

**SOSYAL MEDYA VE AKADEMİK BAŞARI: İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ
ÜZERİNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI**

*SOCIAL MEDIA AND ACADEMIC SUCCESS: A FIELD SURVEY ON INONU
UNIVERSITY STUDENTS*

Öğr. Gör. Meral ÇALIŞ DUMAN

İnönü Üniversitesi, Akçadağ MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, meral.calis@inonu.edu.tr,
Malatya/Türkiye

Öğr. Gör. Mustafa AKSOĞAN

İnönü Üniversitesi, Akçadağ MYO, Bilgisayar Teknolojileri Bölümü,
mustafa.aksogan@inonu.edu.tr, Malatya/Türkiye

ÖZ

Günümüz teknoloji çağının önemli getirilerinden birisi olan sosyal medya tüm dünyada yoğun bir şekilde kullanılmaktadır ve bu kullanımın çoğunu genç nüfus oluşturmaktadır. Hayatımızın her alanında etkileri hissedilen sosyal medyanın özellikle eğitim amaçlı kullanımı ve genç nüfusun eğitimi üzerindeki rolü önemli bir merak konusu oluşturmaktadır. Bu araştırma da bu merak duygusuna bağlı olarak yapılmıştır. Nitekim, bu araştırmanın amacı hedef kitle olarak seçilen üniversite öğrencilerinin akademik başarıları üzerinde sosyal medya rolünü ortaya koymaktır. Bu kapsamda İnönü Üniversitesi lisans öğrencileri üzerinde anket uygulaması ile veri toplanmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda, eğitim amaçlı olarak sosyal medya ve sosyal medya araçlarının kullanımının derslerde ve ders sonrası çalışmalarda eğlenerek öğrenmeyi sağladığı, grup kurma ve kaynak paylaşımları ile toplulukçu öğrenme hissini artırdığı, hoca- öğrenci ilişkilerini güçlendirdiği, iletişim yeteneklerini artırdığı ve çok yönlü düşünme becerisini kazandırarak akademik başarı üzerinde pozitif etkilerinin olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Sosyal medya, Akademik Başarı, Üniversite Öğrencileri ve İnönü Üniversitesi

ABSTRACT

Social media, one of the most important achievements of today's technology age, is being used extensively all over the world and the majority of this use is the young population. Especially for educational purposes and the role of social media on the education of the young population, the effects of which are felt in all areas of our life constitute an important curiosity. This research has been done due to this curiosity. The aim of this research is to reveal the social media role on the academic achievement of selected university students as the target audience. For this purpose, a questionnaire was applied to undergraduate students of İnönü University. As a result of the evaluations, it was found out that the use of social media and social media tools for educational purposes allows students to learn by having fun in lessons and after-hours activities, to increase group-building and resource sharing and collectivist learning, to strengthen student-student relationships, to enhance communication skills, positive effects on achievement were observed.

Keywords: Social Media, Academic Success, University Students and Inonu University

1. GİRİŞ

Küreselleşme, uluslararası rekabetçilik ve teknolojik devrimler bugün tüm dünyada büyük dönüşümlerin oluşmasına neden olmuş mega trendler arasındadır. Bu dönüşümler, insanların hayatlarında, yaşam tarzlarında, öğrenme stillerinde ve iş yapış şekillerinde önemli değişimlere neden olmuştur. Özellikle, teknolojik devrimlere bağlı olarak ortaya çıkan olanaklar insan hayatını her alanda kolaylaştırarak büyük faydalar sağlamıştır. Son yıllarda hayatımızın neredeyse her alanına giren bilgisayar, akıllı telefonlar ve her

yerden ulaşılabilen internet alt yapısı insanların sürekli olarak bağlantı halinde kalmasını sağlayarak, tüm dünya ve etrafındaki gelişmelerden haberdar olmasına imkan tanımıştır.

Bugün tüm dünyada ve Türkiye’de internet kullanımı, bilgi paylaşımı ve küresel etkileşimin zirve yaptığı bu yüzyıl, kimi kaynaklarda “bilgi çağı”, “teknoloji çağı”, “enformasyon çağı” gibi isimlerle ifade edilmektedir. İçinde bulunduğumuz yüzyıl da kaynaklarda belirtildiği gibi, iletişim teknolojilerinin kullanımının artmasına bağlı olarak insanlar sürekli tüm dünya ile bağlantı da olmak, her an herkesten haberdar olmak ihtiyacına sahip olmuşlardır. İletişim teknolojilerinin zirve yaptığı bu çağda sosyal medya da yüksek bir hızla hayatlarımızın vazgeçilmezleri arasına girmiştir.

Artan ölçüde bağlantılı dünyamızda, insanlar kendilerini her gün moda, kelime ve eylemler aracılığıyla dünyaya nasıl sunacaklarına karar verdikçe, dijital yaşam yaygınlaşmaktadır. Bu dijital yaşamlar sayesinde ise insanlar enformasyon aramakta ve paylaşmakta, özgürce düşüncelerini ifade edip, dünyanın herhangi bir yerinde ilişkiler bulup sürdürebilmektedirler. Tüm bunların sonucunda, artan şeffaflık, bireyler ve gruplar arası daha hızlı bağlantılar, ifade özgürlüğüünün artması, enformasyon yayılım ve değiş tokuşunun hızlanması ve kamu hizmetlerinin daha verimli kullanılması gibi gelişmeler yaşanmaktadır (Schwab, 2016: 135).

Sosyal medya, çevrimiçi kültür ile nerdeyse bir yaşam biçimine ve takıntıya dönüşerek, hayatlarımızda arkadaşlarımızla, sevdiklerimizle, meslektaşlarımızla ve favori markalarımızla iletişim biçimimizi değiştirmiştir (Habibi vd., 2016: 292; Stephen, 2016: 17). Dünya çapında 1,2 milyar kişinin mobil uygulamaları kullanması, Türk insanının günde ortalama 2 saat 56 dakikasını sosyal medyada geçirmesi (Küçükali, 2016: 536), Whatsapp’tan her gün ortalama 50 milyar mesaj gönderilmesi, piyasaya çıktığı ilk 10 ay içerisinde 300 milyon kullanıcı kazanan Instagram ve milyarları aşan kullanıcısı ile Facebook, sosyal medyanın hayatımızdaki yerlerini açıkça göstermektedir (Uğur ve Turan, 2015: 65).

Sosyal medya sadece yaşantımızı, iletişim biçimlerimizi veya arkadaşlık ilişkilerimizi etkilemekle sınırlı kalmamıştır. Etkileri günlük hayatımızın birçok alanında görülmektedir. Özellikle, sosyal medyayı kullananların büyük bir çoğunluğunun genç nüfus olduğu göze alındığında, bu etkinin eğitim hayatına, öğrenme şekillerine ve öğrencilerin davranışlarına yansması kaçınılmazdır. Nitekim, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarına bağlı olarak, özellikle eğitim amaçlı, akademik hayatlarında ne gibi etkilerinin olduğu herkesin merak ettiği bir konudur. Sosyal medyanın akademik başarıyı negatif etkilediğini düşünen insanlar olduğu kadar pozitif etkilediğini düşünenlerin sayısı da oldukça fazladır.

Bu bağlamda, bu araştırmanın amacı öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının akademik başarıları üzerinde ne gibi bir rolü olduğunu ortaya koymaktır. Bu kapsamda İnönü Üniversitesi öğrencileri üzerinde bir araştırma yapılarak, ortalamalar ve istatistikler aracılığıyla bir yorumlamaya gidilecektir. Bundan öncesinde teorik olarak sosyal medya ile ilgili bilgiler ve sosyal medya ve akademik başarı ile ilgili literatürde olan diğer çalışmalarla araştırma alt yapısı güçlendirilecektir.

2. SOSYAL MEDYA

90’lı yılların sonlarına doğru internet oldukça popüler olmuş, web siteleri kullanıcılara içerik yaratma ve oluşturmaya izin vermiştir. 1997’de ilk sosyal ağ sitesi olan Sixdegree.com ortaya çıkmıştır. Bunun ardından 2002’de çok sayıda sosyal ağ sitesi, Friendster ve Myspace gibi, kullanılmaya başlanmıştır. Bu tarihten sonra ise sosyal medya aracı sayısı ve kullanımı küresel olarak tüm dünyada yaygınlık kazanmıştır (Mahadi vd., 2016: 473). Literatüre bakıldığında sosyal medya kavramının tanımı konusunda tam bir fikir birliği bulunmamakla birlikte, sıklıkla şu tanımlamalar karşımıza çıkmaktadır.

