



BAYBURT
ÜNİVERSİTESİ

KURUMSAL İLETİŞİM KOORDİNATÖRLÜĞÜ

2023 YILI FAALİYET VE SAYISAL
DEĞERLENDİRME GÖSTERGELERİ RAPORU

Ocak-2024
Bayburt

İçindekiler

1. BASIN, YAYIN VE HALKLA İLİŞKİLER BİRİMİ	2
1.1. Haberleşirme Faaliyetlerine İlişkin Göstergeler	2
1.2. Grafik Tasarım Faaliyetlerine İlişkin Göstergeler	5
2. ETKİNLİK BİRİMİ	6
3. ULUSAL VE ULUSLARARASI KURULUŞLARLA İLİŞKİLER BİRİMİ	9
4. SOSYAL VE DİJİTAL MEDYA BİRİMİ	10
4.1. Kurumsal Facebook Hesabı Paylaşım İstatistikleri	10
4.2. Kurumsal Instagram Hesabı Paylaşım İstatistikleri	16
4.3. Kurumsal Twitter Hesabı Paylaşım İstatistikleri	20
4.4. Kurumsal YouTube Hesabı Paylaşım İstatistikleri	25
4.5. Birim Sosyal Medya Hesaplarının Paylaşım İstatistikleri	30
4.6. Akademik Personel, İdari Personel ve Öğrenciye Yönelik Sosyal Medya Değerlendirme Anketi Verileri	149

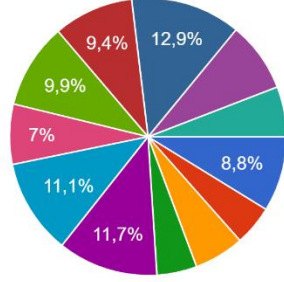


1. BASIN, YAYIN VE HALKLA İLİŞKİLER BİRİMİ

1.1. Haberleşirme Faaliyetlerine İlişkin Göstergeler

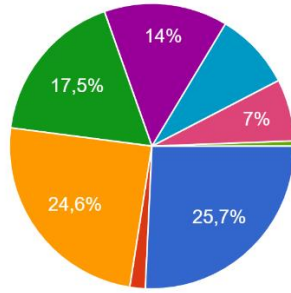
Haberin Yayımlandığı Ay

171 yanıt



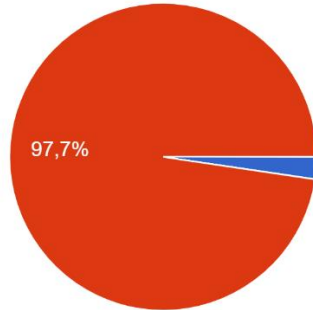
Haberin Tematik Yapısı Nedir?

171 yanıt



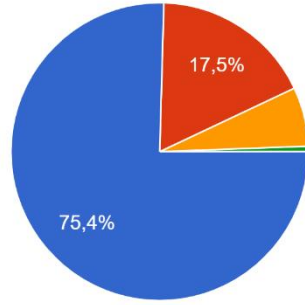
Haberdeki Metinler Arasılık Durumu Nedir?

171 yanıt



Haberin Yazım Tekniği Nedir?

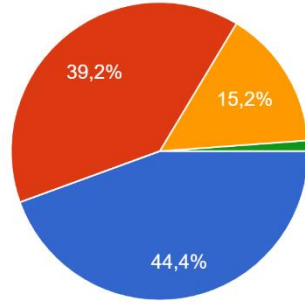
171 yanıt



- 1) Ters Piramit
- 2) Düz Piramit
- 3) Dörtgen
- 4) Serbest Yazım

Haberde Görsel Kullanım Durumu Nedir?

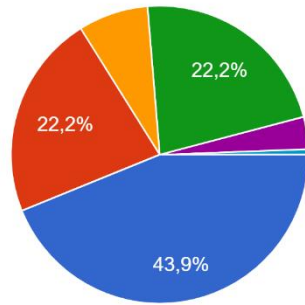
171 yanıt



- 1-3 Görsel
- 4-6 Görsel
- 7-10 Görsel
- 11 Görsel ve üstü

Haberin İçerik Yapısı Nedir?

171 yanıt

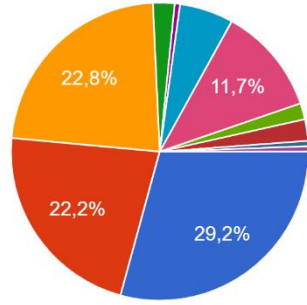


- Eğitsel İçerik
- İdari Etkinlik İçeriği
- Kültürel İçerik
- Sportif İçerik
- Sanatsal İçerik
- Diğer



Haberde Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu Nedir?

171 yanıt

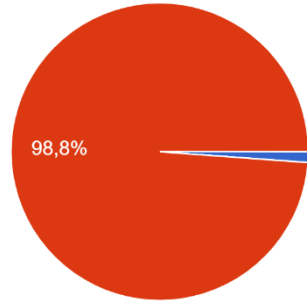


- Üniversite Üst Yönetimi
- Akademisyen
- Öğrenci
- Sivil Toplum Kuruluşları
- Yerel Yönetimler
- Kent Halkı
- Kamu Kurumu Temsilcileri
- Özel Kurum Temsilcileri

▲ 1/2 ▼

İnfoğrafik Haber Tekniği Kullanılmış mı?

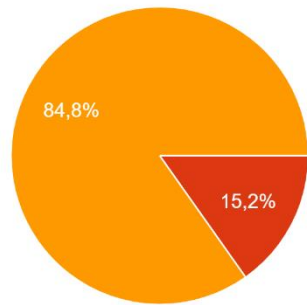
171 yanıt



- Var
- Yok

Haberin Uzunluğu Nedir?

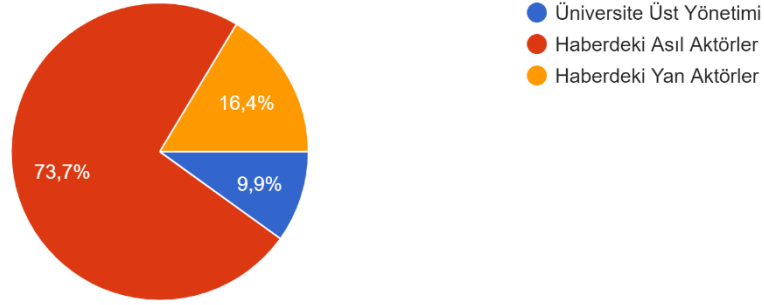
171 yanıt



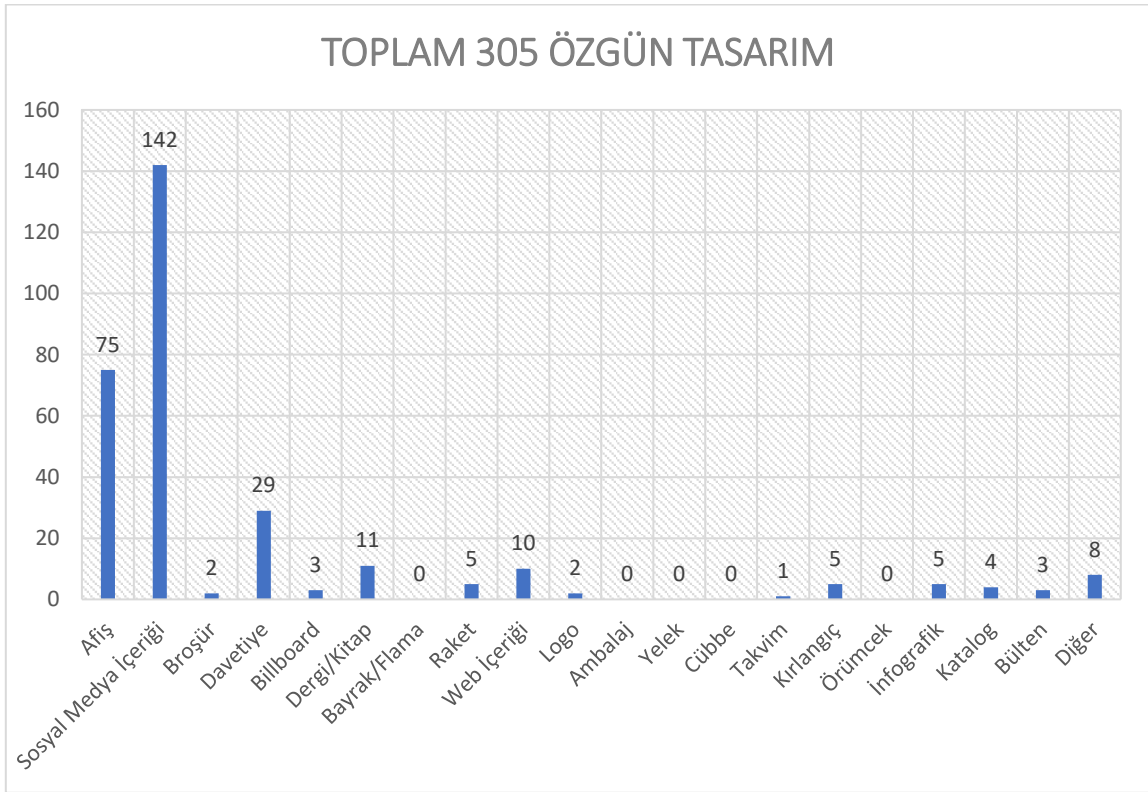
- Uzun (700 Kelime ve üstü)
- Orta uzunlukta (350-699 kelime arası)
- Kısa (1-349 kelime arası)



Haberin Görselinde Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu Nedir?
171 yanıt

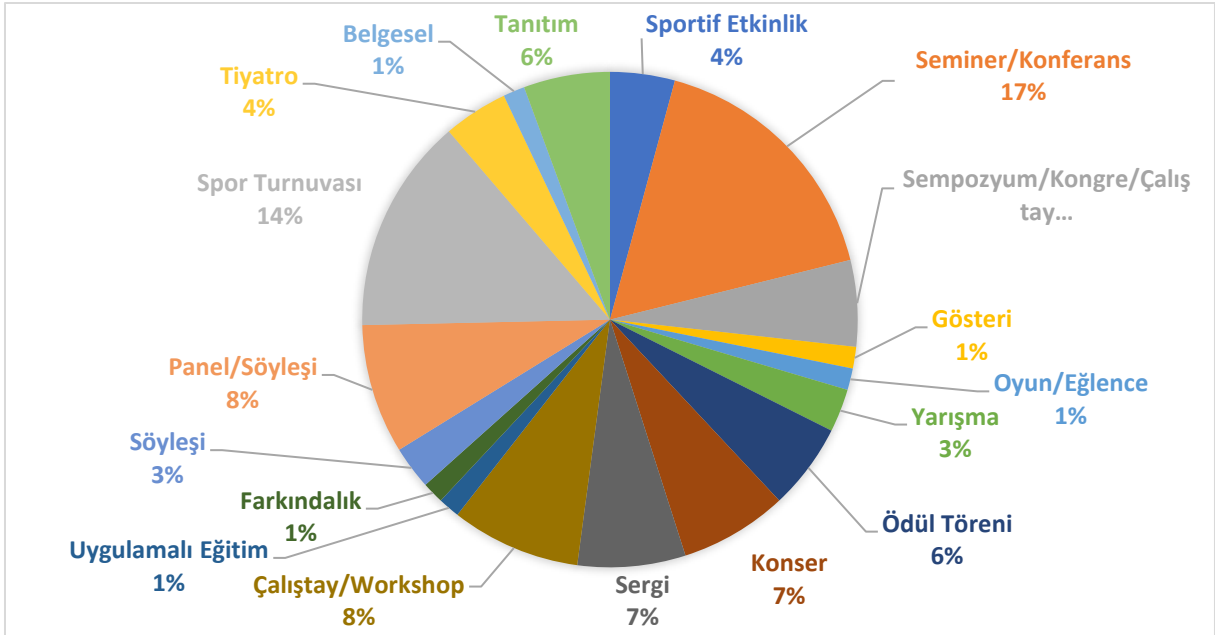
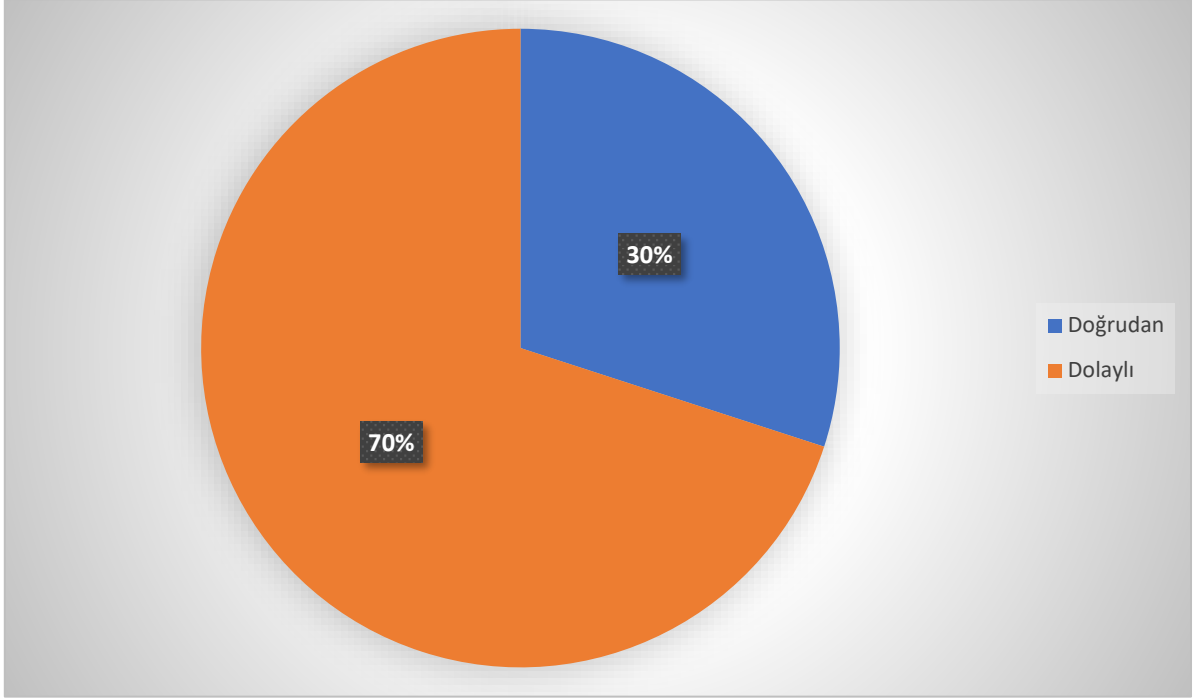


1.2. Grafik Tasarım Faaliyetlerine İlişkin Göstergeler

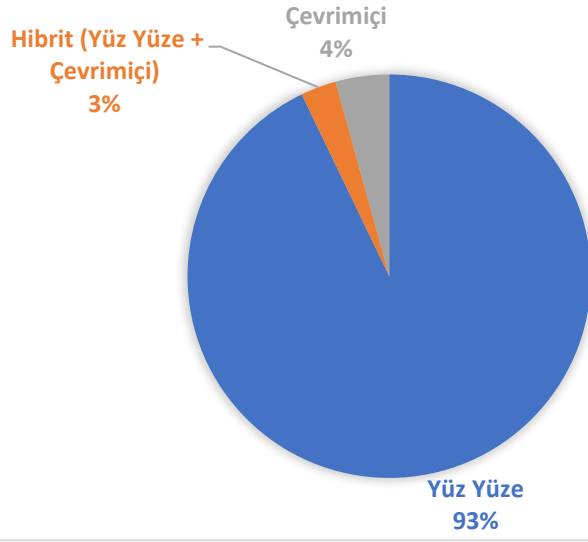


2. ETKİNLİK BİRİMİ

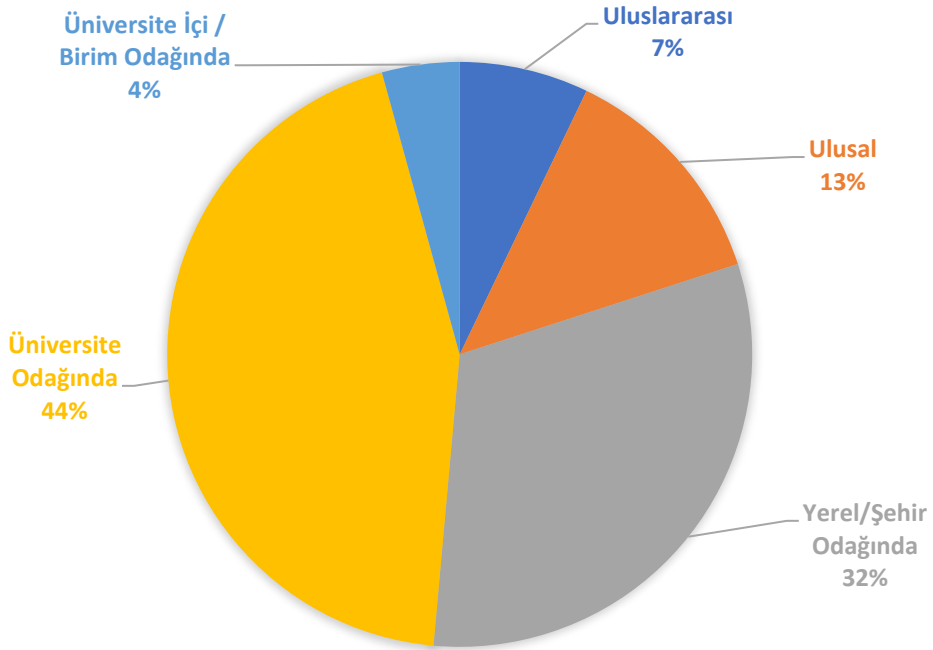
Toplamda 70 Etkinliğin Doğrudan ya da Dolaylı Koordinasyonu



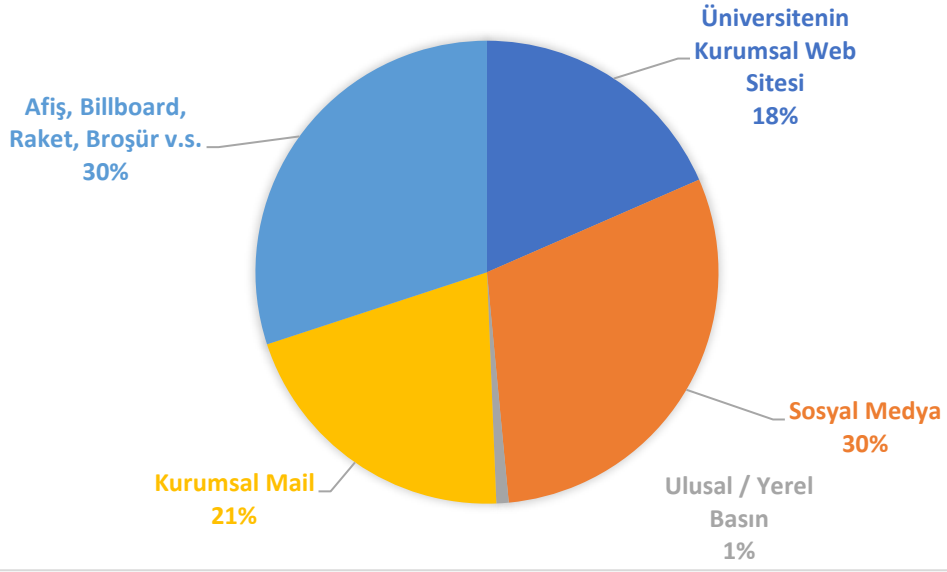
ETKİNLİKLERİN UZAMSAL BAĞLAMI



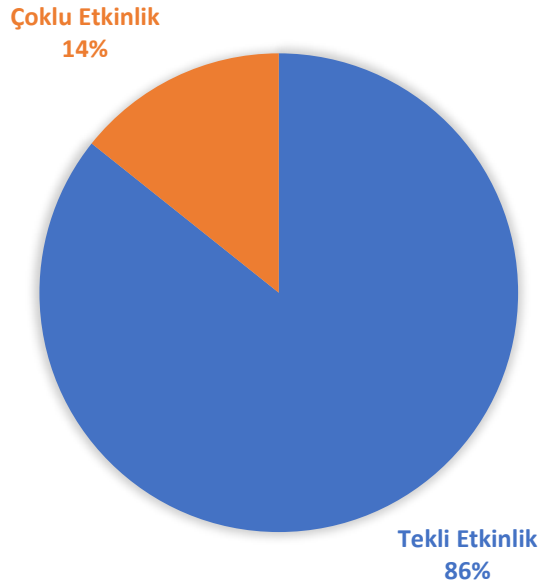
ETKİNLİKLERİN ETKİ ALANI

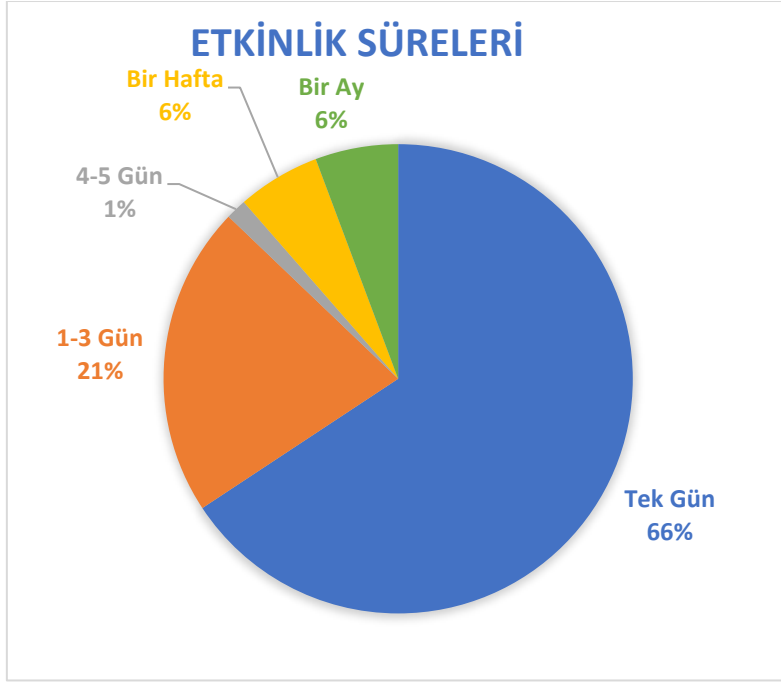


ETKİNLİKLERİN DUYURUM KANALLARI

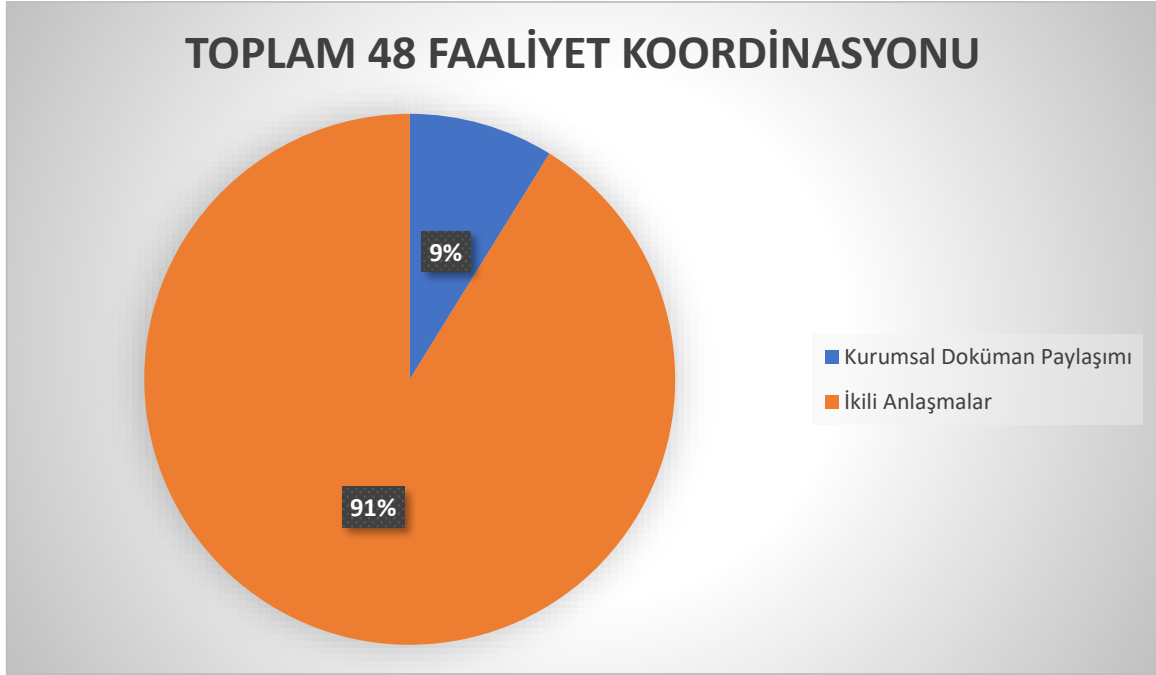


ETKİNLİKLERİN YAPISI

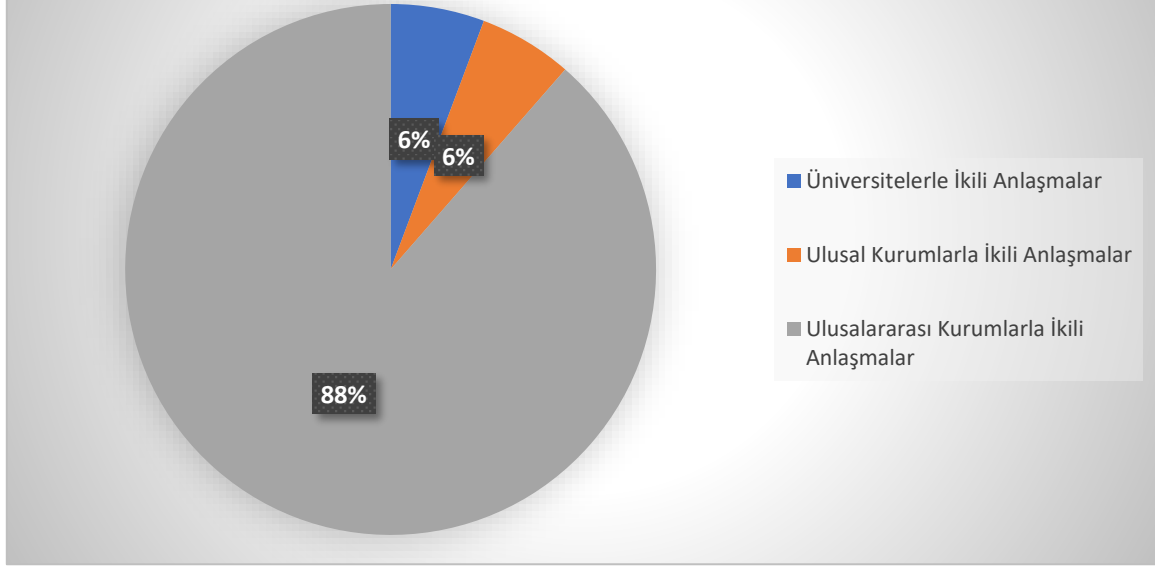




3. ULUSAL VE ULUSLARARASI KURULUŞLARLA İLİŞKİLER BİRİMİ



TOPLAM 35 İKİLİ ANLAŞMA



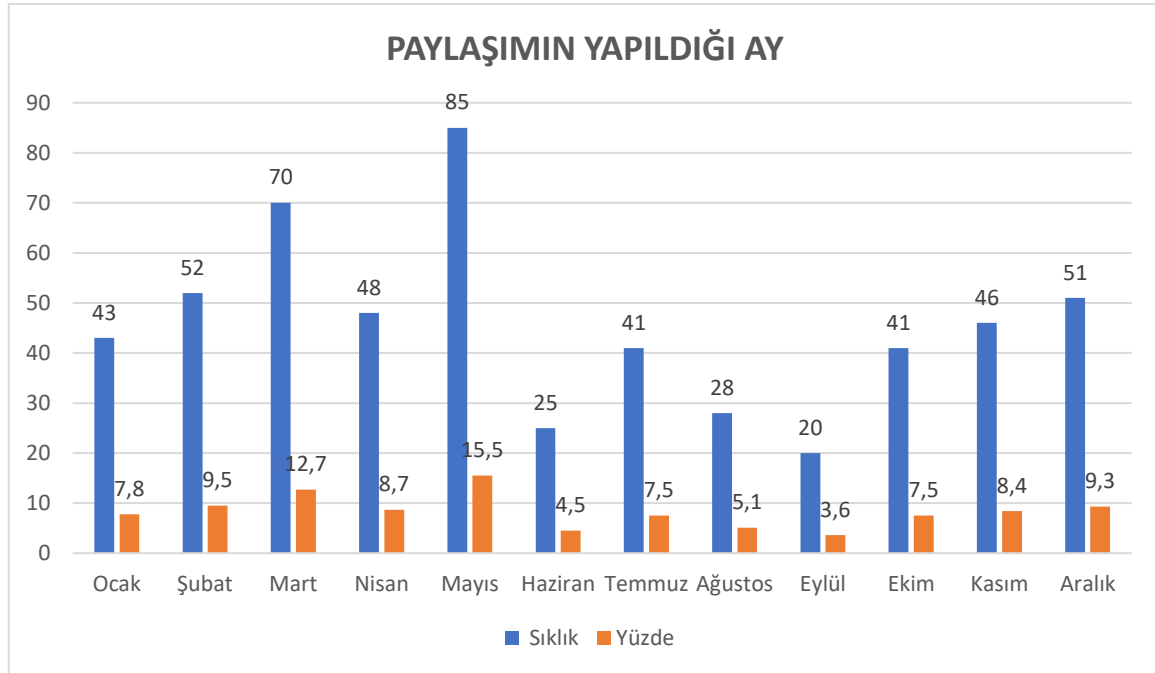
4. SOSYAL VE DİJİTAL MEDYA BİRİMİ

4.1.Kurumsal Facebook Hesabı Paylaşım İstatistikleri

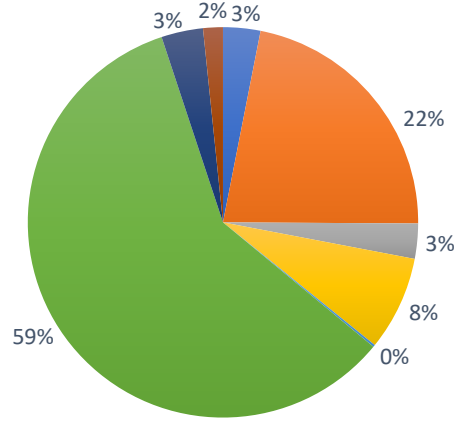
Ocak 2023 itibarıyla;

