

PERCEPTIONS OF UNIVERSITY STUDENTS ON WHATSAPP IN EDUCATIONAL SETTINGS

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN EĞİTİM ORTAMLARINDA WHATSAPP
KULLANIMINA YÖNELİK ALGILARI

Özel SEBETCİ¹
Aslıhan TOPAL²
Mehmet Can HANAYLI³
Gizem GÜREL DÖNÜK⁴

Abstract

The developments in Internet technologies have made social media a part of life for individuals of almost all ages who are in contact with each other. Household ICT Usage Survey conducted by TÜİK presents that the proportion of the entire population of individuals using the Internet in Turkey was 66.8% according to the data from 2017. The development and use of Internet technologies has led to the development of new media concepts in the field of communication. The WhatsApp application, which allows easy access of visual and written materials between teachers and students, is one of the possibilities offered by the new media. In this study, the perceptions of the undergraduate students on the use of the WhatsApp application in the learning environments have been investigated. The survey was finalized by first compiling items from previous studies that were using perception scales used in social media and secondly by adding different items and lastly by conducting a validity and reliability study. The study was carried out with 343 students (109 bachelor degree and 234 foundation degree students), in the central campus of Adnan Menderes University using simple random sampling method. It is understood from the survey results that the students frequently (85.7%) use WhatsApp for educational purposes and process. And also majority of the students preferred to use WhatsApp in educational settings for personal information / photo sharing (63.3%), homework / project studies (59.5%), discussion of a topic related to the course / homework (% 60,9), sharing content (59,5%), and asking questions (72,3%). In this study, the importance of the use of social networks in the field of education in order to increase the effectiveness of the learning process was emphasized.

Keywords: WhatsApp, Social Network, New Media, Social Media Integration, Educational Settings

Özet

İnternet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler birbirleriyle iletişim halinde olan neredeyse her yaşta birey için sosyal medyayı yaşamın bir parçası haline getirmiştir. TÜİK tarafından gerçekleştirilen Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2017 yılı verilerine göre Türkiye’de internet kullanan bireylerin tüm nüfusa oranı %66,8 olarak açıklanmıştır. İnternet teknolojilerindeki gelişim ve kullanım oranı, iletişim alanında yeni medya kavramının gelişmesine sebep olmuştur. Bu kapsamda görsel ve yazılı materyallerin kolaylıkla öğretmen-öğrenci arasındaki erişimine imkân sağlayan WhatsApp uygulaması, yeni medyanın sunduğu olanaklardan birisidir. Bu çalışmada, lisans ve ön lisans öğrencilerinin öğrenim ortamlarında WhatsApp uygulaması kullanımına yönelik algıları araştırılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucu sosyal medya ile ilgili kullanılan anketler derlenerek oluşturulan yeni anket son haline getirilmiştir. Çalışma Adnan Menderes Üniversitesi merkez kampüs içerisinde basit tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak lisans 109 ve ön lisans 234 olmak üzere toplam 343 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerin WhatsApp uygulamasını eğitim-öğretim sürecinde çok sık tercih ettikleri (%85,7) anket sonuçlarından anlaşılmaktadır. Ayrıca öğrencilerin geneli WhatsApp uygulamasını kişisel bilgi/fotoğraf paylaşımında (%63,3), ödev/proje çalışmalarında (%59,5), ders/ödev ile ilgili konuların tartışılmasında (%60,9), paylaşılmasında (%59,5) ve sorular sorulması (%72,3) kapsamında sıklıkla tercih ettikleri görülmektedir. Bu çalışmada öğrenme sürecinin etkinliğini artırmak için sosyal ağların eğitim alanında kullanımının önemi vurgulanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: WhatsApp, Sosyal Ağlar, Yeni Medya, Eğitim Ortamları, Sosyal Medya Entegrasyonu

¹Adnan Menderes Üniversitesi Aydın Meslek Yüksekokulu, osebetci@adu.edu.tr

²Adnan Menderes Üniversitesi Aydın Meslek Yüksekokulu, topal.aslihan@adu.edu.tr

³Adnan Menderes Üniversitesi Aydın Meslek Yüksekokulu, mehmet.hanayli@adu.edu.tr

⁴Adnan Menderes Üniversitesi Aydın Meslek Yüksekokulu, gizem.gurel.donuk@adu.edu.tr

GİRİŞ

İletişim alanında yaşanan gelişmeler kullanıcılara çok fazla imkân sunmakla birlikte, internet kullanımının yaygınlaşması küresel anlamda kullanıcılara daha kolay bilgiye erişim imkânı sağlamaktadır. Bu kapsamda günümüzde internet, yaşamın vazgeçilmez parçalarından birisi haline gelmektedir. İnsanın doğasında var olan bilgiyi aktarma ve paylaşma duygusu, ilkel dönemlere kadar uzanmaktadır. Nesilden nesile aktarılan bilgilerle, insanoğlu farklı noktalara bakabilmektedir. Yeni medya kavramı da tam bu noktada geleneksel medyaya aktarılan yeni bilgilerin eklenmesiyle bir dönüşümü ve bu dönüşüm sayesinde yaşanan değişimi ifade etmektedir. Geleneksel medya 2000'li yıllara kadar yazılı ve görsel basının (gazete, radyo, televizyon) yoğunlukla kullanıldığı iletişim ortamıdır. Tek yönlü ve maliyetinin yüksek olması gibi önemli sınırlılıkları bulunan geleneksel medyadan, çevrim içi etkileşimin daha fazla olduğu, zaman ve mekân sınırının olmadığı yeni medyaya dönüşüm yaşanmaktadır. Bu kapsamda iletişim kavramının önemi ortaya çıkmaktadır. İletişim kavramının oldukça fazla tanımı bulunmaktadır, yapılan bu tanımlardan bazıları; “İletişim mesajlar aracılığıyla gerçekleştirilen toplumsal etkileşimdir (Mutlu, 1995).” “İletişim basit olarak; mesaj alıp verme, düşüncelerin aktarılması, bilgi veya anlamların karşı tarafa gönderilmesi veya alınması şeklinde tanımlanabilir (Küçük, Çubukçu, Sancar, & Korucuk, 2016).”

Teknolojik ve yazılımsal gelişmeler zaman ve mekân engellerini ortadan kaldırarak etkili iletişim kurma, insanlarla tanışma, ilişkileri koruma ve güçlendirme için olanak sağlamaktadır (Lytras & Ordóñez de Pablos, 2011). Sosyal etkileşim, çevremizdeki insanlarla bilgi ve kültür aktarım sürecidir (Baym & Jones, 1995). Bu aktarım için sosyal ağlar ve internet ideal bir ortam oluşturmaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya insan ilişkilerinde büyük bir devrim niteliğindedir. Sosyal medya kavramı, sunduğu yeni platformlar, araçlar ve uygulamalar sayesinde insanlara gelişme imkânı tanıyan etkili bir iletişim ortamı sunmaktadır. Bu gelişim, özellikle genç nüfusta daha belirgindir. Teknoloji kültürünün gelişimi, yalnızca teknoloji bilgisini değil aynı zamanda toplumsal etkileşim kurma becerilerini de içermektedir (Mora, Pont, Casado, & Iglesias, 2015).

