



Sosyal Bilimler
EKEVAKADEMİ
dergisi

Makalenin geliş tarihi: 01.02.2025
1.Hakem Rapor Tarihi: 12.05.2025
2.Hakem Rapor Tarihi: 15.05.2025
Yayına Kabul Tarihi: 24.05.2025

eISSN:2148-0710 - pISSN:1301-6229

BEDENSEL ENGELLİ SPORCULARDA EGZERSİZ ALIŞKANLIĞI VE SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Burak CANPOLAT* -Yunus KURHAN**

Öz

Bu araştırma, bedensel engelli sporcuların egzersiz alışkanlıklarının sosyal medya kullanımı üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, betimsel tarama modeli ile gerçekleştirilmiş ve Türkiye genelinde 107 bedensel engelli sporcu katılımcı olarak yer almıştır. Veriler, demografik bilgiler ve sosyal medya kullanım davranışlarını değerlendiren bir ölçek aracılığıyla toplanmıştır. Ölçek, içerik üretme, kullanım sıklığı ve sosyal medya bağımlılığı alt boyutlarını içermektedir. Verilerin analizi SPSS programı kullanılarak yapılmıştır. Cinsiyet ve engel türü gibi demografik değişkenlerin sosyal medya kullanım davranışları üzerinde belirgin bir etkisi olmadığı bulunmuştur. Ancak, haftalık egzersiz sıklığı ve günlük egzersiz süresi, sosyal medya içerik üretimi ve kullanım sıklığı üzerinde anlamlı etkiler göstermiştir. Daha sık egzersiz yapan bedensel engelli sporcuların içerik üretme davranışlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca gün içinde daha sık aralıklarla sosyal medyaya giren bedensel engelli sporcuların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin anlamlı derecede yüksek olduğu görülmüştür. Araştırma sonuçlarından hareketle sosyal medyanın, engelli bireylerin toplumsal katılımını artırma ve egzersiz alışkanlıklarını destekleme potansiyeline sahip olduğu söylenebilir. Bununla birlikte, sosyal medya bağımlılığının olumsuz etkilerinin önlenmesi için daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bedensel engelli, Egzersiz, Sosyal medya, Sporcular.

Exercise Habits and Social Media Usage Among Physically Disabled Athletes

Abstract

This study aims to examine the effects of exercise habits on social media usage among physically disabled athletes. The research was conducted using a descriptive survey model, with 107 physically disabled athletes from across Turkey participating. Data were collected through a scale assessing demographic information and social media usage behaviors, which included sub-dimensions such as content creation, usage frequency, and social media addiction. Data analysis was performed using the SPSS program. It was found that demographic variables such as gender and type of disability did not have a significant impact on social media usage behaviors. However, weekly exercise frequency and daily exercise duration showed significant effects on social media content creation and usage frequency. Physically disabled athletes who exercised more frequently exhibited higher levels of content creation behavior. Additionally, it was observed that physically disabled athletes who accessed social media more frequently throughout the day had significantly higher levels of social media addiction. Based on the research findings, it can be suggested that social media has the potential to enhance the social participation of disabled individuals and support their exercise habits. However, further research is needed to prevent the negative effects of social media addiction.

Keywords: Athletes, Exercise, Physically disabled, Social media.

* Dr. Öğr. Üyesi, İnönü Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Engellilerde Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, burak.canpolat@inonu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4768-4855>

** İnönü Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, Engellilerde Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, 44yunuskurhan44@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-4768-4855>

1. Giriş

İnsanların egzersiz alışkanlıkları ile sosyal medya kullanımı arasında bir ilişkinin olup olmadığı konusunda yapılan araştırmada, çeşitli bulgulara değinmiştir. Literatürde yapılan çalışmalar, bu iki faktör arasındaki karmaşık etkileşimi anlamak ve bedensel engelli sporcuların yaşamlarını iyileştirmek için kritik bir öneme sahiptir (Aitchison vd., 2022). Egzersiz, kas gücünü artırarak, kardiyovasküler sağlığı destekleyerek ve mental sağlığı iyileştirerek bedensel engelli bireylerin yaşam kalitesini artırabilir. Bedensel engelli bireylerin de spor yapma ve egzersizlere katılma yetenekleri, sağlık, sosyal bağlantılar ve yaşam kalitesi üzerinde olumlu etkiler sağlayabilir (McCabe & Taleporos, 2003). Ancak, günümüzde sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, bu platformların kullanımı da bedensel engelli sporcular üzerinde farklı etkiler gösterebilir (Bozzola vd., 2022). Bu nedenle, egzersiz programlarının bedensel engelli sporcular arasında teşvik edilmesi önemlidir (McNamara & McCabe, 2012). Öte yandan, sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte, bedensel engelli bireyler de bu platformları aktif bir şekilde kullanmaktadır. Ancak, bazı araştırmalar, aşırı sosyal medya kullanımının bağımlılığa ve psikososyal sorunlara yol açabileceğini öne sürmektedir (Keles vd., 2020). Bu durum, bedensel engelli bireylerin yaşamlarını olumsuz etkileyebilir ve sağlık uzmanlarının dikkatini çekmektedir.

Bedensel engelli sporcuların egzersiz alışkanlıklarının sosyal medya kullanımına etkisi birçok açıdan incelenebilir. Öncelikle, sosyal medya bu sporcular için güçlü bir motivasyon ve destek kaynağı olabilir (Hayes vd., 2020). Engelli bireylerin başarı hikayelerini takip etmek, motivasyonlarını artırarak egzersiz alışkanlıklarını sürdürmelerine yardımcı olabilir. Aynı zamanda, sosyal medya platformları bedensel engelli sporcuların benzer deneyimlere sahip insanlarla iletişim kurmasını sağlayabilir ve bu da egzersiz alışkanlıklarını devam ettirmeleri için gerekli desteği ve cesareti sağlayabilir. Ayrıca, sosyal medyada paylaşılan egzersiz programları, antrenman teknikleri ve sağlık tavsiyeleri gibi bilgiler sporcuların daha bilinçli ve etkili bir şekilde egzersiz yapmalarına yardımcı olabilir.

Sosyal medya aynı zamanda sporculara kendini ifade etme ve izleme imkânı sunmaktadır. Egzersiz rutinlerini ve ilerlemelerini paylaşmak, sporcuları daha sorumlu hissettirir ve egzersiz alışkanlıklarını sürdürmelerini teşvik eder. Takipçilerden alınan olumlu geri bildirimler de motivasyonu artırarak sporcuların egzersiz alışkanlıklarını pekiştirebilir. Rekabet ve eğlence unsurları da sosyal medya kullanımının önemli bir parçasıdır (Pegoraro, 2010). Egzersiz meydan okumaları ve yarışmalar, sporcuların daha aktif olmasını teşvik ederken, eğlenceli videolar ve içerikler egzersizi daha keyifli bir hale getirebilir. Bedensel engelli sporcular sosyal medyada karşılaştıkları zorlukları ve bu zorlukları nasıl aştıklarını paylaşılarak diğerlerine ilham verebilir, bu da egzersiz alışkanlıklarını sürdürmelerine yardımcı olur. Ayrıca, özel destek grupları ve forumlar, sporcuların egzersiz sırasında karşılaştıkları engelleri tartışmalarına ve çözümler bulmalarına olanak tanıyabilir (Bourke vd., 2019). Sonuç olarak, sosyal medya bedensel engelli sporculara motivasyon, bilgi, destek, rekabet ve eğlence sağlayarak egzersiz alışkanlıklarını sürdürmelerine yardımcı olabilir. Bu etkinin tam olarak anlaşılabilmesi için daha fazla araştırma ve veri analizi yapılması gerekmektedir.

Dijital cihazların ve sosyal medya kullanımının artmasıyla, bağımlılık potansiyeli de yükselmiştir. Bedensel engelli sporcularda bu bağımlılığın egzersiz alışkanlıklarıyla olan ilişkisini keşfetmek hem teknolojiye hem de spor aktivitelerine dair daha bilinçli politikaların geliştirilmesine katkı sağlayabilir (Villanti vd., 2017). Bedensel engelli sporcuların sosyal medya bağımlılığına ve egzersiz rutinlerine verdikleri tepkiler, engellilik türlerine, yaşlarına ve kişisel faktörlere bağlı olarak değişebilir. Daha fazla araştırma, bu farklılıkları anlamak ve bireylerin ihtiyaçlarına uygun çözümler geliştirmek açısından kritik olabilir.

