

## İŞİTME ENGELLİ ÖĞRENCİLERİN SOSYAL MEDYA AĞ SİTELERİNİ KULLANIM MOTİVASYONLARI

Doç. Dr. Deniz KILIÇ\*  
Arş. Gör. Kenan ATEŞGÖZ\*\*

Araştırma Makalesi

Başvuru Tarihi: 07.08.2018

Kabul Tarihi: 04.10.2018

### Özet

Bilgi çağının temsil ettiği dönem ve koşullar teknolojik yenilikleri de beraberinde getirmektedir. Söz konusu yeniliklerden en çok etkilenenlerden biri ise iletişim alanı olarak göze çarpmaktadır. Bu kapsamda, iletişimin yapısı da değişime uğramakta ve etkileşimli iletişim biçimleri hızla gelişmektedir. Medya sektörü etkileşimli iletişim biçimlerini gündelik hayat pratikleri içerisinde erişilebilir kılmaktadır. Bu süreçte, bilgi ve iletişim teknolojileri de yeni medya gibi internet tabanlı ortamların ortaya çıkmasında etkili olmaktadır. Yeni medya ortamlarının en önem temsilcilerinden olan sosyal medya mecraları ise sunmuş olduğu imkânlarla büyük boyutlardaki kullanıcı kitlelere hitap etmektedir. Söz konusu kitlelerin önemli kesimini ise genç bireyler oluşturmaktadır. Genç bireyler tarafından erken yaşlarda aktif olarak kullanılmaya başlayan sosyal medya araçlarının kullanım pratiklerinin, kullanıcıların amaçları ve profilleri doğrultusunda farklılıklar gösterdiği düşünülmektedir. Bu anlamda, toplumda önemli bir kesimi temsil eden işitme engelli bireylerin sosyal medya araçlarını kullanım motivasyonlarının işitme engeli bulunmayanlara göre farklılıklar taşıdığı tahmin edilmektedir. Sosyal medya araçlarının kullanımına yönelik sahip olunması gereken temel duyuların olduğu göz önüne alındığında, işitme duyularında ve dolayısıyla iletişim süreçlerinde zorluklarla karşı karşıya kalabilen işitme engelli bireylerin günümüzün en etkili iletişim araçlarından olan sosyal medya ortamlarından faydalanma motivasyonlarının ortaya koyulabilmesi önem arz etmektedir. Özellikle eğitim hayatını sürdüren işitme engelli bireylerin çeşitli biçimlerde etkileşimde buldukları sosyal medya araçlarına yönelik sahip oldukları motivasyonlar kapsamında ele alınan bu çalışma, işitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanım nedenlerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Nicel yöntem içerisinde yer alan betimleyici tarama modelinin kullanıldığı bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket uygulanmıştır. Anket, Anadolu Üniversitesi, Engelliler Entegre Meslek Yüksek Okulu'nda eğitim alan ve yaşları 18-30 arasında değişiklik gösteren 95 işitme engelli öğrenci üzerinde uygulanmıştır. Bu anlamda, öğrencilerin sosyal medya kullanım motivasyonlarına ilişkin *Arkadaşlık Önemsizlik*, *Sosyal Çevre ile İletişim ve Bağ Kurma*, *Spor*, *Kendini İfade Etme*, *Bağımlılık* olmak üzere beş faktör elde edilmiştir. Sosyal medya araçlarına bağlanmak için en çok mobil telefonları kullanan işitme engelli öğrencilerin en çok iletişim kurduğu sosyal medya aracı ise WhatsApp olmuştur.

**Anahtar Sözcükler:** Sosyal Medya Motivasyonu, İşitme Engelli Öğrenci, Sosyal Medya

## SOCIAL MEDIA USAGE MOTIVATIONS OF HEARING-IMPAIRED STUDENTS

### Abstract

Term and conditions, represented by information age, bring with them technological innovations. Communication field draws attention as one of the mostly affected fields by the mentioned innovations. In this context, structure of communication changes and interactive ways come out rapidly. Interactive communication methods rendered accessible in daily life practices by media. As for new media, based on internet technologies, information and communication technologies come into prominence as effective factor to bring out. Social media tools, recognized as important representative of new media environments, meet the needs of huge masses. An important part of those masses formed by young generations. It has been believed that social media tools, used by young generations very early ages, represent different usage practices in accordance with the purpose and profile of users. In this regard, it has been estimated that social media usage motivations of hearing-impaired people differ from the ones experienced by people who do not have such difficulty. Considering basic senses being supposed to have for the usage of social media, it is quite significant to reveal social media usage motivations of people who may have difficulty in hearing senses and

\* Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Basın ve Yayın Bölümü, dkilic@anadolu.edu.tr

\*\* Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Basın ve Yayın Bölümü, kenanatesgoz@gmail.com

communicating processes. Especially focusing on the social media usage motivations of the ones who continues receiving their education among hearing-impaired people, this research targets to reveal the motivations of the hearing-impaired students regarding their social media usage. In the study, descriptive survey model which is regarded one of the representatives of quantitative research methods, had been used utilizing survey as a data collection method. Survey conducted on 95 hearing-impaired students, aged between 18 and 30, receiving education in the college for students with disabilities located in Anadolu University within the scope of the study. In this regard, *friendship and being considered important, making connection with social environment, sport, self-expression and addiction* concluded as the factors that affect the social media usage motivations of students. According to results, hearing-impaired students mostly use WhatsApp as a social media tool while they mainly connect to social media through mobile phones.

**Keywords:** *Social Media Motivation, Hearing-Impaired Student, Social Media*

## Giriş

Bilgi çağının kaçınılmaz yenilikçi yönü doğrultusunda, iletişim sektörünün geleneksel doğası tek yönlü ve durağan yapıdan daha çok etkileşimin var olduğu iki yönlü iletişim biçimlerine evrilmiştir. Bilgi çağının önde gelen temsilcileri olarak bilgi ve iletişim teknolojileri iletişim sektörünün değişmesi ve yeni medya atmosferine dönüşümünde kritik rol oynamışlardır. İnternet teknolojileriyle desteklenen yeni medya ortamı hem gündelik hem de profesyonel yaşam pratikleri için yeni trendler oluşturmuştur. Sunduğu etkileşim, sosyalleşme, oyun oynama ve dünya genelindeki gelişmeleri anında öğrenme imkânlarıyla özellikle genç kuşaklarca çabucak sahiplenilen sosyal medya ise yeni medya ortamının en önemli temsilcilerinden biri olarak dikkat çekmiştir.

