



Ayhan SERHATERİ¹

Emre YILDIRIM²

**FACEBOOK'UN YÜKSEKÖĞRETİMDE EĞİTİME DESTEK AMAÇLI
KULLANIMI: İLETİŞİM VE PAYLAŞIM TEMELLİ ALTYAPI ÜZERİNE
BİR İNCELEME**

Özet

İnternet ve bilgi teknolojilerinin gelişmesi birçok alanda olduğu gibi eğitim alanında da değişiklikler getirmiştir. Bu gelişme öğretmen-öğrenci etkileşimini fiziksel ortamdaki sanal ortama taşımıştır. Bu çalışmada bir sosyal paylaşım sitesi olan Facebook'un eğitime sağladığı katkı araştırılmıştır. Facebook'un hem paylaşım hem de iletişim temelli altyapısının yükseköğretimde olumlu bir etkisinin olup olmadığı incelenmiştir. Bu bağlamda Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi öğrencilerine hazırlanan bir anket formu sunularak veri toplama işlemi gerçekleştirilmiştir. Toplanan veriler Spss 20 paket programı ile analiz edilerek çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Ulaşılan sonuçlar değerlendirildiğinde Facebook'un üniversite öğrencileri arasında daha çok iletişim amaçlı kullanıldığı yorumu yapılabilir. Bulgular, Facebook'tan çeşitli derslerin takibi ve paylaşım açısından incelendiğinde ise öğrencilerin katılım düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Facebook, sosyal medya, eğitim, iletişim, paylaşım

**USAGE OF FACEBOOK AS REINFORCEMENT IN HIGHER
EDUCATION: AN INVESTIGATION BASED ON COMMUNICATION
AND SHARING INFRASTRUCTURE**

Abstract

The development of Internet and Information Technologies has brought various changes in many areas; also in the education area. This development shifted teacher-student interaction from physical to virtual environment. In this study, the contribution of Facebook as a social media website has been studied.

¹Yrd. Doç. Dr. Ayhan Serhateri, Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi

² Arş. Gör. Emre Yıldırım, Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi

The effects of sharing and communication-based infrastructure of Facebook in higher education have been investigated. In this context, data gathering process have been completed by implementing a survey to Sakarya University Faculty of Business Administration students. Collected data has been analyzed with the help of Spss 20 and various results have been achieved. After the evaluation of the results achieved, it can be concluded that Facebook is mostly used to communicate among university students. When the results have been evaluated in terms of lecture following and sharing, students' low level of participation has been reached.

Keywords: Facebook, social media, education, communication, sharing

1. Giriş

İnternet ve bilgi teknolojilerinin gelişmesi birçok alanda olduğu gibi iletişim ve medya araçlarında da çeşitli değişiklikler meydana getirmiştir. Bu gelişme, geleneksel yöntemleri ya ortadan kaldırmış ya da onlarda köklü değişiklikler oluşmasına zemin hazırlamıştır. Birbirlerine bağlı milyarlarca bilgisayar ile oluşturulan bir ağ yapısı, kullanıcıları zaman ve mekan sınırlarından kurtararak sanal dünyanın içine çekmiştir.

Oluşan bu yeni yapı sayesinde bireyler birbirleri ile istedikleri an iletişim kurabilme imkanına sahip olmuşlardır. Bu yapının getirmiş olduğu önemli bir avantaj ise bu iletişimin çift taraflı etkileşimli bir temel üzerine kurulmuş olmasıdır. Kaynak ve alıcıyı sanal ortamda buluşturan bu etkileşimli sistem, iletişimin de katkısıyla paylaşım da olanak tanımıştır. Böylelikle kullanıcılar, kendi aralarında bilgi, belge, fikir vb. gibi unsurları paylaşım imkanı bulmuşlardır. Kullanıcılar bu paylaşımları gerek bireysel olarak kendi aralarında gerekse kendilerine oluşturulan sanal platformlarda gerçekleştirmişlerdir. Bu amaçla oluşturulan sanal platformlardan birisi de sosyal medya olarak adlandırılmaktadır.

İletişim ve paylaşım üzerine kurulan sosyal medya, içinde barındırmış olduğu pek çok kullanıcı ve onlara erişimde sağladığı kolaylık gibi nedenlerle gün geçtikçe ticarileşmeye başlamıştır. Bu bağlamda pazarlama odaklı kullanımının oldukça yaygın olduğu söylenebilir. Ancak son yıllarda sosyal medyanın eğitime destek amaçlı kullanımı da oldukça yaygınlaşmaya başlamıştır (Kabilan vd., 2010; Rampai, 2013; McCharty, 2010). İletişim ve paylaşım olanak tanıyan bu sanal mecranın, bireyleri bir araya getirerek eğitime katkıda bulunduğu ifade edilebilir.

2. Sosyal Medya ve Facebook

Bilgi teknolojilerinin gelişmesi ile son yıllarda önemli ölçüde gelişme sağlayan sosyal medya, içeriği kullanıcılar tarafından oluşturulan (Kim vd., 2010), bireylerin sınırlı bir sistem içinde, halka açık veya yarı açık kişisel profillerine izin veren (Boyd ve Ellison, 2008), kişilerin katkı ve geribildirimine açık, oylama, yorum yapma ve bilgi paylaşımını teşvik edici (Mayfield, 2008), bloglar, chat odaları, forumlar gibi ağızdan ağza iletişim ortamının olduğu (Mangold ve Faulds,

2009), karşılıklı paylaşıma olanak sağlayan interaktif (Bulunmaz, 2011) ve bilgi değişimine izin veren internet temelli uygulamalardır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Kısacası sosyal medya, internet kullanıcılarına belirli bir konu, fikir vb. hakkında çeşitli paylaşımlar yapmaya ve iletişim kurmaya imkan veren etkileşimli sanal bir ortam olarak ifade edilebilir.

