

T.C.

DÜZCE ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**GENÇLERİN SERBEST ZAMANLARINI
DEĞERLENDİRMELERİNDE SOSYAL MEDYANIN ETKİSİ:
DÜZCE ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ**

FATMA İREM ACAR

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI**

**DANIŞMAN
DOÇ. DR. METİN KILIÇ**

DÜZCE, 2023

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlamasından yazımına kadar bütün aşamalarda etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi ve bu kaynakları da kaynaklar listesine aldığımı, yine bu tezin çalışılması ve yazımı sırasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığını beyan ederim.

27 Temmuz 2023

Fatma İrem ACAR



TEŞEKKÜR

Yüksek lisans öğrenimimde ve bu tezin hazırlanmasında gösterdiği her türlü yardım ve destekten dolayı danışman hocam Doç. Dr. Metin Kılıç'a en içten dileklerle teşekkür ederim.

Tez çalışmam boyunca yardımlarını ve desteklerini esirgemeyen annem Türkan Acar'a, babam Bahri Acar'a ve ablam Ecehan Naz Acar'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca bana yol gösteren, üzerimde emeği ve duası olan tüm yakınlarıma, öğretmenlerime ve arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım.

27 Temmuz 2023

Fatma İrem ACAR

İÇİNDEKİLER

ŞEKİL VE TABLO LİSTESİ	i
KISALTMALAR.....	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
1. GİRİŞ.....	1
1.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ.....	2
1.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	2
1.3. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	3
1.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI.....	3
1.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	3
1.6. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ.....	3
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	5
2.1. GENÇLİK.....	5
2.1.1. Gençliğin Tanımı ve Toplumdaki Konumu	5
2.1.2. Günümüz Dünyasında Gençlik ve Sorunları.....	6
2.1.3. Türkiye’de Üniversite Gençliği ve Gençlerde Serbest Zaman Değerlendirme	10
2.2. SERBEST ZAMAN	11
2.2.1. Zaman ve Zaman Kullanımı	11
2.2.2. Serbest Zaman ve Boş zaman Kavramı	12
2.2.3. Geçmişten Günümüze Serbest Zaman	13
2.2.4. Serbest Zamanın Yararları	16
2.2.4. Rekreasyon Kavramı ve Özellikleri	18
2.2.5. Rekreasyonun Sınıflandırılması	20
2.3. SOSYAL MEDYA.....	26
2.3.1. Sosyal Medya Tanımları ve Özellikleri	26

2.3.2. Sosyal Medya Gelişim Süreci	28
2.3.3. Sosyal Medya Araçları.....	29
2.3.4. Türkiye’de İnternet ve Sosyal Medya	30
2.3.5. Sosyal Medyanın Etkisi.....	32
3. MATERYAL VE YÖNTEM.....	34
3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ.....	34
3.2. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	34
3.3. VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZ EDİLMESİ.....	34
4. BULGULAR	36
4.1. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER.....	36
4.2. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE GÖRE SERBEST ZAMAN KULLANIMI.....	40
4.3. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE GÖRE SOSYAL MEDYA KULLANIMI	67
4.4. GENÇLERİN GÜN İÇİ SOSYAL MEDYA KULLANIM SÜRESİNİN GÜNLÜK YAŞAMLARINI ETKİLEME DURUMU	79
4.5. GÜNLÜK SERBEST ZAMAN SÜRELERİ İLE SOSYAL MEDYA SÜRELERİNİN FARKLI DEĞİŞKENLERLE KARŞILAŞTIRILMASI	91
5. TARTIŞMA VE SONUÇ.....	97
6. KAYNAKÇA	104
7. EKLER.....	108
7.1. ANKET FORMU	108
ÖZGEÇMİŞ.....	113

ŞEKİL VE TABLO LİSTESİ

Şekil 2.2.2. 1. Modern Toplumda Zaman Ayrımı (Kılıç, 2020: 2).....	12
Tablo 4. 1. 1. Cinsiyet dağılımı.	36
Tablo 4. 1. 2. Yaş dağılımı.....	36
Tablo 4. 1. 3. Ailenin ikamet yeri.	36
Tablo 4. 1. 4. Ailenin ekonomik geliri.....	37
Tablo 4. 1. 5. Annenin eğitim durumu.....	37
Tablo 4. 1. 6. Babanın eğitim durumu.	38
Tablo 4. 1. 7. Anne mesleği.	38
Tablo 4. 1. 8. Baba mesleği.	39
Tablo 4. 1. 9. Öğrenim görülen fakülte.....	39
Tablo 4. 1. 10. Gelir getirici işte çalışma durumu.	40
Tablo 4. 2. 1. Öğrenim görülen fakülte bağlamında gün içi sahip olunan serbest zaman süresi.	40
Tablo 4. 2. 2. Cinsiyet bağlamında gençlerin sosyal medya harici internet kullanımı. ..	43
Tablo 4. 2. 3. Cinsiyet bağlamında gençlerin kitap-dergi okuma durumu.	44
Tablo 4. 2. 4. Cinsiyetler bağlamında televizyon izleme durumu.	45
Tablo 4. 2. 5. Cinsiyet bağlamında dizi-film izleme durumu.	46
Tablo 4. 2. 6. Cinsiyet bağlamında bilgisayarda ya da telefonda oyun oynama durumu.	46
Tablo 4. 2. 7. Cinsiyet bağlamında müzik dinleme durumu.	48
Tablo 4. 2. 8. Cinsiyet bağlamında bireysel spor yapma durumu.	48
Tablo 4. 2. 9. Cinsiyet bağlamında takım sporları yapma durumu.	49
Tablo 4. 2. 10. Cinsiyet bağlamında doğa gezileri yapma durumu.	50
Tablo 4. 2. 11. Cinsiyet bağlamında festival ve şenliklere katılma durumu.....	51
Tablo 4. 2. 12. Cinsiyet bağlamında fuar ve sergilere katılma durumu.....	52
Tablo 4. 2. 13. Cinsiyet bağlamında sinema ve tiyatroya gitme durumu.	53
Tablo 4. 2. 14. Cinsiyet bağlamında seminer-konferans-söyleşilere katılma durumu. ..	54
Tablo 4. 2. 15. Gelir getirici bir işte çalışma bağlamında gün içerisinde sahip olunan serbest zaman süresi.....	55

Tablo 4. 2. 16. Anne eğitim durumu bağlamında serbest zamanda sinema-tiyatroya gitme durumu.....	56
Tablo 4. 2. 17. Baba eğitim durumu bağlamında serbest zamanda sinema-tiyatroya gitme durumu.....	57
Tablo 4. 2. 18. Anne eğitim durumu bağlamında serbest zamanlarda kitap-dergi okuma durumu.....	58
Tablo 4. 2. 19. Baba eğitim durumu bağlamında kitap dergi okuma durumu.....	60
Tablo 4. 2. 20. Baba eğitim durumu bağlamında serbest zamanlarda televizyon izleme durumu.....	62
Tablo 4. 2. 21. Cinsiyet bağlamında serbest zaman etkinliklerine katılmama nedeni....	64
Tablo 4. 2. 22. Ailenin ekonomik geliri ile serbest zaman etkinliğine katılmama nedeni karşılaştırması.....	65
Tablo 4. 3. 1. Öğrenim görülen fakülte ile gün içerisinde kullanılan sosyal medya süresi.....	67
Tablo 4. 3. 2. Cinsiyet bağlamında sosyal medya üzerinden arkadaş edinme fikri.....	70
Tablo 4. 3. 3. Cinsiyet bağlamında Youtube kullanma sıklığı.....	70
Tablo 4. 3. 4. Cinsiyet bağlamında Instagram kullanma sıklığı.....	71
Tablo 4. 3. 5. Cinsiyet bağlamında Facebook kullanma sıklığı.....	72
Tablo 4. 3. 6. Cinsiyet bağlamında Twitter kullanma sıklığı.....	73
Tablo 4. 3. 7. Cinsiyet bağlamında Whatsapp kullanma sıklığı.....	74
Tablo 4. 3. 8. Cinsiyet bağlamında Pinterest kullanma sıklığı.....	75
Tablo 4. 3. 9. Cinsiyet bağlamında Snapchat kullanma sıklığı.....	76
Tablo 4. 3. 10. Cinsiyet bağlamında pandemi sürecinde sosyal medyada daha çok vakit geçirme durumu.....	77
Tablo 4. 3. 11. Cinsiyet bağlamında sosyal medya kullanırken hissedilen duygu.....	78
Tablo 4. 4. 1. Günlük sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal medya kullanımının ders notlarını etkileme durumu.....	79
Tablo 4. 4. 2. Günlük sosyal medya süresi ile sosyal medyanın alışkanlık olma durumunun karşılaştırılması.....	81
Tablo 4. 4. 3. Sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medyanın aile ile ilişkiyi olumsuz etkileme durumu karşılaştırması.....	83
Tablo 4. 4. 4. Günlük sosyal medya kullanım süresi ile arkadaşlarla yüz yüze görüşmek yerine sosyal medyada iletişime geçme durumu karşılaştırması.....	85

Tablo 4. 4. 5. Günlük sosyal medya süreleri ile herhangi bir serbest zaman etkinliğine katılmaktansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih etme durumu karşılaştırması.	88
Tablo 4. 5. 1. Günlük sahip olunan serbest zaman süresi ile sosyal medya kullanım süresinin karşılaştırılması.	91
Tablo 4. 5. 2. Günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medyayı serbest zamanları değerlendirmek için kullanma durumunun karşılaştırılması.....	92
Tablo 4. 5. 3. Günlük sahip olunan serbest zaman süresi ile sosyal medyayı serbest zamanları değerlendirmek için kullanma durumunun karşılaştırması.	94



KISALTMALAR

P	p-değeri / Anlamlılık Düzeyi
S	Sayı
Sd	Standart Sapma
SEKAM	Sosyal Ekonomik ve Kültürel Araştırmalar Merkezi
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
SZE	Serbest Zaman Etkinlikleri
TDK	Türk Dil Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
Vb	Ve Benzeri
Vd	Ve Diğerleri
X ²	Ki-kare Değeri

ÖZET

GENÇLERİN SERBEST ZAMANLARINI DEĞERLENDİRMELERİNDE SOSYAL MEDYANIN ETKİSİ: DÜZCE ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Fatma İrem ACAR

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Doç. Dr. Metin Kılıç

Temmuz 2023, 113 sayfa

Bu araştırmanın amacı, üniversiteli gençlerin serbest zamanlarını nasıl değerlendirdiğini öğrenmek ve sosyal medya kullanımlarının, serbest zamanlarını değerlendirmede etkisinin olup olmadığını anlamaktır. Araştırmada, tesadüfi örneklem ile belirlenen 506 üniversite öğrencisine, serbest zamanı değerlendirme durumlarını ve sosyal medya kullanımlarını ölçmek için oluşturulan anket formu uygulanmıştır. Anketlerin cevapları SPSS veri programına girilmiş, çeşitli değişkenler karşılaştırılmış ve Ki-kare analizi yapılarak sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmada, gençlerin çoğunluğunun (%33,7) günde 6 saat ve üzeri serbest zamana sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Üniversiteli gençlerin serbest zamanlarında en çok internette vakit geçirdiği ve müzik dinlediği; genç kadınların daha çok dizi-film izlediği, sinema ve tiyatroya gittiği ve kitap-dergi okuduğu; genç erkeklerin ise daha çok bilgisayar ve telefonda oyun oynadığı, bireysel ya da takım sporları yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Gençler, serbest zaman etkinliklerine katılmamalarının en önemli nedeni olarak buldukları şehirde imkân olmaması ve maddi yetersizlik olduğunu belirtmişlerdir ve bu sonuçlarda gençlerin ailelerinin ekonomik durumlarının da etkisi olduğu gözlenmiştir. Maddi durumu düşük gençler, maddi yetersizlik nedeniyle serbest zaman etkinliklerine katılmazken, maddi durumu yüksek gençler buldukları şehirde imkân olmaması nedeniyle serbest zaman etkinliklerine katılmadıklarını belirtmiştir. Üniversiteli gençlerin çoğunluğu (%39,7) günde 3-4 saat sosyal medya kullandıklarını belirtmiştir. Gençlerin en sık kullandığı ilk üç sosyal medya platformu Whatsapp, Instagram ve Youtube olmuştur. Genç kadınların, genç erkeklere göre çeşitli sosyal medya platformlarını daha sık kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Genç kadınların sosyal medyada arkadaş edinmeyi güvenli bulmadığı, genç erkeklerin ise sosyal medya üzerinden arkadaş edinme fikrine sıcak baktığı gözlenmiştir. Üniversiteli gençler, sosyal medyayı daha çok eğlenmek, rahatlamak ve serbest zamanlarını değerlendirmek için kullandıklarını ve sosyal medyanın kendileri için bir alışkanlık olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmada, üniversiteli gençlerin genel olarak serbest zamanlarının çoğunu sosyal medya platformlarında ve dijital ortamlarda geçirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Üniversiteli gençlik, Serbest zaman, Sosyal medya

ABSTRACT

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON YOUNG PEOPLE'S LEISURE TIME UTILIZATION: THE CASE OF DUZCE UNIVERSITY

Fatma İrem ACAR

Duzce University

Social Sciences Institute, Department of Sociology

Master of Science Thesis

Supervisor: Assoc. Prof. Metin Kılıç

July 2023, 113 pages

The aim of this research is to learn how university students spend their free time and to understand whether their use of social media has an effect on their leisure time. In the research, a questionnaire form was applied to 506 university students determined by random sampling, to measure their leisure time and social media usage. The answers of the questionnaires were entered into the SPSS data program, various variables were compared and the results were obtained by performing chi-square analysis. In the research, it was concluded that the majority of the young people (33.7%) had 6 hours or more free time per day. University students spend most of their free time on the Internet and listen to music; young women mostly watch TV series and movies, go to the cinema and theater and read books and magazines; On the other hand, it was concluded that young men mostly play games on the computer and phone, and do individual or team sports. Young people stated that the most important reason for not participating in leisure activities was the lack of opportunities and financial inadequacy in their city, and it was observed that the economic status of the young people's families also had an effect on these results. Young people with low financial situation did not participate in leisure time activities due to financial inadequacy, while young people with high financial situation stated that they did not participate in leisure activities due to lack of opportunities in their city. Most of the university students (39.7%) stated that they use social media for 3-4 hours a day. The three most frequently used social media platforms by young people are Whatsapp, Instagram and Youtube. It was concluded that young women use various social media platforms more frequently than young men. It has been observed that young women do not find it safe to make friends on social media, while young men are warmly attracted to the idea of making friends on social media. University students stated that they use social media more to have fun, relax and spend their leisure time, and that social media is a habit for them. In the research, it was concluded that university students generally spend most of their leisure time on social media platforms and digital environments.

Keywords: University youth, Leisure time, Social media

1. GİRİŞ

Tarih boyunca sanayi ve teknolojilerdeki gelişmeler, bireylerin günlük hayatlarındaki zaman kullanımlarını da etkilemiştir. Çalışma sürelerinin kısalması, insanların kendilerine ayırabilecekleri daha fazla zamana sahip olmasını sağlamış, böylece serbest zamanları değerlendirme önem kazanmıştır. Serbest zaman, çalışma ve zorunluluklardan arta kalan, kişilerin özgürce kendi istediklerini yapacakları ve sonucunda da sosyal, psikolojik, fiziksel yarar sağlayacakları bir zaman dilimidir.

Günümüzde sürekli değişen ve gelişen teknolojiler, insanların serbest zaman sürelerini arttırmıştır. Özellikle internet teknolojisinde meydana gelen değişim ve dönüşümler, toplumsal ilişkileri de değişikliğe uğratmaktadır. Bu dönüşüm ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler özellikle internet, akıllı telefonlar ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, insanların hayat şekilleri üzerinde sosyal, ekonomik, psikolojik olarak önemli etkiler bıraktığı görülmektedir (Güleryüz vd., 2020: 32).

Hayatımızın merkezine yerleşen iletişim teknolojilerinin ve özellikle akıllı telefonların, her durumda ve her ortamda rahatça internete ve sosyal medyaya girebilme imkânı sağlaması, tüm dünyada insanları kısa sürede etkisi altına almış ve insanlar, diğer insanlarla yüz yüze iletişime geçmek ve sosyalleşmek yerine, bu sanal ortamlardan iletişim kurmaya başlamışlardır. Özellikle internet öncesi dönemlerde arkadaşlarıyla, ailesiyle ve sosyal ilişkilerinde yüz yüze olmayı tercih eden insanlar, internet ile birlikte bu alışkanlıklarını değiştirmiş, zamandan ve mekândan bağımsız, kolay ve ucuz olan yeni medya araçları üzerinden sosyalleşmeye yönelmiştir (Yılmaz & Gönenç, 2022: 98).

Jeffred, Neuendorf ve Atkin'in (2003) yapmış olduğu araştırmaya göre, kişiler zamanının yarıya yakınını medya araçlarında geçirmektedir. Günümüzde insanlara birçok teknolojik imkân sağlayan medya, gençlerin de yetişkinlerin de serbest zamanlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Amerika'da yapılan bir araştırmada,

insanların sosyal medyadan uzak kalmasının, sigara veya alkolü bırakmaya çalışmasından daha zor olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Aktaran: izmecici, 2015: 81).

Yaşanan tüm bu teknolojik gelişmelerin ve iletişim teknolojilerindeki değişimlerin etkisi, serbest zamanların daha çok sosyal medyada geçirilmesi sorununu ortaya çıkarılmıştır. Serbest zamanların olumlu aktiviteler ile değerlendirilmesi, şiddeti ve suçu önlemesi açısından önemlidir ve bu açıdan toplumların geleceği ve huzuru da serbest zamanların iyi değerlendirilmesine bağlıdır. Toplumların geleceğini oluştacak olanın bugünün gençleri olduğunu düşünürsek, gençlerin serbest zamanlarını nasıl değerlendirdiği de büyük önem taşımaktadır. Bu anlamda günümüzde çoğalan sosyal medya kullanımı, özellikle gençlerin serbest zamanlarını değerlendirme biçimlerini de büyük oranda etkilemektedir.

1.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

- Üniversiteli gençlerin serbest zamanlarını değerlendirmesinde sosyal medyanın etkisi ne düzeydedir?
- Üniversiteli gençler günlük ne kadar serbest zamana sahiptir ve bu süreci ne gibi etkinlikler ile değerlendirmektedir?
- Üniversiteli gençler hangi sosyal medya araçlarını ne ölçüde kullanmaktadır ve gün içerisindeki sosyal medya kullanım süreleri ne kadardır?

1.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Serbest zamanların olumlu değerlendirilmesi, suların önlenmesi, bağımlılıkların önüne geçilmesi ve kişiye fiziksel ve ruhsal yarar sağlaması açısından önemlidir. Bu anlamda serbest zamanların olumlu değerlendirilmesinin toplum sağlığına etkisi büyüktür. Toplumların geleceğini, bugünün gençlerinin oluşturacağı düşünüldüğünde, gençlerin serbest zamanlarını nasıl değerlendirdiği sosyolojik açıdan önem taşımaktadır.

Günümüzde sosyal medya araçlarının kullanımının yaygınlaşması, günlük hayatta birçok değişikliğe neden olmakla birlikte gençlerin serbest zamanlarını değerlendirme Őekillerini de etkilemektedir. Bu araştırma, gençlerin serbest zamanlarını nasıl

değerlendirdiklerini ve sosyal medyanın günlük yaşamlarını ne ölçüde etkilediğini anlama açısından önemlidir.

1.3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırma ile 18-25 yaş arası üniversiteli gençlerin serbest zamanlarını ne gibi etkinliklerle değerlendirdiği ve sosyal medyanın serbest zamanları üzerindeki etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Bunun yanı sıra gençlerin gün içinde ne kadar serbest zamana sahip olduklarını ve bu süre içinde ne kadar süreyi sosyal medyada geçirdiklerini belirlemek de amaçlar arasındadır. Ayrıca gençlerin serbest zaman etkinliklerine katılmama nedenlerini öğrenmek, sosyal medya kullanırken ki duygu durumlarını ve sosyal medya kullanımlarının günlük hayatlarına ve ilişkilerine ne gibi etkisinin olduğunu anlamak da alt amaçlardır.

1.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Yapılan araştırmanın temel varsayımlarından biri üniversiteli gençlerin serbest zamanlarının çoğunu sosyal medyada geçirdiğidir. Ayrıca gençlerin serbest zamanlarını sosyal etkinliklere katılmaktan ziyade bireysel, evsel etkinlikler ile değerlendirdikleri varsayılmıştır. Üniversiteli gençlerin birden fazla sosyal medya platformu kullandığı ve sosyal medya kullanımlarının sosyal ilişkilerini olumsuz etkilediği de varsayımlar arasında yer almaktadır.

1.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Çalışma, 2022-23 eğitim-öğretim yılında Düzce Üniversitesinde öğrenim gören 18-25 yaş aralığındaki öğrencilerin düşünce ve değerlendirmelerinin incelenmesiyle sınırlıdır.

1.6. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

H₁: Üniversiteli gençlerin serbest zaman aktivitelerine katılma sıklıkları cinsiyete göre farklılık gösterir.

H₂: Üniversiteli gençler serbest zaman etkinliklerine maddi yetersizlik nedeniyle katılamazlar.

H₃: Sosyal medya üzerinden arkadaş edinme fikri cinsiyete göre farklılık gösterir.

H₄: Farklı sosyal medya platformlarının kullanılmasında cinsiyetler arası fark vardır.

H₅: Pandemi süreci, üniversiteli gençlerin sosyal medyada daha fazla zaman geçirmesine neden olmuştur.

H₆: Üniversiteli gençler, sosyal medya kullanırken kendilerini gergin ve huzursuz hissederler.

H₇: Üniversiteli gençler, sosyal medya kullanmanın onlar için bir alışkanlık olduğunu düşünürler.

H₈: Üniversiteli gençlerin sosyal medya kullanımı ders notlarını etkiler.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. GENÇLİK

2.1.1. Gençliğin Tanımı ve Toplumdaki Konumu

İnsanın ruhsal, bedensel ve sosyal olarak gelişmesinde ve karakterinin oluşmasında hassas bir dönemi içeren gençlik dönemi; psikolojik, sosyolojik ve biyolojik boyutları ile insan yaşamının önemli bir dönemini oluşturur (Bayhan, 2002: 16).

Gençlik, insanlığın başlangıcından beri olan bir kategori olmasına rağmen tarihsel süreç içerisinde modern zamanlara kadar yasal bir kategori olarak kabul görmemiştir. Modern döneme geçiş ile birlikte ilk olarak 19. Yüzyılda gençlik kategorisi kullanılmaya başlanmıştır. Gençlik kavramı için yaş aralığı ve onu tanımlayan psikolojik ve kültürel özellikler zaman ve mekâna göre değişiklik göstermektedir. Bu nedenle de tek bir gençlik tanımından bahsetmek mümkün değildir (Baş, 2017: 258).

Türk Dil Kurumu gençliği, “İnsan hayatının ergenlikle orta yaş arasındaki dönemi” olarak tanımlamaktadır (TDK, 2023).

Millî Eğitim Bakanlığı gençliği, ergenlik dönemi ile birlikte biyolojik olarak çocukluğun sonlanması ve sosyal yaşamda sorumluluk alma dönemi olan çocukluk ve genç yetişkinlik dönemi arasında kalan 12-24 yaş aralığındaki dönem olarak tanımlamaktadır (Aktaran: Kulaksızoğlu, 1990: 134).

Birleşmiş Milletlere göre 15-24 yaş aralığındaki herkes genç olarak kabul edilmektedir. Yine Birleşmiş Milletlerin tanımına göre gençlik, birçok olayın yaşandığı ve bağımlılıktan bağımsızlığa geçişin gerçekleştiği dönemdir. Bu anlamda bireylerin çocukluktan çıkıp yetişkinliğe geçtiği bir dönem olan gençlik hem ülkelerin geleceği için önemli hem de bireylerin kendi geleceği açısından kritik olan bir süreçtir (Aktaran: Kılıç, 2017: 34).

Sosyolojik açıdan gençlik, toplumun temelini oluşturan unsurdur. Toplumsal ilişkilerin yaşandığı ergenlik dönemini (Macionis, 2017: 127) de içerisine alan

gençlik, kişinin kimlik ve hayata bakış açısı kazandığı, insan yaşamının en hassas, heyecan ve değişimlerle dolu olan dönemidir (Okumuş, 2017: 80).

Gençlik tüm toplumlarda her zaman bir değer olarak görülmüştür. Türkiye’de Aile Araştırma Kurumunun yaptığı araştırmada gençlik, toplumların kalkınması ve gelişmesi için temel unsur olarak ifade edilmiştir. Genç kendi geleceği ile ilgili beklentilerini ortaya koyar ve toplum da gençliği, kendi devamının sağlanması açısından geleceği olarak görür. Bu bakımdan gençlik, gencin kendisinin de toplumun beklentisinin de yüksek olduğu bir dönemdir (Aktaran: Baran, 2013: 8).

Gençlik dönemi, özünde biyolojik bir kavram olmasının yanında aynı zamanda toplumsaldır ve toplumu şekillendiren, yönlendiren asıl etmenlerin etkisi altındadır. Toplumsal açıdan gençlik, dünyaya geldiği, olgunlaştığı ve eğitim aldığı sosyal çevreye ait ana özellikleri koruyacak, yaşadığı döneme göre zenginleştirip geliştirecek ve kendinden sonraki nesillere aktaracak olandır. Toplum içinde gençlik, bir toplumun içerisinde yaşayan insanların şimdisi ile gelecek zamanları arasında köprü vazifesi görür. Bu anlamda gençliğin, toplumun devamlılığının sağlanmasında önemli bir rolü bulunmaktadır (Bayhan, 2002: 17-18).

Ülkenin ve toplumun geleceği, sosyal bir kategori olan gençlik ile ilgilidir. Dolayısıyla geleceğin toplumsal nicelik ve niteliğinin belirlenmesi ve ülke açısından bu geleceğin planlanması, gençliğin özelliklerini bilmek ile mümkündür (SEKAM, 2016: 3). 2022 TÜİK verilerine göre Türkiye’nin 85 milyon 279 bin 553 kişiden oluşan toplam nüfusunun, 12 milyon 949 bin 817’sini 15-24 yaş aralığındaki genç nüfus oluşturmaktadır (TÜİK, 2023). Bu da Türkiye nüfusunun %15,2’sine tekabül ederek 2021 dünya genç nüfus ortalamasının (%15,4) hemen altında yer almaktadır (TÜİK, 2023). Bu anlamda nüfusunun önemli bir bölümü gençlerden oluşan Türk toplumu için gençlik, önemli bir araştırma alanını oluşturmaktadır (SEKAM, 2016: 3).

2.1.2. Günümüz Dünyasında Gençlik ve Sorunları

Gençlik döneminin, gence getirdiği fiziksel ve psikolojik değişimlerle ortaya çıkan sorunların yanı sıra; bulunduğu toplumun sosyal, politik ve ekonomik problemleri de gencin eğitimi, harçlığı, eğlencesi, sportif aktiviteleri gibi pek çok alana yansımaktadır ve genç kendisini sorunlar içerisinde bulabilmektedir (Baran, 2013: 11).

2022 TÜİK gençlerin yaşam memnuniyeti araştırması sonuçlarına göre; kendini mutlu hissettiğini belirten gençlerin oranı %49,9'dur. Gençlerin %36,4'ü kendini orta derece mutlu hissettiğini ve %15,7'si ise kendini mutsuz hissettiğini belirtmiştir (TÜİK, 2023). Günümüzde gençler, eskiye göre daha çok olanağa sahip olmasına rağmen, mutlu olmakta zorlanmakta, takdir ve tatmin hislerinin doyurulması konusunda yeterli destek bulamamaktadır. Zamanla artan bu tatminsizlik hissi, genç için kendinden önceki kuşağın dünyası, dar ve kabul edilemez gözükmekte dolayısıyla da bu durum, gencin kültürel değerlerden uzaklaşmasına sebebiyet vermektedir. Günümüzde gençlerdeki “sosyal yalnızlık” sendromu ve yaşamdan zevk alamama durumu, gençlerde sigara, alkol ve madde bağımlılığının artmasına neden olmaktadır (Çınar, 2019: 166).

SEKAM'ın 2016'da yaptığı Gençlik Araştırmaları Raporunda gençler için en önemli sorunlar; eğitim, ahlâkî yozlaşma, meslek edinme, iş bulamama, aile tarafından anlaşılammamak ve madde kullanımı olarak belirtilmektedir (SEKAM, 2016: 143). SEKAM'ın 2013 yılı araştırmasına göre de gençlik sorunları; “alkol, sigara, kumar, uyuşturucu madde kullanımında artış ve bunları meşru görmek; şiddete eğilim, bilgisayar ve internet bağımlılığı, iletişim kopukluğu ve sosyal bağımlılık, dayanışma ruhunun yitirilmesi, gelecek korkusu ve ülkeyi terk etme isteği, anlık yaşama, geleceğe yönelik herhangi bir plan yapmama, sınırsız tüketici özelliği gösterme, marka ve gösteriş merakı, din anlayışında zedelenme, sekülerleşme ve özgüven kaybı” şeklindedir. Ayrıca uyuşturucu madde kullanımının artması şiddete yönelimi artırmış, kuşaklar arası problemleri ve ruhsal sorunları ardından getirmiştir (Aktaran: Aslan & Kaysadu, 2018: 22).

Her çağın özelliklerinin farklı olması nedeniyle eski kuşakların, genç kuşağın içerisinde yaşadığı ortamı anlamadan gençleri sorgulamaları ve genç bireylerin de belli kurallara uymama durumları kuşak çatışmasına sebep olmaktadır. Gençlerin aileleri ile olan çatışmaları genellikle denetim özellikleri, çeşitli değerler, arkadaş ve sosyal etkinlik seçimleri, parasal konular ve bu konularda eleştiriler üzerine yoğunlaşır. Ailenin gencin bağımsızlığına izin vermemesi genci aileden daha çok koparmakta ve genç daha çok akran grupları ile yakınlaşarak olumsuz davranışlar sergileyebilmektedir. Genç bu dönemde daha çok kendi düşüncelerine de yakın olan akran grubunun değer yargılarını benimser ve sonucunda ailenin değer yargıları ile kısmen de olsa ters düşebilmektedir.

