



ISSN: 2146-1961

Cürüp, H. & Serin, E. (2023). Rekreatif amaçlı fitness egzersizi yapan bireylerin sosyal medya kullanımları ile mutluluk düzeyleri arasındaki ilişki, *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 14(54), 1683-1699.

DOI: <http://dx.doi.org/10.35826/ijoess.3387>

**Makale Türü (ArticleType):** Araştırma Makalesi

## REKREATİF AMAÇLI FITNESS EGZERSİZİ YAPAN BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMLARI İLE MUTLULUK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ<sup>1</sup>

**Hava CÜRÜP**

Mersin Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Mersin,  
Türkiye havacrp@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0002-3782-7058

**Emre SERİN**

Dr. Öğr. Üyesi., Mersin Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Mersin,  
Türkiye, emreserin@mersin.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-9596-2912

Gönderim tarihi: 11.07.2023

Kabul tarihi: 13.11.2023

Yayın tarihi: 03.12.2023

### Öz

Bu çalışma, rekreatif amaçlı fitness egzersizi yapan bireylerin sosyal medya kullanımları ile mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın evrenini, 2023 yılında Mersin il ve ilçelerinde fitness merkezlerine üye yetişkin bireyler oluşturmuştur. Araştırmanın örneklemini ise 2023 yılında Mersin il ve ilçelerinde fitness merkezlerine üye 190'u kadın, 457'si erkek, toplam 566 katılımcı oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak; araştırmacılar tarafından geliştirilen "kişisel bilgiler formu", "Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu" ve "Sosyal Medya Kullanım Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçeklerden elde edilen skorların kategorik değişkenlere göre karşılaştırılmasında iki grup içeren kategorik değişkenler için bağımsız örneklem t testi, üç ve daha fazla grup içeren kategorik değişkenler için varyans analizi kullanılmıştır. Varyans analizi sonucunda gruplar arasındaki farklılığı belirlemek için çoklu karşılaştırma testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Ölçeklerin alt boyutları arasındaki ilişkiler; Pearson korelasyon analizi ile incelenmiştir. Analiz sonucunda katılımcıların sosyal medya kullanımı, ölçek alt boyutlarından süreklilik ve yetkinlik arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak; katılımcıların sosyal medya kullanımlarından süreklilik alt boyutu ile yetkinlik alt boyutu puanlarının orta düzeyde, mutluluk ölçeği puanlarının ise yüksek olduğu belirlenmiş ve katılımcıların sosyal medya kullanım sürekliliği arttıkça, mutluluk puanlarının düştüğü sosyal medya kullanımı yetkinlik puanı arttıkça, mutluluk puanlarının arttığı belirlenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Rekreasyon, Fitness, Egzersiz, Sosyal Medya Kullanımı, Mutluluk.

<sup>1</sup> Bu makale, birinci yazarın ikinci yazar danışmanlığında yürüttüğü bir yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

## THE RELATIONSHIP BETWEEN THE SOCIAL MEDIA USE AND THE HAPPINESS LEVELS OF INDIVIDUALS WHO MAKE RECREATIVE FITNESS

### ABSTRACT

This study was conducted to examine the relationship between social media usage and happiness levels of individuals who do fitness exercises for recreational purposes. The population of the research consisted of adult individuals who are members of fitness centers in Mersin province and districts in 2023. The sample of the research consisted of a total of 566 participants, 190 women and 457 men, who were members of fitness centers in Mersin province and districts in 2023. "Personal information form", "Oxford Happiness Scale Short Form" and "Social Media Usage Scale" developed by the researchers were used as data collection tools. In comparing the scores obtained from the scales according to categorical variables, independent samples t test was used for categorical variables containing two groups, and analysis of variance was used for categorical variables containing three or more groups. As a result of the variance analysis, the Tukey test, one of the multiple comparison tests, was used to determine the difference between the groups. The relationships between the subdimensions of the scales were examined with Pearson correlation analysis. Analyzes were carried out with the help of SPSS program. As a result of the analysis, it was determined that there was a statistically significant positive relationship between continuity and competence, which are sub-dimensions of the participants' social media use scale. As a result, it was determined that the continuity sub-dimension and competence sub-dimension scores of the participants' social media usage were at medium levels, and the happiness scale scores were high. As the continuity of social media use of the participants increased, their happiness scores decreased, and as the social media usage competence score increased, their happiness scores increased.

**Keywords:** Recreation, Fitness, Exercise, Social Media Usage, Happiness.

## GİRİŞ

Rekreasyon, bireylerin veya grupların boş zamanlarını değerlendirmek için gönüllü olarak katıldıkları, rahatlatıcı ve eğlenceli aktiviteler şeklinde tanımlanır (Karaküçük, 2005). Teknolojinin gelişmesi sonucunda insanların çalışma saatleri azalmış ve evlerinden çıkmadan banka ve alışveriş gibi uzun sürecek işleri günün istediği saatinde online olarak çok kısa zamanda yapmaktadırlar. Hareketsiz yaşamın olumsuz sonuçlarından biri de sağlık sorunlarıdır. Günlük hayatta hareketsizlik sonucu oluşan sağlık problemlerini önlemek, günlük yaşamda karşılaştığımız olaylar sonucunda yaşadığımız stresten uzaklaşmak gibi bir birçok sebepten dolayı spora ihtiyaç duyulmaktadır (Kutunis ve Çakal, 2015). Hareketleri antrenör eşliğinde düzgün yaparsınız sakatlanma ihtimalinizi düşürürsünüz. Ulaşmak istediğiniz fit görünüme kavuşmak için bölgesel çalışmalarda kullanacağınız birçok alet ile kolayca vücudunuzu şekillendirebilirsiniz. Mevsim şartlarından etkilenmeden olumsuz hava durumlarında bile egzersiz yapmaya devam edebilirsiniz (Kaya, 2019). "Fit olmak" kavramı, son yıllarda medya, eğitim ve sağlık sektörlerinin yoğun desteğiyle öne çıkmış, bu durum insanların fitness konusunda daha seçici olmalarına yol açmıştır.

Fitness, moda bir aktiviteye dönüşmüş ve insanlar arasında büyük bir ilgi uyandırmıştır (Güdül, 2008). Günümüzde insanların sağlıklı bir beden algısı, tıbbi ve biyolojik faktörlerden çok sosyal ve kültürel faktörlerle şekillenmektedir. İnsanlar, dış görünüşlerine dayalı değerlendirmelere tabi tutulmakta ve sosyal baskı hissetmektedirler (Öngören, 2015). Teknolojinin hızla artması, küresel anlamda bilgisayar kullanımı, internet ağına ulaşımın kolaylaşması, sanal dünyanın daha etkileşimli bir boyut kazanmasıyla kişilerde dijital kullanım fazlalığı belirmesi, bu durumların dikkatli ve planlı şekilde gözden geçirilmesi gerektiği düşüncesi orta çıkmıştır (Demirel ve ark., 2022). Günümüzde, internet ve sosyal medyanın genişleyen etkisiyle, bireyler üzerindeki görünüş baskısı giderek artmaktadır. Özellikle, gerçeği tam olarak yansıtmayan sosyal medya paylaşımları, insanların beden imajı hakkındaki algılarını önemli ölçüde etkilemektedir.

