

PAPER DETAILS

TITLE: SOSYAL MEDYA KULLANIMI: GÖRME ENGELLİ KULLANICILARIN DENEYİMLERİ

AUTHORS: Yakup YILMAZ

PAGES: 527-562

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1478637>


<http://kefad.ahievran.edu.tr>

Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi

ISSN: 2147 - 1037

Sosyal Medya Kullanımı: Görme Engelli Kullanıcıların Deneyimleri

Yakup Yılmaz

DOI:10.29299/kefad.2019.20.02.002

Makale Bilgileri

Yükleme:28/12/2018 Düzeltme:20/03/2019 Kabul:10/04/2019

Özet

İnternet önce bilgisayar, daha sonra tablet bilgisayar ve en sonunda da akıllı telefonlarla birlikte sosyal medya araçlarını da kullanarak hayatımızı iyiden iyiye çevrelemiştir. Toplumun her kesiminde internet ve sosyal medya yaygın kullanıma sahiptir. Bu araştırmada görme engelli kullanıcıların internet ve sosyal medya araçları kullanım alışkanlıklarının tespit edilip, onların hayatlarındaki önemi gösterilmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, görme engelli kullanıcıların belirlenen demografik bilgileri doğrultusunda internet ve sosyal medya araçları ile ilgili görüşlerini belirlemek için anket hazırlanmıştır. Bu anket formu görme engelli kullanıcılara sosyal medya araçları kullanılarak ulaştırılmış, veriler toplanmıştır. Çalışmada kullanılan veri toplama aracı ile Türkiye'nin farklı şehirlerinde yaşayan ve farklı yaş gruplarından 43 görme engelli kullanıcıdan veriler elde edilmiştir. Verilerin analizinde betimleyici istatistikler kullanılmıştır. Analiz sonuçları incelendiğinde görme engelli kullanıcıların internet ve sosyal medya araçlarını kullanım sıklıklarının, amaçlarının ve paylaşımlarının diğer kullanıcılarla benzerlik gösterdiği belirlenmiştir. Bununla birlikte görme engelli kullanıcıların internet ve sosyal medya kullanım sıklıklarının cinsiyet, yaş grubu ve mezuniyet durumları arasında bir farklılık olmadığını göstermiştir. Ancak, internet kullanım sıklıklarına bakıldığında ilköğretim, ortaöğretim ve ön lisans mezunu olan görme engelli kullanıcıların lisans mezunlarına göre interneti daha sık kullandıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Görme engelli kullanıcılar, Sosyal medya, Kullanım alışkanlıkları

Giriş

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, internet erişiminin yaygınlaşması ile birlikte sosyal medya araçları, modern toplumun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya araçlarının hem içeriği oluşturma bağlamında, hem de kullanıcı odaklı teknolojisi aracılığıyla gündelik yaşam içinde ön plana çıkan bir mecra olduğu görülmektedir. İnsanlar sosyal medya aracılığı ile düşüncelerini paylaşmakta, bu düşüncelerle ilgili bir yandan tartışmalar yaşanmakta bir yandan da yeni fikirlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Sosyal medya araçlarının hayatın her alanında ve toplumun her kesiminde kullanılmaya başlamasıyla farklı kullanım amaçlarını da oluşturmuştur. Bireyler sosyal medya araçlarını kendini ifade etme, sosyalleşme, bilgi edinme, bilgi verme vb. amacıyla kullanmaktadırlar. Ayrıca kişisel bilgi ve fikirlerle birlikte fotoğraf, video paylaşılabilmekte, iş aranabilmekte ve hatta bulunabilmektedir.

İletişim teknolojileri kapsamında internet ve sosyal medya araçları toplumun her kesiminde olduğu gibi engelli bireyleri de etkilemiştir. Engelli bireyler, yardımcı teknolojilerin desteği ile internet ve sosyal medyada yerlerini aldıkları görülmektedir. Görme engelli bireyler, dokunma ve işitme duyularını kullanarak hareket etmektedirler. Ekran okuma programı yardımıyla kendilerini yönlendirmekte, dokunarak istediği işlemi yapabilmektedirler. Bu çalışma, görme engelli kullanıcıların internet ve sosyal medya platformlarını kullanım sıklıklarının ve amaçlarının tespit edilmesi, değişen toplumsal iletişimde nerede olduklarının ortaya konması ve eğitim, eğlence, iş fırsatı yakalama, sosyalleşme vb. için erişilebilirlik durumlarının belirlenmesi (Wentz ve Lazar, 2011) ile ilgili bilgiler sağlaması bakımından önemli görülmektedir.

Farklı engellere sahip bireyler çeşitli durumlarda bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanırlar. Örneğin görme engelli kullanıcılar bilgisayar kullanırken, web sitelerini ziyaret ederken veya sosyal medya araçlarını kullanırken bilgisayar ekranındaki görsel içeriği sesli olarak okumayı sağlayan ekran okuma programı yardımıyla, Braile alfabesi kullanarak oluşturulmuş yardımcı donanımlarla veya Braile alfabesine göre çıktı alabilen yazıcılar aracılığı ile okuma becerilerini kullanmaktadırlar (Fichten, Asuncion, Barile, Fossey, ve De Simone, 2000; NFB, 2007; Wentz ve Lazar, 2011). Burada Braile alfabesine uygun donanımların maliyeti oldukça yüksek olması ve her görme engelli kullanıcının Braile alfabesini bilmemesi nedeniyle en uygun yöntem olarak ekran okuma programlarıyla uygulamalar yapmak gerekir (Wentz ve Lazar, 2011).

Görme engelli kullanıcılar gündelik hayatlarındaki herhangi bir konuya dair erişilebilirlik sorunlarını çözmek için ya ailelerinden ya da arkadaşlarından yardım alırlar. Bilgiye erişim için evde ailelerinden, iş ve okul ortamında arkadaşlarından bilgiye erişim için yardım almaları doğaldır. Bununla birlikte farklı amaç ve durumlarla karşılaştıklarında aile bireylerinden ve arkadaşlarından

bağımsız bir şekilde, bilgiye erişmek için internet ve sosyal medya araçlarını kullanmaktadırlar (Brady, Zhong, Morris ve Bigham, 2013).

Görme engelli kullanıcıların sosyal medya kullanımına yönelik çalışmalar gelişmiş ülkelerde daha sık rastlanmaktadır (Brady, Zhong, Morris ve Bigham, 2013; Burke, Kraut ve Williams, 2010; Fuglerud, Qiu, Hu ve Rauterberg, 2015; Tjøstheim, Gunnarsson ve Tollefsen, 2012; Tsaousides, Matsuzawa ve Lebowitz, 2011; Wong ve Cohen, 2016, Wu ve Adamic, 2014). Buna karşın gelişmekte olan veya gelişmemiş ülkelerde ise bu durumun göz ardı edildiği görülmektedir (Brady, Zhong, Morris ve Bigham, 2013). Ülkemizde resmi ve özel kurumların sağlamış olduğu fırsatlar (Görme engelli bireylere uygun akıllı telefonlar, internet hizmetinden yararlanmaları için fatura maliyetlerinde indirimle gidilmesi vb.) gelişmiş ülkelerde sağlanan fırsatlarla aynı olmasa da onlara yakın seviyede olduğu görülmektedir. Bununla birlikte toplumdaki belirli gruplara yönelik yapılması gerekli ama yapılmayan gruplardan birisi olan görme engelli kullanıcıların internet ve sosyal medya kullanımlarını inceleyen araştırmalar sınırlı sayıdadır.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde ise belirli çevrimiçi hizmetlerin veya uygulamaların erişilebilirliğini iyileştirmek için kullanılabilirliklerin incelendiği görülmektedir (Brady, Morris, Zhong, White ve Bigham, 2013; Brady, Zhong, Morris ve Bigham, 2013; Jayant, White ve Bigham, 2011). Bu durum görme engelli kullanıcıların interneti ve sosyal medyayı nasıl kullandıklarına dair sadece sınırlı bilgilere sahip olduğumuzu göstermektedir.

Mevcut araştırmanın temel amacı, görme engelli kullanıcıların internet ve sosyal medya araçlarını kullanma alışkanlıklarını incelemektir. İnternet ve sosyal medya kullanımının görme engellilerin sosyo demografik özelliklerine göre farklılık olup olmadığını belirlemek diğer amacı oluşturmaktadır. Çalışma betimsel bir çalışma olup, tarama modelindedir. Bu araştırmada görme engelli kullanıcıların;

- İnternet kullanım alışkanlıkları ve amaçları nelerdir?
- Sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve amaçları nelerdir?
- İnternet ve sosyal medyayı kullanmaları demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?

sorularına cevap aranacaktır.