Bunun sonucunda da hem ebeveynler için hem de genç için sıkıntılı bir durum olan kuşak çatışması yaşanmaktadır (Kurttaş, 2017: 523).

Göksel, Türk toplumunda gençliğin karşı karşıya kaldığı yaygın sorunlardan bahsederken günümüzde de yaygın olarak görülmekte olan “kültür krizi” sorununa değinmiş ve kültür krizinin belirtilerini şu şekilde ifade etmiştir:

- Dil karmaşası ve iletişim yetersizliği;
- Değer karmaşası ve bu karmaşanın getirdiği ahlak krizinin suç istatistiklerinde, boşanmalarda ve alkol kullanımında artışa sebep olması;
- Kitle iletişim araçlarında sunulan hayatların, ideal hayat beklentisini çarpıklaştırması;
- Tüm değerlerin arasında paranın en başa geçmesi ve kolay yoldan zenginleşmenin temel amaç haline gelmesi;
- İnsanların birbirlerine ilgisinin azalması, toplumsal dayanışma ve bağlılığın yok olmaya başlamasıdır.

Kültür krizinin temelinde “kültür gecikmesi” bulunmaktadır. Kültür gecikmesi, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde daha yoğun olarak yaşanmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler; ekonomik gelişme, endüstrileşme, kentlere göç, kötü kentleşme, hızlı nüfus artışı, ekonomik kriz, geçim sıkıntısı, gelirlerin dengesiz dağılımı, işsizlik gibi sorunların yanında; gelişmiş ülkelerdeki olumsuzlukların gelişmekte olan ülkelere yansımaları, toplumların manevi ve ahlâkî değer yargılarının yozlaşmasına sebep olmaktadır. Ayrıca gencin evde öğrendiği değerler ile toplumda geçerli olan değerlerin çelişmesi ile gençte güvensizlik, anlamsızlık ve kuralsızlık ile ailesine, çevresine ve yaşadığı topluma yabancılaşma görülebilmektedir (Aktaran: Bayhan, 2002: 31-32-33).

Türkiye’de gençliğin önemli sorunlarından biri de işsizlik ve istihdam sorunudur. 2022 TÜİK verilerine göre gençlerde işsizlik oranı %19,4’tür. Ne istihdamda ne de eğitimde olan gençlerin oranı %24,2’dir (TÜİK, 2023). Türkiye ve benzer ülkelerde gençlerin işsizlik sorununun sebepleri; “tarıma dayalı ekonomiden sanayi ve hizmet sektörlerine geçiş, vasıf uyumsuzluğu, eğitim seviyesi, gençlere yönelik istihdam politikalarının yetersizliği, genç nüfusun yoğunluğu, ücret pazarlıkları, asgari ücret uygulaması” şeklinde ifade edilebilir (SEKAM, 2016: 203).

İşsizlik, yabancılaşma ve üniversite eğitimi ile doğrudan ilişkilidir. Meslek edinmede üniversite eğitiminin çoğunlukla tek alternatif olarak görülmesi durumu, üniversite bölümlerinin seçiminde planlama eksikliği ve bundan dolayı ortaya çıkan işsizlik sorunu; üniversite eğitimi, işsizlik ve sonucunda yabancılaşma şeklinde bir kısır döngü oluşturmaktadır. Bu durum günümüzde gençliğin temel sorunlarından biridir. Üniversiteden mezun olan genç bağımsız olduğu düşüncesiyle kendisine yetişkin vasfı verilmesini ve toplumda söz sahibi olmayı beklemektedir. Fakat istediği konuma erişemeyen genç birey, “Bu yaşta hala baba parası yiyor.” baskısı ile ruhsal bir çöküş yaşamaktadır. Sonucunda da genç, yaşadığı toplumla bütünleşmede aksaklık yaşamakta bu da gencin yabancılaşmasına sebep olmaktadır (Kurttaş, 2017: 530).

Psikolojik problemler de gençlerin yaşadığı önemli sorunlardan biridir. Anomi, stres, iletişimsizlik ve yalnızlık ile ortaya çıkabilecek sosyal patolojik problem “depresyon ve şiddet” olabilmektedir. Gençlerin şiddete olan eğilimlerinin belirleyici unsurları cinsiyet, eğitim seviyesi, ekonomik durum ve yaşanılan bölgedir. Gençlik şiddetinin tanımı; “bir kişi, grup ya da topluma karşı kasıtlı ve fiili olarak fiziksel güç kullanımının; yoksunluk, gelişim bozukluğu, psikolojik tahribat, sakatlık ve ölüm gibi sonuçlar doğurması” şeklindedir. Ayrıca medyanın artan gücünün meydana getirdiği bir şiddet türü olarak elektronik şiddet de gençler üzerinde olumsuz etkiler bırakmaktadır (Baş, 2017: 275-276).

Günümüz gençliği zamanının çoğunu dijital ya da sanal dünyada geçirmektedir. Genç birey, sanal toplumsal dünyada çok farklı etkileşimlerde bulunmakta, gerçek sosyal dünyadaki etkileşimlerinden kopabilmekte ve sanal gerçekliklerle yaşayabilmektedir. Genç birey, gerçek yaşamında kullanmadığı dili internet ortamında, sanal ilişkilerde ve konuşmalarda kullanabilmekte, gerçek dünyada sınırlandığı ve toplumsal kurallardan dolayı yapamadıklarını sanal evrende kolaylıkla ve özgürce yapabilmektedir. Bu durum, gençliğin hayata bakış açısında, aile ve sosyal ilişkilerinde, toplumsal kurallara olan yaklaşımlarında, sevgi ve saygı anlayışlarında ciddi değişimler ve gerilimler meydana getirmektedir (Okumuş, 2017: 92). Vakitlerinin çoğunu, internet ve sosyal medyada geçiren ve çeşitli şiddet, saldırganlık, çete davranışları, madde kullanımını teşvik eden görsellere maruz kalan gençler arasında; intihar, saldırganlık ve kavga, taciz ve tehdit, şiddet ve madde kullanımı gibi kötü alışkanlıklar görülebilmektedir (Armağan & Dirik, 2011: 273).

2.1.3. Türkiye’de Üniversite Gençliği ve Gençlerde Serbest Zaman Değerlendirme

Üniversite gençliği; 18-24 yaş aralığından oluşan, formal eğitim ve öğretimin son evresinde öğrenim görüyor olan, sorgulayan, araştıran ve bilimsel düşünebilen, kendine özgü bir gençlik alt kültürü oluşturan, toplumun en duyarlı ve dinamik olan gençlik kesimidir. Bu anlamda, üniversite gençliğinin kaliteli, iyi ve sağlıklı yetişmesi, toplumların sağlığı ve devamı için önemlidir (Bayhan, 2002: 40-41).

Üniversite gençliği, gençlik kesimi içerisinde yaş ve gelişim özellikleri açısından değişime daha açıktır. Bu yönüyle sosyoekonomik ve kültürel bakımdan toplumun en seçkin kitlesini oluşturmaktadır (Yeşilyaprak, 2015: 33).

Üniversiteli gençler ders ve zorunlu ihtiyaçlarından arta kalan zamanlarında psikolojik olarak rahatlamak, sosyalleşmek, kültürlenmek ve bilgilenmek, sağlıklı ve sportif kalabilmek amacıyla serbest zaman etkinliklerinden (rekreasyon) yararlanmalıdırlar. Bu sayede sosyokültürel ve profesyonel hayatlarında başarı elde etmeleri kolaylaşacaktır (Serçek & Serçek, 2015: 2).

SEKAM’ın 2016 gençlik araştırmasına göre; gençlerin %46,2’si günde 3-4 saat serbest zamana sahip olduklarını, %9,1’i ise hiç serbest zamana sahip olmadıklarını; gençlerin %23,8’inin serbest zamanlarını daha çok aile ile birlikte olarak, %18,4’ünün ise arkadaşlarıyla sohbet ederek değerlendirdiklerini belirtmişlerdir (SEKAM, 2016: 501-502).

Serçek & Serçek (2015)’in 2014-15 yılları arasında 550 üniversiteli genç ile yaptıkları araştırmaya göre; gençlerin %44,6’sı günlük 3-4 saat serbest zamana sahip olduğunu ve %50,9’u haftada 6-10 saat rekreasyon etkinliğine katıldığını belirtmiştir. Üniversiteli gençlerin %51,7’si sağlıklı yaşam için, %28,3’ü kültürel paylaşımda bulanabilmek için, %10,7’si kişisel gelişim için, %9,3’ü ise kariyer amacıyla serbest zaman etkinliklerine katıldığını ifade etmişlerdir (Serçek & Serçek, 2015: 11-12).

Genç, kişiliğini sosyalleşme sürecinde kazanmaktadır. Genç bireylerin sosyalleşmeleri; aile, arkadaşlık ve çevre ile ilişkileri, medya araçları, sanat, kültür, spor, müzik uğraşları vb. gibi birçok sosyal etkinlik ile ilişkili olarak gerçekleşmektedir. Bu anlamda serbest

zaman etkinlikleri gençlere, bir araya gelebilme ve bir gruba ait olma imkânı sunmaktadır (Büküşoğlu & Bayturan, 2005: 174).

Serbest zamanlarında dinlenen ve eğlenen genç, hayatla bağlarını güçlendirmekte ve sağlıklı bir kişilik geliştirmekte, psikolojik olarak dengeli, güvenli ve mutlu bir insan olmaktadır (Tezcan, 1997: 133).

2.2. SERBEST ZAMAN

2.2.1. Zaman ve Zaman Kullanımı

Toplumsal bir kurum olan zaman, son derece karmaşık bir olgu olmasının yanında insan için merkezi bir öneme sahiptir ve özellikle günümüz toplumlarının en büyük sorunlarından biridir (Okumuş, 2013: 12-14). Sosyal yaşamın içinde zaman, gündelik hayatı düzenleyen bir kavramdır ve insani gerçekliğin vazgeçilmez bir olgusu olarak hayatımızın her boyutuna karışmaktadır (Taşçı & Ekiz, 2018: 225; Okumuş, 2013: 13).

Türk Dil Kurumu zamanı, “Bir işin, bir oluşun içinde geçtiği, geçeceği veya geçmekte olduğu süre. Bir sürenin belirli bir parçası. Bir işe ayrılmış ya da bir iş için ayrılmış saatler” şeklinde tanımlamıştır (TDK, 2022).

Tüm insanların eşit olarak sahip olduğu zaman, duyu organlarıyla algılanabilen, doğada var olan, ölçülebilen bir kavramdır. Kişilerin kontrolünde değildir ve sabit bir şekilde akıp giden bir süreçtir (Gürbüz, 2012: 3). Bu anlamda zaman, tasarruf edilemeyen, satın veya ödünç alınamayan, depolanamayan, sadece kullanılan ve kaybedilen bir varlıktır (Karaküçük, 1999: 8-9).

Zaman, insan yaşamında, yerine göre kısa veya uzun süren, tekrarı olmayan, başlangıcı ve sonu belli olan, saatle de ölçülebilen bir bölümdür (Hacıoğlu, Gökdeniz, & Dinç, 2009: 15).

Zaman kullanımına göre 3 bölümde incelenir. 1. Çalışma zamanı, 2. Biyolojik ihtiyaçların karşılanması ile ilgili olan çalışma dışı zaman ve 3. Eğlenme, spor, oyun gibi etkinlikler için ayrılan serbest zaman (Karaküçük, 1999: 13).

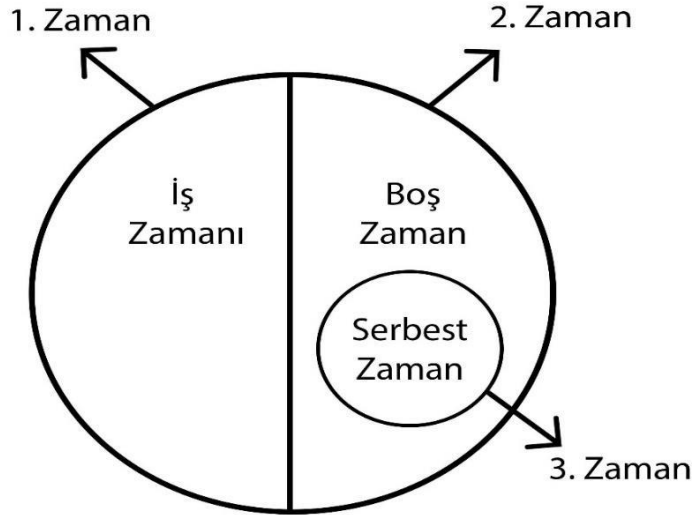
Çalışma zamanı, gelir elde etmek için çalışılan işte geçirilen zamandır. İşe gidip gelirken harcanan zaman ve iş sırasında verilen molalar da çalışma zamanı içerisinde değerlendirilmektedir (Hacıoğlu, Gökdeniz, & Dinç, 2009: 16).

Çalışma dışı zaman, var olma için gerekli olan biyolojik ihtiyaçların giderildiği zamandır. Beslenme, temizlik, uyuma gibi temel ihtiyaçlar, çalışma dışı zamanda gerçekleştirilir (Tezcan, 1977: 1).

Serbest zaman ise fizyolojik ihtiyaçlarımızın, zorunluluklarımızın ve çalışma zamanının dışında kalan, kendi istek ve seçimize bağlı olan, bize yarar sağlayan zamandır (Öztürk, 2019: 18).

2.2.2. Serbest Zaman ve Boş zaman Kavramı

Günümüzde kurumsal bir yapı kazanmış olan serbest zaman, çalışma zamanının dışında kalan boş zamanın içerisinde yer alır ve insanın kendisini yenilemesine olanak sağlayan “değerli zaman” olarak ifade edilir. Serbest zaman, boş zamandan farklı olarak boş zamanın içerisinde yer alan üçüncü bir zamandır (Kılıç, 2020: 2).



Şekil 2.2.2. 1. Modern Toplumda Zaman Ayrımı (Kılıç, 2020: 2)

Türkçede serbest zaman yerine kullanılan boş zaman, İngilizcede “free time” sözcüğü ile; serbest zaman ise “leisure” sözcüğü ile ifade edilmektedir. Boş zaman (free time), çalışma zamanı dışında kalan, bireyin uyuma, beslenme gibi ihtiyaçlarını karşıladığı,

toplumsal ve ailevi sorumluluklarını yerine getirdiği, serbest zamanı da içerisine alan zamandır (Yazgan, 2019: 321). Serbest zaman (leisure) ise çalışma ve zorunluluklardan arta kalan, eğlenme, rahatlama, bilgilenme, sosyalleşme gibi amaçları olan özgür bir zamandır (Tekin, 2009: 21). Kişi serbest zamanda herhangi bir zorlama olmadan, tatmin edici ve doyurucu bir deneyim elde etmeyi amaçlar (Stebbins, 2016: 19). Bu anlamda boş zaman bir rutini içerirken; serbest zaman ise kişiyi sıradanlıktan kurtaran, kişilik gelişimine ve hayat kalitesini artırmasına katkı sağlayan, boş zamandan daha sınırlı ve değerli bir zamandır (Kılıç, 2020: 2-3).

Garzia serbest zaman ile boş zaman arasındaki farkı, “her insanın free time (boş zaman)’ı olabilir ancak leisure time (serbest zaman)’ı olmayabilir” şeklinde ifade etmiştir (Aktaran: Karaküçük, 1999: 30).

Aristoteles serbest zamanı “özgür zaman” olarak ifade etmiştir. Serbest zaman etkinliklerini, insanlara maddi yönden lüzumlu veya faydalı etkinlikler olarak değil de kişilerin kendi iradeleriyle seçtiği etkinlikler olduğunu belirtmiştir. Birçok düşünür Aristoteles ile aynı düşünmekte, serbest zaman etkinlikleri kişilere mutluluk ve haz verdiği için bu etkinlikleri diğer etkinliklerden ayırmaktadırlar (Aktaran: Aydoğan, 2000: 21).

Marx ise serbest zamanla ilgili olarak, herkesin çalışma dışında; sanat, bilim vb gibi alanlarda kendini geliştirebileceği, yeteneklerini keşfedebileceği bir zamana sahip olması gerektiğini belirtmiştir (Akt. Yazgan, 2019, s. 330).

Özetle serbest zaman, işin ve yaşamsal zorunlulukların dışında kalan, kişinin yapmak istediklerini özgürce yapabildiği, kendini geliştirebilme fırsatı bulduğu ve sonucunda kişisel doyum sağlayabildiği zamandır (Öztürk, 2019: 18).

2.2.3. Geçmişten Günümüze Serbest Zaman

Serbest zaman, insanlık tarihinin başlangıcından beri var olan eski bir kavramdır. İlk çağlarda, iş zamanı daha çok hayatı idame ettirmeyle ilgiliyken; serbest zaman ise temel ihtiyaçlardan arta kalan kısa bir süreden oluşuyordu. Avlanma, yiyecek toplama, balık tutma gibi faaliyetler bu çağlarda insanların zamanlarının çoğunu kaplasa da oyun, dans, müzik ve dinlenme gibi etkinlikler için de belli bir zaman dilimine sahip oldukları kesindir (Stebbins, 2016: 32).

İlkel çağlarda çalışma zamanı ve serbest zaman arasında belli bir ayrım yoktur. Bu çağda iş törensel bir nitelik taşımaktadır. Avcılık, yiyecek toplama ve benzeri işler; dans, ziyafet ve dua gibi törenler eşliğinde yapılmıştır (Tezcan, 1977: 13). Tarımın gelişmesi ile yöneten-yönetilen sınıfları oluşmuştur. Yönetenler yani seçkin sınıf, sosyal saygınlığa, siyasi mevkiye ve serbest zamana sahip olmuşlardır. Roma dönemine kadar olan dönemdeki bazı uygarlıklarda (Mısır ve Babil), sadece soylulara, askeri ve dini liderlere özgü olan; at yarışı, güreş, boks, okçuluk, dans, müzik ve avlanma gibi serbest zaman etkinliklerine rastlanmaktadır (Tekin, 2009: 22).

Antik Yunan'da serbest zaman, hakikat, iyilik, güzellik ve bilgi ile ilgili bir zamandır. Sadece çalışmak mecburiyetinde olmayan aristokrat sınıf serbest zamana sahiptir (Ümit, 2019: 66). Çalışmak zorunda olan köleler, serbest zamana sahip olamazlardı. Siyasi yaşama katılma, çözüm üretme ve düşünme işini özgürce yapan efendiler ise, serbest zamanın tek sahibiydiler (Yazgan, 2019: 325).

Antik Yunan filozofları genellikle çalışmayı, kölelere has alçaltıcı bir iş olarak görmüşlerdir. Özgür vatandaşlar, kölelerin çalışması ile serbest zamana sahip olmuşlar ve bu serbest zamanı, kendilerini geliştirerek, siyasete katılarak ve felsefe yaparak değerlendirmişlerdir (Aydoğan, 2000: 40).

Platon için serbest zaman, düşünmek için, felsefe yapmak için, kendini geliştirme ve mutluluk için gereken zamandır. Aristo için de benzer şekilde, ruhsal ve entelektüel aydınlanma için gerekli olan, iş zorunluluğundan uzak olan zamandır (Aktaran: Tekin, 2009: 24).

Hristiyan din öğretilerinin güçlendiği Orta Çağ'da çalışma yüceltilmiştir. Bu çağda serbest zaman, aylıklık olarak görülmüş ve ruhun en büyük düşmanı olarak nitelendirilmiştir. "Bu sebeple insanlar sürekli çalışmalı, iş görmeli, meşgul olmalı ve kutsal metinler okumalıdır." (Yazgan, 2019: 327).

Rönesans döneminde, iş ve serbest zaman arasındaki dengeler değişmiştir. Rönesans ile birlikte sanat ve el sanatlarındaki başarılar önem kazanmıştır. Bu dönemdeki statü farkları da sanat üzerinden gelişmiştir. Sanatçılar, zanaatkârlar ve bilim insanları, vasıfsız işçilerden rütbece üstün görülmüştür. Serbest zaman ise sanatçılar, zanaatkâr ve

bilim insanlarından oluşan elit kesimin, işçi sınıfına olan üstünlüğünü ortaya koymuştur (Stebbins, 2016: 36).

Sanayi devrimi ile birlikte çalışma, önceki dönemlerden daha farklı bir anlam kazanmıştır. Önceki çağlarda insan, dış baskılar ile çalışmaktayken; sanayi devrimi ile birlikte kendi içsel yönelimi ile çalışmaya başlamıştır (Yazgan, 2019: 328). Çalışma, serbest zamana sahip olabilmek için bir amaç haline gelmiştir (Ümit, 2019: 77).

Sanayileşme ile çalışma saatleri artmış, kadın, çocuk ve yaşlılar zor şartlarda çalışmaya zorlanmış ve sömürü artmıştır. Bütün bunlar, işçi hareketini ortaya çıkarmıştır. İşçilerin uzun mücadeleleri sonucunda da çalışma saatlerinde azaltılmaya gidilmiştir. Çalışma saatlerinin azaltılması, işten artık bir zamanın oluşmasına yol açmış ve böylece serbest zaman kavramı tarihsel olarak net bir anlam kazanmıştır (Aytaç, 2002: 237).

20. Yüzyılda, serbest zamanın eğlenmek için kullanımı ön plana çıkmıştır. Birinci Dünya Savaşından sonra spor karşılaşmaları yapılmış, sinema yaygınlık kazanmıştır. Sonrasında da radyo ve televizyon tarih sahnesine çıkmıştır (Tekin, 2009: 30).

Modernleşme öncesi çağlarda insanlar serbest zamanlarını kamusal alanlardaki biraradalık etkinlikleriyle eğlenerek geçirirken; modern dönemde kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması ve yaygınlaşması ile serbest zaman kullanımı farklı bir anlam kazanmıştır. Önceden sadece dışarıda olan eğlence, artık evlerde de kolaylıkla elde edilir hale gelmiştir (Ümit, 2019: 77).

Postmodern dönemin yaşandığı günümüze gelindiğinde, yeni medya teknolojileri ortaya çıkmış ve bu teknolojiler evlere ve hatta ceplere kadar girmiştir. Yeni medya teknolojilerinin kullanımının yaygınlaşması ile birlikte özel alan ve kamusal alan birbirine girmiştir. Artık insanlar evlerinde otururken başka insanlarla iletişime geçebiliyor ve alışveriş yapabiliyor haldedir. İnsanlar eğlenceyi ve kültürü, yeni medya teknolojileri ile tüketir hale gelmiştir (Ümit, 2019: 85).

Yeni medya teknolojilerinin yaygınlaşması ile birlikte sosyalleşmek, artık serbest zamanın bir ürünü olarak görülmeye başlamıştır. İnsanlar, toplumdan dışlanmamak veya sosyalleşmek için serbest zaman etkinliklerini yapmaya kendilerini zorlamaktadır. “Çünkü birey, kendini gerçekleştirmek için başkalarının onayına ve yardımına ihtiyaç duymaktadır.” (Özçolak & Tayanç, 2014: 340).

Günümüzde serbest zaman, insanların hayatlarını başkalarına göstermek için tükettiği bir zaman haline gelmiştir. İnsanlar günlük hayatlarından ve buldukları yerlerden, fotoğraf ve videolarını paylaşarak, “izlenme, beğenilme, takip edilme” gibi haz duygularını karşılamaya çalışmaktadır (Çizmeci, 2015: 91-92). Bu da insanların serbest zamanlarını hep aynı şeyleri yaparak değerlendirmesine neden olmaktadır. İnsanlar, herkesin gittiği benzer mekânlarda bulunmak, herkesin okuduğu kitapları okumak, herkesin izlediği filmleri izlemek, herkesin dinlediği müziği dinlemek, kitlelerin tercih ettiği markaları, imajları tüketmeye çalışmaktadır (Aytaç, 2002: 245).

2.2.4. Serbest Zamanın Yararları

Serbest zaman doğru değerlendirildiğinde kişiye, dinlenmek, eğlenmek, kendini geliştirmek, yaratıcılık, sosyalleşmek, olgunlaşmak, düşüncesini ve bilgisini genişletmek ve böylece kendini bulabilme olanağı sağlar. Serbest zaman kötü değerlendirildiğinde ise; kişilerde, zararlı alışkanlıklar, tembellik, dikkatsizlik, başıbozukluk, bıkkınlık, bencillik, düşünce ve duygu darlığı, öfke hali gibi kötü davranışların ortaya çıkmasına neden olur (Karaküçük, 1999: 52).

Serbest zamanların olumlu kullanımı, kişisel ve sosyal gelişime katkı sağlarken, olumsuz kullanımı şiddet, bunalım, sapma gibi toplumsal sorunlara neden olabilir. Bu anlamda serbest zamanların olumlu değerlendirilmesi, zararlı alışkanlıkların önüne geçilmek ya da varsa bu alışkanlıklardan kurtulmak ve şiddeti azaltmak açısından faydalıdır (Kılıç, 2017: 77).

Serbest zaman, spor, sanat, turizm vb. etkinlikler ile kişinin kendini geliştirebilmesi, kişiyi mutlu etmesi ve yeni hayat şekillerine zemin hazırlaması, toplumun insanlara yüklediği geleneksel rollerden arındırması açısından önemlidir. Serbest zamanın iyi değerlendirilmesinin kişinin kendisine olduğu kadar topluma da sosyal, kültürel ve ekonomik yararları bulunmaktadır (Karaküçük, 1999: 54).

Tezcan (1977), serbest zaman etkinliklerinin yararlarını etkinlik çeşidine göre değerlendirmiştir. Spor etkinliklerinin, fiziksel, zihinsel, toplumsal etkenlerin birleşmesi ile birlikte bireylerin sağlıklı kişilik gelişimine katkı sağladığını; ayrıca sporun kişilere, dürüstlük, hoşgörü, anlayış gibi olumlu duygular kazanmasında rol oynadığını ve bütün bunların yanın da saldırganlık eğiliminin doyurulması, gerginliğin azaltılması ve zararlı

etkinliklerden uzak kalınması açısından kişilere faydalar sağladığını belirtmiştir. Tiyatro, edebiyat, resim, dans ve müzik gibi sanat etkinliklerinin kişilere, eğlenme, dinlenme, estetik zevk, rahatlama, kültürel kazanım gibi faydaları olduğunu da ortaya koymuştur (Tezcan, 1977: 101-104).

Serbest zaman etkinlikleri, insanların toplumsal, psikolojik ve fiziksel olarak daha iyi bir hayat yaşayabilmeleri için önemlidir (Sağiroğlu, Saç, Sağiroğlu, Dokuzoğlu, & Özmaden, 2022: 473). Bu anlamda serbest zamanın yararları üç bölümde incelenebilir:

2.2.4.1. Fiziksel Yararlar

Teknolojik gelişmeler ve makineleşmenin artmasıyla birlikte, insanların hareketliliği ve enerji tüketimleri azalmıştır. Bundan dolayı fiziksel serbest zaman etkinliklerine (rekreasyon etkinliklerine) katılmak, hareketsizlikten dolayı ortaya çıkan birçok fizyolojik hastalığın da önüne geçmek açısından önemlidir (Sevil, 2012: 14).

Fiziksel etkinliklere katılmak bireylere zinde ve sağlıklı kalabilme, fazla kilolardan kaçınma açısından yarar sağlamaktadır (Siyahtaş & Donuk, 2021: 3). Ayrıca spor gibi fiziksel etkinliklerin, kişinin motor gelişimine yararı vardır. Kişinin kas ve sinir sistemi, bedeninin fizyolojik ve metabolik gelişimi spor gibi hareketli serbest zaman etkinlikleri ile sağlanmaktadır (Tezcan, 1977: 101).

2.2.4.2. Psikolojik Yararlar

Günümüzde çalışma ve okul hayatındaki problemler ya da aile içi sorunlar ve stres, kişilerin ruh sağlığını olumsuz etkilemektedir. İnsanlar, bu sorunlardan ve stresten uzaklaşmak ve rahatlamak için serbest zaman etkinliklerine katılmaktadır (Sevil, 2012: 14). Böylece serbest zamanın doğru değerlendirilmesi ile kişiler, birçok sağlık problemlerinden korunurken aynı zamanda stres, depresyon, yalnızlaşma, yabancılaşma duygularından da uzaklaşma fırsatı bulurlar (Arslan, 2018: 103).

Serbest zaman etkinliklerine katılmak kişiye özgürlük hissi, eğlence, entelektüel gelişim, özgüven ve başarı kazanımları, stresten uzaklaşabilme, rahatlama gibi psikolojik yararlar sağlar (Sönmezoğlu, Polat, & Aycan, 2014: 220). Ayrıca kişinin kendini tanıma ve kimlik tanımlamasına yardım eder, ruhsal gerginliğini ve suça yönelimini azaltır, kişinin karakter gelişimine katkı sağlar ve kişiye yaratıcılık katar.

Bütün bunların yanında çalışma hayatında da iş veriminin artmasını sağlamak gibi yararları da bulunmaktadır (Sevil, 2012: 7).

2.2.4.3. Toplumsal yararlar

Günden güne gelişen teknoloji ile birlikte kişilerin refah düzeyi artmakta ve bu da insanların yalnızlaşmasına, içe kapanmasına sebebiyet vermektedir. Diğer yandan ortaya çıkan ekonomik sıkıntılar, insanların daha çok birbirinden uzaklaşmasına neden olmaktadır. Bu anlamda serbest zaman etkinlikleri, insanların toplumsallaşmasında önemli bir rol oynamaktadır (Sevil, 2012: 14).

Bireyler katıldıkları sosyal etkinlikler ile başka insanlarla etkileşime geçmekte ve böylece yeni arkadaşlıklar ve ilişkiler kurmaktadır. Bireylerin sosyalleşmesi ile aidiyet duygusunun gelişmesi, sosyal etkileşimlerde cesaretlenmesi ve yalnızlık duygusunun azaltılmasında serbest zaman etkinlikleri önem taşımaktadır (Siyataş & Donuk, 2021: 2-3).

Serbest zaman etkinlikleri toplumun kültürel gelişimine de yarar sağlar (Sağiroğlu, Saç, Sağiroğlu, Dokuzoğlu, & Özmaden, 2022: 473). Toplumsal sorunlara değinen sanat etkinlikleri insanları düşünmeye yöneltir ve toplumun çağdaş bir seviyeye gelmesine katkı sağlar (Tezcan, 1977: 104). Bu yönüyle serbest zaman etkinlikleri, toplumsal hayat için önemlidir (Sağiroğlu, Saç, Sağiroğlu, Dokuzoğlu, & Özmaden, 2022: 473).