Sosyal medyanın bu etkisi, insanların rekabet duygusunu körüklemiş ve toplumsal kabul için fiziksel görünüşlerini en iyi seviyeye çıkarma çabasına yönlendirmiştir (Musa, 2020). Aynı şekilde, sosyal medya kullanım deneyimi arttıkça, mutluluk düzeyinde de bir artış gözlenmektedir (Balcı ve Demir, 2018). Mutluluk, öznel bir durum olarak tanımlanırken, sosyal medyanın bu öznelliği aştığı görülmektedir. Sosyal medya, yapı itibarıyla, içe dönük ve yalnızlık yaşayan insanların sosyalleşmesine, rahatlamasına ve mutlu olmasına olanak sağlar. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında vurgulandığı gibi; toplumsal yaşamda bireyler istek ve ihtiyaçlarını karşılamak üzere kitle iletişimini kullanır ve tatmin olur (Katz ve ark., 1974).

Kendini daha popüler bir profil oluşturmaya yönlendirerek, sosyal medyada sanal bir çevre oluşturur. Bu nedenle, ilgi çekmek için sürekli olarak yeni ve farklı içerikler üretme çabası içindedir (Aktan, 2018). Birey, sürekli olarak beğenilme ihtiyacına göre hareket eder (Zengin ve ark., 2015). Sosyal medyayı etkili bir şekilde kullananlar, kendisi için keyifli ortamlar oluşturur ve sosyal medyada bunu paylaşır. Sosyal medyayı gösteriş çabasıyla kullanan kişi, paylaşım yapmak için sürekli olarak uygun ortam arar (Koçak, 2017). Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda; rekreasyonel fitness merkezleri popüler bir fiziksel aktivite ortamı haline gelmiştir ve son yıllarda sosyal medya kullanımlarının artmasıyla beraber bireylerin sosyal medya kullanımları ile mutluluklarını

bazı farklı demografik özelliklere göre incelenmesi merak konusu olmuştur. Bu doğrultuda çalışmamızın amacı rekreatif amaçlı fitness egzersizi yapan bireylerin sosyal medya kullanımları ile mutlulukları arasındaki ilişkinin incelenmesidir.

## YÖNTEM

### Araştırmanın Modeli

Bu çalışma mevcut durumu araştıran betimsel bir çalışmadır. Fitness egzersizi ile ilgilenen bireylerin sosyal medya kullanımlarının incelenmesi ve fitness egzersizi ile uğraşan bireylerde mutluluk ve sosyal medyaya kullanımları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanan bu çalışma ilişkisel tarama modeline uygun bir çalışmadır. Karasar (2015) ilişkisel tarama modelini iki ya da daha fazla değişkenin kendi aralarında farklılaşma gösterip göstermediğini, farklılaşma varsa bunun boyutunu bulmayı amaç edinen araştırma modeli olarak ifade etmektedir.

### Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu, 2023 yılında Mersin il ve ilçelerinde fitness merkezlerine üye yetişkin bireyler oluşturmuştur. Araştırmaya konu olacak örneklem hacmi "Anakütle Oranlarına Dayalı Basit Tesadüfi Olasılık Örnekleme" yöntemiyle hesaplanmıştır (Malhotra, 2004; Duru ve Seçer, 2019). Örnek büyüklüğü ise, %95 güven aralığında ve %5 örneklem hata payı ile 384 olarak hesaplanmıştır. Bu değer minimum değer olarak alınmaktadır. Araştırmamızda dışlama kriteri kullanıldığı için, örneklem sayısından fazla anket dağıtılmıştır. Toplam 600 anket dağıtılmış olup, geçerli anket sayısı 566'dır. Yani örneklem grubumuzu 2023 yılında Mersin il ve ilçelerinde bulunan fitness merkezlerine üye 190'u kadın, 457'si erkek, toplam 566 katılımcı oluşturmuştur.

### Veri Toplama Araçları

Veri Toplama Teknikleri; Araştırmada veri toplama araçları olarak, "Kişisel Bilgi Formu", "Sosyal Medya Kullanım Ölçeği", ve "Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu" kullanılmıştır. Veri toplama araçlarına ilişkin detaylı bilgiler aşağıda sunulmuştur.

#### *Demografik Bilgi Formu*

Araştırmacılar tarafından hazırlanan bu form araştırmaya katılan sporcuların demografik yapıları hakkında bilgi edinmek amacıyla kullanılmıştır. Bu formda; cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim seviyesi, aylık gelir, ne zamandır fitness salonuna gittikleri, haftada ne sıklıkla fitness sporu yaptıkları soruları yer almaktadır.

#### *Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ)*

Bu çalışmada, Deniz ve Tutgun-Ünal'ın (2019) tarafından tasarlanmış olan "Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ)" kullanılmıştır. Bu ölçek "Süreklilik" ve "Yetkinlik" olmak üzere iki alt ölçekten oluşur. "Süreklilik" kısmı, bireyin sosyal medyada ne kadar sürekli aktif olduğunu belirlemeye yöneliktir. "Yetkinlik" kısmı ise, bireyin sosyal medyadaki bilgi ve becerilerinin seviyesini ölçer. SMKÖ'nün ilk dört maddesi süreklilik, son dört maddesi

ise yetkinlik boyutunu ölçer. Ölçek, 5'li likert türündedir. Çalışmada, ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0,76 olarak bulunmuştur.

#### *Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu (OMÖ-K)*

Katılımcıların mutluluk düzeylerini belirlemek amacıyla Hills ve Argyle (2002) tarafından geliştirilen Türkçe uyarlaması Doğan ve Akıncı-Çötök (2011) tarafından yapılan "Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formu" kullanılmıştır. Ölçme aracı tek boyut, 7 madde ve 5'li likert tipindedir. Ölçme aracına ait Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı; 0,73 olarak tespit edilmiştir.

#### **Verilerin Toplanması ve Analizi**

Ölçeklerden elde edilen skorların kategorik değişkenlere göre karşılaştırılmasında iki grup içeren kategorik değişkenler için bağımsız örneklem t testi, üç ve daha fazla grup içeren kategorik değişkenler için Varyans Analizi kullanılmıştır. Varyans analizi sonucunda gruplar arasındaki farklılığı belirlemek için çoklu karşılaştırma testlerinden testi kullanılmıştır. Ölçeklerin alt boyutları arasındaki ilişkiler Pearson korelasyon analizi ile incelenmiştir. Mutluluk ölçeğinde bulunun ters maddeler ters puanlama yapılarak analize dâhil edilmiştir. Analizler SPSS programı yardımıyla gerçekleştirilmiştir.