Yöntem

Bu araştırmada görme engelli kullanıcıların internet ve sosyal medya kullanımlarının bazı değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan bir yaklaşımdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Onları, herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez (Karasar, 2007).

Araştırmanın Uygulanması ve Çalışma Grubu

Çalışma grubundaki görme engelli kullanıcılara çeşitli sosyal medya araçları (Facebook, Twitter, WhatsApp ve Playroom) üzerinden ulaşılmış, elektronik form kullanılarak hazırlanan ankete cevap vermeleri sağlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubuna ait demografik bilgiler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya katılan görme engelli kullanıcıların sosyo-demografik özellikleri

	Demografik Özellikler	f	%
Cinsiyet	Kadın	11	25.5
	Erkek	32	74.5
Yaş Grupları	15-18	2	4.6
	19-22	11	25.5
	23-26	8	18.6
	27-30	8	18.6
	31-34	4	9.3
	35 ve üzeri	10	23.4
	İlköğretim	5	11.6
	Ortaöğretim	18	41.8
Mezuniyet	Ön Lisans	5	11.6
	Lisans	12	28.0
	Master	3	7.0
	Akdeniz	3	7.0
	Ege	6	14.0
Yaşadığı Bölge	İç Anadolu	16	37.2
	Güney Doğu Anadolu	3	7.0
	Karadeniz	5	11.4
	Marmara	10	23.4
Çalışma Durumu	Çalışıyor	20	46.5
	Çalışmıyor	23	53.5
	Akıllı Telefon	21	48.8
İnternete Bağlandığı Cihaz	Bilgisayar	12	28.0
	Tablet	3	7.0
	Hepsi	7	16.2
	VoiceOver	13	30.3
Kullandıkları Ekran Okuma Programı	Jaws for Windows	12	27.9
	NVDA	7	16.3
	TalkBack	6	14.1
	Diğer	5	11.4
	Toplam	43	100

Araştırmaya katılan görme engelli kullanıcıların demografik özellikleri incelendiğinde kadın sayısı erkek sayısının üçte birine denk gelmektedir. Yaş gruplarına baktığımızda her yaş grubundan katılımcı yer almaktadır. Katılımcılar arasında ise en çok 19-22 yaş grubundan katılımcının olduğu

belirlenmiştir. Mezuniyet durumlarına bakıldığında ise en çok ortaöğretim ve lisans mezunu katılımcının olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılanların yaşadığı bölgelerin ağırlıklı olarak İç Anadolu ve Marmara olduğu; çalışıp çalışmama durumlarının hemen hemen eşit olduğu; internete bağlanırken kullandıkları cihaz olarak akıllı telefonu tercih ettikleri; internet ve sosyal medyaya bağlanmak için bilgisayar kullananların ekran okuma programı olarak da yine ağırlıklı olarak VoiceOver ve JAWS for Windows programlarını kullandıkları görülmektedir.

Veri Toplama Araçları

Veriler nicel araştırma yöntemlerinden biri olan tarama yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Bu araştırmada, tarama yönteminde veri toplamak için anket kullanılmıştır. Kavramsal çerçeveyi oluşturmak ve anket sorularını nitelikli hazırlamak için ayrıntılı bir alanyazın taraması yapılmıştır. Ankete ait yönergenin pilot denemesinden sonra bazı sorularda değişiklik yapılmış, geçerliliğini belirlemek için uzman görüşüne sunulmuş ve uzman görüşleri doğrultusunda yeniden düzenlenerek veri toplama süreci başlatılmıştır. Görme engelli kullanıcıların internet ve sosyal medya kullanım amaçlarını belirlemek için üç bölümden oluşan anket formu hazırlanmıştır. Birinci bölümde, görme engellilerle ilgili demografik özellikler; ikinci bölümde, internet kullanma alışkanlıkları; üçüncü bölümde de sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile ilgili sorular sorulmuştur.

Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Alan araştırması görme engelli kullanıcılarla elektronik form aracılığı ile 1-31 Temmuz 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler SPSS 21.00 istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veri analizinde görme engellilerin demografik özelliklerini göstermek için frekans dağılımları olan betimleyici istatistik teknikleri esas alınmıştır. İnternet ve sosyal medya kullanımının görme engelli kullanıcıların demografik özellikleri bakımından farklılıklar ise Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H testleri aracılığı ile belirlenmiştir.

Bulgular

Araştırmada görme engelli kullanıcıların internet ve sosyal medya kullanım durumlarını belirlemek için anket aracılığı ile veriler toplanmıştır. Toplanan bu verilerden elde edilen sonuçlar incelenmiştir.

Görme Engelli Kullanıcıların İnternet Kullanım Alışkanlıkları

Görme engelli kullanıcıların internet kullanım alışkanlıklarına ait bilgiler başlıklar halinde Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 1. Görme engelli kullanıcıların internet kullanımı ile ilgili dağılım bilgileri

	İnternet Kullanımı	f	%
İnternette geçirilen günlük ortalama süre	1-3 Saat	15	35.0
	4-6 Saat	11	25.5
	7-9	11	25.5
	10 ve üstü	6	14.0
Sosyal medyada geçirilen günlük ortalama süre	1-2 Saat	20	46.5
	3-4	11	25.5
	5-6	9	21.0
	7 ve üstü	3	7.0
İnternete bağlanma yeri	Ev	24	56.0
	İşyeri	14	32.0
	Diğer	5	12.0
Blog sahibi olma durumu	Var	4	9.0
	Yok	39	91.0
Forum sitelerini kullanma durumu	Evet	8	19.0
	Hayır	35	81.0
	Toplam	43	100

Görme engelli kullanıcıların internet kullanım alışkanlıklarına ait sonuçlar incelendiğinde internette geçirdikleri ortalama sürelerine baktığımızda % 39.5'i "1-3 saat", % 25.5'i "4-6 saat", % 21'i "7-9 saat" ve % 14'ü "10 ve üstü saat" olduğu görülmektedir. Sosyal medyada geçirdikleri günlük ortalama süreye bakıldığında %56'sı "1-2 saat", % 25.5'i "3-4 saat", % 12'si "5-6 saat", % 6.5'i "7 ve üzeri saat" olduğu görülmektedir. İnternete bağlandıkları yer olarak % 56'sı evden, % 32'si işyerinden ve % 12'si diğer mekan olarak görüş belirtmişlerdir. Blog'a sahip olma durumları sorulduğunda % 9'u sahip olduğunu, % 91'i ise sahip olmadığını belirtmiştir. Çeşitli amaçlarla form sayfalarını kullanma durumlarına bakıldığında % 19'u evet, % 81'i hayır cevabı vermişlerdir.

Görme Engelli Kullanıcıların İnternet Kullanım Amaçları

Görme engelli kullanıcıların internet kullanım amaçlarına ait bilgiler başlıklar halinde Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 2. Görme engelli kullanıcıların internet kullanım amaçları

İnternet Kullanım Amaçları	N	%
Gündemi takip etme	35	20.5
Sosyal medyaya erişmek için kullanma	32	18.7
E-Posta kullanma	29	17.0
Çeşitli konularda araştırma yapma	27	15.8
Eğlenmek için kullanma	22	13.0
E-Devlet işlemlerimi yapma	15	8.7
Teknolojik gelişmeleri takip etme ve bilgi alma	5	3.0
Podcast kullanma	4	2.2
Dil öğrenme	2	1.1

İnternet kullanım amaçları incelendiğinde, görme engelli katılımcılar, en çok gündemi takip etmek için interneti kullandıklarını belirtmişlerdir. Bunun dışında sırasıyla sosyal medya araçlarına erişim, e-posta kullanımı, çeşitli konularda araştırma yapma, eğlenceli vakit geçirmek, e-devlet işlemlerini yapmak şeklinde görüş belirtmişlerdir. Teknolojik gelişmeleri takip etmek, podcast kullanmak ve dil öğrenmek ise, internet kullanım amaçları arasında en düşük ortalamaya sahiptir.

Görme Engelli Kullanıcıların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları

Görme engelli kullanıcıların sosyal medya kullanım alışkanlıkları üç farklı soru ile belirlenmiştir. İlk olarak, tercih ettikleri sosyal medya araçlarının neler olduğuna dair; ikinci olarak, sosyal medyayı kullanım amaçlarının neler olduğuna dair; son olarak da, sosyal medyada ne paylaştıklarına dair sorular sorulmuş ve bunlar hakkında bilgiler elde edilmiştir.