Bedensel engelli sporcuların egzersiz alışkanlıkları ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi inceleyen bazı araştırmalar yapılmıştır (Matson-Barkat vd., 2022; Öztürk 2024; Pullen vd., 2023; Teixeira vd., 2020), ancak bu alanda hala birçok bilinmeyen bulunmaktadır. Bedensel engelli sporcularda egzersiz ve sosyal medya bağımlılığı konusuna dair daha fazla araştırma yapılmasının önemli olmasının birkaç nedeni vardır. Öncelikle bedensel engelli bireylerin egzersiz yapmaları hem fiziksel sağlıklarını korumak hem de zihinsel sağlıklarını desteklemek için önemli görülmektedir. Aynı zamanda, sosyal medya bağımlılığı bu sporcuların zihinsel sağlığını olumsuz yönde etkileyebilir, depresyon, kaygı veya düşük özgüvene yol açabilir. İkinci olarak bedensel engelli bireyler için sosyal medya, toplulukla bağ kurmanın bir aracı olabilir, ancak aşırı kullanım izolasyon duygularını artırabilir. Bu iki faktörün (egzersiz ve sosyal medya kullanımı) sosyal bağları ve topluma katılımı nasıl etkilediğini anlamak, bu bireylerin sosyal katılımını artıracak stratejilerin geliştirilmesine yardımcı olabilir. Son olarak ise sosyal medya, sporcular için bir motivasyon kaynağı olabilirken, aynı zamanda olumsuz etkileri de olabilir. Sosyal medyada sunulan imajlar ve içerikler, sporcuların öz algılarını ve motivasyonlarını olumsuz etkileyebilir. Bu nedenle, sosyal medyanın, bedensel engelli sporcuların egzersiz alışkanlıkları üzerindeki rolünün incelenmesi önemli görülmüştür (Gelfgren vd., 2022). Ayrıca bu konuda yapılan çalışmaların sayısının artması, bedensel engelli bireylerin sağlık ve refahını iyileştirmek için önemli bir adım olmakla beraber sosyal medya kullanım durumunun bedensel engelli bireylerde egzersiz alışkanlıkları ile açıklanması adına çalışmamızın amacı olarak belirlenmiştir.

2. Yöntem

2.1. Araştırma Deseni

Bu araştırma, bedensel engelli bireylerin hem fiziksel hem de dijital dünyadaki davranışlarını net bir şekilde ortaya koyarak kapsamlı bir bakış açısı sunmak amacıyla betimsel tarama modeli çerçevesinde gerçekleştirilmiştir (Watson, 2015). Betimsel tarama modeli, mevcut bir durumu veya olguyu herhangi bir müdahalede bulunmadan, olduğu gibi incelemeyi amaçlayan bir araştırma yöntemidir (Avcı vd., 2013). Bu yöntemin seçilmesinin temel nedeni, bedensel engelli sporcuların egzersiz alışkanlıkları ile sosyal medya kullanım alışkanlıkları arasındaki ilişkiyi ve bu iki değişken arasındaki olası farklılıkları detaylı bir şekilde analiz edebilme kapasitesidir. Araştırmada, egzersiz alışkanlıkları bireylerin fiziksel aktivitelerini düzenli olarak gerçekleştirme durumlarını, sosyal medya kullanım alışkanlıkları ise bireylerin sosyal medya platformlarını hangi amaçlarla, ne kadar süreyle ve hangi sıklıkla kullandıklarını ifade etmektedir.

Araştırmada, bedensel engelli sporcuların egzersiz alışkanlıkları ile sosyal medya kullanım davranışları arasındaki ilişkiyi ve bu davranışları etkileyen faktörleri incelemek amacıyla aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H1: Bedensel engelli sporcuların sosyal medya kullanım sıklığı ve bağımlılık düzeyleri, cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H2: Engel türüne göre sosyal medya kullanım davranışlarında anlamlı farklılıklar vardır.

H3: Bedensel engelli sporcuların haftalık egzersiz sıklığı ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında anlamlı farklılık vardır.

H4: Bedensel engelli sporcuların günlük egzersiz süresi ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında anlamlı farklılık vardır.

H5: Gün içinde sosyal medyaya girme sıklığı ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir fark vardır.

Bu hipotezler, araştırmanın temelini oluşturmuş ve bedensel engelli sporcuların egzersiz alışkanlıklarının sosyal medya kullanımına olan etkisini kapsamlı bir şekilde analiz etmeyi hedeflemiştir.

2.2. Evren ve Örneklem/Çalışma Grubu

Araştırmanın evreni ve örneklemi belirlemek için güç analizi (Power Analizi) yapılarak çalışmaya minimum katılması gereken örneklem sayısını belirlendi. Buna göre güç analizi için G Power programında tek gruplu fark testi seçildi ve minimum 44 kişilik bir örneklem sayısı yeterli görüldü. Çalışmamıza ise 107 kişi katıldı. Bu bağlamda Türkiye genelinde farklı bölgelerde yaşayan toplam 107 bedensel engelli sporcu veya geçmişte sporcu olmuş birey üzerinde gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların seçiminde amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Katılımcıların seçim kriterleri şu şekilde belirlenmiştir:

- Bedensel engelli birey olmak,
- Aktif sporcu ya da geçmişte sporcu deneyimine sahip olmak,
- Araştırma anketine gönüllü olarak katılmayı kabul etmek.

Katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, bedensel engel türü, sporculuk geçmişi, haftalık egzersiz sıklığı, günlük sosyal medya kullanımı süresi, tercih edilen sosyal medya platformu ve sosyal medyaya giriş sıklığı gibi demografik özellikleri toplanmıştır.

2.3. Araştırma Süreci

Araştırma verileri, çevrim içi anket yöntemi ile toplanmıştır. Katılımcılara anket bağlantısı e-posta ve sosyal medya platformları aracılığıyla iletilmiştir. Anketler, gönüllü katılım esasına dayalı olarak doldurulmuştur ve katılımcılardan herhangi bir kişisel bilgi talep edilmemiştir. Veri toplama süreci, anonimlik ve gizlilik ilkelerine uygun şekilde yürütülmüştür.

2.4. Veri Toplama Araçları

Veriler, iki bölümden oluşan bir anket ile toplanmıştır:

Demografik Bilgi Formu: Katılımcıların temel özelliklerini belirlemek amacıyla cinsiyet, yaş, eğitim durumu, bedensel engel türü, aktif sporcu olma durumu, sporculuk geçmişi, haftada kaç gün egzersiz yaptıkları, günde kaç saat sosyal medyada zaman geçirdikleri, hangi sosyal medya platformlarını tercih ettikleri ve günlük sosyal medya erişim sıklıkları gibi sorular yer almıştır.

Sporcu Sosyal Medya Kullanım Davranışları Ölçeği: Araştırmada kullanılan Akarsu ve ark. (2024) tarafından geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılmış olan Sporcu Sosyal Medya Kullanım Davranışları Ölçeği, sporcuların sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ölçmek amacıyla geliştirilmiş geçerli ve güvenilir bir ölçme aracıdır. Ölçek, üç alt boyuttan ve toplam 15 maddeden oluşmaktadır. Bu alt boyutlar şunlardır:

İçerik Üretme (7 madde): Katılımcıların sporla ilgili içerik paylaşma eğilimlerini ve bu paylaşımların kendileri ve takipçileri üzerindeki etkilerini değerlendirmek üzere tasarlanmıştır. Örneğin, "Antrenman veya yarışmalarımı paylaşmak beni mutlu eder" ve "Takipçilerimin sporla ilgili gönderilerime olan etkileşimi benim için önemlidir" gibi ifadeler içermektedir.

Kullanım Sıklığı (4 madde): Katılımcıların sosyal medya kullanım yoğunluğunu ve sosyal medya platformlarını kontrol etme sıklığını incelemektedir. Örneğin, "Boş zamanlarımda genellikle sosyal medya hesaplarımda vakit geçiririm" ve "Uyanır uyanmaz sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim" gibi maddeler bulunmaktadır.

Sosyal Medya Bağımlılığı (4 madde): Katılımcıların sosyal medya kullanımında bağımlılık düzeylerini ölçmek için tasarlanmıştır. Örneğin, "Sosyal medya kullanım süremi kontrol edemiyorum" ve "Sosyal medyadan ayrıldığımda kendimi izole hissediyorum" ifadeleri yer almaktadır.