#### **BULGULAR**

Araştırmanın bu bölümünde, elde edilen bulgular ve bu bulgulara ait yorumlar verilmektedir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Özellikleri

Yaş (Min-Maks) (Ort±SS)		18-55	25,72±5,77
Değişkenler		N	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	457	80,74
	Kadın	109	19,26
Medeni Durum	Evli	77	13,60
	Bekar	489	86,40
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	96	16,97
	Üniversite	470	83,03
Algılanan Gelir Düzeyi	Düşük	299	52,83
	Orta	115	20,32
	Yüksek	152	26,85
Gün İçinde Sosyal Medya Geçirilen Zaman	0-2 saat	265	46,82
	3-5 saat	216	38,16
	6 ve Üzeri	85	15,02
Fitness Salonu Devam Geçmiş	0-1 yıl	293	51,77
	>1 yıl <3 yıl	185	32,69
	3 Yıl ve Daha Uzun	88	15,55
Fitness Salonu Devam Sıklığı	Haftada 1-2	184	32,51
	Haftada 3-4	316	55,83
	Haftanın Her Günü	66	11,66

**Tablo 2.** Normallik Değerleri

Ölçekler	Alt boyutlar	Skewness (Çarpıklık)	Kurtosis (Basıklık)
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	Süreklilik	0,27	0,32
	Yetkinlik	0,25	0,16
Mutluluk Ölçeği		0,94	0,38

Ölçeklerin normallik değerleri incelendiğinde sosyal medya kullanımı ölçeği alt boyutları ve mutluluk ölçeği için Çarpıklık ve basıklık değerlerine göre verilerin normal dağılım gösterdikleri belirlenmiştir.

**Tablo 3.** Ölçeklere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçekler	Alt boyutlar	Min-Mak	Ortalama±Standart Sapma
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	Süreklilik	1-5	2,75±0,90
	Yetkinlik	1-5	2,91±0,88
Mutluluk Ölçeği		1-5	3,22±0,69

Katılımcıların sosyal medya kullanımlarından süreklilik alt boyutu (2,75±0,90) ile yetkinlik (2,91±0,88) alt boyutu puanlarının orta değerlere sahip oldukları görülmüştür. Mutluluk ölçeği puanlarının (3,22±0,69) ise yüksek olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 4.** Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Sosyal Medya Kullanımları

Değişkenler	Cinsiyet	N	$\bar{X} \pm SS$	T	P
Sosyal Medya Kullanımı Süreklilik	Kadın	109	2,77±0,91	0,271	0,787
	Erkek	457	2,74±0,90		
Sosyal Medya Kullanımı Yetkinlik	Kadın	109	2,91±0,92	-0,009	0,993
	Erkek	457	2,91±0,91		

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların cinsiyete göre sosyal medya kullanımlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p>0,05$ ) olmadığı belirlenmiştir.

**Tablo 5.** Katılımcıların Cinsiyet Değişkenine Göre Mutluluk Düzeyleri

Değişkenler	Cinsiyet	N	$\bar{X} \pm SS$	T	P
Mutluluk	Kadın	109	3,29±0,74	1,202	0,230
	Erkek	457	23,20±0,67		

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların cinsiyete göre mutluluk düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p>0,05$ ) olmadığı belirlenmiştir.

**Tablo 6.** Katılımcıların Medeni Durum Değişkenine Göre Sosyal Medya Kullanımları

Değişkenler	Medeni Durum	N	$\bar{X} \pm SS$	T	P
Sosyal Medya Kullanımı Süreklilik	Bekar	489	2,78±0,91	1,762	0,079
	Evli	77	2,58±0,87		
Sosyal Medya Kullanımı Yetkinlik	Bekar	489	2,93±0,89	-1,450	0,148
	Evli	77	2,78±0,84		

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların medeni duruma göre sosyal medya kullanımlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p>0,05$ ) olmadığı belirlenmiştir.

**Tablo 7.** Katılımcıların Medeni Durum Değişkenine Göre Mutluluk Düzeyleri

Değişkenler	Medeni Durum	N	$\bar{X} \pm SS$	T	P
Mutluluk	Bekar	489	3,19±0,68	2,793	0,005*
	Evli	77	3,42±0,71		

\*P<0,05 düzeyinde anlamlıdır

Katılımcıların medeni duruma göre mutluluk düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir (p>0,05). Farklılık incelendiğinde evli olanların bekar olanlardan mutluluk ortalama puanlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 8.** Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımları

Değişkenler	Eğitim Durumu	N	$\bar{X} \pm SS$	T	P
Sosyal Medya Kullanımı Süreklilik	Ortaöğretim	96	2,67±0,96	0,955	0,340
	Yükseköğretim	470	2,77±0,89		
Sosyal Medya Kullanımı Yetkinlik	Ortaöğretim	96	2,86±0,96	0,600	0,548
	Yükseköğretim	470	2,92±0,87		

Katılımcıların eğitim durumlarına göre sosyal medya kullanımlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık (p>0,05) olmadığı belirlenmiştir.

**Tablo 9.** Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Mutluluk Düzeyleri

Değişkenler	Eğitim Durumu	N	$\bar{X} \pm SS$	T	P
Mutluluk	Ortaöğretim	96	3,29±0,69	1,141	0,088
	Yükseköğretim	470	3,20±0,69		

Katılımcıların eğitim durumlarına göre mutluluk düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık (p>0,05) olmadığı belirlenmiştir (Tablo 9).

**Tablo 10.** Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Sosyal Medya Kullanımları

Değişkenler	Algılanan Gelir	N	$\bar{X} \pm SS$	F	P	Fark
Sosyal Medya Kullanımı Süreklilik	1) 0-5500	299	2,84±0,90 <sup>a</sup>	3,510	0,031*	1>2
	2) 5501-9700	115	2,60±0,88 <sup>b</sup>			
	3) 9701 ve üzeri	152	2,68±0,91 <sup>ab</sup>			
Sosyal Medya Kullanımı Yetkinlik	1) 0-5500	299	2,88±0,84	1,350	0,260	
	2) 5501-9700	115	2,87±0,86			
	3) 9701 ve üzeri	152	3,01±0,97			

\*P<0,05 düzeyinde anlamlıdır. a, b farklı harfler gruplar arası farklılık ifade eder.