Sosyal medya, geleneksel medyanın yaptığı gibi işletmelerin tüketicileri ile iletişim kurmasına olanak sağlamakta ve buna ek olarak tüketicilerin birbirleriyle doğrudan iletişim kurmalarına imkan vermektedir (Dikmen, 2011). Geleneksel medya ile karşılaştırıldığında sosyal medyanın geleneksel medyadan farklılaşan yönleri Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. Geleneksel ve Sosyal Medya Ayrımı

Geleneksel Medya	Sosyal Medya
Sabit, değiştirilemez	Anlık güncellenebilir
Sınırlı ve gerçek zamanlı olmayan yorum	Sınırsız gerçek zamanlı yorum
Sınırlı gecikmeli ölçüm	Anlık popülerite ölçümü
Arşive erişimde güçlük	Kolay erişilebilir arşiv
Sınırlı medya karmaşı	Tüm medya karmaşı
Kurul tarafından yayım	Bireysel yayım
Paylaşım desteklenmez	Paylaşım ve katılım desteklenir
Denetim	Özgürlük

Kaynak: Stokes, 2009.

Tablo 1’den de görüldüğü üzere geleneksel medya sosyal medyaya göre oldukça sınırlıdır. Etkileşimli bir ortam mevcut olmadığından dolayı paylaşımlar desteklenmez ve sabit bir yapısı vardır. Geçmiş yıllara ait arşivlere ulaşım istendiğinde geleneksel medyada oldukça zor olurken sosyal medyada ise tek bir ‘tık’ ile mümkün olmaktadır. Kısacası internet ve bilgi teknolojilerindeki gelişim birçok alanı etkilediği gibi medyayı da sanallaştırarak anlık iletilerin dünyadaki herkes tarafından eş zamanlı olarak görülebilmesini sağlamıştır.

Sosyal medyanın tarihi gelişimine bakıldığında ilk sosyal ağ sitesi sixdegrees.com 1997 yılında kurulmuştur. Daha çok profesyonel amaçlı kullanılan LinkedIn ve bir dönem bireyler arasında oldukça popüler olan MySpace ise 2003 yılında kurulmuştur (Köksal, 2012). Tarihi gelişim içinde bunların yanında karşımıza başka web siteleri de çıkmaktadır. Ancak son yıllarda sosyal medya denince akla gelen ilk siteler Facebook ve Twitter olmaktadır. Milyonlara hatta milyara ulaşan üye sayıları düşünüldüğünde bu sosyal ağ sitelerinin önemi daha da iyi anlaşılmaktadır.

Facebook, kullanıcılara arkadaşları ile bağlantı kurmaya, gruplara katılmaya ve özel veya herkese açık yazılarla kullanıcılar tarafından oluşturulan ağlarda

kaynak paylaşımına izin veren online sosyal ağ yazılımıdır (Gonzales ve Vodicka, 2010). Facebook'u diğer sosyal paylaşım sitelerinden özellikle ayıran özelliği application (uygulama) eklentisidir. Facebook üzerinde gerek sitenin kendisinin gerekse kullanıcıların oluşturduğu 7000'den fazla application bulunduğu söylenmektedir. Bu uygulamalar, çoğunluğu Facebook'un haricindeki yazılım geliştiriciler tarafından hazırlanan, belli işlevleri olan ufak yazılımlardır (Chip, 2007).

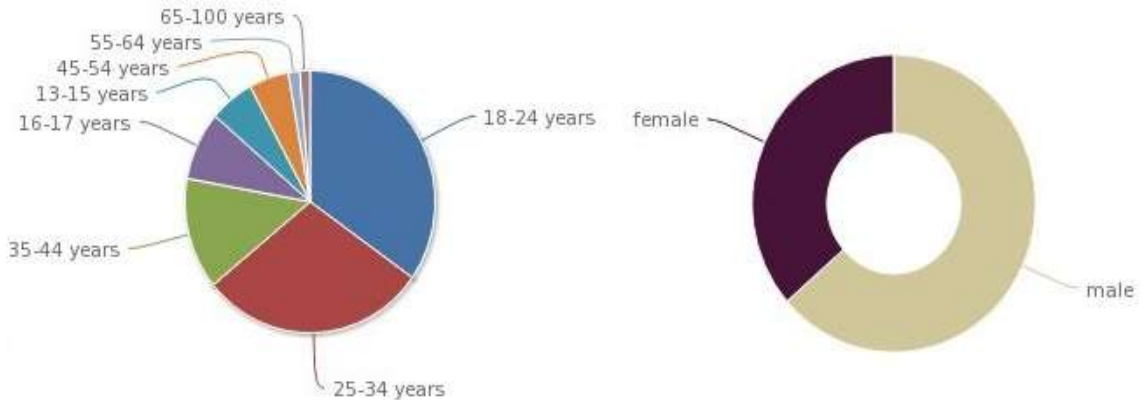
Toplam üye sayısını son zamanlarda 1 milyarın üzerine çıkaran Facebook'un Türkiye açısından Avrupa'daki genel durumu Tablo 2'de ve Türk kullanıcılarına ait verileri Şekil 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Türkiye'nin Avrupa'daki Facebook Konumu (Nisan 2013)

Sıra No	Ülke	Kullanıcı Sayısı	Nüfusa Oran (%)
1	İngiltere	33.827.180	52.65
2	Türkiye	32.354.900	41.59
3	Fransa	25.614.100	39.55
4	Almanya	25.350.560	30.99
5	İtalya	23.163.760	38.39