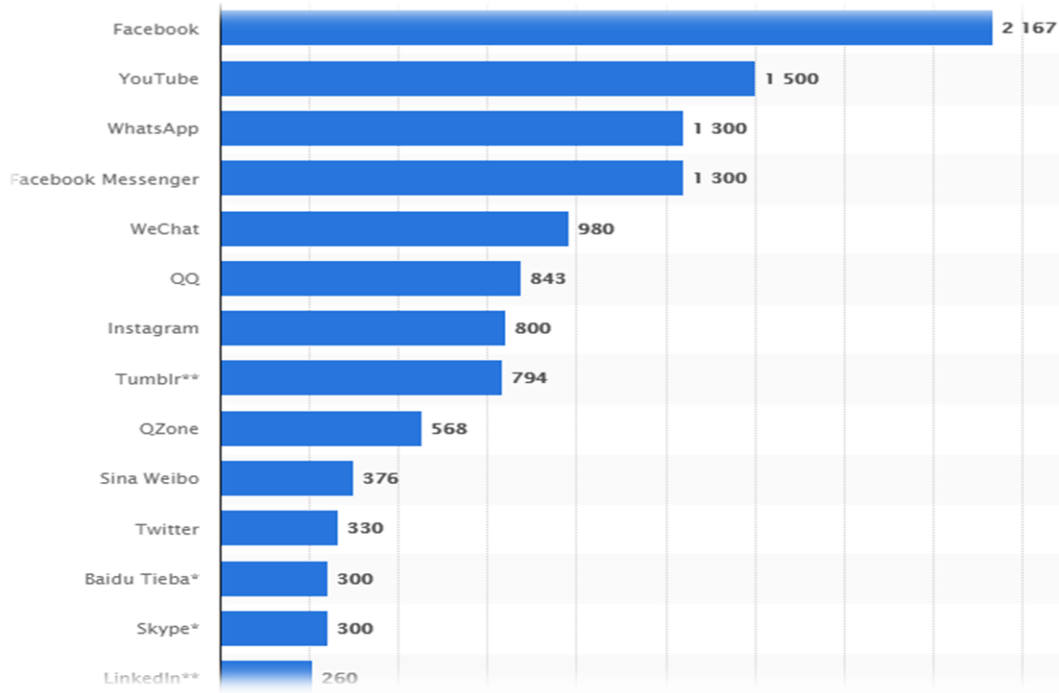
Sosyal medya, Web 2.0’ in ideolojik ve teknolojik temellerini oluşturan ve kullanıcı tarafından oluşturulan içeriğin oluşturulmasına ve paylaşılmasına izin veren bir grup internet tabanlı uygulamadır (Gikas ve Grant, 2013: 19; Tess, 2013: 60). Sosyal medya, kullanıcıların ağlarındaki kişilerle etkileşimde bulunmak için herkese açık veya özel bir profil oluşturmasını sağlayan en yeni çevrimiçi iletişim aracıdır (Kirschner ve Karpinski, 2010: 1239). Sosyal medya, bireylerin sınırlı bir sistem içinde bir kamu ya da yarı-kamu profili oluşturmasına, bir bağlantıyı paylaştıkları diğer kullanıcıların listesini eklemelerine, bağlantı listelerini görüntülemelerine ve başkalarının bağlantılarını görüntülemeye ve bunlar arası geçiş yapmasına izin veren web tabanlı hizmetlerdir (Alalwan vd., 2017: 1179).

Sosyal medya, sosyal aktörlerin çok yönlü, anlık ve uyumlu iletişim kurmalarını ve paylaşmalarını sağlayan bir platformdur. Sosyal medya, bütünsel ve çatı bir kavramdır. (Karikari vd., 2017: 70). Bu çatı altında Facebook, Twitter, YouTube, Whatsapp, Facebook Messenger, Instagram, LinkIden, Blogs, Wchat, Tmblr, Google+, WordPress, Qzone, Flickr, Ning, Skype, Symbaloo, Diggo, ZuiTube, Picasa, WeeWorld, Webkinz World, Club Penguin, ve Playstation Network gibi en çok kullanılanlarından en azına kadar uzunca bir

sosyal medya araçları bulunmaktadır (Dawley, 2009: 110; Gikas ve Grant, 2013: 19; Mao, 2014: 213-214; Al- Bahrani vd., 2017; Erikson ve Erikson, 2018; Lee, 2018).

We Are Social (2017) tarafından yayınlanan “Digital in 2017 Global Overview” raporuna göre, günümüzde 3.77 milyarı bulan global internet kullanıcı sayısı bulunurken, bu nüfusun 2.80 milyarı aktif olarak sosyal medya kullanmaktadır (wearesocial.com). Türkiye için bakıldığında, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, 2016) “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” na göre Türkiye de internet kullanan bireylerin oranı %61,2, hanelerin cep telefonu ve akıllı telefon kullanım oranı %96,9, internet kullanım amaçları dikkate alındığında, 2016 yılının ilk üç ayında internet kullanan bireylerin %82,4’ü sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşırken, bunu %74,5 ile paylaşım sitelerinden video izleme, %69,5 ile online haber, gazete ya da dergi okuma, %65,9 ile sağlıkla ilgili bilgi arama, %65,5 ile mal ve hizmetler hakkında bilgi arama ve %63,7 ile İnternet üzerinden müzik dinleme (web radyo) takip etmiştir (http://www.tuik.gov.tr). Görüldüğü gibi, sosyal medya insanların internet kullanımında başı çekmektedir (Wang, 2017: 45; Erikson ve Erikson, 2018: 237).

Şekil 1: Ocak 2018 Aktif Hesap Sayısına Göre Dünya Çapında En Popüler Sosyal Medya Araçları (milyar kişi)



Kaynak: Statista (2018), “Most Famous Social Network Sites 2018, By Active Users”, <https://www.statista.com>.

Hali hazırda 2 milyardan fazla aktif kullanıcıya sahip olan Facebook, bugüne kadar dünyanın en popüler sosyal ağı birinciliğini sürdürmektedir (Yadav ve Raman, 2017: 1294; Istanbuluoglu, 2017: 72). Türkiye’ye baktığımızda ise (Internet World Stats, 2017) 80 milyonluk nüfusun 56 milyonu, aktif internet ve facebook kullanıcısıdır.

Sosyal medya, sosyal etkileşim için önemli bir araç olarak ortaya çıkmıştır ve çok hızlı bir şekilde yaygınlaşmaktadır. Örneğin, Pew Araştırma Merkezine (2017) göre, sosyal medyaya katılan Amerikalı nüfusun oranı 2005'te %5'ten 2016'da %69'a yükselmiştir (Kim vd., 2017: 895).

Sosyal medya, kullanıcıların başkalarıyla veri oluşturmaya, paylaşmaya ve veri alışverişine izin veren platformlardır (Carr vd., 2015: 354; Yoo vd., 2016: 174; Schultz, 2017: 23). Facebook, Twitter ve Youtube gibi sosyal medya araçları, farklı geçmişlerden gelen kişilerin kendilerini ifade etmelerine ve dünyadaki diğer kullanıcılarla bağlantı kurmasına olanak tanır. (Balakrishnan ve Gan, 2016: 809; Wakefield ve Wakefield, 2016: 140-141).

Sosyal medya, bir ağın üyeleri arasında kitlesel etkileşim, konuşma ve paylaşmaya olanak veren web siteleri ve web tabanlı sistemlerin toplanmasıdır (Yan vd., 2016: 62; Alı vd., 2017: 554). Dijital fotoğrafların paylaşılması, demografik bilgilerin belirtilmesi, ilgi alanlarının gösterilmesi ve çevrimiçi konuşmalar yapılması sosyal medya da kullanılan özelliklerden sadece birkaçıdır.

Sosyal medya, benzer fikirlere sahip kişilerin gücünü bir ağda hızlı ve geniş bir şekilde yaygınlaştırarak güçlendirmeyi kolaylaştırır. Bu anlamda sosyal medyanın gücü, kullanıcıları etkileşime sokmak ve güçlendirmek için bir yöntem olarak kullanıcıların etkileşimine aracılık etme rolünü üstlenmesinden kaynaklanmaktadır (Acun vd., 2017: 581). Sosyal medya insanlara kendilerini yansıtma, topluluklar oluşturmaları, işbirliği ve paylaşım ortamı yaratmaları için fırsatlar sunmaktadır (Sarsar vd., 2015: 419). Ayrıca sosyal medya, duyguların sadece kelime, müzik gibi geleneksel araçlarla değil, aynı zamanda ifadeler ve emojiler gibi ek araçlarla ifade edilebilmesine de imkan tanımaktadır (Gan vd., 2017: 937).

Sosyal medya, kişisel iletişim ve eğlence için olduğu kadar, hizmetlere anında erişim gibi faydalı işler için de kullanılmaktadır (Wang, 2017; Istanbuluoglu, 2017: 72; Karikari vd., 2017: 68). Bununla birlikte gündemi ve haberleri takip etme, ülke sorunlarıyla ilgilenme, protesto ve propagandalara katılabilme, “hashtag” çatısı altında gruplar oluşturabilme özelliklerinden dolayı siyasi farkındalık, etkinlik ve hareket desteği ve katılımı da sağlamaktadır (Lee vd., 2017; Gan vd., 2017: 936).

Sosyal medyanın; düşük maliyetli olması, bilginin hızlı yayılması ve güncel olması, samimiyetin esas olduğu bir ortamda gerçekleşmesi, hedef kitleyi tanıma imkânı vermesi, ölçme ve değerlendirmenin yapılabilmesi, aracısız direkt iletişim sağlayarak kişiler arası yakınlık sağlama, referans yoluyla alınan bilgilerin güvenilirliğinin olması onu güçlü kılan unsurlarıdır (Tanrıverdi ve Sağır, 2014: 778). Bu kapsamda, işletmecilerin, girişimcilerin ve yöneticilerin de sıklıkla kullandığı bir reklam ve propaganda aracıdır. Nitekim, Fortune, 500 şirket üzerinde yapılan sosyal medya incelemelerinde en fazla Facebook ve Twitter, müşteri ve insanların algılarını etkilemektedir (Yadav ve Raman, 2017: 1295). Sosyal medya işletmelerin performansını arttırmaktadır (Tajvidi ve Karami, 2017:1). Nitekim, dünyanın en başarılı şirketleri, McDonald's tan Pepsi'ye kadar, sosyal medya araçlarını kullanarak rekabet avantajı elde ettiklerini belirtmişlerdir (Lee, 2018: 200). Sosyal medya etkisi çok yönlüdür ve yapılan bir çok araştırma da üzerine uygulanan hedef kitlede, özellikle pazarlama ve müşteriler, olumlu algılar yaratarak davranışları şekillendirdiği belirtilmektedir (Habibi vd., 2016; Kim ve Drumwright, 2016; Yan vd., 2016; Godey vd., 2016: 5833; Wakefield ve Wakefield, 2016; Erkan ve Evans, 2016; Stephen, 2016: 17; Pournarakis vd., 2017; Alalwan vd., 2017; Tajvidi ve Karami, 2017, Mullikin ve Borin 2017).