İletişim nesiller arasında yaygınlaşan toplumsal süreçtir. Bu süreç eğitimle de yakından ilgilidir, öğrenme olayı öğrencilerin çevresiyle iletişimi ve etkileşimi ile gerçekleşmektedir (Deryakulu, 1991). Bu kapsamda eğitimciler iletişim ve teknoloji alanlarındaki gelişmelerden öğretim sürecinin farklı aşamalarında faydalanarak yeni teknolojileri kullanmaya çalışmaktadırlar. Öğrenciler yeni teknolojilerle öğretmenin kullandığı ve sunduğu her türlü kaynağa erişebilmektedir. Bu anlamda, öğretim tasarımına eklenecek yeni teknolojilerin kullanımının sağlayacağı katma değer hakkında yeterli deneyim olmadığından ve eğitimde yeni teknolojilerin entegrasyonunun her zaman olumlu ve etkili sonuçlar vermemesinden kaynaklanan sıkıntılar da mevcuttur. Bu sebeple özellikle sosyal ağlar ve öğretim ortamlarında oynadığı rolle ilgili olarak eğitim toplumunun, öğrenme sürecinde sosyal medyayı kullanmanın etkilerini anlaması özellikle önemlidir (Boyd & Ellison, 2007). Sosyal ağların yönetimi ve eğitim süreçlerine entegrasyonu, öğretim tasarımı stratejilerinin potansiyellerinden faydalanılmasına ve iletişimsel risklerin azaltılmasına olanak tanır. Bu kapsamda eğitim alanındaki araştırmacıların mevcut potansiyeli anlaması özellikle önemlidir (Mora, Pont, Casado, & Iglesias, 2015).

Eğitim anlamında geleneksel medyanın sınırlı olanakları içerisinde ulaşılabilecek bilgilere yeni medyanın sunduğu olanaklar çerçevesinde hızlı, kolay maddi anlamda internet erişimi hariç herhangi bir yükü bulunmadan, yer ve zaman sınırı olmadan ulaşılabilmektedir. Görsel ve yazılı materyallerin kolaylıkla öğretmen-öğrenci arasında erişimine imkân tanıyan WhatsApp uygulaması yeni medyanın sunduğu olanaklardan

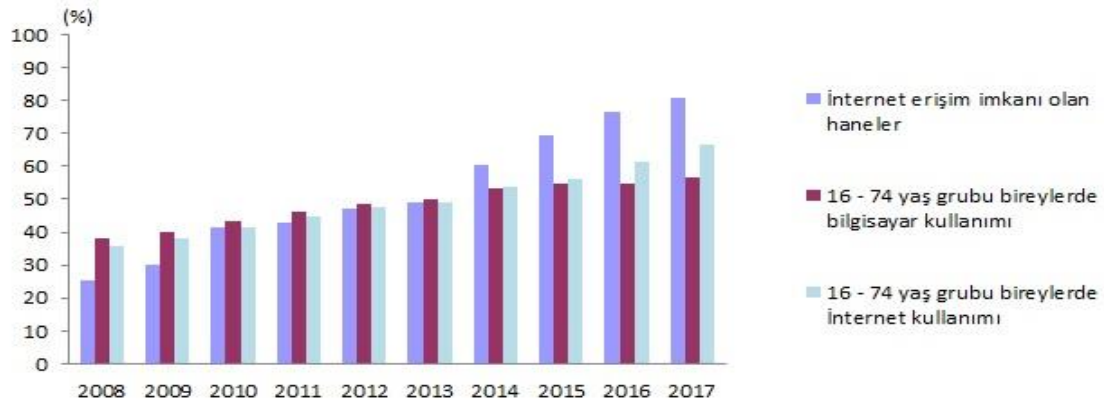
birisidir. Bundan dolayı; çalışmada, lisans ve ön lisans öğrencilerinin eğitim ortamlarında WhatsApp uygulaması kullanımına yönelik algıları araştırılmıştır.

GELENEKSEL MEDYA VE YENİ MEDYA

İletişim alanında yaşanan gelişmeler beraberinde pek çok dönüşümü de getirmektedir. Bu dönüşümler toplumsal yapı üzerinde etkili olmakta, yaşam biçimlerini bile farklı şekillendirmektedir. Bu noktada yayıncılık, telekomünikasyon ve bilgi-işlem sektörlerinin yöndeşmesiyle birlikte gündelik hayata getirdiği değişimin toplumsal boyutlarını ele almak önem kazanmaktadır (İlhan, 2006).Bilişim çağından önce bilginin yaygınlaşması daha yavaş ve bilgiye erişmek daha zorken; artık günümüzde bilgiye ulaşmak internet ve bilişim araçları ile hiç olmadığı kadar kolaydır (Aksoy, 2015).

İnternet kullanımı aileler bazında incelendiğinde, neredeyse internet erişimi olmayan hane yok gibidir. TÜİK tarafından açıklanan Hane Halkı Bilişim Teknolojileri kullanım araştırması sonuçlarına göre 2017 yılı Nisan ayında hanelerin %80,7'si evden internete erişim imkânına sahip olurken, bu oran 2016 yılının aynı ayında %76,3 olarak açıklanmıştır. Bilgisayar ve İnternet kullanım oranları 16-74 yaş grubundaki erkeklerde, 2016 yılında %65,7 ve 2017 yılında %75,1 iken, kadınlarda 2016 yılında %47,7 ve 2017 yılında %58,7 olarak açıklanmıştır. Ayrıca yapılan bu araştırmadan 16-74 yaşları arası bireylerin, bilgisayar ve internet kullanımında 2008 yılından 2017 yılına kadar gerçekleşen artış incelenebilmektedir (Tüik, 2017) (Grafik 1.). Bu kapsamda günümüzde bireylerin internet erişimlerinin günden güne arttığı görülmektedir.

Grafik 1. Yıllara göre yaygın internet kullanımı.



Geleneksel medya yapısı içerisinde radyo, televizyon, gazete gibi kitle iletişim araçlarının kullanımı ile yeni medya yapısı arasında önemli farklar bulunmaktadır. Günümüzde gelişen teknoloji sayesinde cep telefonları aracılığıyla yer sınırı olmaksızın ana terminallere bağlanıp bilgi alışverişi yapılabilen, internete bağlanılabilmekte, televizyon izlenebilmekte, sadece ses, fotoğraf ve metin değil aynı zamanda hareketli görüntü iletimi de kolaylıkla kullanılabilmektedir. Kullanıcıların kolay erişilebilirliği, fazla kanal sayısı, aktif olması ve küresel olmasına karşın erişim noktasının sınırlı olmaması, yer ve zaman sıkıntısı yaşanmaması gibi sayılabilecek çok sayıda farklılık yeni medyanın geleneksel medyaya karşı üstünlüğünü göstermektedir. Örneğin; internet üzerinden radyo yayını dinlenirken aynı kanal (internet) üzerinden gazetelerden veya haber portallarından anlık haberler okunabilmektedir. Ayrıca gazetenin internet sitesi incelenirken, sitede var olan bir video izlenebilmekte veya bir röportaj dinlenebilmekte hatta internet üzerinden televizyon yayınları takip edilebilmekte ya da film izlenebilmektedir (Aktaş, 2007).

