

# İşitme kayıplı bireylerin sosyal medya hakkındaki görüşleri: Bir ön çalışma

## *Opinions of hearing-impaired individuals about social media: A preliminary study*

Deniz Tuz<sup>1</sup>, Erva Değirmenci Uzun<sup>2</sup>, Emine Ayça Ödemişlioğlu Aydın<sup>2</sup>, Serpil Alluşoğlu<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Odyoloji Anabilim Dalı, İzmir, Türkiye

<sup>2</sup>İzmir Bakırçay Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Odyoloji Anabilim Dalı, İzmir, Türkiye

### ÖZ

**Amaç:** Çalışmada işitme kayıplı bireylerin sosyal medya platformlarındaki içeriklere ilişkin görüşleri, sosyal medya kullanım eğilimleri ve kullanımları sırasındaki duygu, düşünce ve deneyimleri araştırıldı.

**Hastalar ve Yöntemler:** Kesitsel olarak planlanan bu anket çalışmasına 01.11.2021 - 01.09.2022 tarihleri arasında 18 yaş ve üstü, ana dili Türkçe olan, işitme kaybı tip ve derecesinden bağımsız olarak işitme kaybı tanısı almış 40 birey katıldı. İleri düzeyde görme sorunu olan ve okur-yazar olmayan bireyler çalışmadan dışlandı. Anket dört bölümden oluşmaktaydı: (i) demografik bilgiler ve işitme kaybı özellikleri; (ii) sosyal medya kullanımı ve amaçları; (iii) sosyal medya içerikleri hakkındaki görüşler ve (iv) sosyal medya ile ilgili duygular, düşünceler ve deneyimler. Yanıtlar 5'li Likert tipi bir ölçek yardımıyla değerlendirildi.

**Bulgular:** Sosyal medyayı kullanmanın en yaygın amaçları araştırma yapmak, işitme kaybı ve kullandıkları teknolojiler ile ilgili bilgi almak olarak bulundu. Katılımcıların %45.5'i sosyal medya platformlarında paylaştıkları fotoğraflarda cihazlarının görünmesini tercih etmediklerini ve mevcut sosyal medya platformlarının işitme kayıplıların açısından kolay kullanıma sahip olması konusunda kararsız olduklarını ifade etmişlerdir.

**Sonuç:** İşitme kayıplı bireylerin işitme kaybı ve bununla ilgili teknolojiler hakkında neler hissettiklerini öğrenmek hem işitme uzmanlarına hem de sağlık kuruluşlarına bu konularda içerik oluşturmada yol göstermek ve bu platformları geliştirmek açılarından önemlidir.

**Anahtar sözcükler:** Odyolog, odyoloji, işitme kaybı, internet, sosyal medya.

### ABSTRACT

**Objectives:** The study examined the opinions of hearing-impaired individuals about the content on social media platforms, their social media usage tendencies, and their feelings, thoughts, and experiences during their use.

**Patients and Methods:** Forty individuals aged 18 years and older who are native Turkish speakers diagnosed with hearing loss regardless of the type and degree of hearing loss participated in this cross-sectional survey study between November 1, 2021, and September 1, 2022. Individuals with advanced vision problems and illiterate individuals were excluded from the study. The questionnaire consisted of four sections: (i) demographic data and hearing loss characteristics; (ii) social media usage and purposes; (iii) opinions about the content on social media; and (iv) feelings, thoughts, and experiences about social media. Responses were evaluated on a 5-point Likert-type scale.

**Results:** The most common purposes of using social media were doing research and getting information about hearing loss and the technologies they use. Of the participants, 45.5% stated that they do not prefer their devices to be seen in the photos they share on social media platforms and that they are undecided about the ease of use of existing social media platforms for the hearing impaired.

**Conclusion:** It is important to determine what hearing-impaired individuals feel about hearing loss and technologies, both to guide hearing care professionals and health institutions in creating content on these issues and to improve these platforms.

**Keywords:** Audiologist, audiology, hearing loss, internet, social media.

**Geliş tarihi:** 27 Nisan 2023

**Kabul tarihi:** 23 Ağustos 2023

**Online yayın tarihi:** 12 Ekim 2023

**İletişim adresi:** Deniz Tuz.

**E-posta:** tuzdenizz@gmail.com

**Doi:** 10.5606/kbbu.2023.53496

### Atıf:

Tuz D, Değirmenci Uzun E, Ödemişlioğlu Aydın EA, Alluşoğlu S. İşitme kayıplı bireylerin sosyal medya hakkındaki görüşleri: Bir ön çalışma. KBB Uygulamaları 2023;11(3):87-95. doi: 10.5606/kbbu.2023.53496.