Milyonlarca kullanıcısı olan sosyal medya sitelerinin çevrimiçi kullanıcılarının büyük bir bölümünü de üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Örneğin, ABD genelinde 3000 öğrenci üzerinde yapılan bir araştırmada, üniversite öğrencilerinin% 90'ının facebook ve % 37'sinin twitteri kullandığını ortaya konmuştur. Bu nedenle bazı akademisyenler, sınıflardaki öğrencilerle daha iyi iletişim kurarak sınıf tartışmalarının ve projelerde takım çalışmasının sonuçlarını olumlu yönde etkilemek ve öğrenme çıktılarını iyileştirmek amacıyla sosyal medya araçlarını kullanmaya başlamışlardır (Paul vd., 2012: 2117; Khan vd., 2016-68).

3. SOSYAL MEDYA VE AKADEMİK BAŞARI

Üniversite öğrencilerinin büyük bir çoğunluğu Y kuşağına ait öğrencilerden oluşmaktadır. Y kuşağı, çoklu ortamlarda dijital medya ile büyüyen ilk nesildir ve birden fazla cihazla çoklu görevlerde son derece uzatırlar. Hemen hemen hepsinin akıllı telefon, tablet ve bilgisayarları bulunmakta ve bu araçları çoğunlukla kişisel amaçları için kullanılmaktadırlar (Taleb ve Sohrabi, 2012: 1103; Mahadi vd., 2016: 474). Her türlü sosyal medya ağını kullanmak, katkıda bulunmak, aramak, paylaşmak ve tüketmek konusunda oldukça aktiftirler (Küçükali, 2016: 533). Bu nedenle sosyal medya platform yöneticileri veya araştırmacılar için stratejik bir öneme sahiptirler (Alan ve Kabadayı, 2016: 595).

Yeni teknolojiler, özellikle de sosyal medyanın kullanımı, öğrencilerin günlük yaşamlarında giderek daha fazla bulunmaya başlamaktadır (Dawley, 2009). Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram, Google+ ve YouTube gibi sosyal medya siteleri, öğrencilerin yaşamlarının önemli bir bölümünü oluşturmakta ve sıklıkla günde birkaç kez erişim sağlamaktadırlar (Khan, 2011: 61-20; Kaya ve Biçen, 2016: 374; Mahadi vd., 2016: 472).

Öğrenciler arasında gittikçe yaygınlaşan sosyal medya odaklı kültür, alışkanlıkları değiştirmektedir. Özellikle üniversite ve akademik dünyada sosyal medya, öğrenme-öğretme ve iletişim alışkanlıklarını değiştirerek (Moran vd., 2011; Cox ve McLeod, 2014), matematiksel denklemlerin çizilmesi, notların oluşturulması ve paylaşılması, elektronik yayıncılık ve konum bilincine sahip teknolojilerin kullanılması gibi fırsatları beraberinde getirmiştir (Mao, 2014: 213; Al-Rahmi vd., 2014: 210). Öğrenciler tarafından sosyal medya kullanımının bu popülerliği ve sıklığı, ağların uygun şekilde kullanıldığında sınıf dışı katılımı kolaylaştırabileceği ve sonuçta akademik başarıyı artırabileceği birçok araştırmacı tarafından belirtilmiştir (Lee, 2013; Al-Bahrani vd., 2017: 37). Nitekim, sosyal medyanın çoklu özelliklere sahip olması ve

kullanıcılara geniş olanaklar tanınması öğretmen ve öğrencilerin eğitim-öğretim süreçlerini etkin, yaratıcı, işbirlikçi öğrenme ile desteklemelerini sağlamaktadır. Bununla birlikte öğrenci-öğrenci, öğrenci-içerik ve öğretmen-öğrenci etkileşimini arttırmada, öğrencilerin araştırma, sorgulama ve problem çözme becerilerini kullanmaları ve geliştirmeleri konusunda da önemli ölçüde destek olmaktadır (Koç ve Karabatak, 2011).

Sosyal medyanın yükseköğretim alanında incelendiği araştırmalar genellikle, fakülte kullanım oranı, akademik ilişkiler ve akademik başarıya etkisi, öğrencilerin arkadaşlık ilişkileri ve tutumları üzerine yapılmıştır. Akademik başarı ve ilişkiler konularında da genellikle öğrencilerin olumlu sonuçlar elde ettiği belirtilmiştir (Mao, 2014: 213-214; Balakrishnan ve Gan, 2016: 809). Öğrenciler çoğunlukla sosyal medyayı sevdiğini, yaratıcılıklarını arttırdıklarını, okuldan sonra ödevler veya kendi öğrenmeleri için sosyal medyayı kullanmaktan zevk aldıklarını belirtmektedirler. Örneğin, Acun vd., (2017) yaptıkları araştırma da, öğrencilerin sosyal medyayı en fazla araştırma ve eğlence amaçlı kullandıklarını ortaya koymuşlardır.

Üniversiteler gibi çok uluslu öğrenciler ve öğrenme stratejilerinin hakim olduğu bir ortamda, uluslararası bütünsel öğretim ve öğrenmeyi desteklemek için kullanılan sosyal medya, iletişimi kolaylaştırmak, işbirlikçi öğrenme sağlamak ve bilgi dağıtımını sağlamak gibi beceriler sunmaktadır (Al-Rahmi, 2014: 211). Yükseköğretimde sosyal medya eğitim amaçlı, genellikle öğrencilerle bilgi paylaşmak, araştırma yaparken bilgi toplamak, kişisel ilgi alanlarını diğer insanlarla paylaşmak, öğrencileri eğitim ve öğretim sırasında ne düşündüklerini anlamak, öğrenci çalışma grupları oluşturmak, öğrencilerin akademik konularda kendi ilgi alanlarını yaratmaları ve geliştirmeleri sağlamak ve materyal paylaşımı amaçlarıyla kullanılmaktadır (Lee, 2013; Lau, 2017: 286).

Cox ve McLeod (2015) sosyal medyanın öğretmenler, öğrenciler, ebeveynler ve topluluk üyeleri arasında iletişimi güçlendirdiğini ve çevrimiçi profesyonel öğrenim toplulukları oluşturulmasına yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Yine, Gikas ve Grant (2013) yükseköğretimde mobil bilgisayar cihazlar üzerine yaptıkları araştırmalarında, mobil cihazların ve sosyal medya kullanımının, öğrencilere etkileşim ve işbirliği için fırsatlar yarattığı, ayrıca, öğrencilerin sosyal medya ve Web 2.0 araçlarını kullanarak sürekli bağlantı desteği ile içerik oluşturma ve iletişim kurmalarına izin verdiğini ifade etmişlerdir.

Sosyal medya ve akademik başarı üzerine yapılan bazı çalışmalarda sosyal medyanın öğrencilerin başarıları üzerinde negatif sonuçlara neden olduğu da belirtilmektedir (Kim vd., 2017: 895). Örneğin, Kirschner ve Karpinski (2010: 1244) yaptıkları araştırma da facebook kullanımının akademik performans üzerinde negatif bir etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Bu araştırmalarda sosyal medyanın eğitim amaçlı değil de, öğrencilerin daha çok oyun oynamak, alışveriş yapmak, zaman geçirmek için sosyal medyayı tercih edildiği görülmektedir. Fakat bununla birlikte, çoğu araştırmacı sosyal medyanın eğitimde kullanılmasının faydalarının maliyetlerinden daha fazla olduğundan hemfikiridir (Moran vd., 2011). Buna göre, bu faydalar şu şekilde sıralanabilir (Madge vd., 2009: 151-152; Manca ve Ranierit, 2013: 488-489; Al-Bahrani vd., 2017: 38; Kassens, 2014);

- ✓ Sosyal medyanın kullanımı, öğrencilerin hem ders içi hem de sınıf dışı etkileşimi arttırarak sürekli ve kendiliğinden ilişki kurmalarını sağlar.
- ✓ Öğrenciler, daha büyük bir öğrenme topluluğunun bir parçası olma ve yazma ve analitik becerilerini artırma fırsatını kazanırlar.
- ✓ Öğrenciler derslerde canlı yayın, canlı tweet ve video izleme gibi sosyal medya özelliklerini kullanarak, daha dikkatli dinleme, bilgi toplama ve yönlü olmalarını sağlamaktadır.

Bunlara ilaveten, sosyal medya, kendini ifade etmenin önündeki engelleri kaldırabilir, bu da daha fazla öğrenme memnuniyetine yol açabilir (Legaree 2015: 2). İletişim, işbirlikçi öğrenme ve yaratıcı ifadeler geliştirir ve yüksek öğrenim kurumlarında eğitim performansını artırır (Al-Rahimi vd., 2013: 90). Ayrıca, Stella W. Tian vd., (2011) araştırmalarında belirttiği gibi, sosyal medya öğrencilerin yeni bilgileri öğrenmesini teşvik eder, hem akademik hem de sosyal hayatta başarılarını arttırır (Akt: Rabbani vd., 2015: 46). Öğrencilerin öğrenmesini, konuşmasını, paylaşmasını, yayınlanmasını ve katılımını artırır. Öğrenme sürecinde sosyal medya, öğrencilerin birbirleriyle işbirliği yapmasını ve paylaşmasını sağlar (Dawley, 2009: 112; Alı vd., 2017: 555). Sosyal medya ortamları ücretsiz öğrenme ortamı sağlar ve bilginin farklı şekillerde paylaşılması imkanı tanır (Cain vd., 2009).