Tablo 10 incelendiğinde katılımcıların algılanan gelir durumlarına göre sosyal medya kullanımlarından süreklilik alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık (p<0,05) olduğu belirlenmiştir. Farklılıklar incelendiğinde sosyal medya süreklilik alt boyutunda algılanan gelir düzeyi düşük olanların algılanan gelir düzeyi orta olanlara göre farklılığın istatistiksel açıdan önemli olduğu görülmüştür. Algılanan gelir düzeyi düşük olanların sosyal medya süreklilik alt boyut puanlarının orta ve iyi olanlardan yüksek olduğu belirlenmiştir. Sosyal medya kullanımı yetkinlik alt boyutunda ise algılanan gelir durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık (p>0,05) olmadığı tespit edilmiştir.

**Tablo 11.** Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Mutluluk Düzeyleri

Değişkenler	Algılanan Gelir	N	$\bar{X} \pm SS$	F	P	Fark
Mutluluk	1) 0-5500	299	3,09±0,63 <sup>a</sup>	21,534	0,001**	3>1 ve 2
	2) 5501-9700	115	3,16±0,61 <sup>a</sup>			
	3) 9701 ve üzeri	152	3,52±0,76 <sup>b</sup>			

\*\*P<0,01 düzeyinde anlamlıdır. a, b farklı harfler gruplar arası farklılık ifade eder.

Katılımcıların algılanan gelir durumlarına göre mutluluk düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p<0,05$ ) olduğu belirlenmiştir. Farklılıklar incelendiğinde algılanan gelir düzeyi iyi olanların algılanan gelir düzeyi düşük ve orta olanlara göre mutluluk puanlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Tablo 11).

**Tablo 12.** Katılımcılarda Gün İçinde Sosyal Medya Geçirilen Zamanlara Göre Sosyal Medya Kullanımları

Değişkenler	Sosyal Medya Geçirilen Zaman	N	$\bar{X} \pm SS$	F	P	Fark
Sosyal Medya Kullanımı Süreklilik	1) 0-2 saat	265	2,44±0,85 <sup>a</sup>	44,248	0,001**	3>2>1
	2) 3-5 saat	216	2,87±0,82 <sup>b</sup>			
	3) 6 ve Üzeri	85	3,39±0,87 <sup>c</sup>			
Sosyal Medya Kullanımı Yetkinlik	1) 0-2 saat	265	2,73±0,82 <sup>a</sup>	19,882	0,001**	3>1 ve 2
	2) 3-5 saat	216	2,94±0,84 <sup>a</sup>			
	3) 6 ve Üzeri	85	3,39±0,96 <sup>b</sup>			

\*\*P<0,01 düzeyinde anlamlıdır. a, b, c farklı harfler gruplar arası farklılık ifade eder.

Katılımcıların gün içinde sosyal medyada geçirdikleri zamana göre sosyal medya kullanımlarından süreklilik ve yetkinlik alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p<0,05$ ) olduğu belirlenmiştir. Farklılıklar incelendiğinde sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça sosyal medya kullanımı süreklilik puanlarının da arttığı belirlenmiştir. Ayrıca sosyal medyada geçilen zaman 6 saat ve üzeri olanların diğerlerine göre sosyal medya yetkinlik puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 12).

**Tablo 13.** Katılımcıların Gün İçinde Sosyal Medya Geçirilen Zamanlarına Göre Mutluluk Düzeyleri

Değişkenler	Sosyal Medya Geçirilen Zaman	N	$\bar{X} \pm SS$	F	P
Mutluluk	0-2 saat	265	3,26±0,70	1,100	0,334
	3-5 saat	216	3,17±0,64		
	6 ve Üzeri	85	3,19±0,76		

Katılımcıların gün içinde sosyal medyada geçirdikleri zamana göre mutluluk düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p>0,05$ ) olmadığı belirlenmiştir (Tablo 13).

**Tablo 14.** Katılımcıların Fitness Salonlarına Devamlılık Geçmişine Göre Sosyal Medya Kullanımları

Değişkenler	Fitness Salonu Devam Geçmiş	N	$\bar{X} \pm SS$	F	P
Sosyal Medya Kullanımı Süreklilik	0-1 yıl	293	2,74±0,93	0,091	0,913
	>1 yıl <3 yıl	185	2,74±0,83		
	3 Yıl ve Daha Uzun	88	2,79±0,96		
Sosyal Medya Kullanımı Yetkinlik	0-1 yıl	293	2,87±0,88	1,542	0,215
	>1 yıl <3 yıl	185	3,00±0,84		
	3 Yıl ve Daha Uzun	88	2,85±0,96		



Katılımcıların fitness salonları devamlılık geçmişlerine göre sosyal medya kullanımlarından süreklilik ve yetkinlik alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p>0,05$ ) olmadığı belirlenmiştir (Tablo 14).

**Tablo 15.** Katılımcıların Fitness Salonlarına Devamlılık Geçmişine Göre Mutluluk Düzeyleri

Değişkenler	Fitness Salonu Devam Geçmişi	N	$\bar{X} \pm SS$	F	P
Mutluluk	0-1 yıl	293	3,25±0,72	1,182	0,307
	>1 yıl <3 yıl	185	3,15±0,60		
	3 Yıl ve Daha Uzun	88	3,22±0,74		

Katılımcıların fitness salonlarına devamlılık geçmişlerine göre mutluluk düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p>0,05$ ) olmadığı belirlenmiştir (Tablo 15).

**Tablo 16.** Katılımcıların Haftada Fitness Salonuna Devamlılık Sıklığına Göre Sosyal Medya Kullanımları

Değişkenler	Fitness Salonu Devamlılık Sıklığı	N	$\bar{X} \pm SS$	F	P
Sosyal Medya Kullanımı Süreklilik	Haftada 1-2	184	2,80±0,85	0,452	0,637
	Haftada 3-4	316	2,72±0,88		
	Haftanın Her Günü	66	2,73±1,11		
Sosyal Medya Kullanımı Yetkinlik	Haftada 1-2	184	2,94±0,86	0,222	0,801
	Haftada 3-4	316	2,89±0,85		
	Haftanın Her Günü	66	2,94±1,07		

Katılımcıların haftada fitness salonuna devamlılık sıklığına göre sosyal medya kullanımlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p>0,05$ ) olmadığı belirlenmiştir (Tablo 16).

**Tablo 17.** Katılımcıların Haftada Fitness Salonuna Devamlılık Sıklığına Göre Mutluluk Düzeyleri

Değişkenler	Fitness Salonu Devamlılık Sıklığı	N	$\bar{X} \pm SS$	F	P
Mutluluk	Haftada 1-2	184	3,20±0,67	0,976	0,378
	Haftada 3-4	316	3,25±0,67		
	Haftanın Her Günü	66	3,12±0,78		

Katılımcıların haftada fitness salonuna devamlılık sıklığına göre mutluluk düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p>0,05$ ) olmadığı belirlenmiştir (Tablo 17).