Takipçi: 4100

Beğeni: 3900



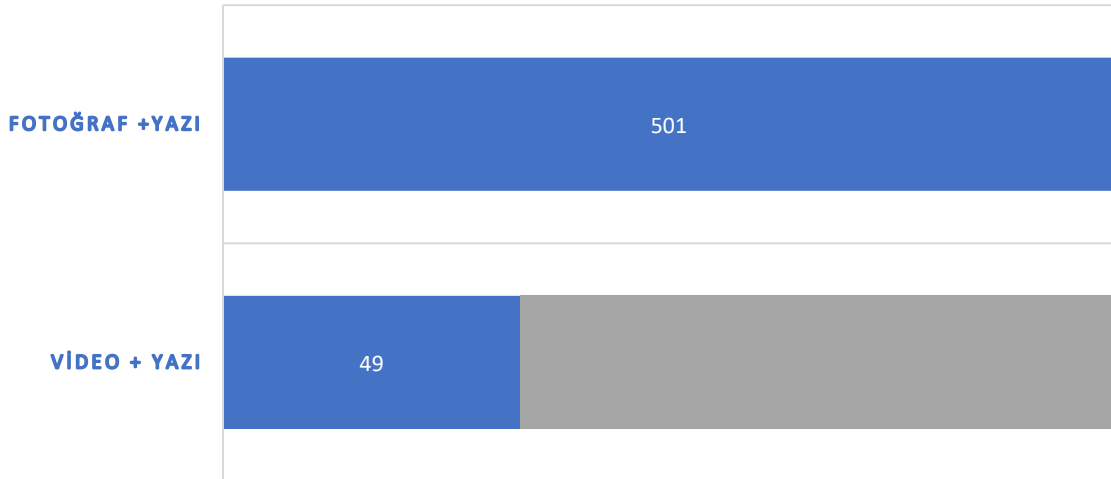
PAYLAŞIMIN TEMATİK YAPISI



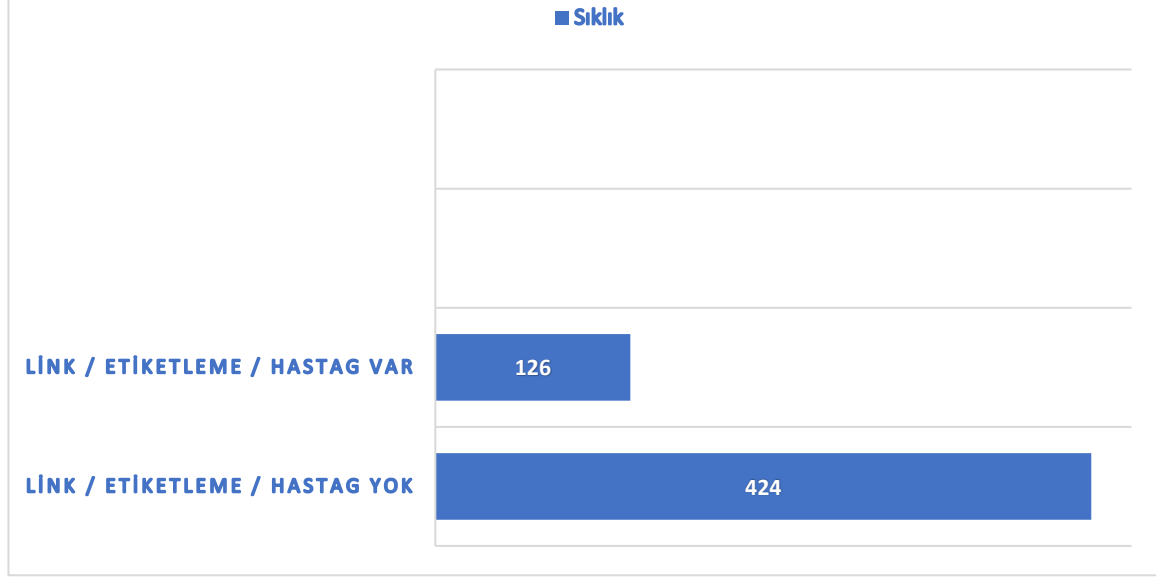
- Bilgilendirme / Açıklama
- Duyuru
- Hizmet Tanıtımı
- Kutlama
- Sosyal Sorumluluk
- Etkinlik/Haber
- Özgü Sosyal İçerik
- Kampüs / Gündelik Yaşam

PAYLAŞIMIN KİP YAPISI

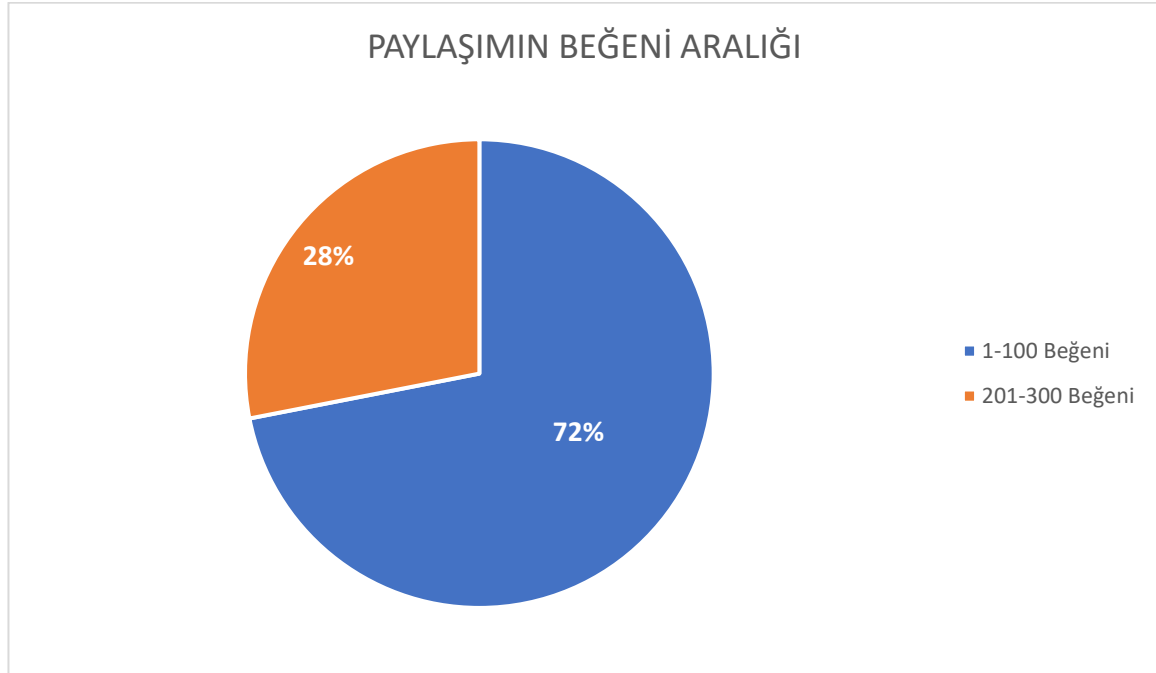
Sıklık

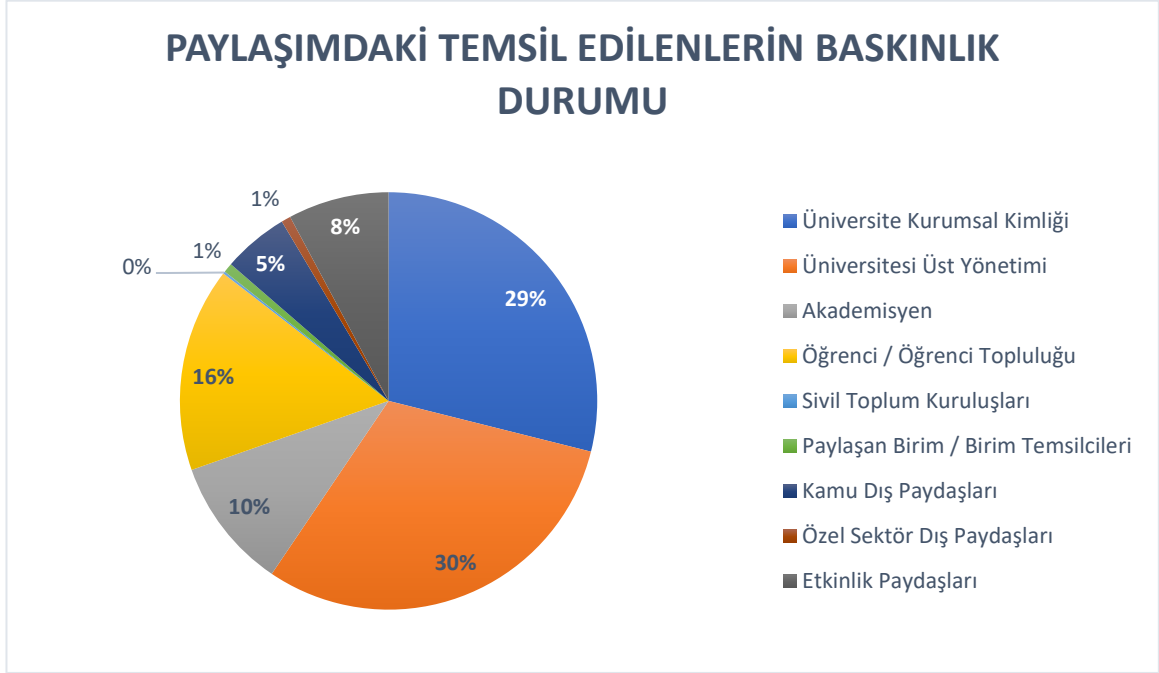
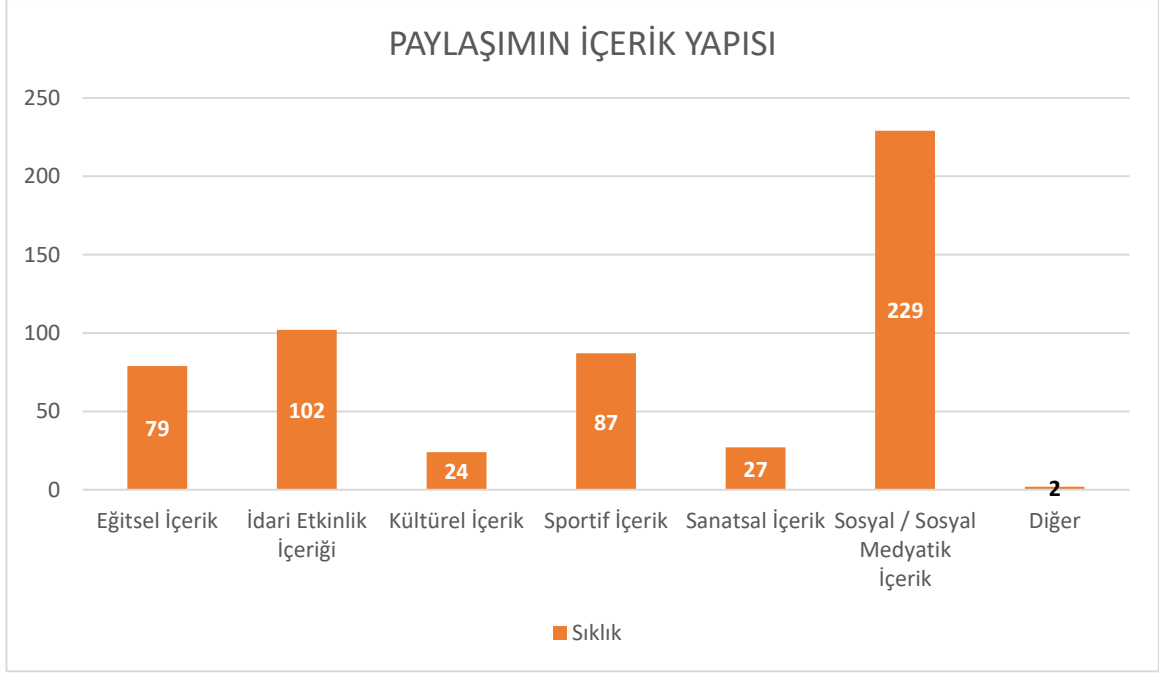


PAYLAŞIMIN METİNLERARASILIK DURUMU

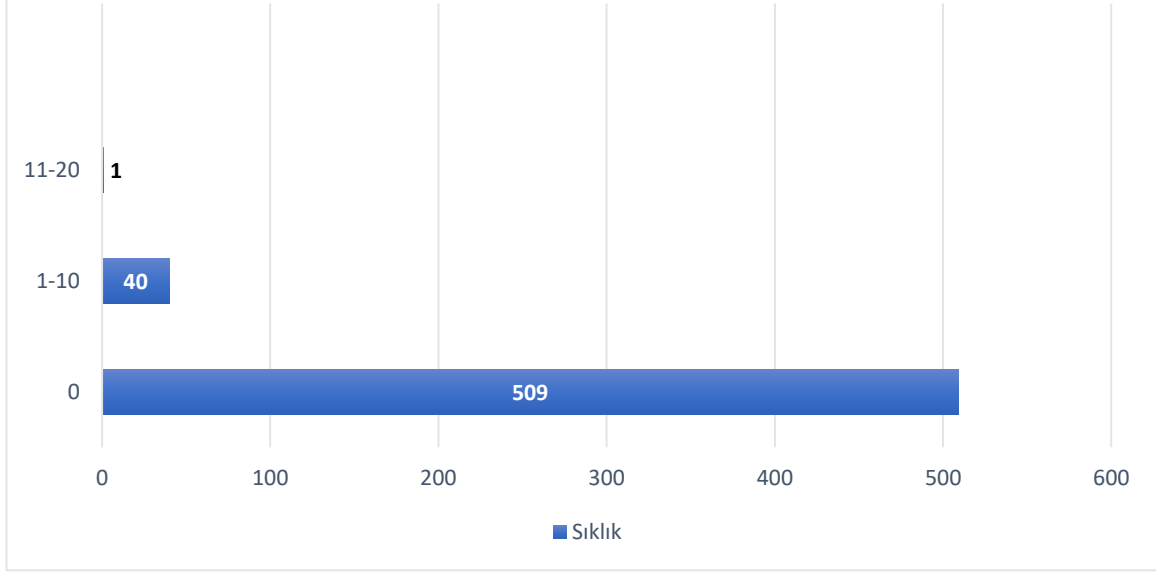


PAYLAŞIMIN BEĞENİ ARALIĞI

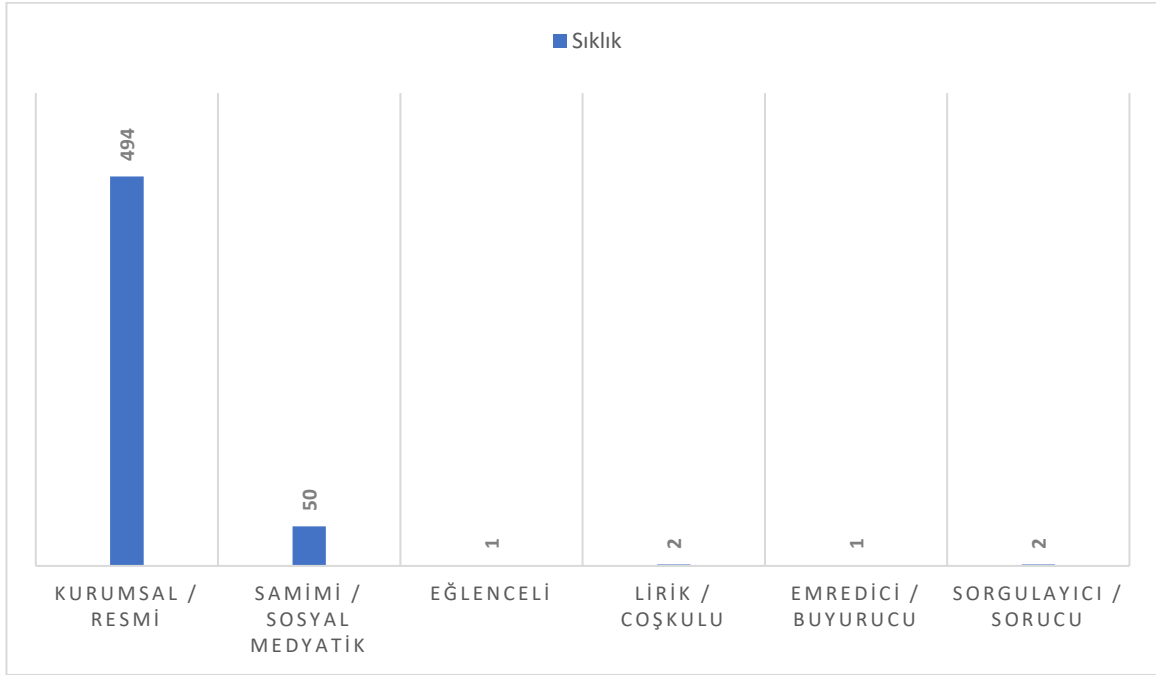




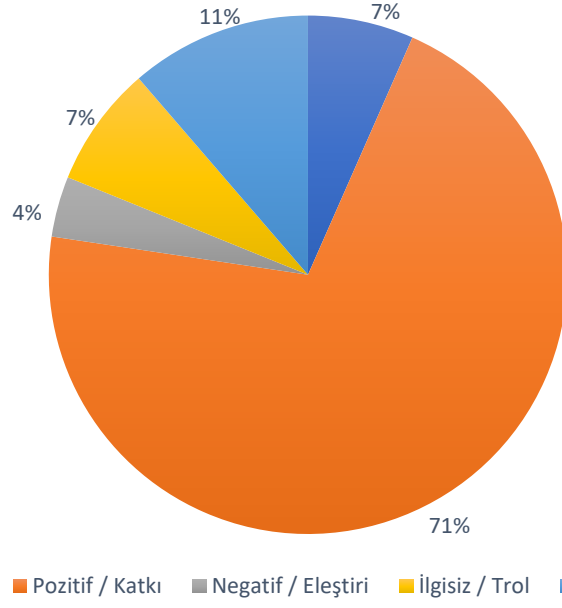
PAYLAŞIMIN YORUM SAYISI ARALIĞI



PAYLAŞIMDAKİ DİLİN YAPISI



PAYLAŞIMLARA YAPILAN TOPLAM 106 YORUMUN KATEGORİK DAĞILIMI

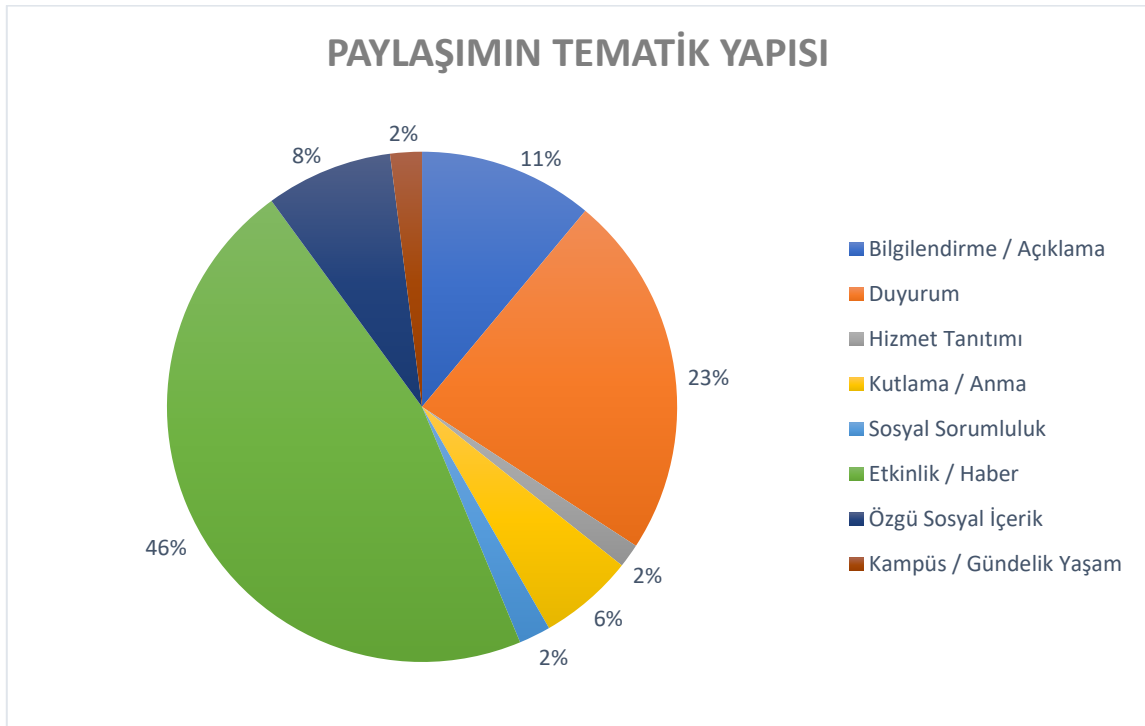
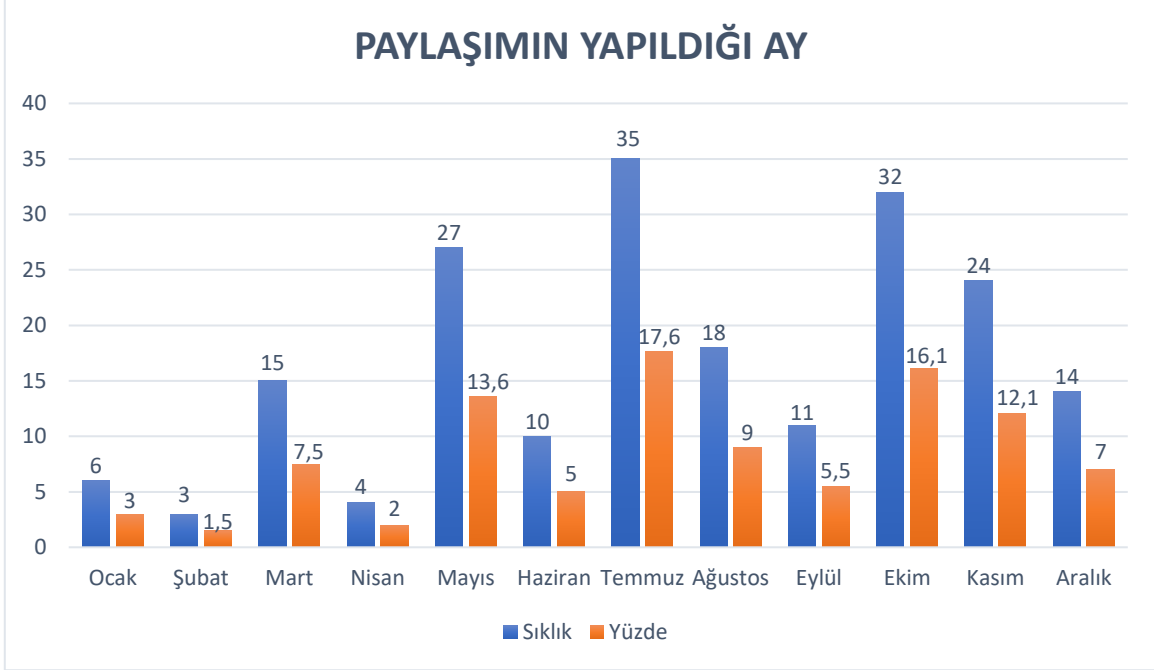