Kaynak: www.socialbakers.com

Tablo 2'de Facebook kullanıcı sayısı bakımından Avrupa'daki sadece ilk 5 ülke dikkate alınmıştır. Bu ülkeler arasında da görüldüğü üzere Türkiye'de Facebook % 41'e varan penetrasyon oranı ile yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. İlk sırada yer alan İngiltere ile arasında kullanıcı sayısı bakımında çok da bir fark bulunmamaktadır. Ancak sıralama penetrasyon oranlarına göre değerlendirildiğinde ise sadece Almanya ve İtalya'nın sıralamasının değiştiği görülmektedir. Bunun yanında Türkiye ve Fransa arasında kullanıcı sayısı bakımından gözle görülür bir fark olmasına rağmen nüfusa oranlandığında aradaki farkın oldukça az olduğu gözlenmektedir.



Şekil 1. Türk Facebook Kullanıcılarının Yaş ve Cinsiyet Dağılımları (Nisan 2013)

Kaynak: www.socialbakers.com

Facebook kullanıcıları arasında yaşa ve cinsiyete bakıldığında ise daha yüksek oranda 18-24 yaş aralığı ve erkekler tarafından kullanılmakta olduğu görülmektedir. Bu da bilgi teknolojilerinin daha çok genç kesim tarafından takip edilmesinin bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Kullanım yüzdesinin en çok 18-24 yaş aralığında olması Facebook'un yükseköğretimde eğitime destek amaçlı kullanılabilceği olgusunu güçlendirmektedir.

3. Facebook'un Eğitime Destek Amaçlı Kullanımı

Türkiye'de kullanıcı sayısı bakımından oldukça yüksek bir orana sahip olan Facebook arkadaşlık kurma (Öztürk ve Akgün, 2012), iletişim, paylaşım, hoş vakit geçirme (Rouis vd., 2011) gibi farklı amaçlar için kullanılmaktadır. Facebook, boş vaktin değerlendirilmesine yardımcı olduğu gibi eğitim, öğrenme veya akademik amaçlar için de kullanılabilir (Kabilan vd., 2010; Rampai, 2013). McCharty (2010) Facebook'un ideal bir karma öğrenme ortamı olduğunu belirtmektedir. Şekil 1'de gösterildiği gibi kullanıcıların çoğunlukla 18-24 yaş aralığında olmaları Facebook'un özellikle üniversite çağında eğitime destek amaçlı kullanılabilceği ile ilişkilendirilebilir.

Facebook, akademik uygulamaları desteklemede potansiyeli olan etkili ve faydalı bir araçtır (Madge, vd., 2009). Facebook'un eğitime destek amaçlı kullanımının yararı onun paylaşımcı ve iletişimci mekanizması ile işbirlikçi öğrenme modellerinde yatmaktadır (Mason, 2006). Bunun yanında Facebook öğrenciler arasında eğitimle ilişkili etkileşimler de sağlamaktadır (Selwyn, 2007) ve bu etkileşimler genelde biçimsel olmayan bir yapıdadır (Ellison, 2008). Facebook öğrenciler arasında işbirlikçi iletişim sağlar, öğrencilerin derse olan ilgisini ve performanslarını artırır, öğrencilerin fakülte ile iletişimde bulunmasına da yardımcı olur (Roblyer vd., 2010; Tuncay vd., 2010; Hoffman, 2009; Laire vd., 2012). Yapılan bir çalışmada öğrencilerin Facebook'u akademik amaçlar ve sınıf arkadaşlarına ulaşım için kullandıkları ortaya çıkmıştır. Çünkü Facebook internet üzerinden daha hızlı bir cevap sağlama avantajına sahiptir (Kosik, 2006).

Başka bir çalışmadan edinilen sonuca göre Facebook'un yükseköğrenimi etkileyen 5 ögesi dikkat, katılım, işbirliği, ağ farkındalığı ve kritik tüketim aşağıdaki gibi gösterilmektedir (Blankenship, 2011);

- *Dikkat*, bir kişinin çeşitli sosyal medya araçlarını gezinirken dikkatini vereceği yeri veya zamanı bilmesi yeteneğidir.
- *Katılım*, yapılacak bir yorumun nasıl ve ne zaman yardımcı ve uygun olacağını bilme durumudur.
- *İşbirliği*, diğer insanları dinleyip birlikte hareket etmeyi ifade etmektedir.
- *Ağ farkındalığı*, bir sosyal medyanın nasıl kullanıldığının bilinmesiyle ilintilidir.

- *Kritik tüketim* de internet ortamında bulunan sınırsız bilgiden işe yarar olanların seçilebilmesi yeteneğini ifade eder.

Bir başka ifadeyle Facebook'un etkin kullanılmasında bu öğeler dikkate alınmalıdır. Çünkü internet ortamının getirmiş olduğu sınırsız bilgi dünyasında hangi bilginin işe yarar olduğunu ve bu bilginin nereden alınabileceğini bilmek insanları en doğru olana yönlendirecektir. Facebook'un eğitime destek amaçlı kullanılması, kendilerini gerçek dünyada yeterince ifade edemeyen veya çekinen öğrencilerin sanal ortamda daha etkin olmalarını sağlamıştır. Aynı zamanda derslerin görsel öğelerle desteklenmesi derse olan ilgiyi ve akılda kalıcılığı da arttırmıştır (Keleş ve Demirel, 2011). Kısacası sosyal ağların eğitsel amaçlı kullanılmasında sağlanan yararlar İçerik oluşturma, sosyal destek, kaynak paylaşımı, işbirlikçi eğitim olarak sıralanabilir (McLoughlin ve Lee, 2007 ve Muijs vd., 2010).