**Tablo 18.** Katılımcıların Yaşları İle Sosyal Medya Kullanımı ve Mutluluk Düzeyleri İlişkisi

Ölçekler		Yaş	
Sosyal Medya Kullanımı	Süreklilik	R	-0,82
		P	0,052
		N	566
	Yetkinlik	R	0,054
		P	0,201
		N	566
Mutluluk	R	0,152**	
	P	0,001	
	N	566	

\*\*p<0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Katılımcıların yaşları ile sosyal medya kullanımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir (p>0,05). Yaş ile mutluluk düzeyleri arasında ise istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir ilişki tespit edilmiştir (r=0,152; (p<0,05). Buna göre katılımcıların yaşları arttıkça mutluluk düzeylerinin de arttığı belirlenmiştir (Tablo 18).

**Tablo 19.** Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı Ölçek Alt Boyutları İlişkisi

Süreklilik	Yetkinlik	
	R	0,500**
	P	0,01
	N	566

\*\*p<0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Katılımcıların sosyal medya kullanımı ölçek alt boyutlarından süreklilik ve yetkinlik arasında istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (r=0,500; p<0,05). Bu sonuca göre süreklilik arttıkça yetkinlik alt boyut puanının da arttığı görülmüştür (Tablo 19).

**Tablo 20.** Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımları ile Mutluluk Düzeyleri İlişkisi

Sosyal Medya Kullanımı		Mutluluk
Süreklilik	R	-0,099*
	P	0,018
	N	566
Yetkinlik	R	0,100*
	P	0,017
	N	566

\*p<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Katılımcıların sosyal medya kullanımı ölçek alt boyutlarından süreklilik ile mutluluk arasında istatistiksel olarak anlamlı negatif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (r= -0,099; p<0,05). Bu sonuca göre katılımcıların sosyal medya kullanım sürekliliği arttıkça mutluluk puanlarının düştüğü belirlenmiştir. Katılımcıların sosyal medya kullanımı ölçek alt boyutlarından yetkinlik ile mutlulukları arasında ise; istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (r= 0,100; p<0,05). Bu sonuca göre sosyal medya kullanımı yetkinlik puanı arttıkça mutluluk puanlarının da arttığı belirlenmiştir (Tablo 20).

## TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu araştırmada rekreatif amaçlı fitness egzersizi yapan bireylerin sosyal medya kullanımları ile mutlulukları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Aşağıda çalışmanın sonuçları ve ilgili araştırmalarla yapılan tartışmalar sunulmuştur.

Dinçer ve Kılınc (2019)'da Beden Eğitimi ve Spor Okulu'ndaki 262 öğrenci ile yaptığı çalışmada, katılımcıların cinsiyete göre sosyal medya kullanımlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık (p>0,05) olmadığı belirlenmiştir. Ünal ve Deniz (2019)'da yaptığı Baby Boomer, X ve Y kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri incelendiği çalışmada cinsiyete yönelik anlamlı bir farklılaşma bulunmamıştır. Araştırma sonucumuzu destekleyen diğer bir

çalışmada çalışmada sosyal medya kullanım seviyeleri incelenmiş olup katılımcıların cinsiyetlerine göre bir farklılaşmaya rastlanmamıştır. Böylece, kadın ve erkek fark etmeksizin her birey sosyal medyayı kullanmaktadır.

Duman (2014) ve Sevindik (2015)'de tarafından yürütülen araştırmalar da cinsiyetin mutluluk üzerinde belirgin bir etkisinin olmadığını ortaya koymuştur. Bu çalışmada olduğu gibi farklı çalışmalarda da bizimle benzer sonuçlar mevcuttur (Balcı ve Demir, 2018; Akyüz ve ark., 2017; Öztaş'ın, 2018). Türkiye İstatistik Kurumu'nun TÜİK (2014) verilerine göre, kadınlar erkeklere kıyasla daha mutluysen, öğretmenler üzerinde gerçekleştirilen bir çalışma, cinsiyete bağlı olarak istatistiksel anlamlı bir farklılık olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışmada, kadın öğretmenlerin mutluluk düzeylerinin erkek öğretmenlere kıyasla istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde daha yüksek olduğu görülmüştür (Kabal, 2019). Benzer bir şekilde, Kangal (2013)'da Türk kadınlarının Türk erkeklerinden daha mutlu olduğunu belirtmiştir.

Çerçi ve ark. (2020)'de yaptığı çalışmada bekârların evlilere göre, sosyal medyada günlük daha fazla zaman geçirdiklerini göstermektedir. Bir ilişki içinde olmanın, sosyal medya bağımlılığını azaltmada etkili olduğu düşünülürken, boşanma veya yalnızlık gibi durumların bu bağımlılığı artırabileceği belirtilmiştir (Sağar, 2019). Farklı alanlarda yapılan çalışmalar ise sonucumuzla paralellik göstermemektedir. Bunun sonucunda evli ile bekar insanların arasında anlamlı farka rastlanmaması spor salonlarında yeterince sosyalleşmenin sağlandığı ve insanların yalnızlık duymaması ile ilgili olacağını düşünebiliriz.

Literatüre bakıldığında büyük örneklerle yapılan çalışmalarda her iki cinsten evli bireylerin, bekar, dul ya da boşanmış bireylere göre daha mutlu oldukları ortak bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Lee ve diğerleri, 1991 ile Hayo ve Seirfert, 2003; Kangal, 2013). Bu konuda yapılan benzer bir çalışmada fitness merkezinde düzenli olarak egzersiz yapan bireylerde evli katılımcıların mutluluk düzeylerinin bekar katılımcılardan daha yüksek olduğu rapor edilmiştir (Özdemir, 2019).

Katılımcıların eğitim durumlarına göre sosyal medya kullanımlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık ( $p>0,05$ ) olmadığı belirlenmiştir. Yapılan bir çalışmada, lise, ön lisans-lisans ve lisansüstü mezunlarının ilkökul-ortaokul mezunlarına göre SMBÖ- YF sanal iletişim ve sanal tolerans ve SMBÖ-toplam puanlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur (Türk, 2023). Bizim çalışmamızda farka rastlamayışımızın nedenleri arasında sosyal medya kullanmanın ekstra bir uzmanlık gerektirmemesi ve eğitim seviyesi fark etmeksizin herkese hitap edecek içeriklere sahip olmasının yer aldığını söyleyebiliriz.

Eğitim durumu arttıkça kişinin bilme anlama kapasitesi de artar bu sayede kendilerini gerçekleştirme aşamasında çevresindeki değişimlere de kolayca ayak uydurabilir ve bu mutluluklarını olumlu olarak etkileyebilir. TÜİK verilerine bakıldığında bir yükseköğretim programından mezun olan bireylerin mutluluk oranı %60.2 iken, bir okul bitirmeyenlerin mutluluk oranı %57.9 olarak görülmektedir (TÜİK, 2014). Eğitimle beraber artan beklentiler ile değişen değerler topluma uyumsuzluk gösterdiğinde ise bireyler mutsuz olabilmektedir (Yetim, 2001). Örneğin; Yetim (2001)'de gerçekleştirilen bir araştırmada, yüksek öğrenimli bireylerin toplumun

genel değer yargılarından farklı yönelimlere sahip olmaları durumunda, düşük yaşam doyumu gösterdikleri saptanmıştır.