Geleneksel medyada pasif konumda olan kullanıcılar, örneğin bir habere ulaşmak için gazetenin yayınlanmasını, radyonun ya da televizyonun haber saatinin başlamasını beklemek durumundayken, yeni medyanın sağladığı olanaklar ve internet sayesinde istediği tüm bilgilere anında ulaşım sağlamaktadır. Yeni medyanın sağladığı olanakların verimlilik, kullanılabilirlik açısından sağladığı avantajlar, verilere göre kullanım yaygınlığına bakılarak değerlendirildiğinde geleneksel medyaya oranla oldukça etkili olduğu görülmektedir. Yeni medyada iletişim kanalı sayısı fazladır, ayrıca erişim noktası sınırlı değildir ve küreseldir. (Aktaş, 2007). Günümüzde kullanıcılar tüketici olarak görülse de aslında WhatsApp ihbar hattı örneğinde olduğu gibi anlık iletiler sayesinde kaynak konumuna da geçebilmektedir. Yeni medya, günümüzde çok noktadan çok noktaya iletişim modelinin alt yapısını oluşturarak kullanıcıların içerik sağlamalarına da fırsat vermektedir (Aytekin, 2012).

Yeni medya ile geleneksel medya arasındaki farklardan bir tanesi de içerikle ilgili boyuttur. Yeni medya geleneksel medyadan farklı olarak aynı kanal üzerinde ses, grafikler, tablolar, yazılı dokümanlar, hareketli görüntüler ve farklı web sitelerine ya da aynı site içerisinde farklı sayfalara bağlantılar vererek çeşitlendirilmiş bir içeriği kullanıcılarına sunar. Bunun yanında geleneksel medya ise sınırlı içeriği sunabilecek yapıya sahiptir. Yeni medyanın temel özellikleri ise sayısallaşma, farklı medyaların yöneşmesi, etkileşim, internetin kitle iletişiminden ayrılması, kullanıcının içeriği etkilemedeki rolü, toplumsal kontrolün azalması ve asenkron iletişim olarak sıralanabilir (Aktaş, 2007). İstenilen bilgiye istenilen yerden rahatlıkla ulaşabilme özelliği kullanıcılar açısından büyük bir avantajdır. Yeni medyanın kullanıcılarına yakınlık hissi vermesi etkileşim anlamında önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir gazete sayfasını arşivden bulmak için epeyce emek harcamak gerekirken, dünyanın neresinde olursa olsun istenilen bir makaleye internet ile kolaylıkla ulaşılmaktadır. Yeni medyalar geleneksel medyalara göre oldukça hızlıdır. Dijital bilginin yeni medyalar aracılığıyla çok kısa sürede ve etkili şekilde tüm dünyaya yayılması mümkündür ancak kullanıcı istemediği sürece bilgi geri de çekilebilmektedir. Bu gelişme bilgi iletiminin hızlı ve kolay hale gelmesini sağlamıştır. Bu da medya kullanıcılarına bilgi sunmak için fazla kaynak harcanması gereğini ortadan kaldırmıştır (Çakır, 2004).

SOSYAL AĞLAR VE WHATSAPP

İnternet, mobil ve sosyal medya kullanıcı istatistikleri konusunda “We Are Social” ve “Hootsuite” tarafından yayınlanan 2017 yılı raporu ve yapılan araştırma sonuçları dikkat çekicidir. We Are Social internet, sosyal medya, teknoloji kullanımı gibi birçok alanda küresel çapta online istatistikler yapan ve bazı dönemlerde istatistikleri yayınlayan kurumsal bir şirkettir (We Are Social, 2018). Hootsuite birden fazla sosyal medya hesabının ortak yönetilmesini amaçlayan ve sosyal medya istatistiklerini tutmak için çalışmalar geliştiren bir şirkettir (Hootsuite, 2018).

2017 yılı istatistiklerine göre tespit edilen bazı bilgiler şu şekildedir;

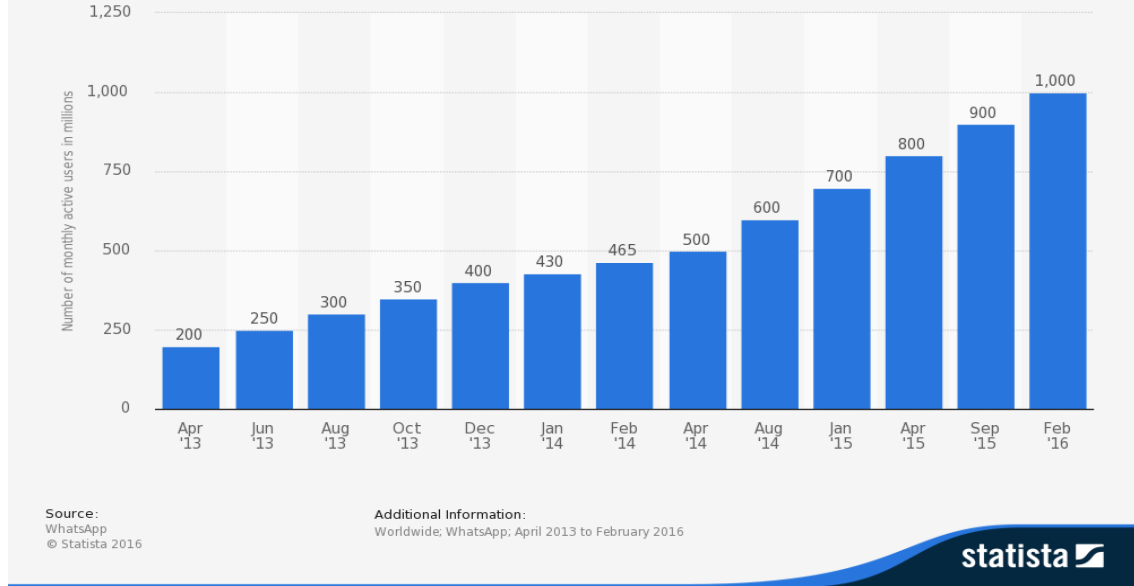
- ✓ *Dünyanın yarısından fazlası artık en az 1 adet akıllı telefon kullanıyor.*
- ✓ *Dünya nüfusunun neredeyse üçte ikisi en az bir cep telefonu sahibidir.*
- ✓ *Dünya genelinde web trafiğinin yarısından fazlası artık cep telefonundan geliyor.*
- ✓ *Dünyanın dört bir yanındaki mobil bağlantıların yarısından çoğu artık geniş banttır.*

Bununla birlikte Türkiye’de 2016 Ocak ayından bu yana internet kullanıcı sayısının %4 ile 2 milyon, aktif sosyal medya kullanıcısı sayısının ise %14 ile 6 milyon arttığını gözlenmiştir. Türkiye’de sosyal medyayı mobilden kullanan kişi sayısının ise son bir yıl içerisinde %17 oranında arttığı gözlenmiştir. Ayrıca hazırlanan raporda Türkiye’deki

cihaz kullanıcılarının %95'inin cep telefonu sahibi ve %75'inin akıllı telefon kullandığı ifade edilmiştir. Kullanıcıların gün içerisinde ortalama 7 saatini bilgisayar karşısında, 3 saatini telefon üzerinden internete bağlanarak ve 3 saatini sosyal medya platformlarında geçirdiği de bildirilmiştir. Türkiye'nin web trafiğine göre; bilgisayar üzerinden ziyaretlerin %36'ya düştüğü, öte yandan mobil trafiğin %61 oranına yükseldiği ifade edilmektedir (Dijital Ajanslar, 2017).