Ölçek, 18-35 yaş aralığındaki 487 katılımcı üzerinde uygulanmış olup, maddeleri literatür taraması ve alan uzmanlarının görüşleri doğrultusunda oluşturulmuştur. Ölçeğin geliştirilmesinde Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ile 15 maddeden oluşan ve toplam varyansın %62.55'ini açıklayan üç faktörlü bir yapı belirlenmiş; bu yapı Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) ile test edilmiş ve uyum indeksleri (RMSEA=0.077, GFI=0.908, CFI=0.942) modelin uygun olduğunu göstermiştir. Ölçeğin iç tutarlılık katsayıları, alt boyutlar için sırasıyla İçerik Üretme 0.918, Kullanım Sıklığı 0.852 ve Sosyal Medya Bağımlılığı 0.789 olarak hesaplanmış, bu da ölçeğin güvenilir olduğunu ortaya koymuştur. 5'li Likert tipi formatta değerlendirilen ölçekten alınabilecek puanlar 15 ile 75 arasında değişmekte olup, alt boyutlardaki yüksek puanlar, ilgili boyuttaki sosyal medya kullanım davranışlarının yoğunluğunu göstermektedir (Akarsu vd., 2024). Bu ölçek, sporcuların sosyal medya ile ilgili alışkanlıklarını ve bağımlılık düzeylerini detaylı bir şekilde analiz etmek için güvenilir ve geçerli bir araç olarak kullanılmaktadır.

2.5. Verilerin Analizi

Toplanan veriler SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz kapsamında kullanılan yöntemler şunlardır:

- Tanımlayıcı istatistikler (frekans, yüzde, ortalama, standart sapma),
- İki grup arasındaki farklılıkları belirlemek için bağımsız örneklem t-testi,
- Birden fazla grup arasındaki farkları incelemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır.

Tüm analizlerde anlamlılık düzeyi $p < 0.05$ olarak kabul edilmiştir.

2.6. Araştırma Etiği

Bu araştırma, İnönü Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun onayıyla yürütülmüştür. Çalışma için gerekli etik izin, Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu tarafından verilmiştir. İlgili kurulun 06.09.2024 tarihli 15. oturumunda alınan 27 numaralı kararla etik onay alınmıştır. Bu onay doğrultusunda, araştırma süreci etik kurallara uygun olarak gerçekleştirilmiştir.

3. Bulgular

Araştırma sonucunda, bedensel engelli sporcuların sosyal medya kullanım davranışları ile egzersiz alışkanlıkları arasında çeşitli ilişkiler tespit edilmiştir. Demografik değişkenlerin sosyal medya kullanımında etkisi ile ilgili bulgular aşağıdaki tablolarda görülmektedir

Tablo 1

Tanımlayıcı İstatistikler

	Cinsiyet		Eğitim Durumu				Sporculuk	
	Erkek	Kadın	Ortaokul	Lise	Üniversite	Yüksek Lisans	Aktif	Pasif
n	73	34	1	52	52	2	7	100
f	68.22	31.77	0.93	48.59	48.59	1.86	6.54	93.45

Tablo 1'de katılımcıların cinsiyet, eğitim durumu ve sporculuk durumlarına ilişkin dağılım özetlenmiştir. Katılımcıların %68.22'si erkek, %31.77'si kadın olup, erkek katılımcılar kadınlara oranla

yaklaşık iki kat daha fazladır. Eğitim düzeyi açısından, katılımcıların %48.59'u lise, %48.59'u üniversite mezunu olup, yüksek lisans mezunları %1.86, ortaokul mezunları ise %0.93 ile en düşük oranları temsil etmektedir. Sporculuk durumunda, katılımcıların %93.45'i pasif sporcu iken sadece %6.54'ü aktif sporculardır. Bu sonuçlar, katılımcı kitlesinin çoğunlukla erkek, lise veya üniversite mezunu ve sporculuk açısından pasif bireylerden oluştuğunu göstermektedir.

Tablo 2*Normallik Testi*

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			Skiwniss	Kurtosis
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.		
Cinsiyet	.434	107	.000	.586	107	.000	.794	-1.396
Engel Türü	.349	107	.000	.725	107	.000	.866	-.453
Egzersiz Gün Sayısı	.169	107	.000	.935	107	.000	-.223	-.304
Egzersiz Saati	.443	107	.000	.601	107	.000	.805	-.575
Gün İçi Sosyal Medya	.256	107	.000	.841	107	.000	-.618	-.279
İçerik Üretme	.207	107	.000	.812	107	.000	-1.343	.771
Kullanım Sıklığı	.163	107	.000	.871	107	.000	-1.110	.480
Sosyal Medya Bağımlılık	.112	107	.002	.957	107	.002	-.270	-.812
Toplam Ölçek	.180	107	.000	.858	107	.000	-1.357	1.343

Tablo 2'de Kolmogorov-Smirnova Shapiro-Wilk değerleri değişkenlerin verileri için normal dağılmadığı göstermektedir. Bu verilerin normal dağılmama sebebi katılımcıların cevap verdikleri soruların seçeneklerinin az olmasıdır. Bu durum aslında seçeneklerin artmasına bağlı olarak güvenilirliğin de artması anlamına gelmektedir. Bu araştırmada ise 5'li likert tipi bir ölçek kullanıldığından katılımcıların cevaplarının 5 seçeneğe de normal bir şekilde dağılma ihtimali homojen bir grupta zorlaşmaktadır. Bu yüzden çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri, bir dağılımın normal dağılıma uygunluğunu değerlendirmek için önemli göstergelerdir. Çarpıklık, verilerin simetrisinin bir ölçüsü olarak ele alınır. Değerlerin -1 ile +1 arasında olması, dağılımın büyük ölçüde simetrik olduğunu gösterirken, bu aralığın dışına çıkması durumunda dağılımın çarpık olduğu kabul edilir (Hair vd., 2013). Bununla birlikte, çarpıklık değerleri -1.5 ile +1.5 arasında olduğunda verilerin normal dağıldığı kabul edilebilir (Tabachnick & Fidell, 2013), -2.0 ile +2.0 arasında olması ise çoğu analiz için uygulanabilirlik açısından kabul edilebilir bir sınırdır x. Benzer şekilde, basıklık değerleri, bir dağılımın sivrililiğini veya düzlüğünü ifade eder. Psikometrik analizlerde, ± 1.0 aralığındaki basıklık değerleri mükemmel olarak değerlendirilirken, ± 2.0 aralığındaki değerler de genellikle kabul edilebilir olarak görülmektedir (George & Mallery, 2010). Bu sınırlar, verilerin dağılım özelliklerini değerlendirmede güvenilir bir temel sunar. Buradan hareketle verilerin aktif sporcu olup olmama değişkeni hariç tüm değişkenlerde skiwness ve kurtosis değerlerinin normal dağılım gösterdiği yönünde bir sonuç göstermektedir. Bu yüzden aşağıdaki tablolarda yer aldığı üzere bağımsız örneklem t testi ve ANOVA testi değişkenler arasındaki farkların anlamlılığını test etmek için kullanılmıştır.

Tablo 3*Cinsiyet Değişkeni Açısından Sosyal Medya Kullanım Durumu – Bağımsız Örneklem T-Testi*

Grup İstatistiği					Bağımsız Örneklem T-Testi				
Cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
					F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)

İçerik Üretme	Erkek	73	3.7886	1.16936	.13686	.104	.748	-0.320	105	.749
	Kadın	34	3.8655	1.12483	.19291			-.325	66.823	.746
Kullanım Sıklığı	Erkek	73	3.5651	1.11650	.13068	.995	.321	-1.249	105	.214
	Kadın	34	3.8456	1.00192	.17183			-1.299	71.283	.198
Sosyal Medya Bağımlılık	Erkek	73	3.0240	1.18010	.13812	.343	.559	-1.384	105	.169
	Kadın	34	3.3529	1.06265	.18224			-1.439	71.053	.155
Toplam Ölçek	Erkek	73	3.5251	.91597	.10721	.005	.942	-1.035	105	.303
	Kadın	34	3.7235	.93825	.16091			-1.026	63.101	.309

*(p<0.05)

Tablo 3, cinsiyet değişkenine göre sosyal medya kullanım davranışlarının bağımsız örneklem t-testi sonuçlarını sunmaktadır. Kadınlar, erkeklere göre içerik üretme, kullanım sıklığı, sosyal medya bağımlılığı ve toplam ölçek ortalaması alt boyutlarında daha yüksek ortalamalara sahip olsa da, bu farklılıklar istatistiksel olarak anlamlı değildir (tüm $p > 0.05$). Örneğin, içerik üretme alt boyutunda kadınların ortalaması 3.8655, erkeklerin ise 3.7886 olarak hesaplanmış, ancak bu fark anlamlı bulunmamıştır ($t = -0.320$, $p = 0.749$). Benzer şekilde, kullanım sıklığı ($t = -1.249$, $p = 0.214$), sosyal medya bağımlılığı ($t = -1.384$, $p = 0.169$), ve toplam ölçek ortalaması ($t = -1.035$, $p = 0.303$) alt boyutlarında da anlamlı bir fark tespit edilmemiştir.