Tüm bu araştırmalar dikkate alındığında görülmektedir ki Facebook eğitimde gözle görülür bir öneme sahiptir. Facebook sınıf uygulamalarını ve öğrenci ilgisini olumlu bir şekilde etkilemektedir (Aydın, 2012; Greenhow, 2011). Ancak Junko (2012) tarafından yapılan bir çalışmada ise aksine Facebook'ta fazla vakit geçirmenin öğrencilerin performanslarını düşürdüğü sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında tüm bu avantajlarına rağmen yapılan çalışmalarda eğitimcilerin büyük bir kısmının Facebook gibi sosyal medya araçlarını öğretimleri sırasında kullanmadıkları veya kullanmayı planlamadıkları sonucuna ulaşılmıştır (Ajjan ve Hartshorne, 2008; Perez vd., 2013).

4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın evreni 2012-2013 eğitim öğretim yılı bahar dönemindeki Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Örneklem seçiminde 1, 2, 3 ve 4. sınıflardan yaklaşık olarak birbirine yakın sayıda kişinin yer almasına dikkat edilmiştir. Çalışmada Facebook'un ele alınması onun kullanım kolaylığı, gençler arasındaki yaygınlığı ve eğitime destek amaçlı kullanılmasının herhangi bir maliyetinin olmaması ile açıklanabilir.

Veri toplamak amacıyla oluşturulan anket formu öğrencilere elden ulaştırılarak uygulanmıştır. Öğrencilere elden yapılan 300 anket kontrol işleminden geçirildikten sonra elemeye tabi tutulmuştur. Bu bağlamda 16 anket örneklem dışı bırakılarak araştırmanın örneklem büyüklüğü 284 olarak belirlenmiştir. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde McCallum vd.'nin (1999) çalışmasından yararlanılmıştır. Bu bağlamda örneklem büyüklüğünün, ankette yer alan ifadelerin 5 ile 10 katı arasında olması gerekmektedir. 10 ifadeden oluşan çalışmaya bu açıdan bakıldığında örneklem büyüklüğünün 50 ile 100 arasında olmasının yeterli olacağı görülmektedir. Bu çalışmada ise 284 adet örnekleme ulaşılarak örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu sonucuna varılmıştır. Örnekleme yöntemi olarak ise kolayda örnekleme yöntemi benimsenmiştir.

Anket formunun geliştirilmesinde Bostancı (2010) ve Bayram'ın (2012) yüksek lisans tez çalışmalarından yararlanılmıştır. Hazır ölçeklerden yararlanılarak 5 ifade çalışmanın ölçeğine uyarlanmıştır. Bunun yanında diğer 5 ifade ise 2012-2013 eğitim-öğretim yılının bahar döneminde okutulan Pazarlama Araştırmaları dersindeki öğrenciler ile karşılıklı soru-cevap süreci sonucunda belirlenmiştir. Ölçekteki ifadeler 5'li Likert Ölçeği (1 = kesinlikle katılmıyorum, 2 = katılmıyorum, 3 = ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4 = katılıyorum ve 5 = kesinlikle katılıyorum) ile ölçülmüştür. Ölçek uygulamaya konulmadan önce, 15 kişi ile pilot çalışma gerçekleştirilerek bazı ifadeler daha net anlaşılması için yeniden düzenlenmiştir.

5. Araştırma Verilerinin Analizi, Bulgular ve Yorum

Tablo 3'te örnekleme ilişkin genel veriler gösterilmektedir. Örneklemin % 58'i erkeklerden, yaklaşık % 42'si ise kadınlardan oluşmaktadır. Yaş dağılımları incelendiğinde ise çoğunluğun 21 yaş grubunda olduğu görülmektedir. Kişi sayısı en az olan ise 23 ve üzeri yaş grubudur. Öğrencilerin öğrenim gördükleri sınıflar incelendiğinde ise dağılımların yaklaşık olarak birbirine yakın olduğu görülmekle birlikte çoğunluğun 3. sınıfta olduğu görülmektedir. Öğrencilerin internette geçirdikleri zaman incelendiğinde ise yaklaşık % 69'luk bir çoğunluğun 2 saate kadar zaman harcadıkları yine tablodan görülebilir. Bu süre içinde Facebook'a ayrılan zamanın ise daha çok, internette geçirilen zamanın yarısından azını teşkil ettiği tablodan görülmektedir.

Tablo 3. Örnekleme İlişkin Genel Veriler

		Frekans	%
Cinsiyet	Erkek	165	58,1
	Kadın	119	41,9
Yaş	19 ve altı	64	22,5
	20	43	15,1
	21	79	27,8
	22	59	20,8
	23 ve üzeri	39	13,7
Sınıf	1	61	21,5
	2	72	25,4
	3	89	31,3
	4	62	21,8
Internette geçirilen zaman	1 saatten az	97	34,2
	1-2 saat	98	34,5
	3-4 saat	55	19,4
	4 saatten fazla	34	12

İnternette geçirilen zaman	Yarisından azı	147	51,8
çinde Facebook'un payı	Yarısı ve fazlası	137	48,2

Ölçeğin güvenilirlik analiz sonuçları incelendiğinde Cronbach's Alpha değeri 0,802 çıkmıştır. Bu bağlamda $0,802 > 0,70$ olduğundan dolayı ölçeği oluşturan ifadelerin birbirleriyle tutarlı olduğu yorumuna ulaşılabilir. Buna ilaveten Faktör Analizi yapabilmeyin ön şartı olan KMO ve Bartlett's Test sonuçları incelendiğinde ise bu değerler sırasıyla 0,814 ve 0,000 bulunmuştur. KMO değeri $0,814 > 0,80$ çıktığından dolayı çok iyi bir örneklem sayısına ulaşıldığı söylenebilir. Bartlett's Testi'nin anlamlılığı da $0,000 < 0,01$ çıktığından dolayı değişkenler arasında korelasyon olduğu yorumu yapılabilir. Başka bir ifade ile değişkenlerin birbirleriyle tutarlı olduğu tekrar ifade edilebilir.