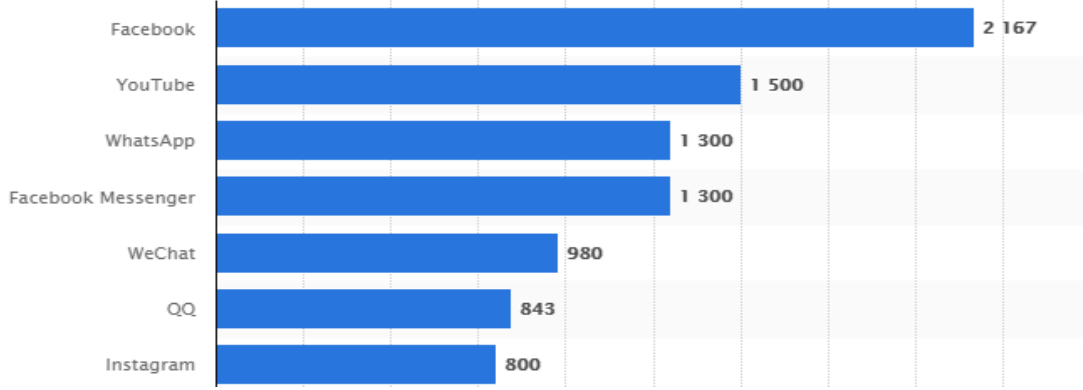
2009 yılında ABD'de Jan Koum ve Brian Acton tarafından kurulan WhatsApp ücretsiz çevrimiçi anlık mesaj yazılımıdır. WhatsApp, SMS'e alternatif olarak geliştirilen metin, fotoğraf, video, belge, konum gibi pek çok türdeki medyanın güvenli iletimini desteklemektedir. 2014 yılında Facebook tarafından satın alınan yazılım dünya çapında hızlı bir şekilde kullanımını arttırmıştır. 180'den fazla ülkede 1 milyardan fazla kişi tarafından her zaman, her yerde iletişimde olmak için kullanılmaktadır (WhatsApp, 2018). WhatsApp'ın kullanıcı sayısının Grafik 2'deki artışı gelişim hızının da bir göstergesidir (Mobilshift, 2017).

Grafik 2. 2013-2016 yılları arası dünya genelinde aktif WhatsApp kullanıcı sayıları (milyon olarak ifade edilmiştir).



WhatsApp'ın sosyal medya uygulaması olarak önemli özellikleri ve avantajları vardır. Ücretsiz olma, grup oluşturma, toplu mesaj gönderme, grup oluşturmadan toplu mesaj gönderme, tüm bilgileri gizleyebilme özellikleri ve başka bir servise kaydolmayı gerektirmemesi kullanıcılara cazip gelmektedir. Ayrıca önemli kişilerin bildirimlerini hemen okumak için ayırabilme, belge paylaşabilme, uygulamayı açmadan iletilere cevap verme, gif-emoji-fotoğraf-video gönderebilme, sohbetleri telefonun ana ekranına taşıyabilme, iletileri dışa aktarabilme gibi son derece yararlı özellikleri de WhatsApp uygulamasını diğer mesajlaşma yazılımlarından farklı kılmaktadır (Uzun & Uluçay, 2017). İstatistik verilerinin yer aldığı Statista'nın paylaştığı bilgilere göre dünyada en fazla kullanıcıya sahip sosyal medyalardan dördünün Facebook'un bünyesinde yer aldığı görülmektedir. Grafik 3'de görüldüğü gibi Facebook 2.1 milyar, WhatsApp 1.3 milyar, Facebook Messenger 1.3 milyar ve Instagram 800 milyon olmak üzere toplamda 5 milyarı aşkın kullanıcı sayısına sahip bulunmaktadır (Statista, 2018). Bu kapsamda WhatsApp uygulamasının dünyada en çok tercih edilen ilk üç sosyal medya uygulaması arasında bulunması, bu medyanın öğrenme ortamlarında tercih edilebilirliğini arttırmaktadır.

Grafik 3. Statista.com verilerine göre sosyal medya uygulamalarının kullanıcı sayıları (milyon olarak)



Sosyal medya aracı olarak en çok kullanılan ağlardan ilk üçte %36,2 ile Facebook, %34,3 ile WhatsApp, %7,8 ile Instagram yer almaktadır (Ustakara & Türkoğlu, 2015). Yapılan benzer bir çalışma sonuçlarına göre, katılımcıların sosyal medya uygulamalarından en çok Facebook'u kullandıkları; Facebook'un ardından sırasıyla en yüksek orandan başlayarak WhatsApp, Instagram, Twitter, Snapchat, Swarm, Foursquare ve Vine uygulamalarını kullandıklarını belirtilmiştir (Cebecioğlu & Altıparmak, 2017). Diğer bir çalışmada da sosyal ağların yaygınlaşmasının, sosyallığın de ölçülebilir bir kavram olmasını sağlaması üzerinde durulmuş ve bu ölçütün sosyal paylaşım sitelerindeki aktiflik ile ilgili olduğunu belirtilmiştir (Söğüt, Özcan, & Aslan, 2016).

Terim olarak sosyal medya kullanıcıların ağ teknolojilerini kullanarak etkileşimini sağlayan araç, hizmet ve uygulamaların bütünü olarak tanımlanmıştır (Boyd, 2008). Ayrıca web 2.0'ın kullanıcı hizmetine sunulmasıyla birlikte, tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya sistemi olarak da tanımlanmıştır (Baloğlu, 2015). Sosyal medyanın kullanım sebeplerine bakıldığında başlıca amaç sosyalleşme sonrasında ise bilgi edinme, habere erişme ve eğlence daha sonra da boş vakitleri değerlendirme ön plandadır. (Onursoy, 2017). İnsanlar ayrıca yakın çevrelerinin yaşantıları ile ilgili bilgi sahibi olmak, yeni ilişkiler kurmak ve mesleki alandaki bilgileri paylaşmak gibi nedenlerle de sosyal medyayı kullanmaktadır (Güneş, 2016).

Pek çok alanda olduğu gibi eğitim anlamında da kullanıcılarına gittikçe değişen ve yenilenen yapılarıyla farklı olanaklar sunan sosyal medyanın çeşitli özellikleri vardır. Bu özellikler katılım, açıklık, karşılıklı konuşma, topluluk, bağlantısallık, medyada içerik oluşturma, yeni etkileyenler tabakası oluşturma olarak sıralanmıştır (Zafarmand, 2010). Gelecek nesillerin teknoloji çağına doğmuş dijital yerli insanlar olması sebebiyle öğrenme ortamlarını düzenleyebilmek ve teknolojiyi uygun pedagoji ile eğitime entegre edebilmek için öğretmenler ve eğitim yöneticilerinin teknolojiye hakim olmaları gerekmektedir (Özmen, Aküzüm, Sünkür, & Baysal, 2012). Eğitimcilerin mesleki gelişim ve eğitsel bağlamda sosyal ağları kullanmalarının önemi, artan sosyal ağ kullanıcı sayısı göz önüne alındığında daha net görülmektedir (Grant, 2008). Sosyal medyanın sahip olduğu özellikler ve farklı kullanım sebepleri, kişiler arası iletişim becerilerini ve etkileşimi artırmasıyla, insanların yaşam boyu öğrenme ve mesleki gelişimleri açısından önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Toprak & Güneş, 2015).