2.2.4. Rekreasyon Kavramı ve Özellikleri

Rekreasyon, Latince “recreatio” kelimesinden türemiştir ve yenileyen, iyileştiren anlamlarına gelmektedir. En basit ve kısa tanımıyla rekreasyon, serbest zamanlarda yapılan yararlı etkinliklerdir. Serbest zaman, zamanı ifade ederken; rekreasyon ise etkinliği ifade etmektedir (Tekin, 2009: 52-53).

Türk Dil Kurumu rekreasyonu, “insanların boş zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak katıldıkları etkinlikler” şeklinde tanımlamıştır (TDK, 2023).

Bireyler, serbest zamanlarında; dinlenmek, gezip-görmek, uzaklaşmak, hava almak gibi çeşitli amaçlarla, ev içi ya da ev dışında farklı mekânlarda çeşitli etkinliklere katılırlar. Rekreasyon kavramı, bireylerin serbest zamanlarında katıldıkları bu etkinlikleri ifade eder (Karaküçük, 1999: 55-56).

Rekreasyon ile insan, iş stresinden ve diğer hayati sorumluluklardan olumsuz etkilenen ruh ve beden sağlığını tekrar kazanmayı hedefler. Bu anlamda rekreasyon etkinlikleri ile insanların, mutluluk, özgürlük, fiziksel ve sosyal güç, geniş düşünme yetisi, yaratıcılık kazanması gerektiği kanaatine ulaşılmaktadır (Hacıoğlu, Gökdeniz, & Dinç, 2009: 30).

Rekreasyonu aile ve eğitim gibi bir kurum olarak ele alan Kılbaş'a göre rekreasyon, bireylerin eğitilmesi ve davranışların biçimlenmesinde önemli bir role sahiptir. Currel ise büyük toplumsal sorunların aşılması ve insanların daha sağlıklı bir ruh haline sahip olabilmesi için rekreasyon hizmetlerinin çoğaltılması gerektiğine dikkat çekmiştir (Aktaran: Metin, Kesici, & Kodaş, 2013: 5023).

Rekreasyonun özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Rekreasyon, bireylerin çalışma ve zorunlulukların dışında kalan serbest zamanlarını değerlendirdikleri etkinliklerdir.
- Kişiler rekreasyonu herhangi bir zorlama olmadan kendi isteğine bağlı olarak yaparlar.
- Rekreasyonun mekânını, zamanını ve etkinlik türünü birey herhangi bir zorlama olmadan kendi belirlemelidir.
- Rekreasyon etkinlikleri, yetenekli ya da yetenekli olmayan insanlarca; organize ya da organize olmayan mekânlarda, planlı ya da plansız şekilde gerçekleştirilebilmektedir.
- Rekreasyon ile bireyler, başarı, kendini kanıtlama, paylaşım, takdir edilme duygularını deneyimleme ve yeni tecrübeler edinme, kişiliğini anlatma imkânı bulabilmektedirler.
- Rekreasyon bireylere özgür olma hissi vermektedir.
- Bireylerin katıldıkları etkinliklere devam etme gibi bir zorunluluğu yoktur. İnsanlar genelde en çok becerebildiği ve yapmak istediği etkinliklere katılırlar. Ancak bu anlayış ile kişiler, daha çok tatmin olmak veya daha iyi öğrenmek hedefiyle etkinliklere devam etme zorunluluğu hissedebilir. Böyle durumlarda bile kişinin isteği öncelikli olmalıdır.
- Rekreasyona katılımda yaş ve cinsiyet ayrımı yoktur. Her yaş ve cinsiyetteki kişiye rekreasyon etkinliklerine katılabilme imkânı tanınmaktadır.

- Rekreasyon, bir etkinliği gerekli kılar. Etkinlikler, zihinsel, fiziksel, psikolojik, sosyal veya bunların birkaçının birleşimi biçiminde olabilmektedir.
- Rekreasyonel etkinliklerin, ev içi faaliyetler ya da spor, tiyatro, gezi, el sanatları, kamp ve daha birçok çeşitte alternatifleri bulunmaktadır. Bu etkinliklerin her birinin kişinin özelinde olumlu ya da olumsuz yönleri olabilir.
- Rekreasyon, kişiye haz, neşe ve doğrudan doyum sağlayan etkinliklerdir.
- Rekreasyon bütün bireylere ortak bir dil oluşturur, evrenseldir.
- Her insan farklı amaçlarla rekreasyon etkinliklerine katılır ve bu etkinliklerden sağladıkları tatmin de kişiye göre farklılık gösterir. Bazı insanlar yalnızlık duygularını gidermek için; bazıları da kalabalıktan uzaklaşmak ve kafa dinlemek amacıyla rekreasyon etkinliklerine katılabilir.
- Rekreasyonun katılan kişilere bireysel ve toplumsal özellikler kazandırması beklenir. Rekreasyon, kişinin kendini ifade edebilmesine, yaratıcılık kazanmasına katkı sağlar ve bu sayede kişinin fiziksel, psikolojik ve sosyal yapısını, insani değerlerini ve vatandaşlık duygusunu geliştirir.
- Rekreasyon, toplumun manevi değerlerine, geleneklerine, törelerine uygun olmalıdır ve toplumsal değerlerle karşıt olmamalıdır.
- Rekreasyon kişiye, aynı anda birden fazla etkinliğe ilgi duyma ve gerçekleştirme fırsatı sunar (Sevil, 2012: 10-11; Hacıoğlu, Gökdeniz, & Dinç, 2009: 31-33; Karaküçük, 1999: 59).

2.2.5. Rekreasyonun Sınıflandırılması

Rekreasyon, gerçekleştiği mekân, zaman, katılımcı sayısı gibi etkenlere bakılarak sınıflandırılabilir. Ancak bazı etkinlikler birden fazla sınıflamanın içerisinde yer alabilir. Voleybol oynamak, açık alan, kapalı alan, aktif, sosyal gibi birçok rekreasyon sınıflamasının içerisinde olabilir (Sevil, 2012: 15).

- Açık alan rekreasyonu: açık alanda gerçekleştirilen tüm sportif etkinlikler, sanatsal etkinlikler, kampçılık, piknik, bahçe işleri, doğa etkinlikleri gibi serbest zamanda yapılan etkinlikleri kapsar.
- Kapalı alan rekreasyonu, serbest zamanın kapalı mekânlarda ya da evlerde yapılan etkinlikler ile değerlendirilmesidir. Kapalı mekanlarda yapılan sergi, kutlama vb etkinlikler, sportif faaliyetler, kurslar, masa

oyunları (tavla, satranç vb.), ev içi rekreasyon etkinlikleri (tv izlemek, radyo ve müzik dinlemek, kitap okumak vb.) kapalı alan rekreasyon etkinliklerine örnek olarak gösterilebilir.

- Katılımcıların milliyetlerine göre rekreasyon: Bu rekreasyon, ulusal ve uluslararası rekreasyon olmak üzere iki kategoriye ayrılmıştır:
 - a) *Ulusal rekreasyon*, ülke sınırları içindeki birey ve kuruluşların katıldığı serbest zaman değerlendirme faaliyetleridir.
 - b) *Uluslararası rekreasyon* ise ülke içi ve dışında gerçekleştirilen birey veya kuruluşların katıldıkları serbest zaman değerlendirme faaliyetleridir. Ulusal film festivalleri, uluslararası defileler, sergiler bunlara örnek olarak gösterilebilir.
- Bireylerin etkinliklere katılma şekline göre rekreasyon: Aktif ve pasif rekreasyon olmak üzere ikiye ayrılır:
 - a) *Aktif rekreasyon*, bireysel veya grup olarak yüzme, tenis oynama, defileye katılma gibi kişilerin aktif olarak yer aldıkları serbest zaman etkinlikleridir.
 - b) *Pasif rekreasyon*, bireylerin spor karşılaşmalarına, sanatsal gösterilere seyirci olarak katılmak, müzik dinlemek gibi aktif olarak içerisinde yer almadıkları serbest zaman değerlendirme faaliyetleridir.
- Katılımcıların yaşlarına göre rekreasyon: Çocuk rekreasyonu, üçüncü kuşak rekreasyonu şeklinde sınıflandırılmıştır.
- Katılımcıların sayısına göre rekreasyon: Bireysel ve grup rekreasyonu olarak iki gruba ayrılır.
 - a) *Bireysel rekreasyon*, bireylerin serbest zamanlarını yalnız olarak değerlendirmeleridir. Evde tek başına video izlemek ya da müzik dinlemek bireysel rekreasyona örnek olabilir.
 - b) *Grup rekreasyonu* ise grupça sinemaya gitmek, kutlama yemeğine katılmak gibi bireylerin grup olarak serbest zamanlarını değerlendirmeleridir.
- Fonksiyonel açıdan rekreasyon: Sosyal, ticari, sağlık, fiziksel, sanatsal, kültürel, estetik ve turistik rekreasyon olmak üzere 8 kategoriye ayrılmıştır.

- a) *Sosyal rekreasyon*, yemekli toplantılar, akraba ve arkadaş ziyaretleri gibi beşeri ilişkileri geliştirme ve güçlendirmeye yönelik faaliyetlerdir.
- b) *Ticari rekreasyon*, kişilerin karşılığında ücret ödeyerek katıldıkları serbest zaman etkinlikleridir. At yarışları, rafting, yabancı dil kursları gibi etkinlikler ticari rekreasyona örnektir.
- c) *Eстетik rekreasyon*, çoğunlukla eğitim ve kültür seviyesi yüksek insanların katıldıkları faaliyetlerdir. Sanat etkinliklerini izlemek, ünlü müzik eserlerini dinlemek gibi etkinlikler örnek olarak gösterilebilir.
- d) *Sağlık rekreasyonu*, sağlığı tedavi ettirmek ya da korumak amacıyla gerçekleştirilen serbest zaman etkinlikleridir. Sportif faaliyetler, termal geziler, yaylacılık gibi etkinlikler örnek gösterilebilir.
- e) *Fiziksel rekreasyon*, açık ve kapalı alanlarda yapılan spor faaliyetlerini ve oyunları içeren etkinliklerdir.
- f) *Sanatsal rekreasyon*, bireylerin sanatsal yeteneklerini geliştirmek ve artırmak için katıldıkları etkinliklerdir. Örneğin; seramik işleri, boyama, heykeltçilik, sinema, tiyatro, opera, konser gibi.
- g) *Kültürel rekreasyon*, bireylerin bilgi ve yeteneklerini geliştirmek için yapılan tüm serbest zaman etkinlikleridir. Çeşitli kurumlarca düzenlenen kurslar, turistik geziler, festivaller, eğitsel oyunlar, eğlence parklarındaki oyunlar vb. gibi etkinlikler örnek olarak gösterilebilir.
- h) *Turistik rekreasyon*, turlarla seyahat etme, turistik kongrelere ve gezilere katılma gibi serbest zaman faaliyetleridir (Hacıoğlu, Gökdeniz, & Dinç, 2009: 37-42).
- Yerel sınıflamaya göre rekreasyon: Kentsel ve kırsal rekreasyon olarak ikiye ayrılır.
- a) *Kentsel rekreasyon*, kent merkezlerinde açık ya da kapalı alanlarda gerçekleştirilen, genellikle kısa süreli serbest zamanlarda bireylerin yakın çevrelerinde kolaylıkla erişebilecekleri etkinliklerden oluşmaktadır. Örneğin; sinema, tiyatro, müze, kent parklarındaki etkinlikler ve eğlence yerleri gibi.

- b) *Kırsal rekreasyon*, kent merkezlerinin dışarısında yer alan genellikle fonksiyonel, güzel manzaralı, rekreatif etkinlikleri yapmaya uygun olan dağlık, su kenarı ve ormanlık alanlarda yapılan etkinliklerdir. Balık tutma, dağ yürüyüşleri, su sporları, bisiklet sürme, piknik vb. gibi etkinlikler kırsal rekreasyona örnek olarak gösterilebilir.
- Zamansal açıdan rekreasyon: Günlük, tatil ve değişken rekreasyon olmak üzere 3'e ayrılır.
- a) *Günlük rekreasyon*, bireylerin gün içindeki serbest zamanlarında çoğunlukla yakın çevresinde ve kısa mesafelerde gerçekleştirdiği etkinliklerdir. Çalışanların iş aralarında yaptığı kısa süreli etkinlikler, öğrencilerin ders aralarında oynadığı oyunlar, çalışmayan ve ev işleriyle uğraşanların ev işinden arta kalan zamanlarında yaptıkları etkinlikler günlük rekreasyon sınıflaması içerisinde yer alır.
- b) *Tatil rekreasyonu*, yıllık, bayram ve hafta sonu tatillerindeki serbest zamanlarda yapılan etkinlikleri içerisine alır. Hafta sonu rekreasyonu, bireylerin hafta sonu tatillerinde bireysel ya da grup olarak sinemaya-tiyatroya ya da bir spor müsabakasını seyretmeye gitmesi gibi etkinlikleri kapsar. Bayram rekreasyonu, insanların dini ve milli bayram tatillerinde yaptıkları rekreasyon etkinliklerinden oluşur. Yıllık tatil rekreasyonu ise çalışanların yıllık izinlerinde yaptıkları yurt içi ya da yurt dışı gezileri, kayak, yüzme gibi etkinlikleri içerisine alır.
- c) *Değişken rekreasyon*, çalışanların emekliye ayrıldıktan sonra gerçekleştirdikleri faaliyetleri kapsar. Kadınların emekliye ayrıldıktan sonra el sanatları yapması ya da çeşitli gezilere katılması gibi etkinlikler değişken rekreasyona örnek olarak gösterilebilir (Sevil, 2012: 15-18).

Karaküçük (1999) rekreasyonu amaçlarına göre ve çeşitli kriterlere göre olmak üzere iki bölüme ayırarak gruplamıştır.

1- Amaçlarına Göre Rekreasyon Sınıflandırılması:

- a) *Dinlenme amacıyla yapılan rekreasyon*, serbest zamanlarının tümünün, ruh ve beden sağlığının korunması için yapılan dinlenme faaliyetleri ile değerlendirilmesidir.
- b) *Toplumsal amaçlı yapılan rekreasyon*; serbest zamanda sosyalleşmek amacıyla yapılan faaliyetlerdir.
- c) *Kültürel amaçlı yapılan rekreasyon*; serbest zamanın, eski sanat eserlerinin ve müzelerin ziyaret edilmesi gibi kültürel etkinliklerle değerlendirilmesidir.
- d) *Sportif amaçlı yapılan rekreasyon*; serbest zamanın spor ile ilgili faaliyetlerle değerlendirilmesidir.
- e) *Turizm amaçlı yapılan rekreasyon*; serbest zamanın gezip görmek amacıyla seyahat ederek değerlendirilmesidir.
- f) *Sanatsal amaçlı rekreasyon*; serbest zamanın sanatın bir ya da birkaç dalı ile uğraşarak değerlendirilmesidir.

2- Çeşitli Kriterlere Göre Rekreasyon Sınıflandırılması

- a) *Yaş faktörüne göre*; her yaş grubu kendi özelliklerine göre faaliyet tercih etmektedir.
- b) *Faaliyete katılanların sayısına göre*; bireysel, grupla, kitlesel ya da aile ile gerçekleştirilen etkinlikler.
- c) *Zamana göre*; mevsime göre yapılan rekreatif etkinlikler ve günlük, hafta sonları, emeklilik dönemlerini içine alan serbest zaman etkinlikleri.
- d) *Kullanılan mekâna göre*; açık ya da kapalı alanlarda gerçekleştirilen faaliyetleri içerir.
- e) *Sosyolojik muhtevaya göre*; geleneksel, lüks veya belirli halk kitlesinin katılımıyla gerçekleşen rekreasyon faaliyetleridir (Karaküçük, 1999: 74-76).

Tekin (2009) rekreasyonu uygulama ortamlarına göre 4'e ayırmıştır. Buna göre;

1. Toplumsal rekreasyon: “Yerel yönetimler ve eğitim kurumları gibi sosyal kurumlar aracılığıyla toplumun hizmetine sunulan serbest zaman etkinliklerini kapsamaktadır.” Kâr amacı olmayan toplumsal kuruluşların, farklı yaş ve ilgilere göre bireylerin ihtiyaçlarını görmek için oluşturdukları, açık ve kapalı

alanlarda, fiziksel ya da sanat etkinliklerini içeren programlardır. Toplumsal rekreasyon da yaş gruplarına ve bireysel ilgiye göre ikiye ayrılmaktadır.

Yaş gruplarına göre; okul öncesi, ilköğretim dönemi, öğretime devam etmeyen okul dışı gençlik, genç yetişkinler, yetişkinler ve yaşlılar olmak üzere 6'ya ayrılmaktadır. Faaliyetler yaş ve cinsiyete göre farklılık gösterebilmektedir.

Bireysel ilgiye göre; bu rekreasyon çeşidi 5 kategoride sınıflanmıştır:

- a) Fiziksel rekreasyon, spor, aktif oyunlar gibi faaliyetleri içerir.
 - b) Sosyal rekreasyon, arkadaş ve çeşitli gruplarla birlikte serbest zamanı değerlendirmektir.
 - c) Yaratıcı rekreasyon, bireyin ilgi gösterdiği bir faaliyeti yerine getirirken hayal gücünü, yeteneklerini ortaya çıkarması ve geliştirmesidir.
 - d) Zihinsel rekreasyon, öğrenme ve zihin üzerine yoğunlaşan rekreasyon etkinlikleridir.
 - e) Pasif rekreasyon, daha çok izleme, dinleme gibi aktif olarak katılım sağlamadan yapılan etkinliklerdir.
2. Ticari rekreasyon: Kâr amacı olan işletmeler tarafından ücretli olan etkinlikleri içerir. Spor kulüpleri, sağlık merkezleri, çeşitli kurslar örnek olarak gösterilebilir.
 3. Kolektif rekreasyon: Şirketler tarafından planlanan ve masrafları ödenen, çalışanların yararlanması için oluşturulan etkinliklerdir. Şirket binalarında yer alan rekreasyon mekanları bunlara örnektir.
 4. Terapötik rekreasyon: Özel veya resmî kurumlar tarafından, özel grupların yararlanması amacıyla sunulan etkinliklerdir. Fiziksel ve psikolojik olarak engeli olan insanlar için oluşturulan egzersiz, spor ve sanat etkinlikleri buna örnek gösterilebilir (Tekin, 2009: 61-66).

2.3. SOSYAL MEDYA

2.3.1. Sosyal Medya Tanımları ve Özellikleri

Teknoloji ve bilgi çağı olarak adlandırılan günümüz yüzyılında, bilişim teknolojilerinde gerçekleşen gelişmeler ile birlikte; sosyal, kültürel, ekonomik hayat ve kişilerarası iletişim yeniden şekillenmektedir. Yeni iletişim teknolojileri bireylere, duygu ve düşüncelerini kolayca paylaşabilecekleri fırsatlar yaratan bir medya ortamı sunmaktadır. Bu ortam, sosyal medya olarak adlandırılmaktadır. Sosyal medya, günümüzde hızla yükselen bir etkiye sahiptir ve bu yönüyle toplumda da yükselen bir değer olmaktadır (Öztürk & Talaş, 2015: 102).

Sosyal medya genellikle, kişilerin ve grupların bir araya gelip iletişim kurmasına, paylaşımında bulunmasına ve bazı durumlarda ortak olmalarına imkân sağlayan yazılım programlarını açıklamak için kullanılır. Sosyal medya, katılımcılarına içerik oluşturma imkânı tanıdığı için ‘kullanıcı kaynaklı içerik’ olarak da isimlendirilebilmektedir (Fuchs, 2014: 54).

En basit tanımıyla sosyal medya, kişilerin internet yoluyla zaman ve mekân sınırlaması olmadan düşünce ve görüşlerini özgürce belirtmelerine imkân veren, internetin multimedya özelliklerini sınırsız bir biçimde kullanım olanağı sağlayan ve aynı zamanda başka kişiler ile de karşılıklı fikir alışverişi yapmasına fırsat veren, paylaşım dayalı bir interaktif ortamın uygulamaya konulmasını sağlayan geniş tabanlı platformdur (Çalışkan & Mencik, 2015: 258).

Sosyal medyayı, Web 2.0 teknolojileri üzerine kurulmuş olan, daha etkili sosyal etkileşimi, iş birliğini ve topluluk oluşumu projelerini ortaya koyan web siteleri olarak tanımlamak da mümkündür. Web 2.0, kullanıcıların diğer kullanıcılarla iletişime geçmek ve onlar hakkında bilgi toplamak için ziyaret ettikleri internet siteleri ve bu sitelerle ilgili programlar olarak tanımlanmaktadır (Hazar, 2011). Web 2.0’ın ayırt edici üç özelliği vardır: Kullanımı kolay olan, sosyalliği kolaylaştıran ve kullanıcılara içeriklerini istedikleri gibi resim, video ya da metin biçiminde paylaşmalarına imkân sağlayan özgür yayın ve üretim platformudur (Fuchs, 2014: 55).

Kişilerin birbirleriyle internet üzerinde yaptıkları konuşmalar ve paylaşımlar sosyal medyayı meydana getirir. Bireylerin birbirleriyle bilgi ve içerik paylaşmasına olanak

sağlayan; sosyal ağlar, anlık mesajlaşma programları, bloglar, mikro bloglar, sohbet siteleri, forumlar gibi internet siteleri ve uygulamalar ile internet kullanıcıları, ilgilendikleri ve aradıkları içeriklere ulaşma imkânına sahip olmaktadır (Öztürk & Talaş, 2015: 108).

Michael Frunchter sosyal medyanın beş özelliğinden bahsetmektedir. Bunlar; sohbet, yorumlamak, katkı, topluluk ve iş birliğidir. Sohbet, sosyal medyanın temelini, karşılıklı iletişimin oluşturduğunu ifade eder. Yorumlamak, sosyal medyada paylaşılan içeriklerin her çeşit yorum ve eleştiriye açık olduğunu belirtir. Katkı, yapılan yorumların beraberinde yeni düşüncelerle katkıda bulunmaktır. Topluluk, normal hayatımızda oluşturduğumuz topluluklara gereksinim duyduğumuz gibi sosyal medyada da sosyal topluluğa gereksinim vardır. İş birliği ise, sosyal medyanın varlığını sürdürebilmesi için gerekli olan iş birliğini anlatmaktadır (Aktaran: Çalışkan & Mencik, 2015: 257-258).

Sosyal medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli özellik, herhangi bir bireyin sosyal medyada içerik üretebilmesi, yorum yapabilmesi ve paylaşımında bulunarak katkı sağlayabilmesidir. Diğer özellikleri ise şu şekildedir:

- *Katılımcılar:* Sosyal medya, katılımcıları destekler ve her bir kullanıcıdan dönüt alır.
- *Açıklık:* Sosyal medya servisleri katılımcılara ve dönütlere açıktır. Bu hizmetler oylama, bilgi paylaşımı ve yorum gibi konularda cesaret verirler ve çok nadir olarak erişime yönelik engellemede bulunurlar.
- *Konuşma:* Geleneksel medya daha çok tek yönlü bir yayına ilişkin iken, sosyal medya iki yönlü iletişime imkân sağlaması açısından daha iyidir.
- *Toplum:* Sosyal medya topluluklara, ilgilendikleri fotoğraf, politik değerler, beğendikleri TV şovları gibi şeyleri paylaşmaları için hızlı ve etkili bir oluşum izni sağlar.
- *Bağlantısallık:* Sosyal medyanın türlerinin çoğu birbiriyle bağlantılıdır; diğer siteler, araştırmalar ve bireylerin ilgilendikleri konularda link vermesine imkân sağlar (Solmaz, Tekin, Herzem, & Demir, 2013: 25).

İnternet teknolojisinin eriştiği imkânların bir sonucu olarak sosyal medya, kişilerin gruplarla paylaştıkları tek taraflı konuşmaları sosyal medya diyaloglarına dönüştürerek, bireylerin sosyalleşme gereksinimlerinin karşılanmasına destek olan, etkileşimli bir kitle iletişim aracı olarak öne çıkmaktadır. Sosyal medya, bilgi ve haberlerin demokratikleşmesini desteklemekte ve bireyleri, içerikleri sadece tüketen olmaktan çıkarıp, içerik üreticisine dönüştürmektedir (Yavuz & Haseki, 2012: 127).

2.3.2. Sosyal Medya Gelişim Süreci

Modern sosyal medyanın tarihi 1997 yılında Sixdegrees'in kurulması ile başlamaktadır. SixDegrees, kullanıcılara profil ve arkadaşlıklar oluşturma imkânı tanımıştır. Kısa sürede popülerleşen uygulama 2000 yılında 125 milyon dolara satılmış, ancak benzer sitelerin artması nedeniyle rekabete girememiş ve 2001 yılında kapanmıştır. 1999 yılında LiveJournal, sürekli yenilenebilen bloglar özelliği ile kurulmuştur. Bu ağ sayesinde kullanıcılar, diğer kullanıcıları takip edebilme, grup oluşturabilme ve diğer kullanıcılar ile etkileşim kurabilmeye başlamışlardır. 1998'de MoveOn, 1999'da AsianAvenue ve Blogger, 2000 yılında LunarStorm, 2001 yılında Wikipedia, 2002 yılında Fotolog ve daha pek çok uygulama kurulmuştur. 2002 yılında kurulan Friendster, gerçek anlamda sosyal medyanın ilk örneği olma özelliği taşımaktadır. Friendster, profil paylaşımlarını takip ederek arkadaş olarak seçilenlere uyarı göndererek ağa katılmaya teşvik etmektedir. 2003 yılından sonra şu anda dünyada fazlaca kullanıcısı olan uygulamalar kurulmaya başlamıştır. 2003 yılında LinkedIn, 2005 yılında Youtube ve Reddit, 2006 yılında Twitter kurulmuştur (Hazar, 2011: 155-156).

Günümüzde çok fazla kullanıcısı olan sosyal medya platformu olan Facebook 2004 yılında Harvard Üniversitesi içerisinde, Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından kurulmuştur. 2005 yılına kadar uygulama daha çok akademik çevre içerisinde kalmış, 2006 yılından sonra yükselmiş ve şu anki genel kitlesine erişmiştir (Çalışkan & Mencik, 2015: 257).

2010 yılının sonlarına doğru ise Instagram, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuştur. Instagram, eskinin Polaroid'i ile dijital efektleri bir araya getirmiş ve akıllı telefonlar için oluşturulmuş; fotoğraf çekmeyi, saklamayı ve paylaşmayı kolaylaştıran bir sosyal ağıdır (Kaya & Dalkıç, 2020: 49).

2.3.3. Sosyal Medya Araçları

Kara (2013), günümüzde kullanılan sosyal medya araçlarını işlevlerine göre şu şekilde sınıflandırmaktadır:

- *Sosyal Ağ Siteleri:* Sosyal ağ siteleri, kullanıcıların kendilerine kişisel profil oluşturmalarına, arkadaşlarını davet edip grup oluşturmalarına, oyun oynamalarına, kullanıcıların birbirine anlık mesaj ve e-posta göndermelerine imkân sağlayan; kullanıcı profilleri, fotoğraf, video, ses dosyası, metin veya başka bir web sitesinin linklerini içerebilen ve çoğunlukla bedel ödenmeden kayıt olunabilen ağ tabanlı uygulamalardır. Ancak bazı sosyal ağ siteleri, bir bedel karşılığı kayıt olma imkânı sunmaktadır. Günümüzün en popüler sosyal ağ sitelerine; Facebook, LinkedIn, Google + örnek olarak verilebilir.
- *Fotoğraf ve Video Paylaşım Siteleri:* Bu sitelerde kişiler, kendilerinin ya da başkalarının fotoğraflarını ve videolarını diğer kullanıcılar ile paylaşabilmektedir. Örnek olarak; YouTube ve Flickr gibi sitelerde kullanıcılar, paylaşılan görsellere yorum yapma imkânına da sahiptir. Mobil tabanlı fotoğraf paylaşım platformu olarak Instagram da bu kategoriye dahil edilebilir.
- *Bloglar:* Bireylerin paylaşımlarını fotoğraf, video ve ses dosyalarıyla destekleyebildiği ve kronolojik bir sırayla paylaşımlar yaptığı günlük siteleridir. Blogger, Wordpress, Tumblr, Blogspot gibi siteler örnek gösterilebilir. Bu sitelerde okuyuculara paylaşımların altına yorum yapabilme imkânı da sunulmaktadır.
- *Mikrobloglar:* Bloglardan farklı olarak anlık ve kısa içerikler şeklinde paylaşımlardan oluşur. Bu kategoriye en iyi örnek Twitter'dır. Twitter'da paylaşımlarda karakter sınırı bulunmaktadır. Mikrobloglar, bireylerin ne yaptıklarını anlık olarak diğer kullanıcılar ile paylaşmasını sağlar ve özellikle profesyoneller tarafından haber ve bilgi paylaşımı amacıyla kullanılmaktadır.
- *Sanal Yaşam Simülasyonları:* Bireylerin sanal evrende ikinci bir yaşam sürdürmesine olanak tanıyan etkileşimli ve çoklu oyun siteleridir. Sanalika ve Second Life bu sitelere örnek gösterilebilir. Kişiler, bu sitelerde kendi kişiselleştirdikleri avatarlarını oluşturarak sanal dünyada, gerçek yaşamın bir simülasyonunu yaşamaktadır.

- *Sanal Oyun Simülasyonları:* Sanal oyun siteleri, insanların arkadaşlarıyla ya da tanımadıkları kişilerle karşılıklı oyun oynayıp mesajlaştıkları ve aralarında gruplar kurup kendi topluluklarını meydana getirdikleri oyun platformlarıdır. En popüler sanal oyun siteleri World of Warcraft, Steam gibi platformlar bu kategoriye örnek olarak sayılabilir.
- *Wikiler:* Herhangi bir konu hakkında kullanıcıların kendi bildiklerini yazmalarını sağlayan ve bu şekilde farklı konular hakkında bilgilerden bir havuzun oluştuğu sitelerdir. Wikipedia, Wikibook gibi siteler bu kategoriye örnek olarak gösterilebilir (Kara, 2013: 74-75).