Tablo 4. Faktör Analizi

İfadeler	Faktör Yükleri*	
	Faktör 1	Faktör 2
Dönem bittikten sonra da Facebook'ta dersle ilgili paylaşımlara devam ederim.	0,839	
Facebook'tan ödev veya proje paylaşımı yaparım.	0,698	
Facebook'tan ders takibi yaparım.	0,695	
Facebook'tan kayıtlı olmadığım dersleri de takip ederim.	0,674	
Facebook'ta diğer kullanıcılar tarafından dersle ilgili paylaşılan materyaller konuyu pekiştirmede bana yardımcı olur.	0,561	
Facebook, aynı dersi alan diğer arkadaşlarımla iletişim kurmama yardımcı olur.		0,751
Facebook'ta dersle ilgili duyurulardan hızlı bir şekilde haberdar olurum.		0,726
Facebook, ilgili dersi önceki dönemlerde alan kişilerle iletişim kurmama yardımcı olur.		0,714
Facebook, dersle ilgili hızlı ve interaktif iletişim imkanı sağlar.		0,591
Facebook, öğretim üyesi ile iletişim kurmama yardımcı olur.		0,523

*(Faktör yük değerleri $> 0,40$)

Tablo 4 ile birlikte iki faktör altında toplanan ifadelerin faktör yükleri verilmiştir. Bu ifadelerin kendi arasındaki tutarlılığa bakıldığında Faktör 1 “ders takibi ve paylaşım” olarak adlandırılırken, Faktör 2 ise “iletişim” olarak adlandırılmıştır. Bu faktörlerden birincisi toplam varyansın % 28,465'ini, ikincisi ise % 23,320'sini açıklamaktadır. Bir başka ifadeyle, bu faktörler toplam varyansın yaklaşık olarak % 52'sini açıklamaktadır.

Tablo 5'te ölçekte yer alan ifadelerle ait sıklıklar gösterilmektedir. Görüldüğü üzere öğrenciler Facebook'u ders takibi ve paylaşım yapmaktan daha çok

birbirleriyle iletişim kurabilmek amacıyla kullanılmaktadır. Ders takibi ve paylaşımına ait ortalamaların düşüklüğü tablodan görülebilir. Facebook'ta ders takibi yapabilmek için öncelikle öğretim üyesi ya da öğrenciler tarafından derse ait bir grubun oluşturulması gerekir. Bu çalışmada ders takibinin düşük çıkması grupların oluşturulmamış olmasıyla ilişkilendirilebilir. Öğrenciler paylaşımlarını Facebook üzerinden birbirlerine özel mesajlar atarak yapabilmektedirler. Bu durum da iletişim kapsamında ele alınabilir. İletişim ortalamalarının yüksek çıkması da bu şekilde açıklanabilir. Bulgular iletişim açısından incelendiğinde tabloda sadece öğretim üyesi ile kurulan iletişim ortalaması düşük çıkmıştır. Bu durum da öğretim üyelerinin Facebook hesaplarının olmaması veya olsa bile yeterince etkin kullanılmaları ile açıklanabilir. Bunun yanında öğretim üyesi ile öğrenciler arasında bulunan hiyerarşinin bir iletişim engeli oluşturduğu yorumu da yapılabilir.

Tablo 5. İfadelere Ait Sıklıklar

Facebook Kullanma Amacı	İfadeler	Ortalama*	Std. Sapma
Ders Takibi ve Paylaşım	Facebook'tan ders takibi yaparım.	2,26	1,196
	Facebook'tan kayıtlı olmadığım dersleri de takip ederim.	2,05	1,178
	Facebook'tan ödev veya proje paylaşımı yaparım.	2,52	1,224
	Facebook'ta diğer kullanıcılar tarafından dersle ilgili paylaşılan materyaller konuyu pekiştirmede bana yardımcı olur.	2,84	1,181
	Dönem bittikten sonra da Facebook'ta dersle ilgili paylaşımlara devam ederim.	2,01	1,023
İletişim	Facebook, aynı dersi alan diğer arkadaşlarımla iletişim kurmama yardımcı olur.	4,02	0,937
	Facebook, öğretim üyesi ile iletişim kurmama yardımcı olur.	2,74	1,204
	Facebook, ilgili dersi önceki dönemlerde alan kişilerle iletişim kurmama yardımcı olur.	3,40	1,099
	Facebook, dersle ilgili hızlı ve interaktif iletişim imkanı sağlar.	3,70	1,095
	Facebook'ta dersle ilgili duyurulardan hızlı bir şekilde haberdar olurum.	3,40	1,033

*(1=Kesinlikle katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle katılıyorum)

Tablo 6 iki değişken arasında doğrusal bir ilişkinin olup olmadığını göstermektedir. Bu bağlamda tablo incelendiğinde iletişim ile ders takibi ve paylaşım arasında orta düzeyde Kalaycı (2010) doğrusal bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Başka bir ifade ile değişkenlerden birindeki artış veya azalış diğerinde de aynı şekilde artış veya azalışa neden olmaktadır. Ders takibi ve paylaşımın iletişimi arttırdığı mantıksal bir şekilde açıklanabileceği gibi iletişimin de ders takibi ve paylaşımı arttırdığı ifade edilebilir.