İnternet, yüz yüze iletişimin esas olduğu fiziksel dünyaya bir alternatif olarak pek çok aktivite için ortak bir katılım sağlayan bir platformdur.<sup>[1]</sup> İnternetin sağladığı en popüler platformlardan biri sosyal medyadır. Sosyal medya, çevrim içi iletişim kanallarıyla, bireyler ve organizasyonlar arasında multimedya temelli içeriklerin paylaşımını ve iletişimini, yüz yüze iletişime ihtiyaç kalmaksızın mümkün kılmaktadır.<sup>[2]</sup> Çoklu medya ortamlarında yazı, ses ve görsel gibi farklı teknolojik altyapılara ait içerikleri bir araya getiren sosyal medya araçları özellikle genç kullanıcılar için farklı sanal ortamların önemli sağlayıcılarından biri haline gelmiştir. Bu anlamda, farklı kişisel ilgi ve ihtiyaçlar doğrultusunda Facebook, Instagram, Twitter, YouTube ve benzeri sosyal medya araçları günümüz itibarıyla yoğun olarak kullanılmaktadır.<sup>[3]</sup>

Sosyal medya, bireyleri internet tabanlı iletişim yoluyla birbirine bağlamak için devrim niteliğinde bir araç olarak ortaya çıkmış olup; tıp ve sağlık alanlarında da yerleşik hale gelmiştir.<sup>[4]</sup> Son yıllarda sağlık koşulları hakkında bilgi toplamak için internet ve sosyal medyayı kullanan insan sayısında bir artış olmuştur. 2011 yılında yapılan ulusal bir anket sonucuna göre, beş Amerikalıdan birinin sağlık ile ilgili bilgi almak için sosyal medyayı kullandığı ortaya konmuştur.<sup>[5]</sup>

Sosyal medya işitme kaybı da dahil olmak üzere çeşitli sağlık koşullarına ilişkin bilgilere ücretsiz ve kolay erişim sağlamaktadır.<sup>[6]</sup> Hastalar, sadece akıllı telefonlarını kullanarak istedikleri zaman ve yerde bilgiye erişebilme imkanına sahiptirler. Ayrıca, hastalar benzer koşullardaki diğer kişilerin görüş ve deneyimlerini duymak ve kendi deneyimlerini paylaşmak için de başkalarıyla etkileşime girebilirler. Bu da hastaların sağlıkla ilgili karar alma motivasyonlarını etkileyebilmektedir. Bu faktörler hastaların bilgiyi arama, kullanma ve sağlık profesyonelleri ile etkileşime girme şekillerinde geleneksel yöntemlere kıyasla değişikliklere yol açmıştır.<sup>[7]</sup>

Demografik ve kültürel özellikler, eğitim, sosyo-ekonomik durum ve hatta bireyin fiziksel koşullarının sosyal medya kullanım alışkanlıklarını etkileyebildiği düşünülmektedir. Bu bağlamda, fiziksel yetenekler ya da eksikliklerin sosyal medya kullanımına etkisinin oldukça fazla olduğu ön görülmektedir. Bu doğrultuda, duyu organları yeterli düzeyde çalışan kullanıcıların video, müzik, haber, yazı, oyun gibi farklı duyu özellikleri gerektiren sosyal medya içeriklerinden daha etkin yararlanabileceği düşünülmektedir. Buna karşın, işitme kayıplı bireylerin sosyal medya kullanımları anlamında bir belirsizlik olduğu söylenebilir.<sup>[3]</sup> Literatüre bakıldığında; işitme kayıplı bireylerin sosyal medya platformlarının kullanımlarına yönelik ve sosyal medya içerik analizlerinin yapıldığı çeşitli çalışmalar mevcuttur.<sup>[8-15]</sup> Ulep ve ark.nın<sup>[14]</sup>

2022'de yayınlanan bir sistematik derleme çalışmasında sosyal medyanın işitme kaybı, vestibüler bozukluk ve tinnitus yakınması olan bireylere tavsiye, destek ve kişisel deneyim paylaşımı sunduğunu belirtmişlerdir. Buna karşın literatüre bakıldığında işitme kayıplı bireylerin sosyal medya platformlarında ne tarz içerikler görmeyi tercih ettiklerine, ne tarz içeriklerin onlarda olumlu veya olumsuz duygular uyandırdığına ve hangi içerik türlerinin anlaşılır veya anlaşılabilir olduğuna yönelik bir çalışma yer almamaktadır. Oysaki, işitme kayıplı bireylerin işitme kaybına ve kullandıkları teknolojilere yönelik içerikler hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi, gerek bu konularda içerik üreten işitme uzmanları ve sağlık kuruluşlarına yol gösterici olması açısından, gerekse bu platformları kullanan işitme kayıplı bireylerin yaşadıkları deneyim ve zorlukları ortaya koyarak bu platformlarda olası geliştirme ve iyileştirmelerin yapılabilmesi için önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın amacı işitme kayıplı bireylerin sosyal medya platformlarında ilgilerini çeken içerikleri ve bu içerikler hakkındaki görüşlerini belirlemek, sosyal medya kullanımını ve kullanımları esnasındaki duygu, düşünce ve deneyimlerini ortaya koymaktır.

## HASTALAR VE YÖNTEMLER

Kesitsel olarak planlanan bu araştırmaya 01.11.2021-01.09.2022 tarihleri arasında 18 yaş ve üstü, ana dili Türkçe olan, işitme kaybı tip ve derecesinden bağımsız olarak işitme kaybı tanısı olan 40 birey dahil edildi. İleri düzeyde görme sorunu olan ve okur-yazar olmayan bireyler çalışmadan dışlandı.

İşitme kayıplı bireylerin sosyal medya platformlarında ilgilerini çeken içerikleri ve bu içerikler hakkındaki görüşlerini belirlemek, sosyal medya kullanım tercihleri ve sosyal medya kullanım esnasındaki duygu, düşünce ve deneyimlerini belirlemek için "Google Formlar" aracılığıyla anket oluşturuldu. Katılımcıların ankete erişimi araştırmacıların kişisel sosyal medya hesaplarında ve işitme kayıplı bireylerin oluşturmuş oldukları sosyal medya grup/topluluklarının sosyal medya hesaplarında ilgili grup/topluluk sayfasının yöneticisinden yazılı bir izin alınarak sağlandı. İlan metninde yer alan Google Formlar bağlantısına tıkladığında ekrana öncelikle gönüllü onam formu bilgilendirmesi çıkarak çalışmaya katılmayı kabul eden bireyler sorulara yönlendirildi. Çalışmaya katılmayı reddedenler için oturum sonlandırılarak anket soruları ekrana yansıtılmadı.

