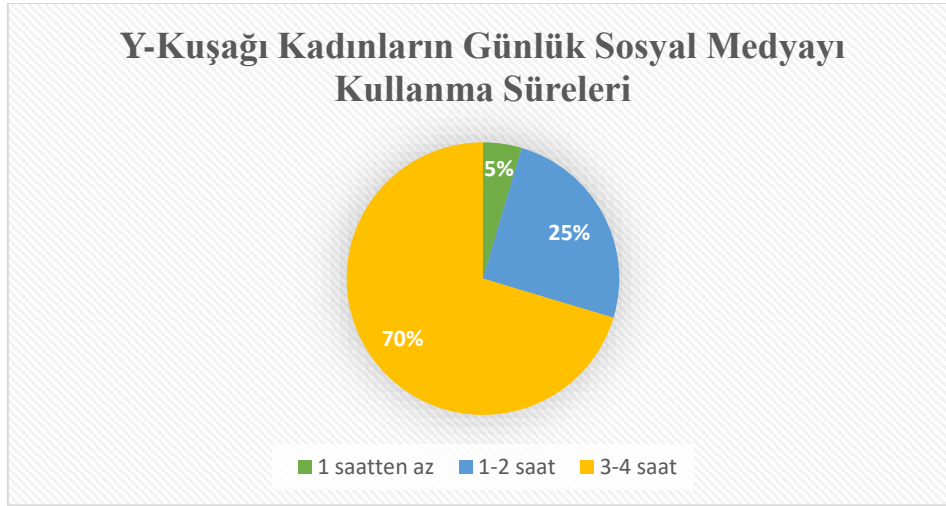


**Grafik 2.** Y-Kuşağı Kadınların Sosyal Medyayı Kullanma Süreleri

Y-Kuşağı kadınların sosyal medyayı uzun süredir kullandığı görülmektedir. 415 katılımcının 343'ü 5 yıl ve daha fazla süredir herhangi bir sosyal medya kullandığı yukarıdaki grafikten anlaşılmaktadır. Katılımcıların sadece %1'i 1 yıldan daha az süredir bir sosyal medya hesabına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre, çalışmaya katılan kadınların büyük çoğunluğu uzun süre sayılacak bir dönemdir sosyal medya ile ilişkisinin oluşunu söylemek doğru olacaktır.

Demografik özelliklerde bakılan bir diğer önemli konu da araştırmaya katılan bireylerin günlük sosyal medya kullanım süresinin analiz edilmesidir. Buna göre;





**Grafik 3.** Y-Kuşağı Kadınların Günlük Sosyal Medyayı Kullanma Süreleri

Yukarıdaki grafik incelendiğinde katılımcıların %70'inin günlük 3-4 saatini sosyal medyada geçirdiği görülmektedir. 1 saatten daha az süre sosyal medyaya vakit ayıran katılımcılar ise %5'dir. Kadınların sosyal medyada fazla vakit geçirmesinin sebebi daha çok ev içi rekreasyon aktivitesi gerçekleştirmesinden kaynaklanabilir. Evde geçirilen boş zamanı diğer insanlarla iletişim kurmak, paylaşım yapmak ve sağlık, yaşam tarzı ve moda gibi yeni trendler ile ilgili bilgi almak için sosyal medyayı daha uzun süre kullanabilmektedir. Sonuç olarak, Y-Kuşağı odak noktasına alınarak yapılan bu araştırmada katılımcı kadınların sosyal medyaya yabancı olmadığı hem uzun süredir hem de günlük hayatının önemli bir zaman diliminde sosyal medya platformlarında vakit geçirdiği anlaşılmaktadır. Bu durum çalışmanın bir sonraki bölümünde yapılacak olan analizler açısından önem teşkil etmektedir.