We Are Social ve Hootsuite ortaklığında yayınlanan Dijital 2022 Küresel Genel Bakış Raporuna göre; dünyanın favori sosyal medya platformu 2,91 milyar kullanıcı ile Facebook olmuştur. Sonrasında 2,56 milyar kullanıcı ile YouTube, 2 milyar ile Whatsapp, 1,47 milyar kullanıcı ile de Instagram gelmektedir (We Are Social, 2023). Türkiye’de ise 2022’de en çok kullanılan sosyal medya platformu %93,2 ile Whatsapp olmuştur. Sonrasında ise %92,5 ile Instagram; %78,1 ile Facebook; %69,6 ile Twitter; %53,7 ile Telegram; %47,6 ile Tiktok gelmektedir (We Are Social, 2023).

2.3.4. Türkiye’de İnternet ve Sosyal Medya

Sosyal medya, günümüzde önemli bir iletişim aracı olan internetin en çok tutulan uygulamaları arasında bulunmaktadır. Günümüzde internet kullanım sıklığı ile birlikte sosyal medya kullanım oranı da artmaktadır (Çalışkan & Mencik, 2015: 259).

We Are Social’in 2022 internet kullanıcı verilerine göre 2012’de 2,18 milyar internet kullanıcısı varken bu sayı 2022’de 4,95 milyara çıkmıştır. Bu da son 10 yılda internet kullanıcı sayısının iki katından fazla arttığını göstermektedir (We Are Social, 2023). Türkiye’de ise 2022 yılında internet kullanıcı sayısı 69,95 milyondur (We Are Social, 2023). 2022 TÜİK verilerine göre 16-24 yaş grubundaki genç nüfusun internet kullanımını %96,9’dur (TÜİK, 2023). Bu da genç nüfusun neredeyse hepsinin internet kullandığını göstermektedir.

SEKAM’ın 2016 yılı araştırmasında gençlerin, interneti daha çok haberleşme/e-posta (%29,2) amacıyla kullandığı; ikinci olarak %24,5 oranında bilgi edinme/ödev hazırlama amacıyla; üçüncü olarak ise %15,1 oranında sohbet etme amacıyla kullandığı

belirtmiştir (SEKAM, 2016: 596). We Are Social'ın 2022 raporunda ise Türkiye'de insanların %80,7'si bilgi aramak için internetini kullandığını belirtmiştir. Ayrıca internet kullanıcılarının %50'si her hafta sosyal ağları, %36,3'ü de çevrimiçi çeviri araçlarını kullandıklarını belirtmiştir (We Are Social, 2023).

Türkiye'de 2022'de kaydedilen sosyal medya kullanıcı sayısı 68,90 milyondur. Bu sayı, toplam nüfusun %80,8'ine denk gelmektedir. Türkiye'de sosyal medyayı kullanım nedenlerinden ilki, arkadaşları ve aileleriyle bağlantıda kalmak, ikincisi ise haberleri okumaktır (We Are Social, 2023).

2022 TÜİK verilerine göre Türkiye'de insanların en çok kullandığı sosyal medya uygulaması %82,0 ile Whatsapp, %67,2 ile YouTube ve %57,6 ile Instagram olmuştur (TÜİK, 2023).

Solmaz, Tekin, Herzem, & Demir (2013)'in Selçuk Üniversitesinde okuyan 500 genç ile yaptıkları araştırmaya göre; gençlerin %69,2 gibi büyük bir oranı her gün sosyal medyayı kullandıklarını belirtmiştir. Gençlerin %50,4'ü günde 1-3 saat, %27,8'i 1 saatten az ve %15,4'ü 4-6 saat arası sosyal medya uygulamalarında vakit geçirdiğini ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılan gençlerin %42'si sosyal medyayı, serbest zamanlarını değerlendirmek amacıyla kullandıklarını belirtmişlerdir (Solmaz, Tekin, Herzem, & Demir, 2013: 27-29).

2022 yılının başında Türkiye'de insanlar, günde 8 saat internet ve 2 saat 59 dakika da sosyal medya kullanmaktadır (We Are Social, 2023). Bu durum, Türkiye'de insanların gününün 4'te 1'ini internette geçirdiğini, bu da insanların internette geçirdiği sürenin yarıya yakını sosyal medyada geçirdiğini ve dolayısıyla internet ve sosyal medyanın yaşamımızın ayrılmaz bir parçası olduğunu göstermektedir.

Günümüzde zaman ve mekânda birçok engeli ortadan kaldıran internet ve sosyal medya platformları, sosyalleşmenin önemli tamamlayıcı öğelerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Günümüzde toplumun hızlı yaşanan kopuk ilişkileri içerisinde sosyal ağlar yardımı ile kişiler sosyal bir ilişki kurma veya var olan ilişkilerini devam ettirme olanağına sahip olabilmektedir. Sosyal medya platformları kişileri, toplumu sosyal olarak tamamlayan bir bileşen olarak karşımıza çıkmaktadır (Öztürk & Talaş, 2015: 118).

2.3.5. Sosyal Medyanın Etkisi

İletişim ve bilgi teknolojilerinin gelişmesi ile dünyayı küçük bir köy haline getiren iletişim ağları, insanların hayatını fazlasıyla etkilemiş ve toplumların yapısını değiştirmiştir. Günümüzde insanların kendilerini özgür hissettikleri bir alan olan sosyal medya ve internet ortamı, küreselleşmenin etkisiyle genç bireylerin, kültür, aile, din, cinsellik gibi kavramları farklı algılamalarına ve yorumlamalarına sebep olmaktadır (Akar & Akar, 2021: 288).

Bireylerin hayatlarına yarar sağlamak amacıyla oluşturulmuş olan sosyal ağlar, doğru kullanılmazsa tehlikeli araçlar haline gelebilmektedir. Ancak sosyal medya ve internetin doğru kullanıldığında olumlu özellikleri çok fazladır (Çalışkan & Mencik, 2015: 263).

Sosyal medya ile alışveriş, oyun oynama gibi aktiviteler yaparak eğlence ihtiyacı karşılanırken aynı zamanda bilgi paylaşımları sayesinde kaynak elde etme ve bunun yanında da konforlu bir iletişim sağlanabilmektedir (Çalışkan & Mencik, 2015: 263-264). Sosyal medyanın, kullanımının kolay ve hızlı olması, ucuz ve güncel olması, iki yönlü iletişim fırsatı sunması; insanların ilgilendiklerini, düşüncelerini istedikleri gibi paylaşabilme imkânına sahip olması; kişilere, normalde görme imkânı olmayacak ünlü insanlarla, siyasetçilerle, çeşitli şirketler ile birebir iletişim kurabilme fırsatı sunması gibi olumlu yanları bulunmaktadır (Öztürk & Talaş, 2015: 113).

Sosyal medyanın olumsuz yanlarından biri, sosyal medya ile bilgiye ulaşmanın çok kolaylaşmış olması ve bu durumun da bilgiyi ve bilginin kaynağını sıradanlaştırmasıdır. Dolayısıyla internet ve sosyal medya ortamında herkesin katılımcı olması ve bilgi paylaşabilme imkânına sahip olması, bilgi kirliliği oluşturmaktadır. Bu durum, sosyal medya kullanıcılarını olumsuz etkileyebilmektedir (Çalışkan & Mencik, 2015: 264).

Sosyal medya platformlarının yaygınlaşması ile birçok genç, zamanının büyük bir kısmını bu platformlarda harcamaktadır. Unesco'nun yaptığı araştırmaya göre, Türkiye'de kitap okuma oranı on binde bir civarındadır ve bilimle ilgilenen ve uğraşan genç sayısı da düşüktür. Bu durumun meydana gelmesinde sosyal medyanın etkisi büyüktür. Bu anlamda internetin ve sosyal medyanın sunduğu imkânlardan doğru olarak yararlanmayı öğrenmek, olumsuz yönlerinden de etkilenmemek önemlidir (Aktaran: Çalışkan & Mencik, 2015: 264).

Yeni iletişim ağlarının meydana getireceği olumsuz etkilere karşı en hassas olan grup, bu ağlara ve teknolojilere en hızlı uyum sağlayan ve bu teknolojileri gündelik yaşamlarının bir parçası haline getiren gençlerdir. Bu anlamda internet ve sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olarak kabul edilen “oyun oynama” ve “sosyal medya kullanımı” genç bireylerde daha fazla öne çıkmaktadır (Çömlekçi & Başol, 2019: 176). Gençlerin sosyal medya ile gerçek yaşamdan ve ilişkilerden koparak sanal ortamda bir kimlik meydana getirme ve sosyalleşme çabası, gençleri gerçek hayatta sosyalleşmekten uzaklaştırabilmesine ve kin, nefret gibi duygularla davranış geliştirmelerine neden olmaktadır (Çalışkan & Mencik, 2015: 265).

Özetle yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medyanın, haberlere hızlı ve kolay ulaşma, iletişimde zaman ve mekân kısıtlarını ortadan kaldırma, gündelik yaşamı kolaylaştırma gibi yararlarının yanında çeşitli zararları da bulunmaktadır. Kişisel mahremiyetin tehlikeye girmesi, bilgi kirliliğinin fazlalığından dolayı yararlı bilgilere ulaşmada zorluk, yalan haberlerin hızla yayılması, siber zorbalık, taciz gibi olumsuz etkilerle birlikte sosyal medya bağımlılığı ile sosyal yaşamdan soyutlanmış olan hayat tarzları, birer problem olarak ortaya çıkmaktadır (Çömlekçi & Başol, 2019: 174).

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Araştırmada, nicel araştırmalarda sayısal olarak bir araya getirilen verilerin işlenmesi ile genellemelere ulaşılmasında uygulanan tarama yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırmada işlemek üzere bir veri setine gereksinim duyulmaktadır. Araştırma evreninin tümünden veya seçilmiş örneklem bölümünden tarama yöntemiyle ulaşılan veriler analiz edilerek araştırma yürütülür (Sayım, 2021: 54-61). Bu araştırmada, bir grup insana, seçimlere bağlı belirli cevapları içeren bir dizi soru yöneltilmesi şeklinde gerçekleştirilen anket yöntemi (Sayım, 2021: 53) kullanılarak verilere ulaşılmıştır. Ulaşılan veriler tarama yöntemi ile analiz edilmiştir.

3.2. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini, Düzce Üniversitesinde öğrenim gören 18-25 yaş aralığındaki gençler oluşturmaktadır. Çalışma grubunun büyüklüğü nedeniyle verilerin toplanma güçlüğü ve ekonomik olmamasından dolayı belirlenen örneklem grubu, evreni temsil etmiştir.

Araştırmanın örneklemini, 2022-23 eğitim-öğretim yılında Düzce Üniversitesinde öğrenim gören tesadüfi örneklem tekniği ile seçilmiş 506 öğrenciden oluşmaktadır. Anket formları, ilk önce Google Form aracılığı ile çevrim içi olarak uygulamaya koyulmuş ancak 120 kişiye ulaşılabilmiştir. Yeterli sayıyı tamamlayabilmek için 386 anket formu da yüz yüze olarak uygulanmıştır.

3.3. VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZ EDİLMESİ

18-25 yaş üniversite gençleri ile sınırlı olan araştırmada anket tekniği kullanılmış ve 24 soruluk bir anket formu oluşturulmuştur. Araştırma soruları demografik veriler, serbest zaman ve sosyal medya ile ilgili kapalı ve yarı açık uçlu soru tipleri ve likert ölçek kullanılarak oluşturulmuştur. Uygulanan anketlerden elde edilen veriler, sistemli bir şekilde sıralanarak, yarı açık uçlu sorular her anket formu için belli kategorilerle

sınıflandırılarak kapalı uçlu sorular haline getirilmiş ve SPSS programına girilmiştir. Likert tipi soru tekniğinden yararlanılarak oluşturulan sorular araştırmaya katkı sağlamıştır.



4. BULGULAR

4.1. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

Tablo 4. 1. 1. Cinsiyet dağılımı.

Cinsiyet		
Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Kadın	284	56,1
Erkek	222	43,9
Toplam	506	100,0

Araştırmaya katılan örneklemin cinsiyet dağılımı Tablo 4.1.1’de görülmektedir. Araştırmaya katılan bireylerin toplumsal cinsiyet bağlamına göre %56,1’nin kadın, %43,9’unun erkek popülasyona karşılık geldiği görülmektedir.

Tablo 4. 1. 2. Yaş dağılımı.

Yaş		
Yaş	Sayı	Yüzde
18-20	266	52,6
21-25	221	43,7
26 ve üzeri	19	3,8
Toplam	506	100,0

Tablo 4.1.2’de örneklemin hangi yaş aralıklarında olduğu görülmektedir. Örneklemin çoğunluğunu %52,6 ile 18-20 yaş aralığının oluşturduğu, 21-25 yaş aralığının örneklemin %43,7’sini, 26 ve üzeri yaş aralığının %3,8’ini oluşturduğu görülmektedir. Buna göre, örneklemin büyük çoğunluğunun 18-25 yaş arası bireylerin oluşturduğu söylenebilir.

Tablo 4. 1. 3. Ailenin ikamet yeri.

Ailenizin ikamet yeri neresidir?		
İkamet Yeri	Sayı	Yüzde
Köy	55	10,9

Tablo 4. 1. 4. (devam) Ailenin ikamet yeri.

İlçe	138	27,3
İl merkezi	111	21,9
Büyük şehir	200	39,5
Toplam	504	99,6
Cevapsız	2	,4
Toplam	506	100,0

Araştırmaya katılan örneklem ailelerinin ikamet yeri dağılımları Tablo 4.1.3'te görülmektedir. Örneklem %39,5'inin büyük şehirde, %27,3'ünün ilçede, %21,9'unun il merkezinde ve %10,9'unun köyde ikamet ettiği görülmektedir.

Tablo 4. 1. 5. Ailenin ekonomik geliri.

Ailenizin ekonomik geliri nedir?		
Ekonomik Gelir	Sayı	Yüzde
5500 TL ve altı	70	13,8
5501-7000 TL	147	29,1
7001-9000 TL	85	16,8
9001-11000 TL	78	15,4
11001 TL ve üzeri	121	23,9
Toplam	501	99,0
Cevapsız	5	1,0
Toplam	506	100,0

Örneklem ailesinin aylık geliri incelendiğinde, %29,1'inin aile ekonomik gelirinin 5501-7000 TL arasında olduğu görülmektedir. Bu oranı %23,9 ile 11001 TL ve üzeri sonrasında da %16,8 ile 7001-9000 TL arası takip etmektedir. Araştırmaya katılan örneklem %1'i ise ailesinin ekonomik geliri hakkında bilgi vermemiştir.

Tablo 4. 1. 6. Annenin eğitim durumu.

Annenizin eğitim durumu nedir?		
Eğitim Durumu	Sayı	Yüzde
Okur-yazar değil	21	4,2
İlkokul	219	43,3
Ortaokul	118	23,3
Lise	104	20,6
Üniversite	40	7,9
Lisansüstü	4	,8
Toplam	506	100,0

Araştırma örnekleminin annelerinin eğitim durumu Tablo 4.1.5'te görülmektedir. Örneklemin anne eğitim durumunun en çok %43,3 ile ilkokul mezunu olduğu, sonrasında %23,3 ile ortaokul, %20,6 ile lise, %7,9 ile lisans ve %0,8 ile lisansüstü olduğu gözlenmektedir. Annesi okur-yazar olmayanların oranı %4,2'dir.

Tablo 4. 1. 7. Babanın eğitim durumu.

Babanızın eğitim durumu nedir?		
Eğitim Durumu	Sayı	Yüzde
Okur-yazar değil	5	1,0
İlkokul	139	27,5
Ortaokul	121	23,9
Lise	150	29,6
Üniversite	83	16,4
Lisansüstü	7	1,4
Toplam	505	99,8
Cevapsız	1	,2
Toplam	506	100,0

Araştırmaya katılan örneklemin baba eğitim durumunun en fazla %29,7 ile lise, sonrasında %27,5 ile ilkokul, %23,6 ile ortaokul, %16,4 ile üniversite ve %1,4 ile lisansüstü olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 1. 8. Anne mesleği.

Annenizin mesleği nedir?		
Meslek	Sayı	Yüzde
Ev hanımı	359	70,9
İşçi	72	14,2
Esnaf	15	3,0
Serbest Meslek	10	2,0
Çiftçi	3	,6
Öğretmen	10	2,0
Emekli	16	3,2
Sağlık Personeli	5	1,0
Memur	7	1,4
Diğer	9	1,8
Toplam	506	100,0

Araştırmaya katılan örneklemin anne mesleğine bakıldığında, %70,9'nun ev hanımı ve onu takiben %14,2 ile işçi, %3,2 ile emekli, %3 ile esnaf, %2 ile serbest meslek ve %2 ile öğretmen olduğu görülmektedir. Diğer meslek gruplarında (memur, sağlık personeli, çiftçi) olanların oranı düşüktür. Örneklemin anne meslek dağılımı, Türkiye'de kadının

toplumdaki konumunu yansıtmaktadır. Annenin eğitim durumu ile mesleği birbirine paralellik göstermektedir.

Tablo 4. 1. 9. Baba mesleği.

Babanızın mesleği nedir?		
Meslek	Sayı	Yüzde
İşçi	176	34,8
Esnaf	69	13,6
Çiftçi	23	4,5
İşsiz	8	1,6
Serbest Meslek	18	3,6
Emekli	110	21,7
Öğretmen	14	2,8
Memur	20	4,0
Mimar-Mühendis	14	2,8
Sağlık Personeli	3	,6
Polis	9	1,8
Diğer	42	8,3
Toplam	506	100,0

Tablo 4.1.8’de araştırma örnekleminin baba mesleği görülmektedir. Örneklemin babasının %34,8’inin işçi, %21,7’sinin emekli, %%13,6’sının esnaf, %4,5’inin çiftçi, %4’ünün memur, %3,6’sının serbest meslekte olduğu gözlenmektedir. Örneklemin geri kalanının düşük oranlarla diğer mesleklerde dağılmıştır.

Tablo 4. 1. 10. Öğrenim görülen fakülte.

Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?		
Fakülte	Sayı	Yüzde
Eğitim Fakültesi	52	10,3
Fen edebiyat fakültesi	110	21,7
İlahiyat fakültesi	26	5,1
Mühendislik fakültesi	100	19,8
İşletme fakültesi	34	6,7
Orman fakültesi	8	1,6
Spor bilimleri fakültesi	3	,6
Tıp fakültesi	4	,8
Sağlık bilimleri fakültesi	11	2,2

Tablo 4. 1. 11. (devam) Öğrenim görülen fakülte.

Sanat, tasarım ve mimarlık fakültesi	13	2,6
Siyasal bilgiler fakültesi	2	,4
Meslek Yüksek Okulu	141	27,9
Diğer	2	,4
Toplam	506	100,0

Araştırmaya katılan örneklemin öğrenim gördükleri fakülte Tablo 4.1.9'da görülmektedir. Buna göre örneklem grubunun çoğunluğu %27,9 ile Meslek Yüksek Okulunda öğrenim görmektedir. Onu takiben %21,7 ile Fen Edebiyat, %19,8 ile Mühendislik, %10,3 ile Eğitim, %6,7 ile İşletme, %5,1 ile İlahiyat fakültesinde öğrenim gördüğü gözlenmiştir. Diğer fakültelerde okuyanların oranları düşüktür.

Tablo 4. 1. 12. Gelir getirici işte çalışma durumu.

Gelir getirici herhangi bir işte çalışıyor musunuz?		
	Sayı	Yüzde
Evet	70	13,8
Hayır	436	86,2
Toplam	506	100,0

Tablo 4.1.10'da görüldüğü gibi; araştırmaya katılan gençlerin %86,2'sinin gelir getirici bir işte çalışmadığı, sadece %13,8'inin çalıştığı görülmektedir.

4.2. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE GÖRE SERBEST ZAMAN KULLANIMI

Tablo 4. 2. 1. Öğrenim görülen fakülte bağlamında gün içi sahip olunan serbest zaman süresi.

Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	S	Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?				Toplam
		1-2 saat	3-4 saat	4-5 saat	6 saat ve üzeri	
Eğitim Fakültesi	S	3	12	7	30	52
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	5,8%	23,1%	13,5%	57,7%	100,0%
	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne	5,7%	9,4%	4,5%	17,6%	10,3%

	kadardır?					
--	-----------	--	--	--	--	--

Tablo 4. 2. 1. (devam) Öğrenim görülen fakülte bağlamında gün içi sahip olunan serbest zaman süresi.

Fen edebiyat fakültesi	S	12	26	33	39	110
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	10,9%	23,6%	30,0%	35,5%	100,0%
	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	22,6%	20,3%	21,4%	22,9%	21,8%
İlahiyat fakültesi	S	4	9	11	2	26
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	15,4%	34,6%	42,3%	7,7%	100,0%
	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	7,5%	7,0%	7,1%	1,2%	5,1%
Mühendislik fakültesi	S	9	20	37	34	100
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	9,0%	20,0%	37,0%	34,0%	100,0%
	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	17,0%	15,6%	24,0%	20,0%	19,8%
İşletme fakültesi	S	0	11	9	14	34
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	0,0%	32,4%	26,5%	41,2%	100,0%
	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	0,0%	8,6%	5,8%	8,2%	6,7%
Orman fakültesi	S	2	4	0	2	8
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	25,0%	50,0%	0,0%	25,0%	100,0%

Tablo 4. 2.1. (devam) Öğrenim görülen fakülte bağlamında gün içi sahip olunan serbest zaman süresi.

	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	3,8%	3,1%	0,0%	1,2%	1,6%
Tıp fakültesi	S	2	0	0	2	4
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	3,8%	0,0%	0,0%	1,2%	,8%
Sağlık bilimleri fakültesi	S	3	3	2	3	11
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	27,3%	27,3%	18,2%	27,3%	100,0%
	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	5,7%	2,3%	1,3%	1,8%	2,2%
Sanat, tasarım ve mimarlık fakültesi	S	4	0	7	1	12
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	33,3%	0,0%	58,3%	8,3%	100,0%
	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	7,5%	0,0%	4,5%	,6%	2,4%
Meslek Yüksek Okulu	S	14	42	47	38	141
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	9,9%	29,8%	33,3%	27,0%	100,0%
	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	26,4%	32,8%	30,5%	22,4%	27,9%
Diğer	S	0	1	1	5	7
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	0,0%	14,3%	14,3%	71,4%	100,0%

Tablo 4. 2.1. (devam) Öğrenim görülen fakülte bağlamında gün içi sahip olunan serbest zaman süresi.

	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	0,0%	,8%	,6%	2,9%	1,4%
Toplam	S	53	128	154	170	505
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	10,5%	25,3%	30,5%	33,7%	100,0%
	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
$X^2= 71,588$ Sd= 30 p= 0,00						

Tablo 4.2.1.'de üniversiteli gençlerin öğrenim gördükleri fakülte ile gün içinde sahip oldukları serbest zaman süreleri karşılaştırılmıştır. Buna göre; Eğitim Fakültesi öğrencilerinin %57,7'si, İşletme Fakültesi öğrencilerinin %41,2'si ve Fen Edebiyat Fakültesi öğrencilerinin %35,6'sı gün içinde altı saat ve üzeri serbest zamana sahip olduğunu belirtmiştir. Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi öğrencilerinin %58,3'ü, İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin %42,3'ü, Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin %37'si, Meslek Yüksek Okulu öğrencilerinin %33,3'ü 4-5 saat; Orman Fakültesi öğrencilerinin %50'si 3-4 saat gün içi serbest zamana sahip olduklarını belirtmişlerdir. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. ($p<0,00$)

Tablo 4. 2. 2. Cinsiyet bağlamında gençlerin sosyal medya harici internet kullanımı.

Cinsiyet		Sosyal medya harici internet kullanımı					Toplam
		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	
Kadın	S	1	31	92	132	27	283
	% Cinsiyet	0,4%	11,0%	32,5%	46,6%	9,5%	100,0%
	% Sosyal medya harici internet kullanımı	20,0%	66,0%	60,9%	56,2%	40,3%	56,0%
Erkek	S	4	16	59	103	40	222

Tablo 4. 2. 2. (devam) Cinsiyet bağlamında gençlerin sosyal medya harici internet kullanımı.

	% Cinsiyet	1,8%	7,2%	26,6%	46,4%	18,0%	100,0%
	% Sosyal medya harici internet kullanımı	80,0%	34,0%	39,1%	43,8%	59,7%	44,0%
Toplam	S	5	47	151	235	67	505
	% Cinsiyet	1,0%	9,3%	29,9%	46,5%	13,3%	100,0%
	% Sosyal medya harici internet kullanımı	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Sosyal medya harici internet kullanımı cinsiyet bağlamında karşılaştırıldığında; kadınların %46,6'sı ve erkeklerin %46,4'ü çoğunlukla cevabını vermiştir. Onu takiben kadınların %32,5'i ve erkeklerin %26,6'sı sosyal medya harici interneti bazen kullandıklarını belirtmiştir. Buna göre sosyal medya harici internet kullanımı cinsiyetlere göre çok fazla farklılık göstermemektedir.

Tablo 4. 2. 3. Cinsiyet bağlamında gençlerin kitap-dergi okuma durumu.

			Kitap-dergi okuma					Toplam
			Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	
Cinsiyet	Kadın	S	6	60	135	65	18	284
		% Cinsiyet	2,1%	21,1%	47,5%	22,9%	6,3%	100,0%
		% Kitap-dergi okuma	19,4%	43,2%	64,0%	71,4%	52,9%	56,1%
	Erkek	S	25	79	76	26	16	222
		% Cinsiyet	11,3%	35,6%	34,2%	11,7%	7,2%	100,0%
		% Kitap-dergi okuma	80,6%	56,8%	36,0%	28,6%	47,1%	43,9%
Toplam		S	31	139	211	91	34	506

Tablo 4. 2. 3. (devam) Cinsiyet bağlamında gençlerin kitap-dergi okuma durumu.

	% Cinsiyet	6,1%	27,5%	41,7 %	18,0%	16,7 %	100,0 %
	% Kitap-dergi okuma	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%	100%	100,0 %
$X^2= 40,584$ Sd=4 p=0,00							

Cinsiyet bağlamında gençlerin serbest zamanlarında kitap ve dergi okuma durumları karşılaştırıldığında; kadınların %47,5'i bazen, erkeklerin %35,6'sı nadiren yanıtını vermiştir. Kadınlar, bazen yanıtından sonra en yüksek oranda (%22,9) çoğunlukla, erkekler ise %34,2 ile bazen yanıtını vermiştir. Buna göre kadınlar serbest zamanlarında erkeklere oranla daha çok kitap-dergi okumaktadır. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. (p<0,00)

Tablo 4. 2. 4. Cinsiyetler bağlamında televizyon izleme durumu.

		Televizyon izleme					Toplam	
		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman		
Cinsiyet	Kadın	S	90	125	48	18	3	284
		% Cinsiyet	31,7%	44,0%	16,9%	6,3%	1,1%	100,0 %
		% Televizyon izleme	44,3%	67,2%	57,1%	62,1%	75,0%	56,1 %
	Erkek	S	113	61	36	11	1	222
		% Cinsiyet	50,9%	27,5%	16,2%	5,0%	,5%	100,0 %
		% Televizyon izleme	55,7%	32,8%	42,9%	37,9%	25,0%	43,9 %
Toplam		S	203	186	84	29	4	506
		% Cinsiyet	40,1%	36,8%	16,6%	5,7%	,8%	100,0 %
		% Televizyon izleme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0 %
$X^2= 21,761$ Sd=4 p=0,00								

Gençlerin serbest zamanlarında televizyon izleme durumları cinsiyet bağlamında incelendiğinde; kadınların %44'ü nadiren, erkeklerin %50,9'u hiçbir zaman televizyon izlemediklerini belirtmişlerdir. Buna göre kadınların erkeklerden daha fazla televizyon izlediği sonucuna varılabilmektedir. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. (p<0,00)

Tablo 4. 2. 5. Cinsiyet bağlamında dizi-film izleme durumu.

			Dizi-film izleme					Topla m
			Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunluk la	Her zaman	
Cinsi yet	Kadın	S	6	48	97	99	34	284
		% Cinsiyet	2,1%	16,9%	34,2 %	34,9%	12,0%	100,0 %
		% Dizi- film izleme	28,6%	58,5%	54,8 %	58,9%	58,6%	56,1 %
	Erkek	S	15	34	80	69	24	222
		% Cinsiyet	6,8%	15,3%	36,0 %	31,1%	10,8%	100,0 %
		% Dizi- film izleme	71,4%	41,5%	45,2 %	41,1%	41,4%	43,9 %
Toplam		S	21	82	177	168	58	506
		% Cinsiyet	4,2%	16,2%	35,0 %	33,2%	11,5%	100,0 %
		% Dizi- film izleme	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0 %

Tablo 4.2.5'te gençlerin serbest zamanlarında dizi-film izlemelerinin cinsiyet bağlamında karşılaştırması görülmektedir. Buna göre, kadınların %34,9'u çoğunlukla, erkeklerin %36'sı bazen yanıtını vermiştir. Bu durumda kadınlar, serbest zamanlarında erkeklerden daha çok dizi-film izlemektedir.

Tablo 4. 2. 6. Cinsiyet bağlamında bilgisayarda ya da telefonda oyun oynama durumu.

			Bilgisayarda ya da telefonda oyun oynama					Topla m
			Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunluk la	Her zaman	
Cinsi yet	Kadın	S	81	69	45	59	29	283
		% Cinsiyet	28,6%	24,4%	15,9 %	20,8%	10,2%	100,0 %

Tablo 4. 2. 6. (devam) Cinsiyet bağlamında bilgisayarda ya da telefonda oyun oynama durumu.

		% Bilgisayarda ya da telefonda oyun oynama	79,4%	63,9%	44,6%	46,8%	42,6%	56,0%
	Erkek	S	21	39	56	67	39	222
		% Cinsiyet	9,5%	17,6%	25,2%	30,2%	17,6%	100,0%
		% Bilgisayarda ya da telefonda oyun oynama	20,6%	36,1%	55,4%	53,2%	57,4%	44,0%
	Toplam	S	102	108	101	126	68	505
		% Cinsiyet	20,2%	21,4%	20,0%	25,0%	13,5%	100,0%
		% Bilgisayarda ya da telefonda oyun oynama	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
$X^2= 40,020$ Sd=4 P=0,00								

Gençlerin serbest zamanlarında bilgisayarda ya da telefonda oyun oynama durumları cinsiyet bağlamında değerlendirildiğinde; kadınların %28,6'sının hiçbir zaman, erkeklerin %30,2'sinin çoğunlukla cevabını verdiği görülmektedir. Buna göre erkekler serbest zamanlarında, kadınlara göre daha fazla bilgisayarda ya da telefonda oyun oynamaktadır. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. ($p<0,00$)

Tablo 4. 2. 7. Cinsiyet bağlamında müzik dinleme durumu.