Tablo 4

Engel Türü Değişkeni Açısından Sosyal Medya Kullanım Durumu – One Way Anova

Tanımlayıcı İstatistik		Test of Homogeneity of Variances					One Way Anova		
		N	Mean	Levene Statistic	df1	df2	Sig.	f	Sig.
İçerik Üretme	Alt Ekstremit	60	3.7452	.498	2	104	.609	.236	.790
	Üst Ekstremit	35	3.9061						
	Total Engel	12	3.8810						
	Toplam	107	3.8131						
Kullanım Sıklığı	Alt Ekstremit	60	3.5708	.060	2	104	.942	.417	.660
	Üst Ekstremit	35	3.7429						
	Total Engel	12	3.8125						
	Toplam	107	3.6542						
Sosyal Medya Bağımlılık	Alt Ekstremit	60	3.1875	.519	2	104	.596	.178	.837
	Üst Ekstremit	35	3.0571						
	Total Engel	12	3.0417						
	Toplam	107	3.1285						
Toplam Ölçek	Alt Ekstremit	60	3.5500	.085	2	104	.918	.115	.892
	Üst Ekstremit	35	3.6362						
	Total Engel	12	3.6389						
	Toplam	107	3.5882						

*(p<0.05)

Tablo 4, engel türüne göre sosyal medya kullanımına ilişkin tanımlayıcı istatistikleri sunmaktadır. Ortalama değerler incelendiğinde, Alt Ekstremit engelli bireylerin içerik üretme (3.7452), kullanım sıklığı (3.5708), sosyal medya bağımlılığı (3.1875), ve toplam ölçek ortalaması (3.5500)

açısından diğer gruplara benzer olduğu görülmektedir. Üst Ekstremitte engelli bireyler ise içerik üretme (3.9061) ve toplam ölçek ortalaması (3.6362) açısından daha yüksek değerlere sahiptir. Verilerde genel olarak homojen bir dağılım gözlenmezken, Levene testi sonuçları ($p > 0.05$) gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir.

Genel olarak, engel türlerine göre sosyal medya kullanımındaki farklılıkların ortalamaları birbirine yakın olup belirgin bir gruplar arası fark gözlemlenmemiştir. Ancak, grupların homojen bir şekilde dağılmadığı görülmektedir.

Tablo 4, engel türü ile sosyal medya kullanım davranışları arasındaki farkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını değerlendiren One-Way ANOVA sonuçlarını içermektedir. Analiz bulguları, içerik üretme ($F = 0.236$, $p = 0.790$), kullanım sıklığı ($F = 0.417$, $p = 0.660$), sosyal medya bağımlılığı ($F = 0.178$, $p = 0.837$) ve toplam ölçek ortalaması ($F = 0.115$, $p = 0.892$) değişkenleri için gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığını göstermektedir.

Tablo 5

Egzersiz Gün Sayısı Değişkeni Açısından Sosyal Medya Kullanım Durumu – One Way Anova

		N	Mean	Test of Homogeneity of Variances				One Way Anova	
				Levene Statistic	df1	df2	Sig.	f	Sig.
İçerik Üretme	1	12	2.5833	1.703	6	100	.128	3.912	.001*
	2	6	3.7143						
	3	25	3.6400						
	4	32	4.1920						
	5	21	4.1565						
	6	9	3.7302						
	7	2	4.3571						
	Total	107	3.8131						
Kullanım Sıklığı	1	12	3.6667	2.170	6	100	.052	.504	.804
	2	6	3.8750						
	3	25	3.5600						
	4	32	3.4766						
	5	21	3.9643						
	6	9	3.6111						
	7	2	3.8750						
	Total	107	3.6542						
Sosyal Medya Bağımlılık	1	12	3.4583	2.353	6	100	.036	1.138	.346
	2	6	3.5417						
	3	25	3.1300						
	4	32	2.7969						
	5	21	3.4405						
	6	9	2.8056						
	7	2	3.3750						
	Total	107	3.1285						
Toplam Ölçek	1	12	3.1056	1.592	6	100	.157	1.165	.331

2	6	3.7111
3	25	3.4827
4	32	3.6292
5	21	3.9143
6	9	3.4519
7	2	3.9667
Total	107	3.5882

*(p<0.05)

Tablo 5, haftalık egzersiz gün sayısına göre sosyal medya kullanım davranışlarına ilişkin tanımlayıcı istatistikleri sunmaktadır. İçerik Üretme alt boyutunda, haftada 1 gün egzersiz yapanların ortalaması en düşük (2.5833), 7 gün egzersiz yapanların ise en yüksek ortalamaya sahip olduğu (4.3571) görülmektedir. Kullanım Sıklığı alt boyutunda ortalamalar birbirine yakın olup haftalık egzersiz sıklığının sosyal medya kullanımında belirgin bir etki yaratmadığı görülmektedir. Sosyal Medya Bağımlılığı alt boyutunda ise 1 gün egzersiz yapanlar (3.4583) ve 2 gün egzersiz yapanlar (3.5417) diğer gruplara göre daha yüksek bağımlılık göstermiştir. Toplam ölçek ortalamasında ise 1 gün egzersiz yapanlar en düşük (3.1056), 7 gün egzersiz yapanlar ise en yüksek (3.9667) değere sahiptir. Levene testi sonuçlarına göre, sosyal medya bağımlılığı dışındaki tüm değişkenler için veriler homojen dağılmamaktadır ($p > 0.05$). Bu durum, gruplar arası varyansların eşit olmadığını göstermektedir.

Tablo 5, egzersiz gün sayısı ile sosyal medya kullanım davranışları arasındaki farkların istatistiksel anlamlılığını değerlendirmektedir. İçerik Üretme alt boyutunda, gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmuştur ($F = 3.912$, $p = 0.001$). Bu sonuç, haftalık egzersiz sıklığının içerik üretme davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Ancak, Kullanım Sıklığı ($F = 0.504$, $p = 0.804$), Sosyal Medya Bağımlılığı ($F = 1.138$, $p = 0.346$), ve Toplam Ölçek Ortalaması ($F = 1.165$, $p = 0.331$) değişkenlerinde gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Tablo 6

Egzersiz Saati Değişkeni Açısından Sosyal Medya Kullanım Durumu – One Way Anova

		N	Mean	Test of Homogeneity of Variances				One Way Anova	
				Levene Statistic	df1	df2	Sig.	f	Sig.
İçerik Üretme	1	53	3.3235	17.130	2	104	.000	12.676	.000*
	2	18	4.0000						
	3	36	4.4405						
	Total	107	3.8131						
Kullanım Sıklığı	1	53	3.3774	5.940	2	104	.004	4.778	.010*
	2	18	3.6250						
	3	36	4.0764						
	Total	107	3.6542						
Sosyal Medya Bağımlılık	1	53	3.0236	4.723	2	104	.011	.750	.475
	2	18	3.0556						
	3	36	3.3194						
	Total	107	3.1285						
Toplam Ölçek	1	53	3.2579	10.911	2	104	.000	9.007	.000*
	2	18	3.6481						

3	36	4.0444
Total	107	3.5882

*(p<0.05)

Tablo 6, günlük egzersiz süresi ile sosyal medya kullanım davranışlarına ilişkin tanımlayıcı istatistikleri göstermektedir. İçerik Üretme alt boyutunda, günlük 1 saat egzersiz yapanların ortalaması en düşük (3.3235), 3 saat egzersiz yapanların ise en yüksek (4.4405) olarak gözlenmiştir. Kullanım Sıklığı alt boyutunda da benzer bir eğilim görülmüş; günlük 1 saat egzersiz yapanlar (3.3774) daha düşük bir ortalamaya sahipken, 3 saat egzersiz yapanlar (4.0764) en yüksek ortalamaya sahiptir. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Toplam Ölçek Ortalaması alt boyutlarında da günlük egzersiz süresi arttıkça ortalama değerlerde hafif artışlar gözlenmektedir. Levene testi sonuçları, tüm değişkenlerde verilerin homojen dağılım göstermediğini ortaya koymaktadır ($p < 0.05$). Bu durum, varyansların gruplar arasında eşit olmadığını göstermektedir.