Çoklu medya (multi-media) ortamlarında ses, yazı ve görsel gibi farklı teknolojik altyapılara ait içerikleri bir araya getiren sosyal medya araçları özellikle genç kullanıcılar için farklı sanal ortamların önemli sağlayıcılarından biri olmuştur. Bu anlamda, farklı toplumsal tabakaları temsilen farklı genç kullanıcı grupları kişisel ilgi ve ihtiyaçları doğrultusunda Facebook, Instagram, Twitter, YouTube ve benzeri sosyal medya araçlarını günümüz itibariyle yoğun olarak kullanmaya başlamıştır. Kullanıcıların ard alanlarından, kültürel sermayelerinden ya da fiziksel özelliklerinden bağımsız yaşayamayacakları düşünüldüğünde, demografik ve kültürel özellikler, eğitim, sosyo-ekonomik durum ve hatta bireyin fiziksel koşullarının dahi sosyal medya kullanım alışkanlıklarını etkileyebildiği tahmin edilmektedir. Bu anlamda, insanların beş duyu organının minimum seviyede çalışmasının önemi göz önüne alındığında, fiziksel yetenekler ya da eksikliklerin sosyal medya kullanım pratiklerine etkisinin oldukça fazla olduğu ön görülmektedir. Bu doğrultuda, duyu organları yeteri düzeyde çalışan kullanıcıların video, müzik, yazı, haber, oyun gibi farklı duyu özellikleri gerektiren sosyal medya içeriklerinden daha etkin yararlanabileceği düşünülmektedir. Buna karşın, işitme engelli bireylerin sosyal medya kullanım pratikleri anlamında bir belirsizlik olduğu, yapılan çalışmaların yetersiz olması sebebiyle söylenebilir.

Bu anlamda, “işitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanım motivasyonları nelerdir” sorusu bu çalışmanın problemi oluşturmaktadır. Çalışmanın problemi kapsamında, Anadolu Üniversitesi, Engelliler Entegre Meslek Yüksek Okulu’nda okuyan işitme engelli öğrenciler örneğinde işitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanım nedenlerini ortaya koyabilmek bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

## İnternet Teknolojileri ve Sosyal Ağların Gelişimi

Marshall McLuhan’ın eserlerinde sosyal medyayı işaret edercesine yıllar öncesinden açıklaması dikkat çekicidir. Küresel Köy kavramı ile McLuhan kitle iletişim araçlarının kullanımının toplum tarafından hızla yayılacağını ve dünyayı küresel bir köye

dönüştüreceğini ifade etmektedir. Global Köy'de her şeyin aynı anda gerçekleşeceği, zaman ve mekânın önemini yitirdiğine dikkat çeker. Küresel Köy tezinde, iletişim teknolojisinin, özellikle televizyonun, dünyayı benzeri deneyimlerin yaşandığı, paylaşıldığı küresel bir köy haline getirdiğini savunmaktadır (Atalay, 2018: 33). Teknolojik ve elektriksel kitle iletişim araçlarının başlangıcı ve yayılışı ile dünyada olumlu anlamda Batılılaşma ve dolayısıyla bir küreselleşmeden söz etmektedir. McLuhan'ın teknolojinin dünyayı daha iyi bir yer yapacağı ile ilgili görüşleri bir süre sonra değişmiş dünyayı kaosa, bir girdaba çekeceğini ifade etmiştir. McLuhan teknolojinin, Araç Mesajdır isimli kitabında açıkladığı üzere özellikle "insanın uzantısı olan" iletişim teknolojisinin, toplumsal ve dünya iletişim sürecinde bireylerde yaptığı değişimlerle ortaya çıkardığı dönüşümleri işaret etmektedir. McLuhan, medyaya çağının ötesinde anlamlar yüklemiş, sadece medyada yer alan içeriklerin değil iletişim aracının (medyanın) kendisinin de tüm yaşam biçimini dönüştürüp değiştireceğine vurgu yapmıştır. McLuhan, medya olgusunu geniş bir perspektifle tarif ederek televizyondan sonraki kitle iletişim aracının insan bilincinin bir uzantısı olacağını söylemiştir. Gerçekten internet; televizyonu, radyoyu, basılı araçları kapsamaktadır hatta bu aracın kütüphaneleri gereksiz kılacak şekilde kendi içerisine alacağını ifade etmiştir (Atalay, 2018: 34). Bütün bunlar Web 2.0 ve arama motorları ve dijital ağ bağlantıları olarak açıklanabilir.

Her sosyal medya platformu, bireylerin kendilerini küresel köyde ifade etmelerine olanak tanıyan, bireyler için dijital bir yuva işlevi görmektedir. İnsanlar fiziksel olarak bağlı olmasalar da zihinsel olarak bağlı oldukları dijital topluluklara teknoloji vasıtasıyla dahil olmaktadır. İnternete erişimin sadece bilgisayar teknolojileriyle sınırlı olduğu dönem mobil teknolojilerin ortaya çıkışıyla beraber kapanmış, internet bireylerin zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın her an kullanabildikleri bir araç haline almıştır. Özellikle tablet, cep telefonu gibi taşınabilir teknolojilerin ortaya çıkışı, Web 2.0 teknolojilerinin kendini göstermesi sonrasında etkileşime dayalı iletişim biçimleri gündelik hayat pratiklerinde önemli hale gelmiştir. Bu dönemde gelişme gösteren wiki, blog, podcast ve sosyal ağ gibi mecralar ise kullanıcıların tüketiciden birer içerik üreticisine dönüşmesinin önünü açan gelişmeler olmuştur (Filiz vd., 2014: 26). Sosyal medya kavramı içinde açıklanabilecek sosyal ağlar, sosyal iletişim ağları, sosyal paylaşım siteleri, çevrimiçi topluluklar bahsi geçen yeni internet uygulamalarını temsil etmektedir (Otrar ve Argın, 2014: 4).

Kişiyeye özel profiller aracılığıyla diğer insan ya da insan gruplarıyla iletişim kurmayı sağlayan web siteleri olarak bilinen (Barker, 2009: 209) sosyal ağlar, ayrıca, bireylerin halka açık ya da yarı açık profiller oluşturabildiği, arkadaş listeleri kurabildiği ve bunları kontrol edebildiği, web teknolojilerine dayanan hizmetler olarak da ifade edilmektedir (Body ve Ellison, 2008: 211).

SixDegrees.com, Live Journal, AsianAvenue, BlackPlanet, LunarStorm, MiGente, Cyworld, Fotolog, Friendster, Skyblog, Couchsurfing, LinkedIn, MySpace, Tribe.net, Open BC/Xing, Last.FM, Hi5, Orkut, Dogster, Flickr, Piczo, Mixi, Facebook, Dodgeball, Care2, Catster, Hyves, Yahoo 360, Youtube, Xanga, Bebo, Ning, AsianAvenue, QQ, Windows live Spaces, Twitter ve MyCrunch gibi sosyal ağ siteleri 1990'lı yıllarında ortaları itibariyle ortaya çıkan ve 2000'li yıllarla ivme kazanan sosyal ağların en önemli temsilcilerinden bazıları olarak ön plana çıkmıştır (2008: 212).

