

Kültürlerarası Duyarlılık, Etnikmerkezcilik ve Sosyal Medya Kullanımı Etkileşimi

Öğretim Görevlisi Laçın Akyl^{1*}
Prof. Dr. Osman Yıldırım²



Geliş tarihi: 15.09.2020
Kabul tarihi: 17.11.2020

Atıf bilgisi:
IBAD Sosyal Bilimler Dergisi
Sayı: Özel Sayı Sayfa: 384-395
Yıl: 2020

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 17%
Bu makalede araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur.

¹İstanbul Arel Üniversitesi, Türkiye,
lacinakyil@arel.edu.tr,
ORCID ID 0000-0001-7816-3131

²İstanbul Arel Üniversitesi, Türkiye,
osmanyildirim@arel.edu.tr,
ORCID ID 0000-0002-8900-3050

* Sorumlu yazar

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, kültürlerarası duyarlılık, etnikmerkezcilik ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkilerin incelenmesidir. Bu amaçla, literatürde yer alan kültürlerarası duyarlılık, etnikmerkezcilik ve sosyal medya kullanımı ölçeklerinden yararlanılarak bir araştırma anketi oluşturulmuştur. Kolayda örnekleme yöntemi ile üç ayrı üniversitede okuyan ve ankete katılımı kabul eden 803 meslek yüksekokulu öğrencisine yüz yüze anket uygulanarak araştırma verisi toplanmıştır. Araştırma anketini oluşturan her bir ölçeğin, literatürdeki kullanımı araştırılmış ve ölçeklerle ilgili olarak güvenilirlik analizleri ile doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Ayrıca, araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla, araştırma değişkenleri arasındaki etkileri ve ilişkileri gösteren regresyon analizi ile korelasyon analizi yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, etnikmerkezcilik bağımlı değişkeninin sosyal medya kullanımı ve kültürlerarası farklılık alt boyutları ile % 46,3 oranında açıklanmıştır. Ayrıca, sosyal medya kullanımı için regresyon katsayısı ($\beta = ,135$; $p < 0,05$) bulunduğundan etnikmerkezcilik ile sosyal medya kullanımı arasında istatistiksel olarak pozitif yönlü ilişki vardır. Diğer yandan, sosyal medya anksiyetesi için regresyon katsayısı ($\beta = ,109$; $p < 0,05$) bulunduğundan, sosyal medya anksiyetesi ile etnikmerkezcilik arasında pozitif yönlü anlamlı olduğu görülmektedir. Benzer şekilde, kültürlerarası farkındalık boyutları ile etnikmerkezcilik arasında pozitif yönde istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kültürlerarası Duyarlılık, Etnikmerkezcilik, Sosyal Medya Kullanımı

Intercultural Sensitivity, Ethnicity and Social Media Use Interaction

Lecturer Laçın Akyl^{1*}
Prof. Dr. Osman Yıldırım²

First received: 15.09.2020
Accepted: 17.11.2020

Citation:
IBAD Journal of Social Sciences
Issue: Special Issue **Pages:**384-395
Year: 2020

This article was checked by *iThenticate*.
Similarity Index 17%

¹Istanbul Arel University, Turkey,
lacinakyil@arel.edu.tr,
ORCID ID 0000-0001-7816-3131

²Istanbul Arel University, Turkey,
osmanyildirim@arel.edu.tr,
ORCID ID 0000-0002-8900-3050

* Corresponding Author

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the relationships between intercultural sensitivity, ethnocentrism and social media use. For this purpose, a research questionnaire was created by using the scales of intercultural sensitivity, ethnocentrism and social media use in the literature. Survey data were collected by applying face-to-face questionnaires to 803 vocational school students who were studying at three different universities with the easy sampling method and accepted to participate in the survey. The use of each scale that constitutes the research questionnaire in the literature has been investigated, and reliability analyzes and confirmatory factor analyzes have been performed for the scales. In addition, in order to test the research hypotheses, correlation analysis with regression analysis showing the effects and relationships between research variables was performed. According to the findings, the ethnic centrism dependent variable was explained with the sub-dimensions of social media use and intercultural difference at a rate of 46.3%. In addition, since there is a regression coefficient for social media use ($\beta = .135$; $p < 0.05$), there is a statistically positive relationship between ethnocentrism and social media use. On the other hand, since there is a regression coefficient ($\beta = .109$; $p < 0.05$) for social media anxiety, it is seen that there is a positive meaning between social media anxiety and ethnocentrism. Similarly, statistically significant positive relationships were found between the dimensions of intercultural awareness and ethnocentrism.