Fitness merkezlerinde düzenli olarak egzersiz yapan bireyler üzerinde yürütölen bir çalışmada da katılımcıların gelir düzeyleri arttıkça mutluluk düzeylerinin de yükseldiği rapor edilmiştir (Özdemir, 2019). Bu sonuçla paralel olarak üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada öğrencilerin serbest zaman tatmin ve mutluluk düzeylerini etkileyen değişkenlerin incelenmesi amaçlanmış, araştırmada gelir düzeyi değişkenine göre ele alındığı zaman gelir düzeyi arttıkça öğrencilerin mutluluk düzeylerinin de yükseldiği belirlenmiştir (Dikici, 2020). Benzer bir diğer çalışma ise devlet memurları üzerinde yapılmış ve refah düzeyi arttıkça mutluluk düzeyleri de paralel olarak artığı sonucuna ulaşılmıştır (Öztaş, 2018).

Farklılıklar incelendiğinde sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça sosyal medya kullanımı süreklilik puanlarının da arttığı belirlenmiştir. Ayrıca sosyal medyada geçilen zaman 6 saat ve üzeri olanların diğerlerine göre sosyal medya yetkinlik puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Farklılıklar incelendiğinde sosyal medyada geçirilen zaman arttıkça sosyal medya kullanımı süreklilik puanlarının da arttığı belirlenmiştir. Ayrıca sosyal medyada geçilen zaman 6 saat ve üzeri olanların diğerlerine göre sosyal medya yetkinlik puanlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca dayanarak sosyal medyada geçirilen sürenin artması sürekliliğin de artmasına sebep olmuştur bunun sebebinin gündem takibinin ve günlük işlemlerin sosyal medya üzerinden yürütölmesi ile kullanım süresinin arttığına ve bu işlemleri tekrarlamak sonucu sosyal medyada süreklilik alt boyutunun da artmasına sebep olmuştur.

Adana ilinde üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada ise bizim sonucumuzu destekler nitelikte olamayan bir sonuca ulaşılarak sosyal medya kullanımının artması mutluluk düzeyini artırır sonucuna ulaşılmıştır (Sigeze, 2020). Bizim alışmamızda bir farka rastlamamış olmamızın nedeni son yıllarda özellikle pandemi sonucunda; alışveriş, uzaktan eğitim gibi herkesi etkileyen önemli sebeplerden dolayı internet kullanım süremiz artmıştır. Bu artışın sosyal medyada geçirilen sürenin mutluga olan etkisinin azalttığını düşünmekteyiz.

Alan yazına bakıldığında fitness salonuna devamlılık ve sosyal medya kullanımı ile alakalı bir çalışmaya rastlanılmamış olup benzer olarak düzenli spor yapan bireylerin sosyal medya kullanımları ile ilgili çalışmalar mevcuttur. Yapılan bir çalışmada düzenli olarak spor yapın ve yapmayan katılımcıların sosyal medya bağımlılık ölçeği puanlarına bakılmış ve düzenli spor yapan bireylerin düzenli spor yapmayan bireylere göre daha düşük bulunarak anlamlı düzeyde farka rastlanmıştır. Dolayısıyla, sosyal medyada geçirilen süre arttıkça katılımcıların fiziksel aktivitelere katılma oranlarının azaldığını vurgulamaktadır (Berna ve ark., 2021). Bizim alışmamızda farka rastlamamış olmamızın sebebi katıldıkları fitness egzersizini rekreasyon olarak yapmalarından kaynaklı olduğunu düşünmekteyiz.

Kendini geliştirme, haz ve mutluluk, özgüven, heyecan, özgürce hareket etme, mutlu bir yaşam, güzellik, sevgi, güvende hissetme, barış, ağaç, hobi, rahatlama, enerjik hissetme, cesaret, güven ve engel tanımazlık gibi

temalar "İç Dünya/Duygu" koduyla nitelendirilmiştir. Yapılan bir çalışmada; okul sporuna katılım ile birlikte özgüvende paralel bir artış olduğu saptanmış, aradaki ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur. Kanadalı bilim adamları tarafından yapılan araştırmada; fiziksel olarak daha baskın ve aktif olan kız ve erkek çocukların özgüven açısından daha iyi durumda olduklarını tespit etmişlerdir. İlaveten, İsviçre'de spor kulüplerine katılan ergenler üzerinde yapılan bir çalışmada; bu bireylerin sosyal yönden daha uyumlu, hayatlarında daha mutlu, daha az endişeye ve daha çok refah düzeyine sahip oldukları belirlenmiştir (Uzun 2022).

Dikici (2020)'de yapmış olduğu Serbest zamanlarını gençlik merkezlerinde değerlendiren üniversite öğrencilerinin serbest zaman doyum, yaşam doyum ve mutluluk düzeylerinin incelenmesi çalışmasında Egzersiz yapma yılı değişkenine göre serbest zaman katılımcıların mutluluk düzeylerini anlamlı farklılık göstermediği bulgularına ulaşılmıştır. Bu çalışma bizim sonuçlarımızla paralellik gösterirken Özgür (2021)'de yapmış olduğu çalışma Analiz sonucunda mutluluk düzeyi puanları ile egzersiz yapılan yıl arasında istatistiksel olarak pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Haftalık fiziksel aktivite yapanların fiziksel aktivite yapma sıklıklarına göre sosyal medya kullanım düzeylerinin araştırıldığı bir çalışmada ise; haftada 2-3 ve haftada 1 kez fiziksel aktivite yapanların her gün fiziksel aktivite yapanlara göre SMBÖ toplam puanlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Alan yazına baktığımızda yapılan çalışmalarda genellikle egzersize katılma sıklığının mutluluk düzeyini artırdığı yönündedir (Ulutaş, 2019; Özdemir,2019; Öztaş,2018). Özgür (2021)'de yaptığı çalışma sonucunda mutluluk düzeyi puanları ile haftalık yapılan egzersiz sıklığı arasında istatistiksel olarak pozitif yönde düşük düzeyde anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Çayırılı (2017)'de yaptığı araştırmada yaş arttıkça sosyal medya kullanımlarında azalmaya rastlamıştır. Yapılan bir çalışmada yine benzer sonuca rastlanmış yaş arttıkça sosyal medya bağımlılığı azalmış ancak bu durum her yaş aralığında görülmemiştir (Türk, 2021). Bizim farklı bir sonuca rastlamamızın nedeni son yıllarda salgın hastalıkların artması nedeni ile evde geçen zamanın artması ile birçok işimizi internet aracılığı ile gerçekleştiriyor olmamız ve boş zamanları değerlendirme yolu olarak sosyal medyayı seçmemiz sonucunda sosyal medya kullanımı alışkanlığının her yaş grubunda artmasından kaynaklandığını düşünüyoruz.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde çalışmamızı destekleyen ve desteklemeyen sonuçlara rastlanmıştır. Çorum ilinde öğretmenler üzerinde yapılan bir çalışmada öğretmenlerin algılarına göre, mutluluk düzeylerinin yaş gruplarına göre pozitif yönde anlamlı bir farklılık gösterdiği söylenmiştir (Düzgün, 2016). Bununla paralel bir sonuç ise Demir ve Duman (2019)'da Bireylerin Spor Yapma Durumlarıyla, Benlik Saygıları ve Mutluluk Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelediği çalışmada rastlanmıştır. Ancak Atılğan (2020), Hoseini Amiri ve Abbasi (2018)' de mutluluk puanı ile yaş arasında anlamlı farklılıklar bulunduğu ifade etmiş bizimle benzer sonuca ulaşmıştır.