Görme Engelli Kullanıcıların Tercih Ettikleri Sosyal Medya Araçları

Görme engelli kullanıcıların tercih ettikleri sosyal medya araçlarının neler olduğuna dair soruya vermiş oldukları bilgiler Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 3. *Görme engelli kullanıcıların tercih ettikleri sosyal medya araçları*

Sosyal Medya Araçları	N	%
WhatsApp	37	23.2
Youtube	33	20.7
Facebook	25	15.7
Twitter	20	12.5
Instagram	16	10.0
Forumlar	11	7.0
Skype	10	6.2
Podcast	4	2.5
LinkedIn	3	2.2

Görme engellilerin tercih ettikleri sosyal medya araçları sonuçlarına göre en çok tercih edilen sosyal medya aracının Whatsapp olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Forumlar ve Skype takip etmektedir. Podcast ve LinkedIn ise internet kullanım amaçları arasında en düşük ortalamaya sahiptir.

Görme Engelli Kullanıcıların Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları

Görme engelli kullanıcıların sosyal medyayı kullanım amaçlarına dair soruya vermiş oldukları bilgiler Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 4. *Görme engelli kullanıcıların sosyal medyayı kullanım amaçları dağılımı*

Sosyal Medya Kullanım Amaçları	N	%
Güncel olaylardan haberdar olmak	31	17.8
İletişim (Yakınlarımla haberleşmek)	27	15.5
Görüş alış verişinde bulunmak	27	15.5
Eğitim öğretim amaçlı bilgilere erişmek	27	15.5
Çeşitli gruplara üye olarak amaca uygun bilgi paylaşmak	20	11.5
Eğlenceli içeriklerle zaman geçirmek	19	11.0
Deneyimleri paylaşmak	18	10.4
Fotoğrafları paylaşmak	12	6.8
Yeni arkadaş edinmek	11	6.4

Görme engellilerin sosyal medya araçlarını kullanım amaçlarına ait bulgulara bakıldığında sosyal medyayı en çok güncel olaylardan haberdar olmak için kullandıkları görülmektedir. Bu durum dışında sırasıyla iletişim (yakınlarımla haberleşmek), görüş alışverişinde bulunmak, eğitim öğretim amaçlı bilgilere erişmek, çeşitli gruplara üye olarak amaca uygun bilgi paylaşmak, eğlenceli içeriklerle

zaman geçirmek, deneyimleri paylaşmak, fotoğraf paylaşmak ve yeni arkadaş edinmek bulgularına ulaşıldığını söyleyebiliriz.

Görme Engelli Kullanıcıların Sosyal Medyada Paylaştıkları Bilgiler

Görme engelli kullanıcıların sosyal medyada paylaştıkları bilgilere dair soruya vermiş oldukları bilgiler tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 5. Görme engelli kullanıcıların sosyal medyada paylaştıkları bilgi dağılımı

Sosyal Medyada Paylaşılan Bilgiler	N	%
Güncel haberleri paylaşırım	17	18.5
Dünya görüşüme uygun bilgiler paylaşırım	16	17.0
Okul, kurs vb öğrendiklerimi	12	12.7
Anlık durumu	12	12.7
Bulunduğum mekanı	10	10.6
Arkadaşlarımın iletilerini	9	9.5
Problemlerimi paylaşıp, çözüm ararım	8	8.5
Satın aldığım ürün/hizmeti	8	8.5

Görme engellilerin sosyal medya araçları ile paylaştıkları bilgilerden elde edilen bulgulara bakıldığında sosyal medyayı en çok güncel haberleri paylaşmak için kullandıkları görülmektedir. Bunun dışında sırasıyla dünya görüşüme göre uygun bilgileri paylaşmak, okul-kurs da öğrendiklerini, anlık durumlarını, bulunduğu mekanı, arkadaşlarımın iletilerini, problemleri paylaşıp çözüm arama ve satın aldığı ürün ya da hizmeti biçiminde bilgiler belirtmişlerdir.

İnternet ve Sosyal Medya Kullanımının Demografik Faktörlere Göre İncelenmesi

Görme engelli kullanıcıların günlük internet kullanım sıklıkları, cinsiyete göre elde edilen değerler doğrultusunda Mann Whitney U testi ile karşılaştırılmış, sonuçlar Tablo 7’de gösterilmiştir.

Tablo 6. Görme engelli kullanıcıların günlük internet kullanım sıklıklarının cinsiyete göre karşılaştırılmasına ilişkin mann whitney u testi sonuçları

Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Kadın	11	20.05	220.50	154.5	.533
Erkek	32	22.67	725.50		

Tablo 7 incelendiğinde görme engelli kullanıcıların günlük internet kullanım sıklıklarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Buna göre, kadın görme engelliler ile erkek görme engelliler arasında günlük internet kullanım sıklıklarının benzer özellikler gösterdiği bilgisine ulaşılmıştır.

Görme engelli kullanıcıların günlük internet kullanım sıklıklarının yaş gruplarına göre elde edilen değerler doğrultusunda Kruskal Wallis H testi ile karşılaştırılmış, sonuçlar Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 7. Görme engelli kullanıcıların günlük internet kullanım sıklıklarının yaş gruplarına göre karşılaştırılmasına ilişkin kruskal wallis h testi sonuçları

Yaş Grupları	N	Sıra Ortalaması	Chi-Square	df	p
15-18	2	20.00	4.37	5	.49
19-22	11	20.64			
23-26	8	29.44			
27-30	8	17.50			
31-34	4	22.13			
35 ve üzeri	10	21.50			

Tablo 8 incelendiğinde görme engelli kullanıcıların günlük internet kullanım sıklıklarının yaş grupları arasında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Bununla birlikte, görme engelli kullanıcıların yaş grupları arasında günlük internet kullanım sıklığının en yüksek 23-26 yaş grubuna, en düşük ise 27-30 yaş grubuna ait olduğu görülmektedir.

Görme engelli kullanıcıların günlük internet kullanım sıklıklarının mezuniyet durumlarına göre elde edilen değerler doğrultusunda Kruskal Wallis H testi ile karşılaştırılmış, sonuçlar Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 8. Görme engelli kullanıcıların günlük internet kullanım sıklıklarının mezuniyetlerine göre karşılaştırılmasına ilişkin kruskal wallis h testi sonuçları

Yaş Grupları	N	Sıra Ortalaması	Chi-Square	df	p	Anlamlı Farklılık
İlköğretim	5	29.30	14.72	4	.005	İlköğretim-Lisans,
Ortaöğretim	18	26.58				Ortaöğretim-Lisans,
Ön Lisans	5	25.40				Ön Lisans-Lisans
Lisans	12	11.08				
Yüksek Lisans	3	20.33				

Tablo 9 incelendiğinde görme engelli kullanıcıların günlük internet kullanım sıklıklarının mezuniyet grupları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Anlamlı farkın hangi gruplar arasındaki anlamlı farka bağlı olarak ortaya çıktığını bulmak için Mann Whitney U-testi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 9. Görme engelli kullanıcıların ikili gruplara göre günlük internet kullanım sıklıklarının mezuniyetleri arasındaki farka ilişkin mann whitney u-testi sonuçları

Mezuniyet	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
İlköğretim	5	12.70	63.50	41.50	.787
Ortaöğretim	18	11.81	212.50		
<u>Toplam</u>	<u>23</u>				
İlköğretim	5	6.20	31.0	9.00	.419
Ön Lisans	5	4.80	24.0		
<u>Toplam</u>	<u>10</u>				
İlköğretim	5	14.20	71.00	4.00	.002
Lisans	12	6.83	82.00		
Toplam	17				
İlköğretim	5	5.20	26.00	4.00	.273
Yüksek Lisans	3	3.33	10.00		
<u>Toplam</u>	<u>8</u>				
Ortaöğretim	18	12.33	222.0	39.0	.691
Ön Lisans	5	10.80	54.0		
Toplam	23				
Ortaöğretim	18	19.47	350.50	36.5	.001
Lisans	12	9.54	114.50		
<u>Toplam</u>	<u>30</u>				
Ortaöğretim	18	11.47	206.5	18.5	.412
Yüksek Lisans	3	8.17	24.5		
<u>Toplam</u>	<u>21</u>				
Ön Lisans	5	13.90	69.50	5.50	.003
Lisans	12	6.96	83.50		
<u>Toplam</u>	<u>17</u>				
Ön Lisans	5	4.90	24.50	5.50	.571
Yüksek Lisans	3	3.83	11.50		
<u>Toplam</u>	<u>8</u>				
Lisans	12	7.25	87.00	9.00	.233
Yüksek Lisans	3	11.00	33.00		
<u>Toplam</u>	<u>15</u>				

Tablo 10 incelendiğinde görme engelli kullanıcıların günlük internet kullanım sıklıklarının mezuniyetlerine göre gruplar arasındaki farklılığı belirlemek için yapılan Mann Whitney U testine göre; ilköğretim ile lisans mezunu, ortaöğretim ile lisans mezunu, ön lisans ile lisans mezunu arasında farklılık olduğu bulunmuştur. Bu bulgulara göre ilköğretim, ortaöğretim ve ön lisans mezunu görme

engelli kullanıcıların lisans mezunu görme engelli kullanıcılara göre günlük internet kullanım sıklıklarında anlamlı düzeyde farklılık olduğu görülmektedir.