Keywords: Intercultural Sensitivity, Ethnicity, Use of Social Media

GİRİŞ

Her alanda olduğu gibi yükseköğrenim alanında da öğrenciler, kültürel farklılıklar ile karşılaşmaktadır. Yurt dışında eğitime devam etme ihtiyacı durumunda veya yurt dışı kurumlarla eğitim işbirliği söz konusu olduğunda, öğrenciler farklı kültürler ile yüz yüze gelmektedirler. Bireylerin farklı kültürlere yaklaşımındaki farklılıklar nedeniyle bir takım kavramlar öne çıkmaktadır. Örneğin, sosyal medya kullanımı, farklı kültürleri hızla öğrenmeyi sağlaması veya farklı kültürlerin ayrıntılarını öğrenme fırsatı yaratmaktadır. Diğer yandan, farklı kültürler söz konusu olduğunda, bireylerin kendi kültürlerine sahip çıkma hali belirlemekte ve etnikmerkezci yaklaşım ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı, farklı kültürlere gösterdikleri duyarlı davranışlar ile etnikmerkezci yaklaşımları arasındaki etki araştırılmıştır. Üniversite öğrencilerinin eğitim sırasında veya eğitimleri bittikten sonra uluslararası ilişkileri artmaktadır. Üniversite gençliğinin yurt dışı temasının etkili ve verimli olması bakımından, gençliğin etnik merkezci yaklaşımı ve kültürlerarası duyarlılıkları önemli varsayılmış ve bu kavramlara dikkat çekilmiştir. Araştırma verisi toplamak amacıyla, literatürde yer alan ölçeklerden faydalanılarak tasarlanan anket kullanılmıştır.

Etnikmerkezci ilk olarak 1906 yılında W. G. Sumner tarafından tanımlanmıştır (Orhon, Yılmaz, 2013, s. 83). Etnikmerkezci, “bireyin en güçlü şekilde eşleştiği gruba verilen merkezi konum” olarak tanımlanmaktadır (Öğüt, 2011, s. 81).

Kültürlerarası duyarlılık ise “kültürlerarasındaki farklılıkları anlamaya, takdir etmeye, bunları Kabul ve motive etmeye yönelik arzular” olarak tanımlanmaktadır (Öğüt, 2011, s. 93).

Kültürlerarası Duyarlılık: Chen ve Starosta (1996) tarafından kültürlerarası duyarlılık ölçeği tanımlanmıştır. Chen ve Starosta (1996) tarafından ileri sürülen kültürlerarası duyarlılık ölçeği daha sonra Guo-Ming ve Starosta (2000) tarafından yeniden ele alınmıştır. Chen-Starosta modeli daha sonra başkaları tarafından çalışılmıştır (Fritz vd., 2005). Kültürlerarası duyarlılık ölçeğinin Türk literatüründe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması 2011 yılında Bulduk, Tosun ve Ardıç tarafından gerçekleştirilmiş ve çalışmanın Cronbach Alpha katsayısı 0,72 olarak belirtilmiştir (Bulduk, Tosun, Ardıç; 2011).

Kültürlerarası duyarlılıkta Chen ve Starosta'nın kültürlerarası duyarlılık ölçeğinin dışında Milton Bennett (1986) tarafından kültürlerarası duyarlılık gelişim modeli oluşturulmuştur. Mitchell R. Hammer ve Milton Bennett (1998) tarafından oluşturulan kültürlerarası gelişim envanterinin amacı kültürlerarası duyarlılık gelişim modelinde belirlenen kültürlerarası farklılıkların yönelimlerini değerlendirmektir (Bekiroğlu, Balcı, 2014, s. 436).

Kültürlerarası duyarlılık ve etnikmerkezci üzerine çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Öğüt (2017) “Kültürlerarası Duyarlılık Düzeyi ile Etnikmerkezci, Yaşam Doyumu ve Mutluluk Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” adlı çalışmasında kültürlerarası duyarlılık düzeylerinin katılımcıların ülke dışında bulunma ve bulunmama durumlarına göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (Öğüt, 2017).

Demir ve Üstün (2017) ise “Öğretmen Adaylarının Kültürlerarası Duyarlılık ve Etnikmerkezci Düzeylerinin İncelenmesi” adlı çalışmasında katılımcıların mezun oldukları lise tipinin kültürlerarası duyarlılık düzeyi ile etkisinin anlamlı olduğu öte yandan etnikmerkezci düzeylerindeki etkisinin ise anlamlı sonuca ulaşmadığı tespit edilmiştir (Demir, Üstün, 2017).