Eğitim alanında bu anındalık ve karşılıklı etkileşim öğrenci ve akademisyenler açısından çok büyük bir kolaylık sağlamaktadır. Genel anlamda ders materyallerinin

paylaşımının iki temel ayağı bulunmaktadır. Bunlardan ilki paylaşılacak ders ve içerikler ikincisi ise paylaşımı sağlayacak ortamdır. Ders materyallerinin paylaşımında öğretim yönetim sistemleri, kurumların web sayfaları veya ortak paylaşım yapan harici kuruluşların sağladığı ortamlar kullanılabilir (Yıldırım, Bölen, Yıldırım, Daş, & Çeliker, 2017). Sosyal ağ siteleri, esnek ve kullanıcı dostu olması sebebiyle diğer platform ve öğretim yönetim sistemlerine göre daha kolay kullanılabilir. WhatsApp uygulaması ile öğretmenler dersle bağlantılı olarak kurdukları gruplarla ders için gerekli makale, ödev, tüm materyallerle ilgili öğrencilerin bilgilendirilip uygun kanallara yönlenebilir, bu sayede bilgi kirliliğinin önüne geçilmesini de sağlayabilirler. Koç ve Karabatak çalışmalarında sosyal ağların çeşitli ve çok sayıdaki özelliklerinin eğitim-öğretim süreçlerinde öğretmen ve öğrencilere yaratıcı ve işbirlikli öğrenme imkânları sunduğunu belirtmişlerdir (Koç & Karabatak, 2012). Özmen ve arkadaşlarının (2011) yaptıkları çalışmada WhatsApp ve Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinin pedagojik araçlar olarak da düşünülebileceğinin ve bireylerin çalışmalarında sosyal destek ve bağlanabilirlik, işbirlikli bilgi keşfi ve paylaşımı, içerik oluşturma, bilgi ve bilgi topluluğu gibi amaçlarla kullanılabilirliğinin altını çizmişlerdir. Sosyal ağ siteleri bahsedilen bu özelliklerin yanı sıra, harmanlanmış öğretim deneyimlerini zenginleştirilmesi, öğretim ve değerlendirme sürecine destek olması gibi özelliklerinden dolayı da eğitim örgütlerine yarar sağlamaktadır (Jones, Blackey, Fitzgibbon, & Chew, 2010)

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın amacı Adnan Menderes Üniversitesi Aydın Meslek Yüksekokulu ve İletişim Fakültesi'nde lisans ve ön lisans öğrenimi gören öğrencilerin öğrenim ortamlarında WhatsApp kullanımına yönelik algılarını belirlemek ve elde edilen bulgular yardımıyla sonuç ve öneriler ortaya koymaktır. Bu araştırmanın özgünlüğü ve değeri; öğrenme sürecinin etkinliğini artırmak için sosyal ağların eğitim bağlamında nasıl kullanılacağına ilişkin öğrenci algıları ve kilit yönlerini ortaya koymaya çalışmasıdır.

ÇALIŞMA METODU

Araştırma betimsel bir çalışmadır ve betimsel araştırma yöntemlerinden genel tarama modeli kullanılmıştır. Genel tarama modeli, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacıyla evrenin tümü üzerinde ya da ondan alınacak bir grup üzerinde yapılan tarama çalışmasıdır (Karasar, 2017). Tarama modeline uygun olarak veri toplama amacıyla alan yazında var olan dijital teknolojiye yönelik tutum ölçeği (Cabı, 2016) ve sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinden (Eren, 2014) maddeler alınarak bir anket hazırlanmış pilot test sonrası katılımcılara uygulanarak elde edilen verilerden bulgulara ulaşılmıştır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz, & Demirel, 2012).

Bu çalışmanın genel evreni Türkiye'de öğrenim gören tüm lisans ve önlisans öğrencilerinden oluşmaktadır, çalışma evreni Adnan Menderes Üniversitesi olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda Adnan Menderes Üniversitesi merkez kampüs içerisinde 2017-2018 güz döneminde basit tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak 109 lisans ve 234 ön lisans olmak üzere toplam 343 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir.

İki bölümden oluşan anketin ilk bölümünde yaş aralığı, cinsiyet gibi demografik bilgiler ile okunan bölüm, sınıf, günlük ve haftalık internet kullanım sıklığı, internete en çok hangi cihaz üzerinden bağlanıldığı ve sosyal medya kullanım sıklığı bilgileri istenmiştir. Anketin ikinci bölümü ise 18 maddeden oluşmuştur ve beşli likert tipi ölçek kullanılmıştır. Anket sonuçlarının çözümlemesi IBM SPSS istatistik programı üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada betimsel istatistiklerden yüzde, frekans, t-test ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır.

Araştırmanın kullanılan ankete güvenilirlik analizi uygulanmış ve sonuçları Tablo.1'de belirtilmiştir (p=0,880). Akbulut'a göre anketin geçerli ve güvenilir olması için minimum Alpha değeri ,70 ve üzerinde olmalıdır (Akbulut, 2010). Bu durumda anket maddeleri yüksek güvenilirlik düzeyine sahiptir.

Tablo 1. Güvenilirlik analizi sonuçları

	N	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items
Reliability Statistics:	24	,880	,862

Tablo 2'de görüldüğü üzere araştırmaya katılan öğrencilerin %51'i erkek, %42'si bayandır. Lisans ve önlisans birinci (%53,1) ve ikinci (%46,9) sınıfta öğrenim gören öğrencilerin genel yaş dağılımları 17-25 (%97,7) aralığında yoğunlaşmaktadır.

Tablo 2. Çalışma Grubunun Özellikleri

		Sayı (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	175	51
	Kadın	168	49
Yaş Grupları	17-25	335	97,7
	25-33	4	1,2
	33-41	3	,9
	41+	1	,3
Sınıf	1. Sınıf	182	53,1
	2. Sınıf	161	46,9
Bölüm	Bilgisayar Prg.	13	3,8
	Büro Yön.	23	6,7
	İşletme Yön.	57	16,6
	Muhasebe Vergi Uyg.	80	23,3
	Pazarlama	19	5,5
	Çocuk Gelişimi	8	2,3
	Elektronik	21	6,1
	Halkla İlişkiler ve Rek.	61	17,8
	Radyo Televizyon ve Sin.	48	14
	Elektrik	5	1,5
	İnşaat Tek.	8	2,3

Ankete katılan öğrencilerin %91,3'ü (N=313) cep telefonundan , %8,2 (N=28) kişisel bilgisayarlarından internete erişmekte çok az bir grup ise internet için diğer araçları kullanmaktadır. Öğrencilerin %61,8'i (N=212) günlük 3 saat ve üzeri internete bağlanmakta ve %61,5'i (N=211) sosyal medyayı her zaman kullanmaktadır (Tablo 3).