### **Sosyal Medya**

Web 2.0 teknolojilerinin temelini oluşturduğu sosyal ağlar başta olmak üzere tüm yeni uygulamaları ifade etmek için kullanılan sosyal medya, en önemli farkını kullanıcılara

sunduğu içerik üretme ve paylaşımında bulunma gibi aktivitelerle yaratmıştır (Hassouneh ve Brengman, 2013: 331). Sosyal medya ortamları blog, mikroblog, wiki, podcast, forumlar, içerik paylaşım toplulukları, çok basit besleme (RSS) teknolojileri gibi biçimlerde kendini göstermiştir (Tanrıverdi ve Sağır, 2014: 777). İçerikleri kullanıcı tarafından üretilen hizmetler, online inceleme ve derecelendirme siteleri, sosyal ağ siteleri, sanal oyun dünyaları, online topluluklar, video paylaşım siteleri ve benzeri tarzda kullanıcıların içerikler üzerinde üretim, tasarım, yayımlama, düzenleme, paylaşım gibi inisiyatiflerde bulunabildiği ortamlar sosyal medyanın kapsamında değerlendirilmektedir (Bolton vd., 2013: 248).

Kişilerin kendini ifade etmesini sağlayan sosyal ortamların, sanal sosyal ortamların, içerik üretimi ve dağıtımına olanak veren toplulukların, sanal oyun ortamlarının, iş birliğine dayalı içerik üretimini mümkün kılan sosyal ortamların, kullanıcıların üretilen içerikler üzerinde değişiklikler yapabildiği sanal ortamların hâkim olduğu, mobil ve web tabanlı teknolojilerin birlikte kullanıldığı sanal dünyaların tümü sosyal medyayı temsil etmektedir. Sosyal medya ortamları sadece gündelik ve kişisel ihtiyaçlara cevap vermekle kalmamakta, iş ve eğitim hayatında, reklam ve pazarlama sektörlerinde, işletmecilik anlamında ya da güvenlik konularında da yararlanılan araçları temsil etmektedir (Ulusoy ve Bostancı, 2014: 560-561).

Sosyal medyanın sahip olduğu hız, güncel gelişmeleri yakından takip etmesi, maliyetinin yüksek olmaması, aracısız ve samimi ilişki ortamı yaratması gibi özellikleri en önemli avantajlarından bazılarını oluşturmaktadır. Bu özellikler, sosyal medyanın günümüzde yaygın olarak kullanılmasını sağlayan önemli unsurlardır (Tanrıverdi ve Sağır, 2014: 778).

Sosyal medyayı bazı kategoriler altında sunmak gerekirse Facebook, Twitter gibi araçlar sosyal platformlar; Tumblr, Blog ve Wikipedia gibi araçlar kişisel yayıncılık; Vimeo, YouTube, Flickr gibi araçlar içerik paylaşımı; WhatsApp ve Skype gibi araçlar mesajlaşma; Forum, İnci ve Ekşi sözlük gibi araçlar tartışma ve forum; Gardens of Time, Farmville, Kantai Collection gibi araçlar sosyal oyun kategorisinde değerlendirilebilir (Köroğlu, 2015: 272).

Pew Araştırma Merkezi'nin 2018 yılı itibariyle Amerika merkezli vermiş olduğu sosyal medya kullanım verilerine göre yetişkinlerin çoğunun (%70 civarı) Facebook ve YouTube kullandığı, gençlerin (18-24) ise daha çok Snapchat ve Instagram kullanımına yöneldiği görülmektedir. Amerika'da Twitter, WhatsApp, Pinterest ve LinkedIn gibi araçların da %20'lerin üzerinde bir kullanım oranına sahip olduğu dikkat çekmektedir (Smith ve Anderson, 2018: 4-7).<sup>1</sup> Türkiye'de ise Statcounter (2017-2018) sitesinden alınan veriler itibariyle Facebook'un %42,27 kullanım oranıyla en önde yer aldığı görülmektedir. Bunu %22,94 ile Instagram, %13,62 ile YouTube, %12,54 ile Pinterest, %7,02 ile Twitter ve %0,7 ile Tumblr takip etmektedir.<sup>2</sup>

### **Sosyal Medya Kullanma Motivasyonları**

Bireylerin sosyal medya ortamlarından yararlanmalarında eşit koşullara sahip olamadıkları bilinen bir gerçektir. Söz konusu koşullar ülkeden ülkeye, bölgeden bölgeye dahi farklılıklar gösterebilse de genel anlamda bu koşulları çevresel, ekonomik, teknolojik, kültürel, hukuksal ve politik zeminler belirlemektedir. Hatta, bireylerin yaşı, statüsü,

<sup>1</sup>[http://www.pewinternet.org/wp-content/uploads/sites/9/2018/02/PI\\_2018.03.01\\_Social-Media\\_FINAL.pdf](http://www.pewinternet.org/wp-content/uploads/sites/9/2018/02/PI_2018.03.01_Social-Media_FINAL.pdf), (Erişim Tarihi: 18.06.2018).

<sup>2</sup> Social media stats in Turkey, <http://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/turkey>, (Erişim Tarihi: 18.06.2018).

kişisel tercihleri ve değerleri, sahip oldukları sosyo-ekonomik statü ve benzeri kriterler de sosyal medya kullanımında etkili faktörler olarak görünmektedir (Bolton vd., 2013: 251).

Günümüzde dijital yerlilerin en önemli temsilcilerini oluşturan çocuklar ve gençler teknoloji bilgileri ve kullanma becerileriyle internet odaklı teknolojik yeniliklerin en sıkı takipçileri olarak dikkat çekmektedir. Sosyal, eğitim ve eğlence gibi alanlarda farklı amaçlarla internet teknolojilerinden sıklıkla yararlanan çocuk ve genç nüfus özellikle sosyal medya ortamındaki gelişmeleri de yakından takip eden, aktif olarak kullanan toplulukları temsil etmektedir. Sosyal medya kullanımının ayrıca çocuklar üzerinde sosyal becerileri geliştirme, sosyal bağlar kurma, tartışarak bilgi edinme, kişisel gelişim, fikir alışverişinde bulunma gibi olumlu etkilerinin varlığından söz edilebilirken; sanal ortamlarda tacizlere maruz kalma, cinsel ve uygunsuz içeriklere karşı savunmasız kalma, mahrem durumların ifşa olması ve hareketsiz kalma gibi sosyal medya kullanımına yönelik olumsuz etkiler de mevcuttur (Ulusoy ve Bostancı, 2014: 561-562).