Tezcan (2020) “Turist Rehberlerinin Kültürlerarası Duyarlılık ve Etnikmerkezci Düzeylerini Etkileyen Faktörler” adlı çalışmasında katılımcıların yaşamış oldukları coğrafi bölge ve yerleşim yerleri ile kültürlerarası duyarlılık ve etnikmerkezci düzeyleri arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir (Tezcan, 2020).

Bilgiç ve Şahin (2019) “Hemşirelik Öğrencilerinin Kültürlerarası Duyarlılık ve Etnikmerkezci Düzeyleri” adlı çalışmasında katılımcıların kültürlerarası duyarlılık düzeyleri yükseldikçe etnikmerkezci düzeylerinin düştüğü tespitine varmıştır (Bilgiç, Şahin, 2019).

Literatür incelendiğinde, kültürlerarası duyarlılık, kültürlerarası farkındalık ve kültürlerarası iletişim, kültürlerarası duyarlılık kavramını açıklamak için birbirinin yerini alabildiği görülmektedir (Guo-Ming, Starosta, 2000; Olson ve Kroeger, 2001; Coffey vd., 2013).

Etnikmerkezcilik: Bu çalışmada, Neuliep ve McCroskey (1997) tarafından geliştirilen 18 maddelik 5'li Likert tipi Etnikmerkezcilik Ölçeği kullanılmıştır. Neuliep vd. (2001), yaptıkları nicel bir çalışma ile üniversite öğrencilerinin etnikmerkezcilik düzeylerini incelemişlerdir. Etnikmerkezcilik ölçeğinin Türkçeye uyarlama çalışması Üstün (2011) tarafından yapılmıştır (Üstün, 2011).

Sosyal Medya Kullanım: Özellikle internetin yaygın kullanımı sosyal medya kullanımını da yaygınlaştırmıştır. İnternetin sosyal medya kullanımının etkisi akran ilişkilerinin kalitesi üzerinde etkiler yaratmış ve yeni bir iletişim ortamı yaratmıştır (Subrahmanyam ve Greenfield 2008; Valkenburg ve Peter, 2007).

Bu araştırmada, katılımcıların sosyal medyaya bakış açısını ortaya koymak üzere, Gerrit vd. (2017) tarafından geliştirilmiş ölçek kullanılmıştır.

YÖNTEM

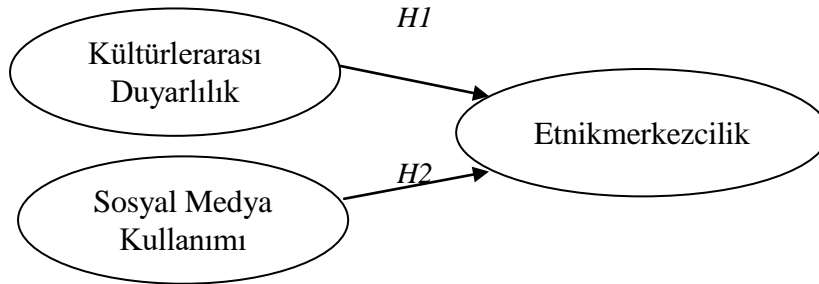
Her gün kendini geliştiren üniversite öğrencisi gençlerin kültürlerarası duyarlılıkları, etnik merkezci yaklaşımları bu çalışma için önemli varsayılmıştır. Diğer yandan gelişime açık üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımını çok yoğun kullandıkları kabul edilerek araştırmaya sosyal medya kullanımı değişkeni eklenmiştir. Veri toplamak amacıyla, İstanbul'da faaliyet gösteren üç farklı vakıf üniversitesi meslek yüksek okulu öğrencileri seçilmiştir. Kolayda örnekleme yöntemi ile anketi gönüllü olarak doldurmayı Kabul eden öğrencilere yüz yüze anket uygulanarak araştırma verisi toplanmıştır.

Elde edilen veriler kullanılarak, her bir araştırma değişkenini temsil eden ölçeklerin doğrulayıcı faktör analizleri, korelasyon güvenirlik analizleri SPSS programı yardımıyla yapılmıştır. Çoklu regresyon analizi yardımıyla hipotezlerin açıklaması yapılmıştır.

Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırma modeli Şekil 1'dedir. Bu araştırma modeline göre aşağıdaki gibi 2 hipotez türetilmiştir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Hipotez 1: Kültürlerarası duyarlılık etnikmerkezciliği istatistiksel olarak etkiler.

Hipotez 2: Sosyal medya kullanımı etnikmerkezciliği istatistiksel olarak etkiler.

Kullanılan İstatistikler

Araştırmada toplanan anket cevapları SPSS 22.00 ve AMOS 24.0 programı kullanılarak analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerle ilgili doğrulayıcı faktör analizleri ve Cronbach's Alpha, değerleri de hesaplanmıştır. Araştırma modeli hiyerarşik regresyon ve korelasyon analizleri uygulanarak test edilmiştir.

Araştırma Ölçekleri

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği: Kültürlerarası duyarlılık ölçeği daha sonra Guo-Ming ve Starosta (2000) tarafından geliştirilmiştir. Kültürlerarası duyarlılık ölçeğinin Türkçeye uyarlama çalışması Bulduk, Tosun, Ardıç (2011) tarafından yapılmıştır.

Etnikmerkezcilik Ölçeği: Bu çalışmada Neuliep ve McCroskey (1997) ölçeği kullanılmıştır. Etnikmerkezcilik ölçeğinin Türkçeye uyarlama çalışması Üstün (2011) tarafından yapılmıştır.

Sosyal Medya Ölçeği: Veri toplamak amacıyla, katılımcıların sosyal medya bakımından görüşleri, Gerrit vd. (2017) tarafından geliştirilen sosyal medya ölçeği kullanılmıştır.

BULGULAR

Demografik Özellikler

Ocak 2019-Şubat 2019 ayları arasında uygulanan anket çalışması için 820 kişi ile anket yapılmıştır. Ancak yapılan inceleme sonucunda 17 adet anketin doldurma oranı çok düşük olduğundan değerlendirme dışı tutulmuştur. Böylelikle katılımcı sayısı 803 olarak belirlenmiştir. Anket katılımcılarının demografik özelliklerine ilişkin yüzdesel dağılım Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Yüzdesel Dağılım Tablosu

		n	N %
Cinsiyet	Erkek	350	44,8%
	Kadın	450	56,2%
Yaş	20 den az	220	27,5%
	20-25 arası	550	68,7%
	25-30 arası	20	3,0%
	30 ve üzeri	10	2,5%
Bölüm	Adalet/İş Sağlığı ve Güvenliği	120	16%
	Sağlık bölümleri	350	46,6%
	Muhasebe/Bankacılık/İşletme	90	12%
	Sanat/Tasarım	50	5,9%
	Halkla İlişkiler/ Radyo TV	20	2,9%
Kredi	Sivil Havacılık	100	13,4%
	Diğer	20	2,9%
	1,5 ve daha az	60	8%
	1,6-2,5	400	53,4%
	2,6-3,5	340	42,6%
	3,6 ve üzeri	45	4,9%

Doğrulamalı Faktör Analizleri

Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA) ile her ölçek için ayrı ayrı ölçüm modellerinin anlamlı olup olmadığı AMOS 22.0 paket programı ile araştırılmıştır. Tablo 2’de sunulan uyum indeks değerlerine (serbestlik derecesi ile düzeltilmiş Ki- Kare (χ^2) değeri, Ki-Kare değeri/Serbestlik derecesi, diğer uyum iyiliği indeksleri) göre ölçüm modellerinin kabul edilebilir olduğu görülmüştür. Daha sonra tam modelin uygunluğu iyi uyum ölçütleri yardımıyla değerlendirilmiştir (Schermelleh-Engel vd., 2003).

Tablo 2. Doğrulayıcı Faktör Analizinde Kullanılan Uyum İyiliği İndeksleri ve Uyum Değerleri

İndeksler	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2 / df	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 < \chi^2/df \leq 3$
GFI	$\geq 0,90$	0,85-0,89
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95$
SRMR	$\leq 0,05$	$,06 \leq SRMR \leq ,08$
RMSEA	$\leq 0,05$	$,06 \leq RMSEA \leq ,08$

Ölçüm modelinde kullanılan ölçekler ile ilgili olarak yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 3,4 ve 5’de gösterilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizinde model test değerleri, ($P < 0,05$), $\chi^2 (1527,003)$, $\chi^2/df (3,55)$ bulunduğundan Ölçüm modeli için Doğrulayıcı Faktör Analizinin anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Modelin uyum indeks değerleri **GFI**(.905),**CFI** (.947), **SRMR** (.0511) , **RMSEA** (.053) kabul edilebilir sınırlar içinde yer aldığından ölçüm modelinin DFA’sı geçerli olduğu anlaşılmaktadır (Fornell ve Larcker, 1981; Schermelleh-Engel vd., 2003).