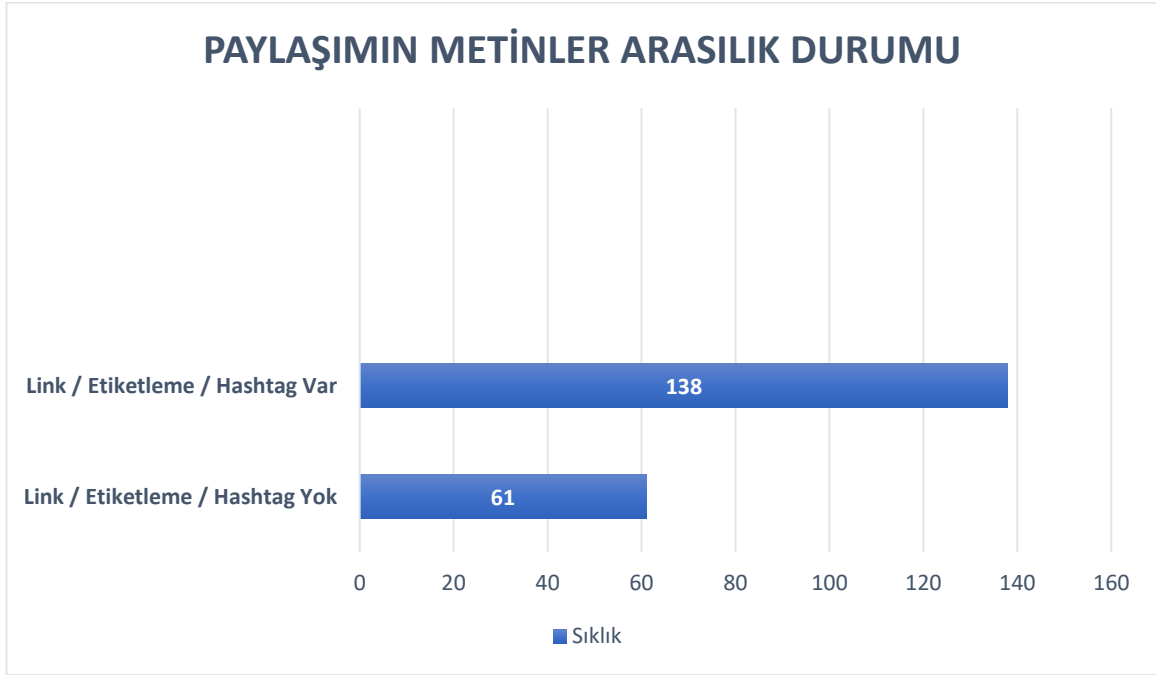
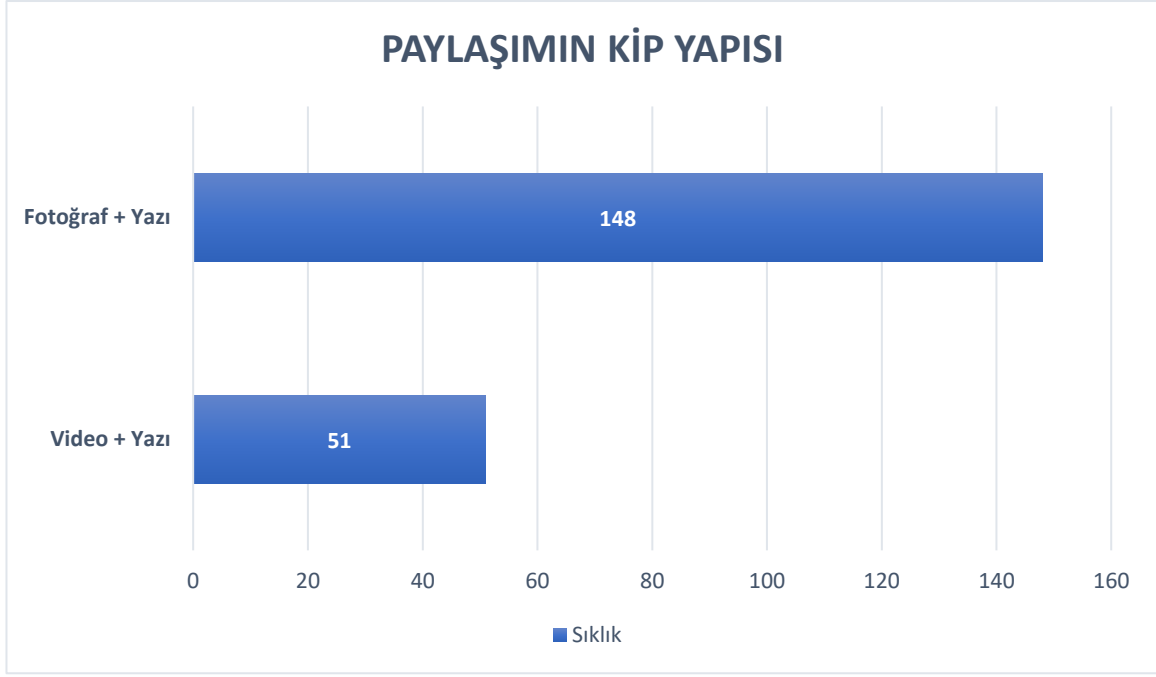
4.2. Kurumsal Instagram Hesabı Paylaşım İstatistikleri

Ocak 2023 itibarıyla;

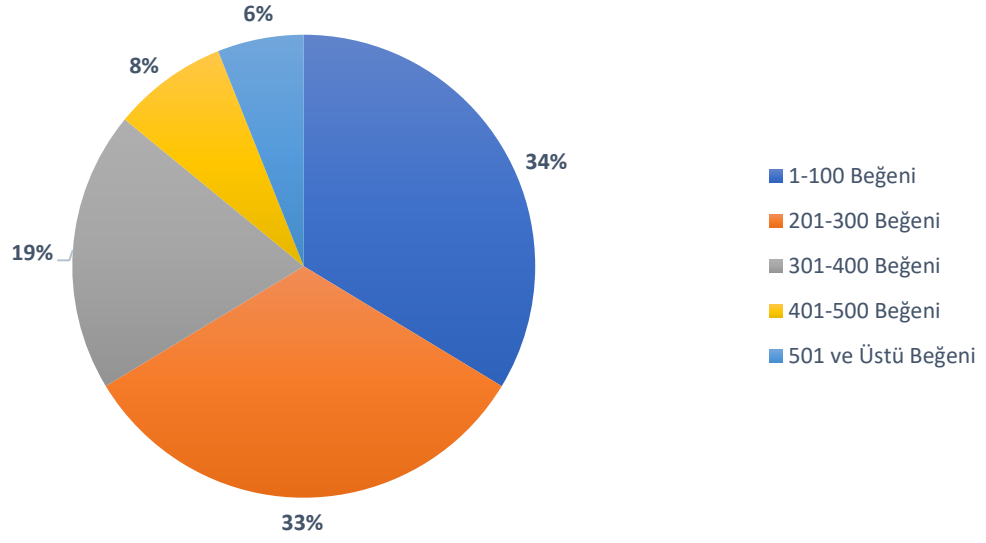
Takipçi: 9.682

Takip Edilen: 112

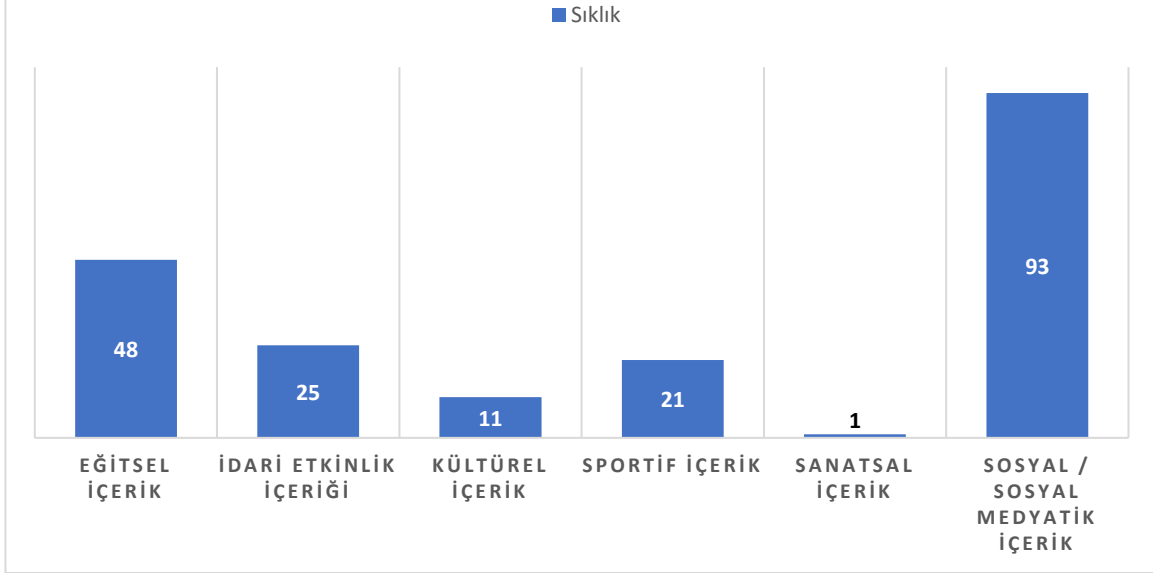




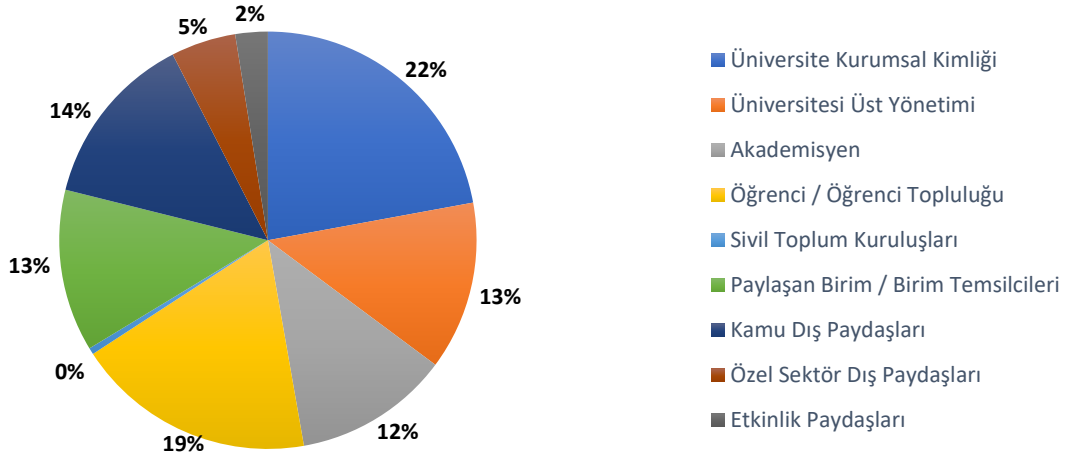
PAYLAŞIMIN BEĞENİ ARALIĞI



PAYLAŞIMIN İÇERİK YAPISI

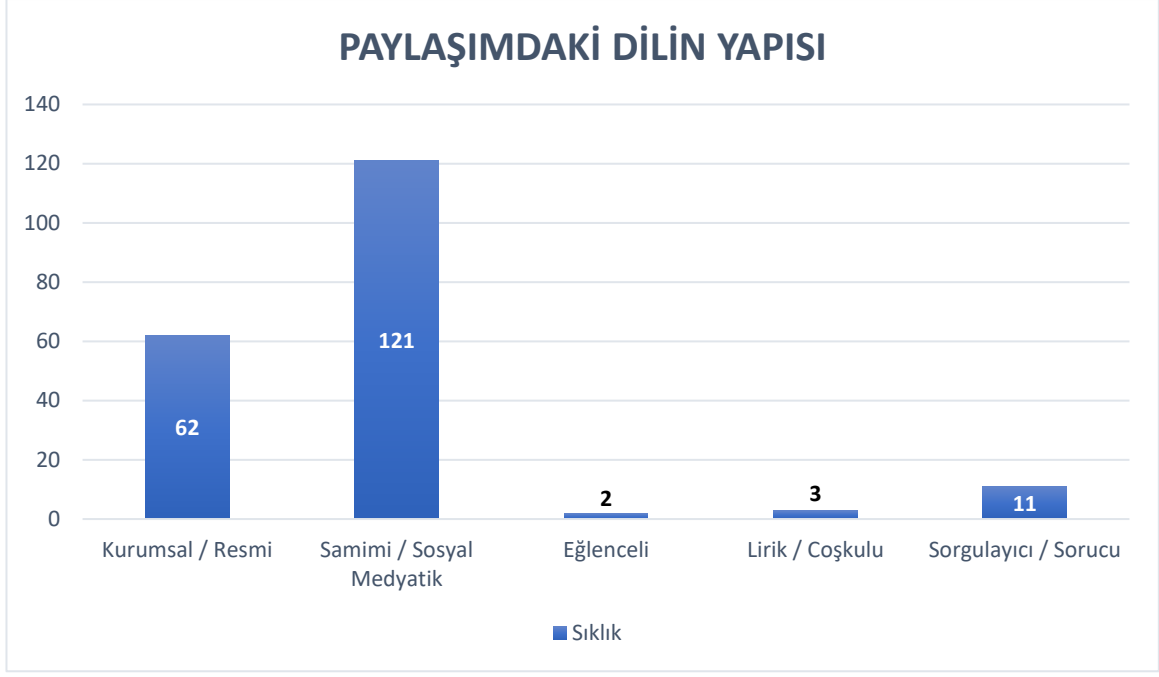


PAYLAŞIMDAKİ TEMSİL EDİLENLERİN BASKINLIK DURUMU



PAYLAŞIMIN YORUM SAYISI ARALIĞI



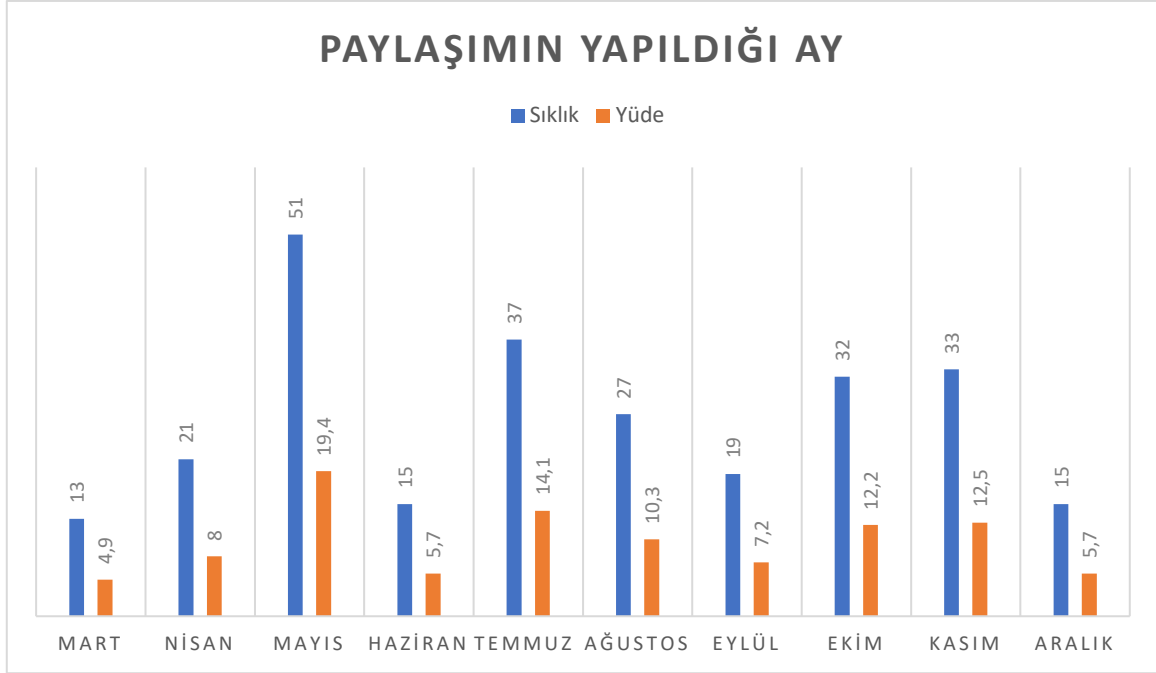


4.3. Kurumsal Twitter Hesabı Paylaşım İstatistikleri

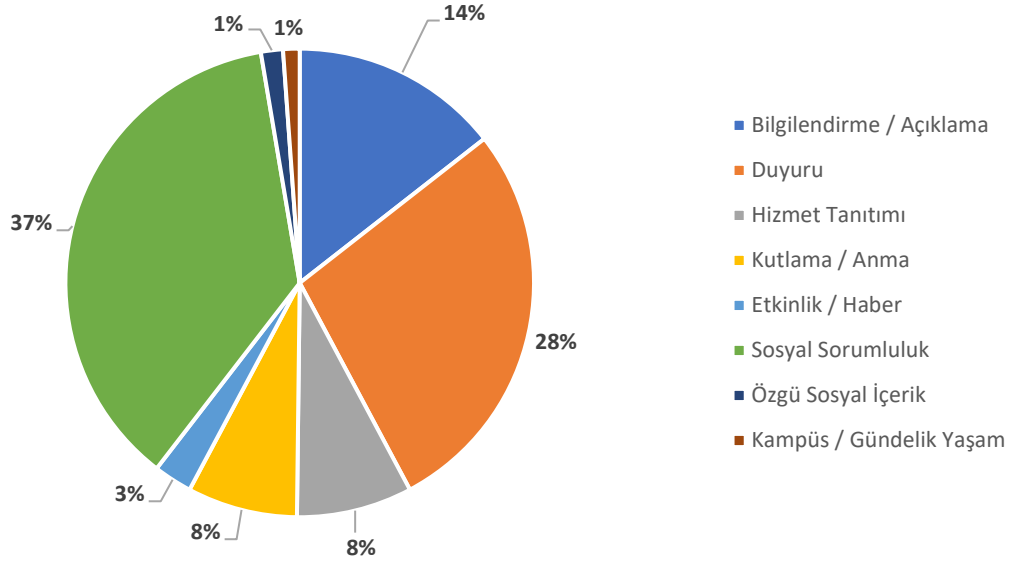
Ocak 2023 itibarıyla;

Takipçi Sayısı: 8.184

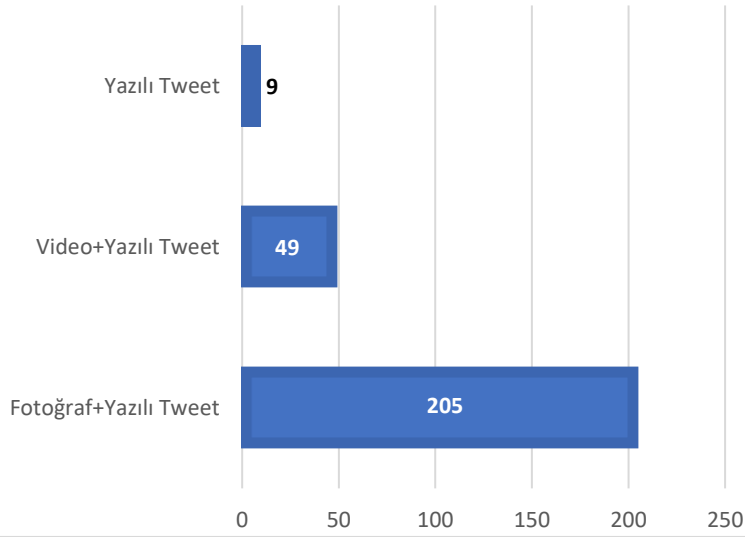
Takip Edilen Sayısı: 64



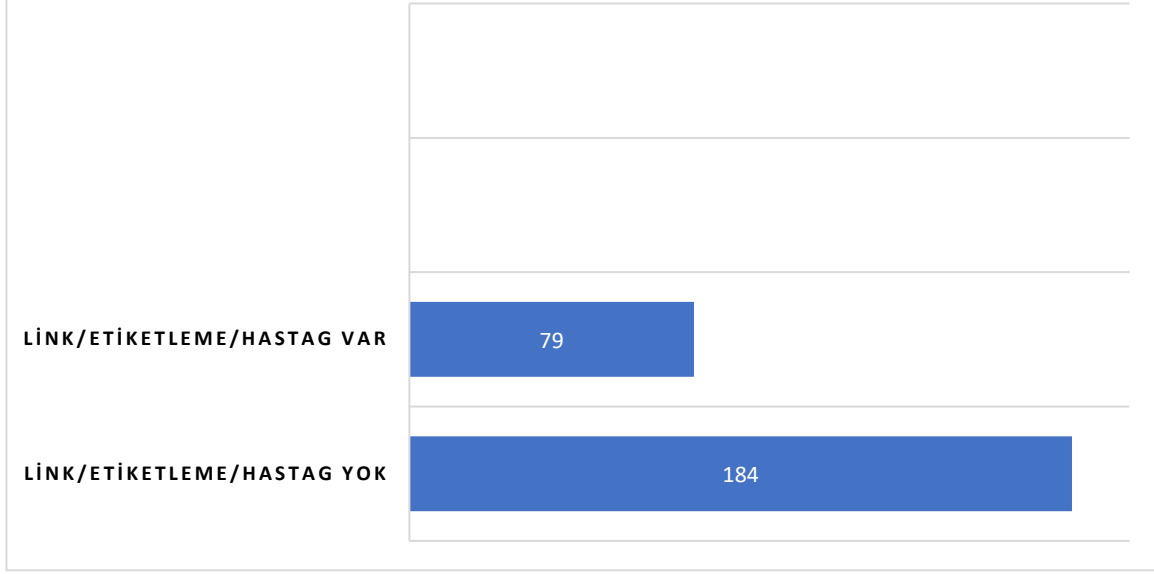
PAYLAŞIMIN TEMATİK YAPISI



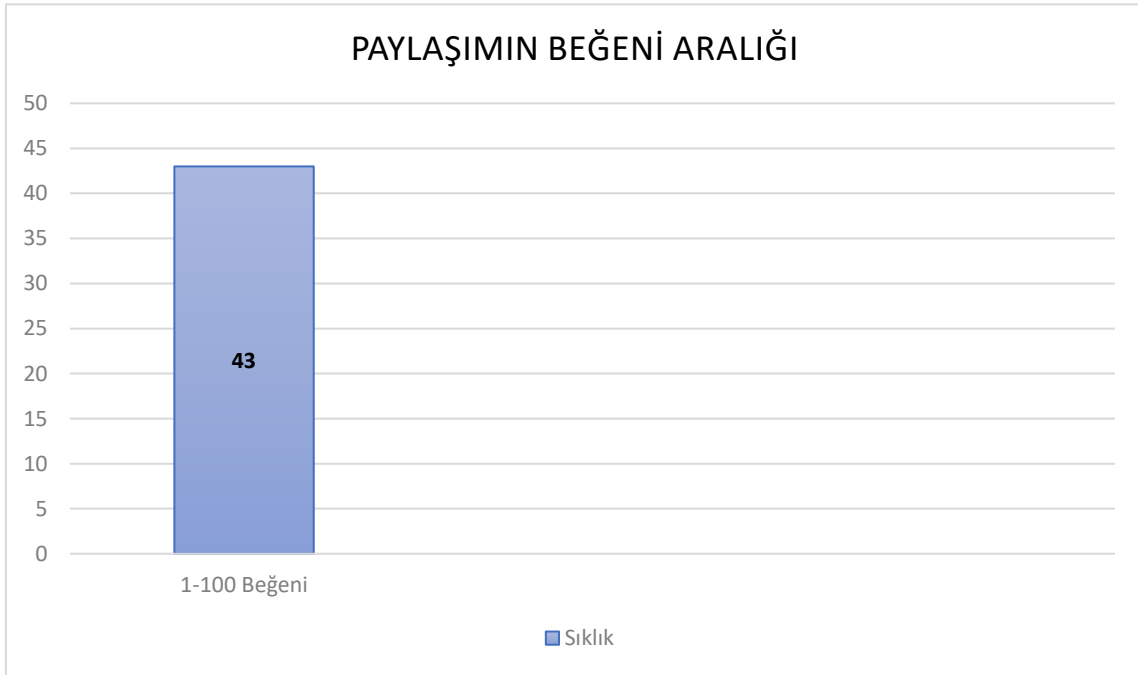
PAYLAŞIMIN KİP YAPISI

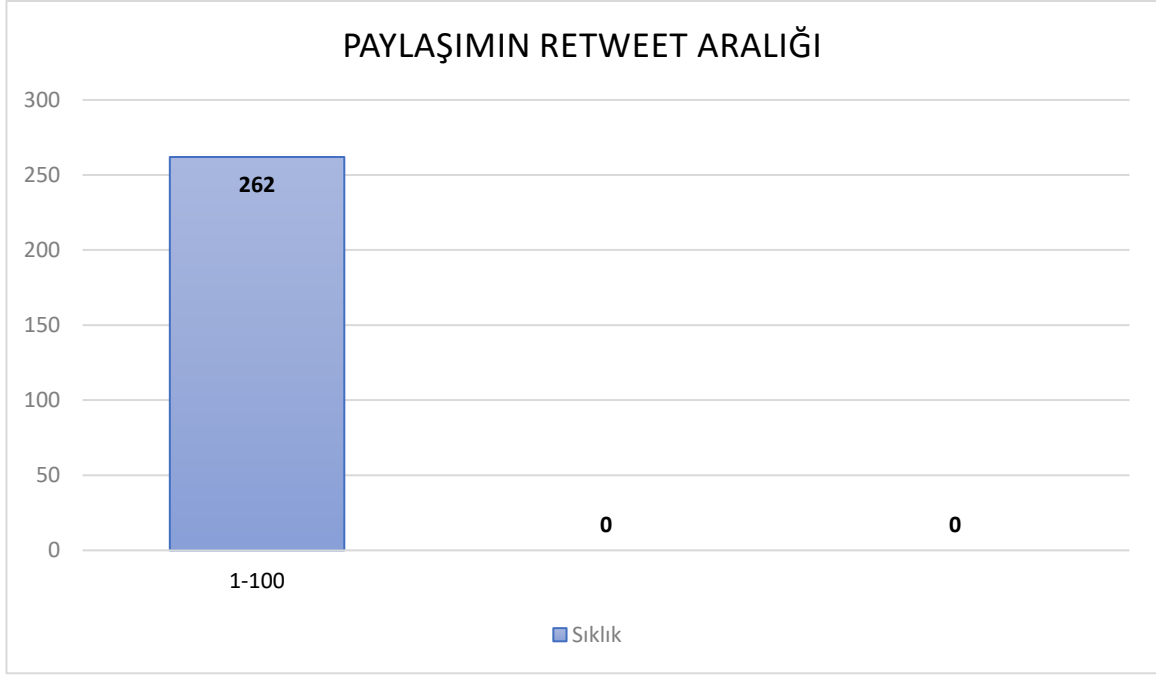


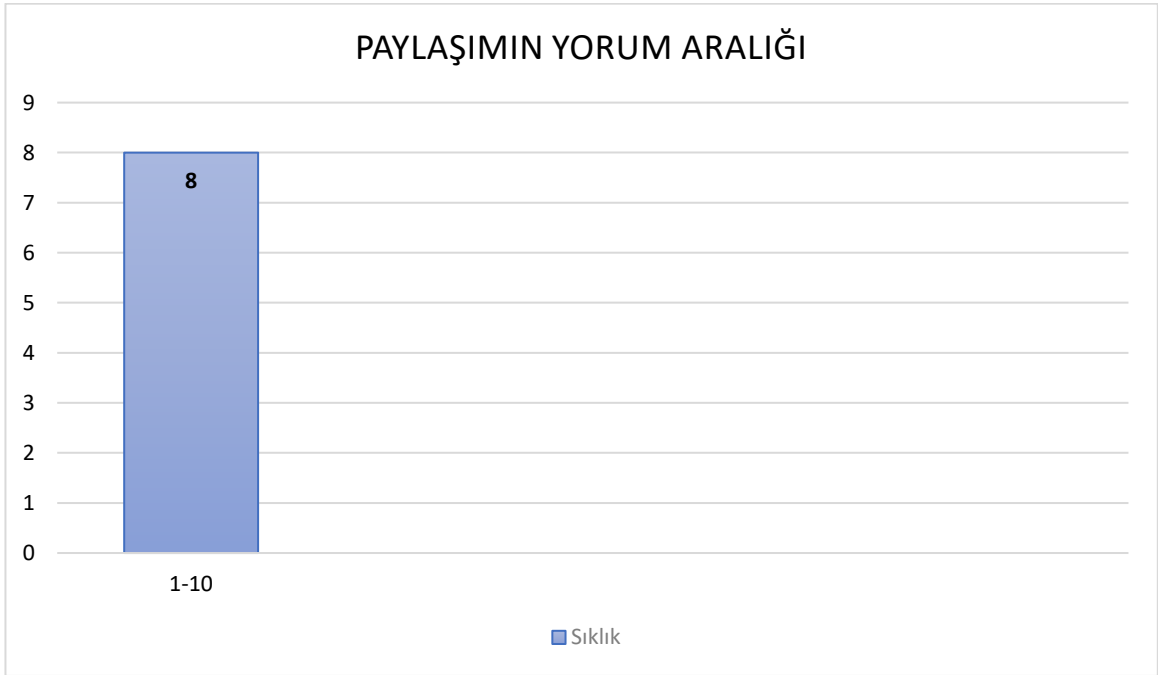
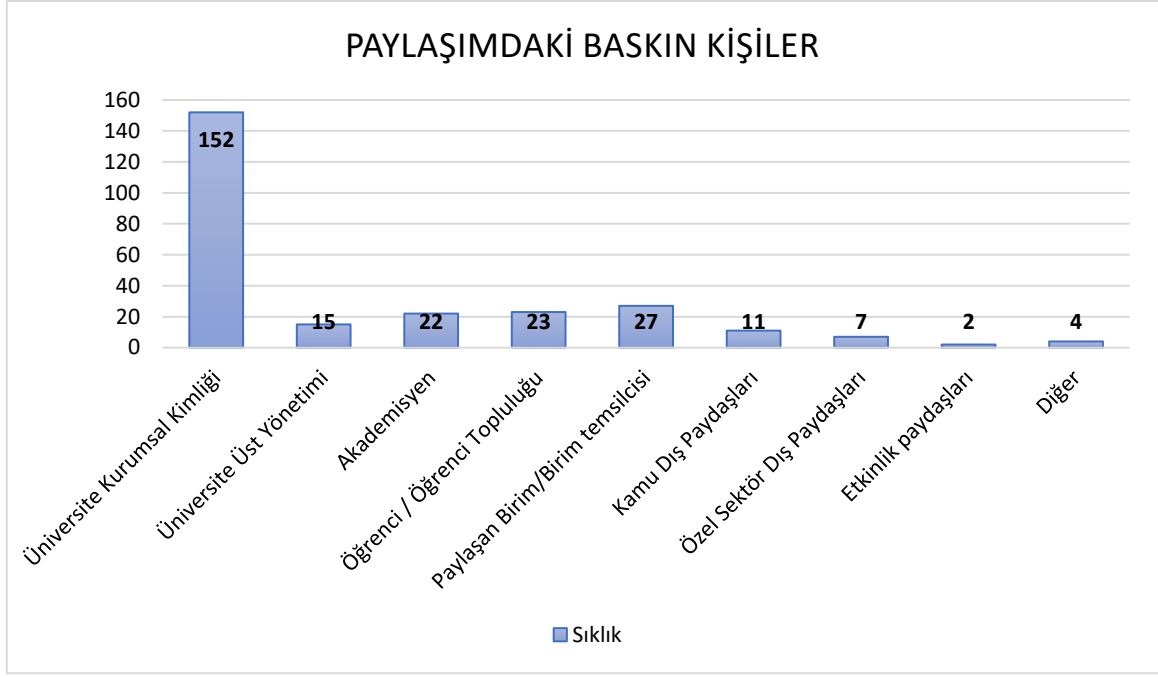
PAYLAŞIMDA METINLERARASILIK DURUMU