Görme engelli kullanıcıların günlük sosyal medya kullanım sıklıkları cinsiyete göre elde edilen değerler doğrultusunda Mann Whitney U testi ile karşılaştırılmış, sonuçlar Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 10. Görme engelli kullanıcıların günlük sosyal medya kullanım sıklıklarının cinsiyete göre karşılaştırılmasına ilişkin mann whitney u testi sonuçları

Cinsiyet	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Kadın	11	19.00	209.00	143.0	.371
Erkek	32	23.03	737.00		

Tablo 11 incelendiğinde görme engelli kullanıcıların günlük sosyal medya kullanım sıklıklarında cinsiyete göre anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte, kadın görme engelliler ile erkek görme engelliler arasında günlük sosyal medya kullanım sıklıklarının benzer özellikler gösterdiği belirlenmiştir.

Görme engelli kullanıcıların günlük sosyal medya kullanım sıklıklarının yaş gruplarına göre elde edilen değerler doğrultusunda Kruskal Wallis H testi ile karşılaştırılmış, sonuçlar Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Görme engelli kullanıcıların günlük sosyal medya kullanım sıklıklarının yaş gruplarına göre karşılaştırılmasına ilişkin kruskal wallis h testi sonuçları

Yaş Grupları	N	Sıra Ortalaması	Chi-Square	df	p
15-18	2	26.00	3.95	5	.55
19-22	11	23.05			
23-26	8	26.81			
27-30	8	22.25			
31-34	4	17.63			
35 ve üzeri	10	17.75			

Tablo 12 incelendiğinde görme engelli kullanıcıların günlük sosyal medya kullanım sıklıklarında yaş grupları arasında anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Bununla birlikte, görme engelli kullanıcıların yaş grupları arasında günlük sosyal medya kullanım sıklıklarına bakıldığında en yüksek 23-26 yaş grubundakilere, en düşük olarak da 31-34 yaş grubundakilere ait olduğu görülmektedir.

Görme engelli kullanıcıların günlük sosyal medya kullanım sıklıklarının mezuniyetlerine göre elde edilen değerler doğrultusunda Kruskal Wallis H testi ile karşılaştırılmış, sonuçlar Tablo 13'te gösterilmiştir.

Tablo 12. Görme engelli kullanıcıların günlük sosyal medya kullanım sıklıklarının mezuniyetlerine göre karşılaştırılmasına ilişkin kruskal wallis h testi sonuçları

Yaş Grupları	N	Sıra Ortalaması	Chi-Square	df	p
İlköğretim	5	26.20	6.41	4	.170
Ortaöğretim	18	25.69			
Ön Lisans	5	20.40			
Lisans	12	16.08			
Master	3	19.17			

Tablo 13 incelendiğinde görme engelli kullanıcıların günlük sosyal medya kullanım sıklıklarının mezuniyet durumlarına göre anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Buna göre, görme engelli kullanıcıların mezuniyet durumları arasında günlük sosyal medya kullanım sıklıklarına bakıldığında en yüksek ilköğretim mezunlarının, en düşük olarak da lisans mezunlarının olduğu görülmektedir.

Tartışma ve Sonuç

Görme engelli kullanıcılarla yapılan bu araştırma ile internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık oluşturup oluşturmadıkları incelenmiştir. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; araştırmaya 11'i kadın, 32'si erkek olmak üzere toplam 43 kişi katılmıştır. Bu kullanıcıların çoğunluğu 19-22 ve 35 yaş ve üzeri yaş aralığındadır. Öğrenim durumlarına baktığımızda ise ağırlıklı olarak ortaöğretim ve lisans mezunu katılımcılar bulunmaktadır. Çalışma durumları incelendiğinde ise çalışma-çalışmama durumunda olanların sayılarının birbirlerine eşit olduğu görülmektedir. İnternete bağlanırken tercih ettikleri cihaz olarak ağırlıklı akıllı telefon kullandıkları görülmektedir. Görme engelli bireylerin en çok ihtiyaç duyduğu yardımcı araçlardan birisi olan ekran okuma programlarına baktığımızda tercih sırasına göre VoiceOver, Jaws for Windows ve NVDA olduğu görülmektedir. En çok tercih edilen ekran okuma programlarından olan Jaws for Windows, birçok programla uyumlu çalışması, düzgün ve doğru telafuz etmesi, farklı ses türleri (kadın ve erkek sesi) tercihi sunması onu öne çıkarmaktadır. Bu program ağırlıklı olarak masaüstü ve dizüstü bilgisayarlarda tercih edilmektedir. Akıllı telefonlarda ise tercih edilen ekran okuma yazılımları ise VoiceOver ve NVDA olduğu belirlenmiştir.

İnternette geçirilen günlük ortalama sürelerine baktığımızda eşit bir dağılım varken, sosyal medyada geçirilen günlük ortalama sürede ise katılımcıların yarıya yakını “1-2 saat” olarak görüş belirtmişlerdir. İnternete evden bağlananlar, çalışmadıkları ve tek başlarına evden çıkamadıkları için ev ortamını tercih ettiklerini; çalışanların belli bir bölümü ise işyerinden bağlandıklarını belirtmişlerdir. Görme engelli kullanıcılara “Blog sahibi olma durumu” sorulduğunda, blog sahibinin sayısının az olduğu görülmüştür. Ancak bu sayının az olmasına karşın blog sahibi olanların olması ayrı bir başarı ve cesaret örneği göstermektedir. Yine forum sitelerini belli amaçlarla kullanıp kullanmadıkları sorulmuştur. Bu soruya da olumlu cevap veren sınırlı sayıda kişi olmuştur. Bununla birlikte forum sitelerini kullanıyor olabilmeleri de başarılı bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnternet kullanım alışkanlıkları incelendiğinde, görme engelli kullanıcıların en çok sırasıyla gündemi takip etme, sosyal medyaya erişme, e-posta kullanma, araştırma yapma, eğlenme ve e-devlet işlemlerini yapma gibi bilgiler verdiği görülmüştür. Kaya (2014), Koçer (2012) ve Nagler, Ebner, Schön’ün (2015) yapmış oldukları çalışmalarda da farklı seviyedeki kullanıcıların internet kullanım amaçlarının benzerlik gösterdiği görülmektedir.

Sosyal medya kullanım alışkanlıkları incelendiğinde ise, tercih ettikleri sosyal medya araçları olarak WhatsApp, Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, forum siteleri, Skype gibi araçları belirtmişlerdir. Sosyal medya araçlarını kullanırken amaçlarını; güncel olaylardan haberdar olma, iletişim kurma, herhangi bir konu hakkında görüş alışverişinde bulunma, sınavlara hazırlık için araştırma yapma, grup üyelikleri ile amaca uygun bilgi paylaşma, eğlenceli içeriklerle zaman geçirme vb. şeklinde sıralamışlardır. Görme engelli kullanıcıların sosyal medyada paylaştıkları bilgi dağılımlarına baktığımızda güncel haberler, kişisel fikirler, okul, kurs notlarını paylaşma, anlık durum, bulunduğu mekan gibi verilere ulaşılmıştır. Sosyal medyada her gün gördüğümüz, bazen kendimizin de yaptığı bu eylemlerin hemen hepsini bu kullanıcılarda yapmaktadırlar. Dikme (2013), Kaya (2014), Koçer (2012), Küçükali (2016) ve Nagler, Ebner, Schön’ün (2015) yaptığı çalışmalar, farklı seviyedeki kullanıcılarla yürütülmüş olmasına karşın, bu çalışmadaki sosyal medya kullanımı ile elde edilen sonuçlarla benzerlik göstermektedir. İnternet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarına bağlı olarak yürütülen çalışmaların her ne kadar çalışma grubu farklı olsa da, incelenen olgu (fenomen) benzer olduğu için, araştırma bulgularının benzerlik gösterdiği yorumu yapılabilir.