Yine yapılan ampirik araştırmalarda sosyal medyanın öğrencilerin akademik başarıları üzerindeki faydaları şu şekilde de özetlenmektedir (Tess, 2013; Lee, 2013; Al-Rahmi vd., 2014; Cox ve McLeod, 2014; Legaree 2015: 2; Lau, 2017: 286);

- ✓ Öğrenciler ve öğretmenler arasında gelişmiş iletişim,
- ✓ Öğrenciler arasında ağ oluşturma ya da işbirlikleri için artan fırsatlar,
- ✓ Veri, bilgi veya fikirlerin geliştirilmiş veya hızlandırılmış paylaşımı,
- ✓ Dersten sonra öğrenciler tarafından ders materyallerine erişim,
- ✓ Resmi öğrenme yönetim sistemlerine alternatif bir platform sağlanması,
- ✓ Öğrencilerin istihdam başarılarını artırabilecek teknolojilere ve becerilere sahip olmaları.

Öğrencilerin sosyal medyayı eğitim amaçlı kullanımları akademik başarı üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Lai ve Kristonis (2006) özellikle öğrenmede bilgisayar ve tablet kullanımının öğrenme fırsatını arttırdığını (Akt: Alı vd., 2017: 554), Manca ve Ranierit, (2013) ve Junco, (2015: 18) en çok kullanılan sosyal medya aracı olan facebookun en iyi eğitim ve öğretim araştırma platformu olduğunu belirtmesi, Madge vd., (2009) ve Kaya ve Biçen (2016) facebook ve eğitim üzerine yaptıkları araştırmalar da, facebook platformunun sosyalleşme ve iletişimi arttırdığı ve derslerde kalıcılık sağlayarak toplulukçu öğrenmeyi desteklediğini ifade etmeleri ve Lowe ve Laffey (2011: 187) akademisyenlerinde sosyal medyayı kullanmasının öğrenci katılımını, notlarını ve genel akademik başarısını artırabileceğini ifade etmesi bu role örnek verilebilir.

Taleb ve Sohrabi (2012) mobil öğrenmenin üniversite öğrencileri üzerinde olumlu sonuçlar doğurduğunu ortaya koymuşlardır. Tanrıverdi ve Sağır (2014) öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısına etkisini inceledikleri araştırmalarında, sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısı üzerinde anlamlı ve pozitif etkilerinin olduğunu belirtmişlerdir. Englander vd., (2010) ve Al-Rahmi vd., (2014) sosyal medyanın eğitim için kullanıldığında, öğrencilerin eğlenerek öğrendikleri ve akademik başarılarının yükseldiğini araştırmalarında ortaya koymuşlardır. Özellikle işbirlikçi öğrenme üzerinde önemli bir görev üstlenen sosyal medya farklı yöntemlerle öğrencileri bağlayarak eğitim hedeflerine odakladığı belirtilmektedir. Öğrencilerin öğrenirken keyif alma, doyum sağlama, mesleki ve kişisel olarak katkı sağlamasına olanak tanıyan sosyal medya (Sarsar vd., 2015) eğitim için oldukça faydalıdır. Örneğin LinkedIn, öğrencilerin iş ağları oluşturmaya ve alanında profesyonel kişiler ile bağlantı kurmasına (Khan, 2011: 61), Twitter'ın ise öğrenci ve eğitimcilerin derste dış dünya ile iletişime geçmesine katkı sağladığı ve öğrenme yöntemlerine bir tamamlayıcı nitelik arz ettiği yapılan araştırmalarda ortaya konmuştur (Lowe ve Laffey, 2011).

Sosyal medya sadece öğrenciler için değil, akademisyenler için de birçok yarar sağlamaktadır. Sosyal siteler, esnek ve kullanıcı dostu olması sebebi ile diğer eğitim-öğretim sistemlerine göre daha kolay kullanılabilir. Birçok öğrencinin ve araştırmacının çok daha basit adımları takip ederek bir topluluğu oluşturması, kendi aralarında paylaşımların gerçekleşmesi, iletişim ve dönüt açısından oldukça kolaylıklar sunmaktadır (Gülbahar vd., 2010: 2).

Sonuç olarak, sosyal medyanın, öğrencilerin yeni bilgi edinme konusunda etkin bir rol oynaması, toplulukçu öğrenme sağlama, bilginin paylaşımını kolaylaştırması, araştırma merakı uyandırması ve iletişimi arttırarak ders başarılarını arttırdığı (Bal ve Biçen, 2017: 180) buna bağlı olarak, literatürdeki araştırmaları da destekleyecek nitelikte, eğitim amaçlı sosyal medya kullanımının akademik performansı ve başarıyı olumlu yönde etkilediği açıkça görülmektedir.

4. YÖNTEM

Bu başlık altında, araştırmanın amacı, araştırma anakütle ve örnekleme, araştırmanın istatistiksel analizleri ve yorumlamaları, sonuçlar ve gelecek araştırmalar için önerilere yer verilecektir.

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, günlük hayatımızın vazgeçilmezleri arasına giren ve özellikle, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının akademik başarıları üzerindeki rolünü ortaya koymak, eğitim amaçlı sosyal medya kullanımının akademik başarı üzerindeki güçlendirici özelliğini vurgulamaktır.

4.2. Araştırma Anakütle ve Örnekleme

Araştırmanın anakütlesini, İnönü Üniversitesi Öğrenci Daire Başkanlığı'ndan alınan 2017 yılı sonu verilerine göre; İnönü Üniversitesi'nde okuyan yaklaşık 19.678 normal öğretim lisans derecesindeki öğrenciler oluşturmaktadır. Anakütlenin tamamına zaman ve maliyet bakımından ulaşmanın zorluğundan dolayı örneklem yöntemine gidilmiştir. İnönü Üniversitesini tamamını temsil etmesi bakımından tüm fakültele

ulaşılmıştır. Fakültelerden öğrenci seçiminde ise basit tesadüfü örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anakütle sayısının 20.000 olduğu araştırmalarda %99 güven düzeyi ve +/-5% hata payı ile örneklem büyüklüğü 642 kişidir¹. Bu kapsamda 1000 öğrenciye ulaşılmış, bu öğrencilerden sosyal medya kullanmayanlar ve hatalı anket formları çıkarıldıktan sonra geriye kalan 953 öğrenci örneklem olarak ele alınmıştır.

4.3. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmamızda Malatya ilinde eğitim ve öğretim faaliyetlerini sürdüren İnönü Üniversitesi lisans ve normal öğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının akademik başarıları üzerindeki rolünü ortaya koymak amacıyla, yüz yüze anket yöntemi kullanılarak verilere birincil kaynaktan ulaşılması hedeflenmiştir. Anket formunun ilk kısmında yaş, cinsiyet ve fakülte olmak üzere 3 demografik soru sorulmuş, daha sonra ise sosyal medya kullanım sıklığı ve amacı 6 soru ile belirlenmeye çalışılmıştır. Anket formunun ikinci kısmında ise, katılımcıların sosyal medya ve akademik başarı algılarını ölçmeye yönelik olarak 18 adet soru hazırlanmıştır.² Anket soruları 5’li Likert tipi (1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle katılıyorum) olarak ölçeklendirilmiştir. Daha sonra araştırmadan elde edilen veriler SPSS 22 programına aktararak analiz edilmiştir. Burada anket formunun güvenilirlik analizi yapılmış, daha sonra öğrencilerin sosyal medya ve akademik başarı algılarını ölçen sorulardan alınan sonuçlara ilişkin frekans dağılımları ve ortalamalar yoluyla yorumlamalara gidilmiştir.

Tablo 1: Güvenilirlik Analizi Sonucu

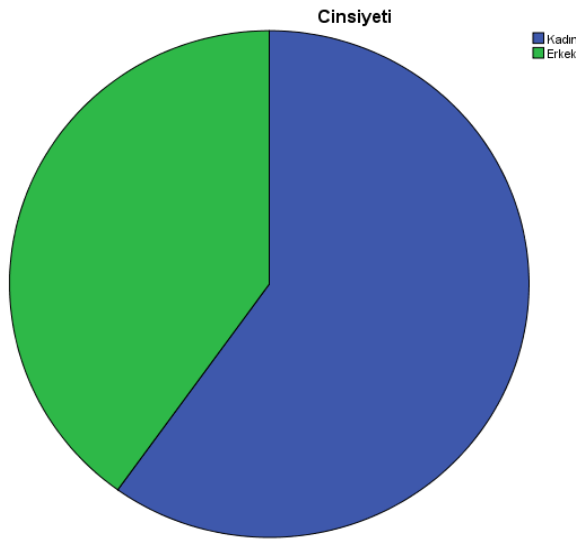
Soru Grubu	Soru Sayısı	Cronbach’s Alpha Değeri
Sosyal medya ve akademik başarı	18	0,926

*Cronbach’s Alpha Değeri güvenilir bir anket için 0,7 den büyük olmalıdır³. Nitekim 0,926 değeri anket sorularının yüksek güvenilirlikte olduğunu göstermektedir.

4.4. Verilerin Analizi ve Bulgular

Bu başlık altında, araştırma sonuçlarına dair ilk olarak; anketlere katılan kişilere ilişkin olarak elde edilen tanımlayıcı istatistikler, daha sonra frekans dağılımlarına ilişkin bilgiler ve son olarak da ortalamalar yardımıyla ileri sürülen tez doğrultusunda yorumlamalara gidilecektir.