Zaman geçirme, eğlenme, etkileşime girme, bilgi edinme, diğerlerinin tepkilerini görebilme, sosyal kimlik edinme, kişilerarası, grup içi ve gruplar arası ilişkilere dâhil olma, utangaçlıktan kurtulma gibi motivasyonlar, gençlerin sosyal medya kullanımlarında etkili olanlardan bazılarıdır. Diğer yandan, ergenler arasında cinsiyet kaynaklı sosyal medya kullanım farklılıkları da mevcuttur. Buna göre, ergen erkekler daha çok eğlence ya da yeni kişilerle tanışma amaçlı olarak sosyal medyadan yararlanırken, ergen kadınlar duygusal, ilişkisel ve paylaşım dayalı ihtiyaçları için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Sosyal medya araçlarından özellikle Facebook kullanıcısı ergenler bu ortamda bulunurken kendilerini iyi ve popüler hissetmeyi önemsemekte, Facebook üzerinde kendilerine negatif yansımaları olabilecek, kendilerini kötü hissettirebilecek kişiler ve gruplar arası ilişkilerden kaçınmaktadırlar (Barker, 2009: 209-210).

Öğrencilerin de sosyal medya araçlarını günlük yaşam pratiklerinde sıkça kullandıkları görülmektedir. Gerek eğitim hayatları gerekse günlük bilgi alma ihtiyaçlarını gidermek anlamında, öğrenciler sosyal medya ortamlarının en aktif kullanıcılarından (Chen vd., 2015: 583). Eğitim hayatında da yoğun olarak yararlanan araçlar arasındaki yerini alan sosyal medya araçları, teknolojiye oldukça yatkın olan genç nesillerin eğitim alma ve sosyalleşerek iş birliği içerisinde bilgi edinme ihtiyaçlarını karşılayabilecek potansiyele sahip olarak görünmektedir (Otrar ve Arğın, 2014: 5).

Sosyal medya ortamları ses, görüntü ve yazı gibi farklı teknolojik altyapılar gerektiren içerikleri bir araya getirebilme özelliğine sahip olması nedeniyle bilgi ve eğitim alma, öğrenme süreçlerinde ciddi düzeylerde kullanılır hale gelmiştir. Sosyal medya, eğitim ortamlarının sadece belli mekân ve belli zamanlarla sınırlı olduğu koşulları değiştirerek eğitim sürecini küresel boyutlara taşımış, zamanın sınırlarından kurtarmış, öğrenim materyallerinin oluşturulma ve dağıtılma süreçlerinin bir iş birliği içerisinde kullanıcılar tarafından gerçekleştirilmesinin önünü açmıştır (Tanrıverdi ve Sağır, 2014: 783-784).

Eğitim ve öğretim anlamında çağımızın modern koşullarına uyum sağlaması ve önemli kolaylıklar sunması nedeniyle sosyal medya önemli bir potansiyel taşımaktadır. Sosyal medya, özellikle sunmuş olduğu çeşitli içeriklerle, öğrenme süreçlerinin geliştirilmesine yönelik kullanıcılara verdiği aktif rollerle, belli amaçlar doğrultusunda bireyleri bir araya getirebilme ve dayanışmayı teşvik edici özellikleriyle günümüz eğitim koşullarının doğasına uygun düşmektedir (Alakurt, 2016: 48-49).



Sosyal medya kullanımlarına ilişkin Akyüz vd., (2012: 5402 – 5408) tarafından uygulanan çalışmada öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım eğilimleri ele alınmıştır. Çalışmada, en çok kullanılan sosyal medya mecrası Facebook çıkarken, eğlence, paylaşım, sosyal sorumluluk ve eğitim en önemli kullanım amaçları olmuştur. Karal ve Kokoç (2010: 251-263) üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarını ele almıştır. Buna göre, üniversite öğrencilerinin sosyal medya araçlarını iletişim, sosyal etkileşim, tanıma ve tanınma, eğitim amaçlı olarak kullandığı sonucu elde edilmiştir. Öztürk ve Akgün (2012) tarafından, üniversite öğrencilerinin sosyal medya sitelerini kullanma durum ve amaçlarının ortaya koyulması amacıyla gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin fotoğraf paylaşmak, video paylaşmak, mesajlaşmak, yeni arkadaşlıklar edinmek, var olan arkadaşlık ilişkilerini sürdürmek amaçlarıyla hareket ettiği sonucuna varılmıştır. Yine Ada vd. (2013: 1-7) tarafından yapılan araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanımını etkileyen faktörler ele alınmıştır. Çalışmaya göre, bilgi arama, bağlana bilirlilik, problem çözme, içerik yönetimi gibi kullanımı motive eden faktörler belirlenmiştir. Mazman ve Koçak-Usluel (2011: 133-139) sosyal ağların bireysel kullanım amaçlarını cinsiyet farklılıkları üzerinden incelemiştir. Facebook kapsamında ele alınan çalışmaya göre, yeni ilişkiler kurmak daha çok erkek kullanıcıların amaçlarını temsil ederken, gündemi takip etmek, var olan ilişkileri sürdürmek ve eğitim amaçlı kullanmak kadın kullanıcıların gerekçeleri olmuştur. Yine Otrar ve Argın'ın (2015: 391-403) başka bir araştırmalarında paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki öğrencilerin sosyal medyayı kullanımındaki faktörler olarak sıralanmıştır.

Eren (2014: 230-243)'in ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını ortaya koymayı ve incelemeyi amaç edinen çalışmasında etkileşim ve ders hazırlığı faktörleri elde edilmiştir. Yine, Balaman ve Karataş (2012: 497-504) tarafından yapılan çalışma ise, lise öğrencilerinin sosyal medya sitelerini kullanım amaçlarını ortaya koyma hedefiyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, sosyal medya araçlarından sadece Facebook kullanıldığı, bunda ise yorum yapma, müzik paylaşımı, yazılı ve görsel bilgi paylaşımı gibi amaçların etkili olduğu sonucu elde edilmiştir. Tanrıverdi ve Sağır (2014: 775-882) lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının belirlenmeye çalışıldığı çalışmada kullanım kolaylığı, kolaylaştırıcı ve yararlı olması, sosyal etki ve topluluk kimliği gibi faktörlerin kullanım amacını etkilediği sonucunu elde etmiştir.