Tablo 3. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin (ISS) DFA Sonuçları

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin İfadeleri (ISS)		Boyut	Standardize edilmemiş	Standardize edilmiş tahmini değer	C.R.	P
ISS13	<---	PI	1,000	,846		
ISS22	<---	PI	,848	,733	19,359	***
ISS23	<---	PI	,739	,729	19,842	***
ISS8	<---	RD	,747	,746	19,983	***
ISS16	<---	RD	,884	,691	19,212	***
ISS18	<---	RD	1,000	,716		
ISS3	<---	CI	1,000	,753		
ISS4	<---	CI	1,025	,804	22,182	***
ISS5	<---	CI	,938	,718	20,175	***
ISS10	<---	CI	,794	,647	18,205	***
ISS9	<---	EI	1,000	,778		
ISS12	<---	EI	1,415	,795	16,436	***
ISS15	<---	EI	1,377	,761	16,123	***
ISS14	<---	AI	1,000	,807		

*** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$ (Modifikasyon sonrası DFA sonuçlarına göre tabloda yer alan ifadelerin tümünün standartlaştırılmış regresyon katsayıları $p < 0,05$ düzeyinde anlamlıdır)

Tablo 4. Etnikmerkezcilik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Ölçek İfadeleri		Boyut	Standardize edilmemiş	Standardize edilmiş tahmini değer	C.R.	P
ETN5	<---	ETN	,567	,795	26,350	***
ETN6	<---	ETN	,692	,742	25,650	***
ETN8	<---	ETN	,618	,717	24,707	***
ETN10	<---	ETN	,534	,711	22,279	***
ETN13	<---	ETN	,702	,693	21,501	***
ETN15	<---	ETN	,829	,657	20,981	***
ETN17	<---	ETN	,957	,778	25,863	***
ETN18	<---	ETN	,960	,733	23,823	***
ETN19	<---	ETN	,987	,766	25,499	***
ETN20	<---	ETN	1,00	,823		

*** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

Tablo 5. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Ölçek İfadeleri		Boyut	Standardize edilmemiş	Standardize edilmiş tahmini değer	C.R.	P
SMU6	<-	SMU	,760	,717	18,857	***
SMU5	<-	SMU	1,021	,711	17,726	***
SMU4	<-	SMU	,939	,712	16,744	***
SMU3	<-	SMU	,976	,655	15,501	***
SMU2	<-	SMU	1,000	,758		
SMU9	<-	SMA	,943	,600	12,362	***
SMU8	<-	SMA	1,000	,867		

*** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliği araştırması yapılmaktadır. Bu çalışmada, Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi kullanılmıştır. Tablo 6 ile gösterilen güvenilirlik katsayısı yüksek güvenilirlik düzeyindedir.

Korelasyon Analizi

İki değişken arasındaki ilişki, ikili ya da basit korelasyon ismi verilen korelasyon teknikleriyle bulunur. Araştırma değişkenleri ile ilgili olarak yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Korelasyon Analizi ve Güvenilirlik Değerleri

Ölçek	\bar{X}	S D	PI	RD	CI	EI	AI	SMU	SMA	ETN
Kültürlerarası Etkileşime Katılım (PI)	3,8	,9	1							
Kültürel Farklılıklara Saygı Duyuma (RD)	2,1	,9	-,400**	1						
Kültürlerarası Etkileşimde Özgüven (CI)	3,6	,9	,444**	-,380**	1					
Kültürlerarası Etkileşimden Zevk Alma (EI)	3,9	1,0	,260**	-,669**	,348**	1				
Kültürlerarası Etkileşime Özen Gösterme (AI)	4,0	,9	,570**	-,496**	,497**	,352**	1			
Sosyal Medya Kullanımı (SMU)	2,8	,9	,099**	,134**	,098**	-,202**	,104**	1		
Sosyal Medya Kaygısı (SMA)	2,8	1,1	-,009	,184**	-,004	-,242**	-,047	,474*	1	
Etnikmerkezcilik (ETN)	2,3	,9	-,218**	,580**	-,246**	-,593**	-,327**	,294*	,331**	1
Güvenilirlik Katsayısı Cronbach's Alpha			,842	,801	,833	,834	,800	,830	,810	,910

*** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

Araştırmada kullanılan etnikmerkezcilik (ETN), sosyal medya kullanımı (SMU), sosyal medya kaygısı (SMA), kültürel farklılıklara saygı duyma (RD), kültürlerarası etkileşimden zevk alma (EI), kültürlerarası etkileşime özen gösterme (AI), kültürlerarası etkileşime katılım (PI) ve kültürlerarası etkileşimde özgüven (CI) değişkenleri için hesaplanan güvenilirlik katsayıları ($\text{Alpha} > 0.80$) olduğundan yüksek güvenilirlik düzeyindedir.

Korelasyon analizinde; etnikmerkezcilik (ETN) bağımlı değişkenine, sosyal medya kullanımı alt boyutları olan sosyal medya kullanımı (SMU), sosyal medya kaygısı (SMA) pozitif yönlü etki etmektedir. Ayrıca, etnikmerkezcilik (ETN) bağımlı değişkenine kültürler arası farklılık ölçeği alt boyutları olan; kültürel farklılıklara saygı duyma (RD), kültürlerarası etkileşimden zevk

alma (EI), kültürlerarası etkileşime özen gösterme (AI), kültürlerarası etkileşime katılım (PI) ve kültürlerarası etkileşimde özgüven (CI) değişkenleri negatif olarak etki etmektedir.

Çoklu Regresyon Analizi

Regresyon analizi, aralarında ilişki olan iki ya da daha fazla değişkenden birinin bağımlı değişken, diğerlerinin bağımsız değişkenler olarak ayrımı ile aralarındaki ilişkinin bir matematiksel eşitlik ile açıklanması sürecini anlatır (Hair vd.,1998).

Etnikmerkezcilik (ETN) bağımlı değişkeninin, sosyal medya kullanımı ölçeği alt boyutları, sosyal medya kullanımı (SMU), sosyal medya kaygısı (SMA) ve kültürler arası farklılık ölçeği alt boyutları ile; kültürel farklılıklara saygı duyma (RD), kültürlerarası etkileşimden zevk alma (EI), kültürlerarası etkileşime özen gösterme (AI), kültürlerarası etkileşime katılım (PI) ve kültürlerarası etkileşimde özgüven (CI), hiyerarşik regresyon analizi kullanılarak test edilmiştir.

Tablo 7. Etnikmerkezcilik Bağımlı Değişkeninin Sosyal Medya Kullanımı ve Kültürler Arası Duyarlılık Ölçeği Alt Boyutları ile Açıklanması

Değişkenler	Standardize Edilmemiş Sabitler		Standardize Edilmiş Sabitler	t	p	ΔR^2	R^2
	β	Standart Hata	Standart β				
PI	,020	,031	,020	,647	,518	,018	(%46,3)
RD	,290	,036	,292	8,124	,000**	,289**	
EI	-,276	,030	-,309	-9,132	,000**	,105**	
AI	-,087	,032	-,090	-2,726	,007**	,002*	
CI	-,004	,029	-,004	-,130	,896	,000	
SMU	,135	,028	,137	4,782	,000**	,035**	
SMA	,109	,023	,133	4,745	,000**	,013*	

Etnikmerkezcilik (ETN) bağımlı değişkeninin sosyal medya kullanımı ve kültürlerarası duyarlılık ölçeği alt boyutları ile açıklanması modelinde etkili değişkenlerin tamamından hesaplanan açıklama oranı % 46,3 olarak gerçekleşmiştir. Bu modelle etnikmerkezcilik (ETN) değişkenindeki değişimin % 46,3'ü bu modeldeki etkili değişkenlerden kaynaklanmaktadır.

Sosyal medya kullanımı ölçeği alt boyutlarında; sosyal medya kullanımı (SMU) için regresyon katsayısı ($\beta = ,135$; $p < 0,05$) bulunduğu etnikmerkezcilik (ETN) değişkeninin pozitif yönlü anlamlı olduğu görülmektedir. Sosyal medya kullanımı (SMU) değişkeninin değerinin artması, etnikmerkezcilik (ETN) değişkeninin yükselmesine neden olduğu anlaşılmaktadır. Sosyal medya kaygısı (SMA) için regresyon katsayısı ($\beta = ,109$; $p < 0,05$) bulunduğu etnikmerkezcilik (ETN) değişkeninin pozitif yönlü anlamlı olduğu görülmektedir. Sosyal medya kullanımı (SMU) değişkeninin değerinin artması, etnikmerkezcilik (ETN) değişkeninin yükselmesine neden olduğu anlaşılmaktadır.