Şekil 2: Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Dağılımları



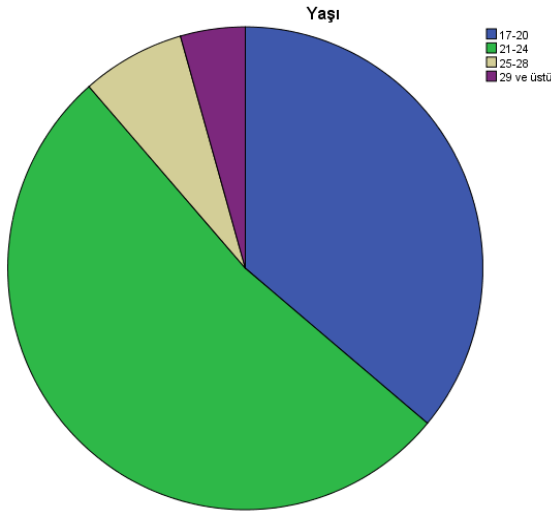
Ankete katılan öğrencilerin %59,9’na denk gelen 571 kişi kadın, %40,1’ne denk gelen 381 kişi ise erkeklerden oluşmaktadır.

¹ Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Detay Yayıncılık, Ankara.

² Sosyal medya ve akademik başarı ilişkisini ölçen anket soruları, Ali, Murad, Raja Ahmad Iskandar Bin Raja Yaacob, Mohd Nuri Al-Amin Bin Endut, Naseeb Ullah Langove (2017), “Strengthening The Academic Usage of Social Media: An Exploratory Study”, Kirschner, Paul A. ve Karpinski, Aryn C. (2010) “Facebook and Academic Performance”, Bal, Erkan ve Bicen, Huseyin (2017) “The Purpose of Students’ Social Media Use and Determining Their Perspectives on Education” (Cronbach’s alpha 0,88), Paul, Jomon A., Baker, Hope M. ve Cochran, Justin D.(2012), “Effect Of Online Social Networking On Student Academic Performance”, Lau, Wilfred W.F. (2017) “Effects Of Social Media Usage And Social Media Multitasking On The Academic Performance Of University Students” (Cronbach’s alpha 0.74), Balakrishnan, Vimala ve Gan, Chin Lay (2016) “Students’ Learning Styles And Their Effects on The Use of Social Media Technology for Learning” (Cronbach’s alpha +0.7) ve Junco, Reynol (2015) “Student Class Standing, Facebook Use and Academic Performance”, araştırmalarının anket sorularından derlenerek oluşturulmuştur.

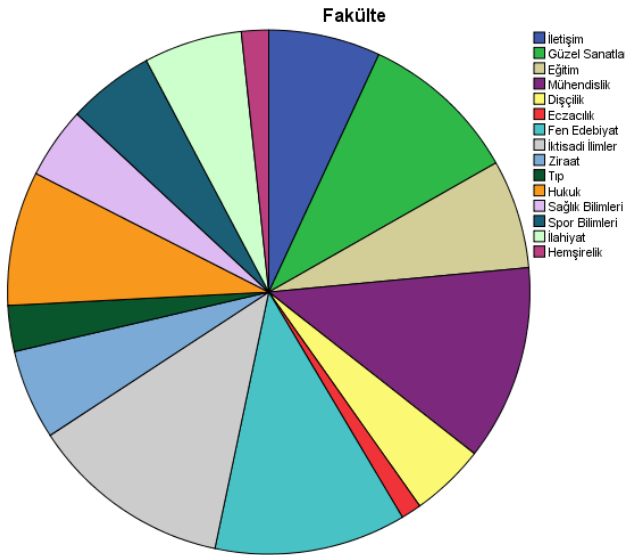
³ Uzgören, Nevin (2009), Bilimsel Araştırmalarda Kullanılan Temel İstatistiksel Yöntemler ve SPSS Uygulamaları, 3 Mart Baskı, Kütahya.

Şekil 3: Öğrencilerin Yaşlarına Göre Dağılımları



Ankete katılan öğrencilerin %36'sı 17-20 yaş aralığına denk gelen 344 kişiden, %52,5'u 21-24 yaş aralığına denk gelen 500 öğrenciden, %7'si 25-28 yaş aralığına denk gelen 67 öğrenciden ve %4,4'üne denk gelen 29 yaş ve üstü 42 öğrenciden oluşmaktadır.

Şekil 4: Öğrencilerin Okudukları Fakültelere Göre Dağılımları



Ankete katılan öğrencilerin %6,9-66 kişi İletişim, %9,9-94 kişi Güzel Sanatlar, %6,7-64 kişi Eğitim, %12,1-115 kişi Mühendislik, %4,6- 44 kişi Diş Hekimliği, %1,3- 12 kişi Eczacılık, %11,9-113 kişi Fen Edebiyat, %12,5-119 kişi İdari ve İktisadi Bilimler, %5,6-53 kişi Ziraat, %2,8-27 kişi Tıp, %8,3- 79 kişi Hukuk, %4,4-42 kişi Sağlık Bilimleri, %5,4- 51 kişi Spor Bilimleri, %6,1- 58 kişi İlahiyat ve %1,7- 16 kişi ile Hemşirelik Fakültelerinden oluşmaktadır.

Tablo 2: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Sıklığı ve Amacına Yönelik Dağılımları

Günde Ortalama Sosyal Medya Kullanım Saati				
	FREKANS		YÜZDE (%)	
1 saat ve altı	174		18,3	
2 saat	216		22,7	
3 saat	265		27,8	
4 saat ve üstü	298		31,3	
Toplam	953		100	
Öğrencilerin Kullandıkları Sosyal Medya Hesapları ⁴				
	EVET		HAYIR	
	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
WhatsApp	901	94,5	52	5,5
Facebook	463	48,6	490	51,4
Instagram	778	81,6	175	18,4
Twitter	300	31,5	653	68,5
LinkedIn	45	4,7	908	95,3
Youtube	659	69,2	294	30,8
Diğer	81	8,5	872	91,5

⁴ Bu soruda öğrencilerden sıklara birden fazla cevap verebilecekleri belirtilmiştir.

Tablo 2 (Devamı): Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Sıklığı ve Amacına Yönelik Dağılımları

Sosyal Medya Denilince İlk Akla Gelen Düşünce				
	FREKANS		YÜZDE (%)	
Eğlence	256		26,9	
Yeni Şeyler Öğrenme	222		23,3	
Etkileşim	132		13,9	
Alışveriş	30		3,1	
Gündemi Takip Etme	161		16,9	
Sanal Yaşam	73		7,7	
Anlık Erişim	79		8,3	
Toplam	953		100	
Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları				
Bilgi paylaşımı ve öğrenme	325		30,1	
Eğlenmek	173		18,2	
Zaman geçirmek	229		24	
Sohbet etmek	99		10,4	
Yeni arkadaşlar edinmek	13		1,4	
Müzik dinlemek	21		2,2	
Ülke gündemini takip etmek	63		6,6	
Oyun oynamak	7		0,7	
Modayı takip etmek	23		2,4	
Toplam	953		100	
Öğrencilerin Bölüm- Sınıfları ile İlgili Herhangi Bir Sosyal Medya Grubuna Üyelik Dağılımları				
	EVET		HAYIR	
	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
Gruba Üyelik	795	83,4	158	16,6

Tablo 2'ye bakıldığında, öğrencilerin sosyal medyayı çok yoğun bir şekilde kullandıkları açıkça gözlemlenmektedir. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğu %81,8'i günde ortalama 2 saat ve üstü sosyal medya kullanarak vakit geçirmektedir. Özellikle %31,3'lük kısmı 4 saat ve üstü gibi ciddi bir zamanlarını sosyal medyada harcamaktadır. Bu durum üniversite öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının popülerliğinin de bir göstergesidir.

Öğrencilerin hangi sosyal medya hesabını kullandıklarına dair sorduğumuz soruya bakıldığında; en yüksek oranı %94,5 ile WhatsApp ve %81,6 ile Instagram oluşturmaktadır. Yine Youtube %69,2 ve Facebook %48,6 ile yüksek bir kullanıcı sayısına sahiptir. Burada öğrenciler arasında tüm dünyada yoğun ilgi gören Facebook kullanımının yerini Instagram ve WhatsApp'a bıraktığı gözlemlenmektedir. Tüm dünyada üniversite ve iş dünyası ile bağlantı kurmayı sağlayan önemli bir sosyal ağ olan LinkedIn kullanıcı sayısı ise bu araştırma da %4,7 gibi düşük bir paya sahiptir. Bu durumun nedenleri sorgulandığında, öğrencilerin çoğunlukla LinkedIn'den haberdar olmadığı görülmüştür. Yine öğrencilerin sosyal medya deyince ilk akıllarına gelen cevaplara bakıldığında, en çok %26,9'luk bir kısmının eğlence, %23,3'lük bir kısmının yeni şeyler öğrenme ve %16,9'luk kısmının gündemi takip etme olduğu ortaya çıkmıştır. Üniversite öğrencilerinin önemli bir kısmı sosyal medyada yeni şeyler öğrenme, gündemi takip etme düşüncelerine sahiptir. Bu durum araştırmamızın savı için uygundur.

Öğrencilerin sosyal medyayı hangi amaçla kullandıklarına bakıldığında, bilgi paylaşımı ve öğrenme %30,1 ile en yüksek paya sahiptir. Üniversite öğrencileri sosyal medyayı eğlence (%18,2), zaman geçirmek (%24) vb. gibi diğer amaçlarla da kullanmasına rağmen, sosyal medyanın olumlu taraflarından faydalanmanın önemini farkındadır ve sosyal medyanın eğitim, araştırma ve bilgi paylaşımı konusunda sunduğu imkânlardan faydalanmaktadır.