Araştırmanın bu bölümünde ölçekler üzerinden elde edilen verilerin parametrik testler ile analizi yapılacaktır. Yapılan normallik testlerin istenilen değer aralıklarında çıkması parametrik testlerin uygulanabilirliğini göstermektedir. Bu bağlamda ilk olarak, medeni durum ile iki ölçeğin t-test analizi yapılacaktır. Katılımcıların sosyal medya kullanımlarında feminist içeriklere katılımlarını evli ve bekar grupları üzerinden analiz edebilmek için bağımsız t-test uygulanmıştır. Test edilmek hipotez ve alternatif hipotez şu şekildedir:

*H<sub>0</sub>: Evli ve Bekar grupların sosyal medyadaki feminist içeriklere katılımı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark yoktur*

*H<sub>A</sub>: Evli ve Bekar grupların sosyal medyadaki feminist içeriklere katılımı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmaktadır*

**Tablo 3.** Evli ve Bekar Gruplar Arasında Sosyal Medyadaki Feminist İçeriklere Katılım Farkının Analizi

Medeni Durum	N	$\bar{X}$	ss	t	P
Evli	206	3,37	1,23	-1,009	0,313
Bekar	209	3,48	1,09		

Yapılan t-test sonucuna göre sosyal medyadaki feminist içeriklere katılımında evli ve bekar grupları arasında anlamlı bir fark görülmemektedir. Bundan dolayı, H<sub>0</sub> hipotezi kabul görmektedir:

*H<sub>0</sub>: Evli ve Bekar grupların sosyal medyadaki feminist içeriklere katılımı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark yoktur*

Sosyal medyadaki feminist içeriklerin katılımcıların rekreasyon aktivitelerine katılımını evli ve bekar grupları açısından analiz edebilmek için t-test yapılmıştır. Bu bağlamda yokluk hipotezi ve alternatif hipotez şu şekildedir:

*H0: Sosyal medyadaki feminist içerikli paylaşımların evli ve bekar kadınların rekreasyon aktivitelerine katılımı konusunda anlamlı bir farklılık yoktur*

*HA: H0: Sosyal medyadaki feminist içerikli paylaşımların evli ve bekar kadınların rekreasyon aktivitelerine katılımı konusunda anlamlı bir farklılık bulunmaktadır*

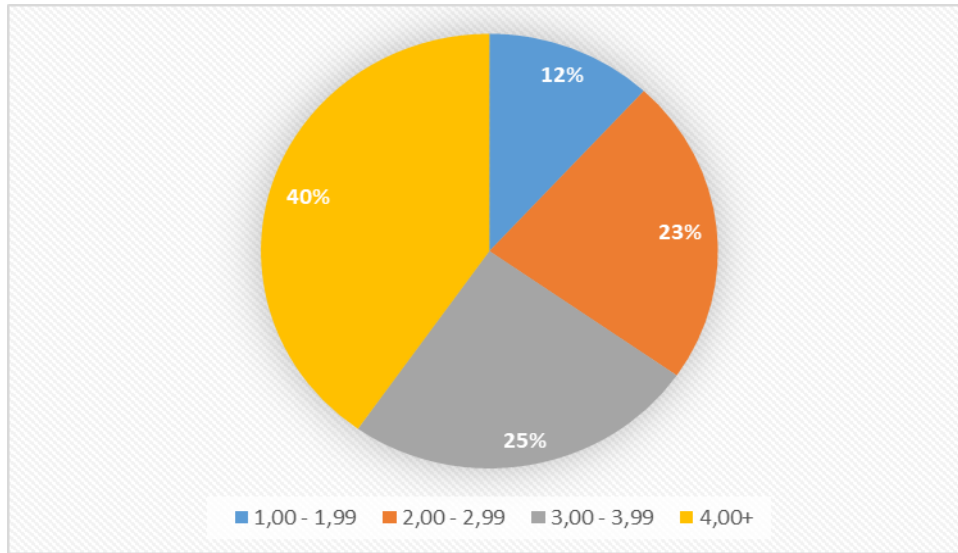
**Tablo 4.** Sosyal Medyadaki Feminist İçerikli Paylaşımlar Dolayısıyla Evli ve Bekar Kadınların Rekreasyon Aktivitelerine Katılım Durumunun Analizi

Medeni Durum	N	$\bar{X}$	ss	t	P
Evli	206	3,90	1,11	-,535	0,593
Bekar	209	3,95	0,93		