Ankette yer alan sorular araştırmacılar tarafından oluşturuldu. Oluşturulan anket dört bölümden oluşmaktaydı. İlk bölümde cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, işitme kaybı, kullanılan işitme teknolojisi, ailede işitme kayıplı birey ve ek engel varlığı, işaret diliyle

Tablo 1	
Demografik özellikler	
	%
Yaş (yıl)	
18-24	16.7
25-35	50
36-50	16.7
51 ve üzeri	16.7
Cinsiyet	
Kadın	66.7
Erkek	33.3
Eğitim düzeyi	
İlkokul	8.3
Ortaokul	0
Lise	8.3
Üniversite	58.3
Lisansüstü	25
İşitme teknolojisi	
Kullanmayan	33.3
İşitme cihazı	41.7
Koklear implant	16.7
İşitsel beyin sapı implantı	0
Kemiğe implante işitme cihazları/kemik yolu işitme cihazı	8.3
İşaret diliyle iletişim kurma	
Hayır	100
Evet	0
Ailede işitme kayıplı birey bulunma	
Hayır	91.7
Evet	8.3
İşitme kaybına ek bir engel varlığı	
Hayır	100
Evet	0
Ortalama internette geçirilen süre (günlük)	
Kullanmayan	8.3
2 saat ve altı	41.7
3-4 saat	25
5-6 saat	25
7 ve üzeri	0
Ortalama sosyal medya platformlarında geçirilen süre (günlük)	
Kullanmayan	8.3
2 saat ve altı	58.3
3-4 saat	16.7
5-6 saat	16.7
7 ve üzeri	0

iletişim kurma, günlük ortalama internet ve sosyal medya platformlarında geçirilen süre, internet/akıllı telefon erişimi ve internet kullanım amaçlarına ilişkin demografik sorular yer almaktadır. İkinci bölüm sosyal medya kullanımına yönelik amaçların sorgulandığı

13 maddeden oluşmaktadır. Üçüncü bölümde sosyal medyada yer alan içeriklere dair görüşlerin yer aldığı 16 madde yer almaktadır. Dördüncü bölüm ise sosyal medyaya yönelik duygu, düşünce ve deneyimlerin yer aldığı 11 maddeden oluşmaktadır.

Demografik bilgilerin yer aldığı birinci bölüm dışındaki bölümlerde yer alan anket soruları 5'li Likert tipi derecelendirmeye sahiptir. Bu bölümlerde bireylerin “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” seçenekleri arasından kendisine uyan şıkkı işaretlemesi istenmiştir.

### İstatistiksel analiz

İstatistiksel analizler IBM SPSS versiyon 26.0 (IBM Corp., Armonk, NY, USA) yazılımı kullanılarak yapıldı. Kategorik veriler, yüzde ve sayı ile ifade edildi. Anket verilerinde parametrik olmayan istatistiksel analizler kullanıldı. Kategorik değişkenler yüzde ve frekanslar ile özetlendi.

## BULGULAR

### Demografik özellikler

Araştırmaya katılan bireylerin %8.3'ü tek taraflı, %91.7'si iki taraflı işitme kayıplı idi. Bunlardan %67'sinin en az bir kulağında sensörinöral tip, %20'sinin iletim tip, %13'ünün ise mikst tip işitme kaybı olduğu bulundu. Katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, kullandıkları işitme teknolojisi, ailede işitme kayıplı birey ve ek engel varlığı, işaret diliyle iletişim kurma, günlük ortalama internet ve sosyal medya platformlarında geçirilen süreye ait demografik veriler Tablo 1'de sunulmuştur.

Katılımcıların %100'ü internet erişimi olan bir akıllı telefona sahipti. Bunlardan %83.3'ü internet erişimlerinin sınırsız olduğunu belirtirken, %16.7'si kısıtlı olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların birden fazla seçenek işaretleyebildiği internet kullanım amaçları Şekil 1'de verilmiştir. İşitme kayıplı bireylerin interneti en çok bilgi edinme ve iletişim kurma amaçlı kullandığı görülmektedir.

Katılımcıların aktif bir şekilde kullandıkları sosyal medya platformlarının sorulduğu soruda; %75'inin Instagram, %41.7'sinin Facebook, %41.7'sinin YouTube, %16.7'sinin Twitter ve %8.3'ünün TikTok kullanıcı olduğu bulunmuştur.

### Sosyal medya kullanım amaçları

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına yönelik sorulara vermiş olduğu cevaplar örnek maddeler ile Tablo 2'te sunulmuştur.

Katılımcıların %45.4'ü sosyal medyayı ailesini, arkadaşlarını veya beğendiği kişileri takip etmek, %36.3'ü araştırma yapma/bilgi öğrenmek amaçlı kullandığına “kesinlikle katılıyorum” cevabını verirken; %45.4'ü sosyal medyayı video izleme amaçlı kullanmadığını belirtmiştir. Ek olarak; katılımcıların %45.2'si işitme kaybı veya cihazı ile ilgili bilgi almak amaçlı sosyal medya platformlarına başvurduğunu belirtmiştir.