Öğrencilerin bölümleri ve sınıfları ile ilgili herhangi bir sosyal medya grubuna üye olup olmadıklarına dair çıkan sonuçlara bakıldığında, %83,4'lük bir kısmının gruplara üye olduğu görülmektedir. Özellikle WhatsApp ve Facebook grup üyelikleri öğrenciler arasında oldukça yaygın kullanılmaktadır ve bu gruplardan ders ile ilgili gelişmeler, kaynak dağılımları, bilgi paylaşımları yapılmaktadır. Sosyal medya gruplarına çoğunlukla hocaların da üye olduğu öğrencilerden gelen sözlü cevaplar arasındadır. Bu durum sosyal medya gruplarının önemini arttırmakta, hoca-öğrenci etkileşimini yüksek tutmakta ve derse ilgi konusunda öğrencilerin motivasyonunu yükseltmektedir. Nitekim, bölüm ve sınıfları ile ilgili gruplara üye olan öğrencilerin anket sorularına daha pozitif cevaplar verdikleri uygulamalar sırasında gözlemlenmiştir ve ilişki olup olmadığı korelasyon testi ile sınanmıştır.

Tablo 3: Öğrencilerin Bölüm ve Sınıfları ile İlgili Sosyal Medya Gruplarına Üye Olmaları ile Akademik Başarı İlişkisi

	Bilgi paylaşımı	Yeni bilgiler edinme	Etkili öğrenme	Eğlenerek öğrenme	Ders başarısını artırma	Sınırsız öğrenme	Kaynak paylaşımı	Motivasyonu artırma	Üniversite başarısına katkı
Gruba Üyelik	,146**	,127**	,136**	,117**	,177**	,138**	,195**	,090**	,149**
	İşbirlikçi öğrenme	İletişim-başarı artışı	Etkinliklerden haberdar olma	Yeni fikirleri ortaya çıkarma	Bilgilere sınırsız erişim	Hoca-öğrenci iletişimi	Sınıf arkadaşları ile iletişim	Dersin akılda kalıcılığı	Hızlı geri bildirimler
Gruba Üyelik	,126**	,127**	,147**	,193**	,103**	,123**	,162**	,127**	,133**

** Correlation is significant at the 0.01 level (2- tailed)

Tablo 3'e bakıldığında öğrencilerin bölüm ve sınıfları ile ilgili sosyal medya gruplarına üye olmaları ile; sosyal medyanın, bilgi paylaşımını artırması, yeni bilgiler öğrenme, etkili öğrenme, eğlenerek öğrenme, sınırsız öğrenmeyi sağlaması, kaynak paylaşımı, motivasyonu artırma, üniversite başarısına katkı, işbirlikçi/toplulukçu öğrenmeye imkan tanınması, bununla birlikte, hocalarla iletişimin başarıyı artırma, üniversitedeki gelişmelerden haberdar olma, yeni fikirler ve yaratıcılığı artırması, bilgilere sınırsız erişim sağlaması, sınıf arkadaşlarını daha yakından tanıyıp iletişimlerini kuvvetlendirmesi, dersin akılda kalıcılığını arttırması ve hocalardan gelen hızlı geri bildirimler sağlaması arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Öğrencilerin Sosyal Medya ile Akademik Başarı Algıları Üzerine Verdikleri Cevapların Frekans ve Yüzdeler Dağılımları

Sosyal Medya- Akademik Başarı	Ort.	Stdr sapma	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Sosyal medya yeni bilgiler edinmeye yardımcı olur	3,91	1,024	47	4,9	63	6,6	77	8,1	512	53,7	254	26,7
Ders için sosyal medyanın kullanımı, etkili öğrenmenin yolunu açar.	3,46	1,071	50	5,2	139	14,6	227	23,8	398	41,8	139	14,6
Sosyal medya eğlenerek öğrenmeyi sağlar.	3,44	1,024	42	4,4	134	14,1	261	27,4	394	41,3	122	12,8
Sosyal medya bilginin paylaşılmasında önemli rol oynar	3,86	1,034	39	4,1	74	7,8	128	13,4	456	47,8	256	26,9
Sosyal medyada grup oluşturmak ders başarısına katkıda bulunur	3,46	1,086	60	6,3	119	12,5	244	25,6	386	40,5	144	15,1
Sosyal medya zaman ve mekan sınırı olmadan öğrenme sağlar.	3,68	1,082	43	4,5	108	11,3	180	18,9	406	42,6	216	22,7
Sosyal medya dersle ilgili kaynakları kolaylıkla paylaşmamı sağlar.	3,87	1,035	41	4,3	71	7,5	121	12,7	458	48,1	262	27,5
Sosyal medya derslere olan motivasyonumu arttırmaktadır.	3,15	1,102	78	8,2	187	19,6	302	31,7	289	30,3	97	10,2
Sosyal medya üniversitedeki başarısına katkıda bulunur.	3,31	1,083	61	6,4	162	17	260	27,3	359	37,7	111	11,6
Sosyal medya işbirlikçi öğrenme becerilerini geliştirmektedir.	3,48	,988	33	3,5	128	13,4	264	27,7	409	42,9	119	12,5
Sosyal medyada hocalarımla iletişimde bulunmak ders başarımı artırır.	3,27	1,142	72	7,6	185	19,4	231	24,2	340	35,7	125	13,1
Sosyal medya üniversitedeki etkinlik ve programlardan haberdar olmamı sağlar.	3,92	1,003	36	3,8	69	7,2	97	10,2	485	50,9	266	27,9
Sosyal medya derslerle ilgili fikir alışverişini artırarak yeni fikirlerin ortaya çıkmasını sağlar.	3,78	,961	28	2,9	78	8,2	163	17,1	487	51,1	197	20,7
Sosyal medya çeşitli bilgilere sınırsız erişim sağlar.	3,74	1,024	34	3,6	97	10,2	163	17,1	453	47,3	208	21,8
Sosyal medya hoca ile öğrenci arasındaki ilişkileri güçlendirir.	3,03	1,159	104	10,9	215	22,6	274	28,8	264	27,7	96	10,1
Sosyal medya sınıf arkadaşlarımla iletişimi artırarak daha iyi iletişim kurmamızı sağlar.	3,47	1,076	53	5,6	135	14,2	217	22,8	410	43	138	14,5
Sosyal medya dersin akılda kalıcılığını artırır.	3,11	1,133	93	9,8	188	19,7	295	31	278	29,2	99	10,4
Sosyal medya hocalarımdan hızlı geri bildirimler almamı sağlar.	3,32	1,158	82	8,6	157	16,5	220	23,1	362	38	132	13,9

Tablo 4'te öğrencilerin sosyal medya ve akademik başarı ilişkisinde algılarını ölçmek üzere sorulan sorulara verdikleri cevapların ortalama, standart sapma, frekans ve yüzdeler dağılımları görülmektedir. Soruların

ortalama dağılımlarına bakıldığında tüm değerlerin ortalamalarının tutarlı olduğu ve her soruya öğrencilerin hemen hemen benzer cevaplar verdiği gözlemlenmektedir.

Öğrencilerin verdikleri cevapların frekans ve yüzdelik dağılımlarına bakıldığında; %80,4'ü sosyal medyanın yeni bilgileri öğrenme konusunda kendilerine katkıda bulunduğunu, %56,4'ü sosyal medyanın ders için etkili bir öğrenme aracı olduğunu belirtmişlerdir. Üniversitelerde bulunan Y kuşağı öğrencileri için teknoloji, akıllı telefonlar, tabletler vazgeçilmezdir ve bu araçları derslerde kullanmak öğrenme isteklerini arttırmaktadır. Öğrenmeyi monoton halden çıkarıp, sosyal medya ve akıllı teknolojiler ile derste ve ders sonrasında kullanmak öğrenmeyi eğlenceli hale getirmektedir. Nitekim öğrencilerin %54,1'i sosyal medya ile eğlenerek öğrendiklerinde hemfikirdir.

Sosyal medya bilgi paylaşımında oldukça önemlidir ve öğrencilerin %74,7 si bu durumun farkındadır. %55,6'sı sosyal medyada grup oluşturarak bilgi paylaşımının yapılmasının ders başarılarında önemli olduğunu belirtmişlerdir. Sosyal medya ile her an herkes ve tüm dünya ile bağlantılı olan öğrenciler ders ve üniversite ile ilgili konularda da bu fırsatı değerlendirmektedir. Sosyal medya ve internet sayesinde istenilen yerde ve zamanda bilgiye ulaşmak oldukça kolaylaşmıştır ve %65,3'ü öğrencilerin bu konuda hemfikirdir. Özellikle WhatsApp ile kurulan sınıf içi gruplar tüm öğrencilerin dersle ilgili gelişmeler ve kaynak paylaşımı konusunda en büyük yardımcıdır. Nitekim %75,6 ile öğrencilerin büyük bir çoğunluğu bu fırsatı değerlendirmektedir.

Sosyal medya öğrencilerin üniversiteye olan ilgilerini ve derse olan motivasyonlarını da arttırmaktadır. Sosyal medya ile sınıfa ait olma, kendini bütünün parçası gibi hissetme, kararlara katılma ve eğlenerek öğrenmenin öğrencilerin güdülerini olumlu şekilde etkilediği gözlemlenmiştir. Nitekim araştırmamızda ki öğrencilerin %40,5'u bu duruma katılmaktadır. Bununla birlikte kararlara katılmak, ortak fikri yakalamak, öğrencinin sınıf içi çalışmalarda payının olması onları işbirlikçi/toplulukçu öğrenmeye itmektedir. Bu konuda öğrencilerin %55,4'ü sosyal medyanın işbirlikçi öğrenmeyi sağladığını belirtmiştir. Dolayısıyla, takım halinde çalışan öğrenciler, takım çalışmasının yarattığı sinerji ve faydalardan nasibini almaktadır.