Bütün bunlarla birlikte güncel teknolojiler üzerine Byung-Chul Han, güncel teknolojilerin sağladığı fazla iletişimin aşırı bir yakınlığa neden olduğunu bununda mesafeleri ortadan kaldırmasına, karşılıklı bir hal olmasına rağmen bir kayıtsızlığa dönüştüğünü dolayısıyla iletişimin içinin boşaldığını ifade etmiştir. İletişimin artık sadece dikkat dağıttığını, aydınlatma ve keşfetme özelliklerini yitirdiğini, algıları körelterek beklenenin tersine yaratması gereken yakınlığı da ortadan kaldırdığını vurgulamıştır (Atalay, 2018: 34). Atalay'a göre zamanla bu tür iletişimin yarattığı sosyal ilişkiler, bir süre sonra her tür sözlü sözsüz iletiye karşı bir kayıtsızlığa neden olmakta bu sosyal ilişkilerde kişilerin en yakınlarıyla bile aralarında bırakmaları gereken bir mesafe ortadan kalkmakta, her şeyin açık edildiği yeni medya ortamının sonucu olan mesafesizlik ilişkileri yıpratmaktadır (Atalay 2018: 38). Marshal McLuhan'ın teknolojik araçların, medyanın bedenimizin ya da zihnimizin bir uzantısı olduğunu aynı giysilerimizin tenin, bisikletin veya arabanın da ayağın bir uzantısı olduğunu söyleyerek aracın birincil önemine dikkat çekmiştir. McLuhan'a göre iletişim araçları (medya) ikili olarak çalışır. Bir araç bir diğerinin varlığının kanıtıdır. Telgraf basılı metni, basılı metin yazıyı, yazı ise konuşmayı kapsar. Bu bağlamda kapsam dâhilindeki araç, onu kapsayan aracın mesajıdır. İçerik ya da enformasyon, aracın kendisinden daha az önemlidir. Bu fikir "Araç Mesajdır"ın temelini

oluşturur. içeriğin kendisinin ise ikincil bir öneme sahip olduğunu dikkat çekmiştir. Ancak burada bir önemsizleştirmeden çok yeni bir kitle iletişim aracının yaratacağı çevresel dönüştürücü etkisi karşısında bireyin ne kadar hazırlıksız ve şaşıracağı etkiyi vurgulamıştır (Atalay, 2018: 40). McLuhan buradan hareketle kitle iletişim araçlarının önemine ve etkisine vurgu yaparak onları daha iyi ve insan iletişimine uygun kullanmak için daha fazla incelenmek ve araştırmak gerektiğini söylemiştir.

Sosyal medya mecralarının toplumsal hayatın, gündelik ve kültürel yaşam pratiklerinin önemli bir parçası haline gelmesi, kitleler tarafından hangi motivasyonlarla kullanıldığını da sorgulanır hale getirmiştir. Bu anlamda, teknoloji ve toplum arasındaki ilişkinin boyutlarının ortaya koyulması önemli bir hale gelmiştir (Aydın, 2016: 373-386). Türk toplumunun sayısal anlamda olmasa bile manevi anlamda önemli bir bölümünü temsil eden işitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanım motivasyonlarını ortaya koyabilmek de önem arz etmektedir. Bu doğrultuda, çalışmada işitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanım motivasyonları ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

## Yöntem

### Araştırma Modeli

İşitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanımında etkili olan faktörleri belirlemeye yönelik olan bu çalışma bir tarama (survey) araştırmasıdır. Tarama araştırmalarının amacı bir grubun belirli özelliklerini ortaya koymaktır. Bu tür araştırmalarda veriler çalışmaya katılanların kendilerine sorulan soruları cevaplamasıyla toplanmaktadır. Tarama araştırmalarının güçlü yanları çok yönlü, etkin ve yenilenebilir olmasıdır (Sevinç, 2017: 246-247).

### Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, 2017-2018 eğitim-öğretim yılında Eskişehir Anadolu Üniversitesi Engelliler Entegre Yüksekokulu'nda öğrenim görmekte olan 95 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin 47'si erkek (%49,5), 48'i kadındır (%50,5). Öğrencilerin 13'ü hazırlık (%13,7), 12'si 1. sınıf (%12,6), 32'si 2. sınıf (%33,7), 21'i 3. sınıf (%22,1) ve 17'si 4. sınıf (%17,9) öğrencisidir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Cinsiyet ve Sınıf Değişkenlerine Göre Dağılımı

	Erkek	Kız	Toplam
<b>Hazırlık</b>	10	3	13
<b>1</b>	7	5	12
<b>2</b>	18	14	32
<b>3</b>	8	13	21
<b>4</b>	4	13	17
<b>Toplam</b>	47	48	95

### Veri Toplama Aracı

Çalışma kapsamında işitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını ve motivasyonlarını belirlemeye yönelik geliştirilmiş bir anket veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde 11 madde yer almaktadır. Bu maddelerin 3'ü öğrencilerin demografik bilgilerine (yaşı, sınıf ve cinsiyet) yöneliktir. Diğer maddeler ise internet kullanım sıklığı, internet kullanımında harcanan süre, sosyal medya kullanım sıklıkları, sosyal medya kullanımında harcanan süre, sosyal medya sitelerine bağlanma ortamları, sosyal medya sitelerine bağlanmada kullanılan araçlar ve en çok kullanılan sosyal medya siteleri değişkenlerine yöneliktir. İkinci bölüm ise sosyal

medya kullanım motivasyonlarına yönelik 32 ifadeden oluşmaktadır. Bu bölümde katılımcılardan ifadeler kapsamında oluşturulan 5’li Likert ölçeğini değerlendirmeleri beklenmektedir.

### Verilerin Toplanması ve Analizi

Veriler Eskişehir Anadolu Üniversitesi Engelliler Entegre Meslek Yüksekokulu’nda ders yürüten bir uzman tarafından toplanmıştır. Uzman, dersine katılan 95 öğrenciye veri toplama aracını uygulamıştır. Çalışma kapsamında işitme engelli öğrencilerin internet ve sosyal medya kullanımına yönelik özellikleri ortaya koymak için betimsel istatistik yöntemlerinden yararlanılmıştır. İşitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanım motivasyonlarını belirlemek için ise faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

### Bulgular

#### İşitme Engelli Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanıma Yönelik Bulgular

İşitme engelli öğrencilerin internet kullanım sıklıklarına yönelik bulgular Tablo 2’de yer almaktadır. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun her gün en az bir kere interneti kullandığı (Her gün bir kere-%35,8; Her bir kereden az-%35,8) görülmektedir. Diğer taraftan öğrencilerden 9’u haftada bir kereden fazla (%9,5), 7’si haftada bir kere (%7,4), 11’i ise ayda bir kez (%11,6) interneti kullandığını sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 2.** İşitme Engelli Öğrencilerin İnternet Kullanım Sıklığı

	Sıklık (f)	Yüzde (%)
Her gün bir kereden fazla	34	35,8
Her gün bir kere	34	35,8
Haftada bir kereden fazla	9	9,5
Haftada bir kere	7	7,3
Ayda bir kez	11	11,6
Toplam	95	100,0

Araştırmaya dâhil olan işitme engelli öğrencilerin interneti kullanırken geçirdikleri süre değişmektedir ve bu dağılım Tablo 3’te yer almaktadır. Öğrencilerden 11’i 5-10 dakika (%11,6), 31’i 11-30 dakika (%32,6), 19’u 31-60 dakika (%20), 17’si 61-120 dakika (%17,9) ve 17’si 121 dakika ve daha fazla (%17,9) zaman harcamaktadır.