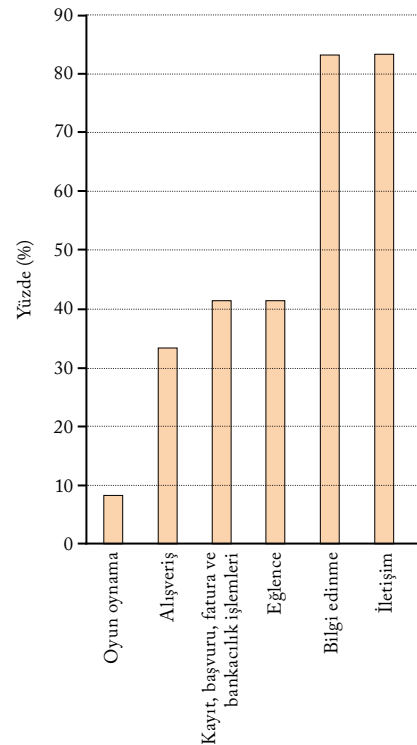
### Sosyal medya içerikleri hakkındaki görüşler

Katılımcıların sosyal medya içerikleri hakkındaki görüşlerine yönelik vermiş olduğu cevaplar örnek maddeler ile Tablo 3'te sunulmuştur.

Katılımcıların %54.5'i işitme kayıplı kişilerin sosyal medya hesaplarını incelemekten hoşlanmaları konusuna “kesinlikle katılmıyorum” cevabını verirken; katılımcıların büyük çoğunluğu eğitim/iş hayatında başarılı olmuş işitme kayıplı bireylerin hayat hikayelerini görmekten hoşlandığını belirtmiştir. Katılımcıların %63.6'sı işitme uzmanlarının işitme kaybı ve kullandıkları cihazlar ile ilgili yaptıkları bilgilendirici paylaşımlara “kesinlikle katılıyorum” cevabını verdikleri görülmüştür. Ek olarak; katılımcıların %63.6'sı sosyal medya platformlarındaki görsel ve resim ağırlıklı içeriklerin kendilerine daha anlaşılır geldiğini ve %54.5'i işitme uzmanlarının işitme kayıplı hastaları ile yaşadıkları deneyimleri anlattıkları içeriklerden hoşlandıklarını ifade etmiştir.

### Sosyal medyaya yönelik duygu, düşünce ve deneyimler

Katılımcıların sosyal medyaya yönelik duygu, düşünce ve deneyimlerinin yer aldığı sorulara vermiş oldukları yanıtlar örnek maddeler ile Tablo 4'te sunulmuştur.



Şekil 1. İnternet kullanım amaçları.

**Tablo 2**  
Sosyal medya kullanım amaçları örnek maddeleri

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
	%	%	%	%	%
Sosyal medyayı kullanmadaki amacım video paylaşım platformlarındaki videoları izlemektir.	45.4	18.1	0	36.3	9.1
Sosyal medyayı kullanmadaki amacım ailemi, arkadaşlarımı veya beğendiğim kişileri takip etmektir.	27.2	0	9.1	18.1	45.4
Sosyal medyayı kullanmadaki amacım araştırma yapmak/bilgi öğrenmektir.	18.1	23.1	9.1	9.1	36.3
İşitme kaybım ile ilgili bilgi almak için sosyal medya platformlarına başvururum.	9.1	9.1	18.1	27.2	45.2
Cihazım ile ilgili teknik/teknolojik bir problem yaşadığımda sosyal medya platformlarına başvururum.	18.1	9.1	9.1	18.1	45.2

**Tablo 3**  
Sosyal medya içerikleri hakkındaki görüşler örnek maddeleri

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
	%	%	%	%	%
İşitme kayıplı kişilerin sosyal medya hesaplarını incelemekten hoşlanırım.	54.5	9.1	27.2	0	9.1
İşitme kaybına sahip olup eğitim/iş hayatında başarılı olmuş kişilerin hayat hikayelerini görmekten hoşlanırım.	18.1	0.5	9.1	36.3	36.3
İşitme uzmanlarının işitme kaybı ile ilgili bilgilendirici içeriklerinden hoşlanırım.	9.1	9.1	9.1	9.1	63.6
İşitme uzmanlarının işitme kayıplı hastaları ile yaşadıkları deneyimleri anlattıkları içeriklerden hoşlanırım.	9.1	9.1	0	18.1	54.5
Sosyal medya platformlarındaki görsel ve resim ağırlıklı içerikler bana daha anlaşılır gelir.	9.1	9.1	0	18.1	63.6

Katılımcıların %45.5'i sosyal medya platformlarında paylaştıkları fotoğraflarda cihazlarının görünmesini tercih etmezken; mevcut sosyal medya platformlarının da işitme kayıplılar açısından kolay kullanıma sahip olması konusunda kararsız olduklarını ifade etmişlerdir.