Öğrencilerin %49,3'ü sosyal medyanın üniversitedeki başarılarını arttırdığını düşünmektedir. Bu durum araştırmamızın savı içinde önemli bir bulgudur. Eğitim amaçlı sosyal medyanın kullanımı öğrencilere önemli fırsatlar sağlamaktadır. Bununla birlikte sosyal medyanın iletişim kanalı olma özelliği de önemli bir fırsattır. Bu bağlamda, araştırmamızda öğrencilerin %48,8'i sosyal medya ile hocalarla iletişimde bulunmanın ders başarılarını arttırdığını, %37,8'i sosyal medyanın hoca-öğrenci ilişkilerini güçlendirdiğini, %57,5'u sosyal medya sayesinde sınıf arkadaşlarını daha iyi tanıyarak, arkadaşlarıyla iletişimlerini kuvvetlendirdiğini ve %51,9'u sosyal medya ile hocalarından daha hızlı geri bildirim aldıklarını belirtmişlerdir. Verilen cevaplara bakıldığında öğrencilerin yarısından fazlası iletişim konusunda olumlu düşünmektedir ve bu güçlü iletişimin ders başarılarına ve sınıf içi uyuma yansımalarını hissetmektedir.

Sosyal medya öğrencilerin ülke gündemi, siyaset, ekonomi, teknoloji, sağlık, bilim vb. konulardan da haberdar olmalarını sağlamaktadır. Öğrenciler için gündemin derslerle ilişkisini kurabilmek oldukça önemlidir. Nitekim, üniversitedeki etkinlikler, konferans, panel vb. çalışmalardan sosyal medya aracılığı ile haberdar olduklarını belirten öğrencilerin sayısı 751 kişi ile büyük çoğunluğu oluşturmaktadır. Bununla birlikte öğrencilerin %71,8'i sosyal medyanın bilgi alışverişi rolü sayesinde yeni fikirlerin ve yaratıcı düşüncelerin ortaya çıktığını, %69,1'i ise farklı ve yenilikçi bilgilere sosyal medya sayesinde sınırsız erişebildiklerini belirtmiştir. Bu durum öğrencilerin girişimci yanlarını teşvik etmekte, yeni projeler ve fikirler üreterek başarılarını arttırmalarına katkıda bulunmaktadır.

Son olarak ise, öğrencilerin yaklaşık %40'ı sosyal medya ile dersin akılda kalıcılığının arttığını belirtmiştir. Sosyal medya öğrencilerin hem işitsel hem görsel hafızasına hitap etmekte, ders içeriklerinin örneklendirilerek unutulmamasını sağlamaktadır. Özellikle derslerde Youtube üzerinden video ders anlatımları ve örneklendirmeler öğrencilerin derse ilgisini artırarak, motivasyonlarını yükseltmektedir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Kendinden bahsetmenin verdiği haz, duyguları ve düşünceleri anlık olarak paylaşma, kendini istediğin şekilde tanıtabilme, "ideal ben"i başkalarına gösterme, bilgiyi paylaşma, toplumla ortak bağları kuvvetlendirme ve belki de en önemlisi önemli ve değerli olduğunu başkalarından beğeni ve onaylar alarak hissetme sosyal medyanın insanlar üzerinde yarattığı etkiler arasındadır. Özellikle geri bildirimden ve beğenilmekten oldukça hoşlanan Y kuşağı ve genç nüfus için bu etkiler dayanılmazdır. Üniversite öğrencilerinin özel hayatlarında vazgeçilmez olan sosyal medyanın eğitim amaçlı kullanımı da kendilerine büyük faydalar sağlamaktadır.

Bu bağlamda, İnönü Üniversitesi lisans öğrencileri üzerinde yaptığımız sosyal medya ve akademik başarı algılarını ölçümlemeye çalışarak, bir ilişki kurmaya çalıştığımız bu araştırma da, öğrencilerin neredeyse hemen hemen hepsinin birden fazla sosyal medya aracını kullandığını ve bu araçlar içinden özellikle WhatsApp ve Instagram'ın en çok kullanılanlar olduğu görülmüştür. Öğrenciler günlük zamanlarının önemli bir kısmını sosyal medya da geçirmekte, fotoğraf çekip paylaşmakta, düşüncelerini dile getirmekte, video paylaşım izlemekte ve arkadaşlarıyla mesajlaşmaktadır. Her an ellerinin altında bilgiye erişim için hazır olan sosyal medya dersler içinde sıklıkla kullanılmaktadır. Derslerle ve üniversite ile ilgili gelişmeleri takip etme, sınıf içi iletişim, kaynak paylaşımı, topluluk halinde öğrenme, multimedya araçlarının derslerde kullanımı, başarılı iş insanlarını ve girişimcileri takip etme ve soru sorabilme, hoca- öğrenci etkileşimini her an canlı tutma avantajları ile sosyal medya akademik başarıyı olumlu yönde etkilemektedir.

Sonuç olarak, sosyal medyanın sifıra yakın bir maliyete sahip olması, hoca-öğrenci ilişkilerini güçlendirmesi, eğitim-öğretim sürecini daha yaratıcı, aktif, eğlenceli ve işbirlikçi kılması, öğrencilerin araştırma, sorgulama, karar verme ve problem çözme becerilerini geliştirmesi öğrencilerin akademik başarılarını olumlu yönde etkilemektedir.

Bu araştırma doğrultusunda, öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının akademik başarıları üzerine algıları ölçümlenmeye çalışılarak, sosyal medya ile akademik başarı arasında bir ilişki kurulmaya çalışılmıştır. Nitekim bu konuda literatür incelendiğinde yapılan araştırmaların büyük bir çoğunluğunda bu şekilde bir ölçümlemeye gidildiği, bir kısmında ise öğrencilerin dönem sonu ağırlıklı not ortalaması (GANO) ile bir karşılaştırma yapıldığı gözlemlenmektedir. Anakütle ve örneklem sayısının çokluğu, öğrenci işlerinden GANO sorgulama konusunda zaman sorunları ve öğrencilerin bazılarının GANO'larını bilmemeleri veya düşük yazmaktan çekinmeleri bizim böyle bir karşılaştırma yapmamızı zorlaştırmıştır ve bu araştırmanın en önemli kısıtları arasındadır. Gelecek araştırmalarda, GANO esaslı bir karşılaştırmanın yapılması, birden fazla üniversitede araştırma sonuçlarının sorgulanması faydalı olabilir. Bununla birlikte, sosyal medyanın eğitim üzerinde olumlu veya olumsuz bir etkisi mi olduğuna dair yine sosyal medya üzerinden Türkiye çapında online olarak bir araştırma yapılabilir. Nitekim, bugün takipçi sayısı çok fazla olan kişiler veya tanınmış isimler sosyal medya üzerinden anket özelliği ile geniş kitlelerden anında binlerce sayıda geri bildirimler alabilmektedir. Teknoloji hızla ilerlerken sosyal medyanın ve beraberinde getirdiği imkânların sayısının gün ve gün artacağı da bir kesindir. Özellikle içinde bulunduğumuz Dördüncü Sanayi Devrimi ilk olarak eğitimle dönüşüme başlamalıdır. Dolayısıyla, teknoloji ile iç içe bir eğitim ortamının oluşturulması, geleceğin işgücünün yaratılması bakımından kritik bir önem arz edebilir. Geleceğin işgücünü hazırlayan üniversitelerin de gerek sosyal medya gerekse diğer teknolojik uygulamalarla öğrencilerini yetiştirmesi ve geliştirmesi hem öğrenciler hem de ülkemiz ekonomisi bakımından oldukça faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Acun, İ., Yücel, C., Belenkuyu, C. ve Keleş, S. (2017), "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının İncelenmesi", Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 23(4), ss.559-602.
- Alalwan, A. A., Rana, Nripendra P., Dwivedi, Yogesh K. ve Algharabat, R. (2017) "Social Media in Marketing: A Review And Analysis of The Existing Literature", Telematics and Informatics 34(7), pp. 1177-1190.
- Alana, A. K. ve Kabadayı, E.T. (2016) "The Effect of Personal Factors on Social Media Usage of Young Consumers", Procedia Social and Behavioral Sciences 235, pp.595-602.
- Ali, M., Raja A. I., Yaacob, B. R., M. N. Al-Amin B. Endut, Naseeb U.L. (2017), "Strengthening The Academic Usage of Social Media: An Exploratory Study", Journal of King Saud University-Computer and Information Sciences, 29, pp.553-561.
- Al-Bahrani, A., Patel, D. ve Sheridan, B.,(2015) "Engaging Students Using Social Media: The Students' Perspective", International Review of Economics Education 19, pp. 36-50.
- Al-rahmi, W. M., Shahizan, M. O. ve Musa, M. A., "The Improvement of Students' Academic Performance by Using Social Media through Collaborative Learning in Malaysian Higher Education", Asian Social Science, 10(8).
- Bal, E. ve Bicen, H. (2017) "The Purpose of Students' Social Media Use and Determining Their Perspectives on Education", Procedia Computer Science 120, pp.177-181.
- Balakrishnan, V. ve Gan, C. L. (2016) "Students' Learning Styles And Their Effects on The Use of Social Media Technology for Learning", Telematics and Informatics 33, pp.808-821.