Sosyal medyadaki feminist içeriklerin rekreasyon aktivitelerine katılım sağlanması konusunda evli ve bekar grupları açısından değerlendirildiğinde istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olmadığı anlaşılmaktadır. Bundan dolayı, yokluk hipotezi geçerli olmaktadır:

*H0: Sosyal medyadaki feminist içerikli paylaşımların evli ve bekar kadınların rekreasyon aktivitelerine katılımı konusunda anlamlı bir farklılık yoktur*

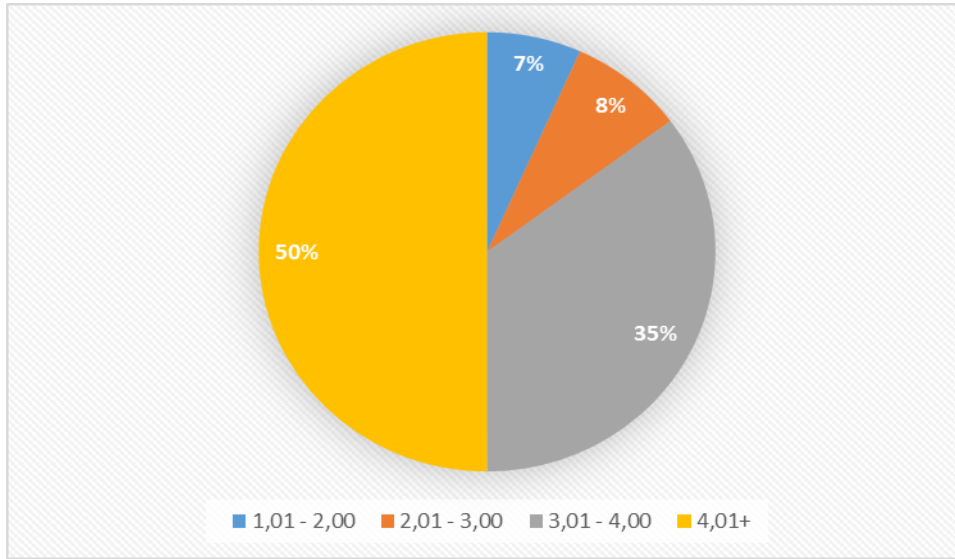
Sosyal medyadaki feminist içerikli paylaşımlara katılım ölçeği katılımcıların cevapları doğrultusunda analiz edildiğinde ortaya çıkan analiz şu şekildedir:



**Grafik 4.** Kadınların Sosyal Medyadaki Feminist İçeriklere Katılım Durumu

Yukarıdaki grafik incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun sosyal medyadaki feminist içerikli paylaşımlara katıldığı gözlemlenmektedir. Bu veriler doğrultusunda 5'li likert ölçeği değerlendirildiğinde katılımcıların ortalaması 3,94 gibi yüksek bir değerde çıkmaktadır. Bir başka ifadeyle, Y-Kuşağı kadın katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medyada aktif olarak feminist içerikler ile etkileşim içerisinde. Bu etkileşim, ilgili konuda paylaşım yapma, yorum ve beğeni şeklinde gerçekleşmektedir.

Sosyal medyada aktif bir şekilde feminist içerikli paylaşımlarda bulunan katılımcıların bu davranışlarını rekreasyon aktivitelerine sirayet etme durumunu incelemek için ikinci ölçek analiz edildiğinde şu değerler ortaya çıkmaktadır:



**Grafik 5.** Sosyal Medyadaki Feminist İçerikler Doğrultusunda Rekreasyona Katılım Durumu

Katılımcıların sosyal medyada aktif olmasına ek olarak feminist içeriklerin sayesinde rekreasyon aktivitelerine katıldığı da görülmektedir. Elde edilen veriler 5'li likertte analiz edildiğinde katılımcıların ortalaması 4,20 olarak tespit edilmiştir. Bu durum, Y-Kuşağı katılımcıların rekreasyon aktivitelerini takip ettiği şeklinde açıklanabilmektedir.