PAYLAŞIMIN BEĞENİ ARALIĞI



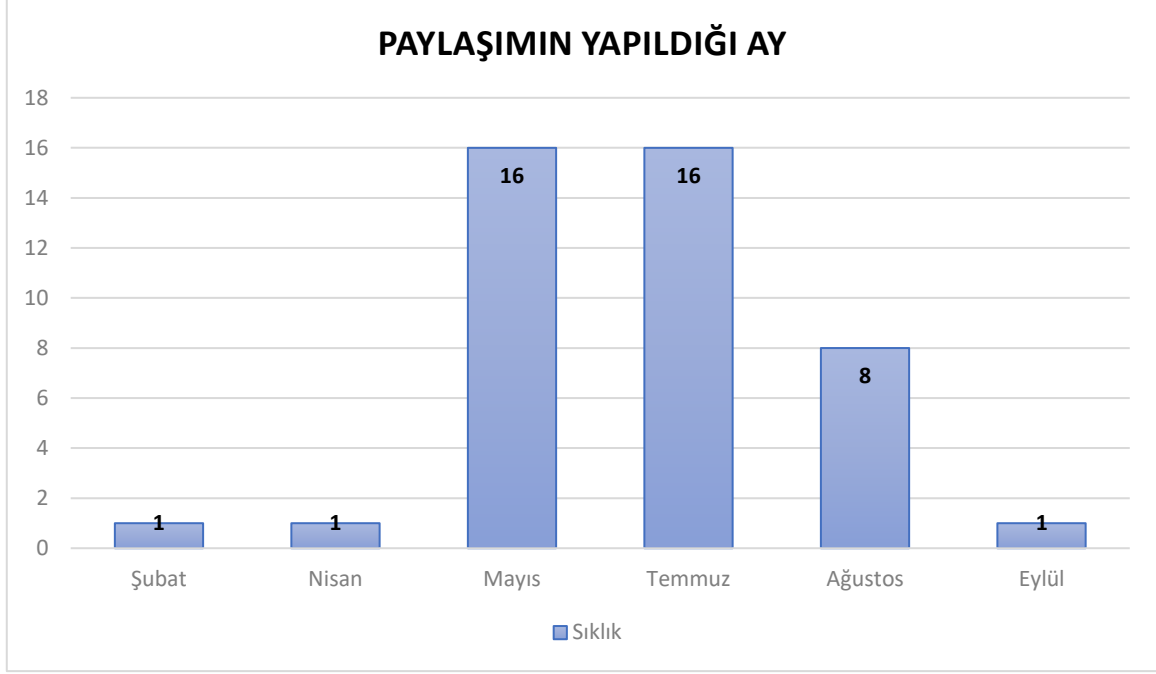


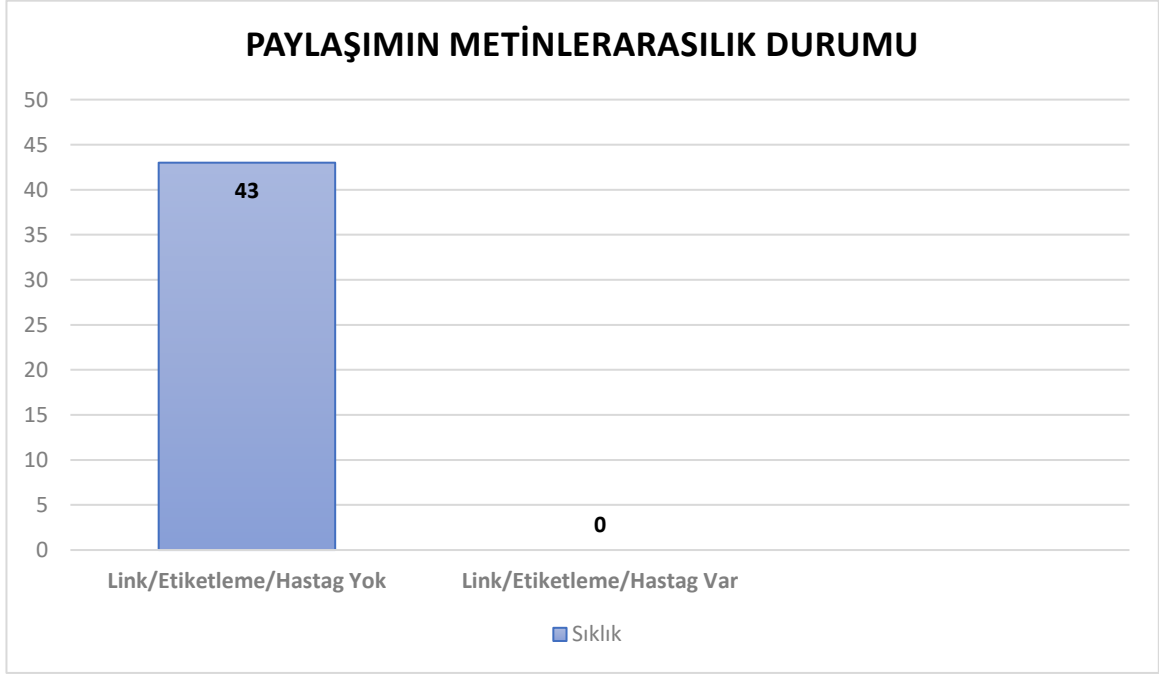
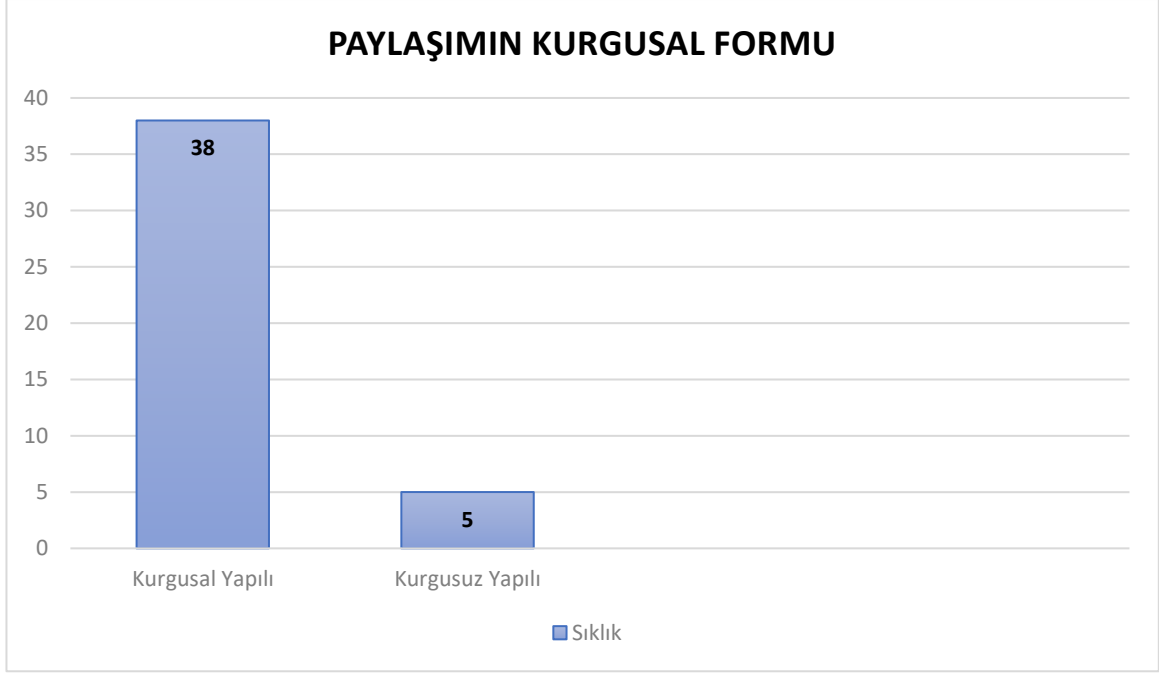


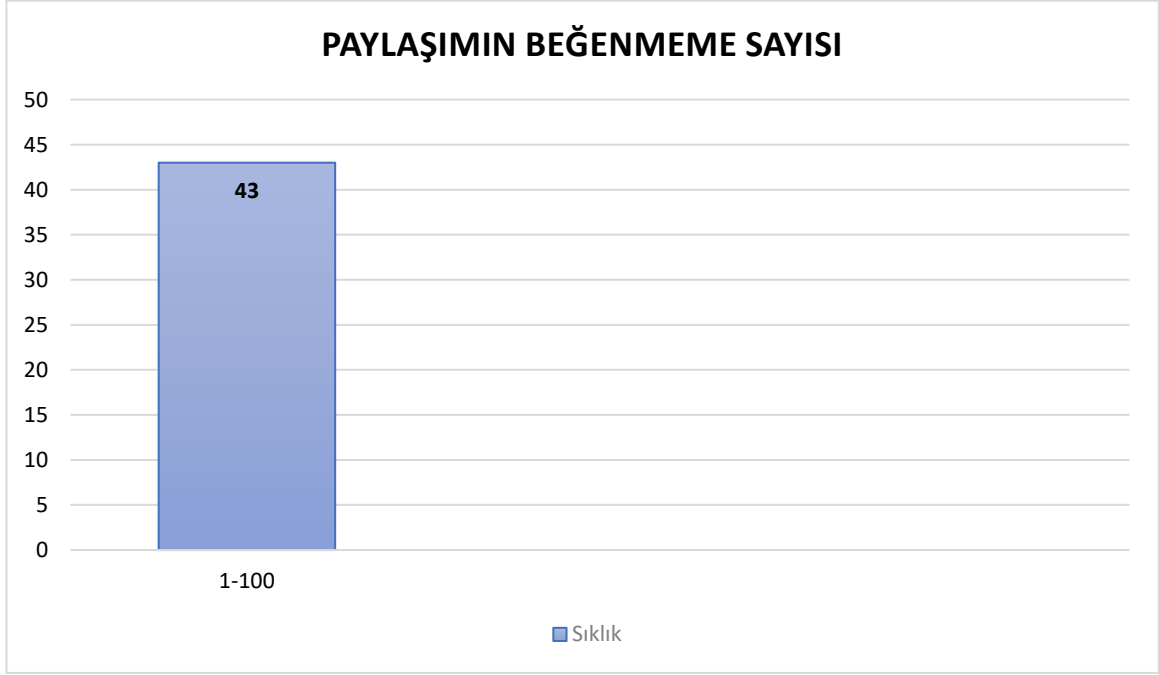
4.4. Kurumsal YouTube Hesabı Paylaşım İstatistikleri

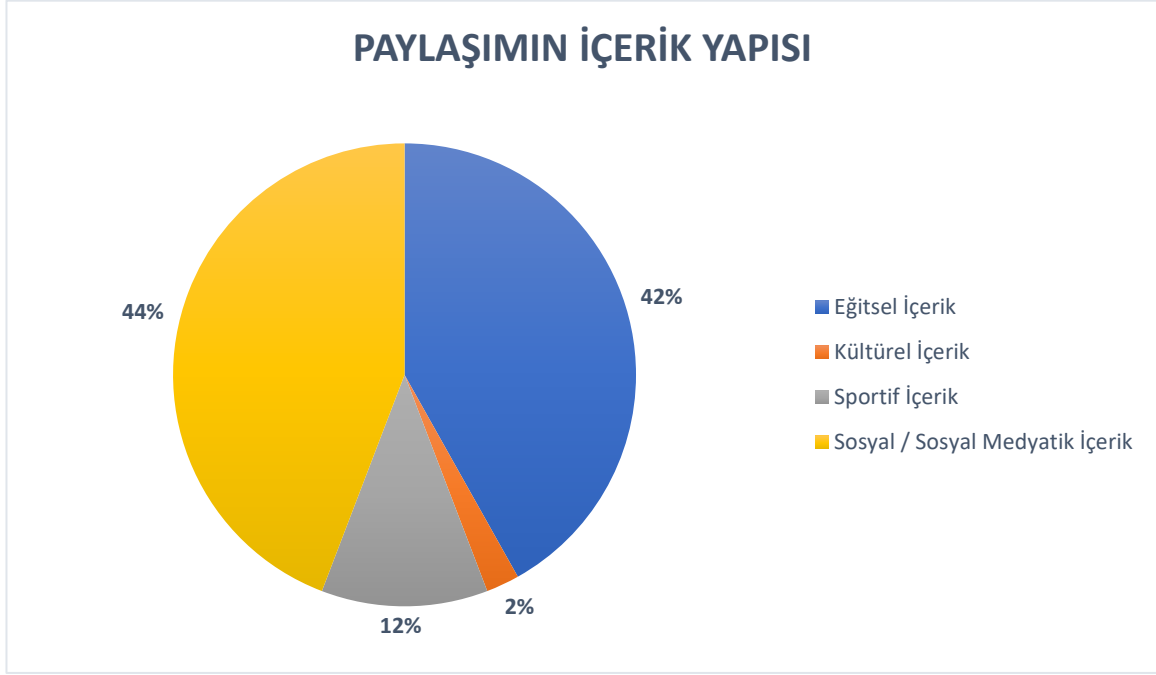
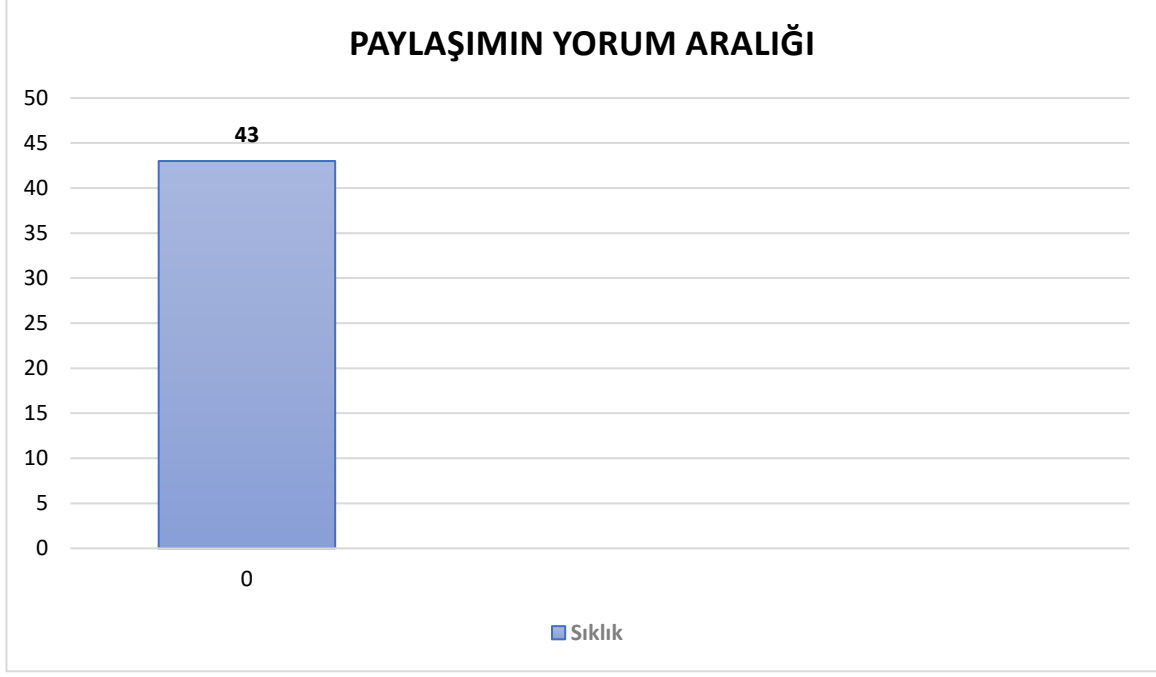
Ocak 2023 itibariyle;

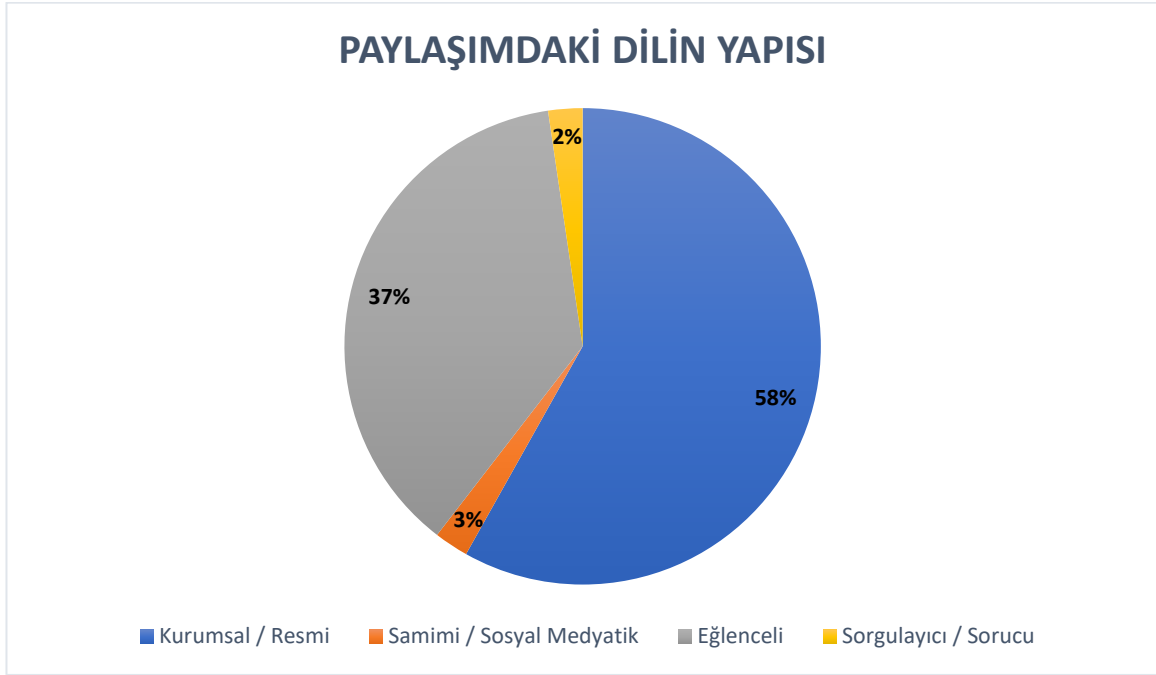
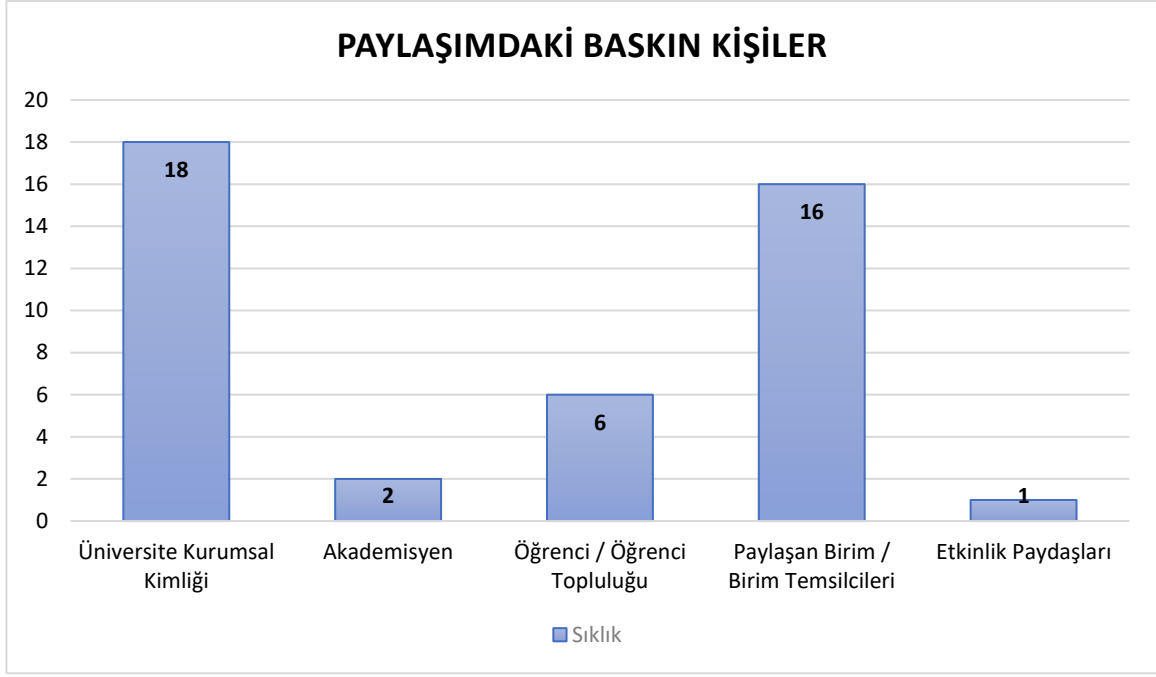
Abone Sayısı: 940







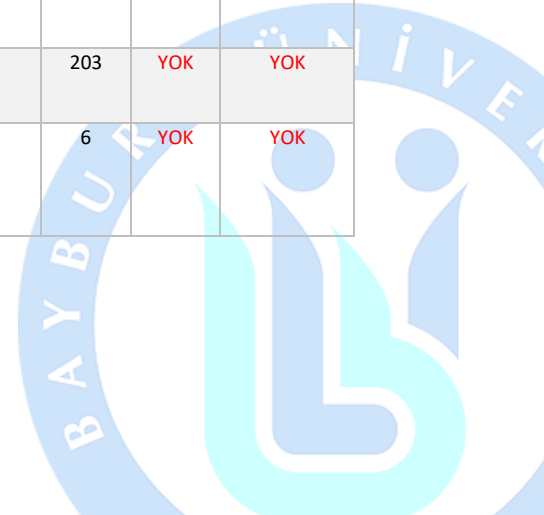




4.5. Birim Sosyal Medya Hesaplarının Paylaşım İstatistikleri

	Facebook	Sütun2	Instagram	Sütun3	Twitter	Sütun4	Sütun5	Youtube	Sütun6
	Takipçi	Takip Edilen	Takipçi	Takip Edilen	Takipçi	Takip Edilen	Retweet	Abone	Abone Olunan
Adalet Meslek Yüksekokulu	YOK	YOK	561	41	112	44	5	YOK	YOK
Arıcılık Araştırma, Geliştirme ve Uygulama Merkezi	YOK	YOK	187	70	51	41	9	YOK	YOK
Aydıntepe Meslek Yüksekokulu	YOK	YOK	585	39	114	39	242	YOK	YOK
Bayburt Tarihi ve Kültürü Uygulama ve Araştırma Merkezi	YOK	YOK	53	21	19	0	0	YOK	YOK
Bilimsel Araştırma Proje Koordinatörlüğü	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK
BUMER-Merkez Lab	54	54	91	44	42	45	5	YOK	YOK
Çevre Yönetim Ofisi	YOK	YOK	220	40	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK
Çocuk Eğitimi Uygulama ve Araştırma Merkezi	YOK	YOK	176	29	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK
Dede Korkut Uygulama ve Araştırma Merkezi	?	?	?	?	?	?	?	YOK	YOK
Demirözü Meslek Yüksekokulu	203	0	569	85	105	55	29	YOK	YOK
Eğitim Fakültesi	YOK	YOK	1.132	58	137	34	102	YOK	YOK
Engelli Öğrenci Koordinatörlüğü	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK
Gıda, Tarım ve Hayvancılık Uygulama ve Araştırma Merkezi	YOK	YOK	51	187	63	79	113	YOK	YOK
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	YOK	YOK	543	43	159	38	108	YOK	YOK
İlahiyat Fakültesi	YOK	YOK	1015	39	343	41	7	1460	0
İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi	YOK	YOK	213	42	67	33	95	YOK	YOK
İş Sağlığı ve Güvenliği Birimi Koordinatörlüğü	YOK	YOK	YOK	YOK	38	52	1	YOK	YOK
Kadın ve Aile Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi	YOK	YOK	217	55	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK
Kalite Koordinatörlüğü	YOK	YOK	337	37	69	25	9	YOK	YOK