**Tablo 3.** İşitme Engelli Öğrencilerin İnternet Kullanırken Harcadıkları Süre

	Sıklık (f)	Yüzde (%)
5-10 Dakika	11	11,6
11-30 Dakika	31	32,6
31-60 Dakika	19	20,0
61-120 Dakika	17	17,9
121 Dakika ve Daha Fazla	17	17,9
Toplam	95	100,0

İşitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklıklarına yönelik bulgular Tablo 4’te yer almaktadır. Öğrencilerden 31’inin her gün bir kere (%33,7), 24’ünün haftada bir kere (%25,3), 20’sinin her gün bir kereden fazla (%21,1), 11’inin ayda bir kez (%11,6) ve 8’inin haftada bir kereden fazla (%8,4) sosyal medyayı kullandığı görülmektedir.



**Tablo 4.** *İşitme Engelli Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Sıklığı*

	Sıklık (f)	Yüzde (%)
Her gün bir kereden fazla	20	21,1
Her gün bir kere	32	33,7
Haftada bir kereden fazla	8	8,4
Haftada bir kere	24	25,2
Ayda bir kez	11	11,6
<b>Toplam</b>	<b>95</b>	<b>100,0</b>

İşitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanırken harcadıkları süre Tablo 5'te yer almaktadır. 15 öğrenci 5-10 dakika (%15,8), 39 öğrenci 11-30 dakika (%41,1), 21 öğrenci 31-60 dakika (%22,1), 12 öğrenci 61-120 dakika (%12,6) ve 8 öğrenci 121 dakika ve daha fazla (%8,4); sosyal medyayı kullanırken harcamaktadır.

**Tablo 5.** *İşitme Engelli Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanırken Harcadıkları Süre*

	Sıklık (f)	Yüzde (%)
<b>5-10 Dakika</b>	15	15,8
<b>11-30 Dakika</b>	39	41,1
<b>31-60 Dakika</b>	21	22,1
<b>61-120 Dakika</b>	12	12,6
<b>121 Dakika ve Daha Fazla</b>	8	8,4
<b>Toplam</b>	<b>95</b>	<b>100,0</b>

İşitme engelli öğrencilerin kaç yıldır sosyal medya kullandığına yönelik bulgular Tablo 6'da yer almaktadır. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu (%51,4) sosyal medyayı 3 yıl ve fazla yıldır kullandığı görülmektedir. Diğer yandan 27 öğrenci 1 yıldan az bir sürede (%28,4), 7 öğrenci 1 yıldır (%7,4), 12 öğrenci ise 2 yıldır (%12,6) sosyal medyayı kullanmaktadır.

**Tablo 6.** *İşitme Engelli Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanmaya Başlama Süresi*

	Sıklık (f)	Yüzde (%)
<b>1 Yıldan az</b>	27	28,4
<b>1 yıl</b>	7	7,4
<b>2 yıl</b>	12	12,6
<b>3 yıl ve fazlası</b>	49	51,6
<b>Toplam</b>	<b>95</b>	<b>100,0</b>

İşitme engelli öğrencilerin sosyal medyaya bağlanma yerleri Tablo 7'de yer almaktadır. Öğrencilerin 27'si evde (%28,4), 30'u okulda (%31,6), 25'i mobil bağlantı ile her yerden (%26,3), 9'u kablosuz ağ bulunan her yerden (%9,5) ve 4'ü diğer yerlerden (%4,2) internete bağlanarak sosyal medyayı kullanmaktadır.

**Tablo 7.** *İşitme Engelli Öğrencilerin Sosyal Medyaya Bağlanma Yerleri*

	Sıklık (f)	Yüzde (%)
<b>Ev</b>	27	28,4
<b>Okul</b>	30	31,6
<b>Mobil bağlantı ile her yerden</b>	25	26,3
<b>Kablosuz ağ bulunan her yer</b>	9	9,5
<b>Diğer</b>	4	4,2
<b>Toplam</b>	<b>95</b>	<b>100,0</b>

İşitme engelli öğrencilerin sosyal medyaya bağlandıkları cihazların dağılımı Tablo 8’de yer almaktadır. Buna göre, öğrenciler sosyal medya ortamlarına en çok akıllı telefonlar üzerinden bağlanırken, bunu bilgisayar üzerinden bağlanma takip etmektedir. Özellikle akıllı telefon oranının bu derece yüksek olması, öğrencilerin zaman ve mekân tanımsızın sosyal medya ortamlarını ziyaret ettiği verisini güçlü kılmaktadır.

**Tablo 8. İşitme Engelli Öğrencilerin Sosyal Medyaya Bağlandıkları Cihazlar**

	Sıklık (f)	Yüzde (%)
Akıllı Telefon	71	74,8
Bilgisayar	22	23,2
Tablet	1	1,1
Diğer	1	1,1

İşitme engelli öğrencilerin kullandıkları sosyal medya sitelerinin dağılımı Tablo 9’da yer almaktadır. İşitme engelli öğrenciler çevreleriyle iletişime geçmek için en çok WhatsApp’ı, mesajlaşma uygulamasını kullanmaktadırlar.

**Tablo 9. İşitme Engelli Öğrencilerin Sosyal Medyaya Tercihleri**

	Sıklık (f)	Yüzde (%)
Whatsapp	81	85,3
Instagram	73	76,8
YouTube	50	52,6
Facebook	44	46,3
Twitter	10	10,5
Wikipedia	9	9,5
Snapchat	9	9,5
Tumblr	6	6,3

### İşitme Engelli Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları

İşitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik motivasyonlarını belirlemek üzere oluşturulan 32 ifadeli ölçme aracı öncelikle faktör analizine tabi tutulmuştur (KMO: 0 .709; Barlett Test:  $X^2 = 575,808$   $p < 0,05$ ). Analizde, öz değeri 1’den büyük 8 faktör bulunmasına rağmen birden fazla faktöre yük veren ve aralarındaki fark yüzde 10’dan az olduğu için bu ifadeler analizden çıkarılmıştır. Bulunan 5 faktör toplam varyansın 0,70’ni açıklamış ve faktörler sırasıyla “Arkadaşlık ve Önemslenme”, “Sosyal Çevre ile Bağ Kurma ve İletişim”, “Spor”, “Kendini İfade Etme” ve “Bağımlılık” şeklinde adlandırılmıştır. Faktör analizine tabi tutulan maddelerin özdeğeri 1’den daha büyük ve minimum yük büyüklüğü olarak 0.40 kriteri kullanılmıştır. Faktör analizine dâhil edilen 32 maddenin güvenilirlik oranı (Cronbach’s alpha) .92 olarak bulunmuş olup; söz konusu değer kabul edilebilir sınırlar içinde ve yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Sonuçlar, bulguların yüksek derecede gerçekleştiğini ve kabul edilebilir sınırlar içinde olduğunu göstermektedir.