#### *Regresyon ve Korelasyon Analizleri*

Regresyon, değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisini incelemek için kullanılan bir analitik yöntemdir. Bu yöntem sayesinde, bir değişkenin diğer değişkenlerle nasıl ilişkili olduğunu ve ne kadar etkilendiğini anlamaya çalışılır. Regresyon analizi, veri setinde belirli bir değişkenin değerlerinin diğer değişkenlerdeki değerlere göre nasıl değiştiğini tahmin etmeye yarayan bir tekniktir (Güçlü, 2020: 166).

Regresyon analizi yapmak için, değişkenlerin normal dağılım göstermesi, aralarında doğrusal bir ilişki bulunması, uç değerlerin kontrol edilmesi, hataların normal dağılması, değişkenlerin eş varyanslı olması ve hataların birbirinden bağımsız olması gibi ön şartlar incelenmiştir. Regresyon analizi yapmak için yapılan kontrollerde, değişkenlerin normal dağılım gösterdiği, değişkenler arasındaki ilişkinin saçılım grafiğinde doğrusallık gösterdiği, Residual İstatistiklerinin istenilen aralıkta olduğu (+- 3,29), hataların normal dağılım gösterdiği, değişkenlerin eş varyanslı olduğu (Durbin-Watson değerinin istenilen aralıkta 0-4) ve hataların birbirinden bağımsız olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle, regresyon analizi yapmak için gerekli olan koşulların mevcut olduğu anlaşılmıştır.

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi için yokluk ve alternatif hipotezler şu şekildedir:

*H<sub>0</sub>: Sosyal medyadaki feminist içerikli paylaşımlarda etkileşim halinde bulunan katılımcıların rekreasyon aktivitelerine katılımını pozitif yönde ve anlamlı şekilde etkilememektedir*

*H<sub>A</sub>: Sosyal medyadaki feminist içerikli paylaşımlarda etkileşim halinde bulunan katılımcıların rekreasyon aktivitelerine katılımını pozitif yönde ve anlamlı şekilde etkilemektedir*

**Tablo 5.** Sosyal Medyadaki Feminist İçeriklerle Etkileşimin Rekreasyon Aktivitelerine Katılıma Durumuna Etkisi

Değişken	R	R <sup>2</sup>	F	P	B	T	P
Sabit (Constant)					,343	2,097	,037
Rekreasyon Ölçek	,693	,480	381,556	,000	,787	19,553	,000

Yapılan basit doğrusal regresyon analizine göre, Y-Kuşağı kadın katılımcıların sosyal medyadaki feminist paylaşımlar ile etkileşim halinde olmasının onların rekreasyon aktivitelerine katılım sağlamasında pozitif yönlü ve anlamlı bir etki sağladığı anlaşılmaktadır. Bu anlamdaki değişimin %48 açıklanabildiği tespit

edilmektedir. Sosyal medyadaki feminist etkileşim bir birim arttığında rekreasyon aktivitelerine katılım 0,787 birim artmaktadır. Kadınları rekreasyon aktivitesine katılmaya teşvik eden birçok unsur bulunmaktadır. Bu sonuca göre kadınların sosyal medyada kendilerini cesaretlendiren ve bilgilendiren feminist içerikler ile karşılaşması katılımı olumlu yönde etkilediği söylenebilir.

Regresyon analizine göre denklem şu şekilde kurulabilmektedir:

$$SMÖ^2=0,343+0,787*RÖ^3$$

Bu doğrultuda yapılan analize göre, yokluk hipotezi reddedilerek alternatif hipotez kabul edilmelidir:

*HA: Sosyal medyadaki feminist içerikli paylaşımlarda etkileşim halinde bulunan katılımcıların rekreasyon aktivitelerine katılımını pozitif yönde ve anlamlı şekilde etkilemektedir*

Sosyal medya ve rekreasyon aktivitelerine katılım arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla Pearson Korelasyon Analizi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar şu şekildedir:

**Tablo 6.** Sosyal Medya ve Rekreasyon Aktivitelerine Katılım Arasındaki İlişki

		Rekreasyon Aktivitesi
Sosyal Medya	Pearson r	,693
	p	,000
	n	415

Sosyal medyadaki feminist paylaşımlarla etkileşim halinde olmak ile rekreasyon aktivitelerine katılım sağlamak arasında pozitif ( $r=0,693$ ) ve anlamlı ( $p<0,05$ ) bir ilişki bulunmaktadır. Bir başka ifadeyle, iki durum arasında güçlü ve anlamlı olarak birlikte artmaktadır. Değişkenlerin birbirleri üzerinde açıkladıkları varyans %48'dir. Regresyon analizi tablosundan da anlaşılacağı üzere çalışmaya katılan kadınların %48 ( $R^2$ )'inin rekreasyon aktivitelerine katılımında ve kısıtlamaları aşmada sosyal medyadaki feminist paylaşımlardan etkilenmektedir.