Tablo 6, günlük egzersiz süresi ile sosyal medya kullanım davranışları arasındaki farkların istatistiksel anlamlılığını değerlendirmektedir. İçerik Üretme ($F = 12.676$, $p = 0.000$), Kullanım Sıklığı ($F = 4.778$, $p = 0.010$), ve Toplam Ölçek Ortalaması ($F = 9.007$, $p = 0.000$) değişkenlerinde gruplar arasında anlamlı farklar bulunmuştur. Bu sonuçlar, günlük egzersiz süresinin bu alt boyutlarda sosyal medya kullanım davranışlarını anlamlı şekilde etkilediğini göstermektedir. Ancak, Sosyal Medya Bağımlılığı alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmamıştır ($F = 0.750$, $p = 0.475$).

Tablo 7

Gün İçinde Sosyal Medyayı Kullanma Sıklığı Açısından Sosyal Medya Kullanım Durumu – One Way Anova

		N	Mean	Test of Homogeneity of Variances				One Way Anova	
				Levene Statistic	df1	df2	Sig.	f	Sig.
İçerik Üretme	5-10 Dakika	8	3.1786	4.636	3	103	.004	3.122	.029*
	30 Dakika	19	3.3308						
	1-2 Saat	47	3.8754						
	4-5 Saat	33	4.1558						
	Total	107	3.8131						
Kullanım Sıklığı	5-10 Dakika	8	3.9063	4.636	3	103	.004	2.639	.054
	30 Dakika	19	3.2895						
	1-2 Saat	47	3.4947						
	4-5 Saat	33	4.0303						
	Total	107	3.6542						
Sosyal Medya Bağımlılık	5-10 Dakika	8	4.1563	6.100	3	103	.001	2.892	.039*
	30 Dakika	19	2.7895						
	1-2 Saat	47	3.0638						
	4-5 Saat	33	3.1667						
	Total	107	3.1285						
Toplam Ölçek	5-10 Dakika	8	3.6333	4.426	3	103	.006	2.316	.080
	30 Dakika	19	3.1754						
	1-2 Saat	47	3.5574						

4-5 Saat	33	3.8586
Total	107	3.5882

*(p<0.05)

Tablo 7, gün içinde sosyal medyayı kullanma sıklığına göre sosyal medya kullanım davranışlarının tanımlayıcı istatistiklerini göstermektedir. İçerik Üretme alt boyutunda, günlük 5-10 dakika sosyal medya kullananların ortalaması en düşük (3.1786), 4-5 saat kullananların ise en yüksek (4.1558) olarak gözlenmiştir. Kullanım Sıklığı alt boyutunda da benzer bir eğilim görülmüş; 4-5 saat kullananların ortalaması (4.0303) en yüksek, 30 dakika kullananların ortalaması (3.2895) ise en düşük düzeydedir. Sosyal Medya Bağımlılığı alt boyutunda, 5-10 dakika kullananların ortalaması (4.1563) en yüksek iken, 30 dakika kullananların ortalaması en düşüktür (2.7895). Toplam Ölçek Ortalaması açısından da günlük 4-5 saat kullananlar (3.8586) diğer gruplardan daha yüksek ortalamalara sahiptir. Levene testi sonuçlarına göre, verilerin tüm alt boyutlarda homojen bir dağılıma sahip olduğu görülmektedir ($p > 0.05$). Bu, gruplar arasında varyansların eşit olduğunu göstermektedir.

Tablo 7, gün içinde sosyal medyaya girme sıklığı ile sosyal medya kullanım davranışları arasındaki farkların değerlendirilmesini sağlamaktadır. İçerik Üretme alt boyutunda gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmuş ($F = 3.122$, $p = 0.029$) ve sosyal medyayı daha sık kullananların içerik üretme düzeylerinin daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Sosyal Medya Bağımlılığı alt boyutunda da anlamlı bir fark bulunmuş ($F = 2.892$, $p = 0.039$) ve sosyal medyayı daha az kullananların bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu dikkat çekmiştir. Ancak, Kullanım Sıklığı ($F = 2.639$, $p = 0.054$) ve Toplam Ölçek Ortalaması ($F = 2.316$, $p = 0.080$) alt boyutlarında gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu sonuçlar, gün içinde sosyal medya kullanım sıklığının içerik üretme ve bağımlılık alt boyutlarında farklılık yarattığını, ancak diğer boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı bir etki göstermediğini ortaya koymaktadır.

4. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Engellilik kimi zaman çeşitli nedenlerle insanı sınırlandıran, değersiz ve üretken olmayan bir kimlik olarak konumlandıran bir görüş haline gelmiştir (McRuer, 2008; Wolbring & Jamal Al-Deen, 2021). Bu durum aslında çalışmamızda bedensel engelli bireylerin sosyal medyada görünürlüklerinin niceliksel olarak sonuçlar üzerinden değerlendirmeyi ve bunun üzerine derinlemesine tartışmalar yapabilmeyi amaçlamıştır. Bu amaç doğrultusunda oluşturulan hipotezler ve bu hipotezlerin analizlerle sınanması sonucu ortaya çıkan bulgular bu bölümde açıklanarak yorumlanmış ve literatürdeki benzer ve farklılaşan çalışmalar ile kıyaslanmıştır. Bu bağlamda ilk olarak, cinsiyet değişkenine göre sosyal medya kullanım davranışlarının bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına bakıldığında kadınlar, erkeklere göre içerik üretme, kullanım sıklığı, sosyal medya bağımlılığı ve toplam ölçek ortalaması alt boyutlarında daha yüksek ortalamalara sahip olsa da, bu farklılıklar istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($tüm\ p > 0.05$). Bu sonuç, H1 hipotezi olan "Bedensel engelli sporcuların sosyal medya kullanım sıklığı ve bağımlılık düzeyleri, cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir" hipotezinin reddedildiğini göstermektedir. Bu bulgu, araştırmamızda cinsiyetin sosyal medya kullanım davranışlarında belirleyici bir faktör olmadığını göstermektedir. Kadınların daha az sosyal medya kullandığını söyleyen çalışmalar olsa da (Rees vd., 2019) bunun aksine İngiliz Paralimpik kadın sporcuların Instagram ve TikTok gibi platformlarda cinsiyet kimliklerini yansıtmak için daha görünür oldukları ifade edilmektedir (Pullen vd., 2023). Kadın bedensel engelli sporcuların erkeklere göre daha çok ilgi çektiği (Mañas-Viniegra vd., 2023) ve bu durumun kadınların cinsiyetleriyle ilişkili olarak sosyal medyada daha görünür olmak istemeleriyle açıklanabilir (Rees vd., 2019). Öztürk (2024) yaptığı araştırmada Türk bedensel engelli sporcuların sosyal medya paylaşımlarını incelediği araştırmada erkek ve kadınların benzer bir görünürlüklerinin olduğunu ifade etmiştir (Öztürk, 2024). Benzer şekilde engel türü değişkeni açısından da sosyal medya kullanım davranışlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmamıştır. Bu

sonuçlar, bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının daha çok kişisel tercihlere ve diğer sosyal veya çevresel faktörlere bağlı olabileceğini düşündürebilir.

Bedensel engelli sporcuların sahip oldukları engelin alt veya üst ekstremiteye bağlı olarak sosyal medya kullanım davranışları ile arasındaki farkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını değerlendirdiğinde değişkenler arasında anlamlı bir fark olmadığını görülmüştür. Bu durum bedensel engelin vücudun belden aşağısı veya belden yukarısında olmasının sosyal medya kullanımı için yorumlanabilir bir etkisinin olmadığını göstermiştir. Dolayısıyla, "Engel türüne göre sosyal medya kullanım davranışlarında anlamlı farklılıklar vardır" şeklindeki H2 hipotezi desteklenmemektedir. Bu konuda literatür incelendiğinde bedensel engelli bireylerin alt veya üst ekstremiteye engeline göre değerlendirildiği bir bulguya rastlanmamıştır.