Görme engelli kullanıcıların sosyo-demografik özelliklerine göre internet ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin yapılan analiz sonuçlarına göre; görme engelli kullanıcıların internet kullanım sıklığı ile cinsiyet, yaş grupları arasında herhangi bir farklılık bulunamazken, mezun grupları arasında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Gruplar arası farklılığa bakıldığında ise ilköğretim, ortaöğretim ve ön lisans mezunlarının lisans mezunu olanlara göre internet ve sosyal medyayı daha

çok kullandıkları sonucuna varılmıştır. Sosyal medya kullanım sıklığının cinsiyet, yaş grubu ve öğrenim durumları arasında herhangi bir farklılık tespit edilmemiştir.

Çalışmada elde edilen sonuçlar, görme engelli kullanıcıların internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarının ve amaçlarının belirlenmesi noktasında önem arz etmektedir. Bu bilgiler internet ve sosyal medya kullanarak görme engelli kullanıcılara ulaşılabilceğini, sorunlarının ve isteklerinin tespit edilebileceğini, yarım kalan eğitim-öğretim faaliyetlerini tamamlayabileceklerini, iş bulma gibi konularda yardımcı olunabileceği göstermektedir.

Görme engelli kullanıcıların; bilgi, beceri, alt yapı, teçhizat gibi kısıtlamalar olmasına karşın denemekten ve araştırmaktan korkmayıp, yardımcı teknolojilerin yardımıyla, sanal ortamda kendilerini ifade ettikleri görülmüştür. Bu kullanıcılar diğer kullanıcılar gibi web 2.0 araçlarının sunmuş olduğu fırsatlardan yararlandıklarını, gerektiğinde de sosyal medya ortamlarına içerik üreterek katkı sunabildiklerini ispatlamışlardır. Bu çalışma yapılırken görüşleriyle katkı sağlayan görme engelli kullanıcıların sayısının az olmasına karşın, bu çalışmanın iletişim ve bilgi paylaşımı rolleri hakkında katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. İnternet ve sosyal medya araçları, görme engelli kullanıcıların karşılaştıkları zorlukların üstesinden gelmelerini ve bağımsızlıklarını sürdürmeleri için potansiyel birer araçtır. Bu durumu yaygınlaştırmak ve kolaylaştırmak bizlerin görevi olmalıdır.

Kaynakça

- Brady, E. L., Zhong, Y., Morris, M. R., ve Bigham, J. P. (2013). Investigating the appropriateness of social network question asking as a resource for blind users. *In Proceedings of the 2013 Conference on Computer Supported Cooperative Work* (ss. 1225–1236). New York, NY: ACM. doi:10.1145/2441776.2441915
- Brady, E., Morris, M. R., Zhong, Y., White, S., ve Bigham, J. P. (2013). Visual challenges in the everyday lives of blind people. *In Proc CHI'13*, 2117–2126.
- Burke, M., Kraut, R. ve Williams, D. (2010). Social use of computer-mediated communication by adults on the autism spectrum. *Proceedings of the 2010 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*, ACM, 425–434. <http://doi.org/10.1145/1718918.1718991>
- Dikme, G. (2013). *Üniversite öğrencilerinin iletişimde ve günlük hayatta sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Fichten, C.S., Asuncion, J., Barile, M., Fossey, M., ve De Simone, C. (2000). Access to educational and instructional computer technologies for postsecondary students with disabilities: Lessons from three empirical studies. *Journal of Educational Media*, 25(3), 179-201.
- Fuglerud, K. S., Tjøstheim, I., Gunnarsson, B. R., ve Tollefsen, M. (2012). Use of social media by people with visual impairments: usage levels, attitudes and barriers. *Proceedings of the 13th International Conference on Computers Helping People with Special Needs - Volume Part I*, Springer-Verlag, 565–572. http://doi.org/10.1007/978-3-642-31522-0_85
- Jayant, C., Ji, H., White, S., ve Bigham, J. P. (2011). Supporting blind photography. *In Proc ASSETS'11*, 203–210.
- Karasar, N. (2007). *Bilimsel araştırma yöntemi*. (20th Ed.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaya, Y. (2014). *Mesleki ve teknik eğitim öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarının değerlendirilmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Koçer, M. (2012). Erciyes üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 18, 70-85.
- Küçükali, A. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı: Atatürk üniversitesi örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (13), 531-546
- Nagler, W., Ebner, M. ve Schön, M. (2015). Why facebook swallowed whatsapp! *In Proceedings of World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications 2015*. ss. 1383-1392 Chesapeake, VA: AACE.

- National Federation of the Blind (2007). *Promoting braille: A campaign to increase literacy for blind youth*. 12.08.2018 tarihinde http://www.nfb.org/nfb/Louis_Braille_coin_facts.asp?SnID=17585 adresinden alınmıştır.
- Qiu, S., Hu, J., ve Rauterberg, M. (2015). Mobile social media for the blind: Preliminary observations. *In International Conference on Enabling Access for Persons with Visual Impairment* (ss. 152–156). 19.08.2018 tarihinde <https://www.researchgate.net/publication/272789786> adresinden alınmıştır.
- Tsaousides, T., Matsuzawa, Y. ve Lebowitz, M. (2011). Familiarity and prevalence of Facebook use for social networking among individuals with traumatic brain injury. *Brain Injury* 25 (12), 1155–1162. <http://doi.org/10.3109/02699052.2011.613086>
- Wentz, B., ve Lazar, J. (2011). Are separate interfaces inherently unequal?: An evaluation with blind users of the usability of two interfaces for a social networking platform. *In Proc iConference'11*, 91–97.
- Wong, M. E., ve Cohen, L. G. (2016). Access and challenges of assistive technology application: Experience of teachers of students with visual impairments in Singapore. *Disability, CBR ve Inclusive Development*, 26, 138–154. doi:10.5463/dcid.v26i4.450
- Wu, S., ve Adamic, L. (2014). Visually impaired users on an online social network. In *Proceedings of The SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (ss. 3133–3142). New York, NY: ACM. doi:10.1145/2556288.2557415


<http://kefad.ahievran.edu.tr>

Ahi Evran University Journal of Kırşehir Education Faculty

ISSN: 2147 - 1037

Social Media Usage: Experiences of Blind Users

Yakup Yılmaz

[DOI:10.29299/kefad.2019.20.02.002](https://doi.org/10.29299/kefad.2019.20.02.002)
[Article Information](#)

Received:28/12/2018 Revised:20/03/2019 Accepted:10/04/2019

Abstract

Internet has penetrated into our lives profoundly through computers first, followed by tablet devices and now social networking sites on smartphones. Internet and social media usage have considerably increased in each section of the society. The purpose of this study is to investigate internet and social media usage habits of blind users and shed light on the importance of these habits in their lives. In line with this purpose, a survey form was developed to examine internet and social media usage patterns of blind users in terms of several demographic variables. The data draws on the survey form submitted to blind users through social media tools. A total of 43 blind users with different ages who live in different cities in Turkey responded to the survey. Descriptive statistics were employed to analyze the data set. The findings indicate that the frequencies, objectives and sharings of internet or social media usage of blind users show no differences than other users. Additionally, the results revealed that there was no statistically significant difference between the frequency of internet and social media usage of blind users and demographic characteristics, such as gender, age and levels of education. However, it has been found that blind users with secondary, high school and associate degree spend more time on internet and social networking sites when compared to those with undergraduate degree.

Keywords: Blind users, Social media, Usage habits

Introduction

Social networking sites have become indispensable part of modern society as a result of advances in information and communication technologies as well as increased access to internet. It can be noted that social media platforms enable users to form their own contents and have user-friendly technologies, so they come into prominence in our daily lives. Individuals often share their thoughts via social media tools, and involve in discussions related to these thoughts, paving the way new ideas. On the other hand, different usages of social media tools have emerged as a result of their usage in a wide range of aspects of life and their prevalence in each section of the society. In this sense, it can be argued that social media tools are employed by individuals to express themselves, to socialize, and to get or give information, etc. They are also used for sharing personal information, photos and video contents as well as looking for jobs.