## 5. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada 25-44 yaş aralığındaki kadınların diğer yaş gruplarında yer alan kadınlara göre sosyal ağları daha etkin kullanması sebebiyle Y Kuşağı kadınları üzerine yoğunlaşmıştır. 415 katılımcıdan 206'sı evli, 209'u ise bekar. En çok kullanılan sosyal medya platformuna bakıldığında ilk sırada Instagram yer almaktadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu 5 yıldan fazla süredir sosyal medya kullanmakta ve günlük 3-4 saatini sosyal medyada geçirmektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu sosyal medyada feminist içeriklere paylaşım yapma, yorum yapma ve beğenme gibi etkileşim göstererek katılmaktadır. Yapılan analizler sonucunda sosyal medyadaki feminist içeriklere katılımında evli ve bekar grupları arasında anlamlı bir fark görülmemiştir. Aynı zamanda sosyal medyadaki feminist içeriklerin rekreasyon aktivitelerine katılım sağlanması konusunda evli ve bekar grupları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Sosyal medyada görülen feminist içerikli paylaşımlar dolayısıyla katılımcılar rekreasyon ihtiyacını fark edebileceğini, aktiviteler hakkında bilgi alabileceğini ve edindiği bilgileri çevresi ile paylaşacağını belirtmiştir. Aktivite planlamasına yardımcı olacağını ve beğendiği bir içerikteki aktiviteyi yapmak isteyeceklerini belirtmişlerdir. Ayrıca bu içeriklerin rekreasyon kısıtlayıcılarını aşmada yardımcı olacağını ve bir rekreasyon aktivitesine katılmaya motive edeceğini belirtmişleridir. Yapılan analizler sonucunda da sosyal medyadaki feminist paylaşımlarla etkileşim halinde olmak ile rekreasyon aktivitelerine katılım sağlamak arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

<sup>2</sup> Sosyal medya ölçeği

<sup>3</sup> Rekreasyon ölçeği

Rekreasyon dil, din, ırk, yaş, cinsiyet vb. ayrımı olmadan her bireyin hakkıdır. Her birey boş zamanlarında özgürce aktivite seçimi yapabilmelidir. Rekreasyon aktivitesine katılım ve aktivite seçiminde her birey farklı kısıtlayıcılarla karşılaşmaktadır. Bu kısıtlayıcıların çoğu aşamalı ve aşılabilir olmaktadır. Fakat kısıtlayıcılar ve bu kısıtlayıcılarla baş etme durumu cinsiyete göre farklılık göstermektedir. Kadınlar erkeklere göre daha az boş zamana ve daha az aktivite çeşitliliğine sahip olmakla birlikte özgürce seçim yapamamaktadır. Aynı zamanda kadınların toplum içerisindeki konumu ve rolleri göz önüne alındığında kısıtlayıcıları aşmakta zorlanmaktadır. Sosyal medyada yer alan çeşitli başarı hikayeleri, cesaretlendirici mesajlar, karşılaştıkları sorunlar ile ilgili bilgi paylaşımı gibi feminist içerikler kısıtlayıcıları aşmada yardımcı olabilir. Referans grupları da kadınların desteklendiğini hissetmesi yönünden önem taşımaktadır. Kadınların yakın çevresi haricinde, kendisi gibi benzer yaşantıya sahip olan diğer kadınlarla iletişim kurarak ve bu iletişimden olumlu geri dönüşler alarak daha güçlü ve desteklenmiş hissedebilirler.