			Müzik dinleme					Topla m
			Hiçbir zama n	Nadiren	Bazen	Çoğunluk la	Her zaman	
Cinsi yet	Kadın	S	2	16	38	104	124	284
		% Cinsiyet	0,7%	5,6%	13,4 %	36,6%	43,7%	100,0 %
		% Müzik dinleme	50,0 %	53,3%	58,5 %	54,2%	57,7%	56,1 %
	Erkek	S	2	14	27	88	91	222
		% Cinsiyet	0,9%	6,3%	12,2 %	39,6%	41,0%	100,0 %
		% Müzik dinleme	50,0 %	46,7%	41,5 %	45,8%	42,3%	43,9 %
Toplam	S	4	30	65	192	215	506	
	% Cinsiyet	0,8%	5,9%	12,8 %	37,9%	42,5%	100,0 %	
	% Müzik dinleme	100,0 %	100,0%	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0 %	

Cinsiyet bağlamında serbest zamanlarda müzik dinleme durumu karşılaştırıldığında; kadınların %43,7'si, erkeklerin de %41'i serbest zamanlarında her zaman müzik dinlediklerini belirtmişlerdir. Buna göre, müzik dinleme etkinliği cinsiyetlere göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 4. 2. 8. Cinsiyet bağlamında bireysel spor yapma durumu.

			Bireysel spor yapma					Topla m
			Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	
Cinsi yet	Kadın	S	52	119	81	21	11	284
		% Cinsiyet	18,3%	41,9%	28,5 %	7,4%	3,9%	100,0 %
		% Bireyse l spor yapma	68,4%	69,2%	55,5 %	32,8%	22,9%	56,1 %
	Erkek	S	24	53	65	43	37	222

Tablo 4. 2. 8. (devam) Cinsiyet bağlamında bireysel spor yapma durumu.

		% Cinsiyet	10,8%	23,9%	29,3 %	19,4%	16,7%	100,0 %
		% Bireysel spor yapma	31,6%	30,8%	44,5 %	67,2%	77,1%	43,9 %
Toplam	S		76	172	146	64	48	506
	% Cinsiyet		15,0%	34,0%	28,9 %	12,6%	9,5%	100,0 %
	% Bireysel spor yapma		100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0 %
$X^2= 52,228$ Sd= 4 p= 0,00								

Tablo 4.2.8’de gençlerin serbest zamanlarında bireysel spor yapma durumlarının cinsiyet bağlamında karşılaştırması görülmektedir. Buna göre kadınların %41,9’u nadiren, erkeklerin ise %29,3’ü bazen bireysel spor yaptığını belirtmiştir. Bu durumda, erkekler, kadınlara göre serbest zamanlarında daha fazla bireysel spor yapmaktadır sonucuna varılabilir. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. (p<0,00)

Tablo 4. 2. 9. Cinsiyet bağlamında takım sporları yapma durumu.

		Takım sporları yapma (futbol, basketbol vb.)					Topla m	
		Hiçbir zaman	Nadir en	Bazen	Çoğunluk la	Her zaman		
Cinsi yet	Kadın	S	165	78	29	8	4	284
		% Cinsiyet	58,1%	27,5 %	10,2 %	2,8%	1,4%	100,0 %
		% Takım sporları yapma (futbol, basketbol vb.)	77,8%	58,6 %	33,0 %	17,4%	14,8%	56,1 %
	Erkek	S	47	55	59	38	23	222
		%	21,2%	24,8	26,6	17,1%	10,4%	100,0

		Cinsiyet		%	%			%
--	--	----------	--	---	---	--	--	---

Tablo 4. 2. 9. (devam) Cinsiyet bağlamında takım sporları yapma durumu.

		% Takım sporları yapma (futbol, basketbol vb.)	22,2%	41,4 %	67,0 %	82,6%	85,2%	43,9 %
Toplam	S		212	133	88	46	27	506
	% Cinsiyet		41,9%	26,3 %	17,4 %	9,1%	5,3%	100,0 %
	% Takım sporları yapma (futbol, basketbol vb.)		100,0%	100,0 %	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0 %
$X^2= 106,827$ Sd= 4 p= 0,00								

Gençlerin serbest zamanlarında takım sporları yapma durumu cinsiyet bağlamında karşılaştırıldığında; kadınların %58,1'i hiçbir zaman, erkeklerin %26,6'sı bazen takım sporları yaptıklarını belirtmişlerdir. Buna göre, erkekler serbest zamanlarında kadınlardan daha fazla takım sporları yapmaktadırlar. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. (p<0,00)

Tablo 4. 2. 10. Cinsiyet bağlamında doğa gezileri yapma durumu.

			Doğa gezileri yapma					Toplam
			Hiçbir zaman	Nadir en	Bazen	Çoğunluk la	Her zaman	
Cinsiyet	Kadın	S	81	93	81	19	10	284
		% Cinsiyet	28,5%	32,7 %	28,5 %	6,7%	3,5%	100,0 %
		% Doğa gezileri yapma	54,7%	53,1 %	63,3 %	54,3%	50,0%	56,1 %
	Erkek	S	67	82	47	16	10	222
		% Cinsiyet	30,2%	36,9 %	21,2 %	7,2%	4,5%	100,0 %
		% Doğa gezileri yapma	54,7%	53,1 %	63,3 %	54,3%	50,0%	56,1 %

Tablo 4. 2. 10. (devam) Cinsiyet bağlamında doğa gezileri yapma durumu.

		% Doğa gezileri yapma	45,3%	46,9 %	36,7 %	45,7%	50,0%	43,9 %
Toplam	S		148	175	128	35	20	506
	% Cinsiyet		29,2%	34,6 %	25,3 %	6,9%	4,0%	100,0 %
	% Doğa gezileri yapma		100,0%	100,0 %	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0 %

Cinsiyet bağlamında, gençlerin serbest zamanlarında doğa gezileri yapma durumu; kadınların %32,7'si, erkeklerin de %39,6'sı nadiren cevabını vermişlerdir. Buna göre gençlerin serbest zamanlarında doğa gezileri yapma durumu cinsiyete göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 4. 2. 11. Cinsiyet bağlamında festival ve şenliklere katılma durumu.

		Festival ve şenliklere katılma					Toplam	
		Hiçbir zaman	Nadir en	Bazen	Çoğunluk la	Her zaman		
Cinsiyet	Kadın	S	48	107	79	34	16	284
		% Cinsiyet	16,9%	37,7 %	27,8 %	12,0%	5,6%	100,0%
		% Festival ve şenliklere katılma	51,6%	61,5 %	51,6 %	52,3%	76,2%	56,1%
	Erkek	S	45	67	74	31	5	222
		% Cinsiyet	20,3%	30,2 %	33,3 %	14,0%	2,3%	100,0%
		% Festival ve şenliklere katılma	48,4%	38,5 %	48,4 %	47,7%	23,8%	43,9%
Toplam	S	93	174	153	65	21	506	
	% Cinsiyet	18,4%	34,4 %	30,2 %	12,8%	4,2%	100,0%	

Tablo 4. 2. 11. (devam) Cinsiyet bağlamında festival ve şenliklere katılma durumu.

	% Festival ve şenliklere katılma	100,0%	100,0 %	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0%
--	--	--------	------------	------------	--------	--------	--------

Üniversiteli gençlerin serbest zamanlarında festival ve şenliklere katılma durumları cinsiyet bağlamında değerlendirildiğinde; kadınların %37,7'si nadiren, erkeklerin %33,3'ü bazen yanıtını vermiştir. Buna göre erkekler serbest zamanlarında, kadınlara göre daha fazla festival ve şenliklere katılmaktadır.

Tablo 4. 2. 12. Cinsiyet bağlamında fuar ve sergilere katılma durumu.

			Fuar-sergilere katılma					Topla m
			Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunluk la	Her zaman	
Cinsi yet	Kadın	S	69	106	74	23	12	284
		% Cinsiyet	24,3%	37,3%	26,1 %	8,1%	4,2%	100,0 %
		% Fuar- sergilere katılma	50,0%	56,1%	59,7 %	63,9%	63,2%	56,1 %
	Erkek	S	69	83	50	13	7	222
		% Cinsiyet	31,1%	37,4%	22,5 %	5,9%	3,2%	100,0 %
		% Fuar- sergilere katılma	50,0%	43,9%	40,3 %	36,1%	36,8%	43,9 %
Toplam		S	138	189	124	36	19	506
		% Cinsiyet	27,3%	37,4%	24,5 %	7,1%	3,8%	100,0 %
		% Fuar- sergilere katılma	100,0%	100,0%	100,0 %	100,0%	100,0%	100,0 %

Üniversiteli gençlerin serbest zamanlarında fuar ve sergilere katılma durumları cinsiyet bağlamında karşılaştırıldığında; kadınların %37,3'ü ve erkeklerin de benzer şekilde %37,4'ü nadiren cevabını vermişlerdir. Bu durumda serbest zamanlarda fuar ve sergilere katılma durumu cinsiyete göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 4. 2. 13. Cinsiyet bağlamında sinema ve tiyatroya gitme durumu.

			Sinema-tiyatroya gitme					Toplam
			Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	
Cinsiyet	Kadın	S	34	84	106	44	16	284
		% Cinsiyet	12,0%	29,6%	37,3%	15,5%	5,6%	100,0%
		% Sinema - tiyatroya gitme	45,3%	50,6%	60,9%	63,8%	72,7%	56,1%
	Erkek	S	41	82	68	25	6	222
		% Cinsiyet	18,5%	36,9%	30,6%	11,3%	2,7%	100,0%
		% Sinema - tiyatroya gitme	54,7%	49,4%	39,1%	36,2%	27,3%	43,9%
Toplam	S	75	166	174	69	22	506	
	% Cinsiyet	14,8%	32,8%	34,4%	13,6%	4,3%	100,0%	
	% Sinema - tiyatroya gitme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Üniversiteli gençlerin serbest zamanlarında sinema ve tiyatroya gitme durumları cinsiyet bağlamında değerlendirildiğinde; kadınların %37,3'ünün bazen, erkeklerin %36,9'unun ise nadiren sinema ya da tiyatroya gittiği sonucuna varılmıştır. Buna göre, kadınlar serbest zamanlarında erkeklere göre daha fazla sinema ve tiyatroya gitmektedir.

Tablo 4. 2. 14. Cinsiyet bağlamında seminer-konferans-söyleşilere katılma durumu.

Cinsiyet		Seminer-konferans-söyleşilere katılma					Toplam
		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	
Kadın	S	45	105	94	31	9	284
	% Cinsiyet	15,8%	37,0%	33,1%	10,9%	3,2%	100,0%
	% Seminer-konferans-söyleşilere katılma	41,7%	55,9%	64,4%	62,0%	64,3%	56,1%
Erkek	S	63	83	52	19	5	222
	% Cinsiyet	28,4%	37,4%	23,4%	8,6%	2,3%	100,0%
	% Seminer-konferans-söyleşilere katılma	58,3%	44,1%	35,6%	38,0%	35,7%	43,9%
Toplam	S	108	188	146	50	14	506
	% Cinsiyet	21,3%	37,2%	28,9%	9,9%	2,8%	100,0%
	% Seminer-konferans-söyleşilere katılma	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Üniversiteli gençlerin serbest zamanlarında seminer, konferans ve söyleşilere katılma durumları cinsiyet bağlamında karşılaştırıldığında; kadınların %37'si, erkeklerin de %37,4'ü nadiren seminer, konferans ve söyleşilere katıldığını belirtmiştir. Bu durumda üniversiteli gençlerin serbest zamanlarında seminer, konferans ve söyleşilere katılma durumları cinsiyetlere göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 4. 2. 15. Gelir getirici bir işte çalışma bağlamında gün içerisinde sahip olunan serbest zaman süresi.

			Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?				Toplam
			1-2 saat	3-4 saat	4-5 saat	6 saat ve üzeri	
Gelir getirici herhangi bir işte çalışıyor musunuz?	Evet	S	14	25	15	15	69
		% Gelir getirici herhangi bir işte çalışıyor musunuz?	20,3%	36,2%	21,7%	21,7%	100,0%
		% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	26,4%	19,5%	9,7%	8,8%	13,7%
	Hayır	S	39	103	139	155	436
		% Gelir getirici herhangi bir işte çalışıyor musunuz?	8,9%	23,6%	31,9%	35,6%	100,0%
		% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	73,6%	80,5%	90,3%	91,2%	86,3%
Toplam	S	53	128	154	170	505	
	% Gelir getirici herhangi bir işte çalışıyor musunuz?	10,5%	25,3%	30,5%	33,7%	100,0%	
	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
$X^2= 16,727$ Sd=3 p=0,001							

Gelir getirici herhangi bir işte çalışan üniversiteli gençlerin serbest zaman süreleri Tablo 4.2.15'te karşılaştırılmıştır. Buna göre, gelir getirici işte çalışan gençlerin %36,2'si günde 3-4 saat serbest zamana sahip olduğunu, gelir getirici bir işte çalışmayan gençlerin ise %35,6'sı günde 6 saat ve üzeri serbest zamana sahip olduğunu belirtmiştir. Sonuç olarak, gelir getirici bir işte çalışan gençlerin, çalışmayanlara göre günlük serbest zaman süresi daha azdır. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. (p<0,001)

Tablo 4. 2. 16. Anne eğitim durumu bağlamında serbest zamanda sinema-tiyatroya gitme durumu.

		Sinema-tiyatroya gitme					Topla m	
		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman		
Annemi eğitim durum u nedir?	Okur- yazar değil	S	4	10	5	2	0	21
		% Annemizin eğitim durumu nedir?	19,0%	47,6%	23,8%	9,5%	0,0%	100,0 %
		% Sinema- tiyatroya gitme	5,3%	6,0%	2,9%	2,9%	0,0%	4,2%
	İlkok ul	S	38	75	78	20	8	219
		% Annemizin eğitim durumu nedir?	17,4%	34,2%	35,6%	9,1%	3,7%	100,0 %
		% Sinema- tiyatroya gitme	50,7%	45,2%	44,8%	29,0%	36,4%	43,3 %
	Ortaok kul	S	12	47	39	15	5	118
		% Annemizin eğitim durumu nedir?	10,2%	39,8%	33,1%	12,7%	4,2%	100,0 %
		% Sinema- tiyatroya gitme	16,0%	28,3%	22,4%	21,7%	22,7%	23,3 %
	Lise	S	14	26	43	17	4	104
		% Annemizin eğitim durumu nedir?	13,5%	25,0%	41,3%	16,3%	3,8%	100,0 %
		% Sinema- tiyatroya gitme	18,7%	15,7%	24,7%	24,6%	18,2%	20,6 %
	Ünive rsite	S	7	8	9	15	1	40
		% Annemizin eğitim durumu nedir?	17,5%	20,0%	22,5%	37,5%	2,5%	100,0 %
		% Sinema- tiyatroya gitme	9,3%	4,8%	5,2%	21,7%	4,5%	7,9%
	Lisan süstü	S	0	0	0	0	4	4
		% Annemizin eğitim durumu nedir?	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0 %
		% Sinema- tiyatroya gitme	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	18,2%	,8%
	Toplam	S	75	166	174	69	22	506
		% Annemizin eğitim durumu nedir?	14,8%	32,8%	34,4%	13,6%	4,3%	100,0 %
		% Sinema- tiyatroya gitme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0 %

$$X^2=124,834 \text{ Sd}=20 \text{ p}=0,00$$

Üniversiteli gençlerin serbest zamanlarında sinema-tiyatroya gitme durumları ile anne eğitim durumunun karşılaştırılması tablo 4.2.16'da görülmektedir. Buna göre; annesi okur-yazar olmayan gençlerin %47,6'sı nadiren; annesi ilkokul mezunu olan gençlerin %35,6'sı bazen; annesi ortaokul mezunu olan gençlerin 39,8'i nadiren; annesi lise mezunu olan gençlerin %41,3'ü bazen; annesi üniversite mezunu olan gençlerin %37,5'i çoğunlukla ve annesi lisansüstü mezun olan gençlerin %100'ü serbest zamanlarında her zaman sinema ve tiyatroya gittiklerini belirtmişlerdir. Buna göre, anne eğitim durumu arttıkça serbest zamanlarda sinema ve tiyatroya gitme oranı da artmaktadır. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. (p<0,00)

Tablo 4. 2. 17. Baba eğitim durumu bağlamında serbest zamanda sinema-tiyatroya gitme durumu.

		Sinema-tiyatroya gitme					Toplam	
		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman		
Babanızın eğitim durumu nedir?	Okur-yazar değil	S	1	3	1	0	0	5
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	20,0%	60,0%	20,0%	0,0%	0,0%	100,0%
		% Sinema-tiyatroya gitme	1,4%	1,8%	,6%	0,0%	0,0%	1,0%
	İlkokul	S	21	50	49	16	3	139
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	15,1%	36,0%	35,3%	11,5%	2,2%	100,0%
		% Sinema-tiyatroya gitme	28,4%	30,1%	28,2%	23,2%	13,6%	27,5%
	Ortaokul	S	15	40	48	12	6	121
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	12,4%	33,1%	39,7%	9,9%	5,0%	100,0%
		% Sinema-tiyatroya gitme	20,3%	24,1%	27,6%	17,4%	27,3%	24,0%
	Lise	S	22	48	50	26	4	150
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	14,7%	32,0%	33,3%	17,3%	2,7%	100,0%
		% Sinema-tiyatroya gitme	29,7%	28,9%	28,7%	37,7%	18,2%	29,7%
	Üniversite	S	14	25	24	14	6	83

Tablo 4. 2. 17. (devam) Baba eğitim durumu bağlamında serbest zamanda sinema-tiyatroya gitme durumu.

		% Babanızın eğitim durumu nedir?	16,9%	30,1%	28,9%	16,9%	7,2%	100,0%
		% Sinema-tiyatroya gitme	18,9%	15,1%	13,8%	20,3%	27,3%	16,4%
	Lisan süstü	S	1	0	2	1	3	7
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	14,3%	0,0%	28,6%	14,3%	42,9%	100,0%
		% Sinema-tiyatroya gitme	1,4%	0,0%	1,1%	1,4%	13,6%	1,4%
Toplam	S	74	166	174	69	22	505	
	% Babanızın eğitim durumu nedir?	14,7%	32,9%	34,5%	13,7%	4,4%	100,0%	
	% Sinema-tiyatroya gitme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Üniversiteli gençlerin baba eğitim durumları ile serbest zamanlarında sinema-tiyatroya gitme durumları karşılaştırıldığında; babası okur-yazar olmayanların %60'ı ve ilkokul mezunu olanların %36'sı nadiren; babası ortaokul mezunu olanların %39,7'si ve lise mezunu olanların %33,3'ü bazen; babası üniversite mezunu olanların %30,1'i nadiren; babası lisansüstü mezun olan gençlerin %42,9'u her zaman cevabını vermiştir. Buna göre, babanın eğitim durumu yükseldikçe üniversiteli gençlerin serbest zamanlarında sinema ya da tiyatroya gitme oranları da artmaktadır.

Tablo 4. 2. 18. Anne eğitim durumu bağlamında serbest zamanlarda kitap-dergi okuma durumu.

		Kitap-dergi okuma					Toplam	
		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman		
Anninizin eğitim durumu nedir?	Okur-yazar değil	S	1	8	6	4	2	21
		% Anninizin eğitim durumu nedir?	4,8%	38,1%	28,6%	19,0%	9,5%	100,0%

Tablo 4. 2. 18. (devam) Anne eğitim durumu bağlamında serbest zamanlarda kitap-dergi okuma durumu.

	% Kitap-dergi okuma	3,2%	5,8%	2,8%	4,4%	5,9%	4,2%
İlkokul	S	16	56	104	34	9	219
	% Annenizin eğitim durumu nedir?	7,3%	25,6%	47,5%	15,5%	4,1%	100,0%
	% Kitap-dergi okuma	51,6%	40,3%	49,3%	37,4%	26,5%	43,3%
Ortaokul	S	8	39	47	14	10	118
	% Annenizin eğitim durumu nedir?	6,8%	33,1%	39,8%	11,9%	8,5%	100,0%
	% Kitap-dergi okuma	25,8%	28,1%	22,3%	15,4%	29,4%	23,3%
Lise	S	3	26	38	32	5	104
	% Annenizin eğitim durumu nedir?	2,9%	25,0%	36,5%	30,8%	4,8%	100,0%
	% Kitap-dergi okuma	9,7%	18,7%	18,0%	35,2%	14,7%	20,6%
Üniversite	S	3	10	14	7	6	40
	% Annenizin eğitim durumu nedir?	7,5%	25,0%	35,0%	17,5%	15,0%	100,0%
	% Kitap-dergi okuma	9,7%	7,2%	6,6%	7,7%	17,6%	7,9%
Lisansüstü	S	0	0	2	0	2	4
	% Annenizin eğitim durumu nedir?	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%

Tablo 4. 2. 18. (devam) Anne eğitim durumu bağlamında serbest zamanlarda kitap-dergi okuma durumu.

		% Kitap-dergi okuma	0,0%	0,0%	,9%	0,0%	5,9%	,8%
Toplam	S		31	139	211	91	34	506
	% Annenizin eğitim durumu nedir?		6,1%	27,5%	41,7%	18,0%	6,7%	100,0%
	% Kitap-dergi okuma		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
$X^2= 42,780$ Sd=20 p= 0,002								

Üniversiteli gençlerin anne eğitim durumları ile serbest zamanlarında kitap-dergi okuma durumları karşılaştırıldığında; annesi okur-yazar olmayanların %38,1'i nadiren; annesi ilkokul mezunu olanların %47,5'i, ortaokul mezunu olan gençlerin %39,8'i, annesi lise mezunu olan gençlerin %36,5'i ve üniversite mezunu olanların %35'i bazen cevabını vermiştir. Annesinin eğitim durumu lisansüstü olan gençlerin %50'si her zaman, %50'si bazen kitap, dergi okuduklarını belirtmiştir. Buna göre anne eğitim durumu, gençlerin serbest zamanlarını kitap dergi okuyarak değerlendirmeleri arasında çok belirgin bir fark görülmemektedir. Yine de ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. (p<0,002)

Tablo 4. 2. 19. Baba eğitim durumu bağlamında kitap dergi okuma durumu.

			Kitap-dergi okuma					Toplam
			Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman	
Babanızın eğitim durumu nedir?	Okur-yazar değil	S	1	0	3	0	1	5
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	20,0%	0,0%	60,0%	0,0%	20,0%	100,0%
		% Kitap-dergi okuma	3,2%	0,0%	1,4%	0,0%	2,9%	1,0%
	İlkokul	S	12	39	59	23	6	139

Tablo 4. 2. 19. (devam) Baba eğitim durumu bağlamında kitap dergi okuma durumu.

		% Babanızın eğitim durumu nedir?	8,6%	28,1%	42,4%	16,5%	4,3%	100,0 %
		% Kitap-dergi okuma	38,7%	28,1%	28,0%	25,6%	17,6%	27,5%
	Ortaokul	S	5	33	52	22	9	121
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	4,1%	27,3%	43,0%	18,2%	7,4%	100,0 %
		% Kitap-dergi okuma	16,1%	23,7%	24,6%	24,4%	26,5%	24,0%
	Lise	S	9	44	62	27	8	150
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	6,0%	29,3%	41,3%	18,0%	5,3%	100,0 %
		% Kitap-dergi okuma	29,0%	31,7%	29,4%	30,0%	23,5%	29,7%
	Üniversite	S	4	23	34	16	6	83
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	4,8%	27,7%	41,0%	19,3%	7,2%	100,0 %
		% Kitap-dergi okuma	12,9%	16,5%	16,1%	17,8%	17,6%	16,4%
	Lisansüstü	S	0	0	1	2	4	7
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	0,0%	0,0%	14,3%	28,6%	57,1%	100,0 %
		% Kitap-dergi okuma	0,0%	0,0%	,5%	2,2%	11,8%	1,4%
Toplam		S	31	139	211	90	34	505

Tablo 4. 2. 19. (devam) Baba eğitim durumu bağlamında kitap dergi okuma durumu.

	% Babanızın eğitim durumu nedir?	6,1%	27,5%	41,8%	17,8%	6,7%	100,0%
	% Kitap-dergi okuma	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
$X^2= 40,748$ Sd=20 p= 0,004							

Üniversiteli gençlerin baba eğitim durumları ile serbest zamanlarında kitap-dergi okuma durumlarının karşılaştırması tablo 4.2.19'da görülmektedir. Buna göre; babası okur-yazar olmayan gençlerin %60'ı, babası ilkököl mezunu olanların %42,2'si, babası ortaokul mezunu olanların %43'ü, babası lise mezunu olanların %41,3'ü, üniversite mezunu olanların %41'i bazen; babası lisansüstü eğitim durumuna sahip olan gençlerin %57,1'i her zaman serbest zamanlarında kitap-dergi okuduklarını belirtmiştir. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. (p<0,004)

Tablo 4. 2. 20. Baba eğitim durumu bağlamında serbest zamanlarda televizyon izleme durumu.

		Televizyon izleme					Toplam	
		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman		
Babanızın eğitim durumu nedir?	Okur-yazar değil	S	1	1	2	1	0	5
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	0,0%	100,0%
		% Televizyon izleme	,5%	,5%	2,4%	3,6%	0,0%	1,0%
	İlkokul	S	54	39	36	10	0	139
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	38,8%	28,1%	25,9%	7,2%	0,0%	100,0%
		% Televizyon izleme	26,6%	21,0%	42,9%	35,7%	0,0%	27,5%
	Ortaokul	S	47	48	18	4	4	121
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	38,8%	39,7%	14,9%	3,3%	3,3%	100,0%

Tablo 4. 2. 20. (devam) Baba eğitim durumu bağlamında serbest zamanlarda televizyon izleme durumu.

		% Televizyon izleme	23,2%	25,8%	21,4%	14,3%	100,0%	24,0%
	Lise	S	55	68	18	9	0	150
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	36,7%	45,3%	12,0%	6,0%	0,0%	100,0%
		% Televizyon izleme	27,1%	36,6%	21,4%	32,1%	0,0%	29,7%
	Üniversite	S	42	28	10	3	0	83
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	50,6%	33,7%	12,0%	3,6%	0,0%	100,0%
		% Televizyon izleme	20,7%	15,1%	11,9%	10,7%	0,0%	16,4%
	Lisansüstü	S	4	2	0	1	0	7
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	57,1%	28,6%	0,0%	14,3%	0,0%	100,0%
		% Televizyon izleme	2,0%	1,1%	0,0%	3,6%	0,0%	1,4%
	Toplam	S	203	186	84	28	4	505
		% Babanızın eğitim durumu nedir?	40,2%	36,8%	16,6%	5,5%	,8%	100,0%
		% Televizyon izleme	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Üniversite öğrencilerinin serbest zamanlarında televizyon izleme oranları, baba eğitim durumuna göre değerlendirildiğinde; babası okur-yazar olmayanların %40'ı bazen; babası ilkokul mezunu olanların %38,8'i hiçbir zaman; babası ortaokul mezunu olanların %39,7'si ve babası lise mezunu olan gençlerin %45,3'ü nadiren; babası üniversite mezunu olan gençlerin %50,6'sı ve babası lisansüstü mezun olan gençlerin %57,1'i hiçbir zaman cevabını vermiştir. Buna göre, üniversiteli gençlerin baba eğitim durumu yükseldikçe serbest zamanlarda televizyon izleme oranı düşmektedir. Günümüz dijitalleşen dünyasında gençlerin televizyondan çok internet platformlarından dizi-film

izlemesi, haberleri sosyal medyadan takip etmesi, sonuçların bu şekilde olmasında etkili olabilir.

Tablo 4. 2. 21. Cinsiyet bağlamında serbest zaman etkinliklerine katılmama nedeni.

Cinsiyet		Yukarıda belirttiğiniz serbest zaman etkinliğine katılmama sebebiniz nedir?									Toplam
		Katılmak istediğim bir etkinlik yok	Maddi Yetersizlik	Ailem izin vermiyor	Bulduğum şehirde imkân olmaması	Vakit yetersizliği	İsteksizlik	Kişisel nedenler	Eğitim yoğunluğu	Diğer	
Kadın	S	91	40	9	83	15	5	7	3	31	284
	% Cinsiyet	32,0 %	14,1 %	3,2 %	29,2 %	5,3 %	1,8 %	2,5 %	1,1 %	10,9 %	100,0 %
	% SZE katılmama sebebiniz nedir ?	61,1 %	51,3 %	81,8 %	54,2 %	41,7 %	50,0 %	53,8 %	37,5 %	64,6 %	56,1 %
Erkek	S	58	38	2	70	21	5	6	5	17	222
	% Cinsiyet	26,1 %	17,1 %	,9 %	31,5 %	9,5 %	2,3 %	2,7 %	2,3 %	7,7 %	100,0 %
	% SZE katılmama sebebiniz nedir ?	38,9 %	48,7 %	18,2 %	45,8 %	58,3 %	50,0 %	46,2 %	62,5 %	35,4 %	43,9 %
Toplam	S	149	78	11	153	36	10	13	8	48	506
	% Cinsiyet	29,4 %	15,4 %	2,2 %	30,2 %	7,1 %	2,0 %	2,6 %	1,6 %	9,5 %	100,0 %
	% SZE katılmama sebebiniz nedir ?	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Üniversiteli gençlerin serbest zaman etkinliklerine katılmama sebepleri cinsiyet bağlamında değerlendirildiğinde; kadınların da (%29,2) erkeklerin de (%31,5) çoğunluğu “bulduğu şehirde imkân olmaması”; ikinci olarak kadınlar da (%14,1)

erkekler de (%17,1) “maddi yetersizlik”; üçüncü olarak da yine kadınlar da (%5,3) erkekler (%9,5) de “vakit yetersizliği” nedeniyle serbest zaman etkinliklerine katılmadıklarını belirtmişlerdir. Kadınların %3,2’si, erkeklerin ise %0,9’u ailesi izin vermediği için serbest zaman etkinliklerine katılmadıklarını belirtmiştir. Bu oranlara bakıldığında kadınların erkeklere göre daha yüksek oranda ailesi izin vermediği için herhangi bir etkinliğe katılmadığı görülmektedir. Toplumsal cinsiyet bağlamında kadının yalnız dışarı çıkmasının güvenli bulunmaması bunda etkili olabilmektedir. Diğer cevaplarda ise, kadınların %1,8’i, erkeklerin %2,3’ü isteksizlik; kadınların %1,1’i, erkeklerin de %2,3’ü eğitim yoğunluğu nedenleriyle serbest zaman etkinliklerine katılmamaktadır. Kadınların %10,9’u, erkeklerin %7,7’si ise diğer nedenler ile serbest zaman etkinliklerine katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4. 2. 22. Ailenin ekonomik geliri ile serbest zaman etkinliğine katılmama nedeni karşılaştırması.