Internet and social networking sites have an impact on disabled individuals as much as in every segment of society. Disabled individuals can benefit from internet and social media tools thanks to assistive technologies. Blind individuals use other senses such as touch, sound and smell when they move. They can find their ways through screen readers and do whatever they want by touching. This study is significant in terms of focusing on the prevalence and purposes of internet and social media usages of blind individuals, examining their status in social communication and determining their accessibility status for education, entertainment, recruitment, socialization, etc. (Wentz and Lazar, 2011).

Individuals with different disabilities employ information and communication technologies for a variety of purposes. Blind users, for example, can read aloud by means of screen reader allowing them to read visual images on the screen, assistive tools designed by using Braille Alphabet or Braille printers while using computers, surfing on the internet and using social networking sites (Fichten, Asuncion, Barile, Fossey, and De Simone, 2000; NFB, 2007; Wentz and Lazar, 2011). At this precise point, it can be noted that the best method is to design applications by using screen readers because the costs of tools based on Braille Alphabet are highly expensive and each blind individual may not employ Braille Alphabet (Wentz and Lazar, 2011).

Blind users rest on their families or friends in order to cope with accessibility problems related to any issue in their daily lives. In order to access to knowledge, blind individuals receive support from their families at home, and from their friends in workplaces and schools. On the other hand, they need to employ internet or social media tools so that they can have access to knowledge when they face different situations and have different purposes without support of their family members or friends (Brady, Zhong, Morris and Bigham, 2013).

More scholars have focused on social media usages of blind individuals in developed countries (Brady, Zhong, Morris and Bigham, 2013; Burke, Kraut and Williams, 2010; Fuglerud, Qiu, Hu ve Rauterberg, 2015; Tjøstheim, Gunnarsson and Tollefsen, 2012; Tsaousides, Matsuzawa and Lebowitz, 2011; Wong and Cohen, 2016, Wu and Adamic, 2014). On the other hand, it can be noted that few studies on this issue have been conducted in developing and undeveloped countries (Brady, Zhong, Morris and Bigham, 2013). Although the opportunities provided by official and private corporations in our country (smartphones for blind people, reduction in prices of internet service, etc.) are not the same as with those in developed countries, it can be noted that there are a wide range of means for blind people. However, a systematic review of literature has revealed that a current gap exists in the research space, where relatively few studies on internet and social media usages of blind individuals.

When the existing literature is examined, it is seen that practicibilities of online services or accessibility of applications are the main research topics (Brady, Morris, Zhong, White, and Bigham, 2013; Brady, Zhong, Morris, and Bigham, 2013; Jayant, White, and Bigham, 2011). This situation indicates that we have only limited knowledge on how blind users employ internet and social media.

The purpose of the current study was to explore the internet and social media usage habits of blind individuals. In line with this aim, this study was to test whether there is statistically difference between socio-demographic characteristics and internet and social media usages of blind individuals. This descriptive study was designed as a survey research model. The following research questions framed the study:

- What are internet usage habits and purposes of blind users?
- What are social media usage habits and purposes of blind users?
- Is there any significant difference between internet and social media usages and demographic characteristics of blind users?

Method

This study adopted a descriptive survey research model to determine if internet and social media usage habits of blind users show differences according to some variables. Survey research model is to depict a situation which was available in the past or still exists as it is. The situation, individual or object is attempted to be described as it is or according to existing situations. There is no effort to change them or impact any way (Karasar, 2007).

Procedure and Study Group

The survey form was submitted to blind users in the study group recruited by means of several social media tools (Facebook, Twitter, WhatsApp, and Playroom). Table 1 summarizes the demographic characteristics of the participants in the study.

Table 1. *Socio-demographic characteristics of blind users*

	Demographic Characteristics	f	%
Gender	Female	11	25.5
	Male	32	74.5
Age Groups	15-18	2	4.6
	19-22	11	25.5
	23-26	8	18.6
	27-30	8	18.6
	31-34	4	9.3
	35 and above	10	23.4
	Secondary	5	11.6
	High School	18	41.8
Level of Education	Associate Degree	5	11.6
	Undergraduate	12	28.0
	Graduate	3	7.0
	Mediterranean	3	7.0
	Aegean	6	14.0
Living Area	Central Anatolia	16	37.2
	South-East Anatolia	3	7.0
	Black Sea	5	11.4
	Marmara	10	23.4
	Employed	20	46.5
Working Status	Unemployed	23	53.5
	Smart Phone	21	48.8
Devices connected to internet	Computer	12	28.0
	Tablet	3	7.0
	All of them	7	16.2
	VoiceOver	13	30.3
	Jaws for Windows	12	27.9
Screen Reader Programme	NVDA	7	16.3
	TalkBack	6	14.1
	Other	5	11.4
	Total	43	100

When the demographic characteristics of the participants are examined, it is seen that the number of females equal to one third of males. There are participants in every age segment in the study. Most of the participants are included in 19-22 age group. When it comes to level of education, there are more people with high school and graduate degrees. Most of the participants dwell in Central Anatolian and Marmara Regions, and there is almost parity in working status of the participants. They also employ their smart phones while connecting to internet and social networking sites, whereas VoiceOver and JAWS for Windows programmes are often used as screen readers.

Data Collection Tools

Survey research design, one of the quantitative research models, was employed to collect data. In this present study, the data draws on surveys. A systematic review of literature was conducted while preparing survey questions and forming the conceptual framework. Following the pilot study of the survey, some questions were changed, expert opinions were asked to determine the validity and the data collection process was started after the survey form was revised in accordance with the expert opinions. The survey form included three parts which aim to determine internet and social media usage purposes of blind users. In the first part of the survey form, there are questions on demographic characteristic, while internet usages are examined in the second part of the form. The third part includes questions on social media usage habits of the participants.

Analysis of Data and Measurements

Employing an electronic survey form, the data collection process lasted for one month (1-31 July 2018). The obtained data were analyzed through SPSS 21.00 statistical software package. Descriptive statistics and frequency distributions were used to show demographic characteristics of blind users. Mann Whitney U and Kruskal Wallis H tests were conducted to assess the differences between internet and social media usages and demographic characteristics of blind users.

Findings

The data draws on the survey used to determine internet and social media usage status of blind users. The findings from the obtained data are assessed.

Internet Usage Habits of Blind Users

Table 2 summarizes internet usage habits of blind users.

Table 1. *Distributions on internet usage habits of blind users*

	Internet Usage	f	%
Average time spent on internet	1-3 hours	15	35.0
	4-6 hours	11	25.5
	7-9 hours	11	25.5
	10 hours and above	6	14.0
Average time spent on social media platforms in a day	1-2 hours	20	46.5
	3-4 hours	11	25.5
	5-6 hours	9	21.0
	7 and above	3	7.0
Internet access place	Home	24	56.0
	Workplace	14	32.0
	Other	5	12.0
Having a Blog	Yes	4	9.0
	No	39	91.0
Using forum websites	Yes	8	19.0
	No	35	81.0
	Total	43	100

As indicated in Table 2, when the findings related to internet usage habits of blind users are examined, it is seen that 39,5% of the participants spend 1-3 hours on internet per day, 25,5% of them spend 4-6 hours, twenty-one percent of them spend 7-9 hours, and fourteen percent of them have more than 10 hours internet usage time. When the average time spent on social networking sites are examined, it is seen that fifty-six percent of the participants spend one or two hours on social media, 25,5% of them spend 3-4 hours, twelve percent of them five or six hours, and 6,5% of them have more than 7 hours social media usage time. When it comes to internet access place of the participants, it is seen that fifty-six percent of them access internet in their homes, thirty-two percent of them have internet access in their workplaces, and twelve percent of them access internet in other environments. Nine percent of the participants have blogs, while the rest of them don't have any blog website. When it comes to using forum websites, it is seen that 19 percent of the participants answered 'Yes', whereas eighty-one percent of them don't use forum websites.

Internet Usage Purposes of Blind Users

Table 3 Summarizes internet usage purposes of blind users.

Table 2. *Internet usage purposes of blind users*

Internet Usage Purposes	N	%
Being updated with current issues	35	20.5
Access to social networking sites	32	18.7
Access to e-mail	29	17.0
Doing searches on several topics	27	15.8
For entertaining	22	13.0
Doing online operations in e-Government Portal	15	8.7
Being updated with technological advances	5	3.0
Using podcast	4	2.2
Learning a language	2	1.1

As indicated in Table 3, when the internet usage purposes of blind users are examined, the participants mostly use internet for being updated with current issues, followed by access to social networking sites, access to e-mail, doing searches on several topics, for entertaining, doing online operations in e-Government Portal. Being updated with technological advances, using podcast and learning a language are other internet usage purposes of some of the blind users.