## TARTIŞMA

Mevcut çalışma işitme kayıplı bireylerin sosyal medya platformlarında ilgilerini çeken içerikleri ve bu içerikler

hakkındaki görüşlerinin, sosyal medya kullanım tercihleri ve sosyal medya kullanımı esnasındaki duygu, düşünce ve deneyimlerinin ön sonuçlarını ortaya koymaktadır. Son yıllarda sosyal medya kullanımı giderek artış göstermektedir. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2022 Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım araştırmasına göre; ülkemizde internet kullanıcısı bireylerin oranı %85 olarak bulunmuştur. Bunlardan sosyal medya uygulama kullanımlarının %67.2'si YouTube, %57.6'sı Instagram olarak elde edilmiştir.<sup>[16]</sup>

Tablo 4  
Sosyal medyaya yönelik duygu, düşünce ve deneyimler örnek maddeleri

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
	%	%	%	%	%
Sosyal medyada insanlarla daha rahat iletişim kuruyorum.	18.1	9.1	36.3	18.1	18.1
İşitme kaybım ile ilgili problemlerimden bunaldığımda sosyal medya platformlarına daha fazla yönelirim.	27.2	9.1	9.1	18.1	36.3
Mevcut sosyal medya platformlarının işitme kayıplılar açısından kolay kullanıma sahip olduğunu düşünüyorum.	18.1	9.1	45.4	0	27.2
Sosyal medya platformlarında paylaştığım fotoğraflarda cihazımın görünmemesini tercih ediyorum.	27.2	0	9.1	18.1	45.5

Sosyal medya, bireyleri internet tabanlı iletişim yoluyla birbirine bağlamak için ortaya çıkmış olup, günümüzde tıp ve sağlık alanlarında da yerleşik hale gelmiştir.<sup>[4]</sup> Günümüzde sosyal medya sağlık alanı da dahil olmak üzere bireylerin birçok seçiminde etkili bir rol oynamaktadır. Tengilimoğlu ve ark.<sup>[17]</sup> 2015 yılında hastane ve hekim seçiminde sosyal medya kullanım düzeyini inceledikleri bir çalışmada araştırmaya katılan bireylerin sağlık ile ilgili gelişmeleri yaygın bir şekilde sosyal medyadan takip ettikleri bulunmuştur. Ek olarak; hastane ve doktor seçiminde de sosyal medya kullanımının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak, günümüzde sosyal medya sağlık hizmeti arayan kişilerin bilgi alma ve karar verme mekanizmalarında önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Çalışmamızın ön verileri işitme kayıplı bireylerin büyük çoğunluğu sosyal medyayı araştırma yapmak/bilgi öğrenmek amaçlı kullandıklarını göstermektedir. Dahası, katılımcıların büyük çoğunluğu işitme kaybı ile ilgili bilgi almak ve kullandıkları işitme teknolojileriyle ilgili teknik bir sorun yaşadıklarında sosyal medya araçlarına başvurduklarını belirtmişlerdir. Bu bulgular bahsedilen çalışmalar ile paralellik göstermekte ve sosyal medyanın işitme kayıplı bireylerin işitmeleriyle ilgili başvurdukları bir kaynak olarak karşımıza çıkmaktadır.

Farklı yaş gruplarındaki bireylerin sosyal medya kullanımları incelendiğinde; fotoğraf/video paylaşmak, bilgi edinmek, konu araştırması yapmak, düşünce paylaşımında bulunmak, iletişim kurmak ve sosyal çevreyi geliştirmek gibi amaçların bulunduğu görülmektedir.<sup>[16,18]</sup> Çalışmamızdaki katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medya araçlarından video paylaşım platformlarını izleme amaçlı sosyal medya kullanımlarının az olduğunu

belirtmiştir. Ek olarak; sosyal medya hakkındaki duygu, düşünce ve deneyimlerin yer aldığı sorulardan sosyal medya kullanımının işitme kayıplı bireyler açısından kullanım kolaylığına sahip olmaması noktasında, katılımcıların büyük çoğunluğu kararsız olduklarını veya buna katıldıklarını ifade etmişlerdir. Dahası, mevcut çalışmamızdaki katılımcıların çoğunluğu yalnızca sesli anlatımlardan ziyade görsel/resim ağırlıklı içerikleri daha anlaşılır bulduklarını ifade etmişlerdir. Sosyal medya araçlarının kullanımında gerekli temel duyular göz önünde bulundurulduğunda; işitme kaybından dolayı iletişim süreçlerinde zorluk yaşayan bireylerin günümüzün en etkili iletişim araçlarından biri olan sosyal medya ortamlarından faydalanma şekillerinin ortaya konması önemlidir.<sup>[3]</sup> Literatüre bakıldığında, mevcut sosyal medya platformlarının işitme kayıplılar tarafından kullanım kolaylığını inceleyen çalışmaların yetersizliği dikkat çekmektedir. Mevcut veriler sosyal medya platformlarının işitme kayıplı bireyler açısından anlaşılabilirliği noktasında soru işareti oluşturmaktadır. Manchain ve ark.<sup>[19]</sup> YouTube videolarında işitme kaybı tanımlamasını inceledikleri kesitsel bir analizde 100 en çok izlenen videonun 62'sinin profesyonel olarak üretilen içerikler olduğu ortaya konulmuştur. Manchain ve ark.<sup>[19]</sup> bu videolardaki anlaşılabilirlik puanını %77 bulmuş olup işitme kaybı ile ilişkili en çok izlenen YouTube videolarının yeterli düzeyde anlaşılabilirliğe sahip olduğunu belirtmişlerdir. Ancak bahsedilen çalışmada en çok izlenen videolar ele alınmış olup bunların büyük çoğunluğunun profesyonel üretilmiş içeriklerden oluşmasının anlaşılabilirlik düzeyini olumlu yönde etkileyebileceği düşünülmüştür. Dahası bu videolardan en çok etkileşime geçirenlerin işitme