Kariyer Planlama Uygulama ve Araştırma Merkezi	YOK	YOK	1820	56	184	42	58	YOK	YOK
Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı	YOK	YOK	946	48	329	40	760	YOK	YOK
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	?	?	?	?	?	?	?	YOK	YOK
Merkezi Araştırma Laboratuvarı Uygulama ve Araştırma Merkezi	54	54	91	44	42	41	5	YOK	YOK
Mühendislik Fakültesi	YOK	YOK	219	16	35	5	12	YOK	YOK
Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı	YOK	YOK	221	49	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK
Sağlık Bilimleri Fakültesi	YOK	YOK	798	36	114	45	200	YOK	YOK
Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu	YOK	YOK	922	61	198	51	23	YOK	YOK
Sağlık Kültür ve Spor Daire Başkanlığı	YOK	YOK	639	61	265	26	7	YOK	YOK
Sanat ve Tasarım Fakültesi	YOK	YOK	266	41	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu	141	0	381	61	81	34	18	YOK	YOK
Spor Bilimleri Fakültesi	YOK	YOK	722	41	99	22	46	YOK	YOK
Spor Eğitimi Uygulama ve Araştırma Merkezi	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK	YOK
Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi	YOK	YOK	266	63	58	33	0	YOK	YOK
Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu	YOK	YOK	424	43	32	105	13	YOK	YOK
Teknoloji Transfer Ofisi Uygulama ve Araştırma Merkezi	YOK	YOK	399	65	46	38	6	6	0
Türkçe Öğretimi Uygulama ve Araştırma Merkezi	?	?	?	?	?	?	?	YOK	YOK
Uluslararası İlişkiler Ofisi	1	2	277	35	93	28	23	5	3
Uygulamalı Bilimler Fakültesi	YOK	YOK	447	85	30	94	203	YOK	YOK
Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi	YOK	YOK	224	34	74	30	6	YOK	YOK



- ADALET MYO

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay		
	f	%
Ocak	2	18,2
Şubat	3	27,3
Mart	1	9,1
Temmuz	1	9,1
Ağustos	1	9,1
Eylül	1	9,1
Ekim	2	18,2
Toplam	11	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı		
	f	%
Bilgilendirme / Açıklama	2	18,2
Duyurum	5	45,5
Hizmet Tanıtımı	1	9,1
Kutlama / Anma	1	9,1
Etkinlik / Haber	2	18,2
Toplam	11	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı		
	f	%
Fotoğraf + Yazı	11	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu		
	f	%
Link / Etiketleme / Hashtag Var	8	72,7
Link / Etiketleme / Hashtag Yok	3	27,3
Toplam	11	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı		
	f	%
1-100	11	100,0



Paylaşımın İçerik Yapısı		
	f	%
Eğitsel İçerik	5	45,5
İdari Etkinlik İçeriği	2	18,2
Kültürel İçerik	4	36,4
Toplam	11	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu		
	f	%
Üniversite Kurumsal Kimliği	1	9,1
Akademisyen	1	9,1
Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	8	72,7
Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	1	9,1
Toplam	11	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı		
	Frequency	Percent
0	11	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı		
	f	%
Kurumsal / Resmî	11	100,0

- **ARICILIK ARAŞTIRMA, GELİŞTİRME VE UYGULAMA MERKEZİ**

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay		
	F	%
Ocak	3	25,0
Şubat	2	16,7
Mayıs	1	8,3
Haziran	1	8,3
Ekim	3	25,0
Aralık	2	16,7
Toplam	12	100,0



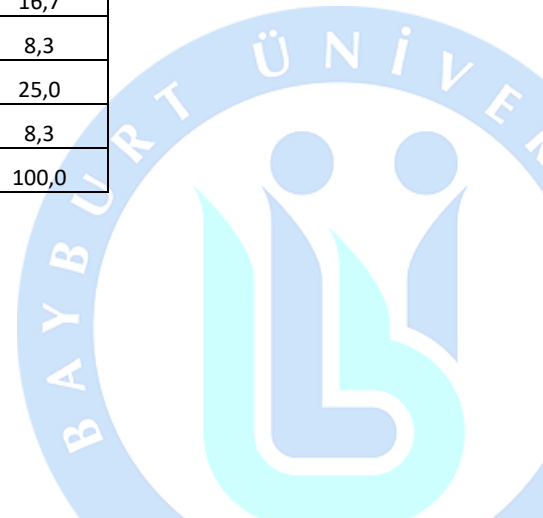
Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	3	25,0
	Duyurum	2	16,7
	Kutlama / Anma	2	16,7
	Sosyal Sorumluluk	2	16,7
	Etkinlik / Haber	3	25,0
	Total	12	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	12	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	11	91,7
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	1	8,3
	Toplam	12	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	11	91,7
	6,00	1	8,3
	Toplam	12	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	6	50,0
	İdari Etkinlik İçeriği	2	16,7
	Kültürel İçerik	1	8,3
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	2	25,0
	Missing	1	8,3
	Toplam	12	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	6	50,0
	Kamu Dış Paydaşları	3	25,0
	Etkinlik Paydaşları	3	25,0
	Toplam	12	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	12	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	12	100,0

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		f	%
	Ocak	3	37,5
	Şubat	1	12,5
	Mayıs	1	12,5
	Haziran	1	12,5
	Ekim	1	12,5
	Aralık	1	12,5
	Toplam	8	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		f	%
	Duyurum	2	25,0
	Kutlama / Anma	1	12,5
	Sosyal Sorumluluk	1	12,5
	Etkinlik / Haber	4	50,0
	Toplam	8	100,0



Paylaşımın Kip Yapısı			
		f	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	6	75,0
	Yazılı Tweet	2	25,0
	Toplam	8	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		f	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	8	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		f	%
	1-100	8	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		f	%
	1-100	8	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		f	%
	Eğitsel İçerik	4	50,0
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	4	50,0
	Toplam	8	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		f	%
	0	8	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		f	%
	100-250	8	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		f	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	3	37,5
	Akademisyen	2	25,0
	Etkinlik Paydaşları	3	37,5
	Toplam	8	100,0

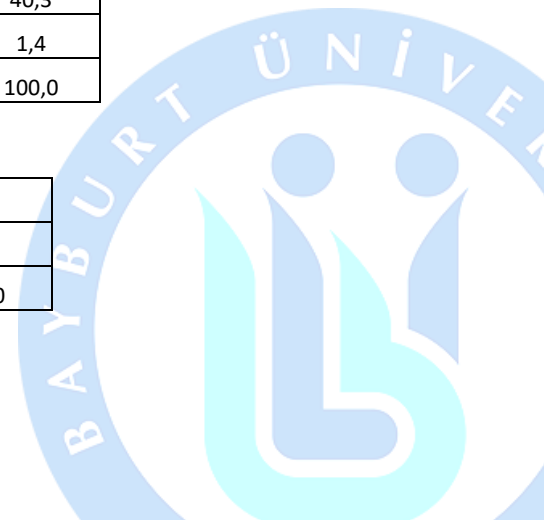
- AYDINTEPE MYO

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	4	5,6
	Şubat	13	18,1
	Mart	4	5,6
	Nisan	2	2,8
	Mayıs	7	9,7
	Haziran	6	8,3
	Ağustos	3	4,2
	Eylül	4	5,6
	Ekim	15	20,8
	Kasım	8	11,1
	Aralık	6	8,3
	Toplam	72	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	16	22,2
	Duyurum	21	29,2
	Kutlama / Anma	4	5,6
	Sosyal Sorumluluk	1	1,4
	Etkinlik / Haber	29	40,3
	Diğer	1	1,4
	Toplam	72	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	72	100,0



Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		Frequency	Percent
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	34	47,2
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	38	52,8
	Toplam	72	100,0

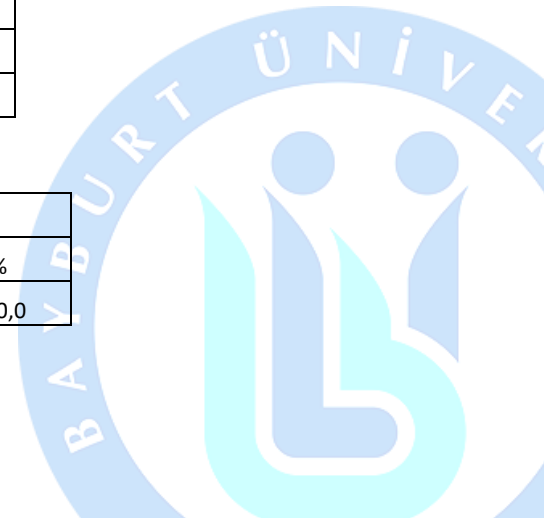
Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	72	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	41	56,9
	İdari Etkinlik İçeriği	8	11,1
	Sportif İçerik	3	4,2
	Sanatsal İçerik	1	1,4
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	11	15,3
	Diğer Tipteki İçerikler	8	11,1
	Toplam	72	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Üst Yönetimi	7	9,7
	Akademisyen	6	8,3
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	44	61,1
	Kamu Dış Paydaşları	2	2,8
	Etkinlik Paydaşları	11	15,3
	Diğer Kişiler	2	2,8
	Toplam	72	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	72	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	72	100,0



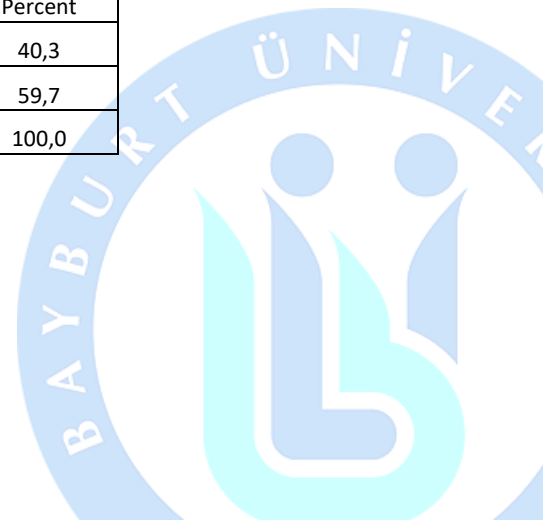
TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay		
	F	%
Ocak	3	4,2
Şubat	11	15,3
Mart	5	6,9
Nisan	4	5,6
Mayıs	8	11,1
Haziran	7	9,7
Temmuz	1	1,4
Ağustos	3	4,2
Eylül	4	5,6
Ekim	13	18,1
Kasım	7	9,7
Aralık	6	8,3
Toplam	72	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı		
	F	%
Bilgilendirme / Açıklama	4	5,6
Duyurum	33	45,8
Kutlama / Anma	4	5,6
Etkinlik / Haber	31	43,1
Toplam	72	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı		
	F	%
Fotoğraf + Yazılı Tweet	72	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu		
	Frequency	Percent
Link / Etiketleme / Hashtag Var	29	40,3
Link / Etiketleme / Hashtag Yok	43	59,7
Toplam	72	100,0



Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	72	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	72	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	45	62,5
	İdari Etkinlik İçeriği	9	12,5
	Sportif İçerik	2	2,8
	Sanatsal İçerik	1	1,4
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	10	13,9
	Diğer Tipteki İçerikler	5	6,9
	Toplam	72	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	72	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	57	79,2
	251-500	5	6,9
	501-750	5	6,9
	751-1000	2	2,8
	1001-1500	2	2,8
	2001 ve Üstü	1	1,4
	Toplam	72	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Üst Yönetimi	7	9,7
	Akademisyen	6	8,3
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	54	75,0
	Etkinlik Paydaşları	5	6,9
	Toplam	72	100,0

- BAYUZEM

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Şubat	5	100,0

Paylaşımın Tematı Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	5	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	5	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	5	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	1	20,0
	201-300	1	20,0
	301-400	1	20,0
	401-500	2	40,0
	Toplam	5	100,0



Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	5	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Sanatsal İçerik	5	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	5	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	5	100,0

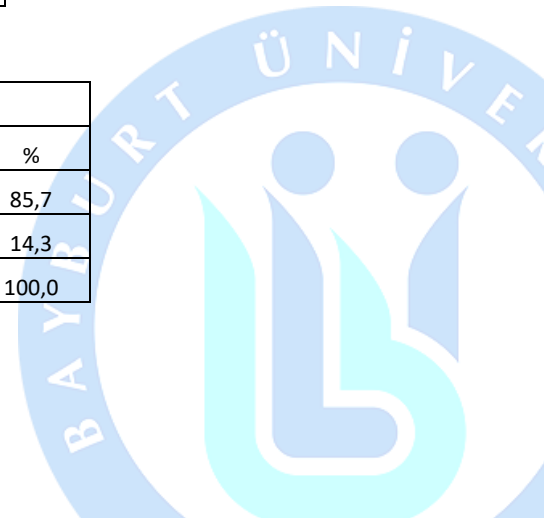
Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
Missing	System	5	100,0

- **BUMER MERKEZ LABORATUVARI**

FACEBOOK

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	4	57,1
	Mart	1	14,3
	Nisan	1	14,3
	Ekim	1	14,3
	Toplam	7	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	6	85,7
	Duyurum	1	14,3
	Toplam	7	100,0



Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	7	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	6	85,7
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	1	14,3
	Toplam	7	100,0

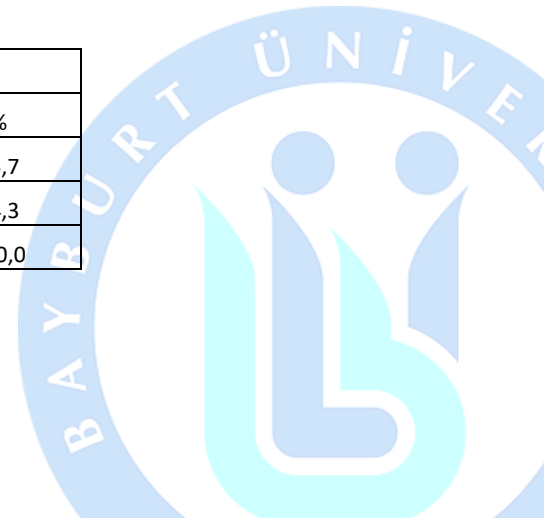
Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	7	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	İdari Etkinlik İçeriği	6	85,7
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	1	14,3
	Toplam	7	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	1	14,3
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	6	85,7
	Toplam	7	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	7	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	6	85,7
	Eğlenceli	1	14,3
	Toplam	7	100,0



INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	4	57,1
	Mart	1	14,3
	Nisan	1	14,3
	Ekim	1	14,3
	Toplam	7	100,0

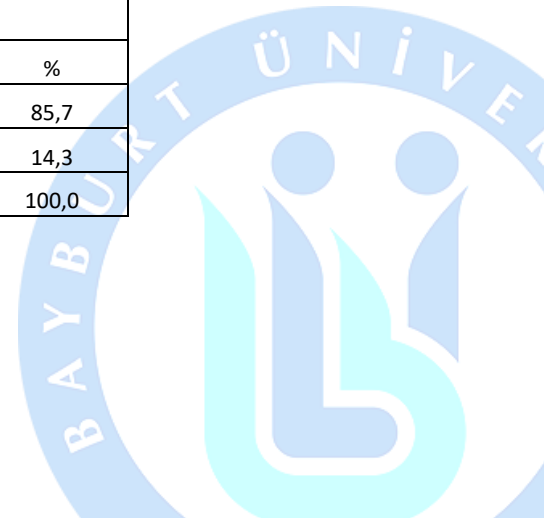
Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	6	85,7
	Duyurum	1	14,3
	Toplam	7	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	7	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	6	85,7
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	1	14,3
	Toplam	7	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	7	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	İdari Etkinlik İçeriği	6	85,7
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	1	14,3
	Toplam	7	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	1	14,3
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	6	85,7
	Toplam	7	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	7	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	6	85,7
	Eğlenceli	1	14,3
	Toplam	7	100,0

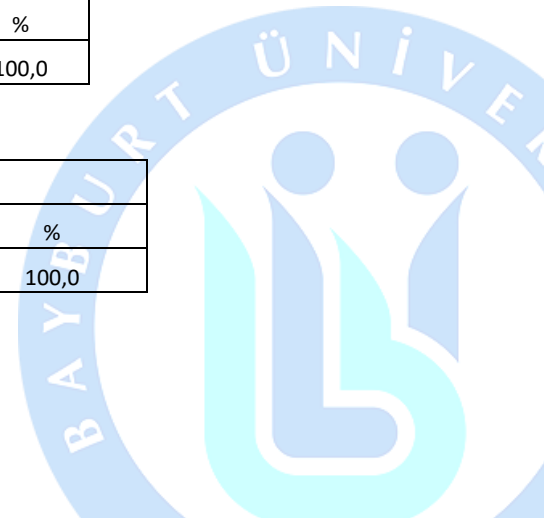
TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	4	66,7
	Mart	1	16,7
	Nisan	1	16,7
	Toplam	6	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
Valid	Bilgilendirme / Açıklama	6	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	6	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	6	100,0



Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	6	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	6	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	İdari Etkinlik İçeriği	6	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	6	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	6	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	138,00	1	16,7
	189,00	1	16,7
	196,00	1	16,7
	268,00	1	16,7
	289,00	1	16,7
	372,00	1	16,7
	Toplam	6	100,0



- ÇOCUK EĞİTİMİ MERKEZİ

INSTAGRAM

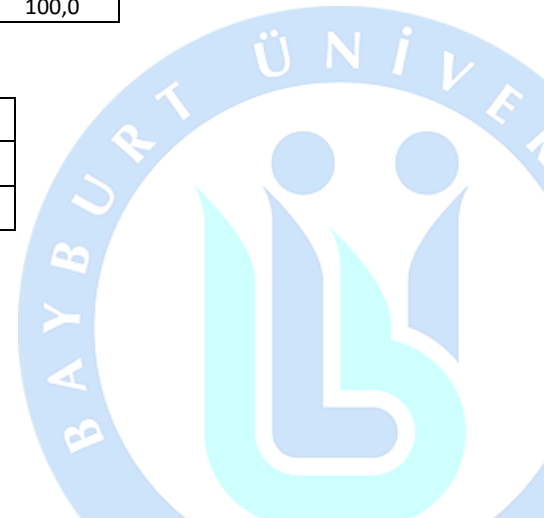
Paylaşımın Yapıldığı Ay		
	F	%
Şubat	1	3,6
Mart	4	14,3
Nisan	14	50,0
Temmuz	1	3,6
Ekim	4	14,3
Kasım	1	3,6
Aralık	3	10,7
Toplam	28	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı		
	F	%
Bilgilendirme / Açıklama	5	17,9
Duyurum	2	7,1
Kutlama / Anma	4	14,3
Sosyal Sorumluluk	5	17,9
Etkinlik / Haber	11	39,3
Diğer	1	3,6
Toplam	28	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı		
	F	%
Fotoğraf + Yazı	26	92,9
Video + Yazı	2	7,1
Toplam	28	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu		
	F	%
Link / Etiketleme / Hashtag Var	28	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı		
	F	%
1-100	28	100,0



Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	2	7,1
	İdari Etkinlik İçeriği	3	10,7
	Kültürel İçerik	2	7,1
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	17	60,7
	Diğer Tipteki İçerikler	4	14,3
	Toplam	28	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Üst Yönetimi	4	14,3
	Akademisyen	1	3,6
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	7	25,0
	Etkinlik Paydaşları	13	46,4
	Diğer Kişiler	3	10,7
	Toplam	28	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	25	89,3
	1-10	3	10,7
	Toplam	28	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	17	60,7
	Samimi / Sosyal Medyatik	8	28,6
	Eğlenceli	1	3,6
	Diğer	2	7,1
	Toplam	28	100,0



- DEMİRÖZÜ MESLEK YÜKSEKOKULU

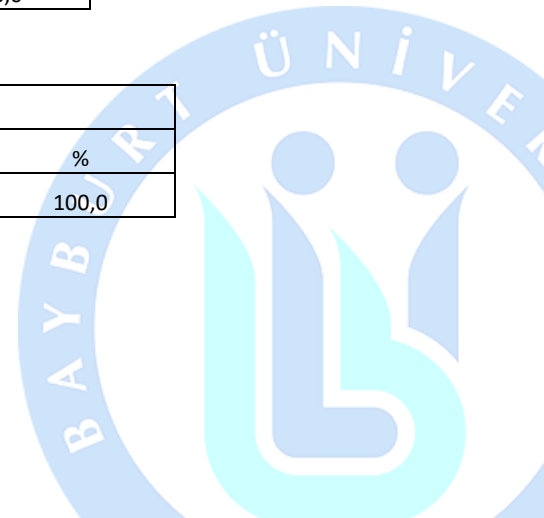
FACEBOOK

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	5	10,0
	Şubat	10	20,0
	Mart	3	6,0
	Mayıs	9	18,0
	Haziran	2	4,0
	Temmuz	1	2,0
	Ağustos	6	12,0
	Eylül	5	10,0
	Ekim	4	8,0
	Kasım	1	2,0
	Aralık	4	8,0
	Toplam	50	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	19	38,0
	Duyurum	13	26,0
	Hizmet Tanıtımı	2	4,0
	Kutlama / Anma	5	10,0
	Sosyal Sorumluluk	3	6,0
	Etkinlik / Haber	7	14,0
	Özgün Sosyal İçerik	1	2,0
	Toplam	50	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	50	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	50	100,0



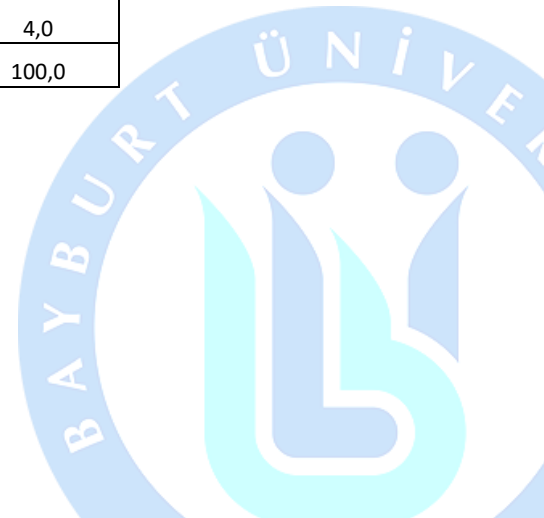
Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	50	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	22	44,0
	İdari Etkinlik İçeriği	10	20,0
	Kültürel İçerik	4	8,0
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	14	28,0
	Toplam	50	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	17	34,0
	Üniversite Üst Yönetimi	3	6,0
	Akademisyen	9	18,0
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	13	26,0
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	1	2,0
	Kamu Dış Paydaşları	4	8,0
	Özel Sektör Dış Paydaşları	2	4,0
	Etkinlik Paydaşları	1	2,0
	Toplam	50	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	50	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	44	88,0
	Samimi / Sosyal Medyatik	4	8,0
	Lirik / Coşkulu	2	4,0
	Toplam	50	100,0



INSTAGRAM

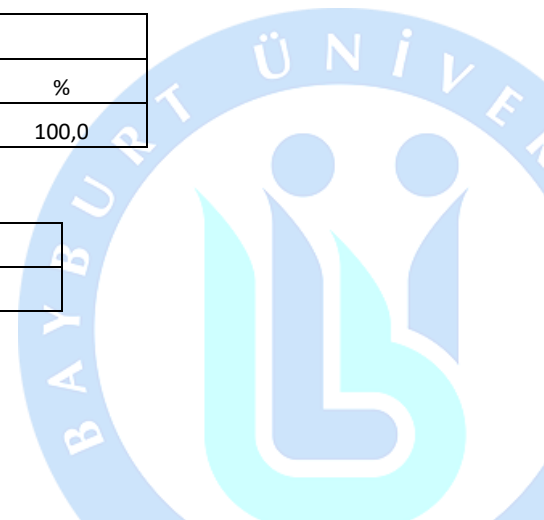
Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	5	10,0
	Şubat	10	20,0
	Mart	3	6,0
	Mayıs	9	18,0
	Haziran	2	4,0
	Temmuz	1	2,0
	Ağustos	6	12,0
	Eylül	5	10,0
	Ekim	4	8,0
	Kasım	1	2,0
	Aralık	4	8,0
	Toplam	50	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	19	38,0
	Duyurum	13	26,0
	Hizmet Tanıtımı	2	4,0
	Kutlama / Anma	5	10,0
	Sosyal Sorumluluk	3	6,0
	Etkinlik / Haber	7	14,0
	Özgün Sosyal İçerik	1	2,0
	Toplam	50	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	50	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	50	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%



	1-100	50	100,0
--	-------	----	-------

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	22	44,0
	İdari Etkinlik İçeriği	10	20,0
	Kültürel İçerik	4	8,0
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	14	28,0
	Toplam	50	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	17	34,0
	Üniversite Üst Yönetimi	3	6,0
	Akademisyen	9	18,0
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	13	26,0
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	1	2,0
	Kamu Dış Paydaşları	4	8,0
	Özel Sektör Dış Paydaşları	2	4,0
	Etkinlik Paydaşları	1	2,0
	Toplam	50	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	50	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	44	88,0
	Samimi / Sosyal Medyatik	4	8,0
	Lirik / Coşkulu	2	4,0
	Toplam	50	100,0



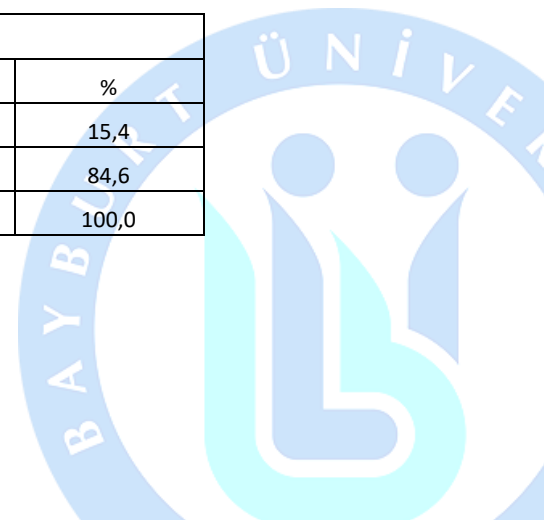
TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	5	19,2
	Şubat	6	23,1
	Mart	1	3,8
	Mayıs	5	19,2
	Haziran	3	11,5
	Eylül	2	7,7
	Ekim	1	3,8
	Kasım	1	3,8
	Aralık	2	7,7
	Toplam	26	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	9	34,6
	Duyurum	3	11,5
	Hizmet Tanıtımı	2	7,7
	Kutlama / Anma	2	7,7
	Sosyal Sorumluluk	3	11,5
	Etkinlik / Haber	7	26,9
	Toplam	26	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	23	88,5
	Video + Yazılı Tweet	1	3,8
	Yazılı Tweet	2	7,7
	Toplam	26	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	4	15,4
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	22	84,6
	Toplam	26	100,0



Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	26	100,0

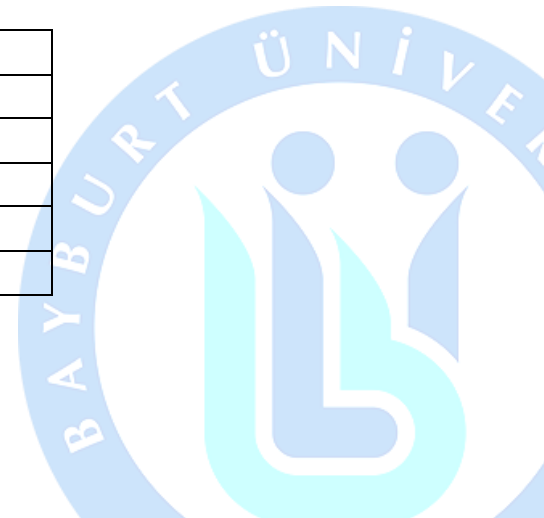
Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	26	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	13	50,0
	İdari Etkinlik İçeriği	6	23,1
	Kültürel İçerik	1	3,8
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	6	23,1
	Toplam	26	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	7	26,9
	Üniversite Üst Yönetimi	1	3,8
	Akademisyen	5	19,2
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	6	23,1
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	2	7,7
	Kamu Dış Paydaşları	2	7,7
	Özel Sektör Dış Paydaşları	2	7,7
	Etkinlik Paydaşları	1	3,8
	Toplam	26	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	26	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	17	65,4
	251-500	3	11,5
	501-750	4	15,4
	751-1000	1	3,8