Diğer değişkenler arasındaki ilişkiler ile ilgili bulgulara bakıldığında ise egzersiz gün sayısına göre sosyal medya kullanım davranışları arasında, yalnızca içerik üretme alt boyutunda anlamlı bir fark bulunmuştur ($p > 0.05$). Bu sonuçlar, H3 hipotezi olan "Bedensel engelli sporcuların haftalık egzersiz sıklığı ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında anlamlı farklılık vardır" hipotezinin yalnızca içerik üretme alt boyutu için desteklendiğini göstermektedir. Günlük egzersiz süresine göre sosyal medya kullanım davranışlarında ise, özellikle içerik üretme, kullanım sıklığı ve toplam ölçek ortalamasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Ancak, sosyal medya bağımlılığı açısından gruplar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Bu sonuçlar, H4 hipotezi olan "Bedensel engelli sporcuların günlük egzersiz süresi ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında anlamlı farklılık vardır" hipotezinin içerik üretme, kullanım sıklığı alt boyutları ve toplam ölçek için desteklendiğini, ancak sosyal medya bağımlılığı için desteklenmediğini göstermektedir. Bu bulgular doğrultusunda haftalık egzersiz sıklığı ve günlük egzersiz süresi değişkenleri, sosyal medya kullanım davranışlarında belirli alt boyutlarda anlamlı farklılıklar ortaya koymuştur. Özellikle haftalık egzersiz sıklığı arttıkça içerik üretme davranışlarında anlamlı bir artış gözlenmiştir. Benzer şekilde, günlük egzersiz süresi arttıkça içerik üretme ve kullanım sıklığı alt boyutlarında anlamlı artışlar tespit edilmiştir. Bu bulgular, fiziksel aktivitenin sosyal medya kullanım davranışlarını etkileyebileceğini göstermektedir. Yapılan bir araştırmada, Instagram'da sporcu profiline sahip bedensel engelli görsellerin sıradan ev hali veya gösterişli bir elbise giymiş bedensel engelli bireylerden daha çok dikkat çektiği görülmüştür (Mañas-Viniegra vd., 2023). Bu durum daha sık egzersiz yapan bedensel engelli bireyler sosyal medyada daha çok görünür oldukları gibi algılansa da elit bedensel engelli sporcuların engelli olmayan meslektaşlarından göre daha az görünür olduğu yönünde sonuçlar da görülmektedir (Rees vd., 2019).

Son analiz sonuçlarına göre gün içinde sosyal medyaya girme sıklığı ile sosyal medya kullanım davranışları arasındaki farkların değerlendirildiğinde, gün içinde sosyal medya kullanım sıklığının içerik üretme ve bağımlılık alt boyutlarında farklılık yarattığını, ancak diğer boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı bir etki göstermediğini ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, H5 hipotezi olan "Gün içinde sosyal medyaya girme sıklığı ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir fark vardır." hipotezinin içerik üretme ve sosyal medya bağımlılığı alt boyutları için desteklendiğini, ancak kullanım sıklığı için desteklenmediğini göstermektedir. Gün içinde sosyal medyayı daha sık kullanan bireylerin içerik üretme düzeyleri daha yüksek iken, sosyal medyayı daha az kullanan bireylerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu bulgu, kullanım süresinin sosyal medya alışkanlıklarını şekillendirebileceğini göstermektedir. Sosyal medyayı kullanan fiziksel engelli Nijeryalı yetişkinlerde yapılan bir araştırma, artan sosyal temas, gelişen ilişkiler ve daha geniş sosyal ağlar deneyimlemiştir (Bassey vd., 2023). Ayrıca sosyal medya kullanımı, fiziksel engelli bireylerde sosyal desteği artırabilir ve depresyonu azaltabilir; ancak olumsuz sonuçları ve sınırlamaları da olabilir (Lee & Cho, 2019).

Araştırmamız bulgularına ek olarak literatürde benzer konularda yapılan araştırmalara bakıldığında; Caton ve Chapman (2016), engelli bireylerin sosyal medya kullanımının gerekçelerine yönelik bir literatür taramasında, destek almak ve kimlik kazanmak amaçlardan oluşan temalar tespit etmiştir. Çünkü son zamanlarda engelli bireylerin sosyal medya ile ilgili temas kurma eğilimlerinin araştırmacıların dikkatini çeken bir konu olduğu (Stough vd., 2016; Wilson vd., 2006), kimi araştırmalarda cinsiyetlerin bu durumda belirleyici olduğu (Rees vd., 2019), kimi araştırmalarda ise cinsiyet ve sosyal medya platformunun ilişkisinden bahsedildiği görülmüştür (Pullen vd., 2023). Ayrıca sosyal medya platformlarının farklılaşmasının (Teixeira vd., 2020) veya sosyal medya kullanım sıklığına göre de değişim gösteren tutumların olduğu (Bassey vd., 2023) bunun da engelli bireylerin sosyal medya aracılığıyla pozitif etkilendiklerini belirttiği ifade edilmektedir (Lee & Cho, 2019). Bu anlamda son zamanlarda engelli bireylerin sosyal medya araçlarını nasıl kullandıklarına odaklanan çalışmaların olduğu dikkat çekmiştir. Araştırmaların büyük bir kısmı, sosyal medya kullanımının bilgi paylaşımı, arkadaşlıklar kurma ve sosyal destek grupları oluşturma gibi olumlu yönlerini vurgulamaktadır. Bu bulgular, sosyal medya araçlarının engelli bireyler için farklı amaçlarla kullanıldığını göstermektedir. Bedensel engelli bireylerin ise sosyal medyayı özel olarak görünürlüklerinin arttırmak, olduklarından farklı bir şekilde görünmek veya sosyal bir imaj için kullanıp kullanmadıkları araştırmamızın bulgularındaki bazı sonuçlar ile ilişkilendirilebilir. Nitekim yapılan bir derleme çalışmasında engelli bireylerin sosyal medya görünürlüklerinin daha az olduğu bulgusu yer almaktadır (Rees vd., 2019). Bu sonucun aksine Instagram'da bedensel engelli sporcuların, engelli olmayan sporculara göre engelliliklerini ortaya koyan özelliklere daha fazla dikkat çektiklerini, kendilerini engelli insanlar olarak göstermek yerine çekici olarak gösterdiklerini ifade etmişlerdir (Mañas-Viniegra vd., 2023). Tespit edilen bu tür bulguların engelli bireylerin bedenlerinin bir tür inkâr olarak görülmesine yol açan normatif kültürel algı biçimlerinden kaynaklanabildiği belirtilmiştir (Titchkosky, 2005). Buna rağmen, engelli sporcular genellikle spor yapmayan engelli bireylere kıyasla daha iyi fiziksel ve duygusal bir iyilik haline sahip olabilir (Wilhite & Shank, 2009), mutluluk ve özgüven açısından da daha olumlu sonuçlar gösterebilirler (van Schie vd., 2022).

2016 yılında yapılan bir araştırmada sosyal platformlar için bedensel engelli sporcular en aktif engel grubu olduğu ve Paralimpik sporcular için en yaygın kullanılan platformun da Facebook olduğu görülmüştür (Teixeira vd., 2020). Fakat son zamanlarda yapılan araştırmaların genel olarak bedensel engelli bireylerin Instagram paylaşımlarının değerlendirilmesine yönelik olduğu görülmektedir (Matson-Barkat vd., 2022; Öztürk 2024; Pullen vd., 2023). Günümüzde ise sosyal medyada bedensel engelli bireyler için dahil etmeyi amaçlayan bir beden olumlama hareketi ortaya çıkmıştır (Hill, 2023). Bedensel engelli bireyler sosyal medyada yaşam tarzlarını daha çok temsil etmekte ve güzellik ile moda konularına diğer genç bireyler gibi ilgi göstermektedir (Shumaker vd., 2017). Özellikle Instagram gibi görsel sosyal medya platformlarına daha fazla yönelen genç bireyler arasında bu ağ, güzellik ve modanın harika bir vitrini olarak kabul edilmiş (Lozano-Blasco vd., 2023) ve gençler için bir görsel tüketim kaynağı haline gelmiştir (Muñoz Gallego vd., 2023). Instagram'ın engelli bireyler arasında yaygın kullanımına (Arévalo Iglesias & Martínez López de Castro, 2021) aynı zamanda engellilik temelli öz-temsil yoluyla sosyal kapsayıcılığı teşvik etmek ve baskın söylemlere meydan okumak için bir araç işlevi de görmektedir (Bonilla-del-Río vd., 2022). Çünkü Engelli sporcular, sosyal medyada duygularını giderek daha fazla paylaşmakta ve bu durum, başkalarının onların sosyal kimliğiyle ilgili damgalama eğilimini azaltmaya da yardımcı olmaktadır (Matson-Barkat vd., 2022). Bu açıdan son zamanlarda bedensel engelli bireylerin görünürlüklerini görsel olarak yansıttıkları anlaşılmaktadır (Dos-Santos & Fermio, 2016; Mitchell vd., 2021).