Kadınların rekreasyon aktivitesine katılımının önündeki yapısal, içsel ve kişilerarası engelleri aşmasına yardımcı olmak için günümüzde pazarlama gibi birçok alanda kullanılan sosyal medyanın bir araç olarak kullanılabilmesi düşünülmektedir. Bu çalışmanın rekreasyon faaliyetleri ile ilgili işletme, kurum ve kuruluşların yapılan tanıtım çalışmalarına faydalı olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca kadınların rekreasyon aktivitelerine katılarak yenilenme, tazelenme, eğlenme ve dinlenme gibi ihtiyaçlarını gidererek daha iyi bir yaşama sahip olması ve kadınların sosyal yaşamda yer alması konusunda çalışma yürüten ilgililere de kaynak olabileceği düşünülmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitliğinin ve kadının özgürleşmesinin hem rekreasyon alanında hem de diğer tüm alanlarda sağlanmasında sosyal medya ve orada yer alan feminist içerikler tek başına yeterli olmamaktadır. Burada en önemli rol toplumun kendisindedir. Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına engel olan toplumsal uygulamalara son verilmesi gerekmektedir. Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında eğitim, hükümet politika ve yasaları, iş yerinde uygulanan politikalar gibi diğer unsurlarda belirleyici olabilmektedir. Tüm bunlar bütünüyle ele alınarak sosyal medya aracılığı ile farkındalık yaratılabilir.

Son olarak araştırmacılara, kadınların karşılaştığı rekreasyon kısıtlamaları ile birlikte ülke politikalarının, rekreasyon işletmelerinin ve belediye gibi yerel yönetimlerin kadınların rekreasyon aktivitesine katılımına yönelik çabalarının değerlendirilmesi ve kadınların rekreasyon aktivitesine katılımında ihtiyaç duyduğu unsurlarla uyumlu olup olmadığının değerlendirilmesi önerilmektedir.

### **Teşekkür ve Bilgi Notu**

**Destek Bilgisi:** Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynî ya da nakdî bir yardım/destek alınmamıştır.

**Etik Onayı:** Makalede ulusal ve uluslararası araştırma ve yayın etiğine uyulduğunu yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde **GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences** Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Makalede, veri toplama aşaması için gerekli etik kurulu belgesi Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu tarafından 01.08.2022/114981 düzenlenmiştir.

**Çıkar Çatışması:** Makalede herhangi bir çıkar çatışması ya da kazancı yoktur.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Çalışma, iki yazarın katkısı ile hazırlanmıştır. Katkı oranları; 1. Yazar = %50, 2. Yazar = %50.