	1001-1500	1	3,8
	Toplam	26	100,0

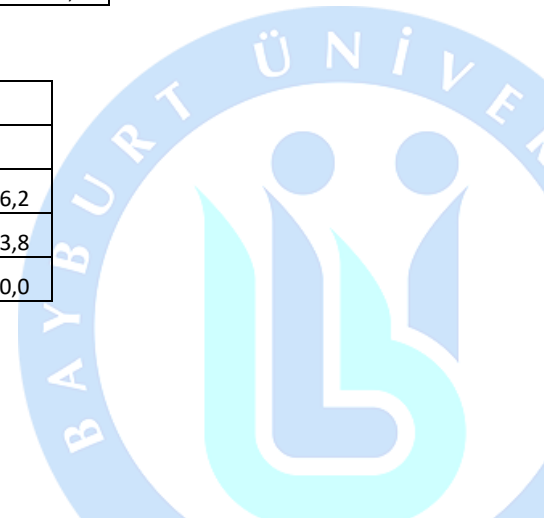
- EĞİTİM FAKÜLTESİ

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	7	3,8
	Şubat	10	5,4
	Mart	11	6,0
	Nisan	13	7,1
	Mayıs	29	15,8
	Haziran	11	6,0
	Temmuz	26	14,1
	Ağustos	15	8,2
	Eylül	12	6,5
	Ekim	32	17,4
	Kasım	10	5,4
	Aralık	8	4,3
	Toplam	184	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	12	6,5
	Duyurum	39	21,2
	Hizmet Tanıtımı	17	9,2
	Kutlama / Anma	25	13,6
	Etkinlik / Haber	49	26,6
	Özgün Sosyal İçerik	38	20,7
	Kampüs / Gündelik Yaşam	4	2,2
	Toplam	184	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	177	96,2
	Video + Yazı	7	3,8
	Toplam	184	100,0



Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	95	51,6
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	89	48,4
	Toplam	184	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	110	59,8
	101-200	74	40,2
	Toplam	184	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	114	62,0
	İdari Etkinlik İçeriği	11	6,0
	Kültürel İçerik	22	12,0
	Sanatsal İçerik	15	8,2
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	17	9,2
	Diğer Tipteki İçerikler	4	2,2
	9,00	1	,5
	Toplam	184	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	20	10,9
	Üniversite Üst Yönetimi	4	2,2
	Akademisyen	55	29,9
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	46	25,0
	Etkinlik Paydaşları	22	12,0
	Diğer Kişiler	37	20,1
	Toplam	184	100,0



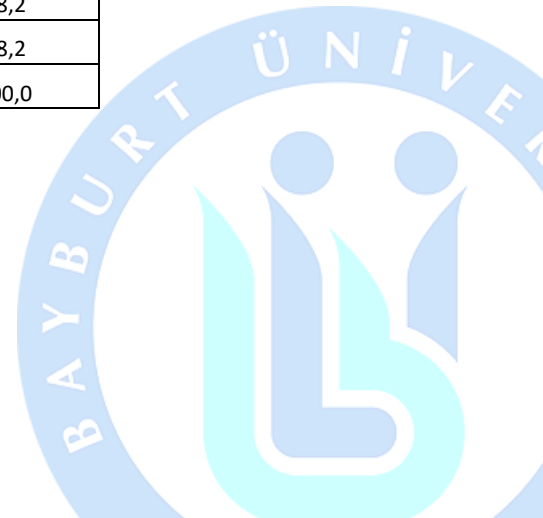
Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	153	83,2
	1-10	30	16,3
	11-20	1	,5
	Toplam	184	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	86	46,7
	Samimi / Sosyal Medyatik	87	47,3
	Eğlenceli	2	1,1
	Lirik / Coşkulu	8	4,3
	9,00	1	,5
	Toplam	184	100,0

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Şubat	3	27,3
	Mayıs	1	9,1
	Ağustos	2	18,2
	Eylül	1	9,1
	Ekim	3	27,3
	Kasım	1	9,1
	Toplam	11	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Duyurum	7	63,6
	Etkinlik / Haber	2	18,2
	Özgün Sosyal İçerik	2	18,2
	Toplam	11	100,0



Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	11	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	7	63,6
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	4	36,4
	Toplam	11	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	11	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	11	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel içerik	9	81,8
	Sanatsal içerik	1	9,1
	Sosyal / Sosyal Medyatik içerik	1	9,1
	Toplam	11	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Akademisyen	6	54,5
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	1	9,1
	Etkinlik Paydaşları	3	27,3
	Diğer Kişiler	1	9,1
	Toplam	11	100,0



Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	10	90,9
	1-10	1	9,1
	Toplam	11	100,0

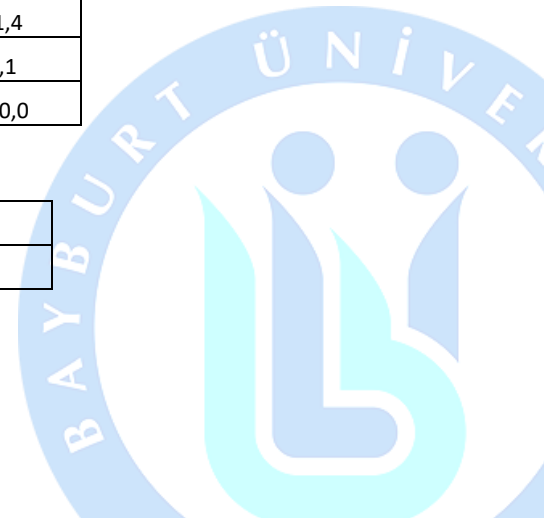
Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	3	27,3
	251-500	2	18,2
	501-750	3	27,3
	1001-1500	2	18,2
	2001 ve Üstü	1	9,1
	Toplam	11	100,0

- **GIDA,TARIM ve HAYVANCILIK UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ**
INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	1	7,1
	Mart	2	14,3
	Mayıs	2	14,3
	Haziran	8	57,1
	Ağustos	1	7,1
	Toplam	14	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Duyurum	9	64,3
	Kutlama / Anma	1	7,1
	Sosyal Sorumluluk	3	21,4
	Etkinlik / Haber	1	7,1
	Toplam	14	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı		
	F	%



	Fotoğraf + Yazı	13	92,9
	Video + Yazı	1	7,1
	Toplam	14	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	14	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	14	100,0

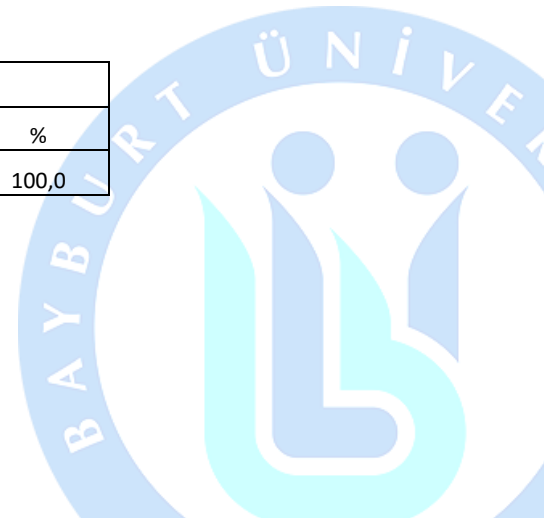
Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	8	57,1
	İdari Etkinlik İçeriği	1	7,1
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	4	28,6
	Diğer Tipteki İçerikler	1	7,1
	Toplam	14	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	3	21,4
	Üniversite Üst Yönetimi	1	7,1
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	9	64,3
	Kamu Dış Paydaşları	1	7,1
	Toplam	14	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	,00	14	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Samimi / Sosyal Medyatik	14	100,0

TWITTER



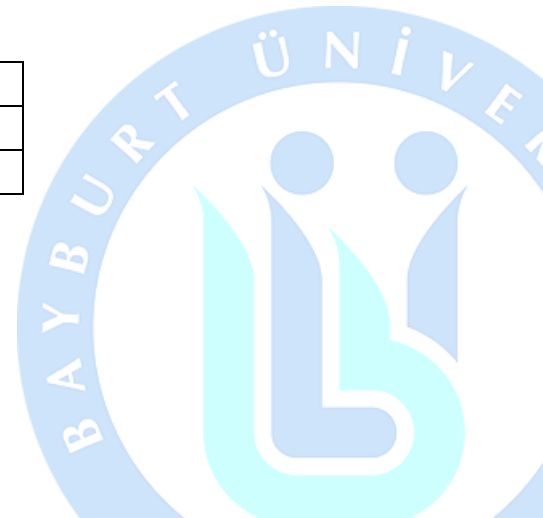
PaylaşımınYapıldığıAy			
		F	%
	Şubat	1	2,2
	Mart	2	4,3
	Nisan	1	2,2
	Mayıs	3	6,5
	Haziran	13	28,3
	Ağustos	7	15,2
	Ekim	11	23,9
	Kasım	3	6,5
	Aralık	5	10,9
	Toplam	46	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	26	56,5
	Duyurum	1	2,2
	Kutlama / Anma	9	19,6
	Sosyal Sorumluluk	5	10,9
	Etkinlik / Haber	5	10,9
	Toplam	46	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	45	97,8
	Yazılı Tweet	1	2,2
	Toplam	46	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	46	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	46	100,0



Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	46	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	37	80,4
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	5	10,9
	Diğer Tipteki İçerikler	4	8,7
	Toplam	46	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişileri Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	39	84,8
	Üniversite Üst Yönetimi	1	2,2
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	6	13,0
	Toplam	46	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	,00	46	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	46	100,0

- İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	68	56,7
	Şubat	52	43,3
	Toplam	120	100,0



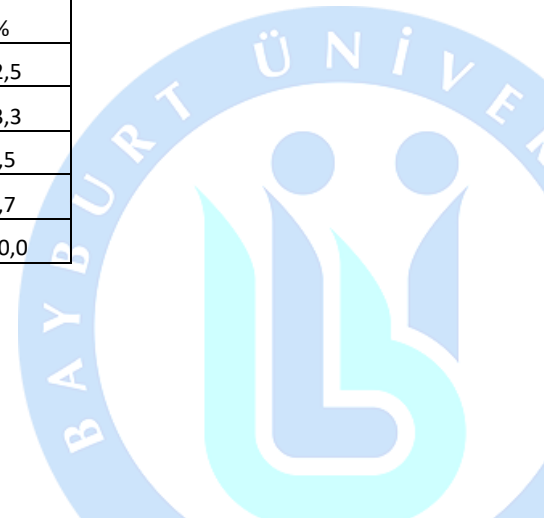
Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	119	99,2
	Duyurum	1	,8
	Toplam	120	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	57	47,5
	Video + Yazı	41	34,2
	3,00	10	8,3
	5,00	1	,8
	6,00	11	9,2
	Toplam	120	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	7	5,8
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	10	8,3
	3,00	61	50,8
	4,00	27	22,5
	6,00	4	3,3
	7,00	11	9,2
	Toplam	120	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	109	90,8
	101-200	11	9,2
	Toplam	120	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	99	82,5
	İdari Etkinlik İçeriği	16	13,3
	Sportif İçerik	3	2,5
	Sanatsal İçerik	2	1,7
	Toplam	120	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	7	5,8
	Üniversite Üst Yönetimi	10	8,3
	Akademisyen	61	50,8
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	27	22,5
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	4	3,3
	Kamu Dış Paydaşları	11	9,2
	Toplam	120	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	109	90,8
	1-10	11	9,2
	Toplam	120	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	99	82,5
	Samimi / Sosyal Medyatik	16	13,3
	Lirik / Coşkulu	3	2,5
	Emredici / Buyurucu	2	1,7
	Toplam	120	100,0

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	10	9,4
	Şubat	6	5,7
	Mart	16	15,1
	Nisan	11	10,4
	Mayıs	13	12,3
	Haziran	10	9,4
	Temmuz	4	3,8
	Ağustos	6	5,7
	Eylül	7	6,6
	Ekim	5	4,7
	Kasım	10	9,4
	Aralık	8	7,5
	Toplam	106	100,0



Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	67	63,2
	Duyurum	25	23,6
	Kutlama / Anma	8	7,5
	Sosyal Sorumluluk	2	1,9
	Etkinlik / Haber	3	2,8
	Kampüs / Gündelik Yaşam	1	,9
	Toplam	106	100,0

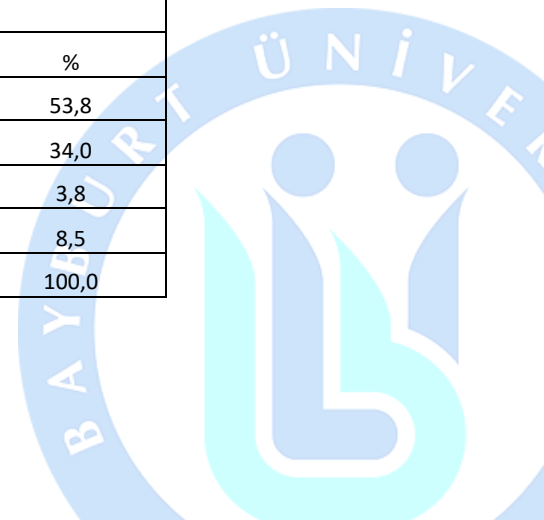
Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	102	96,2
	Video + Yazılı Tweet	1	,9
	Yazılı Tweet	3	2,8
	Toplam	106	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	20	18,9
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	86	81,1
	Toplam	106	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	106	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	106	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	57	53,8
	İdari Etkinlik İçeriği	36	34,0
	Kültürel İçerik	4	3,8
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	9	8,5
	Toplam	106	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	9	8,5
	Üniversite Üst Yönetimi	14	13,2
	Akademisyen	48	45,3
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	25	23,6
	Kamu Dış Paydaşları	10	9,4
	Toplam	106	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	105	99,1
	1-10	1	,9
	Toplam	106	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	61	57,5
	251-500	29	27,4
	501-750	10	9,4
	751-1000	3	2,8
	1001-1500	2	1,9
	2001 ve Üstü	1	,9
	Toplam	106	100,0



- İLAHİYAT FAKÜLTESİ

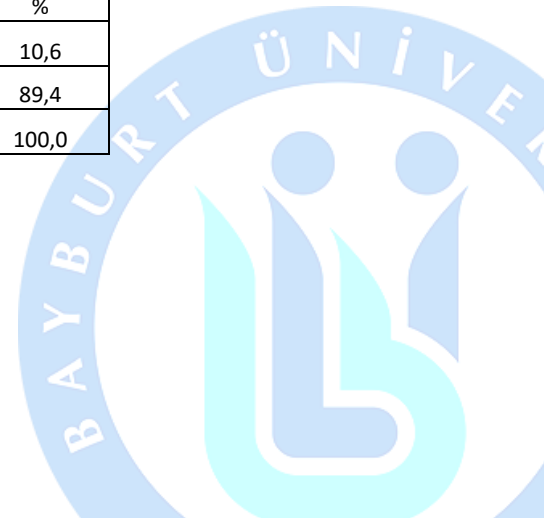
INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay		
	F	%
Ocak	5	5,9
Şubat	5	5,9
Mart	19	22,4
Nisan	42	49,4
Mayıs	2	2,4
Temmuz	3	3,5
Ekim	4	4,7
Kasım	4	4,7
Aralık	1	1,2
Toplam	85	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı		
	F	%
Bilgilendirme / Açıklama	4	4,7
Duyurum	9	10,6
Hizmet Tanıtımı	1	1,2
Kutlama / Anma	28	32,9
Etkinlik / Haber	43	50,6
Toplam	85	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı		
	F	%
Fotoğraf + Yazı	81	95,3
Video + Yazı	4	4,7
Toplam	85	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu		
	F	%
Link / Etiketleme / Hashtag Var	9	10,6
Link / Etiketleme / Hashtag Yok	76	89,4
Toplam	85	100,0



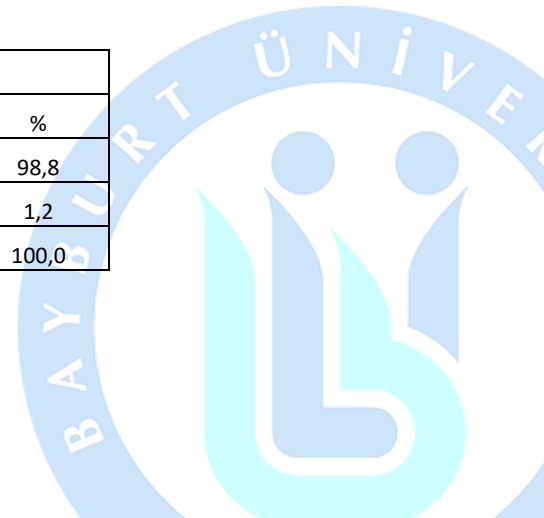
Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	77	90,6
	101-200	6	7,1
	201-300	2	2,4
	Toplam	85	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	10	11,8
	İdari Etkinlik İçeriği	11	12,9
	Kültürel İçerik	36	42,4
	Sportif İçerik	1	1,2
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	27	31,8
	Toplam	85	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	10	11,8
	Üniversite Üst Yönetimi	1	1,2
	Akademisyen	36	42,4
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	4	4,7
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	7	8,2
	Diğer Kişiler	27	31,8
	Toplam	85	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	80	94,1
	1-10	4	4,7
	Toplam	84	98,8

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	84	98,8
	Samimi / Sosyal Medyatik	1	1,2
	Toplam	85	100,0



TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	6	20,0
	Şubat	5	16,7
	Mart	8	26,7
	Nisan	5	16,7
	Mayıs	1	3,3
	Temmuz	1	3,3
	Ekim	3	10,0
	Kasım	1	3,3
	Toplam	30	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Duyurum	13	43,3
	Hizmet Tanıtımı	2	6,7
	Kutlama / Anma	4	13,3
	Etkinlik / Haber	11	36,7
	Toplam	30	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	24	80,0
	Video + Yazılı Tweet	1	3,3
	Yazılı Tweet	5	16,7
	Toplam	30	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	15	50,0
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	15	50,0
	Toplam	30	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	30	100,0



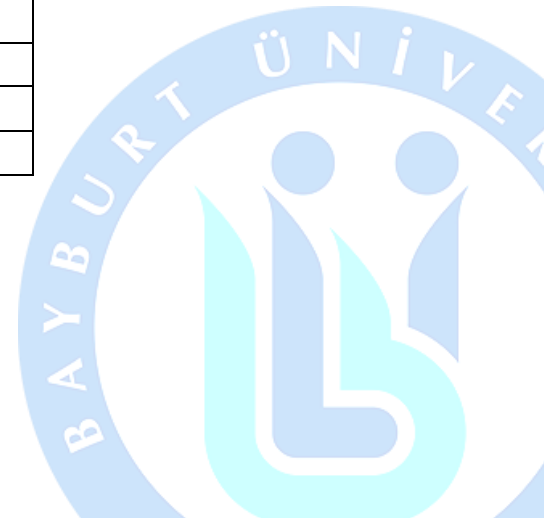
Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	30	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	11	36,7
	İdari Etkinlik İçeriği	9	30,0
	Sportif İçerik	2	6,7
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	8	26,7
	Toplam	30	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	7	23,3
	Üniversite Üst Yönetimi	2	6,7
	Akademisyen	9	30,0
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	2	6,7
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	8	26,7
	Kamu Dış Paydaşları	1	3,3
	Diğer Kişiler	1	3,3
	Toplam	30	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	30	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	10	33,3
	251-500	10	33,3
	501-750	2	6,7
	751-1000	4	13,3
	1001-1500	3	10,0
	1501-2000	1	3,3
	Toplam	30	100,0



YOTUBE

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Mart	9	30,0
	Nisan	21	70,0
	Toplam	30	100,0

Tematik Yapı			
		F	%
	Etkinlik Canlı Yayın Videosu	29	96,7
	Tanıtım Filmi	1	3,3
	Toplam	30	100,0

Kurgusal Form			
		F	%
	Kurgusal Yapılı	30	100,0

Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link/Etiketleme/Hashtag Yok	30	100,0

Beğeni Sayısı			
		F	%
	1-100	27	90,0
	101-200	3	10,0
	Toplam	30	100,0

Beğenmeme Sayısı			
		F	%
	1-100	30	100,0

Yorum Aralığı			
		F	%
	0	14	46,7
	1-10	16	53,3
	Toplam	30	100,0



İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	25	83,3
	Kültürel İçerik	2	6,7
	Sportif İçerik	2	6,7
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	1	3,3
	Toplam	30	100,0

Baskın Kişiler			
		F	%
	Üniversite Üst Yönetimi	1	3,3
	Akademisyen	29	96,7
	Toplam	30	100,0

Dil Yapısı			
		F	%
	Samimi / Sosyal Medyatik	29	96,7
	Diğer	1	3,3
	Toplam	30	100,0

- İNSAN VE TOPLUM FAKÜLTESİ

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Mart	3	23,1
	Nisan	1	7,7
	Mayıs	4	30,8
	Ekim	5	38,5
	Toplam	13	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Duyurum	2	15,4
	Hizmet Tanıtımı	1	7,7
	Kutlama / Anma	1	7,7
	Sosyal Sorumluluk	2	15,4



	Etkinlik / Haber	7	53,8
	Toplam	13	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	13	100,0

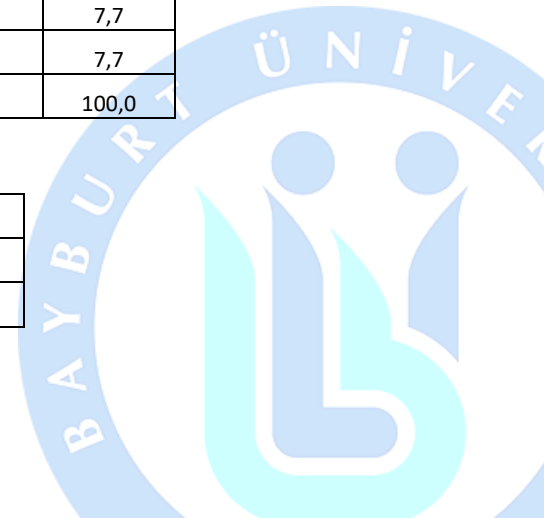
Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	13	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	13	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	6	46,2
	İdari Etkinlik İçeriği	2	15,4
	Kültürel İçerik	2	15,4
	Sanatsal İçerik	1	7,7
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	2	15,4
	Toplam	13	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	4	30,8
	Üniversite Üst Yönetimi	1	7,7
	Akademisyen	1	7,7
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	5	38,5
	Kamu Dış Paydaşları	1	7,7
	Özel Sektör Dış Paydaşları	1	7,7
	Toplam	13	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	13	100,0



Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	11	84,6
	Samimi / Sosyal Medyatik	2	15,4
	Toplam	13	100,0

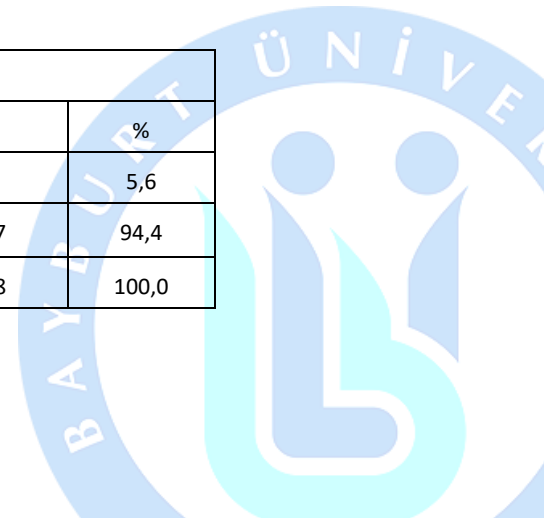
TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Mart	4	22,2
	Nisan	2	11,1
	Mayıs	3	16,7
	Ekim	5	27,8
	Kasım	3	16,7
	Aralık	1	5,6
	Toplam	18	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	2	11,1
	Duyurum	5	27,8
	Kutlama / Anma	1	5,6
	Sosyal Sorumluluk	3	16,7
	Etkinlik / Haber	7	38,9
	Toplam	18	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	18	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	1	5,6
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	17	94,4
	Toplam	18	100,0



Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	18	100,0

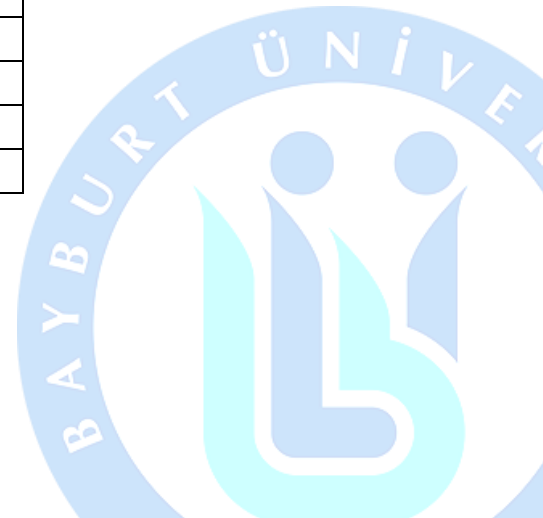
Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	18	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	10	55,6
	İdari Etkinlik İçeriği	3	16,7
	Sanatsal İçerik	1	5,6
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	4	22,2
	Toplam	18	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	6	33,3
	Üniversite Üst Yönetimi	1	5,6
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	7	38,9
	Kamu Dış Paydaşları	3	16,7
	Özel Sektör Dış Paydaşları	1	5,6
	Toplam	18	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	18	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	16	88,9
	251-500	2	11,1
	Toplam	18	100,0



- İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Mart	1	14,3
	Nisan	1	14,3
	Mayıs	2	28,6
	Haziran	1	14,3
	Eylül	1	14,3
	Aralık	1	14,3
	Toplam	7	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	5	71,4
	Etkinlik / Haber	2	28,6
	Toplam	7	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	7	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	7	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	7	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	7	100,0



Paylaşımın İçerik Yapısı			
		Frequency	Percent
	Eğitsel İçerik	2	28,6
	İdari Etkinlik İçeriği	5	71,4
	Toplam	7	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	1	14,3
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	6	85,7
	Toplam	7	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	,00	7	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	56,00	1	14,3
	59,00	1	14,3
	107,00	1	14,3
	120,00	1	14,3
	125,00	1	14,3
	163,00	1	14,3
	375,00	1	14,3
	Toplam	7	100,0



• KADIN ve AİLE SORUNLARI UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Haziran	4	28,6
	Ekim	4	28,6
	Kasım	2	14,3
	Aralık	4	28,6
	Toplam	14	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	3	21,4
	Hizmet Tanıtımı	1	7,1
	Kutlama / Anma	1	7,1
	Sosyal Sorumluluk	1	7,1
	Etkinlik / Haber	8	57,1
	Toplam	14	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	14	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	14	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	14	100,0



Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	8	57,1
	Kültürel İçerik	1	7,1
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	2	14,3
	Diğer Tipteki İçerikler	3	21,4
	Toplam	14	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	2	14,3
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	8	57,1
	Kamu Dış Paydaşları	1	7,1
	Etkinlik Paydaşları	2	14,3
	Diğer Kişiler	1	7,1
	Toplam	14	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	11	78,6
	1-10	3	21,4
	Toplam	14	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	13	92,9
	Samimi / Sosyal Medyatik	1	7,1
	Toplam	14	100,0