- Cain, J., Scott, D. R. ve Akers, P. (2009) "Pharmacy Students' Facebook Activity and Opinions Regarding Accountability and E-Professionalism", *American Journal of Pharmaceutical Education*, 73 (6).
- Cox D. ve McLeod, S. (2014) "Social Media Strategies for School Principals", *NASSP Bulletin* 98(1), pp.5–25.
- Dawley, L., (2009) "Social Network Knowledge Construction: Emerging Virtual World Pedagogy", *Emerald Group Publishing*, 17(2), pp. 109-121.
- Erikson, M. S. ve Eriksson, H. (2018) "PhD Students' Presenting, Staging and Announcing Their Educational Status; An Analysis Of Shared Images In Social Media", *Computers & Education* 116, pp.237-243.
- Erkan, I. ve Evans, C., (2016) "The Influence Of E-wom in Social Media On Consumers' Purchase Intentions: An Extended Approach to Information Adoption", *Computers in Human Behavior* 61, pp. 47-55.
- Gan, C., L., Francis L.F. ve Li, Y. (2017) "Social Media Use, Political Affect, And Participation Among University Students in Urban China", *Telematics and Informatics* 34, pp. 936–947.
- Gikas J. ve Grant, M. M.(2013), "Mobile Computing Devices in Higher Education: Student Perspectives On Learning With Cellphones, Smartphones & Social Media", *The Internet and Higher Education*, 19, pp. 18-26.
- Godey B., Manthiou, A., Daniele P., Joonas R., Gaetano A. Raffaele D. ve R. Singh, (2016) "Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence On Brand Equity And Consumer Behavior", *Journal of Business Research* 69, pp.5833–5841.
- Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F. ve Madran, O., "Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı", <https://www.researchgate.net/publication/228549730>.
- Habibi, M. R., M. Loreche ve Richard M. O. (2016) "Testing An Extended Model Of Consumer Behavior In The Context Of Social Media Based Brand Communities", *Computers in Human Behavior*, 62, pp. 292-302.
- Istanbuluoğlu, D. (2017) "Complaint Handling on Social Media: The Impact Of Multiple Response Times on Consumer Satisfaction", *Computers in Human Behavior* 74, pp.72-82.
- Junco, R. (2015) "Student Class Standing, Facebook Use and Academic Performance", *Journal of Applied Developmental Psychology* 36, pp.18-29.
- Karikari, S., Frimpong, K. O. ve Frimpong, N. O. (2017), "Evaluating Individual Level Antecedents And Consequences Of Social Media Use in Ghana", *Technological Forecasting & Social Change*, 123, pp. 68-79.
- Kassens, A. L. (2014) "Tweeting Your Way to Improved #Writing, #Reflection, and #Community", *The Journal of Economic Education*, 45 (2), pp. 101-109, doi:10.1080/00220485.2014.889937.
- Kaya, T. ve Bicen, H. (2016) "The Effects Of Social Media On Students' Behaviors; Facebook As A Case Study", *Computers in Human Behavior* 59, pp. 374-379.
- Khan, S. (2012) "Impact of Social Networking Websites on Students", *Abasyn Journal of Social Sciences*, 5(2), pp.56-77.
- Khan, T., Kend, M. ve Robertson, S. (2016) "Use of Social Media By University Accounting Students and its Impact On Learning Outcomes", *Accounting Education*, 25 (6), pp.534-567.
- Kim, E. ve Drumwright, M. (2016) "Engaging Consumers And Building Relationships In Social Media: Howsocial Relatedness Influences Intrinsic vs. Extrinsic Consumer Motivation", *Computers in Human Behavior* 63, pp. 970-979.
- Kim, Y., Yiben, L. ve Shan, Z. (2017) "Beyond Touchdown: College Students' Sports Participation, Social Media Use, College Attachment, And Psychological Well-Being", *Telematics and Informatics* 34, pp.895-903.
- Kirschner, P. A. ve Karpinski, A. C. (2010) "Facebook and Academic Performance", *Computers in Human Behavior* 26 (6), pp. 1237-1245.
- Koç, M. ve Karabatak, M. (2011) "Sosyal Ağların Öğrenciler Üzerindeki Etkisinin Veri Madenciliği Kullanılarak İncelenmesi", 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, Firat University, Elazığ.

- Küçükali, A. (2016) “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Atatürk Üniversitesi Örneği”, Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi , 7 (13) ss. 531-546.
- Lau, W.W.F. (2017) “Effects Of Social Media Usage And Social Media Multitasking On The Academic Performance Of University Students”, Computers in Human Behavior, 68 pp. 286-291.
- Lee, F.L.F., Chen, H.-T. ve Chan, M. (2017), “Social Media Use And University Students’ Participation In A Large-Scale Protest Campaign: The Case of Hong Kong’s Umbrella Movement”, Telematics and Informatics 34, pp.457–469.
- Lee, G. C. (2013) “The Use of Social Media in Education: A Perspective”, 2nd International Higher Education Teaching and Learning Conference.
- Lee, I. (2018) “Social Media Analytics For Enterprises: Typology, Methods, And Processes”, Business Horizons, 61, pp.199-210.
- Legaree, B. A. (2015), Considering The Changing Face Of Social Media in Higher Education”, FEMS Microbiology Letters, 362(16).
- Lindsey, J. M. ve Borin, N., (2017) “Why Strategy is Key For Successful Social Media Sales”, Business Horizons 60, pp.473-482.
- Lowe, B. ve Laffey, D. (2011) “Is Twitter for the Birds? Using Twitter to Enhance Student Learning in a Marketing Course”, Journal of Marketing Education 33(2) pp.183–192.
- Madge, C., Meek, J., Wellens, J. ve Hooley, T. (2009) “Facebook, Social Integration and Informal Learning at University: ‘It is More For Socialising And Talking To Friends About Work Than For Actually Doing Work’”, Learning, Media and Technology, 34(2), pp. 141-155, doi: 10.1080/17439880902923606.
- Mahadi, S. R. S., Jamaludin, N. N., Rozarina J., Intan N. ve Firdaus, M. F. (2016) “The Impact of Social Media Among Undergraduate Students: Attitude”, Procedia - Social and Behavioral Sciences 219(31), pp.472-479.
- Manca, S. ve Ranierit, M. (2013), “Is it a Tool Suitable For Learning? A Critical Review Of The Literature On Facebook As A Technology-Enhanced Learning Environment”, Journal of Computer Assisted Learning, 29, pp.487–504.
- Mao, Jin (2014) “Social Media For Learning: A Mixed Methods Study On High School Students’ Technology Affordances And Perspectives”, Computers in Human Behavior 33, pp. 213–223.
- Moran, M., Seaman, J. ve Kane, H. T. (2011) “Teaching, Learning, and Sharing: How Today’s Higher Education Faculty Use Social Media”, Pearson Learning Solutions, 501 Boylston Street, Boston.
- Paul, J. A., Baker, H.M. ve Cochran, J. D.(2012), “Effect Of Online Social Networking On Student Academic Performance”, Computers in Human Behavior 28, pp. 2117-2127.
- Pournarakis, D. E., Sotiropoulos, D. N. ve Giaglis, G. M. (2017) “A Computational Model for Mining Consumer Perceptions in Social Media”, Decision Support Systems 93 pp. 98–110.
- Rabbani, M., Javeed, A., Asif, M. ve Ibrahim, M., (2015) “Impact of Social Networking Websites on Students learning”, New Media and Mass Communication, 44, www.iiste.org ISSN 2224-3267.
- Sarsar, F., Başbay, M.ve Başbay, A. (2015) “Öğrenme-Öğretme Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı”, Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 11(2).
- Schultz, C. D. (2017) “Proposing To Your Fans: Which Brand Post Characteristics Drive Consumer Engagement Activities On Social Media Brand Pages?”, Electronic Commerce Research and Applications 26, pp.23–34.
- Schwab, K. (2016), The Fourth Industrial Revolution (Dördüncü Sanayi Devrimi, World Economic Forum), Çev: Z. Dicleli, Optimist Yayınları, İstanbul.
- Statista (2018), “Most Famous Social Network Sites By Active Users”, <https://www.statista.com> (erişim tarihi 11.03.18).
- Stephen, A. T. (2016) “The role Of Digital And Social Media Marketing In Consumer Behavior”, Current Opinion in Psychology, 10, pp.17–21

- Tajvidi, R. ve Karami, A. (2017), "The Effect Of Social Media On Firm Performance", Computers in Human Behavior 30, pp.1-10.
- Taleb, Z. ve Sohrabi, A. (2012) "Learning on The Move: The Use Of Mobile Technology To Support Learning For University Students", Procedia Social and Behavioral Sciences 69, pp.1102-1109.
- Tanrıverdi, H. ve Sağır, S. (2014) "Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının Ve Sosyal Ağları Benimseme Düzeylerinin Öğrenci Başarısına Etkisi", Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 7(18).
- Tess, P. A. (2013), "The Role of Social Media in Higher Education Classes (real and virtual): A Literature Review", Computers in Human Behavior, 29(5), pp.60-68.
- Uğur, N. G. ve Aykut H. T. (2015) "Üniversite Öğrencilerinin Mobil Uygulamaları Kabulü ve Kullanımı: Sakarya Üniversitesi Örneği", İnternet Uygulamaları ve Yönetimi, 6(2) ss. 63-79.
- Uzgören, N. (2009), Bilimsel Araştırmalarda Kullanılan Temel İstatistiksel Yöntemler ve SPSS Uygulamaları, 3 Mart Baskı, Kütahya.
- Wakefield, R. ve Wakefield, K., (2016)" Social Media Network Behavior: A Study of User Passion and Affect", Journal of Strategic Information Systems 25, pp. 140-156.
- Wang, T. (2017) "Social Identity Dimensions And Consumer Behavior in Social Media" Asia Pacific Management Review 22, pp.45-51.
- Yadav, M. ve Rahman, Z. (2017) "Measuring Consumer Perception Of Social Media Marketing Activities in E-Commerce Industry: Scale Development & Validation", Telematics and Informatics 34, pp. 1294-1307.
- Yan, Q., Shuang W., Lingli W., Pengfei W., Hejie C. ve Guohong W., (2016) "E-WOM From E-Commerce Websites and Social Media: Which Will Consumers Adopt?", Electronic Commerce Research and Applications 17, pp. 62-73.
- Yoo, W., Yang, J. ve Cho, E. (2016) "How Social Media Influence College Students' Smoking Attitudes and Intentions", Computers in Human Behavior 64, pp.173-182.