Bunun sebebinin sosyal medyada sürekli özenli tasarlanmış paylaşımların olması bu paylaşımlara sürekli maruz kalarak gerçek yaşantısıyla kıyaslayarak mutluluk seviyesinde azalmaya sebep olacağını düşünmekteyiz. Literatüre baktığımızda Mutluluk düzeyleri ile internet bağımlılığı arasında negatif yönde bir doğrusal ve anlamlı ilişki bulgusuna ulaşılmıştır yani mutluluk düzeylerinde yükseklik saptanan bireylerde internet bağımlılığının

azaldığı sonucuna ulaşılmıştır (Eroğlu, 2014). Bir başka söylemle genç yetişkin bireylerin internet bağımlılıkları arttıkça mutluluk düzeylerinin azalacağını göstermektedir (Uygur ve Dilmaç, 2021).

Araştırmamıza paralel bir sonuca ise üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile mutluluk düzeyi arasındaki ilişkiyi inceleyen (Balci ve Demir) öncelikle sosyal medya kullanım tecrübesi ile mutluluk düzeyi arasındaki ilişki sorgulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, sosyal medya ağlarını kullanım tecrübesi arttıkça, mutluluk düzeyinde de bir artış yaşanmaktadır (Balci ve Demir, 2018).

Çalışmada, sosyal medya kullanımı ölçeği alt boyutlarından süreklilik ve yetkinlik arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca, katılımcıların mutluluk düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyi puanlarının cinsiyetlerine ve medeni durumlarına göre farklılık olmasına karşı katılımcıların algılanan gelir durumlarına göre sosyal medya kullanımlarında ise farklılık olduğu belirlenmiş. Katılımcıların eğitim durumlarına ve fitness salonları devamlılık geçmişlerine göre sosyal medya kullanımlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı buna karşı katılımcıların gün içinde sosyal medyada geçirdikleri zamana göre sosyal medya kullanımlarından farklılık olduğu belirlenmiştir.

Araştırmanın mutluluk düzeyi bulguları değerlendirildiğinde ise; katılımcıların mutluluk düzeyi puanlarının cinsiyete, eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık olmadığı görülürken katılımcıların medeni duruma göre mutluluk düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiş. Katılımcıların algılanan gelir durumlarına göre mutluluk düzeylerinde farklılık gösterdiği tespit edilirken katılımcıların gün içinde sosyal medyada geçirdikleri zamana göre, fitness salonlarına devamlılık geçmişlerine ve devamlılık sıklığına göre mutluluk düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Katılımcıların yaşları ile sosyal medya kullanımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki rastlanmazken mutluluk düzeyleri arasında ise istatistiksel olarak anlamlı pozitif bir ilişki tespit edilmiş. Katılımcıların sosyal medya kullanım sürekliliği arttıkça mutluluk puanlarının düştüğü sosyal medya kullanımı yetkinlik puanı arttıkça ise mutluluk puanlarının arttığı belirlenmiştir. Bu sonuca bağlı olarak katılımcıların sosyal medya kullanımları daha yetkin olduğunda mutlulukları da buna paralel olarak yüksek çıkmaktadır.

## ÖNERİLER

Araştırmanın sonuçları göz önünde bulundurularak aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

- Sporcularda sınırlı araştırılan sosyal medya kullanımı ve mutluluk konularında farklı örneklem grupları ile yeni çalışmalar tasarlanarak bu konulardaki alan yazına katkılar genişletilebilir.
- Spor alanında sosyal medyanın kapladığı alanı görebilmek için farklı ölçeklerle ve farklı örneklem grupları ile çalışmalar genişletilebilir.
- Çalışma sonucumuzda Fitness yapan katılımcıların mutluluk puanlarının yüksek olduğuma ulaştık. Bu sebeple toplumda huzuru mutluluğu artırmak için dezavantajlı yerleşim alanlarında fitness merkezi hizmetler yerel yönetimler tarafından arttırılabilir.
- Yine çalışma sonuçlarından yola çıkarak sosyal medya kullanımının ile mutluluk arasında. sosyal medyanın kullanımının süresi arttıkça mutluluğun azaldığını görmekteyiz, fakat sosyal medya

kullanımının yetkinliğinin artığında ise mutluluk puanlarının da arttığını saptamaktayız. Dolayısıyla bilinçli kullanım çalışmalarına önem verilmelidir.

#### Etik Metni

Bu makalede dergi yazım kurallarına, yayın ilkelerine, araştırma ve yayın etiği kurallarına, dergi etik kurallarına uyulmuştur. Makale ile ilgili doğabilecek her türlü ihlallerde sorumluluk yazarlara aittir. Araştırmaya ilişkin izinler Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu Başkanlığı'ndan alınan 08.11.2022 tarih ve Protokol No: 388 etik kurul belgesiyle alınmıştır.