- KALİTE KOORDİNATÖRLÜĞÜ

INSTAGRAM

Paylaşımındaki Dilin Yapısı		
	F	%
Kurumsal / Resmî	49	100,0

Paylaşımın Yapıldığı Ay		
	F	%
Ocak	4	8,2
Şubat	3	6,1
Mart	3	6,1
Mayıs	7	14,3
Haziran	6	12,2
Temmuz	5	10,2
Ekim	1	2,0
Kasım	14	28,6
Aralık	6	12,2
Toplam	49	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı		
	F	%
Bilgilendirme / Açıklama	34	69,4
Duyurum	1	2,0
Etkinlik / Haber	14	28,6
Toplam	49	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı		
	F	%
Fotoğraf + Yazı	35	71,4
Video + Yazı	14	28,6
Toplam	49	100,0



Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	26	53,1
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	23	46,9
	Toplam	49	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	49	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	45	91,8
	İdari Etkinlik İçeriği	3	6,1
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	1	2,0
	Toplam	49	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Üst Yönetimi	18	36,7
	Akademisyen	31	63,3
	Toplam	49	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	49	100,0



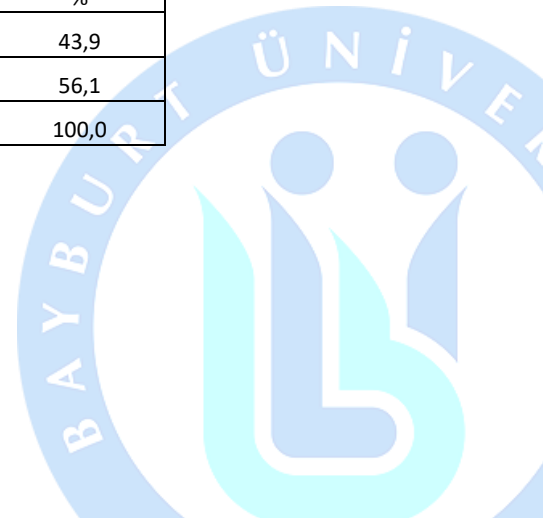
TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	4	9,8
	Şubat	3	7,3
	Mart	3	7,3
	Nisan	3	7,3
	Mayıs	3	7,3
	Haziran	5	12,2
	Temmuz	2	4,9
	Ekim	1	2,4
	Kasım	10	24,4
	Aralık	7	17,1
	Toplam	41	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	27	65,9
	Duyurum	3	7,3
	Kutlama / Anma	1	2,4
	Etkinlik / Haber	10	24,4
	Toplam	41	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	32	78,0
	Video + Yazılı Tweet	9	22,0
	Toplam	41	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	18	43,9
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	23	56,1
	Toplam	41	100,0



Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	41	100,0

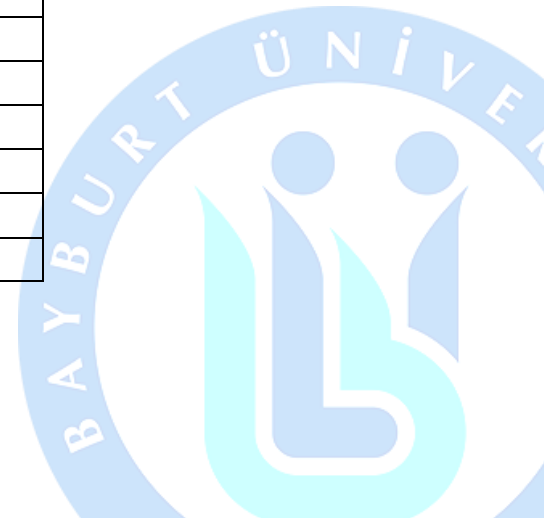
Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	41	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	36	87,8
	İdari Etkinlik İçeriği	5	12,2
	Toplam	41	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Üst Yönetimi	18	43,9
	Akademisyen	23	56,1
	Toplam	41	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	32	78,0
	1-10	9	22,0
	Toplam	41	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	,00	1	2,4
	100-250	17	41,5
	251-500	9	22,0
	501-750	2	4,9
	751-1000	6	14,6
	1001-1500	3	7,3
	1501-2000	2	4,9
	2001 ve Üstü	1	2,4
	Toplam	41	100,0



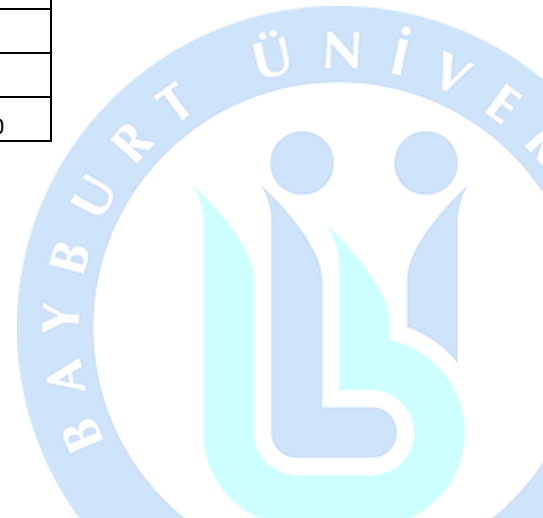
- KARIYER PLANLAMA UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	4	3,7
	Şubat	10	9,3
	Mart	11	10,2
	Nisan	15	13,9
	Mayıs	18	16,7
	Haziran	3	2,8
	Ağustos	3	2,8
	Eylül	4	3,7
	Ekim	8	7,4
	Kasım	18	16,7
	Aralık	14	13,0
	Total	108	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	36	33,3
	Duyurum	26	24,1
	Hizmet Tanıtımı	13	12,0
	Kutlama / Anma	1	,9
	Sosyal Sorumluluk	2	1,9
	Etkinlik / Haber	25	23,1
	Özgün Sosyal İçerik	5	4,6
	Toplam	108	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	99	91,7
	Video + Yazı	8	7,4
	6,00	1	,9
	Toplam	108	100,0

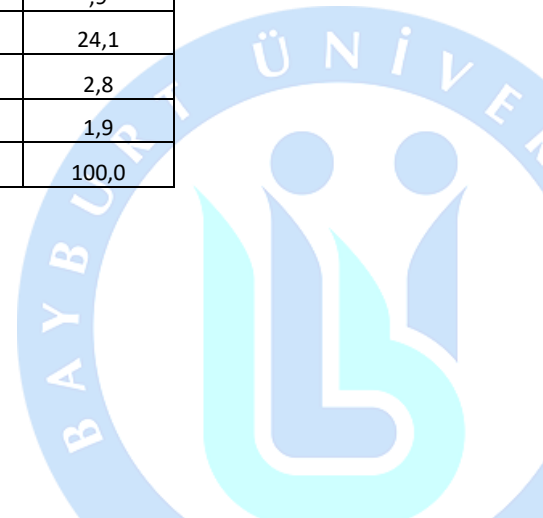


Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	92	85,2
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	16	14,8
	Toplam	108	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	97	89,8
	101-200	8	7,4
	201-300	1	,9
	401-500	2	1,9
	Toplam	108	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	57	52,8
	İdari Etkinlik İçeriği	28	25,9
	Kültürel İçerik	1	,9
	Sportif İçerik	1	,9
	Sanatsal İçerik	1	,9
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	18	16,7
	Diğer Tipteki İçerikler	2	1,9
	Toplam	108	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	4	3,7
	Üniversite Üst Yönetimi	2	1,9
	Akademisyen	12	11,1
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	57	52,8
	Sivil Toplum Kuruluşları	1	,9
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	1	,9
	Kamu Dış Paydaşları	26	24,1
	Etkinlik Paydaşları	3	2,8
	Diğer Kişiler	2	1,9
	Toplam	108	100,0



Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	100	92,6
	1-10	6	5,6
	21-30	1	,9
	31-40	1	,9
	Toplam	108	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	64	59,3
	Samimi / Sosyal Medyatik	39	36,1
	Eğlenceli	2	1,9
	Lirik / Coşkulu	2	1,9
	Emredici / Buyurucu	1	,9
	Toplam	108	100,0

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	1	1,1
	Şubat	9	9,6
	Mart	9	9,6
	Nisan	17	18,1
	Mayıs	21	22,3
	Haziran	4	4,3
	Temmuz	1	1,1
	Ağustos	1	1,1
	Eylül	3	3,2
	Ekim	7	7,4
	Kasım	13	13,8
	Aralık	8	8,5
	Toplam	94	100,0



Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	8	8,5
	Duyurum	28	29,8
	Kutlama / Anma	2	2,1
	Sosyal Sorumluluk	3	3,2
	Etkinlik / Haber	53	56,4
	Toplam	94	100,0

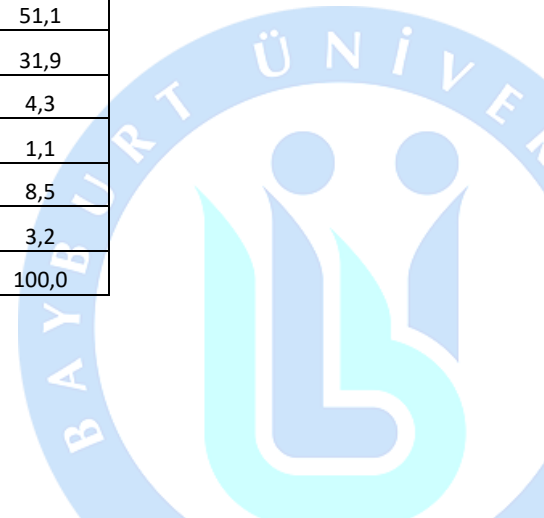
Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	93	98,9
	Video + Yazılı Tweet	1	1,1
	Toplam	94	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	84	89,4
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	10	10,6
	Toplam	94	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	94	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	94	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	48	51,1
	İdari Etkinlik İçeriği	30	31,9
	Kültürel İçerik	4	4,3
	Sportif İçerik	1	1,1
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	8	8,5
	Diğer Tipteki İçerikler	3	3,2
	Toplam	94	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	5	5,3
	Üniversite Üst Yönetimi	2	2,1
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	42	44,7
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	10	10,6
	Kamu Dış Paydaşları	26	27,7
	Özel Sektör Dış Paydaşları	3	3,2
	Etkinlik Paydaşları	6	6,4
	Toplam	94	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	92	97,9
	1-10	1	1,1
	51 ve Üstü	1	1,1
	Toplam	94	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	31	33,0
	251-500	15	16,0
	501-750	22	23,4
	751-1000	13	13,8
	1001-1500	12	12,8
	2001 ve Üstü	1	1,1
	Toplam	94	100,0



- KÜTÜPHANE

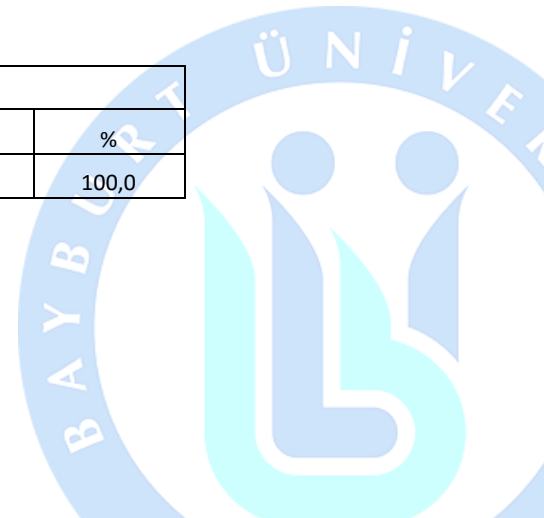
INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	51	19,0
	Şubat	52	19,3
	Mart	26	9,7
	Nisan	26	9,7
	Mayıs	19	7,1
	Haziran	11	4,1
	Temmuz	20	7,4
	Ağustos	15	5,6
	Eylül	7	2,6
	Ekim	19	7,1
	Kasım	14	5,2
	Aralık	9	3,3
	Toplam	269	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	37	13,8
	Duyurum	18	6,7
	Hizmet Tanıtımı	86	32,0
	Kutlama / Anma	66	24,5
	Sosyal Sorumluluk	28	10,4
	Etkinlik / Haber	3	1,1
	Özgün Sosyal İçerik	31	11,5
	Toplam	269	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	269	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	269	100,0



Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	267	99,3
	101-200	2	,7
	Toplam	269	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	137	50,9
	İdari Etkinlik İçeriği	17	6,3
	Kültürel İçerik	23	8,6
	Sportif İçerik	1	,4
	Sanatsal İçerik	1	,4
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	90	33,5
	Toplam	269	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	263	97,8
	Akademisyen	3	1,1
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	2	7
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	1	4
	Toplam	269	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	269	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	269	100,0



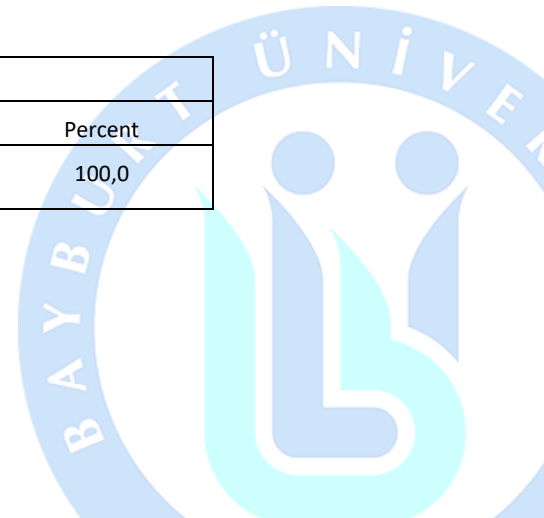
TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	51	19,0
	Şubat	52	19,3
	Mart	26	9,7
	Nisan	26	9,7
	Mayıs	19	7,1
	Haziran	11	4,1
	Temmuz	20	7,4
	Ağustos	15	5,6
	Eylül	7	2,6
	Ekim	19	7,1
	Kasım	14	5,2
	Aralık	9	3,3
	Toplam	269	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	37	13,8
	Duyurum	18	6,7
	Hizmet Tanıtımı	86	32,0
	Kutlama / Anma	66	24,5
	Sosyal Sorumluluk	28	10,4
	Etkinlik / Haber	3	1,1
	Özgün Sosyal İçerik	31	11,5
	Toplam	269	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	269	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		Frequency	Percent
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	269	100,0



Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	267	99,3
	101-200	2	,7
	Toplam	269	100,0

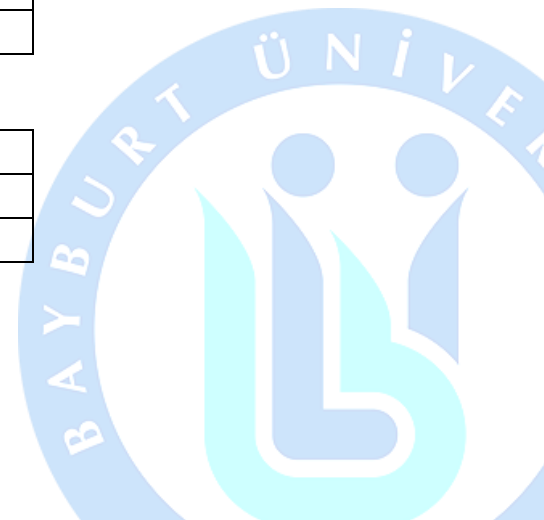
Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	269	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	137	50,9
	İdari Etkinlik İçeriği	17	6,3
	Kültürel İçerik	23	8,6
	Sportif İçerik	1	,4
	Sanatsal İçerik	1	,4
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	90	33,5
	Toplam	269	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	263	97,8
	Akademisyen	3	1,1
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	2	,7
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	1	,4
	Toplam	269	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	269	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	269	100,0



- MÜHENDİSLİK FAKÜLTESİ

INSTAGRAM

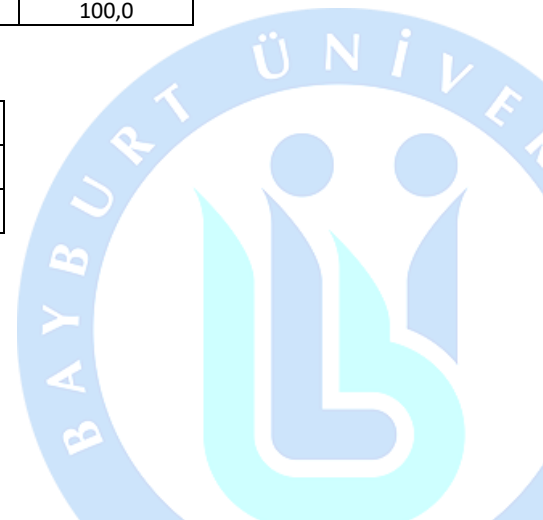
Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	2	25,0
	Mart	1	12,5
	Nisan	2	25,0
	Mayıs	1	12,5
	Haziran	1	12,5
	Ekim	1	12,5
	Toplam	8	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	3	37,5
	Duyurum	3	37,5
	Kutlama / Anma	2	25,0
	Toplam	8	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	7	87,5
	Video + Yazı	1	12,5
	Toplam	8	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	2	25,0
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	6	75,0
	Toplam	8	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	8	100,0



Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	5	62,5
	İdari Etkinlik İçeriği	1	12,5
	Kültürel İçerik	2	25,0
	Toplam	8	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	5	62,5
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	1	12,5
	Kamu Dış Paydaşları	2	25,0
	Toplam	8	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	8	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	6	75,0
	Samimi / Sosyal Medyatik	1	12,5
	Lirik / Coşkulu	1	12,5
	Toplam	8	100,0

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	2	28,6
	Mart	1	14,3
	Nisan	2	28,6
	Mayıs	1	14,3
	Haziran	1	14,3
	Toplam	7	100,0



Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	2	28,6
	Duyurum	3	42,9
	Kutlama / Anma	2	28,6
	Toplam	7	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	7	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	1	14,3
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	6	85,7
	Toplam	7	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	7	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	7	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	5	71,4
	İdari Etkinlik İçeriği	1	14,3
	Kültürel İçerik	1	14,3
	Toplam	7	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	4	57,1
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	1	14,3
	Kamu Dış Paydaşları	2	28,6
	Toplam	7	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	7	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	6	85,7
	751-1000	1	14,3
	Toplam	7	100,0

- SAĞLIK BİLİMLERİ FAKÜLTESİ

FACEBOOK

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	2	5,1
	Şubat	1	2,6
	Mart	7	17,9
	Nisan	2	5,1
	Mayıs	15	38,5
	Haziran	3	7,7
	Temmuz	3	7,7
	Ağustos	4	10,3
	Eylül	1	2,6
	Ekim	1	2,6
	Toplam	39	100,0



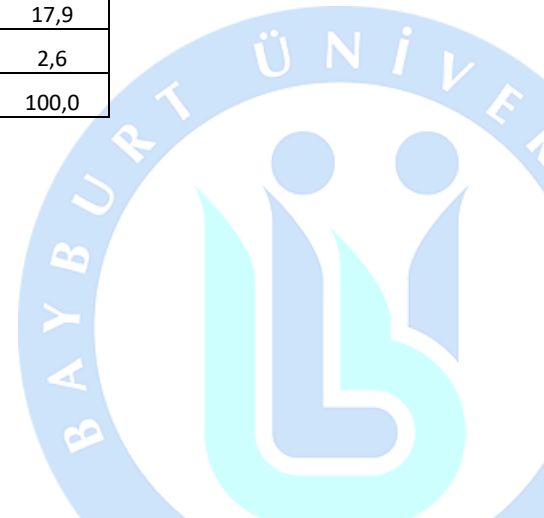
Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	9	23,1
	Duyurum	1	2,6
	Hizmet Tanıtımı	2	5,1
	Kutlama / Anma	5	12,8
	Etkinlik / Haber	22	56,4
	Toplam	39	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	34	87,2
	Video + Yazı	5	12,8
	Toplam	39	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	34	87,2
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	5	12,8
	Toplam	39	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	39	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	19	48,7
	İdari Etkinlik İçeriği	9	23,1
	Sportif İçerik	3	7,7
	Sanatsal İçerik	7	17,9
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	1	2,6
	Toplam	39	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	7	17,9
	Üniversite Üst Yönetimi	1	2,6
	Akademisyen	3	7,7
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	9	23,1
	Sivil Toplum Kuruluşları	1	2,6
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	5	12,8
	Kamu Dış Paydaşları	3	7,7
	Etkinlik Paydaşları	10	25,6
	Toplam	39	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	39	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	39	100,0

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	3	8,1
	Şubat	6	16,2
	Mart	2	5,4
	Nisan	2	5,4
	Mayıs	20	54,1
	Temmuz	2	5,4
	Kasım	2	5,4
	Toplam	37	100,0



Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	11	29,7
	Hizmet Tanıtımı	3	8,1
	Kutlama / Anma	6	16,2
	Etkinlik / Haber	17	45,9
	Toplam	37	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	29	78,4
	Video + Yazılı Tweet	8	21,6
	Toplam	37	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	36	97,3
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	1	2,7
	Toplam	37	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	37	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	37	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	14	37,8
	İdari Etkinlik İçeriği	16	43,2
	Kültürel İçerik	1	2,7
	Sportif İçerik	2	5,4
	Sanatsal İçerik	4	10,8
	Toplam	37	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu		
	F	%
Üniversite Kurumsal Kimliği	2	5,4
Üniversite Üst Yönetimi	4	10,8
Akademisyen	3	8,1
Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	3	8,1
Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	6	16,2
Kamu Dış Paydaşları	1	2,7
Etkinlik Paydaşları	18	48,6
Toplam	37	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı		
	F	%
0	37	100,0

- SAĞLIK HİZMETLERİ MESLEK YÜKSEKOKULU

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay		
	F	%
Ocak	1	4,8
Şubat	12	57,1
Mart	2	9,5
Ağustos	2	9,5
Eylül	2	9,5
Ekim	2	9,5
Toplam	21	100,0



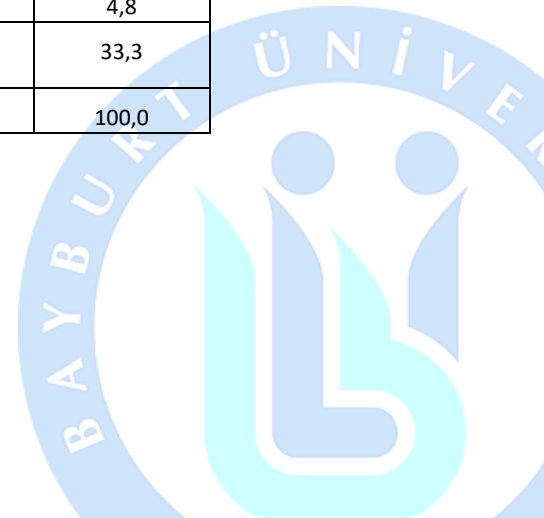
Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	4	19,0
	Duyurum	9	42,9
	Hizmet Tanıtımı	1	4,8
	Kutlama / Anma	1	4,8
	Sosyal Sorumluluk	4	19,0
	Diğer	2	9,5
	Toplam	21	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	21	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	9	42,9
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	12	57,1
	Toplam	21	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	18	85,7
	101-200	3	14,3
	Toplam	21	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	12	57,1
	İdari Etkinlik İçeriği	1	4,8
	Kültürel İçerik	1	4,8
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	7	33,3
	Toplam	21	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	5	23,8
	Üniversite Üst Yönetimi	1	4,8
	Akademisyen	2	9,5
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	9	42,9
	Kamu Dış Paydaşları	3	14,3
	Diğer Kişiler	1	4,8
	Toplam	21	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	18	85,7
	1-10	3	14,3
	Toplam	21	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	15	71,4
	Samimi / Sosyal Medyatik	4	19,0
	Eğlenceli	1	4,8
	Lirik / Coşkulu	1	4,8
	Toplam	21	100,0

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Şubat	10	90,9
	Mart	1	9,1
	Toplam	11	100,0



Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	4	36,4
	Duyurum	4	36,4
	Sosyal Sorumluluk	3	27,3
	Toplam	11	100,0

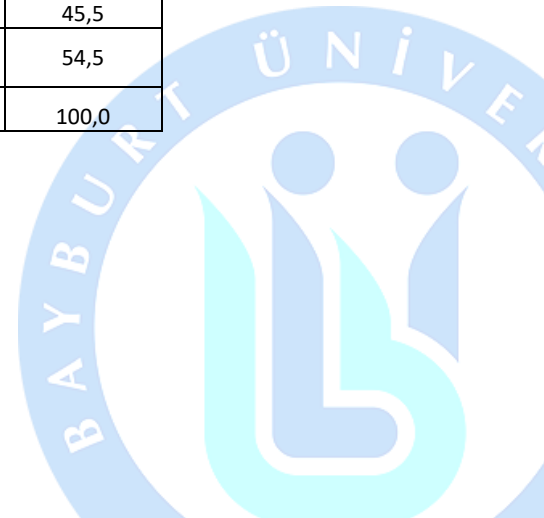
Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	10	90,9
	Video + Yazılı Tweet	1	9,1
	Toplam	11	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	6	54,5
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	5	45,5
	Toplam	11	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	11	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	11	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	5	45,5
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	6	54,5
	Toplam	11	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	3	27,3
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	6	54,5
	Kamu Dış Paydaşları	2	18,2
	Toplam	11	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	11	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	8	72,7
	251-500	3	27,3
	Toplam	11	100,0

- SAĞLIK, KÜLTÜR VE SPOR DAİRE BAŞKANLIĞI

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	5	7,8
	Şubat	1	1,6
	Mart	2	3,1
	Nisan	4	6,3
	Mayıs	8	12,5
	Ekim	5	7,8
	Kasım	16	25,0
	Aralık	23	35,9
	Toplam	64	100,0



Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Duyurum	15	23,4
	Kutlama / Anma	2	3,1
	Sosyal Sorumluluk	6	9,4
	Etkinlik / Haber	41	64,1
	Toplam	64	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	64	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	64	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	64	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	30	46,9
	Kültürel İçerik	1	1,6
	Sportif İçerik	5	7,8
	Sanatsal İçerik	4	6,3
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	10	15,6
	Diğer Tipteki İçerikler	14	21,9
	Toplam	64	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	8	12,5
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	41	64,1
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	1	1,6
	Kamu Dış Paydaşları	6	9,4
	Etkinlik Paydaşları	7	10,9
	Diğer Kişiler	1	1,6
	Toplam	64	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	63	98,4
	1-10	1	1,6
	Toplam	64	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	64	100,0

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	4	6,3
	Şubat	1	1,6
	Mart	4	6,3
	Nisan	4	6,3
	Mayıs	8	12,5
	Ekim	4	6,3
	Kasım	20	31,3
	Aralık	19	29,7
	Toplam	64	100,0



Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	5	7,8
	Duyurum	6	9,4
	Kutlama / Anma	4	6,3
	Sosyal Sorumluluk	2	3,1
	Etkinlik / Haber	47	73,4
	Toplam	64	100,0