Tablo 6. İletişim ile Ders Takibi ve Paylaşım Arasındaki Korelasyon

	İletişim	Ders takibi ve paylaşım	p
İletişim	1	0,501	0,000**
Ders takibi ve paylaşım	0,501	1	

** sig.<0,01

Tablo 7'de ise ders takibi ve paylaşım ile iletişimin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediği incelenmektedir. Anlamlılık düzeylerine bakıldığında her iki değişken için de p değeri 0,959 ve 0,592 > 0,05 olduğundan dolayı hem ders takibi ve paylaşımın hem de iletişimin cinsiyete göre farklılık göstermediği bulunmuştur. Facebook daha önce de belirtildiği üzere öğrenciler arasında ders takibi ve paylaşım amacıyla pek kullanılmamaktadır. Bu durum cinsiyetlere göre de neredeyse tamamen benzerlik göstermektedir. İletişim açısından bakıldığında ise kız öğrencilerin katılımı erkek öğrencilere göre biraz daha yüksektir. Ancak aradaki bu fark istatistiki olarak anlamlı değildir.

Tablo 7. Ders Takibi ve Paylaşım ile İletişimin Cinsiyete Göre t-testi Analizi

	Cinsiyet	Aritmetik Ortalamalar	t-testi (sig)
Ders Takibi ve Paylaşım	Erkek	2,33	0,959
	Kadın	2,32	
İletişim	Erkek	3,44	0,592
	Kadın	3,48	

Tablo 8'de ders takibi ve paylaşım ile iletişimin Facebook'a ayrılan zamana göre farklılık gösterip göstermediği görülmektedir. Öğrencilerin Facebook'a ayırdıkları zamanın internette geçirdikleri zamanın yarısından az olması veya yarısı ile yarısından fazlası olması ders takibi ve paylaşım açısından farklılık göstermezken (0,081 > 0,05), iletişim açısından istatistiki olarak farklılık göstermektedir (0,029 < 0,05). İletişim ortalamaları incelendiğinde Facebook'ta geçirilen süre arttıkça katılımın da arttığı ortaya çıkmıştır. Buradan yola çıkarak Facebook'ta geçirilen zaman arttıkça öğrencilerin birbirleriyle daha çok iletişim kurmaya istekli oldukları yorumu yapılabilir.

Tablo 8. Ders Takibi ve Paylaşım ile İletişimin Facebook'a Ayrılan Zamana Göre t-testi Analizi

	Toplam zaman içinde Facebook'a ayrılan zaman	Aritmetik Ortalamalar	t-testi (sig)
Ders Takibi ve Paylaşım	Yarisından az	2,41	0,081
	Yarısı ve fazlası	2,24	
İletişim	Yarisından az	3,37	0,029*
	Yarısı ve fazlası	3,55	

*(sig. < 0,05)

Tablo 9 ders takibi ve paylaşımın öğrenim görülen sınıflara göre karşılaştırmasını ifade etmektedir. Anlamlılık düzeyi $0,018 < 0,05$ olduğundan dolayı sınıflara göre istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın bulunduğu söylenebilir. Bu farklılığın nereden kaynaklandığı ise yapılan Tukey testi sonucunda açıkça görülmektedir. Tablo incelendiğinde 2. sınıfta okuyan öğrencilerin Facebook'u ders takibi ve paylaşım amacıyla kullanmaları 3. ve 4. sınıfa göre farklılık göstermektedir. Bu bağlamda katılım düzeylerine bakıldığında sınıf arttıkça Facebook'u ders takibi ve paylaşım amacıyla kullanmaya olan katılımın 2. sınıftan itibaren düştüğü gözlenmektedir. 2. sınıfların 3 ve 4'ten hem daha genç hem de bilgisayara daha aşina olmalarının bu sonucu ortaya çıkardığı düşünülebilir.

Tablo 9. Ders Takibi ve Paylaşımın Sınıf Açısından One-way Anova Testi

	Sınıf	Aritmetik Ortalamalar	Anova (sig)
Ders Takibi ve Paylaşım	1	2,37	0,018*
	2	2,57	
	3	2,21	
	4	2,18	
Post Hoc	Grup	Sınıf	Tukey
		1	0,527
	2	3	0,030*
		4	0,035*

*(sig. < 0,05)

Tablo 10 incelendiğinde ise Facebook'un iletişim amaçlı kullanımının sınıflara göre farklılık gösterdiği görülmektedir ($0,006 < 0,01$). Gruplar arası farklılıkları belirtmek için ise Scheffe testi kullanılmıştır. Tablo incelendiğinde gruplar arası farklılığın 2. ve 3. sınıflardan kaynaklandığı görülmektedir. Bir başka

ifade ile 2. sınıflar Facebook'u iletişim amacıyla 3. sınıflardan daha çok kullanma eğilimindedirler.