Genel olarak bakıldığında son zamanlarda sosyal medya engelli bireylere yönelik tutumların ve empati düzeyinin artmasının en büyük belirleyicilerinden olmuştur (Bissell vd., 2022). Engelli sporcuların kendi görüntülerini kabullenme durumlarının, sosyal kimlik oluşumu sırasında olumlu tutum

geliştirmeyi sağladığı öne sürülmektedir (Suggs & Guthrie, 2017). Bu durum engelli sporcular için de pozitif etki etmiş olabilir (Hellwege & Hallmann, 2020). Çünkü son yıllarda, engelli sporcular bedenlerinden gurur duymaya başlamış (Galli vd., 2016) ve sosyal medya, onlara geleneksel spor katılımının sunduğundan daha fazla kendini ifade etme imkânı sağlamıştır (Atkinson, 2019). Bu durum, paralimpik oyunlarda engelli sporcuların bedenlerini genellikle "yaralı sporcular" olarak gösteren (Butler & Bissell, 2015) ve daha çok katılıma odaklanan medya anlatılarından farklı, niteliksel bir ilerlemeyi temsil etmiştir (Page vd., 2024). Yine de unutulmamalıdır ki, dışardan bakan insanlar için engelli bireylerin bedenleri memnuniyetsizliği duygusunu hissetme riski kabul edilen bir gerçektir (Mañas-Viniegra vd., 2023). Çünkü bireylerin öz algısı düzeyinde ele alınan bir araştırmada bedensel engelli bireylerin dış görünüşlerinin başkalarının tepkilerini etkilediği belirlenmiştir (Shpigelman & HaGani, 2019). Bu yüzden özellikle bedensel engelli sporcuların, diğer insanlar tarafından nasıl algılandığı konusunda hâlâ yeterli araştırma yapılmamış olması buradan çıkarılabilecek bir sonuç olabilir.

Sonuç olarak bu çalışma, bedensel engelli sporcuların sosyal medya kullanım davranışlarını cinsiyet, engel türü, haftalık egzersiz sıklığı, günlük egzersiz süresi ve gün içinde sosyal medya kullanım sıklığı gibi çeşitli değişkenler açısından incelemiştir. Elde edilen bulgular, sosyal medya kullanım alışkanlıklarının bazı değişkenlere göre değişiklik gösterdiğini ancak genelde bu farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olmadığını ortaya koymuştur. Cinsiyet ve engel türü gibi demografik faktörlerin sosyal medya kullanım davranışları üzerinde belirgin bir etkisi olmadığı, sosyal medya kullanım alışkanlıklarının daha çok bireysel tercihler ve diğer sosyal faktörlere dayanmış olabileceği görülmüştür. Haftalık egzersiz sıklığı ve günlük egzersiz süresi, içerik üretme ve kullanım sıklığı gibi alt boyutlarda anlamlı etkiler göstermiştir; bu da fiziksel aktivitenin sosyal medya kullanım davranışlarını etkileyebileceğini göstermektedir. Gün içinde sosyal medya kullanım sıklığı ile içerik üretme ve sosyal medya bağımlılığı alt boyutların arasında anlamlı farklar ortaya koymuş, daha sık sosyal medya kullananların içerik üretme davranışlarının daha yüksek olduğu, daha az kullananların ise bağımlılık düzeylerinin daha düşük olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanımının, engelli bireylerin sosyal bağlarını güçlendirmek, toplumsal katılımını artırmak ve içerik üretimi yoluyla kendilerini ifade etmek için önemli bir araç olduğu yapılan araştırmalar ve bu çalışma sonuçlarına göre anlaşılrsa da, bedensel engelli sporcuların kullanım alışkanlıklarının daha derinlemesine anlaşılması ve sosyal medya bağımlılığı gibi olumsuz etkilerin önlenmesi için daha kapsamlı çalışmalara ihtiyaç vardır.

Sonuç doğrultusunda gelecekteki araştırmalar, önceki araştırmaları desteklemek ve genişletmek için farklı engel grupları (görme, işitme, zihinsel engelliler vb.) ve spor branşları arasında sosyal medya kullanım davranışlarını karşılaştıran çok merkezli ve daha büyük örneklem gruplarına sahip çalışmalar yapılmalıdır. Nitel araştırma yöntemleri kullanılarak bedensel engelli sporcuların sosyal medya kullanımına ilişkin kişisel deneyimlerinin, motivasyonlarının ve algılarının derinlemesine incelenmesi sağlanmalıdır. Sosyal medya bağımlılığı riskine karşı farkındalık oluşturacak eğitim programlarının planlanması ve bu programların etkililiğini ölçen müdahale temelli araştırmalara yer verilmelidir. Engelli bireylerin sosyal medya aracılığıyla dijital kapsayıcılık, öz-yeterlik ve psikolojik iyilik hâlleri üzerindeki etkilerinin uzun vadeli boylamsal çalışmalarla değerlendirilmesi önerilmektedir. Spor federasyonları ve sivil toplum kuruluşları, engelli sporcuların sosyal medyayı daha etkin ve bilinçli kullanmaları için dijital medya okuryazarlığı eğitimleri düzenlemelidir.

Bu öneriler, hem sosyal medya kullanımının olumlu yönlerinden daha fazla faydalanmayı hem de potansiyel risklerin azaltılmasını sağlayacak stratejik yaklaşımların geliştirilmesine katkı sağlayabilir.

5. Kaynakça

- Aitchison, B., Rushton, A. B., Martin, P., Barr, M., Soundy, A., & Heneghan, N. R. (2022). The experiences and perceived health benefits of individuals with a disability participating in sport: A systematic review and narrative synthesis. *Disability and Health Journal*, 15(1), 101164. <https://doi.org/10.1016/j.dhjo.2021.101164>
- Akarsu, M., İlbak, İ., & Gündoğdu, C. (2024). Sporcu sosyal medya kullanım davranışları ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Yeni Medya Dergisi*, 16(1), 317-318. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1458117>
- Arévalo Iglesias, L., & Martínez López de Castro, R. (2021). Instagram como dispositivo de normalización de representaciones identitarias desobedientes. Estudio de caso. *Vivat Academia*, 154(1), 47–62. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1363>
- Atkinson, M. (2019). Invisible Disabilities. *Sport, Mental Illness and Sociology*, 11(1), 127–142. <https://doi.org/10.1108/S1476-285420180000011009>
- Avcı, Ü., Usluel, Y. K., Kurtoğlu, M., & Uslu, N. (2013). Yeniliklerin benimsenmesi sürecinde rol oynayan değişkenlerin betimsel tarama yöntemiyle incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(33), 53–71.
- Bassey, A., Meribe, N., Bassey, E., & Ellison, C. (2023). Perceptions and experience of social media use among adults with physical disability in Nigeria: attention to social interaction. *Disability & Society*, 38(7), 1146–1163. <https://doi.org/10.1080/09687599.2021.1983412>
- Bissell, K., Billings, A. C., & Park, B. (2022). Sports media as empathy facilitator: The contrasting influence of paralympic and olympic content. *International Journal of Sport Communication*, 15(2), 148–157. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2022-0009>
- Bonilla-del-Río, M., Figuereo-Benítez, J. C., & García-Prieto, V. (2022). Influencers with physical disabilities on Instagram: Features, visibility and business collaboration. *El Profesional de La Información*, 31(6), 1-18. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.nov.12>
- Bourke, B. E. P., Baker, D. F., & Braakhuis, A. J. (2019). Social Media as a Nutrition Resource for Athletes: A Cross-Sectional Survey. *International Journal of Sport Nutrition and Exercise Metabolism*, 29(4), 364–370. <https://doi.org/10.1123/ijsnem.2018-0135>
- Bozzola, E., Spina, G., Agostiniani, R., Barni, S., Russo, R., Scarpato, E., Di Mauro, A., Di Stefano, A. V., Caruso, C., Corsello, G., & Staiano, A. (2022). The use of social media in children and adolescents: Scoping review on the potential risks. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(16), 9960. <https://doi.org/10.3390/ijerph19169960>
- Butler, S., & Bissell, K. (2015). “The Best I Can Be.” *Communication & Sport*, 3(2), 123–141. <https://doi.org/10.1177/2167479513500137>
- Caton, S., & Chapman, M. (2016). The use of social media and people with intellectual disability: A systematic review and thematic analysis. *Journal of Intellectual and Developmental Disability*, 41(2), 125–139. <https://doi.org/10.3109/13668250.2016.1153052>
- Dos-Santos, S. M., & Fermino, A. L. (2016). Sports identity of the athletes with disability: A study of photo coverage on instagram of the brazilian paralympic committee. *Cadernos Educação, Tecnologia e Sociedade*, 9(3), 319–336. <https://doi.org/10.14571/cets.v9.n3.319-336>
- Galli, N., Reel, J. J., Henderson, H., & Detling, N. (2016). An Investigation of Body Image in Athletes With Physical Disabilities. *Journal of Clinical Sport Psychology*, 10(1), 1–18.