kaybının belirtileri, nedenleri, tedavi ve yönetimi olduğu dikkati çekmektedir. Bu bulgu, çalışmamızdaki bilgilendirici paylaşımların işitme kayıplı bireyler tarafından tercih edilmesini de desteklemektedir. Benzer şekilde, Manchaiah ve ark.'nın<sup>[9]</sup> işitme kayıplı yaşlı bireylerde medya kullanımını araştırdıkları bir çalışmada bireylerin işitme sağlığı ile ilgili bilgi almak için medya araçlarına başvurdukları, ancak işitme uzmanlarının paylaştıkları kaynakları daha güvenilir bulduklarını ortaya koymuşlardır. Bu noktada işitme uzmanlarının çeşitli medya araçlarında yer alan bilgilerin doğruluğunun farkında olması ve gerektiğinde hastaları uygun kaynaklara yönlendirmesi gerektiği sonucu da çıkarılabilir.

Araştırmamıza katılan bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarından birinin de yakınlarından haberdar olmak olduğu görülmüştür. van Wier ve ark.'nın<sup>[20]</sup> işitme kayıplı ve normal işiten bireylerde akıllı telefon, uygulama ve sosyal medya kullanımlarını araştırdıkları bir çalışmada, işitme kayıplı bireylerin aileleri ve arkadaşlarıyla iletişim kurma eğilimlerinin normal işiten bireylerden daha fazla olduğu görülmüştür. İşitme kaybının derecesine bağlı olarak sosyal ilişkiler ve yalnızlık ile işitme kaybının ilişkili olduğunu ortaya koyulmuştur.<sup>[21-24]</sup> Benzer şekilde birçok çalışma özellikle yaşlı bireylerde işitme kaybı ile depresyon arasında anlamlı bir ilişki olabileceğini göstermektedir.<sup>[25]</sup> Öte yandan, Khoo ve ark.<sup>[26]</sup> sosyal medyanın sunduğu çeşitli iletişim yöntemlerinin (video, ses, resim vb.) yaşlanmanın neden olduğu azalmış iletişim yeteneğini geliştirebileceğini ifade etmişlerdir. Ek olarak; sosyal medyayı kullanan yaşlıların kullanmayanlarla kıyaslandığında klinik depresyon oranının daha düşük olduğu bildirilmiştir.<sup>[27]</sup> Benzer şekilde, destek hissi sağlayabilecek daha çeşitli insan gruplarıyla ve arkadaşlarla etkileşim kurma şansı sosyal medya kullanımının potansiyel faydalarını da ortaya koymaktadır.<sup>[28]</sup> Bu bağlamda değerlendirildiğinde sosyal medya araçlarının kullanımı; olumlu sosyal durum ve sosyal temaslar ile ilişkilendirilmektedir.<sup>[29,30]</sup> Ancak bununla ilgili karşıt görüşler de vardır. Sosyal medyanın yüz yüze sosyal etkileşimi azaltması gerek ergenlerin gerekse yetişkinlerin ruh sağlığı hakkında birtakım endişeler ortaya çıkarmaktadır.<sup>[31]</sup> Yapılan bazı çalışmalarda sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, ergenlerde depresyon artışlarının meydana geldiği bildirilmiştir.<sup>[32]</sup> Bu bulgular birlikte ele alındığında; işitme kayıplı bireylerde işitme kaybı, sosyal medya kullanımı ve depresif bulgular arasında çok yönlü bir etkileşiminin olabileceği düşünülmektedir. Bu etkileşimin anlaşılması için farklı çalışmaların yapılması önerilmektedir. Çalışmamızda, katılımcıların işitme kaybı ile ilgili problemlerinden bunaldıklarında sosyal medya platformlarına daha çok yöneldikleri görülmüştür. Tüm bu bulgular doğrultusunda işitme kayıplı bireylerin

kendilerini sosyal açıdan izole etme eğilimleri veya günlük yaşamda çevresindekilerle yaşadıkları iletişim problemlerinin onları sanal iletişim ve eğlence yöntemlerine itebileceğini desteklemektedir.

Çalışmamızdaki katılımcıların büyük çoğunluğu işitme kaybına sahip olup eğitim/iş hayatında başarılı olmuş kişilerin yaşam öykülerini görmekten ve işitme uzmanlarının işitme kayıplı hastaları ile yaşadıkları deneyimleri anlattıkları içeriklerden hoşlandığını belirtmiştir. Literatüre bakıldığında bu görüşler ile ilgili bulguların yer almadığı dikkat çekmekle birlikte; bu konuda daha fazla verinin elde edilmesinin gerek işitme uzmanlarının ve sağlık kuruluşlarının işitme kayıplı bireylerin ihtiyaçlarına yönelik sosyal medya yönetim planlaması yapması açısından, gerekse işitme kayıplı bireylerin sosyal medya psikolojilerinin açıklığa kavuşturulmasında rol oynayacağı düşünülmektedir.