## Kaynaklar

- Acıyan, E. P. (2018). *Kamusal alanın dönüşümü bağlamında dijital platformlarda kadın hareketleri: Dijital topuklar ve 5harfliler web sitelerinin ve sosyal medya hesaplarının incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Alkan, H. (2020). A liberal feminist approach to Bobbie Ann Mason's "Shiloh". *Euroasia Journal of Social Sciences & Humanities*, 7(13), 99-109.
- Altınbaş, D. (2006). Feminist tartışmalarda Liberal Feminizm. *Kadın Araştırmaları Dergisi*, 0(9), 21-52.
- Arab-Moghaddam, N., Henderson, K. A., & Sheikholeslami, R. (2007). Women's leisure and constraints to participation: Iranian perspectives. *Journal Of Leisure Research*, 39(1), 109-126.
- Ardahan, F., Turgut, T. & Kaplan Kalkan, A. (2016). *Her yönüyle rekreasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Atan, M. (2015). Radikal Feminizm: "Kişisel olan politiktir" söyleminde aile. *The Journal of Europe-Middle East Social Science Studies*, 1(2), 1-21.
- Aydın, C. (2020). *Kadınların boş zaman aktivitelerine katılımını belirleyen faktörler*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Can, A., (2020). *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*. Ankara: PEGEM Akademi Yayınları.
- Crawford, D.W. & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family Leisure. *Leisure Sciences*, 9(2), 119-127.
- Demir, C. & Demir, N. (2006). Bireylerin boş zaman faaliyetlerine katılmalarını etkileyen faktörler ile cinsiyet arasındaki ilişki: Lisans öğrencilerine yönelik bir uygulama. *Ege Academic Review*, 6(1), 36-48.
- Demirbaş, M. (2023). *Türkiye'de suç korkusunun analizi: Türkiye Cumhuriyeti Vatandaşları ve Suriyeliler arasında suç korkusu*. Ankara: Adalet Yayınevi.
- Eisenstein, Z. (1977). Constructing a theory of capitalist patriarchy and socialist feminism. *Insurgent sociologist*, 7(3), 196-217.
- Erbaş, S. (2018). Varolmanın dayanılmaz zorluğu: kadın olmak. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 75-88.
- George, D. & Mallery, P. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*. 17.0 Uptade, Baston: Pearson.
- Godtman Kling, K., Margaryan, L., & Fuchs, M. (2020). (In) equality in the outdoors: Gender perspective on recreation and tourism media in the Swedish mountains. *Current Issues in Tourism*, 23(2), 233-247.
- Gökçe, B. (2022, Aralık 5). Kadınlar psikolojik şiddete daha fazla maruz kalıyor. *CNN Türk*. <https://www.cnnturk.com/saglik/kadinlar-psikolojik-siddete-daha-fazla-maruz-kaliyor> sayfasından erişilmiştir. (Erişim Tarihi: 31/03/2023).
- Groeneveld, R. A. & Meeden, G. (1984). Measuring Skewness and Kurtosis. *Journal of the Royal Statistical Society*, 33(4), 391-399.
- Güçlü, İ. (2020). *Sosyal Bilimlerde Nicel Veri Analizi Örneklerle SPSS Uygulamaları ve Yorumlanması*. Ankara: Gazi Yayınları.
- Henderson, K. (1986). Global feminism and leisure. *World Leisure & Recreation*, 28(4), 20-24.
- İskenderoğlu, K. (2021). *Sınırları zorlamak: Türkiye'den yurtdışına seyahat eden kadınların kısıtlayıcıları ve deneyimleri*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Karaküçük, S., Göral, Ş. & Akgül, B. M. (2017). Rekreasyon kısıtlayıcıları. Karaküçük, S., Kaya, S. & Akgül, B. M. (Ed.). *Rekreasyon bilimi 2 içinde* (s. 237-301).
- Kaya, Ş. (2018). Kadın ve sosyal medya. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(2), 563-576.
- Kızıl, A. (2021). *Dördüncü dalga feminist yankı alanları: Dijital araç ve uygulamalar*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Koç Solak, G. (2022). *Boş zaman engelleri ve fiziksel aktivite özdeğeri ilişkisi: Ev hanımları üzerine bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin.

Çağlayan, M. N. & Hassan, A. (2023). Sosyal Medyadaki Feminist İçerikler ve Rekreasyon Aktivitelerine Katılım: Y Kuşağı Kadınları Üzerine Bir İnceleme. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences (ATRSS)*, 6 (2): 301-315

- Kuyucu, M. (2017). Y kuşağı ve teknoloji: y kuşağının iletişim teknolojilerini kullanım alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 845-872.
- Mayers, A. (2013). *Introduction To Statistics and SPSS In Psychology*. Londra: Pearson Education Limited.
- Orban, H. R. (2021). A novel risk-based sampling calculator. *International Journal of Agricultural Extension and Rural Development Studies*, 8(2), 1-11.
- Özdemir, Ö. (2017). İki Sistemli Kuram olarak Sosyalist Feminizm. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 395-414.
- Şen, A. F. & Kök, H. (2017). Sosyal medya ve feminist aktivizm: Türkiye'deki feminist grupların aktivizm biçimleri. *Atatürk İletişim Dergisi*, (13), 73-86.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2022). *Türkiye Aile Yapısı Araştırması*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turkiye-Aile-Yapisi-Arastirmasi-2021-45813> sayfasından erişilmiştir. (Erişim Tarihi: 01/02/2023).
- Yayla, Ö. & Çetiner, H. (2019). Etkili boş olan faktörlerin boş zamanların değerlendirilmesinde etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1), 219-228.
- Yayla, Ö. (2017). *Rekreasyon etkinliklerinde hizmet kalitesinin destinasyon imaj algısı ve davranışsal niyetler üzerine etkisi*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.