Tablo 10. İletişimin Sınıf Açısından One-way Anova Testi

	Sınıf	Aritmetik Ortalamalar	Anova (sig)
İletişim	1	3,51	0,006*
	2	3,67	
	3	3,28	
	4	3,41	
Post Hoc	Grup	Sınıf	Scheffe
		1	0,559
	2	3	0,001*
		4	0,275

*(sig. < 0,01)

6. Sonuç ve Öneriler

Bir eğitime destek aracı olarak Facebook, üniversite öğrencileri arasında ders takibi ve paylaşımından daha ziyade iletişim amacıyla kullanılmaktadır. Bu durumun, ders takibi yapabilmek amacıyla Facebook üzerinden öğrenci ve öğretim üyesinin katılabileceği ilgili derse ilişkin bir grubun oluşturulmaması nedeniyle kaynaklandığı yorumu yapılabilir. Bu bağlamda, Facebook üzerinden hem derse ilişkin bir grubun oluşturulmasının hem de bu grubun etkin bir şekilde kullanılmasının öğrencilerin ders takibini arttıracakı düşünülmektedir. Dersi Facebook üzerinden takip eden öğrencilerin paylaşım sayısında da artış olacağı beklenmektedir.

İletişim açısından bakıldığında ise üniversite öğrencilerinin daha aktif olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Daha önce de bahsedildiği üzere ders takibi ve paylaşım için bir grubun oluşturulmaması öğrencileri kendi aralarında özel olarak iletişime teşvik etmektedir. Bu bağlamda paylaşımın eksikliğinin iletişim ile giderildiği söylenebilir. Bunun yanında öğrenciler kendi aralarında Facebook'u iletişim amacıyla çokça kullandıkları kadar öğretim üyesi ile iletişimde kullanmadıklarının farkına varılmıştır. Bu durum da öğretim üyelerinin Facebook hesaplarının olmaması veya olsa bile Ajjan ve Hartshorne (2008) ile Perez vd.'nin (2013) çalışmalarında olduğu gibi yeterince kullanmayı planlamadıkları şeklinde açıklanabilir. Ayrıca öğretim üyesi ile öğrenciler arasında bulunan fiziki hiyerarşinin de bir iletişim engeli oluşturduğu yorumu yapılabilir. Bu bağlamda öğretim üyelerinin Facebook üzerinden daha etkin olmalarının, hem ilgili derse ait bir grubun oluşturulmasının sağlanmasına hem de öğrencilerle arasındaki engellerin ortadan kaldırılmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Bir eğitim aracı olarak Facebook'ta hem ders takibi ve paylaşım hem de iletişime yönelik öğrencilerin katılım düzeyleri incelendiğinde, 2. sınıfta yer alan öğrencilerin diğer gruplarla kıyaslandığında daha yüksek katılım düzeyine sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bir başka ifade ile öğrenim görülen sınıf düzeyi arttıkça Facebook'un eğitime destek amaçlı kullanımına yönelik eğilim düşmektedir. Bunun nedeni olarak daha önce de bahsedildiği üzere öğrencilerin zamanla birbirlerini tanınması arkadaşlıklarını, iletişimlerini ve paylaşımlarını offline ortama taşımaları olarak yorumlanabilir.

7. Çalışmanın Kısıtları

Çalışmanın ilk kısıtını uygulamanın Sakarya Üniversitesi İşletme Fakültesinde gerçekleştirilmiş olması oluşturmaktadır. Çalışmanın diğer fakültelerde de gerçekleştirilmesi karşılaştırmalı sonuçlar verebilecektir. Buna ilaveten başka üniversitelerde de uygulama imkanı ile karşılaştırmalar daha makro düzeyde ortaya konulabilir. Çalışmanın diğer kısıtı ise belirli bir dönemde uygulanmış olmasıdır. Çalışmanın zamana yayılmasıyla farklı veya karşılaştırmalı sonuçlar elde edilebilir. Çalışmanın son kısıtı ise kolayda örnekleme yönteminden faydalanılmış olmasıdır.

KAYNAKLAR

- AJJAN, Haya; HARTSHORNE, Richard, (2008), "Investigating Faculty Decisions to Adopt Web 2.0 Technologies: Theory and Empirical Tests", *The Internet and Higher Education*, Volume 11/2, s. 71-80.
- AYDIN, Selami, (2012), "A Review of Research on Facebook as an Educational Environment", *Education Tech Research Dev*, Volume 60, s. 1093-1106.
- BAYRAM, Ali Turan, (2012), *Pazarlama Veri Tabanının Güncel Bir Unsuru Olan Sosyal Medyanın Otel Pazarlamasındaki Yeri*, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- BLANKENSHIP, Mark, (2011), "How Social Media Can and Should Impact Higher Education", *Education Digest: Essential Readings Condensed for Quick Review*, Volume 76/7, s. 39-42.
- BOSTANCI, Mustafa, (2010), *Sosyal Medyanın Gelişimi Ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- BOYD, Danah; ELLISON, Nicole, (2008), "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 13, s. 210-230.

- BULUNMAZ, Barış, (2011), "Otomotiv Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı ve Fiat Örneği", Global Media Journal Turkish Edition, Volume 3, s. 20-51.
- Chip, http://www.chip.com.tr/makale/facebook-ta-en-populer-uygulamalar_4814.html.
- DIKMEN, Gözde Öymen (2011), Tüketen Üreticiden Üreten Tüketicie Dönüşümde Sosyal Medyanın Rolü, Kırmızı Kedi Yayıncılık, İstanbul.
- ELLISON, Nicole, (2008), "Introduction: Reshaping Campus Communication and Community Through Social Network Sites", ECAR Research Study, Volume 8, s. 19-32.
- GONZALES, Lisa; VODICKA, Devin, (2010), "Top 10 Internet Resources for Educators", Leadership Magazine.
- GREENHOW, Christine, (2011), "Youth, Learning, and Social Media", Journal of Educational Computing Research, Volume 45/2, s. 139-146.
- HOFFMAN, Ellen, (2009), "Social Media and Learning Environments: Shifting Perspectives on the Locus of Control", In Education, Volume 15/2, s. 23-38.
- JUNKO, Reynol, (2012), "Too Much Face and not Enough Books: The Relationship Between Multiple Indices of Facebook Use and Academic Performance", Computers in Human Behavior, Volume 28, s. 187-198.
- KABILAN, Muhammed Kamarul; AHMAD, Norlida; ABIDIN, Mohamad Jafre Zainol, (2010), "Facebook: An Online Environment for Learning of English in Institutions of Higher Education?", Internet and Higher Education, Volume 13, s. 179-187.
- KALAYCI, Şerif, (2010), Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayıncılık, Ankara.
- KAPLAN, Andreas; HAENLEIN, Michael, (2010), "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", Business Horizons, Volume 53, s. 59-68.
- KELEŞ, Esra; DEMİREL, Pınar, (2011), "Bir Sosyal Ağ Olarak Facebook'un Formal Eğitimde Kullanımı", 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, 22-24 Eylül 2011, Fırat University, Elazığ.