Ailenin ekonomik geliri nedir?		Serbest zaman etkinliğine katılmama sebebiniz nedir?									Toplam
		Katılmak istediği bir etkinlik yok	Maddi Yetersizlik	Ailem izin vermiyor	Bulduğum şehirde imkân olmaması	Vakit yetersizliği	İsteksizlik	Kişisel nedenler	Eğitim yoğunluğu	Diğer	
5500 TL ve altı	% Ekonomik gelir	25,7%	28,6%	1,4%	22,9%	8,6%	0,0%	0,0%	1,4%	11,4%	100,0%
	%SZE katılmama nedeni	12,2%	25,6%	9,1%	10,7%	16,7%	0,0%	0,0%	14,3%	16,7%	14,0%
5501 - 7000 TL	S	38	21	5	58	6	1	0	1	17	147
	% Ekonomik gelir	25,9%	14,3%	3,4%	39,5%	4,1%	0,7%	0,0%	0,7%	11,6%	100,0%
	% SZE katılmama nedeni	25,7%	26,9%	45,5%	38,7%	16,7%	10,0%	0,0%	14,3%	35,4%	29,3%
7001 - 9000 TL	S	31	12	1	24	3	3	1	1	9	85
	% Ekonomik gelir	36,5%	14,1%	1,2%	28,2%	3,5%	3,5%	1,2%	1,2%	10,6%	100,0%
	% SZE katılmama nedeni	20,9%	15,4%	9,1%	16,0%	8,3%	30,0%	7,7%	14,3%	18,8%	17,0%

Tablo 4. 2. 22. (devam) Ailenin ekonomik geliri ile serbest zaman etkinliğine katılmama nedeni karşılaştırması.

9001 - 1100 0 TL	S	22	10	1	19	5	5	5	2	9	78
	% Ekono mik gelir	28,2%	12,8 %	1,3%	24,4%	6,4%	6,4%	6,4%	2,6%	11,5 %	100, 0%
	% SZE katılma ma nedeni	14,9%	12,8 %	9,1%	12,7%	13,9 %	50,0 %	38,5 %	28,6 %	18,8 %	15,6 %
1100 1 TL ve üzeri	S	39	15	3	33	16	1	7	2	5	121
	% Ekono mik gelir	32,2%	12,4 %	2,5%	27,3%	13,2 %	0,8%	5,8%	1,7%	4,1 %	100, 0%
	% SZE katılma ma nedeni	26,4%	19,2 %	27,3 %	22,0%	44,4 %	10,0 %	53,8 %	28,6 %	10,4 %	24,2 %
Topl am	S	148	78	11	150	36	10	13	7	48	501
	% Ekono mik gelir	29,5%	15,6 %	2,2%	29,9%	7,2%	2,0%	2,6%	1,4%	9,6 %	100, 0%
	% SZE katılma ma nedeni	100,0%	100,0 %	100,0 %	100,0%	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100, 0%	100, 0%
$X^2= 64,351$ Sd= 32 p= 0,01											

Üniversiteli gençlerin aile ekonomik geliri ile katılmak istedikleri serbest zaman etkinliklerine katılmama nedenleri karşılaştırıldığında; ekonomik geliri 5500 TL ve altında olan gençlerin %28,6'sının maddi yetersizlik nedeniyle; 5501-7000 TL arasında olan gençlerin %39,5'inin, 7001-9000 TL arasında olan gençlerin %28,2'sinin, 9001-11000 TL arasında olan gençlerin %24,4'ünün ve 11000 ve üzeri olan gençlerin %27,3'ü bulunduğu şehirde imkân olmaması nedeniyle katılmak istedikleri serbest zaman etkinliklerine katılmadıklarını belirtmişlerdir. Aile geliri 5500 TL ve altı olan gençlerin %22,9'u bulunduğu şehirde imkân olmadığı için, geliri 5501-7000 TL olanların %14,3'ü, 7001-9000 TL olanların %14,1'i ve geliri 9001-11000 olanların %12,8'i maddi yetersizlik nedeniyle serbest zaman etkinliklerine katılmadıklarını belirtirken; geliri 11000 ve üzeri olanların %13,2'si vakit yetersizliği nedeniyle cevabını vermişlerdir. Bu sonuçlara göre, maddi durumu düşük olanların serbest zaman etkinliklerine maddi yetersizlik nedeniyle katılmadıkları, maddi durumu yüksek olanların ise bulunduğu şehirde imkân olmaması ya da vakit yetersizliği nedeniyle serbest zaman etkinliklerine katılmadıkları gözlenmektedir. Orta derece maddi durumda olanların ise buldukları şehirde imkân olmaması ya da yine maddi

yetersizlik nedeniyle serbest zaman etkinliklerine katılmadıkları görülmektedir. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. ($p<0,01$)

4.3. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE GÖRE SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Tablo 4. 3. 1. Öğrenim görülen fakülte ile gün içerisinde kullanılan sosyal medya süresi.

Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?		Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?				Toplam
		1 saatten az	1-2 saat	3-4 saat	4 saat ve üzeri	
Eğitim Fakültesi	S	1	13	22	16	52
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	1,9%	25,0%	42,3%	30,8%	100,0%
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	2,9%	8,6%	10,9%	13,3%	10,3%
Fen edebiyat fakültesi	S	5	31	45	29	110
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	4,5%	28,2%	40,9%	26,4%	100,0%
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	14,7%	20,5%	22,4%	24,2%	21,7%
İlahiyat fakültesi	S	1	12	8	5	26
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	3,8%	46,2%	30,8%	19,2%	100,0%
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	2,9%	7,9%	4,0%	4,2%	5,1%
Mühendislik fakültesi	S	8	27	48	17	100
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	8,0%	27,0%	48,0%	17,0%	100,0%
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	23,5%	17,9%	23,9%	14,2%	19,8%
İşletme fakültesi	S	2	10	13	9	34
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	5,9%	29,4%	38,2%	26,5%	100,0%
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	5,9%	6,6%	6,5%	7,5%	6,7%

	süreniz?					
--	----------	--	--	--	--	--

Tablo 4. 3. 1. (devam) Öğrenim görülen fakülte ile gün içerisinde kullanılan sosyal medya süresi.

	S	0	4	1	3	8
Orman fakültesi	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	0,0%	50,0%	12,5%	37,5%	100,0%
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	0,0%	2,6%	,5%	2,5%	1,6%
Tıp fakültesi	S	2	0	2	0	4
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	5,9%	0,0%	1,0%	0,0%	,8%
Sağlık bilimleri fakültesi	S	3	2	5	1	11
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	27,3%	18,2%	45,5%	9,1%	100,0%
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	8,8%	1,3%	2,5%	,8%	2,2%
Sanat, tasarım ve mimarlık fakültesi	S	0	6	3	4	13
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	0,0%	46,2%	23,1%	30,8%	100,0%
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	0,0%	4,0%	1,5%	3,3%	2,6%
Meslek Yüksek Okulu	S	12	46	51	32	141
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	8,5%	32,6%	36,2%	22,7%	100,0%
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	35,3%	30,5%	25,4%	26,7%	27,9%
Diğer	S	0	0	3	4	7
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	0,0%	0,0%	42,9%	57,1%	100,0%
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	0,0%	0,0%	1,5%	3,3%	1,4%

	süreniz?					
--	----------	--	--	--	--	--

Tablo 4. 3. 1. (devam) Öğrenim görülen fakülte ile gün içerisinde kullanılan sosyal medya süresi.

Toplam	S	34	151	201	120	506
	% Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?	6,7%	29,8%	39,7%	23,7%	100,0%
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Üniversiteli gençlerin öğrenim gördükleri fakülte ile gün içerisinde kullandıkları sosyal medya süresi karşılaştırıldığında; Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin %48'i, Sağlık Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin %45,5'i, Eğitim Fakültesi öğrencilerinin %42,3'ü, Fen Edebiyat Fakültesi öğrencilerinin %40,9'u, İşletme Fakültesi öğrencilerinin %38,2'si ve Meslek Yüksek Okulu öğrencilerinin %36,2'si 3-4 saat; Orman Fakültesi öğrencilerinin %50'si, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi öğrencilerinin %46,2'si gün içinde 1-2 saat sosyal medya kullandıklarını belirtmiştir. Diğer fakültelerde öğrenim gören gençlerin %57,1'i de günde 4 saat ve üzeri sosyal medya kullandıklarını belirtmiştir. Bu sonuçlara göre, Tablo 4.2.1'de gözlenen serbest zaman sürelerine de bakıldığında, üniversiteli gençlerin serbest zamanlarının çoğunluğunu sosyal medya ile geçirdiği söylenebilir. Yine fakültele göre günlük serbest zaman süreleri ile sosyal medya kullanım sürelerine bakıldığında fakülte-süre durumları genelde birbiriyle tutarlı çıkmıştır. Örneğin Eğitim Fakültesi öğrencilerinin çoğunluğu (%56) 6 saat ve üzeri serbest zamana sahip olduğunu, günlük sosyal medya kullanım sürelerinin de çoğunlukla (%42,3) 3-4 saat olduğunu belirtmiştir. Diğer bir örnek olarak, İlahiyat Fakültesi öğrencileri çoğunlukla (%42,3) 4-5 saat serbest zamana sahip olduğunu ve günlük de 1-2 saat (%46,2) sosyal medya kullandığını belirtmiştir. Buradan anlaşıldığı üzere gençlerin fakülteleri ile serbest zaman ve sosyal medya süreleri birbirleriyle tutarlıdır.

Tablo 4. 3.2. Cinsiyet bağlamında sosyal medya üzerinden arkadaş edinme fikri.

			Sosyal medya üzerinden arkadaş edinme fikri hakkında ne düşünüyorsunuz?				Toplam
			Yeni insanlar tanımayı severim	Yeni insanlar tanımayı sevmem	Sosyal medya üzerinden arkadaşlıkları güvenli bulmuyorum	Diğer	
Cinsiyet	Kadın	S	77	14	185	3	279
		% Cinsiyet	27,6%	5,0%	66,3%	1,1%	100,0%
		% Sosyal medya üzerinden arkadaş edinme fikri hakkında ne düşünüyorsunuz?	38,7%	42,4%	73,1%	42,9%	56,7%
	Erkek	S	122	19	68	4	213
		% Cinsiyet	57,3%	8,9%	31,9%	1,9%	100,0%
		% Sosyal medya üzerinden arkadaş edinme fikri hakkında ne düşünüyorsunuz?	61,3%	57,6%	26,9%	57,1%	43,3%
Toplam		S	199	33	253	7	492
		% Cinsiyet	40,4%	6,7%	51,4%	1,4%	100,0%
		% Sosyal medya üzerinden arkadaş edinme fikri hakkında ne düşünüyorsunuz?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
$X^2= 57,362$ Sd= 3 p= 0,00							

Üniversiteli gençlerin sosyal medya üzerinden arkadaş edinme fikri hakkındaki düşünceleri cinsiyet bağlamında değerlendirildiğinde; kadınların %66,3'ü, erkeklerin %31,9'u sosyal medya üzerinden arkadaşlıkları güvenli bulmadığını; erkeklerin %57,3'ü, kadınların %27,6'sı yeni insanlar tanımayı sevdiğini belirtmiştir. Bu durumda, sosyal medya üzerinden arkadaş edinmede kadınların erkeklere göre daha temkinli olduğu görülmektedir. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. (p<0,00)

Tablo 4. 3. 3. Cinsiyet bağlamında Youtube kullanma sıklığı.

			Youtube'u ne sıklıkla kullanırsınız					Toplam
			Kullanmıyorum	Nadiren kullanıyorum	Bazen kullanıyorum	Kullanıyorum	Sık kullanıyorum	
Cinsiyet	Kadın	S	3	27	35	127	92	284
		% Cinsiyet	1,1%	9,5%	12,3%	44,7%	32,4%	100,0%

Tablo 4. 3. 3. (devam) Cinsiyet bağlamında Youtube kullanma sıklığı.

		% Youtube 'u ne sıklıkla kullanırs ınız	50,0%	61,4%	54,7%	64,1%	47,4%	56,1%
	Erkek	S	3	17	29	71	102	222
		% Cinsiyet	1,4%	7,7%	13,1%	32,0%	45,9%	100,0%
		% Youtube 'u ne sıklıkla kullanırs ınız	50,0%	38,6%	45,3%	35,9%	52,6%	43,9%
Toplam		S	6	44	64	198	194	506
		% Cinsiyet	1,2%	8,7%	12,6%	39,1%	38,3%	100,0%
		% Youtube 'u ne sıklıkla kullanırs ınız	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Üniversiteli gençlerin Youtube kullanım durumlarının cinsiyet bağlamında karşılaştırması Tablo 4.3.3'te görülmektedir. “Youtube’u ne sıklıkla kullanırsınız” sorusuna; erkeklerin %45,9’u, kadınların %32,4’ü “sık kullanıyorum”; kadınların %44,7’si ve erkeklerin %32’si “kullanıyorum”; erkeklerin %13,1’i, kadınların 12,3’ü “bazen kullanıyorum” yanıtlarını vermişlerdir. Kadınların %9,5’i, erkeklerin %7,7’si Youtube’u nadir kullandığını, kadınların sadece %1,1’i ve erkeklerin de %1,4’ü hiç kullanmadığını belirtmiştir. Bu durumda Youtube’u kullanma oranlarında kadınlar ve erkekler arasında değişiklik bulunmamaktadır.

Tablo 4. 3. 4. Cinsiyet bağlamında Instagram kullanma sıklığı.

		Instagram'ı ne sıklıkla kullanırsınız					Topla m	
		Kullanmıy orum	Nadiren kullanıy orum	Bazen kullanıy orum	Kullanıy orum	Sık kullanıy orum		
Cinsi yet	Kadın	S	6	10	10	78	180	284
		% Cinsiye t	2,1%	3,5%	3,5%	27,5%	63,4%	100,0 %
		% Instagr am'ı ne sıklıkla kullanır	28,6%	52,6%	26,3%	51,7%	65,0%	56,1 %

		sınız						
--	--	-------	--	--	--	--	--	--

Tablo 4. 3. 4. (devam) Cinsiyet bağlamında Instagram kullanma sıklığı.

		S	15	9	28	73	97	222
	Erkek	% Cinsiyet	6,8%	4,1%	12,6%	32,9%	43,7%	100,0%
		% Instagram'ı ne sıklıkla kullanırsınız	71,4%	47,4%	73,7%	48,3%	35,0%	43,9%
Toplam		S	21	19	38	151	277	506
		% Cinsiyet	4,2%	3,8%	7,5%	29,8%	54,7%	100,0%
		% Instagram'ı ne sıklıkla kullanırsınız	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
$X^2= 30,330$ Sd=4 p=0,00								

Üniversiteli gençlerin, cinsiyet bağlamında Instagram kullanım sıklıklarına bakıldığında; kadınların %63,4'ü, erkeklerin %43,7'si Instagram'ı sık kullandığını; erkeklerin %32,9'u, kadınların %27,5'i kullandığını; erkeklerin %12,6'sı, kadınların %3,5'i bazen kullandığını belirtmiştir. Instagram'ı hiç kullanmama oranları erkeklerde %6,8 iken kadınlarda %2,1'dir. Buna göre kadınlar, erkeklere göre daha sık Instagram kullanmaktadır. Başka bir ifadeyle, erkeklerin hiç kullanmama oranınının kadınlara göre yüksek olduğu da göz önünde bulundurulduğunda; erkekler, kadınlara göre daha az Instagram kullanmaktadır denebilir. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. ($p<0,00$)

Tablo 4. 3. 5. Cinsiyet bağlamında Facebook kullanma sıklığı.

		Facebook'u ne sıklıkla kullanırsınız					Toplam	
		Kullanmıyorum	Nadiren kullanıyorum	Bazen kullanıyorum	Kullanıyorum	Sık kullanıyorum		
Cinsiyet	Kadın	S	232	33	12	5	2	284
		% Cinsiyet	81,7%	11,6%	4,2%	1,8%	,7%	100,0%
		% Facebook'u ne sıklıkla kullanırsınız	63,4%	37,5%	44,4%	31,3%	25,0%	56,2%

		nız						
--	--	-----	--	--	--	--	--	--

Tablo 4. 3. 5. (devam) Cinsiyet bağlamında Facebook kullanma sıklığı.

	Erkek	S	134	55	15	11	6	221
		% Cinsiyet	60,6%	24,9%	6,8%	5,0%	2,7%	100,0%
		% Facebook' u ne sıklıkla kullanırsınız	36,6%	62,5%	55,6%	68,8%	75,0%	43,8%
Toplam		S	366	88	27	16	8	505
		% Cinsiyet	72,5%	17,4%	5,3%	3,2%	1,6%	100,0%
		% Facebook' u ne sıklıkla kullanırsınız	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
$X^2= 28,914$ Sd=4 p=0,00								

Üniversiteli gençlerin cinsiyetleri ile Facebook kullanım sıklıklarının karşılaştırması tablo 4.3.5'te görülmektedir. Buna göre; kadınların %81,7'si, erkeklerin %60,6'sı Facebook'u kullanmadığını; erkeklerin %24,9'u, kadınların %11,6'sı nadiren kullandığını; erkeklerin %6,8'i, kadınların ise %4,2'si bazen kullandığını belirtmiştir. Facebook'u sık kullanmadığını belirtenlerin oranı oldukça düşüktür. Bu durumda, erkekler, kadınlara göre Facebook'u daha sık kullanıyor denebilir. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. (p<0,00)

Tablo 4. 3. 6. Cinsiyet bağlamında Twitter kullanma sıklığı.

			Twitter'ı ne sıklıkla kullanırsınız?					Toplam
			Kullanmıyorum	Nadiren kullanıyorum	Bazen kullanıyorum	Kullanıyorum	Sık kullanıyorum	
Cinsiyet	Kadın	S	86	44	34	64	56	284
		% Cinsiyet	30,3%	15,5%	12,0%	22,5%	19,7%	100,0%
		% Twitter' ı ne sıklıkla kullanırsınız?	53,4%	54,3%	53,1%	62,7%	57,7%	56,2%
	Erkek	S	75	37	30	38	41	221

Tablo 4. 3. 6. (devam) Cinsiyet bağlamında Twitter kullanma sıklığı.

		% Cinsiyet	33,9%	16,7%	13,6%	17,2%	18,6%	100,0%
		% Twitter'ine sıklıkla kullanırsınız?	46,6%	45,7%	46,9%	37,3%	42,3%	43,8%
Toplam	S		161	81	64	102	97	505
	% Cinsiyet		31,9%	16,0%	12,7%	20,2%	19,2%	100,0%
	% Twitter'ine sıklıkla kullanırsınız?		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Üniversiteli gençlerin Twitter kullanım sıklıkları cinsiyet bağlamında değerlendirildiğinde; erkeklerin %33,9'u, kadınların %30,3'ü Twitter'ı hiç kullanmadığını; kadınların %19,7'si, erkeklerin %18,6'sı sık kullandıklarını; kadınların %22,5'i, erkeklerin %17,2'si kullandıklarını belirtmiştir. Buna göre Twitter'ı, kadınlar, erkeklerden daha sık kullanmaktadır.

Tablo 4. 3. 7. Cinsiyet bağlamında Whatsapp kullanma sıklığı.

			Whatsapp'ine sıklıkla kullanırsınız?					Toplam
			Kullanmıyorum	Nadiren kullanıyorum	Bazen kullanıyorum	Kullanıyorum	Sık kullanıyorum	
Cinsiyet	Kadın	S	1	1	7	52	223	284
		% Cinsiyet	,4%	,4%	2,5%	18,3%	78,5%	100,0%
		% Whatsapp'ine sıklıkla kullanırsınız?	25,0%	14,3%	31,8%	45,2%	62,3%	56,1%
	Erkek	S	3	6	15	63	135	222
		% Cinsiyet	1,4%	2,7%	6,8%	28,4%	60,8%	100,0%
		% Whatsapp'ine sıklıkla kullanırsınız?	75,0%	85,7%	68,2%	54,8%	37,7%	43,9%
Toplam	S	4	7	22	115	358	506	

Tablo 4. 3. 7. (devam) Cinsiyet bağlamında Whatsapp kullanma sıklığı.

	% Cinsiyet	,8%	1,4%	4,3%	22,7%	70,8%	100,0%
	% Whatsapp'ı ne sıklıkla kullanırsınız?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
$X^2= 22,911$ $Sd=4$ $p=0,00$							

Üniversiteli gençlerin Whatsapp'ı kullanım sıklıkları cinsiyetler bağlamında karşılaştırıldığında; kadınların %78,5'i, erkeklerin %60,8'i Whatsapp'ı sık kullandıklarını; kadınların %45,2'si, erkeklerin %28,4'ü kullandıklarını; kadınların %2,5'i, erkeklerin %6,5'i bazen kullandıklarını belirtmişlerdir. Whatsapp'ı nadir ya da hiç kullandığını belirtenlerin oranı oldukça düşüktür. Bu sonuçlara bakıldığında, Whatsapp'ı kullanmada erkekler ve kadınlar arasında çok bir fark yoktur. Hem kadınlar hem de erkekler Whatsapp'ı sık kullanmaktadırlar. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. ($p<0,00$)

Tablo 4. 3. 8. Cinsiyet bağlamında Pinterest kullanma sıklığı.

			Pinterest'i ne sıklıkla kullanırsınız?					Toplam
			Kullanmıyorum	Nadiren kullanıyorum	Bazen kullanıyorum	Kullanıyorum	Sık kullanıyorum	
Cinsiyet	Kadın	S	114	43	52	47	28	284
		% Cinsiyet	40,1%	15,1%	18,3%	16,5%	9,9%	100,0%
		% Pinterest' i ne sıklıkla kullanırsınız?	40,1%	64,2%	76,5%	87,0%	84,8%	56,1%
	Erkek	S	170	24	16	7	5	222
		% Cinsiyet	76,6%	10,8%	7,2%	3,2%	2,3%	100,0%
		% Pinterest' i ne sıklıkla kullanırsınız?	59,9%	35,8%	23,5%	13,0%	15,2%	43,9%
Toplam		S	284	67	68	54	33	506
		% Cinsiyet	56,1%	13,2%	13,4%	10,7%	6,5%	100,0%
		% Pinterest' i ne	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

	sıklıkla kullanırsınız?						
$X^2= 74,673$ Sd=4 p=0,00							

Üniversiteli gençlerin Pinterest kullanım sıklıkları cinsiyet bağlamında değerlendirildiğinde; erkeklerin %76,6'sı, kadınların %40,1'i Pinterest'i hiç kullanmadığını; erkeklerin %10,8'i, kadınların %15,1'i nadiren kullandıklarını; kadınların %18,3'ü, erkeklerin %7,2'si bazen kullandıklarını; kadınların %16,5'i, erkeklerin %3,2'si kullandıklarını; kadınların %9,9'u, erkeklerin %2,3'ü sık kullandıklarını belirtmişlerdir. Bu durumda Pinterest'i kadınlar, erkeklere oranla daha sık kullanmaktadırlar. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. (p<0,00)

Tablo 4. 3. 9. Cinsiyet bağlamında Snapchat kullanma sıklığı.

			Snapchat'i ne sıklıkla kullanırsınız?					Toplam
			Kullanmıyorum	Nadiren kullanıyorum	Bazen kullanıyorum	Kullanıyorum	Sık kullanıyorum	
Cinsiyet	Kadın	S	104	36	33	50	61	284
		% Cinsiyet	36,6%	12,7%	11,6%	17,6%	21,5%	100,0%
		% Snapchat'i ne sıklıkla kullanırsınız?	45,4%	53,7%	66,0%	72,5%	67,0%	56,1%
	Erkek	S	125	31	17	19	30	222
		% Cinsiyet	56,3%	14,0%	7,7%	8,6%	13,5%	100,0%
		% Snapchat'i ne sıklıkla kullanırsınız?	54,6%	46,3%	34,0%	27,5%	33,0%	43,9%
Toplam	S	229	67	50	69	91	506	
	% Cinsiyet	45,3%	13,2%	9,9%	13,6%	18,0%	100,0%	
	% Snapchat'i ne sıklıkla kullanırsınız?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
$X^2= 24,681$ Sd= 4 p= 0,00								

Üniversiteli gençlerin Snapchat'i kullanım sıklıkları cinsiyet bağlamında değerlendirildiğinde; erkeklerin %56,3'ü, kadınların %36,6'sı Snapchat'i kullanmadıklarını; erkeklerin %14'ü, kadınların %12,7'si nadiren kullandıklarını;

kadınların %11,6'sı, erkeklerin %7,7'si bazen kullandıklarını; kadınların %17,6'sı, erkeklerin %8,6'sı kullandıklarını; kadınların %21,5'inin erkeklerin %13,5'inin sık kullandıklarını belirtmişlerdir. Buna göre kadınlar, erkeklere oranla Snapchat'i daha sık kullanmaktadırlar. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. ($p < 0,00$)

Tablo 4. 3. 10. Cinsiyet bağlamında pandemi sürecinde sosyal medyada daha çok vakit geçirme durumu.

		Pandemi süreci, serbest zamanınızı daha çok sosyal medyada geçirmenize neden oldu mu?		Toplam	
		Evet	Hayır		
Cinsiyet	Kadın	S	250	34	284
		% Cinsiyet	88,0%	12,0%	100,0%
		% Pandemi süreci, serbest zamanınızı daha çok sosyal medyada geçirmenize neden oldu mu?	58,8%	42,0%	56,1%
	Erkek	S	175	47	222
		% Cinsiyet	78,8%	21,2%	100,0%
		% Pandemi süreci, serbest zamanınızı daha çok sosyal medyada geçirmenize neden oldu mu?	41,2%	58,0%	43,9%
Toplam		S	425	81	506
		% Cinsiyet	84,0%	16,0%	100,0%
		% Pandemi süreci, serbest zamanınızı daha çok sosyal medyada geçirmenize neden oldu mu?	100,0%	100,0%	100,0%

Üniversiteli gençlerin pandemi sürecinde serbest zamanlarını daha fazla sosyal medyada geçirip geçirmediği cinsiyet bağlamında karşılaştırılmıştır. Buna göre; kadınların %88'i, erkeklerin %78'i pandemi sürecinde serbest zamanlarını daha fazla sosyal medyada geçirdiklerini belirtmişlerdir. Pandemi döneminde kadınlar, erkeklere oranla serbest zamanlarını daha çok sosyal medyada geçirmişlerdir.

Tablo 4. 3. 11. Cinsiyet bağlamında sosyal medya kullanırken hissedilen duygu.

Cinsiyet		Sosyal medyayı kullanırken kendinizi nasıl hissedersiniz?							Toplam
		Gergin ve huzursuz	Rahat	Mutlu	Özgür	Normal	Bir şey hissetmiyorum	Diğer	
Kadın	S	17	162	49	34	9	3	10	284
	% Cinsiyet	6,0%	57,0%	17,3%	12,0%	3,2%	1,1%	3,5%	100,0%
	% Sosyal medyayı kullanırken kendinizi nasıl hissedersiniz?	37,0%	57,4%	72,1%	51,5%	52,9%	23,1%	71,4%	56,1%
Erkek	S	29	120	19	32	8	10	4	222
	% Cinsiyet	13,1%	54,1%	8,6%	14,4%	3,6%	4,5%	1,8%	100,0%
	% Sosyal medyayı kullanırken kendinizi nasıl hissedersiniz?	63,0%	42,6%	27,9%	48,5%	47,1%	76,9%	28,6%	43,9%
Toplam	S	46	282	68	66	17	13	14	506
	% Cinsiyet	9,1%	55,7%	13,4%	13,0%	3,4%	2,6%	2,8%	100,0%
	% Sosyal medyayı kullanırken kendinizi nasıl hissedersiniz?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

$X^2= 21,812$ Sd=6 p=0,01

Üniversiteli gençlerin sosyal medya kullanırken nasıl hissettikleri cinsiyet bağlamında karşılaştırılmıştır. Buna göre sosyal medya kullanırken, kadınların %57'si, erkeklerin %54,1'i rahat hissettiğini belirtmiştir. Sosyal medya kullanırken kadınların (%17,3), erkeklerden (%8,6) daha mutlu, erkeklerin de (%13,1) kadınlara (%6) göre daha gergin ve huzursuz hissettiği Tablo 4.3.11'de görülmektedir. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı olduğu gözlenmektedir. (p<0,01)

4.4. GENÇLERİN GÜN İÇİ SOSYAL MEDYA KULLANIM SÜRESİNİN GÜNLÜK YAŞAMLARINI ETKİLEME DURUMU

Tablo 4. 4. 1. Günlük sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal medya kullanımının ders notlarını etkileme durumu.

			Sosyal medya kullanımım ders notlarımı etkiler					Toplam
			Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Çok Katılıyorum	
Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz ?	1 saatten az	S	8	7	6	7	6	34
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	23,5%	20,6%	17,6%	20,6%	17,6%	100,0%
		% Sosyal medya kullanımım ders notlarımı etkiler	11,6%	7,1%	4,8%	5,0%	8,6%	6,7%
	1-2 saat	S	25	38	33	38	15	149
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	16,8%	25,5%	22,1%	25,5%	10,1%	100,0%
		% Sosyal medya kullanımım ders notlarımı etkiler	36,2%	38,4%	26,2%	27,1%	21,4%	29,6%
	3-4 saat	S	26	37	61	55	22	201
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	12,9%	18,4%	30,3%	27,4%	10,9%	100,0%

Tablo 4. 4. 1. (devam) Günlük sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal medya kullanımının ders notlarını etkileme durumu.