#### Faktörler ve maddeler

	$\lambda$	Ss	Faktör yükü
<b>Faktör 1: Arkadaşlık Önemslenme (<math>\alpha=0,830</math>)</b>			
23. Öğretmenlerimin sosyal medyada beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlar.	2,44	0,01	0,787
1. Sosyal medyayı işitme engelli arkadaşlarımla iletişim kurmak amacıyla kullanırım	2,43	1,06	0,762
30. Sosyal medyayı hayranı olduğum kişileri takip etmek için kullanırım.	2,22	0,00	0,726
19. Sosyal medya sitelerinde zaman geçirmekten mutlu olurum.	2,11	0,01	0,719

22. Sosyal medya siteleri sayesinde daha fazla arkadaşımın olacağını düşünürüm	2,78	0,00	0,714
2. Sosyal medya siteleri sayesinde yalnızlıktan kurtulduğumu düşünüyorum	3,04	1,05	0,713
<b>Faktör 2: Sosyal Çevre ile İletişim ve Bağ Kurma (<math>\alpha=0,764</math>)</b>			
20. Özel ilgi duyduğum konulara sosyal medya siteleri aracılığıyla daha rahat ulaşabiliyorum.	2,11	0,01	0,896
21. Sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gider.	2,78	0,00	0,862
29. Sosyal medyayı akademik amaçla (ödevler, araştırma, proje) kullanırım.	2,44	0,00	0,546
<b>Faktör 3: Spor (<math>\alpha= 0,927</math>)</b>			
15. Sosyal medya sitelerinde spor konularını takip etmeyi seviyorum.	2,33	0,03	0,924
14. Sosyal medya sitelerinde sporcuları takip etmeyi seviyorum.	2,56	0,01	0,906
<b>Faktör 4: Kendini İfade Etme (<math>\alpha=0,671</math>)</b>			
8. Sosyal medya sitelerindeki içerikler hakkında yorum yapmak hoşuma gider.	2,22	0,31	0,845
9. Öğretmenlerimin yazdıklarını takip etmesi hoşuma gider	2,56	0,54	0,780
<b>Faktör 5: Bağımlılık (<math>\alpha=0,490</math>)</b>			
5. Sosyal medya siteleri yüzünden aile yeterince vakit ayıramıyorum.	2,44	0,04	0,853
25. Sosyal medya siteleri yüzünden derslerime yeterli özeni gösteremiyorum.	3,00	0,00	0,661
4. Sosyal medya sitelerinde gördüğüm paylaşımları arkadaşlarımla konuşmak hoşuma gider	2,59	1,13	0,433
<b>Toplam (<math>\alpha=0,92</math>)</b>	<b>Açıklanan Toplam Varyans (%) =70,3</b>		

## Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada, işitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanım nedenlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu doğrultuda yapılan analizlere göre işitme engelli öğrencilerin büyük çoğunluğunun her gün en az bir kere interneti kullandığı görülmüştür. İşitme engelli öğrencilerin interneti kullanırken geçirdikleri süre değişkenlik göstermektedir. En fazla oran 11-30 dakika arasındadır. İşitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklıklarına yönelik elde edilen verilere göre ise büyük çoğunluğun sosyal medyayı her gün mutlaka kullandığı anlaşılmaktadır. Yine öğrencilerin büyük çoğunluğu 11-30 dakika arasında sosyal medya ortamlarında vakit harcamaktadır. İşitme engelli öğrencilerin sosyal medyaya bağlanma yerleri ise çoğunlukla okul olmaktadır. Sosyal medya araçlarına bağlanmak için en çok mobil telefonları kullanan işitme engelli öğrencilerin en çok iletişim kurduğu sosyal medya aracı ise WhatsApp olmuştur. İşitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanımlarına yönelik sahip oldukları motivasyonların ise *Arkadaşlık, Önemsenme, Sosyal Çevre ile İletişim ve Bağ Kurma, Spor, Kendini İfade Etme, Bağımlılık* olmak üzere beş faktör altında toplandığı görülmüştür. İşitme engelli öğrencilerin sosyal medya kullanım motivasyonları daha önce yapılmış olan sosyal medya kullanım amaçlarına yönelik yapılan araştırma sonuçlarıyla benzerlikler taşımaktadır. Bu benzerlikler şu şekilde sıralanabilir: Fotoğraf paylaşmak, video paylaşmak, mesajlaşmak, yeni arkadaşlıklar edinmek, var olan arkadaşlık ilişkilerini sürdürmek, eğlence, kendilerini iyi ve popüler hissetmeyi önemsemek, iletişim, sosyal etkileşim, tanıma ve tanınma olarak sıralanabilir. Uygulanan ölçekte eğitim ile ilgili maddeler bulunmasına rağmen faktörler arasında eğitim ortaya çıkmamıştır. Burada farklı olan durum ise sosyal medya kullanımının bir bağımlılık yarattığıdır. Sosyal medyaya olan bağımlılık kaçınılmaz bir derecede artık ifade edilmektedir. Ayrıca sportif etkinlikler de yine burada ön plana çıkmıştır. Öğrenciler sosyal medyayı sportif etkinlikler ile ilgili olarak takip ettiklerini ifade etmişlerdir.

İşitme engelli öğrencilerin en çok kullandığı sosyal medya mecraları arasında WhatsApp'nın başı çekmesi, YouTube, Facebook ya da Snapchat'in kullanım yoğunluğu ve

görece olarak daha aşağılarda yer alması işitme engelli öğrencilerin gündelik yaşam pratikleri arasında sosyal medyayı en çok diyalog kurmak ya da sosyal çevresiyle olan ilişkilerini geliştirmek ve korumak amacıyla kullandığı fikrini güçlendirmektedir. Burada en dikkat çekici nokta Instagram ve Facebook kullanım oranlarının da oldukça yüksek olmasıdır. Bu nedenle, işitme engelli öğrencilerin sosyal medya mecralarını sosyal ilişkilerini geliştirmek amacıyla kullanıp kullanmadığını daha net olarak söyleyebilmek için Instagram ve Facebook paylaşımlarını araştırmak önem arz etmektedir. Instagram ve Facebook gibi mecraların daha çok bireylerin kendi sosyal varoluşlarını sanal ortamda resmetme çabasına yönelik kullanıldığı gerçeği göz önüne alındığında, sosyal medya mecralarını daha çok sosyal ilişkilerini geliştirmek amacıyla kullandığı sonucu elde edilen işitme engelli öğrencilerin Facebook ve Instagram'ı hangi motivasyonlarla kullandığı verisini ortaya koymak bu konuya yönelik olarak yapılacak diğer çalışmalara ışık yakması bakımından dikkate değer kabul edilebilir.