Kültürlerarası farklılık ölçeği alt boyutlarında; kültürel farklılıklara saygı duyma (RD) için regresyon katsayısı ($\beta = ,290$; $p < 0,05$) bulunduğu etnikmerkezcilik (ETN) değişkeninin pozitif

yönlü anlamlı olduğu görülmektedir. Kültürel farklılıklara saygı duyma (RD) değişkeninin değerinin artması, etnikmerkezcilik (ETN) değişkeninin yükselmesine neden olduğu anlaşılmaktadır. Kültürlerarası etkileşimden zevk alma (EI) için regresyon katsayısı ($\beta = -.276$; $p < 0,05$) bulunduğundan etnikmerkezcilik (ETN) değişkeninin negatif yönlü anlamlı olduğu görülmektedir. Kültürlerarası etkileşimden zevk alma (EI) değişkeninin değerinin artması, etnikmerkezcilik (ETN) değişkeninin azalmasına neden olduğu anlaşılmaktadır. Kültürlerarası etkileşime özen gösterme (AI) için regresyon katsayısı ($\beta = -.087$; $p < 0,05$) bulunduğundan etnikmerkezcilik (ETN) değişkeninin negatif yönlü anlamlı olduğu görülmektedir. Kültürlerarası etkileşime özen gösterme (AI) değişkeninin değerinin artması, etnikmerkezcilik (ETN) değişkeninin azalmasına neden olduğu görülmektedir. Kültürler arası farklılık ölçeği alt boyutlarından kültürlerarası etkileşime katılım (PI) ve kültürlerarası etkileşimde özgüven (CI) değişkenlerinin etnikmerkezcilik (ETN) bağımlı değişkeni üzerinde etkili olmadıkları anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Sosyal medya kullanımı günümüzde bireyler arasında çok yaygın olduğu gibi üniversite öğrencileri arasında da çok yaygındır. Bu nedenle, araştırma hipotezlerinin araştırılması amacıyla üniversitede okuyan öğrencilerin görüşlerine başvurulmuştur. Özellikle gençler sosyal medya araçlarını çok fazla kullanmaktadırlar. Diğer yandan, küreselleşen dünyada farklı kültürlerden kişiler çok sık bir biçimde bir araya gelmekte veya iletişime geçmektedirler. Farklı kültürlerden haberdar olan kişiler, kendi kültürlerini ve kendi değer yargılarını da yeniden değerlendirme gibi bir durumla da yüz yüze gelebilmektedirler.

Gençlerin sosyal medya kullanımının yaygın olması ve diğer kültürler ile daha çok yüz yüze gelmeleri göz önüne alınarak bu araştırma için örneklem olarak üniversite öğrencileri seçilmiştir.

Elde edilen istatistiksel bulgulara göre, araştırma değişkenleri arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Örneğin etnik merkezlik ile kültürel farklılıklara saygı duyma arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur (0,58). Diğer yandan, araştırma verileri hiyerarşik regresyon analizine tabi tutulmuş ve araştırma değişkenlerinin birbirlerini etkilerine bakılmış ve araştırma hipotezleri sınanmıştır.

Tablo 7 ile verilen istatistiksel bulgulara göre, etnikmerkezcilik (ETN) bağımlı değişkeninin sosyal medya kullanımı ve kültürler arası duyarlılık ölçeği alt boyutları ile açıklanması modelinde etkili değişkenlerin tamamından hesaplanan açıklama oranı % 46,3 olarak gerçekleşmiştir. Her ne kadar sonuçların genelleme iddiası olmamakla beraber (kolayda örnekleme yöntemi) bu modelle etnikmerkezcilik değişkenindeki değişimin % 46,3'ü bu modeldeki etkili değişkenlerden kaynaklanmaktadır (Hipotez 1 ve Hipotez 2 kabul edilmiştir).

Bu araştırma ile etnikmerkezciliğin üzerinde etkili olan faktörlere dikkat çekilmek istenmiştir. Bu bakımdan, genelleştirme iddiası olmamakla beraber, araştırma sonuçları literatüre katkı yapan orijinal sonuçları olan bir çalışma olmuştur.