Bazı bireyler için, işitme cihazı, koklear implant gibi teknolojilerin en önemli nitelikleri konfor ve işitsel erişim olurken, diğerleri estetik nitelikleri en önemli olarak görmektedir.<sup>[33]</sup> Bazı işitme kayıplı bireyler bu işitme teknolojilerin en küçük ve görünmez olanını istemekte ve cihazlarını çözümden çok sorun olarak görme eğilimindedirler. Dahası, sosyal etkinlikler esnasında cihazlarını saklama veya çıkarma eylemlerinde bulunmaktadır.<sup>[34]</sup> Benzer şekilde, çalışmamızdaki katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medya platformlarında paylaştıkları fotoğraflarda cihazlarının görünmesini tercih etmediklerini bildirmişlerdir. İşitme cihazı üreticileri, kullanıcılarının kozmetik memnuniyetini ele almıştır ve günümüzde işitme cihazları gelişen teknolojinin mümkün kıldığı ölçüde geçmişe kıyasla önemli ölçüde daha küçük ve daha az görünür durumdadır. Ancak teknolojik gelişmelere rağmen, günümüzde işitme teknolojilerinin çoğunluğu hala görünür durumdadır. Bu bağlamda işitme kayıplıların cihaz kullanımına dair yaşadıkları bu kaygının ileriki çalışmalarda sosyal medya psikolojisi açısından incelenmesi gerektiği düşünülmektedir.

İşitme kayıplı bireylerin işitme kaybı ve bununla ilgili teknolojiler hakkında neler hissettiklerini öğrenmenin işitme uzmanları ve sağlık kuruluşlarına bu konularda içerik oluşturmada yol göstermek ve bu platformları geliştirmek açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Mevcut çalışmada işitme kayıplı bireylerin sosyal medyaya araştırma yapmak, işitme kayıpları ve kullandıkları teknolojiler ile ilgili bilgi almak için başvurdukları bulunmuştur. Ek olarak; işitme uzmanlarının işitme kaybı ve kullanılan teknolojiler ile ilgili yaptıkları bilgilendirici paylaşımlar ve işitme kayıplı hastaları ile yaşadıkları deneyimlerini anlattıkları içerikler ile eğitim/iş hayatında başarılı olmuş işitme kayıplı bireylerin yaşam öyküleri işitme kayıplı bireyler tarafından tercih edilen

içeriklerdir. Görsel ve/veya resim ağırlıklı içerikler işitme kayıplı bireyler tarafından daha anlaşılır bulunmuştur. Ek olarak; işitme kayıplı bireyler video izlemek amacıyla video paylaşım platformlarına başvurmadıklarını ifade etmeleri ve sosyal medya platformlarının işitme kayıplı bireyler açısından kullanım kolaylığına sahip olmayabileceğinin gözlenmiş olması bu platformların işitme kayıplı bireylerin ihtiyaçlarına tam olarak karşılık verip veremediği konusunda soru işareti oluşturmaktadır. Yine de mevcut ön çalışma verilerinin, daha geniş çalışma gruplarında doğrulanması gereklidir.

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma, İzmir Bakırçay Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu tarafından onaylandı (tarih: 06.10.2021, no: 350). Bu çalışma Helsinki Deklerasyonu Prensipleri'ne uygun olarak yapıldı.

**Yayın için Hasta Onayı:** Her hastadan yazılı bilgilendirilmiş onam alındı.

**Veri Paylaşım Beyanı:** Bu çalışmanın bulgularını destekleyen veriler talep üzerine ilgili yazardan temin edilebilir.

**Yazar Katkıları:** Fikir/kavram, tasarım: D.T., E.D.U.; Kontrol/denetim: D.T.; Veri toplama ve/veya işleme, literatür taraması: E.D.U., E.A.Ö.A.; Analiz ve/veya yorumlama, makalenin yazılması: D.T., E.D.U.; Eleştirel inceleme: D.T., S.A.

**Çıkar çatışması beyanı:** Yazarlar bu yazının hazırlanması ve yayınlanması aşamasında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmişlerdir.

**Finansman:** Yazarlar bu yazının araştırma ve yazarlık sürecinde herhangi bir finansal destek almadıklarını beyan etmişlerdir.