- KIM, Won; JEONG, Ok-Ran; Lee; Sang-Won, (2010), "On Social Web Sites", *Information Systems*, Volume 35, s. 215-236.
- KOSIK, Amber, (2006), "The Facebook: Implications for Student Affairs" *Sharing the Commonwealth: Critical Issues in Higher Education*, Volume 31/3, s. 9-10.
- KÖKSAL, Yüksel, (2012), *Bir Tutundurma Aracı Olarak Sosyal Medyanın Marka Bağlılığına Etkileri*, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- LAIRE, Delphine; CASTELEYN, Jordi; MOTTART, Andre, (2012), "Social Media's Learning Outcomes Within Instruction in the Efl Classroom: Exploring, Implementing and Analyzing Storify", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Volume 69, s. 442-448.
- MADGE, Clare; MEEK, Julia; WELLENS, Jane; HOOLEY, Tristram, (2009), "Facebook, Social Integration and Informal Learning at University: It is More Efor Socialising and Talking to Friends About Work Than for Actually Doing Work", *Learning, Media and Technology*, Volume 34/2, s. 141-155.
- MANGOLD, Glynn; FAULDS, David, (2009), "Social Media: The New Hybrid Element of the Promotion Mix", *Business Horizons*, Volume 52, s. 357-365.
- MASON, Robin, (2006), "Learning Technologies for Adult Continuing Education", *Studies in Continuing Education*, Volume 28/2, s. 121-133.
- MAYFIELD, Thomas, (2008), "A Commanders's Strategy for Social Media", *JFQ*, Volume 60, s. 79-83.
- MacCALLUM, Robert; WIDAMAN, Keith; ZHANG, Shaobo; HONG, Sehee, (1999), "Sample Size in Factor Analysis", *Psychological Methods*, Volume 4/1, s. 84-99.
- McCHARTY, Joshua, (2010), "Blended Learning Environments: Using Social Network Sites to Enhance the First Year Experience", *Australian Journal of Educational Technology*, Volume 26/6, s. 729-740.
- McLOUGHLIN, Catherine; LEE, Mark, (2007), "Social Software and Participatory Learning: Pedagogical Choices with Technology Affordances in the Web 2.0 Era", *Australasian Society for Computers in Learning in Tertiary Education (ASCILITE) Annual Conference*, 2-5 Aralık 2007, Nanyang Technological University, Singapore, s. 664-675.

- MUIJS, Daniel; WEST, Mel; AINSCOW, Mel, (2010), "Why Network? Theoretical Perspectives on Networking", *School Effectiveness and School Improvement*, Volume 21/1, s. 5-26.
- ÖZTÜRK, Müslüm; AKGÜN, Özcan Erkan, (2012), "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları ve Bu Sitelerin Eğitimlerinde Kullanılması ile İlgili Görüşleri", *Sakarya University Journal of Education*, Volume 2/3, s. 49-67.
- PEREZ, Teresa; ARAIZA, Maria de Jesus; DOERFER, Claudia, (2013), "Using Facebook for Learning: A Case Study on the Perception of Students in Higher Education", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Volume 106, s. 3259-3267.
- RAMPAL, Nattaphon, (2013), "The Development Model of Knowledge Management Via Social Media to Enhance Graduated Student's Self-Directed Learning Skill", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Volume 103, s. 1006-1010.
- ROBLYER, Darren; McDANIEL, Michelle; WEBB, Marsena; HERMAN, James; WITTY, James, (2010), "Findings on Facebook in Higher Education: A Comparison of College Faculty and Student Uses and Perceptions of Social Network Sites", *Internet and Higher Education*, Volume 13/3, s. 134-140.
- ROUIS, Sana; LIMAYEM, Moez; SANGARI, Esmail, (2011), "Impact of Facebook Usage on Students' Academic Achievement: Roles of Self Regulation and Trust", *Electronic Journal of Research in Education Psychology*, Volume 9/3, s. 961-994.
- SELWYN, Neil, (2007), "Screw Blackboard ... Do It on Facebook!: An Investigation of Students' Educational Use of Facebook", *Poke 1.0 Facebook Social Research Symposium*, 15 Kasım 2007, University of London, s. 2-23, England.
- Socialbakers, <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/turkey>.
- STOKES, Rob, (2009), *eMarketing: The Essential Guide to Online Marketing*, Quirk eMarketing Ltd., Cape Town.
- TUNCAY, Nazime; KESER, Hafize; UZUNBOYLU, Hüseyin, (2010), "If Knowledge is Power Why Keep It Secret?", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Volume 2/2, s. 5650-5658.