Bilgilendirme / Acknowledgement:

- 1- Yazarların araştırma tasarımı, anket yoluyla veri toplama, veri analizi, makaleyi dergi formatına uygun bir şekilde biçimlendirme gibi katkıları bulunmaktadır. Tüm yazarların katkı oranı eşit düzeydedir.
- 2- Bu makale 01-02 Eylül 2020 tarihinde gerçekleştirilen 5th International Scientific Research E-Congress (IBAD-2020)'de sunulmuş, genişletilmiş ve gözden geçirilmiş halidir.
- 3- Çalışmaya katılan tüm öğrencilere teşekkür ediyoruz.
- 4- Makalenin yazarları arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.
- 5- Veriler 2019 yılında toplanmış ve yorumlanmıştır.
- 6- Bu makalede araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur.

KAYNAKÇA

- Bekiroğlu, Balcı, (2014). Kültürlerarası iletişim duyarlılığının izlerini aramak: iletişim fakültesi öğrencileri örneğinde bir araştırma. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 35, 429-460.
- Bilgiç, Ş., Şahin İ., (2019). Hemşirelik öğrencilerinin kültürlerarası duyarlılık ve etnikmerkezcilik düzeyleri. *SDÜ Sağlık Bilimleri Dergisi*, 10(3), 230-236.
- Bulduk S, Tosun H, Ardıç E. (2011). Türkçe kültürler arası duyarlılık ölçeğinin hemşirelik öğrencilerinde ölçümsel özellikleri. *Türkiye Klinikleri Journal of Medical Ethics-Law and History*, 19(1), 25-31.
- Chen, G., Starosta, W. (1996). *Intercultural communication competence: a synthesis. communication yearbook*. ed. Brant B. Burleson. (19), 353-383. California: Sage Publications.
- Coffey, A. J., Kamhawi, R., Fishwick, P., Henderson, J. (2013). New media environments' comparative effects upon intercultural sensitivity: a five-dimensional analysis. *International Journal of Intercultural Relations*, (37), 605-627.
- Demir, S., Üstün, E., (2017). Öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılık ve etnikmerkezcilik düzeylerinin incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(3), 1-11.
- Fornell, C., Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Fritz, W., Graf, A., Hentze, J., Mollenberg, A., Chen, G. M. (2005). An examination of Chen and Starosta's model of intercultural sensitivity in Germany and the United States. *Intercultural Communication Studies*, 14(1), 53-65.
- Gerrit I. van Schalkwyk, Carla E. Marin, Mayra Ortiz, Max Rolison, Zheala Qayyum, James C. McPartland, Eli R. Lebowitz, Fred R. Volkmar, Wendy K. Silverman (2017). Social media use, friendship quality, and the moderating role of anxiety in adolescents with autism spectrum disorder. *J Autism Dev Disord*, (47), 2805–2813.
- Guo-Ming, C., J. William Starosta, J.W. (2000). The development and validation of the intercultural sensitivity scale. *Annual Meeting of the National Communication Association*, 86. Seattle, WA, November 8(12), 4-5.
- Hair, J., Anderson, R.E., Tapham, R.L. (1998). *Multivariate data analysis*. New York: Prentice Hall.
- Neuliep, J.W., McCroskey, J. (1997). The Development of a u.s. and generalized ethnocentrism scale. *Communication Research Reports*, 14(4), 385-398.
- Neuliep, J. W., McCroskey, J. C., Chadoir.M. (2001). A cross cultural comparison of ethnocentrism among Japanese and United States college students. *Communication Research Reports*, 2(18), 137-146.
- Olson, C. L., Kroeger, K. R. (2001). Global competency and intercultural sensitivity. *Journal of Studies in International Education*, (5), 116-137.
- Orhon, E.N., Yılmaz, A. (2013). *Küreselleşme ve kültürlerarası iletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Öğüt, N. (2017). *Kültürlerarası duyarlılık düzeyi ile etnikmerkezcilik, yaşam doyumu ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, (8), 23–74.
- Subrahmanyam, K., Greenfield, P. (2008). Online communication and adolescent relationships. *Future Child*, 18(1), 119–146.

- Tezcan, A.E., (2020). *Turist rehberlerinin kültürlerarası duyarlılık ve etnikmerkezcilik düzeylerinin belirlenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Üstün, E. (2011). *Öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılık ve etnikmerkezcilik düzeylerini etkileyen etmenler*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Valkenburg, P. M., Peter, J. (2007). Preadolescents' and adolescents' online communication and their closeness to friends. *Developmental Psychology*, 43(2), 267–277.