Social Media Usage Habits of Blind Users

Three questions were asked to the participants in the study to determine their social media usage habits. The first question focused on their social media tool preferences, whereas the second one was on their social media usage purposes. The last question included the information about their sharings on social networking sites.

Social Media Tool Preferences of Blind Users

Table 4 summarizes social media tool preferences of blind users.

Table 3. *Social media tool preferences of blind users*

Social Media Tools	N	%
WhatsApp	37	23.2
Youtube	33	20.7
Facebook	25	15.7
Twitter	20	12.5
Instagram	16	10.0
Forum websites	11	7.0
Skype	10	6.2
Podcast	4	2.5
LinkedIn	3	2.2

As indicated in Table 4, blind users mostly prefer WhatsApp as a social media tool, followed by Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, Forum websites and Skype. Podcast and LinkedIn are the least preferred social media tools of blind users.

Social Media Tool Usage Purposes of Blind Users

Table 5 summarizes social media tool purposes of blind users.

Table 4. *Social media tool usage purposes of blind users*

Social Media Tool Usage Purposes	N	%
Being updated with current issues	31	17.8
Communication (e.g. relatives)	27	15.5
Exchanging information and ideas	27	15.5
Accessing to knowledge for educational purposes	27	15.5
Sharing content in several groups	20	11.5
Having enjoyable time and entertainment	19	11.0
Sharing experiences	18	10.4
Sharing photos	12	6.8
Finding new friends	11	6.4

As indicated in Table 5, blind users mostly employ social media for being updated with current issues, followed by communication (e.g. relatives), exchanging information and ideas,

accessing to knowledge for educational purposes, sharing content in several groups, having enjoyable time and entertainment, sharing experiences, sharing photos and finding new friends.

Content Shared by Blind Users in Social Networking Sites

Table 6 summarizes the content shared by blind users in social networking sites.

Table 5. *Content shared by blind users in social networking sites*

Content shared in Social Media	N	%
Sharing current issues	17	18.5
Sharing the content reflecting my philosophy	16	17.0
Sharing the knowledge I learn at school or course etc.	12	12.7
Instant status	12	12.7
The location I am present	10	10.6
My friends' sharings	9	9.5
Sharing the problems and looking for solutions	8	8.5
The product or service I buy	8	8.5

As indicated in Table 6, blind users mostly use social media tools to being updated with current issues and share the instant news on their accounts, followed by sharing the content reflecting their philosophy, sharing the knowledge they learn at school or course etc., instant status, the location they are present, their friends' sharings, sharing the problems and looking for solutions and the product or service they buy.

Examining Internet and Social Media Usages of Blind Users according to Demographic Variables

Table 7 summarizes the results obtained after the analyses conducted through Mann Whitney U test on daily internet usage frequencies according to gender.

Table 6. *Mann whitney u test results on daily internet usage frequencies according to gender*

Gender	N	Mean rank	Sum of ranks	U	p
Female	11	20.05	220.50	154.5	.533
Male	32	22.67	725.50		

As indicated in Table 7, there is no statistically difference between internet usage frequencies of blind users and their gender. In this sense, it can be noted that there are similarities between female and male internet users in terms of daily internet usage frequency.

Daily internet usage frequencies of blind users and the age groups were compared through Kruskal Wallis H test and Table 8 summarizes the results.

Table 7. *Kruskal wallis h test results on daily internet usage frequencies of blind users according to age groups*

Age groups	N	Mean rank	Chi-Square	df	p
15-18	2	20.00	4.37	5	.49
19-22	11	20.64			
23-26	8	29.44			
27-30	8	17.50			
31-34	4	22.13			
35 and above	10	21.50			

As indicated in Table 8, there is no statistically difference between daily internet usage frequencies of blind users and age groups. On the other hand, blind users aged between 23-26 use internet on a daily basis more than other groups, while those aged between 27-30 have the least percentage.

Daily internet usage frequencies of blind users and level of education were compared through Kruskal Wallis H test and Table 9 summarizes the results.

Table 8. *Kruskal wallis h test results on daily internet usage frequencies of blind users according to level of education*

Age groups	N	Mean rank	Chi-Square	df	p	Significant Difference
Secondary	5	29.30	14.72	4	.005	Secondary-Undergraduate,
High School	18	26.58				High School-Undergraduate,
Associate Degree	5	25.40				Associate Degree-Undergraduate
Undergraduate	12	11.08				
Graduate	3	20.33				

As indicated in Table 9, there is statistically significant difference between daily internet usage frequencies and level of education of blind users. Mann Whitney U test was conducted to figure out in which groups there are statistically significant differences and Table 10 summarizes the findings.

Table 9. Mann whitney u test results on daily internet usage frequencies of blind users according to level of education

Level of Education	N	Mean ranks	Sum of ranks	U	p
Secondary	5	12.70	63.50	41.50	.787
High School	18	11.81	212.50		
<u>Total</u>	<u>23</u>				
Secondary	5	6.20	31.0	9.00	.419
Associate Degree	5	4.80	24.0		
<u>Total</u>	<u>10</u>				
Secondary	5	14.20	71.00	4.00	.002
Undergraduate	12	6.83	82.00		
Total	17				
Secondary	5	5.20	26.00	4.00	.273
Graduate	3	3.33	10.00		
<u>Total</u>	<u>8</u>				
High School	18	12.33	222.0	39.0	.691
Associate Degree	5	10.80	54.0		
Total	23				
High School	18	19.47	350.50	36.5	.001
Undergraduate	12	9.54	114.50		
<u>Total</u>	<u>30</u>				
High School	18	11.47	206.5	18.5	.412
Graduate	3	8.17	24.5		
<u>Total</u>	<u>21</u>				
Associate Degree	5	13.90	69.50	5.50	.003
Undergraduate	12	6.96	83.50		
<u>Total</u>	<u>17</u>				
Associate Degree	5	4.90	24.50	5.50	.571
Graduate	3	3.83	11.50		
<u>Total</u>	<u>8</u>				
Undergraduate	12	7.25	87.00	9.00	.233
Graduate	3	11.00	33.00		
<u>Total</u>	<u>15</u>				

As indicated in Table 10, according to Mann-Whitney U test, used to compare differences between internet usage frequencies and level of educations of blind users, it is seen that there is statistically significant difference between secondary and undergraduate, high school and undergraduate, associate degree and undergraduate. Basen on these results, it can be noted that there is statistically significant difference between blind users with undergraduate degree and those with secondary, high school and associate degree in terms of daily internet usage frequencies.

Mann-Whitney U test was used to compare the social media usage frequencies and genders of blind users, and Table 11 summarizes the results.

Table 10. *Mann whitney u test results on the comparison of daily social media usage frequencies and gender of the blind users*

Gender	N	Mean rank	Sum of rank	U	p
Female	11	19.00	209.00	143.0	.371
Male	32	23.03	737.00		

As indicated in Table 11, there is no statistically significant differences between daily social media usage frequencies and gender of blind users. Additionally, it is seen that there are similarities between female and male blind users in terms of daily social media usage frequencies.

Kruskal Wallis H test was used to compare the daily social media usage frequencies and age of blind users and Table 12 summarizes the results.

Table 11. *Kruskal wallis h test results on the comparison of daily social media usage frequencies and age of the blind users*

Age groups	N	Mean rank	Chi-Square	df	p
15-18	2	26.00	3.95	5	.55
19-22	11	23.05			
23-26	8	26.81			
27-30	8	22.25			
31-34	4	17.63			
35 and above	10	17.75			

As indicated in Table 12, there is no statistically significant differences between daily social media usage frequencies and age of blind users. Additionally, when the daily social media usage frequencies are compared with age groups, it is seen that those aged 23-26 have the highest percentage in daily social media usage, whereas the participants aged 31-34 have the lowest percentage.

Kruskal Wallis H test was used to compare the daily social media usage frequencies and level of education of blind users and Table 13 summarizes the results.