		% Sosyal medya kullanımı m ders notlarımı etkiler	37,7%	37,4%	48,4%	39,3%	31,4%	39,9%
	4 saat ve üzeri	S	10	17	26	40	27	120
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	8,3%	14,2%	21,7%	33,3%	22,5%	100,0%
		% Sosyal medya kullanımı m ders notlarımı etkiler	14,5%	17,2%	20,6%	28,6%	38,6%	23,8%
Toplam		S	69	99	126	140	70	504
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	13,7%	19,6%	25,0%	27,8%	13,9%	100,0%
		% Sosyal medya kullanımı m ders notlarımı etkiler	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.4.1’de üniversiteli gençlerin gün içi sosyal medya kullanım süreleri ile “Sosyal medya kullanımı, ders notlarımı etkiler” cümlesine katılma durumları karşılaştırılmıştır. Buna göre, gün içerisinde 1 saatten az sosyal medya kullanan gençlerin %23,5’i bu cümleye “hiç katılmıyorum”, %20,6’sı “katılmıyorum” ve %20,6’sı ise “katılıyorum” yanıtını vermiştir. Günlük sosyal medya kullanım süresi 1-2 saat olan gençlerin %25,5’i “katılmıyorum”, %25,5’i “katılıyorum” ve %22,1’i ise “kararsızım” yanıtını vermiştir. Gün içi sosyal medya kullanım süresi 3-4 saat olan gençlerin %30,3’ü “kararsızım”, %27,4’ü “katılıyorum” yanıtını vermiştir. Gün içinde 4 saat ve üzeri sosyal medya kullanan gençlerin %33,3’ü “katılıyorum”, %22,5’i “çok

katılıyorum” ve %21,7’si ise “kararsızım” yanıtını vermiştir. Tablo 4.4.1’e bakıldığında, gençlerin günlük sosyal medya kullanım süreleri arttıkça, sosyal medya kullanımlarının ders notlarını etkileme durumuna katılma oranlarının arttığı gözlenmektedir. Toplam oranlara bakıldığında ise, gençlerin %27,8’i bu cümleye katıldığını, %25’i katılmadığını ve %19,6’sı ise kararsız olduğunu belirtmiştir. Buna göre, gençlerin sosyal medya kullanımları, ders notlarını etkilemektedir.

Tablo 4. 4. 2. Günlük sosyal medya süresi ile sosyal medyanın alışkanlık olma durumunun karşılaştırılması.

Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?		Sosyal medya kullanmak benim için bir alışkanlıktır					Toplam
		Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Çok Katılıyorum	
1 saatten az	S	13	8	6	7	0	34
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	38,2%	23,5%	17,6%	20,6%	0,0%	100,0%
	% sosyal medya kullanmak benim için bir alışkanlıktır	36,1%	10,7%	6,3%	3,9%	0,0%	6,7%
1-2 saat	S	16	39	29	48	18	150
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	10,7%	26,0%	19,3%	32,0%	12,0%	100,0%
	% sosyal medya kullanmak benim için bir alışkanlıktır	44,4%	52,0%	30,2%	27,0%	15,1%	29,8%
3-4 saat	S	5	21	47	79	48	200
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	2,5%	10,5%	23,5%	39,5%	24,0%	100,0%
	% sosyal medya kullanmak benim için bir alışkanlıktır	13,9%	28,0%	49,0%	44,4%	40,3%	39,7%
4 saat ve üzeri	S	2	7	14	44	53	120

Tablo 4. 4. 2. (devam) Günlük sosyal medya süresi ile sosyal medyanın alışkanlık olma durumunun karşılaştırılması.

	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	1,7%	5,8%	11,7%	36,7%	44,2%	100,0%
	% sosyal medya kullanmak benim için bir alışkanlıktır	5,6%	9,3%	14,6%	24,7%	44,5%	23,8%
	S	36	75	96	178	119	504
Toplam	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	7,1%	14,9%	19,0%	35,3%	23,6%	100,0%
	% sosyal medya kullanmak benim için bir alışkanlıktır	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.4.2’de üniversiteli gençlerin günlük sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal medyayı alışkanlık olarak görme durumları karşılaştırılmıştır. Gençlerin “sosyal medyayı kullanmak benim için bir alışkanlıktır” cümlesine katılma durumlarına bakıldığında; sosyal medyayı günde 1 saatten az kullananların %38,2’si hiç katılmıyorum cevabını verirken; günde 1-2 saat sosyal medya kullananların %32’si ve günde 3-4 saat sosyal medya kullananların %39,5’i katılıyorum cevabını vermiştir. Sosyal medyayı günde 4 saat ve üzeri kullananların %44,2’si çok katılıyorum cevabını vermiştir. Buna göre, gençlerin günlük sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medyanın onlar için alışkanlık olma durumu da artmaktadır. Başka bir ifadeyle, günlük olarak sosyal medyayı az kullananlar, sosyal medyayı alışkanlık olarak görmezken, fazla kullananlar alışkanlık olarak görmektedir.

Tablo 4. 4. 3. Sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medyanın aile ile ilişkiyi olumsuz etkileme durumu karşılaştırması.

			Sosyal medya kullanımım, ailemle ilişkiyi olumsuz yönde etkiler					Toplam
			Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Çok Katılıyorum	
Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz ?	1 saatten az	S	18	11	4	0	1	34
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	52,9%	32,4%	11,8%	0,0%	2,9%	100,0%
		% Sosyal medya kullanımım, ailemle ilişkiyi olumsuz yönde etkiler	7,7%	7,1%	6,3%	0,0%	6,3%	6,7%
	1-2 saat	S	75	50	17	6	2	150
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	50,0%	33,3%	11,3%	4,0%	1,3%	100,0%
		% Sosyal medya kullanımım, ailemle ilişkiyi olumsuz yönde etkiler	32,1%	32,5%	26,6%	16,2%	12,5%	29,7%
	3-4 saat	S	92	62	28	13	6	201
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	45,8%	30,8%	13,9%	6,5%	3,0%	100,0%

Tablo 4. 4. 3. (devam) Sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medyanın aile ile ilişkiyi olumsuz etkileme durumu karşılaştırması.

		% Sosyal medya kullanımı m, ailele ilişkimi olumsuz yönde etkiler	39,3%	40,3%	43,8%	35,1%	37,5%	39,8%
	4 saat ve üzeri	S	49	31	15	18	7	120
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	40,8%	25,8%	12,5%	15,0%	5,8%	100,0%
		% Sosyal medya kullanımı m, ailele ilişkimi olumsuz yönde etkiler	20,9%	20,1%	23,4%	48,6%	43,8%	23,8%
Toplam		S	234	154	64	37	16	505
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	46,3%	30,5%	12,7%	7,3%	3,2%	100,0%
		% Sosyal medya kullanımı m, ailele ilişkimi olumsuz yönde etkiler	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Üniversiteli gençlerin günlük sosyal medya kullanım süreleri ile “Sosyal medya kullanımım ailele ilişkimi olumsuz etkiler” cümlesine katılma oranları tablo 4.4.3’te görülmektedir. Buna göre; gün içinde 1 saatten az sosyal medya kullanan gençlerin %52’si bu cümleye “hiç katılmıyorum”, %32,4’ü “katılmıyorum” ve %11,8’i ise

“kararsızım” yanıtını vermiştir. Günlük sosyal medya süresi 1-2 saat olan gençlerin %50’si bu cümleye “hiç katılmıyorum”, %33,3’ü “katılmıyorum” ve %11,3’ü ise “kararsızım” yanıtını vermiştir. Gün içi sosyal medya kullanım süresi 3-4 saat olan gençlerin %45,8’i bu cümleye “hiç katılmıyorum”, %30,8’i “katılmıyorum”, %13,9’u “kararsızım” ve %6,5’i “katılıyorum” yanıtını vermiştir. Gün içinde sosyal medya kullanım süresi 4 saat ve üzeri olan gençlerin %40,8’i bu cümleye “hiç katılmıyorum”, %25,8’i “katılmıyorum” ve %15’i ise “katılıyorum” yanıtını vermiştir. Yüzelere bakıldığında, gün içi sosyal medya kullanım süresi arttıkça gençlerin “Sosyal medya kullanımım ailemle ilişkiyi olumsuz etkiler” cümlesine katılma oranlarının arttığı, katılmama oranlarının ise azaldığı gözlenmektedir. Toplam oranlara bakıldığında ise, gençlerin %46,3’ü bu cümleye hiç katılmazken, %30,5’i katılmadığını ve %12,7’si ise kararsız olduğunu belirtmiştir. Gençlerin sadece %7,3’ünün sosyal medya kullanımı, ailesi ile olan ilişkisini olumsuz etkilemektedir. Buna göre, gençlerin çoğunluğunun sosyal medya kullanımı, ailesi ile olan ilişkisini olumsuz etkilememektedir.

Tablo 4. 4. 4. Günlük sosyal medya kullanım süresi ile arkadaşlarla yüz yüze görüşmek yerine sosyal medyada iletişime geçme durumu karşılaştırması.

			Arkadaşlarımla yüz yüze görüşmek yerine sosyal medya ile iletişime geçmeyi tercih ederim					Toplam
			Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Çok Katılıyorum	
Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	1 saatten az	S	21	9	4	0	0	34
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	61,8%	26,5%	11,8%	0,0%	0,0%	100,0%
	% Arkadaşlarımla yüz yüze görüşmek yerine sosyal medya ile iletişime geçmeyi tercih ederim	7,7%	5,8%	9,5%	0,0%	0,0%	6,7%	
1-2 saat	S	82	49	13	5	1	150	

Tablo 4. 4. 4. (devam) Günlük sosyal medya kullanım süresi ile arkadaşlarla yüz yüze görüşmek yerine sosyal medyada iletişime geçme durumu karşılaştırması.

		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	54,7%	32,7%	8,7%	3,3%	,7%	100,0 %
		% Arkadaşlarıyla yüz yüze görüşmek yerine sosyal medya ile iletişime geçmeyi tercih ederim	29,9%	31,4%	31,0%	22,7%	9,1%	29,7 %
		S	113	63	13	7	5	201
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	56,2%	31,3%	6,5%	3,5%	2,5%	100,0 %
	3-4 saat	% Arkadaşlarıyla yüz yüze görüşmek yerine sosyal medya ile iletişime geçmeyi tercih ederim	41,2%	40,4%	31,0%	31,8%	45,5%	39,8 %
		S	58	35	12	10	5	120
	4 saat ve üzeri	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	48,3%	29,2%	10,0%	8,3%	4,2%	100,0 %

Tablo 4. 4. 4. (devam) Günlük sosyal medya kullanım süresi ile arkadaşlarla yüz yüze görüşmek yerine sosyal medyada iletişime geçme durumu karşılaştırması.

		% Arkadaşlarımla yüz yüze görüşmek yerine sosyal medya ile iletişime geçmeyi tercih ederim	21,2%	22,4%	28,6%	45,5%	45,5%	23,8%
Toplam	S		274	156	42	22	11	505
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?		54,3%	30,9%	8,3%	4,4%	2,2%	100,0%
	% Arkadaşlarımla yüz yüze görüşmek yerine sosyal medya ile iletişime geçmeyi tercih ederim		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablo 4.4.4'te üniversiteli gençlerin sosyal medya süreleri ile arkadaşlarıyla yüz yüze görüşmektense sosyal medyadan iletişime geçmeyi tercih etme durumları karşılaştırılmıştır. Buna göre; gün için sosyal medya süresi 1 saatten az olan gençlerin %61'i bu cümleye hiç katılmadığını, %26'sı katılmadığını belirtmiştir. Gün içi sosyal medya kullanım süresi 1-2 saat olan gençlerin %54,7'si bu cümleye hiç katılmazken, %32,7'si katılmadığını belirtmiştir. Sosyal medyada günlük 3-4 saat vakit geçiren gençlerin %56,2'si bu cümleye hiç katılmazken, %31,3'ü katılmadığını belirtmiştir. "Arkadaşlarımla yüz yüze görüşmektense sosyal medyada vakit geçiririm" cümlesine 4 saat ve üzeri günlük sosyal medya kullanan gençlerin %48,3'ü "hiç katılmıyorum", %29,2'si "katılmıyorum", %10'u "kararsızım ve %8,3'ü katılıyorum yanıtını vermiştir. Tablo 4.4.4'te yüzdelerle bakıldığında da günlük sosyal medya süresi arttıkça "Arkadaşlarımla yüz yüze görüşmek yerine sosyal medya ile iletişime geçmeyi tercih

ederim” cümlesine katılma oranları çok değişiklik göstermemektedir. Yalnızca 4 saat ve üzeri sosyal medya kullanan gençlerin bu cümleye katılma oranları diğerlerine göre daha yüksek olduğu gözlenmektedir. Toplam oranlara bakıldığında ise, gençlerin %54,3’ü “hiç katılmıyorum” ve %30,9’u “katılmıyorum” cevabını verirken, cümleye katılma oranları ise oldukça düşüktür. Buna göre, gençlerin büyük çoğunluğu arkadaşlarıyla sosyal medya yerine yüz yüze görüşmeyi tercih etmektedir.

Tablo 4. 4. 5. Günlük sosyal medya süreleri ile herhangi bir serbest zaman etkinliğine katılmaktansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih etme durumu karşılaştırması.

			Herhangi bir serbest zaman etkinliğine katılmaktansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih ederim					Toplam
			Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Çok Katılıyorum	
Gün içerisinde sosyal medya kullanımı süreniz?	1 saatten az	S	20	8	4	2	0	34
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	58,8%	23,5%	11,8%	5,9%	0,0%	100,0%
		% Herhangi bir serbest zaman etkinliğine katılmaktansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih ederim	8,1%	5,2%	5,6%	10,0%	0,0%	6,7%
	1-2 saat	S	83	47	13	4	3	150
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	55,3%	31,3%	8,7%	2,7%	2,0%	100,0%

Tablo 4. 4. 5. (devam) Günlük sosyal medya süreleri ile herhangi bir serbest zaman etkinliğine katılmakansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih etme durumu karşılaştırması.

		% Herhangi bir serbest zaman etkinliğinin e katılmakansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih ederim	33,7%	30,5%	18,3%	20,0%	21,4%	29,7 %
		S	92	64	34	5	6	201
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	45,8%	31,8%	16,9%	2,5%	3,0%	100,0 %
	3-4 saat	% Herhangi bir serbest zaman etkinliğinin e katılmakansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih ederim	37,4%	41,6%	47,9%	25,0%	42,9%	39,8 %
		S	51	35	20	9	5	120
	4 saat ve üzeri	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	42,5%	29,2%	16,7%	7,5%	4,2%	100,0 %

Tablo 4. 4. 5. (devam) Günlük sosyal medya süreleri ile herhangi bir serbest zaman etkinliğine katılmaktansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih etme durumu karşılaştırması.

		% Herhangi bir serbest zaman etkinliğinin e katılmaktansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih ederim	20,7%	22,7%	28,2%	45,0%	35,7%	23,8 %
Toplam	S		246	154	71	20	14	505
	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?		48,7%	30,5%	14,1%	4,0%	2,8%	100,0%
	% Herhangi bir serbest zaman etkinliğinin e katılmaktansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih ederim		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Üniversiteli gençlerin günlük sosyal medya kullanım süreleri ile “Herhangi bir serbest zaman etkinliğine katılmaktansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih ederim” cümlesine katılma durumlarına bakıldığında; sosyal medyada gün içerisinde 1 saatten az vakit geçiren gençlerin %58,8’i “hiç katılmıyorum”, %23,5’i ise “katılmıyorum” cevabını vermiştir. Sosyal medyada günlük 1-2 saat vakit geçiren gençlerin %55,3’ü “hiç katılmıyorum”, %31,8’i “katılmıyorum” cevabını vermiştir. Gün içi sosyal medya kullanım süresi 3-4 saat olan gençlerin %45’i “hiç katılmıyorum”, %31,8’i “katılıyorum”, %16,9’u “kararsızım” cevabını vermiştir. Gün için sosyal medya kullanım süresi 4 saat ve üzeri olan gençlerin %42’si “hiç katılmıyorum”, %29,2’si

“katılmıyorum, %16,7’si “kararsızım” ve %7,5’i ise “katılıyorum” cevabını vermiştir. Gençlerin serbest zaman etkinliğine katılmak yerine sosyal medyada vakit geçirme durumuna katılma oranlarına bakıldığında, sosyal medya süresi arttıkça hiç katılmama ve katılmama oranlarının azaldığı, kararsız olma ve katılma oranlarının arttığı gözlenmektedir. Toplam oranlara bakıldığında, gençlerin %48,7’si serbest zaman etkinliğine katılmaktansa sosyal medyada vakit geçirme durumuna hiç katılmazken, %14,1’i bu konuda kararsız olduğunu belirtmiş ve gençlerin sadece %4’ü serbest zaman etkinliği yerine sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih edeceğini belirtmiştir. Buna göre, gençler için sosyal medya, herhangi bir serbest zaman etkinliğinin önüne geçmemektedir.

4.5. GÜNLÜK SERBEST ZAMAN SÜRELERİ İLE SOSYAL MEDYA SÜRELERİNİN FARKLI DEĞİŞKENLERLE KARŞILAŞTIRILMASI

Tablo 4. 5. 1. Günlük sahip olunan serbest zaman süresi ile sosyal medya kullanım süresinin karşılaştırılması.

		Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?				Toplam	
		1 saatten az	1-2 saat	3-4 saat	4 saat ve üzeri		
Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	1-2 saat	S	17	20	11	5	53
		% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	32,1%	37,7%	20,8%	9,4%	100,0%
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	50,0%	13,2%	5,5%	4,2%	10,5%
	3-4 saat	S	9	49	53	17	128
		% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	7,0%	38,3%	41,4%	13,3%	100,0%
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	26,5%	32,5%	26,5%	14,2%	25,3%
	4-5 saat	S	7	50	68	29	154
		% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	4,5%	32,5%	44,2%	18,8%	100,0%
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	20,6%	33,1%	34,0%	24,2%	30,5%
	6 saat ve	S	1	32	68	69	170

	üzeri						
--	-------	--	--	--	--	--	--

Tablo 4. 5. 1. (devam) Günlük sahip olunan serbest zaman süresi ile sosyal medya kullanım süresinin karşılaştırılması.

		% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	,6%	18,8%	40,0%	40,6%	100,0%
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	2,9%	21,2%	34,0%	57,5%	33,7%
		S	34	151	200	120	505
Toplam		% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	6,7%	29,9%	39,6%	23,8%	100,0%
		% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
$X^2= 110,612$ Sd= 9 p=0,00							

Üniversiteli gençlerin günlük sahip oldukları serbest zaman süreleri ile günlük sosyal medya kullanım sürelerinin karşılaştırması Tablo 4.5.1’de görülmektedir. Buna göre; günde 1-2 saat serbest zamana sahip olan gençlerin %37,7’sinin 1-2 saat ve %32,1’inin 1 saatten az sosyal medya kullandığı görülmektedir. Günde 3-4 saat serbest zamana sahip olanların %42,4’ünün 3-4 saat ve %38,3’ünün 1-2 saat sosyal medya kullandığı; günde 4-5 saat serbest zamana sahip olanların %44,2’si 3-4 saat sosyal medya kullandığı ve günde 6 saat ve üzeri serbest zamana sahip olanların %40’ının 3-4 saat, %40,6’sının ise 4 saat ve üzeri sosyal medya kullandığı gözlenmiştir. Bu durumda günlük serbest zaman süresi ile günlük sosyal medya kullanma süreleri arasında paralellik olduğu görülmektedir. Günlük serbest zaman süresi arttıkça aynı oranda günlük sosyal medya süresi de artmaktadır. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişki anlamlı bulunmuştur. (p<0,00)

Tablo 4. 5. 2. Günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medyayı serbest zamanları değerlendirmek için kullanma durumunun karşılaştırılması.

Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	S	Sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım					Toplam
		Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Çok Katılıyorum	
1 saatten az	S	6	8	8	9	3	34

Tablo 4. 5. 2. (devam) Günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medyayı serbest zamanları değerlendirmek için kullanma durumunun karşılaştırılması.

	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	17,6%	23,5%	23,5%	26,5%	8,8%	100,0 %
	% Sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım	33,3%	15,7%	9,2%	3,9%	2,6%	6,7%
	S	8	21	33	66	22	150
1-2 saat	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	5,3%	14,0%	22,0%	44,0%	14,7%	100,0 %
	% Sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım	44,4%	41,2%	37,9%	28,6%	18,8%	29,8 %
	S	3	17	38	93	50	201
3-4 saat	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	1,5%	8,5%	18,9%	46,3%	24,9%	100,0 %
	% Sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım	16,7%	33,3%	43,7%	40,3%	42,7%	39,9 %
	S	1	5	8	63	42	119
4 saat ve üzeri	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	,8%	4,2%	6,7%	52,9%	35,3%	100,0 %
	% Sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım	5,6%	9,8%	9,2%	27,3%	35,9%	23,6 %
Toplam	S	18	51	87	231	117	504

Tablo 4. 5. 2. (devam) Günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medyayı serbest zamanları değerlendirmek için kullanma durumunun karşılaştırılması.

	% Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz?	3,6%	10,1%	17,3%	45,8%	23,2%	100,0%
	% Sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
$X^2= 68,405$ Sd=12 p=0,00							

Tablo 4.5.2’de üniversiteli gençlerin sosyal medyayı günlük kullanım süreleri ile serbest zamanlarını değerlendirmek için sosyal medya kullanma durumları karşılaştırılmıştır. Gençlerin “sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım” cümlesine katılma durumlarına bakıldığında; günde 1 saatten az sosyal medya kullananların %26,5’i, 1-2 saat kullananların %44’ü, 3-4 saat kullananların %46’sı ve 4 saat ve üzeri sosyal medya kullananların %52,9’u katılıyorum cevabını vermiştir. Sosyal medya kullanım süresi çoğaldıkça bu cümleye katılma oranları da çoğalmıştır. Bu durumda üniversiteli gençler genel olarak sosyal medyayı serbest zamanlarında kullanmaktadırlar. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı bulunduğu gözlenmektedir. (p<0,00)

Tablo 4. 5. 3. Günlük sahip olunan serbest zaman süresi ile sosyal medyayı serbest zamanları değerlendirmek için kullanma durumunun karşılaştırması.

Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	S	Sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım					Toplam
		Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Çok Katılıyorum	
1-2 saat	S	8	6	6	21	11	52
	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	15,4%	11,5%	11,5%	40,4%	21,2%	100,0%
	% Sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım	44,4%	11,8%	6,9%	9,1%	9,4%	10,3%
3-4 saat	S	5	12	29	59	23	128

Tablo 4. 5. 3. (devam) Günlük sahip olunan serbest zaman süresi ile sosyal medyayı serbest zamanları değerlendirmek için kullanma durumunun karşılaştırması.

	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	3,9%	9,4%	22,7%	46,1%	18,0%	100,0 %
	% Sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım	27,8%	23,5%	33,3%	25,7%	19,7%	25,4 %
	S	3	20	21	76	33	153
4-5 saat	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	2,0%	13,1%	13,7%	49,7%	21,6%	100,0 %
	% Sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım	16,7%	39,2%	24,1%	33,0%	28,2%	30,4 %
	S	2	13	31	74	50	170
6 saat ve üzeri	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	1,2%	7,6%	18,2%	43,5%	29,4%	100,0 %
	% Sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım	11,1%	25,5%	35,6%	32,2%	42,7%	33,8 %
	S	18	51	87	230	117	503
Toplam	% Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?	3,6%	10,1%	17,3%	45,7%	23,3%	100,0 %
	% Sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0 %
$X^2= 36,626$ Sd=12 p=0,00							

Üniversiteli gençlerin günlük serbest zaman süreleri ile sosyal medyayı serbest zamanlarında kullanma durumları Tablo 4.5.3'te karşılaştırılmıştır. Gençlerin “sosyal medyayı serbest zamanlarımı değerlendirmek için kullanım” cümlesine verdiklerine yanıtlara bakıldığında; günlük 1-2 saat serbest zamana sahip olanların %40’ı, 3-4 saat serbest zamana sahip olanların %46’sı, 4-5 saat serbest zamana sahip olanların %49’u ve 6 saat ve üzeri serbest zamana sahip olanların %43,5’i “katılıyorum” yanıtını

vermişlerdir. 6 saat ve üzeri serbest zamana sahip olanların %29,4'ü “çok katılıyorum” yanıtını vermiştir. Buna göre, günlük sahip olunan serbest zaman süresi arttıkça, sosyal medyayı serbest zamanı değerlendirmek için kullanma durumu da artmaktadır. Ki-kare analizinde değişkenler arası ilişkinin anlamlı bulunduğu gözlenmiştir. ($p<0,00$)



5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırma ile 18-25 yaş arasındaki üniversiteli gençlerin serbest zamanlarını nasıl değerlendirdikleri, sosyal medya kullanımlarının yaşamlarına ve serbest zamanlarına olan etkilerini anlamak amaçlanmıştır. Ulaşılan sonuçlara göre; Eğitim Fakültesi, İşletme Fakültesi ve Fen Edebiyat Fakültesinde öğrenim gören gençlerin, diğer fakültelerde okuyan gençlere göre daha fazla gün içi serbest zamana sahip oldukları söylenebilir. Gün içinde en az serbest zaman süresine sahip olan gençler ise, Orman Fakültesinde öğrenim gören gençlerdir. Gün içi serbest zaman süresinin fakültele göre farklılık göstermesinde her fakültenin ve bölümün ders yoğunluğunun farklı olması etkilidir.

Üniversiteli gençlerin serbest zaman etkinliklerine katılım durumları cinsiyet bağlamında incelendiğinde; her iki cinsiyetin de serbest zamanlarında en çok yaptığı etkinlikler, sosyal medya harici internet kullanımı ve müzik dinlemedir. Kadınlar serbest zamanlarında erkeklere göre daha çok dizi izleme, sinema-tiyatroya gitme ve kitap okuma gibi etkinlikler yapmaktadır. Erkekler ise bilgisayar ve telefonda oyun oynama, bireysel ya da takım sporları yapma gibi etkinlikler ile serbest zamanlarını değerlendirmektedir. Bu sonuçlar, “H₁: Üniversiteli gençlerin serbest zaman aktivitelerine katılma sıklıkları cinsiyete göre farklılık gösterir.” hipotezini doğrulamaktadır. Bu durum, araştırma sonuçlarına da yansımıştır. Benzer şekilde, Yerlisu Lapa & Ardahan (2009)’ın yapmış oldukları çalışmada da; kadınların serbest zamanlarını daha çok müzik dinleyerek, sinema-tiyatroya giderek ve kitap okuyarak geçirdiği, erkeklerin ise kadınlara göre daha fazla sportif etkinlikler ile okey, tavla gibi oyunlarla geçirdikleri ortaya konulmuştur. Cinsiyetlerin ilgi alanlarının farklılığı, serbest zamanları değerlendirme durumlarını büyük ölçüde etkilediği görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında üniversiteli gençler çoğunlukla serbest zamanlarını sosyal medya harici internet kullanarak, müzik dinleyerek, telefonda ya da bilgisayarda oyun oynayarak ve dizi-film izleyerek, bazen de kitap-dergi okuyarak ve sinema-tiyatroya giderek değerlendirmektedir. Gençler televizyonu hiçbir zaman ya da nadiren izlediklerini belirtmişlerdir. Günümüz dijitalleşen dünyasında internette dizi-film izleme platformlarının çoğalması, televizyon izlenme oranının düşük olmasının nedenlerinden biri olduğu düşünülmektedir. Ayrıca gençler, doğa gezileri, festival, şenlik, fuar, sergi,

seminer, konferans, söyleşilere de nadiren katılmaktadırlar. Buna göre; üniversiteli gençler, serbest zamanlarını daha çok evsel ve bireysel etkinliklerle, özellikle de dijital ortamlarda vakit geçirerek değerlendirmektedirler. Er, Yıldız, & Güzel (2019)'in yapmış oldukları araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. 716 üniversite öğrencisi ile yaptıkları çalışmada, gençlerin serbest zamanlarını aktif rekreatif etkinlikler yerine, sosyal medya ile pasif olarak değerlendirmeyi tercih ettiği gözlenmiştir.

Gelir getirici herhangi bir işte çalışan üniversiteli gençlerin gün içinde daha az serbest zamana sahip olduğu, bir işte çalışmayan gençlerin ise serbest zaman sürelerinin daha fazla olduğu gözlenmiştir. Ki-kare analizinde de gelir getirici işte çalışma durumu ile serbest zaman süresi arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. ($p < 0,001$)

Üniversiteli gençlerin anne-baba eğitim durumları ile serbest zaman etkinliklerine katılma durumları karşılaştırıldığında çoğu etkinlikte gözle görülür bir fark tespit edilmemiştir. Ancak anne eğitimi ile serbest zamanda sinema-tiyatroya gitme arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. ($p < 0,00$) Anne eğitim durumu arttıkça, gençlerin serbest zamanlarında sinema ve tiyatroya gitme durumları da artmaktadır. Benzer sonuçlar baba eğitim durumu ile de gözlenmiştir.

Üniversiteli gençlerin anne-baba eğitim durumu ile serbest zamanlarında kitap ve dergi okuma durumları arasında da anlamlı bir ilişki bulunmuştur. ($p < 0,002/p < 0,004$) Anne-baba eğitim düzeyleri lisansüstü olan gençler, serbest zamanlarını daha çok kitap ve dergi okuyarak geçirmektedir. Anne-baba eğitim durumu lisansüstünün altında olan tüm eğitim düzeylerinde olan gençlerin ise bazen kitap-dergi okuduğu tespit edilmiştir. Anne-baba eğitim düzeyi arttıkça kitap okuma oranının da yükseleceği düşünülebilir.

Üniversiteli gençlere “katılmak istediğiniz herhangi bir etkinlik var mı?” sorusu sorulduğunda çoğunlukla (%29,4) katılmak istedikleri bir etkinlik olmadığı cevabı alınmıştır. Üniversiteli gençlerin serbest zaman etkinliklerine katılamama nedeni ise, çoğunlukla buldukları şehirde serbest zaman aktivitelerine katılacak imkân olmamasıdır. Düzce'nin küçük bir şehir olması ve dolayısıyla sanatsal, kültürel ve spor etkinliklerinin fazla olmaması bu sonuçlarda etkili olmaktadır. İkinci en fazla seçilen neden ise maddi yetersizliktir. Bu sonuç, “H₄: Üniversiteli gençler, serbest zaman etkinliklerine maddi yetersizlik nedeniyle katılamazlar.” hipotezini doğrulamaktadır. Ülke ekonomisinin son dönemdeki durumunun bunda etkili olduğu düşünülmektedir.