Bütün bunlarla birlikte sosyal medya araçları Marshal McLuhan'ın ifade ettiği gibi yeni olan her kitle iletişim aracı kendisinden önceki kitle iletişim araçlarından kat kat daha fazla iletişim olanağı sunmasına rağmen bireyler daha fazla arkadaşlık kurmak, daha fazla önemsenmek, çevreyle daha fazla bağ kurup onlarla iletişime geçmek, kendini daha fazla ifade etmek için uğraşmaktadırlar. Dünya nüfusu arttıkça, teknoloji ilerledikçe kitle iletişim araçları -yeni medya- daha fazla insan arasında bağ kurulmasını sağlamaktadır. Macar yazar Frigyes Karinthy tarafından yayınlanan "Láncszemek" (Zincirler) adlı kısa hikâyeden hareketle geliştirilen ve herkesin birbirinden 6 adım ya da 6 kişi uzakta olduğuna açıklamaya çalışan (Six Degrees of Separation) teoriye göre bireyler geçmişe göre artık birbirine daha yakındır (Savaş ve Topaloğlu, 2015: 1). Yeni medya aynı televizyon, gazete, derginin yaptığı gibi konuları, kişilerin birbirlerinin hayatlarını görmesini, bilmesini, değerlendirebilmesini, düşüncelerini görüp bilinmesine, geleneksel kitle iletişim araçlarına göre fazladan bir de müdahaleye izin vermekle beraber bütün bunlara karşı bireylerin önlem alabilmesini de olanak vermektedir. Hem kullanılan uygulamaların güvenlik ayarları hem de ortaya çıkabilecek sorunlardan kaçınmak için yapılan gizlemeler artık bireylerin yeni medya ortamlarında başlangıçtaki kadar açık olmayacağı izlenimi vermektedir. Buradan hareketle medya kullanımına yönelik motivasyonlara ilişkin değişkenler ve sağladığı tatminlerin niteliğinde değişim söz konusu olabilir. Artık daha geniş bir ağ içinde küçük gruplar, her etkinlik ya da özelliği bakımından farklı gruplarda medya kullanımı ve bunların sağladığı maddi-manevi tatminleri araştırmaya yönelimler artabilir.

### Kaynakça

- Ada, S., Çiçek, B., Kaynakyeşil, G. (2013). Kaynakyeşil, G. Çevrimiçi Sosyal Ağ Sitesi Kullanımını Etkileyen Motive Edici Faktörler Üzerine Bir Araştırma, *Academic Informatics Conference Adlı Etkinlikte Sunulan Bildiri*, Antalya.
- Akyüz, H. İ., Yetik, S. S., Bardakçı, S., Alakurt, T., Numanoğlu, G., Keser, H. (2012). Teacher Candidates' Social Network Usage Tendencies: A Qualitative Investigation, *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 46, 5402-5408.
- Alakurt, T. (2016). Investigating Teacher Candidates' motivation for Social Media Use and Learning Styles, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 1(49), 43-63.

- Atalay, G. E., (2018). Dijital Çağda Marshall McLuhan'ı Yeniden Düşünmek: Bir Uzantı ve Ampütasyon olarak Yeni Medya Teknolojiler, *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, Cilt 4, Sayı 6, 24-48.
- Aydın, İ. E. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilgiler Enstitüsü Dergisi*, 35, 373-386.
- Balaman, F. ve Karataş, A. (2012). Lise Öğrencilerinin İnternet Ortamında Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Amaçları ve Sosyal Paylaşım Unsurları, *Batman University Journal of Life Sciences*, 1 (1), 497-504.
- Barker, V. (2009). Rapid Communication, Older Adolescents' Motivations for Social Network Site Use: The Influence of Gender, Group Identity and Collective Self-Esteem. *Cyberpsychology&Behavior*, 12 (2), 209-213.
- Body, D. M. ve Ellison, N. B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Bolton, R. N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Loureiro, Y. K. ve Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and Their Use of Social Media: A Review and Research Agenda, *Journal of Service Management*, 24(3), 245-267.
- Chen, X., Sin, S. J., Then, Y., Lee, C. S. (2015). Why Students Share Misinformation on Social Media: Motivation, Gender and Study-level Differences, *The Journal of Academic Librarianship*, 41(5), 583-592.
- Eren, E. Ş. (2014). Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29 (4), 230-243.
- Filiz, O., Erol, O., Dönmez, F. İ., Kurt, A. A., (2014). BÖTE Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları ile İnternet Bağımlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3(2), 17-28.
- Hassouneh, D. ve Brengman, M. (2013). A Motivation-Based Typology of Social Virtual World Users, *Computers in Human Behaviour*, 33, 330-338.
- Karal, H. ve Kokoç, M. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çabası, *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 3, (1), 251-263.
- Koroğlu, İ. Ş. (2015). Üstün Yetenekli Dijital Yerlilerin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Nicel Bir Çalışma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 40, 266-290.
- Mazman, S. G. ve Koçak Usluel, Y. (2011). Gender Differences in Using Social Networks, *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*. 10 (2), 133-139.
- Otrar, M. ve Argın, F. S. (2015). Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 4, Sayı:1, 391-403.
- Otrar, M. ve Argın, F. S. (2014). Ergenlerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Çok Boyutlu İncelenmesi, *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama*, 5 (10), 3-22.



- Öztürk, M. ve Akgün, Ö. E. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları Ve Bu Sitelerin Eğitimlerinde Kullanılması ile İlgili Görüşleri, *Sakarya University Journal of Education*, 2 (3), 49-67.
- Savaş, S. ve Topaloğlu, N. (2015). Sosyal Medya Verileri Üzerinden Siber İstihbarat Faaliyetleri, 8. *Uluslararası Bilgi Güvenliği ve Kriptoloji Konferansı (ISCTURKEY 2015)*, Ankara, Türkiye.
- Sevinç, B. (2017). Survey Araştırması Yöntemi, Kaan Böke (Ed.), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (245-286), İstanbul: Alfa Yayınları.
- Smith, A. ve Anderson, M. (March 1, 2018). Rapor: Social Media Use in 2018. *Pew Research Center*, 1-7.
- Tanrıverdi, H. ve Sağır, S. (2014). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının Ve Sosyal Ağları Benimseme Düzeylerinin Öğrenci Başarısına Etkisi, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 775-882.
- Ulusoy, A. ve Bostancı, M. (2014). Çocuklarda Sosyal Medya Kullanımı ve Ebeveyn Rolü, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28, 559-572.
- Statcounter, (2018). Social Media Stats in Turkey, <http://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/turkey>, (Erişim Tarihi: 18.06.2018).
- Pew Research Center, [http://www.pewinternet.org/wp-content/uploads/sites/9/2018/02/PI\\_2018.03.01\\_Social-Media\\_FINAL.pdf](http://www.pewinternet.org/wp-content/uploads/sites/9/2018/02/PI_2018.03.01_Social-Media_FINAL.pdf), (Erişim Tarihi: 18.06.2018).