<https://doi.org/10.1123/JCSP.2015-0018>

- Gelfgren, S., Ineland, J., & Cocq, C. (2022). Social media and disability advocacy organizations: caught between hopes and realities. *Disability and Society*, 37(7), 1085–1106. <https://doi.org/10.1080/09687599.2020.1867069>
- George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference*, 17.0 update. Pearson.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2013). *Multivariate Data Analysis: Pearson Education Limited*.
- Hayes, M., Filo, K., Geurin, A., & Riot, C. (2020). An exploration of the distractions inherent to social media use among athletes. *Sport Management Review*, 23(5), 852–868. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2019.12.006>
- Hellwege, A., & Hallmann, K. (2020). The Image of Paralympic Athletes: Comparing the Desired and Perceived Image of Paralympic Athletes. *Journal of Global Sport Management*, 5(2), 128–146. <https://doi.org/10.1080/24704067.2019.1604075>
- Hill, S. (2023). Locating disability within online body positivity discourses: an analysis of #DisabledAndCute. *Feminist Media Studies*, 23(4), 1311–1326. <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2032254>
- Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79–93. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>
- Lee, H. E., & Cho, J. (2019). Social Media Use and Well-Being in People with Physical Disabilities: Influence of SNS and Online Community Uses on Social Support, Depression, and Psychological Disposition. *Health Communication*, 34(9), 1043–1052. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1455138>
- Lozano-Blasco, R., Mira-Aladrén, M., & Gil-Lamata, M. (2023). Social media influence on young people and children: Analysis on Instagram, Twitter and YouTube. *Comunicar*, 31(74), 125–137. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-10>
- Mañas-Viniegra, L., Llorente-Barroso, C., Ferreira, I., & Kolotouchkina, O. (2023). La imagen de las personas deportistas con discapacidad física en Instagram a través de la Neurocomunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 1–20. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2122>
- Matson-Barkat, S., Puncheva-Michelotti, P., Koetz, C., & Hennekam, S. (2022). Destigmatisation through social sharing of emotions and empowerment: The case of disabled athletes and consumers of disability sports. *Journal of Business Research*, 149, 77–84. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.027>
- McCabe, M. P., & Taleporos, G. (2003). Sexual Esteem, Sexual Satisfaction, and Sexual Behavior Among People with Physical Disability. *Arch Sex Behav*, 32(1), 359–369.
- McNamara, J., & McCabe, M. P. (2012). Striving for success or addiction? Exercise dependence among elite Australian athletes. *Journal of Sports Sciences*, 30(8), 755–766. <https://doi.org/10.1080/02640414.2012.667879>
- McRuer, R. (2008). Crip Theory. Cultural Signs of Queerness and Disability. *Scandinavian Journal of Disability Research*, 10(1), 67–69. <https://doi.org/10.1080/15017410701880122>

- Mitchell, F. R., van Wyk, P. M., & Santarossa, S. (2021). Curating a Culture: The Portrayal of Disability Stereotypes by Paralympians on Instagram. *International Journal of Sport Communication*, 14(3), 334–355. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2021-0030>
- Muñoz Gallego, A., De Sousa Lacerda, J., & Costa Araujo, A. C. (2023). La divulgación científica en Instagram: El reto del discurso audiovisual científico ante los contenidos efímeros. *Revista de Comunicación de La SEECI*, 56, 148–175. <https://doi.org/10.15198/seeci.2023.56.e823>
- Öztürk, M. (2024). Breaking the disability: Turkish disabled athletes' self-presentation performances on Instagram. *Communication and the Public*. <https://doi.org/10.1177/20570473241253630>
- Page, A., Daly, K., Anderson, J., & Thraves, G. (2024). Media representation and the Paralympics: a step too far or not far enough? *Media International Australia*, 190(1), 133–145. <https://doi.org/10.1177/1329878X221110275>
- Pegoraro, A. (2010). Look Who's Talking—Athletes on Twitter: A Case Study. *International Journal of Sport Communication*, 3(4), 501–514. <https://doi.org/10.1123/ijsc.3.4.501>
- Pullen, E., Mora, L., & Silk, M. (2023). Paralympic criptvertising: On the gendered self-representations of Paralympic athletes on social media. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448231173882>
- Rees, L., Robinson, P., & Shields, N. (2019). Media portrayal of elite athletes with disability – a systematic review. *Disability and Rehabilitation*, 41(4), 374–381. <https://doi.org/10.1080/09638288.2017.1397775>
- Shpigelman, C., & HaGani, N. (2019). The impact of disability type and visibility on self-concept and body image: Implications for mental health nursing. *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing*, 26(3–4), 77–86. <https://doi.org/10.1111/jpm.12513>
- Shumaker, C., Loranger, D., & Dorie, A. (2017). Dressing for the Internet: A study of female self-presentation via dress on Instagram. *Fashion, Style & Popular Culture*, 4(3), 365–382. https://doi.org/10.1386/fspc.4.3.365_1
- Stough, L. M., Sharp, A. N., Resch, J. A., Decker, C., & Wilker, N. (2016). Barriers to the long-term recovery of individuals with disabilities following a disaster. *Disasters*, 40(3), 387–410. <https://doi.org/10.1111/disa.12161>
- Suggs, D. W., & Guthrie, J. L. (2017). Disabling Prejudice: A Case Study of Images of Paralympic Athletes and Attitudes Toward People With Disabilities. *International Journal of Sport Communication*, 10(2), 258–276. <https://doi.org/10.1123/IJSC.2017-0030>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Pearson.
- Teixeira, C., Faggiani, F., & Scarton, A. (2020). Rio 2016 Paralympic athletes on digital social networks. *Journal of Human Sport and Exercise - 2020 - Rio 2016 Olympic Games Third Anniversary Special Edition*. <https://doi.org/10.14198/jhse.2020.15.Proc1.05>
- Titchkosky, T. (2005). Disability in the news: a reconsideration of reading. *Disability & Society*, 20(6), 655–668. <https://doi.org/10.1080/09687590500249082>
- van Schie, P. E. M., van Eck, M., Bonouvrié, L. A., Edelman Bos, A. M. M., & Buizer, A. I. (2022). The Impact of Frame Running on Quality of Life in Young Athletes With Mobility Limitations. *Frontiers in Sports and Active Living*, 4. <https://doi.org/10.3389/fspor.2022.839285>
- Villanti, A. C., Johnson, A. L., Ilakkuvan, V., Jacobs, M. A., Graham, A. L., & Rath, J. M. (2017).

- Social media use and access to digital technology in US Young Adults in 2016. *Journal of Medical Internet Research*, 19(6). <https://doi.org/10.2196/jmir.7303>
- Watson, R. (2015). Quantitative research. *Nursing Standard*, 29(31), 44–48. <https://doi.org/10.7748/ns.29.31.44.e8681>
- Wilhite, B., & Shank, J. (2009). In praise of sport: Promoting sport participation as a mechanism of health among persons with a disability. *Disability and Health Journal*, 2(3), 116–127. <https://doi.org/10.1016/j.dhjo.2009.01.002>
- Wilson, S., Washington, L. A., Engel, J. M., Ciol, M. A., & Jensen, M. P. (2006). Perceived social support, psychological adjustment, and functional ability in youths with physical disabilities. *Rehabilitation Psychology*, 51(4), 322–330. <https://doi.org/10.1037/0090-5550.51.4.322>
- Wolbring, G., & Jamal Al-Deen, F. (2021). Social Role Narrative of Disabled Artists and Both Their Work in General and in Relation to Science and Technology. *Societies*, 11(3), 102. <https://doi.org/10.3390/soc11030102>