Table 12. *Kruskal wallis h test results on the comparison of daily social media usage frequencies and level of education of the blind users*

Age groups	N	Mean rank	Chi-Square	df	p
Secondary	5	26.20	6.41	4	.170
High School	18	25.69			
Associate Degree	5	20.40			
Undergraduate	12	16.08			
Graduate	3	19.17			

As indicated in Table 13, there is no statistically significant differences between daily social media usage frequencies and level of education of blind users. In this sense, when the daily social media usage frequencies are compared with level of education, it is seen that those with secondary degree have the highest percentage in daily social media usage, while the participants with undergraduate degree have the lowest percentage.

Discussion and Conclusion

This study has sought to illuminate internet and social media usage habits and socio-demographic characteristics of blind users. This study is to examine if there is statistically significant difference between internet and social media usage habits and socio-demographic characteristics of blind users. Based on the results of the study, it is seen that a total of 43 participants, of whom 11 were female and 32 were male were recruited in the research. Most of the participants are between 19-22 and 35 and above age range. Given the level of education, those with high school and undergraduate degrees make up a high proportion of the sample. When it comes to their working status, it is seen that the numbers are almost equal to each other. Most of the participants prefer to use smartphones while accessing to internet. There is evidence to suggest that the most preferred screen readers that are one of the most essential needs of blind users can be listed as respectively, VoiceOver, Jaws for Windows and NVDA. Jaws for Windows, that is the most favourite screen reader programme, is mostly preferred as it is compatible with a wide range of softwares, pronounces correctly and clearly, and provides users with different voices (female and male voices). This software is generally used in desktop and laptop computers. On the other hand, VoiceOver and NVA are mostly preferred screen reader softwares in smartphones.

When the average time spent on internet on a daily basis is examined, it is seen that there are equal distributions, while almost half of the participants generally spend one or two hours on social networking sites. Those who access to internet in their homes mentioned that they prefer their homes while accessing to internet as they don't work or cannot go around without assistance. On the other hand, some of the participants who work access to internet in their workplaces. When the blind users were asked if they have blog webpages, it was found that only a few participants use blogs. At this precise point, it can be noted that it must be appreciated that some of the participants have blog webpages despite the low number of users. The participants were asked whether they use forum websites or not, and it was concluded that few blind users benefit from forums. However, this situation also must be appreciated.

When the internet usage habits of the participants are examined, it was found that the participants mostly employ internet for being updated with current issues, accessing to social networking sites, using e-mails, searching for something, entertainment and e-Government operations. There are several studies that corroborated with the findings of this study. In this sense, the works of Kaya (2014), Koçer (2012) and Nagler, Ebner, and Schön (2015) concluded that there are similarities in internet usage purposes of users from different levels.

When the social media usage habits are examined, it is seen that the participants mostly use such tools as WhatsApp, Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, forum websites, and Skype. The participants use social networking sites for such purposes as being updated with current issues, communication, exchanging information and ideas, accessing to knowledge for educational purposes, sharing content in several groups, having enjoyable time and entertainment, sharing experiences, sharing photos, and finding new friends.

The results of the study revealed that blind users mostly share current issues, personal thoughts, the knowledge they learn at school or course, instant status, and the location they are present. Correspondingly, it can be noted that blind users don't differ from others in terms of social media sharings. In this sense, there are several studies that concur well with the findings of this study. Dikme (2013), Kaya (2014), Koçer (2012), Küçükali (2016) and Nagler, Ebner, and Schön (2015) concluded that there are similarities among the participants in terms of social media usage purposes even though the study groups were comprised of different samples.

Taken together, it can be suggested that although the participants of those studies focusing on internet and social media usages of the individuals, the findings show similarities as the phenomenon examined is the same.

Based on the findings on internet and social media usage habits in terms of socio-demographic characteristics, it can be concluded that there is no statistically significant difference between internet usage frequencies and gender and age groups of blind users, while the statistics show significant difference between internet usage frequencies and level of education. When the differences among the groups are examined, it is seen that those with secondary, high school and associate degree spend more time on internet and social networking sites than the participants with undergraduate degree. There is no statistically significant difference between social media usage frequencies and gender, age groups and level of education of the blind users.

The findings of this study have several practical implications. In this sense, it is of great importance to determine the internet and social media usage habits and purposes of blind users in that the results can be employed to reach blind people through internet and social networking sites, help them with their problems and demands, enable them to complete their interrupted educational activities, and to be employed in workplaces.

In a nutshell, it can be concluded that blind users can express themselves in virtual environments through internet and social networking sites with the help of assistive technologies without feeling tired or searching for more support even though there are some limitations, including knowledge, skills, infrastructure, and equipment. The blind users prove that they can employ internet technologies such as web 2.0 tools and social networking sites effectively and contribute to these virtual environments through their own contents. This study is expected to contribute to the existing literature in terms of communication and sharing knowledge roles of the blind users even though the sample in the study included less people. Internet and social networking sites can be considered as having big potential so that blind users can eliminate barriers faced while performing a task independently. This situation shouldn't be ignored and awareness on this issue should be raised.

References

- Brady, E. L., Zhong, Y., Morris, M. R., and Bigham, J. P. (2013-a). Investigating the appropriateness of social network question asking as a resource for blind users. *In Proceedings of the 2013 Conference on Computer Supported Cooperative Work* (ss. 1225–1236). New York, NY: ACM. doi:10.1145/2441776.2441915
- Brady, E., Morris, M. R., Zhong, Y., White, S., and Bigham, J. P. (2013-b). Visual challenges in the everyday lives of blind people. *In Proc CHI'13*, 2117–2126.
- Burke, M., Kraut, R. and Williams, D. (2010). Social use of computer-mediated communication by adults on the autism spectrum. *Proceedings of the 2010 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*, ACM, 425–434. <http://doi.org/10.1145/1718918.1718991>
- Dikme, G. (2013). *Üniversite öğrencilerinin iletişimde ve günlük hayatta sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Fichten, C.S., Asuncion, J., Barile, M., Fossey, M., and De Simone, C. (2000). Access to educational and instructional computer technologies for postsecondary students with disabilities: Lessons from three empirical studies. *Journal of Educational Media*, 25(3), 179-201.
- Fuglerud, K. S., Tjøstheim, I., Gunnarsson, B. R., and Tollefsen, M. (2012). Use of social media by people with visual impairments: usage levels, attitudes and barriers. *Proceedings of the 13th International Conference on Computers Helping People with Special Needs - Volume Part I*, Springer-Verlag, 565–572. http://doi.org/10.1007/978-3-642-31522-0_85
- Jayant, C., Ji, H., White, S., and Bigham, J. P. (2011). Supporting blind photography. *In Proc ASSETS'11*, 203–210.
- Karasar, N. (2007). *Bilimsel araştırma yöntemi*. (20th Ed.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaya, Y. (2014). *Mesleki ve teknik eğitim öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarının değerlendirilmesi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Koçer, M. (2012). Erciyes üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 18, 70-85.
- Küçükali, A. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı: Atatürk üniversitesi örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (13), 531-546

- Nagler, W., Ebner M., and Schön, M. (2015). Why facebook swallowed WhatsApp!. In *Proceedings of World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications 2015*. ss. 1383-1392 Chesapeake, VA: AACE.
- National Federation of the Blind (2007). *Promoting braille: A campaign to increase literacy for blind youth*. 12.08.2018 tarihinde http://www.nfb.org/nfb/Louis_Braille_coin_facts.asp?SnID=17585 adresinden alınmıştır.
- Qiu, S., Hu, J., and Rauterberg, M. (2015). Mobile social media for the blind: Preliminary observations. In *International Conference on Enabling Access for Persons with Visual Impairment* (ss. 152–156). 19.08.2018 tarihinde <https://www.researchgate.net/publication/272789786> adresinden alınmıştır.
- Tsaousides, T., Matsuzawa, Y. and Lebowitz, M. (2011). Familiarity and prevalence of Facebook use for social networking among individuals with traumatic brain injury. *Brain Injury* 25 (12), 1155–1162. <http://doi.org/10.3109/02699052.2011.613086>
- Wentz, B., and Lazar, J. (2011). Are separate interfaces inherently unequal? An evaluation with blind users of the usability of two interfaces for a social networking platform. In *Proc iConference'11*, 91–97.
- Wong, M. E., and Cohen, L. G. (2016). Access and challenges of assistive technology application: Experience of teachers of students with visual impairments in Singapore. *Disability, CBR ve Inclusive Development*, 26, 138–154. doi:10.5463/dcid.v26i4.450
- Wu, S., and Adamic, L. (2014). Blind users on an online social network. In *Proceedings of The SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (ss. 3133–3142). New York, NY: ACM. doi:10.1145/2556288.2557415