Tablo 3. İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı

		Sayı (N)	Yüzde (%)
İnternete en çok hangi cihaz üzerinden bağlanıyorsunuz.	Kişisel bilgisayar	28	8,2
	Cep tel.	313	91,3
	Diğer	2	0,6
Günlük internet kullanım sıklığımız.	0-30 dk	9	2,6
	1-2 Saat	53	15,5
	2-3 Saat	69	20,1
	3-4 Saat	64	18,7
	4 Saat ve üzeri	148	43,1
Sosyal medya kullanım sıklığımız.	Hiçbir zaman	3	0,9
	Nadiren	8	2,3
	Bazen	27	7,9
	Sıklıkla	94	27,4
	Her zaman	211	61,5

BULGULAR

Ön lisans ve lisans öğrencilerinin eğitim ortamlarında WhatsApp uygulaması kullanımına yönelik algılarını belirlemek amacıyla uygulanan anketin sonuçları yorumlanarak elde edilen bulgular açıklanmıştır. Araştırmada üniversite

öğrencilerinin internet kullanım sıklıklarını, internet kullanım sıklıkları ile sosyal medya kullanım sıklıkları arasındaki ilişkisini, sosyal medyanın hangi amaçlarla kullanıldığını belirlemek üzere istatistiksel analizler yapılmıştır.

Öğrencilerin internet kullanım sıklıklarını belirlemek üzere tek örneklem t-testi sonucu Tablo 4'te belirtilmiştir. Tek örneklem t-testi sonuçlarına göre; öğrencilerin günlük 3-4 saat internet kullandıkları ($t=12.88$ $p<0.05$), sosyal medyayı ise internete bağlandıkları neredeyse her zaman kullandıkları görülmektedir ($t=10.62$ $p<0.05$).

Tablo 4. One Sample T Testi

	N	\bar{X}	SS	t	P
Günlük internet kullanım sıklığı. (Test Value=3) 1= (0-30 dk) 2= (1-2 Saat) 3= (2-3 Saat) 4= (3-4 Saat) 5= (4 Saat ve Üzeri)	343	3.84	1.21	12.886	.000
Sosyal medya kullanım sıklığı. (Test Value=4) 1= (Hiçbir zaman) 2=(Nadiren) 3= (Bazen) 4= (Sıklıkla) 5= (Her zaman)	343	4.46	0.80	10.625	.000

Anketin ikinci bölümündeki maddelerin sonuçları Tablo 5'te incelendiğinde; öğrencilerin %72'si internet aracılığıyla istediği bilgiye ulaştığını belirtmektedir. Öğrencilerin sosyal ağlarda kendilerini rahat ifade edebilme oranları yapılan istatistik sonuçlarına göre kararsız ve katılıyorum arasında kalmakta, fakat katılıyorum ifadesine daha yakın bulunmaktadır. Bu kapsamda öğrencilerin sosyal ağlarda kendilerini daha rahat ifade edebildikleri düşünülmektedir. Aynı zamanda öğrencilerin %79'unun WhatsApp gibi sosyal ağları etkin olarak kullandıkları görülmektedir.

Öğrencilerin WhatsApp uygulamasını eğitim-öğretim sürecinde çok sık tercih ettikleri (%85,7) anket sonuçlarından anlaşılmaktadır. Ayrıca öğrencilerin geneli WhatsApp uygulamasını kişisel bilgi/fotoğraf paylaşımında (%63,3), ödev/proje çalışmalarında (%59,5), ders/ödev ile ilgili bir konunun tartışılması (%60,9), paylaşılması (%59,5) ve soru sorulması (%72,3) kapsamında sıklıkla tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 5. Betimsel İstatistik Sonuçları

	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. İnternet aracılığı ile her türlü bilgiye ulaşabilirim.	14	4,1	25	7,3	57	16,6	146	42,6	101	29,4
2. Sosyal ağlarda (WhatsApp, facebook, twitter, vb.) kendimi daha rahat ifade ederim.	46	13,4	71	20,7	92	26,8	89	25,9	45	13,1
3. Sosyal ağları (WhatsApp, facebook, twitter, vb.) etkin olarak kullanırım.	10	2,9	19	5,5	42	12,2	156	45,5	116	33,5
4. Derslerimde sosyal ağlardan (WhatsApp vb.) yararlanmak başarılı olmamı sağlar.	43	12,5	56	16,3	97	28,3	100	29,2	47	13,4
5. Sosyal ağların (WhatsApp, facebook, twitter, vb.) beni geliştirdiğine inanıyorum.	47	13,7	76	22,2	111	32,4	83	24,2	26	7,6
6. İnternet ortamında benim için hangi bilginin yararlı olduğunu ayırt edebilirim.	9	2,6	15	4,4	52	15,2	118	34,4	149	43,4
7. WhatsApp uygulamasını eğitim-öğretim sürecinde kullanırım.	14	4,1	15	4,4	20	5,8	128	37,3	166	48,4
8. Arkadaşlarımın gönderilerine yorum yapmak için kullanırım.	84	24,5	79	23	55	16	89	25,9	36	10,5
9. Sohbet etmek için kullanırım.	11	3,2	22	6,4	40	11,7	161	46,9	109	31,8

Tablo 5'in devamı

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		
10.	Arkadaşlarımın fotoğraflarına, yorumlarına bakmak için kullanırım.	36	10,5	57	16,6	57	16,6	136	39,7	57	16,6
11.	İlginç/Komik videoları paylaşmak için kullanırım.	72	21	75	21,9	69	20,1	85	24,8	42	12,2
12.	İnternet sitelerini paylaşmak için kullanırım.	101	29,4	95	27,7	73	21,3	55	16	19	5,5
13.	Mesaj göndermek için kullanırım.	13	3,8	15	4,4	26	7,6	144	42	145	42,3
14.	Kişisel bilgilerimi/fotoğraflarımı paylaşmak için kullanırım.	31	9	32	9,3	63	18,4	146	42,6	71	20,7
15.	Arkadaşlarımla birlikte ödev/proje yapmak için kullanırım.	23	6,7	45	13,1	71	20,7	134	39,1	70	20,4
16.	Arkadaşlarımla dersle ilgili bir konuyu tartışmak için kullanırım.	19	5,5	44	12,8	71	20,7	141	41,1	68	19,8
17.	Arkadaşlarıma ödev/dersle ilgili soru sormak için kullanırım.	14	4,1	34	9,9	37	13,7	163	47,5	85	24,8
18.	Ders için hazırladığım bir ödevi paylaşmak için kullanırım.	32	9,3	45	13,1	62	18,1	141	41,1	63	18,4

TARTIŞMA VE SONUÇLAR

Öğrencilerin internet kullanım sıklıkları ve sosyal medya kullanım sıklıkları analiz edildiğinde günlük olarak en az 3-4 saat internete bağlı kaldıkları ve bu sürenin neredeyse tamamını sosyal medyayı kullanarak geçirdikleri görülmüştür. Cross (2006) öğrenmelerimizin %80'inin formal eğitim programı dışında gerçekleştiğini belirtmiştir. Bu bağlamda sosyal medyanın eğitim amaçlı tercih edilmesi, informal eğitim imkânlarını artırıp mekân sınırı olmadan öğrenmeyi destekleyebilecektir. Aynı zamanda öğrencilerin günlük rutini olan sosyal medya hesaplarını kontrol etkinliğini öğrenme amaçlı kullanmaları (ödev-proje yapımı ve paylaşımı, dersle ilgili soru ve tartışmalara katılma) onlara farkında olmadan kişisel ve eğitsel gelişimlerine katkı sunmaktadır. Öğrencilerin WhatsApp'ın kendilerini geliştirdiğine inanıp inanmadıklarıyla ilgili maddeye verdikleri cevapların katılmıyorum ve kararsızım kısımlarında yoğunlaşması gelişimlerinin farkında olmadan günlük rutinlerine devam ettiklerini göstermektedir. Öğrencilerin sosyal ağlarda kendilerini rahat ifade edebildikleri görüşüne katılmaları informal eğitim ortamlarındaki kuralların formal eğitim ortamlarına göre daha esnek olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Baran (2010), tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin %90,6'sı Sosyal Paylaşım Siteleleri (SPS) öğretmen-öğrenci iletişimine, %81,3'ü öğrenci-öğrenci iletişimine, %84'ü bilgi paylaşımına, %56,3'ü sınıftaki arkadaşlarını daha iyi tanımalarına katkı sağladığını belirtmişlerdir. Bu kapsamda öğrencilerin sosyal ağlardan WhatsApp'ı kişisel kullanımının yanında eğitim amaçlı iletişim kurma aracı olarak da sıklıkla kullandıkları görülmektedir.