Bu durum, gençlerin serbest zamanlarını, daha fazla evde ve özellikle dijital ortamlarda değerlendirmelerine neden olmaktadır.

Aile ekonomik durumu ile gençlerin serbest zaman etkinliklerine katılmama durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. ($p<0,01$) Ailesinin maddi durumu düşük olan gençlerin serbest zaman etkinliklerine daha çok maddi yetersizlik nedeniyle katılmamakta olduğu, maddi durumu yüksek olan gençlerin ise buldukları şehirde imkân olmaması ya da vakit yetersizliği nedeniyle serbest zaman etkinliklerine katılmamakta olduğu gözlenmiştir. Bu sonuç ile benzer şekilde, Yerlisu-Lapa & Ardahan (2009)'ın yapmış oldukları araştırmada da, üniversite öğrencilerinin çoğunun, gelir bakımından ailelerine bağlı olmasının, rekreatif etkinliklere katılımlarını olumsuz etkilediği ortaya konulmuştur.

Araştırma sonucunda, üniversiteli gençlerin gün içerisinde 3-4 saat sosyal medya kullandıkları tespit edilmiştir. Benzer şekilde, Çömlekçi & Başol (2019)'un 763 üniversiteli genç ile gerçekleştirdiği araştırmasında da gençlerin gün içerisinde sosyal medyada 4 saat 16 dakika geçirdikleri tespit edilmiştir. Yine Yıldız & Demir (2016)'ın 408 üniversiteli genç ile yaptığı araştırmasında da gençlerin çoğunlukla 3 saat ve üzeri sosyal medya kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. We Are Social'ın 2022 sosyal medya raporlarında da insanların günde 2 saat 59 dakika sosyal medya kullandığı belirtilmiştir. Buna göre, araştırmada ulaşılan sonuç ile literatürdeki diğer araştırma sonuçları benzerlik göstermektedir.

Üniversiteli gençlerin gün içerisinde sosyal medya kullanım süreleri ile öğrenim gördükleri fakültelere bakıldığında da gün içi serbest zaman süreleri ile paralellik gösterdikleri tespit edilmiştir. Gün içi serbest zaman süresinin diğerlerine göre az olduğunu belirten gençler daha çok Orman Fakültesinde öğrenim gören gençlerdir. Benzer şekilde Orman Fakültesinde öğrenim gören gençler, gün içerisinde 1-2 saat sosyal medya kullandıklarını belirtmişlerdir. Gün içerisinde en fazla serbest zamana sahip olan Eğitim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım süreleri de 3-4 saattir.

Sosyal medyada arkadaş edinme fikri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. ($p<0,00$) Kadınlar, çoğunlukla sosyal medyada arkadaş edinmeyi güvenli bulmadığını belirtirken, erkekler çoğunlukla yeni insanlar tanımayı sevdiğini belirtmiştir. Bu durum, "H₅: Sosyal medya üzerinden arkadaş edinme fikri cinsiyete

göre farklılık gösterir.” hipotezini doğrulamaktadır. Er, Yıldız, & Güzel (2019)’in yapmış olduğu araştırmada da sosyal medya platformlarını kullanırken araştırma ve iletişim kurma boyutunda cinsiyetler arası fark olduğu gözlenmiştir. Kadınlar iletişim kurmada iyiyken, erkekler ise iletişim başlatma konusunda kadınlara göre daha iyi olduğu tespit edilmiştir. Buna göre kadınların, sosyal medya üzerinden arkadaş edinme ve iletişim başlatmada erkeklere oranla daha çekingen olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Üniversiteli gençlerin en sık kullandığı sosyal medya platformu, %70,8 ile Whatsapp’tır. İkinci olarak %54,7 ile Instagram ve üçüncü olarak ise %38,3 ile Youtube sık kullanılmaktadır. Devamında %19,2 ile Twitter, %18,0 ile Snapchat ve %6,5 ile Pinterest gelmektedir. Üniversiteli gençlerin en az kullandığı sosyal medya platformu %1,6 ile Facebook’tur. Benzer şekilde, Akar & Akar (2021)’in 269 üniversiteli genç ile yaptığı araştırmasında, en fazla kullanılan sosyal medya platformu Whatsapp, sonrasında Instagram ve Youtube’tur. Yine Çömlekçi & Başol (2019)’un araştırmasında da gençlerin en fazla kullandıkları platformlar Instagram ve Youtube’tur. 2022 TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırmasında Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformu Whatsapp olmuştur. Buna göre araştırma sonuçları, TÜİK 2022 verileri ile ve yapılan bazı akademik araştırmalar ile de benzerlik göstermektedir.

Üniversiteli gençlerin sosyal medya platformlarını kullanım sıklıklarına cinsiyet bağlamında bakıldığında, kadınların, erkeklere göre daha sık sosyal medya kullandığı görülmektedir. Ulaşılan sonuçlara göre; kadınların, sosyal medya platformlarını erkeklere göre daha fazla kullandıkları söylenebilir. Bu da “H₆: Farklı sosyal medya platformlarının kullanılmasında cinsiyetler arası fark vardır.” hipotezini doğrulamaktadır.

Üniversiteli gençlerin çoğunluğu (%84), pandemi sürecinin sosyal medyada daha fazla vakit geçirmelerine sebep olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuç, “H₇: Pandemi süreci üniversiteli gençlerin sosyal medyada daha fazla zaman geçirmesine neden olmuştur.” hipotezini doğrulamaktadır. Güteryüz, Esentaş, Yıldız, & Güzel (2020)’in yapmış oldukları araştırma sonucunda da pandemi döneminde sosyal medya kullanımının arttığı gözlenmiştir.

Üniversiteli gençlerinin çoğu, sosyal medya kullanırken kendilerini rahat hissettiklerini belirtmektedirler (%55,7). Gençlerin %13,4’ü sosyal medyayı kullanırken mutlu

hissettiğini, %13'ü özgür hissettiğini belirtmiştir. Gençlerin sosyal medyayı kullanırken rahat ve mutlu hissetmelerinin nedeni sosyal medya kullanımının kolay, hızlı ve çoğunlukla ücretsiz olmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Bu sonuçlara bakıldığında, “H₈: Üniversiteli gençler, sosyal medya kullanırken kendilerini gergin ve huzursuz hisseder.” hipotezine ulaşılamadığı görülmektedir.

Üniversiteli gençlerin sosyal medya kullanım süreleri ile sosyal medyayı alışkanlık olarak görme durumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.(p<0,00) Gençlerin çoğunluğu (%35,3), sosyal medyayı bir alışkanlık olarak gördüğünü belirtmiştir. Özellikle de gün içerisindeki sosyal medya kullanım süreleri arttıkça böyle düşünme durumu da artmaktadır. Bu sonuç, “H₉: Üniversiteli gençler, sosyal medya kullanmayı bir alışkanlık olduğunu düşünürler.” hipotezini doğrulamaktadır.

Üniversiteli gençlerin sosyal medya kullanımlarının, sosyal hayatlarına etkisine bakıldığında; gençlerin çoğunluğu (%27,8) sosyal medya kullanımlarının ders notlarını etkilediğini belirtirken, gençlerin %25'i ise sosyal medyanın ders notlarını etkilemediğini belirtmiştir. Gençlerin çoğunluğu (%46,3), sosyal medya kullanımlarının aileleri ile ilişkilerini olumsuz etkilemediğini belirtirken; gençlerin sadece %7,3'ü sosyal medya kullanımının aileleri ile ilişkisini olumsuz etkilediğini belirtmiştir. Gençlerin, günlük sosyal medya kullanım süreleri arttıkça, sosyal medya kullanımlarının aileleriyle ilişkilerini olumsuz etkilenme durumunun oransal olarak ufak farklarla arttığı gözlenmiştir.

Üniversiteli gençlerin çoğunluğu (%54,3) arkadaşları ile sosyal medya yerine, yüz yüze görüşmeyi tercih etmektedir. Ayrıca “Herhangi bir serbest zaman etkinliğine katılmaktansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih ederim” cümlesine gençlerin çoğunluğu (%48,7) hiç katılmadığını belirtmiştir. Buna göre, gençler, serbest zaman etkinliklerini, sosyal medyaya tercih etmektedir. Ayrıca gençlerin sosyal medya kullanımının, günlük hayatlarını olumsuz etkilemediği sonucuna da ulaşılmaktadır.

Günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanma durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.(p<0,00) Günlük sosyal medya kullanım süresi arttıkça, sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanma oranının da arttığı gözlenmiştir. Gençlerin çoğunluğunun sosyal medya kullanırken kendilerini rahat hissetmeleri bu sonuçlarda etkili olabilmektedir. Sosyal medya

kullanırken kendini rahat ve mutlu hisseden gençler, doğal olarak sosyal medya kullanım süreleri arttıkça daha çok eğlenmekte ve rahatlamaktadır.

Karaoğlu & Atasoy (2018)'un yapmış oldukları araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medya araçlarını daha çok serbest zamanlarında kullandıkları gözlenmiştir. Benzer şekilde bu araştırmada da gençlerin çoğunluğu sosyal medyayı, serbest zamanlarını değerlendirmek için kullandığını belirtmiştir. Günlük sahip olunan serbest zaman süresi ile sosyal medya süresi arasında da anlamlı bir ilişki bulunmuştur. ($p < 0,00$) Günlük serbest zaman sürelerinin az olduğunu belirten gençler, sosyal medya kullanım sürelerinin de az olduğu, günlük serbest zaman süreleri fazla olanların, sosyal medya kullanım sürelerinin de fazla olduğu gözlenmiştir. Bu durumda günlük serbest zaman süreleri çoğaldıkça sosyal medya kullanım süreleri de artmaktadır. Bu sonuçlara bakıldığında, gençlerin çoğu serbest zamanlarının neredeyse tamamına yakını, sosyal medya kullanarak geçirdiği düşünülmektedir. Çömlekçi & Başol (2019), sosyal medyayı serbest zamanlarını değerlendirmek için sıklıkla kullanan gençlerin, sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de arttığını ortaya koymuşlardır.

Sonuç olarak, bu araştırmada gençlerin serbest zamanlarında sosyal medya kullanım durumları değerlendirilmiş ve gençlerin genel olarak serbest zamanlarını sosyal medya ya da dijital ortamlarda geçirdiği gözlenmiştir. Ayrıca gençlerin sosyal medya kullanırken kendilerini rahat hissettikleri ve gençlerin çoğunluğunun sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullandıkları gözlenmiştir. Her ne kadar gençler serbest zaman sürelerinin neredeyse hepsini sosyal medyada geçirse de bu durumun onların günlük hayatlarını olumsuz etkilemediği, aksine sosyal medya ile eğlenmekte ve rahatlamakta oldukları tespit edilmiştir. Karaoğlu & Atasoy (2018)'un üniversite öğrencilerinin serbest zaman tatminleri ile sosyal medya arasındaki ilişkiyi tespit etmek için yaptıkları araştırmada, üniversiteli gençlerin serbest zamanlarında sosyal medya kullanımlarından tatmin oldukları ve serbest zamanlarında doyuma ulaştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medyanın kullanımının kolay, rahat, çoğunlukla ücretsiz olmasının ve özellikle de kullanıcılarına özgürlük imkânı tanınmasının bu sonuçlarda etkili olduğu düşünülmektedir.

Günümüzde sürekli değişen iletişim teknolojileri ve dijitalleşmenin serbest zaman değerlendirme durumlarını da etkilediği görülmektedir. Sosyal medyanın olumlu

özellikleri kadar kişileri ve toplumları olumsuz etkileyebilecek özellikleri de bulunmaktadır. Bu açıdan sosyal medyanın olumsuz kullanımının, bireysel ve toplumsal problemleri tetikleyebilecek olan sosyal medya bağımlılığını da arttırdığı çeşitli çalışmalar ile (Çömlekçi & Başol, 2019; Karaoğlu & Atasoy, 2018) ortaya konulmaktadır. Bu anlamda sosyal medyanın olumlu kullanımı için gençleri bilinçlendirmek amacıyla çeşitli çalışmalar yapılabilir. Okullara sosyal medyanın doğru kullanımı ile ilgili olarak zorunlu dersler konulabilir. Ailelere de bu konuda eğitimler verilerek çocuklarını sosyal medya kullanımı konusunda bilinçlendirmeleri sağlanabilir. Bu ve benzeri düzenlemeler ile gençlerin sosyal medyanın olumsuz etkilerinden uzaklaşacağı düşünülmektedir.

Serbest zamanların olumlu değerlendirilmesinin kişilere ve toplumlara sağladığı birçok yarar vardır. Bu açıdan gençlerin serbest zamanlarının tamamını sosyal medya ile geçirmek yerine çeşitli sanatsal, kültürel ve sportif etkinlikler ile geçirmesinin daha yararlı olacağı düşünülmektedir. Gençlerin serbest zamanlarında dijital ortamların zararlarından da uzaklaşabilmesi için kendilerine daha fazla fiziksel ve psikolojik yarar sağlayacak rekreatif etkinliklere katılımının sağlanması toplumsal açıdan önemli olduğu da düşünülmektedir.

6. KAYNAKÇA

- Akar, H., & Akar, F. (2021). Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı: Üniversite Öğrencileri Araştırması. *İNİF E-Dergi*, 285-297.
- Armağan, A., & Dirik, Ç. (2011). Ergen Madde Bağımlılığı ve Sosyal Psikolojik Yaklaşım. E. C. Doğutaş içinde, *Çocuklar ve Madde Bağımlılığı* (s. 263-284). Ankara: TBMM Basımevi.
- Aslan, İ. & Kaysadu, E. A. (2018). Gençliğin Gelecek Kaygısı ve Gençlerin Toplumsal Beklentisi Üzerine Bir Uygulama: Bingöl İli Örneği. 3. *International Dmitri Yavoronitski European Congress on Social Sciences* (s.21-30). İstanbul: www.iksadeurope.org
- Arslan, S. (2018). Yetişkin Eğitimi Bağlamında Serbest Zaman Okuryazarlığı Ölçeği Geliştirme: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Inesjournal Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 101-116.
- Aydoğan, F. (2000). *Medya ve Serbest Zaman*. İstanbul: Om Yayınevi.
- Aytaç, Ö. (2002). Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 231-260.
- Baran, A. G. (2013). Genç ve Gençlik: Sosyolojik Bakış. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 6-25.
- Baş, H. (2017). Türkiye'de Genç Nüfus: Sorunlar ve Politikalar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 255-288.
- Bayhan, V. (2002). *Genç Kimliği Üniversite Gençliğinin Sosyolojik Profili (İnönü Üniversitesi Uygulaması)*. Malatya: İnönü Üniversitesi Yayınları.
- Büküşoğlu, N., & Bayturan, A. F. (2005). Serbest Zaman Etkinliklerinin Gençlerin Psiko-Sosyal Durumlarına İlişkin Algısı Üzerindeki Rolü. *Ege Tıp Dergisi*, 173-177.
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Dergisi*, 254-277.
- Çınar, F. (2019). Gençlik Değerler ve Bağımlılık Profilleri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 164-186.
- Çizmeçi, E. (2015). Yeni Medya ve Serbest Zaman. e. F. Aydoğan içinde, *İletişim Çalışmaları* (s. 81-99). İstanbul: Derin Yayınları.
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 173-188.
- Fuchs, C. (2014). *Sosyal Medya Eleştiren Bir Giriş*. İstanbul: NotaBene Yayınları.

- Gürbüz, Y. & Aydın, P. A. H. (2012). Zaman Kavramı ve Yönetimi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 9(2), 1-20
- Güleryüz, S., Esentaş, M., Yıldız, K., & Güzel, P. (2020). Sosyal İzolasyon Sürecindeki Bireylerin Serbest Zaman Değerlendirme Biçimleri: Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *FOCUSS Spor Yönetimi Araştırmaları Dergisi*, 31-45.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A., & Dinç, Y. (2009). *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi Örnek Animasyon Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hazar, M. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 161-176.
- Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karaküçük, S. (1999). *Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme*. Ankara: Bağırhan Yayımevi.
- Kaya, Z., & Dalkıç, A. (2020). Instagram Kullanan ve Kullanmayan Ergenlerde Beden Algısı ve Öz-Yeterliliğin İncelenmesi. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 48-69.
- Kılıç, M. (2017). *Gençlik Şiddet ve Serbest Zaman*. Düzce: Düzce Üniversitesi Yayınları.
- Kılıç, M. (2020). Sapkın Serbest Zaman. *Modern Leisure Studies*, 1-10.
- Kulaksızoğlu, A. (1990). Gençlik Çağı ve Ülkemizde Gençlik Sorunları. *M. Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 133-144.
- Kurdaş, E. M. (2017). Toplumsal Değişme Bağlamında Gençlik Sorunları. *Turkish Studies*, 513-534.
- Macionis, J. J. (2017). *Sosyoloji*. İstanbul: Nobel Yayıncılık.
- Metin, T. C., Kesici, M., & Kodaş, D. (2013). Rekreasyon Olgusuna Akademisyenlerin Yaklaşımları. *Journal Of Yaşar University*, 5021-5048.
- Okumuş, E. (2013). *Boş Zamanlar Kitabı*. İstanbul: Akis Kitap.
- Okumuş, E. (2017). Modern Toplumda Ahlâk ve Gençlik. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 79-93.
- Özçolak, Y., & Tayanç, N. K. (2023, Nisan 2). *Sanal Ortamda Kadının Boş Zaman Kullanımı ve Kendini Temsili*. International Conference on Communiton, Media, Teknology and Design: docplayer.biz.tr/950110-Sanal-ortamda-kadinin-bos-zaman-kullanimi-ve-kendini-temsili.html adresinden alındı
- Öztürk, E. (2019). Serbest Zaman ve Eğlence İlişkisi Üzerine Holistik Bir Yaklaşım. E. M. Kılıç içinde, *Psiko-Sosyal Yönleriyle Eğlence* (s. 13-62). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Öztürk, M. F., & Talaş, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi. *Internation of Social Media and Education*, 101-120.

- Sağıroğlu, E., Saç, A., Sağıroğlu, İ., Dokuzoğlu, G., & Özmaden, M. (2022). Spor Tesislerine Rekreatif Amaçlı Katılımda Serbest Zaman Motivasyon Faktörlerinin ve Serbest Zaman Tatmin Düzeylerinin İncelenmesi. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 472-486.
- Sayım, F. (2021). *Sosyal Bilimlerde Araştırma ve Tez Yazım Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- SEKAM. (2016). *Türkiye'de Gençlik*. İstanbul: Sekam Yayınları.
- Serçek, S., & Serçek, G. Ö. (2015). Serbest Zaman Etkinlikleri Olarak Üniversite Öğrencilerinin Rekreatif Etkinliklere Katılmaları ve Sosyalleşmeleri Arasındaki İlişki. *Akademikbakış Dergisi*, 1-21.
- Sevil, T. (2012). Boş zaman ve Rekreasyon: Kavram ve Özellikler. E. S. Kocaekşi içinde, *Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi* (s. 2-25). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Siyahtaş, A., & Donuk, B. (2021). Serbest Zaman Etkinliklerine Katılan Bireylerin Yalnızlık Düzeyleri İle Doyum Düzeylerinin İncelenmesi. *İnönü Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1-18.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., & Demir, M. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzireni Bir Uygulama. *Selçuk İletişim*, 23-32.
- Sönmezoğlu, U., Polat, E., & Aycan, A. (2014). Gençlik Merkezi Üyeleri ve Bazı Değişkenlere Göre Serbest Zaman Tatmin Düzeyleri. *International Journal of Science Culture and Sport*, 219-229.
- Stebbins, R. A. (2016). *Serbest Zaman Fikri Temel İlkeler*. Ankara: Spor Yayınevi ve Kitabevi.
- Taşcı, B., & Ekiz, S. (2018). Serbest Zaman Aktivitesi Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı* (s. 224-235). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- TDK. (2022). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. Türk Dil Kurumu: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 27 Mart 2022 tarihinde alındı
- TDK. (2023). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. Türk Dil Kurumu: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 18 Mayıs 2023 tarihinde alındı
- Tekin, A. (2009). *Rekreasyon*. Ata Ofset Matbaacılık.
- Tezcan, M. (1977). *Boş Zamanlar Sosyolojisi*. Ankara: Doğan Matbaası.
- Tezcan, M. (1997). *Gençlik Sosyolojisi ve Antropolojisi Araştırmaları*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi.
- TÜİK. (2022, Temmuz 06). *Dünya Nüfus Günü, 2022*. TÜİK: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dunya-Nufus-Gunu-2022-45552> adresinden 06 Haziran 2023 tarihinde alındı

- TÜİK. (2022, Ağustos 26). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2022*. TÜİK: [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2022-45587) adresinden 18 Haziran 2023 tarihinde alındı
- TÜİK. (2023, Mayıs 17). *İstatistiklerle Gençlik, 2022*. TÜİK: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Genclik-2022-49670> adresinden 16 Haziran 2023 tarihinde alındı
- Ümit, E. Ç. (2019). Birlikte Eğlenen Geleneksel Aileden, "Yeni"liklere Bireyselleşen Eğlence Anlayışına. E. D. Kılıç içinde, *Psiko-Sosyal Yönleriyle Eğlence* (s. 63-106). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- We Are Social. (2022, Ocak 28). *Dijital 2022 Küresel Genel Bakış Raporu*. Retro Digital Marketing: <https://recrodigital.com/dunyada-ve-turkiyede-internet-sosyal-medya-kullanimi-2022/> adresinden 18 Haziran 2023 tarihinde alındı
- We Are Social. (2022, Nisan 19). *We Are Social 2022 Türkiye Sosyal Medya Kullanımı Verileri*. Retro Digital Marketing: <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/> adresinden 18 Haziran 2023 tarihinde alındı
- Yavuz, M. C., & Haseki, M. İ. (2012). Konaklama İşletmelerinde E-Pazarlama Uygulamaları: E-Medya Araçları Temelinde Bir Model Önerisi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 116-137.
- Yazgan, Ç. Ü. (2019). Serbest Zamanlar/Eğlence ve Eğitim. E. M. Kılıç içinde, *Psiko-Sosyal Yönleriyle Eğlence* (s. 319-343). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Yerlisu Lapa, T., & Ardahan, F., (2009). Akdeniz Üniversitesi Öğrencilerinin Serbest Zaman Etkinliklerine Katılım Nedenleri ve Değerlendirme Biçimleri. *Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi*, 132-144
- Yeşilyaprak, B. (2015). Üniversite Gençlerinin Psikolojik Sorunları. *EĞİTİM VE BİLİM*, 32-37.
- Yıldız, A., & Demir, F. M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma; Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 18-36.
- Yılmaz, S., & Gönenç, A. Y. (2022). Yeni Medya ve Serbest Zaman İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 97-112.

7. EKLER

7.1. ANKET FORMU

GENÇLERİN SERBEST ZAMANLARINI DEĞERLENDİRMELERİNDE SOSYAL MEDYANIN ETKİSİ: DÜZCE ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Değerli katılımcı,

Bu çalışmada, serbest zamanlarınızı değerlendirme ve sosyal medya kullanım durumunuzla ilgili düşüncelerinizi anlamaya yönelik ifadeler bulunmaktadır. Verdiğiniz cevaplar tamamen gizli tutulacak, sadece araştırmacılar tarafından değerlendirilecektir. Cevaplarınızı oluştururken titiz davranmanız araştırmanın güvenilirliğini arttıracaktır. Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Fatma İrem ACAR
Düzce Üniversitesi Sosyoloji Bölümü
Yüksek Lisans Öğrencisi

Serbest zaman, işten ve zorunlu çalışmalardan arta kalan, zorunluluk içermeyen, kişinin tamamen hür iradesi ile kullanacağı bir zaman olarak tanımlanabilir. Yapmakta mecbur olduklarımız ve biyolojik ihtiyaçlarımız, bu zamana dâhil değildir.

- Cinsiyet
Kadın () Erkek ()
- Yaş
18-20 () 21-25 () 26 ve üzeri ()
- Ailenizin ikamet yeri neresidir?
Köy () İlçe () İl merkezi () Büyük şehir ()
- Ailenizin ekonomik geliri nedir?
5500 TL ve altı () 5501-7000 TL () 7001-9000 TL ()
9001-11000 TL () 11001 TL ve üzeri ()
- Annenizin eğitim durumu nedir?
Okur-yazar değil () İlkokul () Ortaokul ()
Lise () Üniversite () Lisansüstü ()
- Babanızın eğitim durumu nedir?
Okur-yazar değil () İlkokul () Ortaokul ()
Lise () Üniversite () Lisansüstü ()
- Annenizin mesleği nedir?
Ev hanımı () İşçi () Esnaf ()
Çiftçi () Tüccar () İşsiz ()
Emekli () Öğretim elemanı () Mimar- Mühendis ()

Doktor ()
Diğer ()

Öğretmen ()

Polis ()

8. Babanızın mesleği nedir?

İşçi ()

Tüccar ()

Öğretim elemanı ()

Öğretmen ()

Diğer ()

Esnaf ()

İşsiz ()

Mimar- Mühendis ()

Polis ()

Çiftçi ()

Emekli ()

Doktor ()

Asker ()

9. Öğrenim gördüğünüz fakülte nedir?

Eğitim Fakültesi ()

İlahiyat Fakültesi ()

İşletme Fakültesi ()

Spor Bilimleri Fakültesi ()

Eczacılık Fakültesi ()

Ziraat Fakültesi ()

Meslek Yüksek Okulu ()

Diğer ()

Fen Edebiyat Fakültesi ()

Mühendislik Fakültesi ()

Orman Fakültesi ()

Tıp Fakültesi ()

Sağlık Bilimleri Fakültesi ()

Siyasal Bilgiler Fakültesi ()

Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi ()

10. Gelir getirici bir işte çalışıyor musunuz?

Evet ()

Hayır ()

11. Gün içerisinde sahip olduğunuz serbest zaman süreniz ne kadardır?

1-2 saat ()

4-5 saat ()

3-4 saat ()

6 saat ve üzeri ()

12. Yeterince serbest zamana sahip olduğunuzu düşünüyor musunuz?

Evet ()

Hayır ()

13. Aşağıdaki serbest zaman aktivitelerini yapma sıklığınıza göre işaretleyiniz.	Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Çoğunlukla	Her zaman
Sosyal medya harici internet kullanımı					
Kitap-dergi okuma					
Televizyon izleme					
Dizi-film izleme					
Bilgisayarda ya da telefonda oyun oynama					
Müzik dinleme					
Bireysel spor yapma					
Takım sporları yapma (futbol,					

basketbol vb.)					
Doğa gezileri yapma					
Festival-şenliklere katılma					
Fuar-sergilere katılma					
Sinema-tiyatroya gitme					
Seminer-konferans-söyleşilere katılma					

14. Katılmak isteyip de imkânınız olmadığı için katılmadığınız serbest zaman etkinliği var mı? Var nedir?

Hayır yok () Evet var () (belirtiniz).....

15. Yukarıda belirttiğiniz serbest zaman etkinliğine katılmama sebebiniz nedir?

Maddi yetersizlik () Ailem izin vermiyor ()

Bulduğum şehirde imkân olmaması ()

Diğer () (belirtiniz).....

16. Sosyalleşmek için serbest zaman etkinliklerine katılır mısınız?

Evet () Hayır ()

17. Üniversitede bir kulübe üye misiniz?

Evet () Hayır ()

18. Pandemi süreci, serbest zamanınızı daha çok sosyal medyada geçirmenize sebep oldu mu?

Evet () Hayır ()

19. Gün içerisinde sosyal medya kullanım süreniz ne kadardır?

1 saatten az () 1-2 saat ()

3-4 saat () 4 saat ve üzeri ()

20. Aşağıdaki sosyal medya araçlarını ne sıklıkla kullanıyorsunuz?	Kullanımı yorum	Nadiren kullanıyorum	Bazen kullanıyorum	Kullanıyorum	Sık kullanıyorum
Youtube					
İnstagram					
Facebook					

Twitter					
Whatsapp					
Pinterest					
Snapchat					

21. Aşağıdaki ifadeleri katılma durumunuza göre işaretleyiniz.	Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Çok katılıyorum
Sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak için kullanırım.					
Sosyal medyayı arkadaşlarla iletişim için kullanırım.					
Sosyal medyayı boş zamanlarımı değerlendirmek için kullanırım.					
Sosyal medyayı bilgi sahibi olmak için kullanırım.					
Sosyal medyayı gündemi takip etmek için kullanırım.					
Sosyal medya kullanımım ders notlarımı etkiler.					
Sosyal medyayı kullanmak benim için bir alışkanlıktır.					
Sosyal medya kullanımım, ailemle ilişkimi olumsuz etkiler.					
Arkadaşlarımla yüz yüze görüşmek yerine sosyal medya ile iletişime geçmeyi tercih ederim.					
Herhangi bir serbest					

zaman etkinliğine katılmaktansa sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih ederim.					
---	--	--	--	--	--

22. Yeni sosyal medya araçlarına katılmadaki amacınız nedir?

- Merak etmek ()
Eğlenmek ()
Serbest zamanı değerlendirmek ()
Farklı işlevlerinden yararlanmak ()
Sosyal çevreme uyum sağlamak ()
Diğer ()

23. Sosyal medyayı kullanırken kendinizi nasıl hissedersiniz?

- Gergin ve huzursuz ()
Özgür ()
Rahat ()
Mutlu ()
Diğer ().....

24. Sosyal medya üzerinden arkadaş edinme fikri hakkında ne düşünüyorsunuz?

- Yeni insanlar tanımayı severim ()
Yeni insanlar tanımayı sevmem ()
Sosyal medya üzerinden arkadaşlıkları güvenli bulmuyorum ()
Diğer ().....

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Fatma İrem ACAR

ÖĞRENİM DURUMU

Derece	Alan	Okul/Üniversite	Mezuniyet Yılı
Yüksek Lisans	Sosyoloji	Düzce Üniversitesi	2023
Lisans	Sosyoloji	Karabük Üniversitesi	2018
Lise		Düzce Kız Anadolu İmam Hatip Lisesi	2014