## KAYNAKLAR

- Barak A, Sadovsky Y. Internet use and personal empowerment of hearing-impaired adolescents. *Comput Human Behav* 2008;24:1802-15. doi: 10.1016/j.chb.2008.02.007.
- Koźuh I, Debevc M. Challenges in social media use among deaf and hard of hearing people. *Social Networks Science: Design, Implementation, Security, and Challenges*: Springer; 2018. p. 151-171.
- Kılıç D, Ateşgöz K. İşitme engelli öğrencilerin sosyal medya ağ sitelerini kullanım motivasyonları. *İNİF E-Dergi* 2018;3:75-88.
- Crowson MG, Tucci DL, Kaylie D. Hearing loss on social media: Who is winning hearts and minds? *Laryngoscope* 2018;128:1453-61. doi: 10.1002/lary.26902.
- Group NR. 1 in 5 Americans Use Social Media for Health Care Information. Washington: Press Release; 2011.
- Marton C, Choo C. A review of theoretical models of health information seeking on the web. *Journal of Documentation* 2012;68:330-52. doi: 10.1108/00220411211225575.
- Broom A. Virtually he@lthy: The impact of internet use on disease experience and the doctor-patient relationship. *Qual Health Res* 2005;15:325-45. doi: 10.1177/1049732304272916.
- Moorhead SA, Hazlett DE, Harrison L, Carroll JK, Irwin A, Hoving C. A new dimension of health care: Systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication. *J Med Internet Res* 2013;15:e85. doi: 10.2196/jmir.1933.
- Manchaiah V, Bellon-Harn ML, Kelly-Campbell RJ, Beukes EW, Bailey A, Pyykkö I. Media use by older adults with hearing loss: An exploratory survey. *Am J Audiol* 2020;29:218-25. doi: 10.1044/2020\_AJA-19-00039.
- Deshpande AK, Deshpande SB, O'Brien C. A study of social media utilization by individuals with tinnitus. *Am J Audiol* 2018;27:559-69. doi: 10.1044/2018\_AJA-18-0033.
- Deshpande S, Deshpande A, O'Brien C, McMonagle K. A study of the portrayal of information related to (central) auditory processing disorder on social media. *Hearing, Balance and Communication* 2019;17:1-11. doi: 10.1080/21695717.2019.1591004.
- Saxena RC, Lehmann AE, Hight AE, Darrow K, Remenschneider A, Kozin ED, et al. Social media utilization in the cochlear implant community. *J Am Acad Audiol* 2015;26:197-204. doi: 10.3766/jaaa.26.2.8.
- Choudhury M, Dinger Z, Fichera E. The utilization of social media in the hearing aid community. *Am J Audiol* 2017;26:1-9. doi: 10.1044/2016\_AJA-16-0044.
- Ulep AJ, Deshpande AK, Beukes EW, Placette A, Manchaiah V. Social media use in hearing loss, tinnitus, and vestibular disorders: A systematic review. *Am J Audiol* 2022;31:1019-42. doi: 10.1044/2022\_AJA-21-00211.
- Tuz D, Şenli F, Ertürk P. Koklear implant topluluğunda sosyal medya olanaklarının kullanımına yönelik bir çalışma: İçerik analizi. *Türkiye Klinikleri Sağlık Bilimleri Dergisi* 2021;6:565-75. doi: 10.5336/healthsci.2020-77365.
- Akçay H. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi üzerine bir araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 2009;33:137-61.
- Tengilimoğlu E, Parılı N, Yar CE. Hastane ve hekim seçiminde sosyal medyanın kullanım düzeyi: Ankara ili örneği. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 2015;17:76-96.
- Armağan A. Gençlerin sanal alanı kullanım tercihleri ve kendilerini sunum taktikleri: Bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 2013:27.
- Manchaiah V, Bellon-Harn ML, Godina IM, Beukes EW, Vinay. Portrayal of hearing loss in YouTube videos: An exploratory cross-sectional analysis. *Am J Audiol* 2020;29:450-9. doi: 10.1044/2020\_AJA-19-00121.
- van Wier MF, Urry E, Lissenberg-Witte BI, Kramer SE. A comparison of the use of smart devices, apps, and social media between adults with and without hearing impairment: Cross-sectional web-based study. *J Med Internet Res* 2021;23:e27599. doi: 10.2196/27599.
- Mick P, Kawachi I, Lin FR. The association between hearing loss and social isolation in older adults. *Otolaryngol Head Neck Surg* 2014;150:378-84. doi: 10.1177/0194599813518021.



22. Shukla A, Harper M, Pedersen E, Goman A, Suen JJ, Price C, et al. Hearing loss, loneliness, and social isolation: A systematic review. *Otolaryngol Head Neck Surg* 2020;162:622-33. doi: 10.1177/0194599820910377.
23. Borujeni S, Hatamizadeh N, Vameghi R, Kraskian A. Hearing loss related quality of life in adolescents with hearing loss. *Iranian Rehabilitation Journal* 2015;13:38-43.
24. Bott A, Saunders G. A scoping review of studies investigating hearing loss, social isolation and/or loneliness in adults. *Int J Audiol* 2021;60(sup2):30-46. doi: 10.1080/14992027.2021.1915506.
25. Lawrence BJ, Jayakody DMP, Bennett RJ, Eikelboom RH, Gasson N, Friedland PL. Hearing loss and depression in older adults: A systematic review and meta-analysis. *Gerontologist* 2020;60:e137-54. doi: 10.1093/geront/gnz009.
26. Khoo SS, Yang H. Social media use improves executive functions in middle-aged and older adults: A structural equation modeling analysis. *Comput Human Behav* 2020;111:106388. doi: 10.1016/j.chb.2020.106388.
27. Nakagomi A, Shiba K, Kondo K, Kawachi I. Can online communication prevent depression among older people? A longitudinal analysis. *J Appl Gerontol* 2022;41:167-75. doi: 10.1177/0733464820982147.
28. Anderson M, Jiang J. Teens' social media habits and experiences. Washington: Pew Research Center; 2018.
29. Baym N, Zhang YB, Lin MC. Social interactions across media: Interpersonal communication on the Internet, telephone and face-to-face. *New Media & Society* 2004;6:41-60. doi: 10.1177/1461444804041438.
30. Bell J. Harmful or helpful? The role of the internet in self-harming and suicidal behaviour in young people. *Mental Health Review Journal* 2014;19:61-71. doi: 10.1108/MHRJ-05-2013-0019.
31. Baym NK. Personal connections in the digital age. New York: John Wiley & Sons; 2015.
32. Vidal C, Lhaksampa T, Miller L, Platt R. Social media use and depression in adolescents: A scoping review. *Int Rev Psychiatry* 2020;32:235-53. doi: 10.1080/09540261.2020.1720623.
33. Ellington T, Lim S. Adolescents' aesthetic and functional view of hearing aids or cochlear implants and their relationship to self-esteem levels. *Fashion Practice* 2013;5:59-80. doi: 10.2752/175693813X13559997788763.
34. Burton P. Consumer segmentation research yields a personalized way to select hearing aids. *Hear J* 2009;62:26-7. doi: 10.1097/01.HJ.0000361845.96713.e5.