Tekinarslan ve Gürer (2011) tarafından yapılan bir diğer çalışma sonucuna göre üniversite öğrencilerinin %88 oranında sosyal paylaşım sitelerinin bilgi paylaşımı ve bilgi alış-verişi etkinlikleri için uygun araçlar olduğundan dolayı öğrenme-öğretme ortamlarına katkı sağlayacaklarına yönelik görüş belirtmişlerdir. Öztürk ve Akgün (2012) tarafından Çukurova Üniversitesinde yaptıkları araştırma sonuçlarına göre; sosyal medyanın kullanım amacı yeni arkadaşlıklar ve yeni gruplara katılmaktan çok eski arkadaşlıklarını sürdürmek, haber, bilgi ve kaynak paylaşmak, yenilikleri takip etmektir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu SPS'lerde kendilerini daha rahat ifade

ettiklerini belirtmişlerdir. Eğitim açısından destek alma, bilgi kaynak paylaşma, sosyalleşme ve daha kolay iletişim kurma SPS'lerin olumlu özellikleri olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışmanın bulguları da; önceki çalışmalarla benzerlik göstererek, öğrencilerin WhatsApp uygulamasını eğitim-öğretim süreçlerinde çok sık tercih ettiklerini ve dersler, ödevlerle ilgili bilgi paylaşımı ve alışverişi için kullandıklarını göstermektedir.

Çetinkaya (2017) tarafından yapılan "Tıp Fakültesi Öğrencilerinin Eğitim-Öğretim Süreçlerinde Anlık Mesajlaşma Uygulamaları Kullanımı: WhatsApp Örneği" isimli çalışmada, WhatsApp uygulamasının eğitim-öğretim sürecinde kullanım nedenleri ve öğrenciler arası etkileşim, her zaman ve her yerde etkileşim, kaynak ve materyal paylaşımı, işbirlikli çalışma ortamı ve akademik destek olarak belirlenmiştir. Bu araştırmada tüm katılımcıların haberleşmek için WhatsApp kullandıklarını bildirilmektedir. Buna ek olarak, Shayan (2016) tarafından Erciyes Üniversitesi'nde yapılan çalışmada sınıfların çoğu WhatsApp grubu aracılığıyla iletişime geçtiklerini belirtmişlerdir. Eğitim alanında yapılan çalışmalar da sosyal ağların, bu alanda önemli bir yeri olduğunu göstermektedir. Yabancı dil olarak Arapça öğretiminde WhatsApp kullanımı çalışmasında Yaman (2016) "WhatsApp kullanımı hayatımızda önemli bir role sahiptir. Aynı zamanda eğitim alanında bize yardımcı olmaktadır. WhatsApp uygulaması çeşitli özellikleri yanı sıra işbirlikli dil öğrenimini sunmaktadır. WhatsApp (okuma, yazma, konuşma ve dinleme) dört dil becerisinin de kullanılabilirdiği bir sosyal ağıdır." diyerek WhatsApp'ın dil eğitimdeki yerini vurgulamıştır. Alan yazında yapılan diğer çalışmalara paralel olarak bu çalışmanın sonuçları da öğrencilerin ve öğretmenlerin sosyal ağlar aracılığıyla basit adımları takip ederek eğitim amaçlı bir topluluk oluşturmayı, kendi aralarında paylaşımlar yapmayı, iletişim ve dönüt alabilmeyi kolaylıkla yapabildiklerini göstermektedir. Ayrıca çalışmada sosyal ağların öğrenim ve öğretim süreçlerini metin, video, ses, gibi materyallerle zenginleştirerek öğrencilerin öğrenme sürecini desteklemesi ve öğretmenin öğretim ve değerlendirme sürecine destek olması gibi imkânları da sağladığı görülmektedir.

Yeni iletişim teknolojileri ve İnternet'in birçok sektörde topluma büyük bir değişiklik getirdiği göz önüne alınırsa, eğitmen ve öğretim tasarımcıları bu değişikliklerin farkında olmalı ve yeni medyanın gerektirdiği yeni sosyal alışkanlıkları ve davranışları adapte edebilmeli ve dikkate almalıdır. Sosyal ağlar eğitsel amaçlı kullanıldıklarında, sahip oldukları kısıtlılık ve boşlukları (kullanıcılarının anonimliği vb.) karşılamak için web tabanlı eğitsel platformlara (LMS, ders web sitesi vb.) paralel yapılar olarak oluşturulmalıdırlar (Mora, Pont, Casado, & Iglesias, 2015).

Bu çalışmada ulaşılan başlıca sonuçlar arasında sosyal ağların iletişimi kolaylaştırmak ve bilgi yaymak için iyi bir potansiyele sahip olduğu görüldüğü için sonrasında yapılacak çalışmalarda diğer web tabanlı eğitsel platformlar ile karşılaştırma yapılması gerektiği düşünülmektedir. Sonucun eğitim sürecini zenginleştirmek ve kaliteyi iyileştirmek için çok önemli olduğu öngörülebilir. Bu bağlamda gelecekteki çalışmaların sosyal ağlar ve eğitim ilişkisi açısından daha geniş kapsamlı örneklemelere uygulanacak farklı yöntemlerle yapılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Akbulut, Y. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları*. İstanbul: İdeal-Kültür Yayıncılık.
- Aksoy, V. (2015). İnternet bağımlılığı ve sosyal ağ kullanım düzeylerinin fen lisesi öğrencilerinin demografik özelliklerine göre değişimi ve akademik başarılarına etkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*(19), 365-383.
- Aktaş, C. (2007). Yeni Medyanın Geleneksel Medya İle Karşılaştırılması. G. Erol içinde, *Medya Üzerine Çalışmalar*. İstanbul : Beta Yayınları.