**Yazar(lar)ın Katkı Oranı Beyanı:** Bu çalışmada birinci yazarın katkı oranı %50, ikinci yazarın katkı oranı %50'tir.

#### KAYNAKÇA

- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Akyüz, H., Yaşartürk, F., Aydın, İ., Zorba, E., & Türkmen, M. (2017). Üniversite öğrencilerinin yaşam kalitesi ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 3(Special Issue 2), 253-262.
- Atılğan, D. (2020). Investigation of Happiness levels of individuals actively exercising for recreational purposes during the Covid-19 outbreak. *Journal of Education and Recreation Patterns*, 1(1), 7-16
- Balcı, Ş., ve Demir, Y. (2018), Sosyal medya kullanımı ile mutluluk düzeyi arasındaki ilişki: üniversite gençliği üzerine bir inceleme, *Jass Studies-The Journal of Academic Social Science Studies*, 71, 339-354.
- Berna, C., Hazar, Z., & Sefa, K. (2021). Spor yapan ve yapmayan lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi (karma model araştırması). *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(1), 15-39.
- Çakal, M., ve Kutanis, R. Ö. (2015). Spor işletmelerinde çalışanlar işkolik mi? İstanbul örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 6(12), 20-26.
- Çayırılı, E. (2017). *Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Kişilik Yapılanmaları, Yaşam Doyumu Ve Depresyon Açısından İncelenmesi* (Master's thesis, Işık Üniversitesi).
- Çerçi, Ü. Ö., Canöz, N., & Canöz, K. (2020). Covid-19 krizi döneminde bilgilenme aracı olarak sosyal medya kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (44), 184-198.
- Deniz, L., & Tutgun-Ünal, A. (2019). Sosyal medya çağında kuşakların sosyal medya kullanımı ve değerlerine yönelik bir dizi ölçek geliştirme çalışması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11(18), 1025-1057.
- Demir, K., & Duman, S. (2019). Bireylerin spor yapma durumlarıyla, benlik saygıları ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkisinin incelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 4(4), 437-449.
- Demirel, M., Yusuf, E. R., Alper, K., & Çuhadar, A. (2022). Dijital bağımlılık ve boş zaman yönetiminin günlük hayata etkisinin incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(3), 1292-1306.

- Dikici, Ş. (2020). *Serbest Zamanlarını Gençlik Merkezlerinde Değerlendiren Üniversite Öğrencilerinin Serbest Zaman Doyum, Yaşam Doyum Ve Mutluluk Düzeylerinin İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi)*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Doğan, T ve Akıncı , N. (2011). Oxford mutluluk ölçeği kısa formunun Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(36), 165-172.
- Duman, S. ( 2014). *Öğretmen Adaylarında Özgünlük Ve Öz-Duyarlılığın Mutluluk İle İlişkisinin İncelenmesi*. (Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 381059).
- Sinan, D., & Seçer, A. (2019). Geleneksel gıda ürünlerini satın alma davranışları ve tutumları: Mersin ili örneği. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 50(1), 1-10.
- Düzgün, O. (2016). *Ortaokulda Görev Yapmakta Olan Öğretmenlerin Mutluluk Düzeyleri İle Sınıf Yönetimi Becerileri Arasındaki İlişki*.(Yüksek lisans tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 443485).
- Eroğlu, A. (2014). *İnternet Bağımlılığı İle İlişkili Değişkenlerin İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güdül, N. (2008). *Fitness Salonlarına Giden Bireylerin Beklentileri*. (Yayımlanmış yüksek lisans tezi). Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Hoseini Amiri, M., Abbasi, M. (2018). Investigation of the level and correlates of happiness among the students of Qom university of medical in 2017 (Iran). *Qoom Univ Med Sci Joutnal*, 12(9), 58-65. doi.org/10.29252/qums.12.9.58
- Kabal, D. (2019). *Öğretmenlerin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri ve Mutluluk Düzeyleri Üzerine Bir Çalışma (Kocaeli Örneği)* (Doctoral dissertation, Sakarya Üniversitesi (Turkey).
- Kangal, A. (2013). Mutluluk üzerine kavramsal bir değerlendirme ve Türk hane halkı için bazı sonuçlar. *Electronic Journal of Social Sciences*, 12(44), 214-233.
- Karaküçük, S. (2005). *Rekreasyon*. Gazi Kitapevi.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. (28. basım). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Katz, E.; Gurevitch, M. ve Hass, H. (1973). On the use of mass media for important things, *American Sociological Review*. 38 (2), 164-181.
- Kaya, E.(2019). *Fitness Salonlarına Giden Sedanter Bireylerin Fitnessa Yönelme Nedenleri ve Fiziksel Durumlarının İncelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Koçak, P.(2017). Gösterişçi Tüketim Üzerine Teorik Ve Uygulamalı Bir Çalışma: Pamukkale Üniversitesi Örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2017(2), 79-112.
- Lenhard, A., & Madden, M. (2007). Teens, Privacy & Online Social Networks: How Teens Manage their Online Identities and Personal Information in the Age of MySpace. *Pew Internet & American Life Project*.
- Musa, M. (2020). Fitness merkezlerinde spor yapan bireylerin sosyal görünüş kaygısı ve özgüven düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Beden Eğitimi Ve Spor Bilim Dergisi*. 14(3),503-18.
- Öngören B. (2015). Sosyolojik açıdan sağlıklı beden imgesi. *Sosyal ve Beşeri Bilim Araştırmaları Dergisi*. 16(34),25-45.



- Özdemir, İ. (2019). *Büyük Ölçekli Fitness Merkezi Kullanıcılarının Tatmininin, İlgilenim Ve Mutluluk Düzeylerine Etkisinin Belirlenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özgür, Ö. (2021). *Fitness Katılımcılarının Serbest Zaman Doyumu İle Mutluluk Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sakarya.
- Öztaş, İ. (2018). *Farklı Kurumlarda Çalışan Memurların Serbest Zaman Doyum Ve Mutluluk Düzeylerinin Belirlenmesi*, (Kırıkkale ili örneği). (Yüksek lisans tezi). Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ağrı.
- Sağar, M. E. (2019). Yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığının irdelenmesi. *Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi*, 2(1), 29-42.
- Sevindik, D. (2015). Orta yaş dönemi bireylerde dindarlık- mutluluk ilişkisi: Denizli örneği.(Yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Sigeze, Ç. (2020). Adana İlindeki Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ve Yaşam Memnuniyeti İlişkisi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2020(52), 136-149.
- TÜİK. (Türkiye İstatistik Kurumu), (2014). *Yaşam Memnuniyeti Araştırması*. Erişim adresi: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18629>
- Türk, N. (2016). *Sedanter Bayanlarda Bosu Egzersizin Fiziksel Uygunluk Ve Psikososyal Değişimlerine Etkisi* (Master's thesis, Hitit Üniversitesi).
- Ulutaş, A.E. (2019). *Serbest Zaman ve Rekreasyonun Mutluluk ile İlişkisi* (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Uzun, M. (2022). Sport as A Concept: An Evaluation From the Children's Perspective. *International Journal of Education Technology & Scientific Researches*, 7(17).
- Uygur, Y., & Dilmaç, B. (2021). Genç yetişkin bireylerde internet bağımlılığı sosyal uyum ve mutluluk düzeyleri arasındaki yordayıcı ilişkiler. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(3), 1706-1714.
- Yetim, Ü. (2001). *Toplumdan bireye mutluluk resimleri*. Bağlam yayınları.
- Zengin, A. M., Zengin, G., & Altunbaş, H. (2015). Sosyal medya ve değişen mahremiyet "facebook mahremiyeti. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(2).