- Aytekin, Ç. (2012). Yeni Medyada Sosyal Ağ Uygulaması Olarak Twitter ve Fikir Madenciliği. İstanbul: Anahtar Yayıncılık. doi:978-975-8612-68-0
- Baloğlu, A. (2015). *Sosyal Medya Madenciliği*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Baran, B. (2010). Facebook as Formal Instructional Environment. *British Journal of Educational Technology*, 146-149. doi:10.1111/j.1467-8535.2010.01115.x
- Baym, N. K., & Jones, S. G. (1995). *Cybersociety: Computer-mediated communication*. Sage Publications.
- Boyd. (2008). *American Teen Sociality in Networked Publics*. University of Berkeley.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi ISBN 978-9944-919-28-9.
- Cabı, E. (2016). Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Ölçeği Attitude Scale For Digital Technology. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(3), 1229-1244.
- Cebecioğlu, G., & Altıparmak, İ. B. (2017). Dijital Şiddet: Sosyal Paylaşım Ağları Üzerine Bir Araştırma. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 423-431. doi:10.19126/suje.305282
- Çakır, V. (2004). Yeni iletişim teknolojilerinin reklam üzerine etkileri. *Selçuk İletişim Dergisi*, 168-181.
- Çetinkaya, L. (2017). Tıp Fakültesi Öğrencilerinin Eğitim-Öğretim Süreçlerinde Anlık Mesajlaşma Uygulamaları Kullanımı: WhatsApp Örneği. *SÜREKLİ TIP EĞİTİMİ DERGİSİ*, 26(2), 45-53.
- Deryakulu, D. (1991). Eğitim Teknolojisi İletişim Öğrenme. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 24(2), 527-531.
- Dijital Ajanslar. (2017, 2 6). *İnternet Ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri 2017*. Dijital Ajanslar: <http://www.dijitalajanslar.com> adresinden alındı
- Eren, E. Ş. (2014). Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi . *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 230-243.
- Grant, N. (2008). On the Usage of Social Networking Software Technologies in Distance Learning Education. *Society for Information Technology and Teacher Education International Conference* (s. 3755-3759). Chesapeake, VA: AACE.
- Güneş, P. U. (2016). Toplumsal değişim, teknoloji ve eğitim ilişkisinde sosyal ağların yeri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 191-206.
- Hootsuite. (2018, 03 14). 03 14, 2018 tarihinde <https://hootsuite.com/> adresinden alındı
- İlhan, V. (2006). Yeni İletişim Teknolojilerinin Gündelik Hayattaki Yeri (Kayseri Örneği). *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı* (s. 254-264). İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Jones, N., Blackey, H., Fitzgibbon, K., & Chew, E. (2010). Get out of Myspace! *Computers & Education*, 54(3), 776-782.
- Karasar, N. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (32 b.). Nobel Yayınevi ISBN: 6055426583.
- Koç, M., & Karabatak, M. (2012). Sosyal ağların öğrenciler üzerindeki etkisinin veri madenciliği kullanılarak incelenmesi. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 7(1), 155-164.
- Küçük, O., Çubukçu, M. İ., Sancar, C., & Korucuk, S. (2016). *İletişim*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Küçükali, A. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi Atatürk Üniversitesi Örneği*, 7(13), 531-546.

- Lytras, M. D., & Ordóñez de Pablos, P. (2011). Software technologies in knowledge society J.UCS special issue. *Journal of Universal Computer Science*, 17(9), 1219-1221.
- Mobilshift*. (2017, 10 23). mobilshift.com: <http://www.mobilshift.com/whatsapp-kullanici-sayisi-2017> adresinden alındı
- Mora, M. H., Pont, S. M., Casado, G. M., & Iglesias, V. G. (2015). Management of social networks in the educational process. *Computers in Human Behavior*(51), 890-895.
- Mutlu, E. (1995). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınevi.
- Onursoy, S. (2017). Sosyal medya tüketicilerinin derin metaforları: sosyal medya üzerine bir zmet çalışması. 1. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*, (s. 79-90). <https://core.ac.uk/download/pdf/84457584.pdf> adresinden alındı
- Özmen, F., Aküzüm, C., M.Sünkür, & Baysal, N. (2011). Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği. *6th. International Advanced Technologies Symposium (IATS'11)*, (s. 42-47). Elazığ.
- Özmen, F., Aküzüm, C., Sünkür, M., & Baysal, N. (2012). Sosyal ağ sitelerinin eğitsel ortamlardaki işlevselliği. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 496-506.
- Öztürk, M., & Akgün, Ö. E. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları ve Bu Sitelerin Eğitimlerinde Kullanılması ile İlgili Görüşleri. *Sakarya University Journal of Education*, 49-67.
- Shayan, Z. (2016, 02 23). *Öğrencilerin Öğrenmede İnternet Kullanımı: Erciyes Üniversitesi Örneği*. <http://www.zafarshayan.com/ogrencilerin-ogrenmede-internet-kullanimi-erciyes-universitesi-ornegi/> adresinden alındı
- Söğüt, F., Özcan, S., & Aslan, Y. (2016). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Tutumları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 4(4), 156-174. doi:10.17680/akademia.03839
- Statista*. (2018, 03 16). [www.statista.com: https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/](https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/) adresinden alındı
- Tekinarslan, E., & Gürer, M. (2011). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Böte Öğrencilerinin Bilgi Paylaşımı ve Web Yayın Araçları Olarak Ağ Günlükleri Hakkındaki Görüşleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 887-902.
- Toğay, A., Akdur, T. E., Yetişken, İ. C., & Bilici, A. (2013). Eğitim Süreçlerinde Sosyal Ağların Kullanımı: Bir MYO Deneyimi. *Akademik Bilişim 2013 – XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, (s. 1001-1006). Antalya. ab.org.tr/ab13/bildiri/302.pdf adresinden alındı
- Toprak, E., & Güneş, P. U. (2015). Sosyal Ağlar. M. R. T. V. Yüzer içinde, *Temel Bilgi Teknolojileri I*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 3190.
- Tüik. (2017, 11 3). <http://www.tuik.gov.tr/HbPrint.do?id=24862> adresinden alındı
- Tüik-a. (2018, 01 15). *Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, 2016*. <http://www.tuik.gov.tr>: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24638> adresinden alındı
- Tüik-b. (2018, 01 15). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2017*. <http://www.tuik.gov.tr/>: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24862> adresinden alındı
- Ustakara, F., & Türkoğlu, E. (2015). Y Kuşağının bir gözetim mekanizması olarak sosyal ağlar üzerine algısı: Gaziantep üniversitesi araştırması. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(10), 939-958.
- Uzun, K., & Uluçay, D. M. (2017). İş ortamında whatsapp kullanımı ve kesintiye uğrama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 10(1), 216-231.

- We Are Social.* (2018, 03 14). 03 14, 2018 tarihinde <https://wearesocial.com/uk/> adresinden alındı
- WhatsApp. (2018, 03 14). *WhatsApp Hakkında.* WhatsApp: <https://www.whatsapp.com/about/> adresinden alındı
- Yaman, G. Ş. (2016). Yabancı Dil Olarak Arapça Öğretiminde WhatsApp Kullanımı. *International Journal of Contemporary Educational Studies (IntJCES)*, 37-47.
- Yazıcı, T. (2015). Kişilerarası İletişimde Anlık Mesajlaşma Uygulamalarının Yeri: Whatsapp Uygulaması İle İlgili Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1(4), 1334-1356.
- Yıldırım, S., Bölen, M. C., Yıldırım, G., Daş, A., & Çeliker, O. (2017). Açık Ders Materyallerinin Çevrimiçi Paylaşım Deneyimi: iTunes U Örneği. *ERPA International Congresses on Education 2017*. Budapeşte Macaristan.
- Zafarmand, N. (2010). *Halkla İlişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve Pr2.0.* Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.