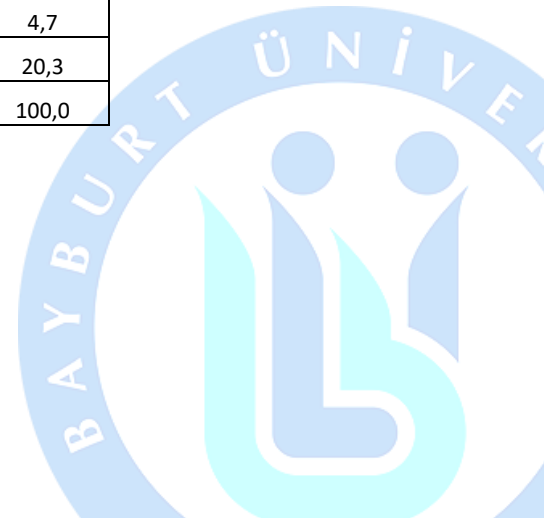
Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	64	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	64	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	64	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	64	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	37	57,8
	Kültürel İçerik	1	1,6
	Sportif İçerik	6	9,4
	Sanatsal İçerik	4	6,3
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	3	4,7
	Diğer Tipteki İçerikler	13	20,3
	Toplam	64	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	3	4,7
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	48	75,0
	Kamu Dış Paydaşları	8	12,5
	Etkinlik Paydaşları	2	3,1
	Diğer Kişiler	3	4,7
	Toplam	64	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	64	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	39	60,9
	251-500	18	28,1
	501-750	4	6,3
	751-1000	2	3,1
	1001-1500	1	1,6
	Toplam	64	100,0

- **SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU**

FACEBOOK

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	1	2,6
	Şubat	4	10,3
	Mart	4	10,3
	Nisan	3	7,7
	Mayıs	3	7,7
	Temmuz	6	15,4
	Ağustos	4	10,3
	Eylül	4	10,3
	Ekim	4	10,3
	Kasım	3	7,7
	Aralık	3	7,7
	Toplam	39	100,0



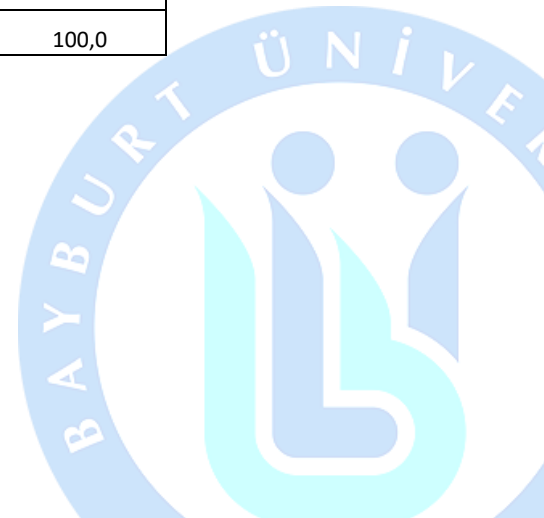
Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	14	35,9
	Duyurum	13	33,3
	Hizmet Tanıtımı	7	17,9
	Sosyal Sorumluluk	2	5,1
	Etkinlik / Haber	1	2,6
	Özgün Sosyal İçerik	2	5,1
	Toplam	39	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	39	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	39	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	6	15,4
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	33	84,6
	Toplam	39	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	26	66,7
	İdari Etkinlik İçeriği	4	10,3
	Kültürel İçerik	3	7,7
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	6	15,4
	Toplam	39	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	2	5,1
	Üniversite Üst Yönetimi	1	2,6
	Akademisyen	2	5,1
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	32	82,1
	Sivil Toplum Kuruluşları	2	5,1
	Toplam	39	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	39	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	22	56,4
	Samimi / Sosyal Medyatik	15	38,5
	Eğlenceli	2	5,1
	Toplam	39	100,0

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	1	2,6
	Şubat	4	10,3
	Mart	4	10,3
	Nisan	3	7,7
	Mayıs	3	7,7
	Temmuz	6	15,4
	Ağustos	4	10,3
	Eylül	4	10,3
	Ekim	4	10,3
	Kasım	3	7,7
	Aralık	3	7,7
	Toplam	39	100,0



Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	14	35,9
	Duyurum	13	33,3
	Hizmet Tanıtımı	7	17,9
	Sosyal Sorumluluk	2	5,1
	Etkinlik / Haber	1	2,6
	Özgün Sosyal İçerik	2	5,1
	Toplam	39	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	39	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	6	15,4
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	33	84,6
	Toplam	39	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1-100	39	100,0	100,0	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	26	66,7
	İdari Etkinlik İçeriği	4	10,3
	Kültürel İçerik	3	7,7
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	6	15,4
	Toplam	39	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	2	5,1
	Üniversite Üst Yönetimi	1	2,6
	Akademisyen	2	5,1
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	32	82,1
	Sivil Toplum Kuruluşları	2	5,1
	Toplam	39	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	39	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	22	56,4
	Samimi / Sosyal Medyatik	15	38,5
	Eğlenceli	2	5,1
	Toplam	39	100,0

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	1	3,0
	Şubat	4	12,1
	Mart	4	12,1
	Nisan	3	9,1
	Mayıs	3	9,1
	Temmuz	6	18,2
	Ağustos	4	12,1
	Eylül	4	12,1
	Ekim	4	12,1
	Toplam	33	100,0



Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	12	36,4
	Duyurum	13	39,4
	Hizmet Tanıtımı	4	12,1
	Sosyal Sorumluluk	2	6,1
	Özgün Sosyal İçerik	2	6,1
	Toplam	33	100,0

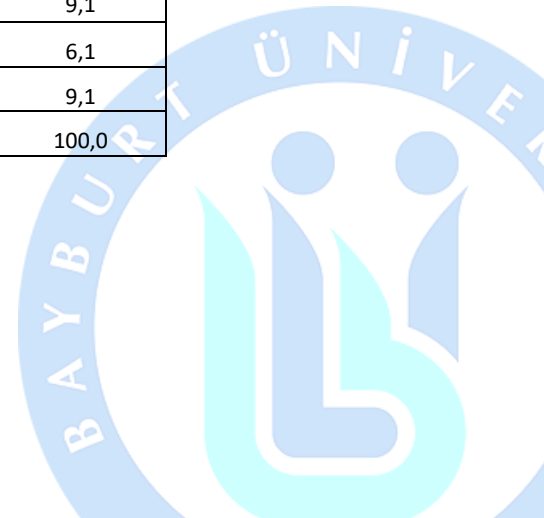
Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	33	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	5	15,2
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	28	84,8
	Toplam	33	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	33	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	33	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	25	75,8
	İdari Etkinlik İçeriği	3	9,1
	Kültürel İçerik	2	6,1
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	3	9,1
	Toplam	33	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	1	3,0
	Üniversite Üst Yönetimi	1	3,0
	Akademisyen	2	6,1
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	27	81,8
	Sivil Toplum Kuruluşları	2	6,1
	Toplam	33	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	33	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	15	45,5
	251-500	3	9,1
	501-750	3	9,1
	1001-1500	5	15,2
	1501-2000	1	3,0
	2001 ve Üstü	6	18,2
	Toplam	33	100,0



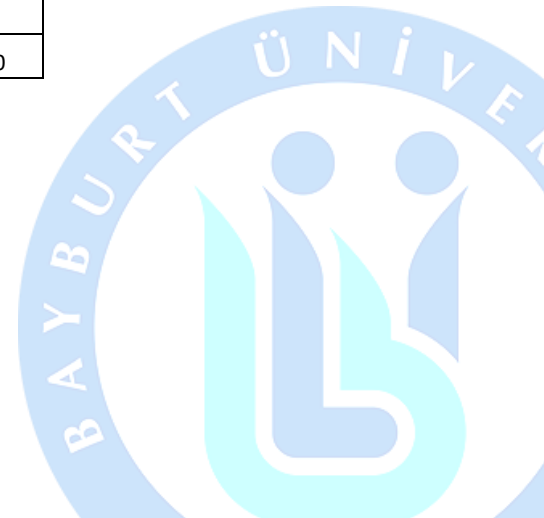
- SPOR BİLİMLERİ FAKÜLTESİ

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay		
	F	%
Ocak	2	3,7
Şubat	1	1,9
Mart	5	9,3
Nisan	3	5,6
Mayıs	1	1,9
Haziran	1	1,9
Temmuz	1	1,9
Ağustos	6	11,1
Eylül	16	29,6
Ekim	13	24,1
Kasım	3	5,6
Aralık	2	3,7
Toplam	54	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı		
	F	%
Bilgilendirme / Açıklama	4	7,4
Duyurum	14	25,9
Sosyal Sorumluluk	10	18,5
Etkinlik / Haber	23	42,6
Özgün Sosyal İçerik	1	1,9
Kampüs / Gündelik Yaşam	2	3,7
Toplam	54	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı		
	F	%
Fotoğraf + Yazı	52	96,3
Video + Yazı	1	1,9
4,00	1	1,9
Toplam	54	100,0



Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	48	88,9
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	6	11,1
	Toplam	54	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	47	87,0
	101-200	6	11,1
	7,00	1	1,9
	Toplam	54	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	24	44,4
	İdari Etkinlik İçeriği	4	7,4
	Kültürel İçerik	4	7,4
	Sportif İçerik	18	33,3
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	2	3,7
	Diğer Tipteki İçerikler	1	1,9
	10,00	1	1,9
	Toplam	54	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	15	27,8
	Üniversite Üst Yönetimi	2	3,7
	Akademisyen	5	9,3
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	13	24,1
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	9	16,7
	Kamu Dış Paydaşları	10	18,5
	Toplam	54	100,0



Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	52	96,3
	1-10	2	3,7
	Toplam	54	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	54	100,0

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	1	3,7
	Mart	1	3,7
	Haziran	1	3,7
	Ağustos	4	14,8
	Eylül	8	29,6
	Ekim	10	37,0
	Kasım	1	3,7
	Aralık	1	3,7
	Toplam	27	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	3	11,1
	Duyurum	5	18,5
	Sosyal Sorumluluk	11	40,7
	Etkinlik / Haber	6	22,2
	Kampüs / Gündelik Yaşam	2	7,4
	Toplam	27	100,0



Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	22	81,5
	Video + Yazılı Tweet	4	14,8
	Yazılı Tweet	1	3,7
	Toplam	27	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	22	81,5
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	5	18,5
	Toplam	27	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	27	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	27	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	10	37,0
	İdari Etkinlik İçeriği	4	14,8
	Kültürel İçerik	1	3,7
	Sportif İçerik	11	40,7
	Diğer Tipteki İçerikler	1	3,7
	Toplam	27	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		Frequency	Percent
	Üniversite Kurumsal Kimliği	2	7,4
	Üniversite Üst Yönetimi	1	3,7
	Akademisyen	3	11,1
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	7	25,9
	Paylaşımı Yapan Birim / Birim Temsilcileri	7	25,9
	Kamu Dış Paydaşları	1	3,7
	Etkinlik Paydaşları	6	22,2
	Toplam	27	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	27	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	10	37,0
	251-500	11	40,7
	501-750	3	11,1
	751-1000	3	11,1
	Toplam	27	100,0

- **SÜREKLİ EĞİTİM MERKEZİ**

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Şubat	1	16,7
	Eylül	1	16,7
	Ekim	1	16,7
	Kasım	3	50,0
	Toplam	6	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Duyurum	6	100,0



Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	6	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	3	50,0
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	3	50,0
	Toplam	6	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	6	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	6	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	6	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	6	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	6	100,0



TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Şubat	1	20,0
	Eylül	1	20,0
	Ekim	3	60,0
	Toplam	5	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Duyurum	5	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	5	100,0

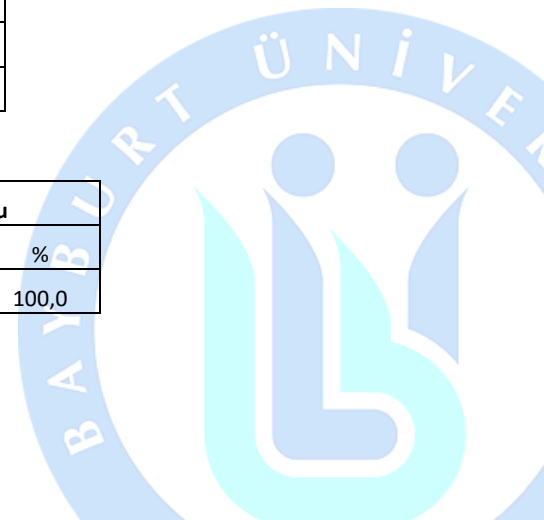
Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	5	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		Frequency	Percent
	1-100	5	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	5	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	5	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	5	100,0



Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	5	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	1	20,0
	251-500	2	40,0
	501-750	2	40,0
	Toplam	5	100,0

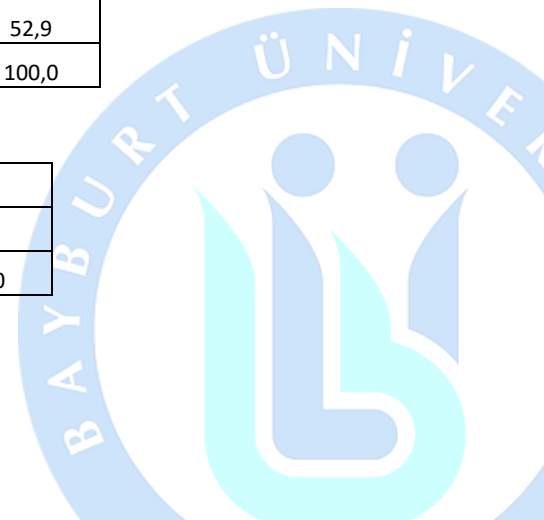
• **TEKNOLOJİ TRANSFER OFİSİ UYGULAMA VE ARAŞTIRMA MERKEZİ**

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	6	17,6
	Şubat	5	14,7
	Mart	5	14,7
	Nisan	4	11,8
	Mayıs	6	17,6
	Ekim	4	11,8
	Kasım	1	2,9
	Aralık	3	8,8
	Toplam	34	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	4	11,8
	Duyurum	10	29,4
	Sosyal Sorumluluk	2	5,9
	Etkinlik / Haber	18	52,9
	Toplam	34	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	34	100,0



Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	12	35,3
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	22	64,7
	Toplam	34	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	33	97,1
	101-200	1	2,9
	Toplam	34	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	26	76,5
	İdari Etkinlik İçeriği	1	2,9
	Kültürel İçerik	1	2,9
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	6	17,6
	Toplam	34	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	5	14,7
	Akademisyen	15	44,1
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	6	17,6
	Sivil Toplum Kuruluşları	1	2,9
	Etkinlik Paydaşları	7	20,6
	Toplam	34	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	33	97,1
	1-10	1	2,9
	Toplam	34	100,0



Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	32	94,1
	Samimi / Sosyal Medyatik	2	5,9
	Total	34	100,0

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Nisan	1	16,7
	Mayıs	2	33,3
	Ekim	3	50,0
	Total	6	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Duyurum	2	33,3
	Etkinlik / Haber	4	66,7
	Toplam	6	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	5	83,3
	Video + Yazılı Tweet	1	16,7
	Toplam	6	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	3	50,0
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	3	50,0
	Toplam	6	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	6	100,0



Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	4	66,7
	101-200	2	33,3
	Toplam	6	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel içerik	6	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Akademisyen	2	33,3
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	4	66,7
	Toplam	6	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	6	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	251-500	1	16,7
	501-750	2	33,3
	751-1000	2	33,3
	1001-1500	1	16,7
	Toplam	6	100,0



YOUTUBE

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	1	16,7
	Mart	1	16,7
	Mayıs	3	50,0
	Haziran	1	16,7
	Toplam	6	100,0

Tematik Yapı			
		F	%
	Etkinlik Videosu	4	66,7
	YouTube'a Özgü İçerik	2	33,3
	Toplam	6	100,0

Kurgusal Form			
		F	%
	Kurgusal Yapılı	1	16,7
	Kurgusuz Yapılı	4	66,7
	6,00	1	16,7
	Toplam	6	100,0

Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link/Etiketleme/Hashtag Yok	6	100,0

Beğeni Sayısı			
		F	%
	1-100	6	100,0

Beğenmeme Sayısı			
		F	%
	1-100	6	100,0



Yorum Aralığı			
		F	%
	0	6	100,0

İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	4	66,7
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	2	33,3
	Total	6	100,0

Baskın Kişiler			
		F	%
	Akademisyen	3	50,0
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	2	33,3
	Etkinlik Paydaşları	1	16,7
	Toplam	6	100,0

Dil Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	4	66,7
	Samimi / Sosyal Medyatik	1	16,7
	Eğlenceli	1	16,7
	Toplam	6	100,0



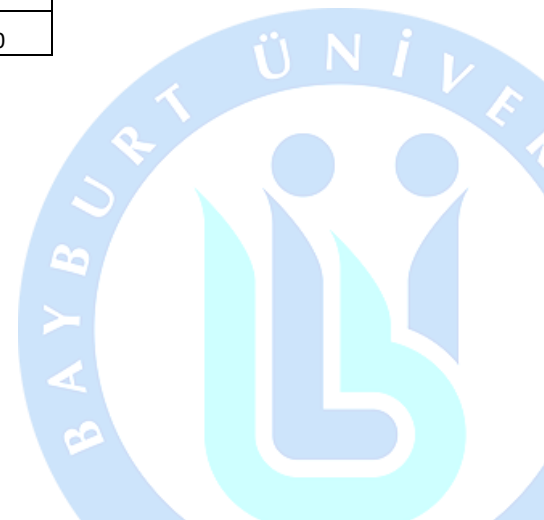
• **TEKNİK BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU**

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	9	19,1
	Şubat	5	10,6
	Mart	2	4,3
	Nisan	1	2,1
	Mayıs	5	10,6
	Haziran	4	8,5
	Temmuz	2	4,3
	Ağustos	3	6,4
	Eylül	3	6,4
	Ekim	5	10,6
	Kasım	3	6,4
	Aralık	5	10,6
	Toplam	47	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	30	63,8
	Duyurum	10	21,3
	Hizmet Tanıtımı	1	2,1
	Kutlama / Anma	4	8,5
	Etkinlik / Haber	2	4,3
	Toplam	47	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	46	97,9
	Video + Yazı	1	2,1
	Toplam	47	100,0



Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	11	23,4
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	36	76,6
	Toplam	47	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	47	100,0
	Toplam	47	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	19	40,4
	İdari Etkinlik İçeriği	16	34,0
	Kültürel İçerik	6	12,8
	Sanatsal İçerik	2	4,3
	Diğer Tipteki İçerikler	4	8,5
	Toplam	47	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Üst Yönetimi	9	19,1
	Akademisyen	12	25,5
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	17	36,2
	Kamu Dış Paydaşları	2	4,3
	Özel Sektör Dış Paydaşları	1	2,1
	Etkinlik Paydaşları	4	8,5
	Diğer Kişiler	2	4,3
	Toplam	47	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	46	97,9
	1-10	1	2,1
	Toplam	47	100,0



Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	46	97,9
	Samimi / Sosyal Medyatik	1	2,1
	Toplam	47	100,0

TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	5	10,4
	Şubat	5	10,4
	Mart	3	6,3
	Nisan	2	4,2
	Mayıs	10	20,8
	Haziran	3	6,3
	Temmuz	2	4,2
	Ağustos	1	2,1
	Eylül	5	10,4
	Ekim	4	8,3
	Kasım	4	8,3
	Aralık	4	8,3
	Toplam	48	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	27	56,3
	Duyurum	8	16,7
	Kutlama / Anma	4	8,3
	Etkinlik / Haber	8	16,7
	Özgün Sosyal İçerik	1	2,1
	Toplam	48	100,0



Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	43	89,6
	Video + Yazılı Tweet	1	2,1
	Yazılı Tweet	4	8,3
	Toplam	48	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	10	20,8
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	38	79,2
	Toplam	48	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	47	97,9
	201-300	1	2,1
	Toplam	48	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	47	97,9
		1	2,1
Toplam		48	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	27	56,3
	İdari Etkinlik İçeriği	13	27,1
	Kültürel İçerik	1	2,1
	Sanatsal İçerik	5	10,4
	Diğer Tipteki İçerikler	2	4,2
	Toplam	48	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	1	2,1
	Üniversite Üst Yönetimi	5	10,4
	Akademisyen	8	16,7
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	26	54,2
	Etkinlik Paydaşları	5	10,4
	Diğer Kişiler	3	6,3
	Toplam	48	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	44	91,7
	1-10	4	8,3
	Toplam	48	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	40	83,3
	251-500	3	6,3
	501-750	1	2,1
	751-1000	3	6,3
	2001 ve Üstü	1	2,1
	Toplam	48	100,0

- **BAYÜ TÖMER**

FACEBOOK

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	1	7,1
	Mart	2	14,3
	Mayıs	4	28,6
	Ağustos	6	42,9
	Kasım	1	7,1
	Toplam	14	100,0



Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	1	7,1
	Duyurum	9	64,3
	Etkinlik / Haber	4	28,6
	Toplam	14	100,0

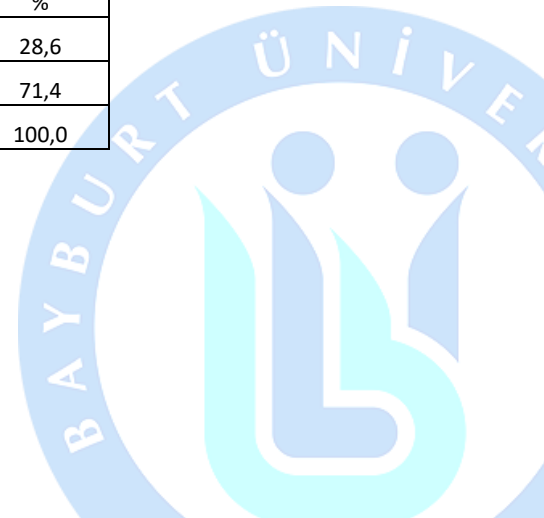
Paylaşımın Kip Yapısı			
		Frequency	Percent
	Fotoğraf + Yazı	14	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	7	50,0
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	7	50,0
	Toplam	14	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	14	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	9	64,3
	İdari Etkinlik İçeriği	4	28,6
	Kültürel İçerik	1	7,1
	Toplam	14	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	4	28,6
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	10	71,4
	Toplam	14	100,0



Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	12	85,7
	1-10	2	14,3
	Toplam	14	100,0

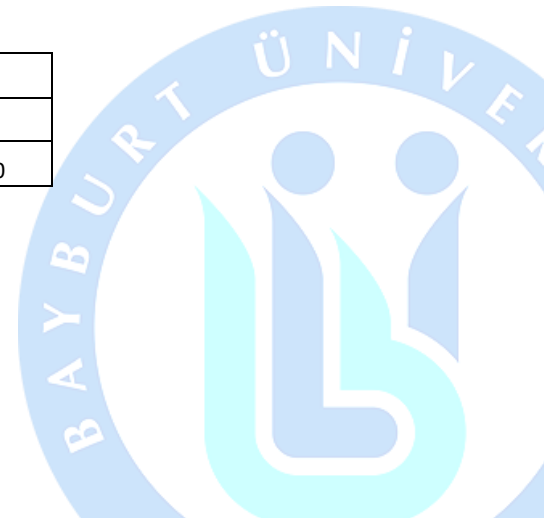
Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	14	100,0

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	1	2,1
	Mart	2	4,3
	Mayıs	5	10,6
	Temmuz	13	27,7
	Ağustos	15	31,9
	Eylül	4	8,5
	Ekim	1	2,1
	Kasım	4	8,5
	Aralık	2	4,3
	Toplam	47	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	5	10,6
	Duyurum	31	66,0
	Etkinlik / Haber	11	23,4
	Toplam	47	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	47	100,0



Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	34	72,3
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	13	27,7
	Toplam	47	100,0

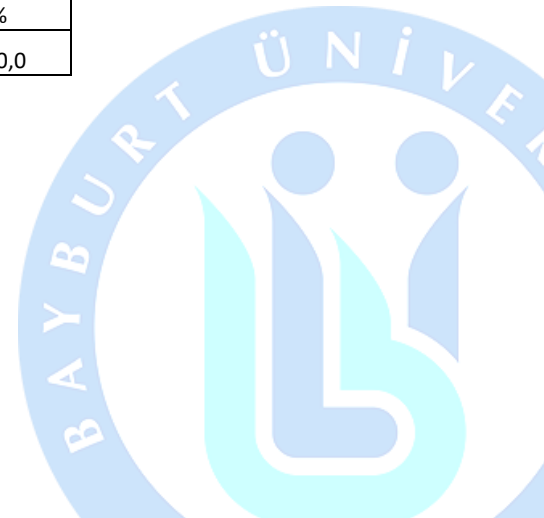
Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	47	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	37	78,7
	İdari Etkinlik İçeriği	4	8,5
	Kültürel İçerik	4	8,5
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	2	4,3
	Toplam	47	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	7	14,9
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	40	85,1
	Toplam	47	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	42	89,4
	1-10	5	10,6
	Toplam	47	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	47	100,0



TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	1	2,4
	Mart	3	7,3
	Mayıs	3	7,3
	Haziran	1	2,4
	Temmuz	17	41,5
	Ağustos	9	22,0
	Eylül	4	9,8
	Ekim	1	2,4
	Kasım	2	4,9
	Toplam	41	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	2	4,9
	Duyurum	31	75,6
	Etkinlik / Haber	8	19,5
	Toplam	41	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	41	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	32	78,0
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	9	22,0
	Toplam	41	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	41	100,0



Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	41	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	33	80,5
	İdari Etkinlik İçeriği	4	9,8
	Kültürel İçerik	4	9,8
	Toplam	41	100,0

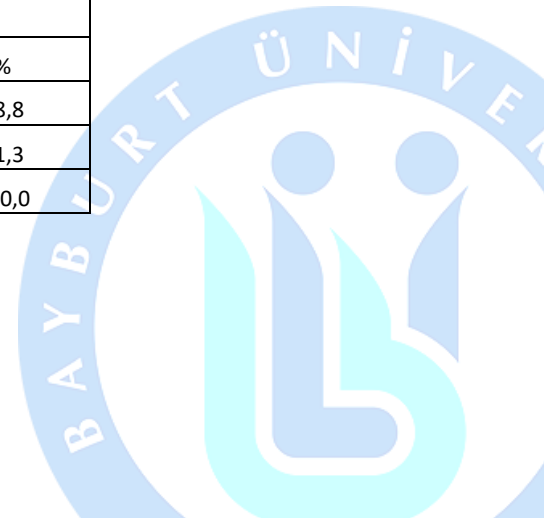
Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	5	12,2
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	36	87,8
	Toplam	41	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	41	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	35	85,4
	251-500	5	12,2
	501-750	1	2,4
	Toplam	41	100,0

YOUTUBE

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Haziran	11	68,8
	Ekim	5	31,3
	Toplam	16	100,0



Tematik Yapı			
		F	%
	YouTube'a Özgü İçerik	16	100,0

Kurgusal Form			
		F	%
	Kurgusal Yapılı	16	100,0

Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link/Etiketleme/Hashtag Yok	16	100,0

Beğeni Sayısı			
		F	%
	1-100	16	100,0

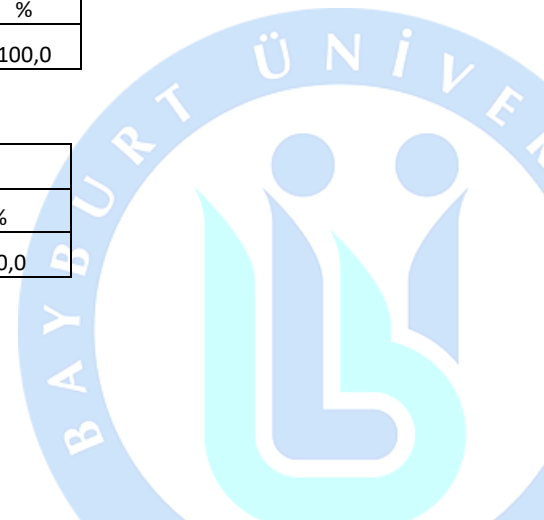
Beğenmeme Sayısı			
		Frequency	Percent
	1-100	16	100,0

Yorum Aralığı			
		F	%
	0	16	100,0

İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	16	100,0

Baskın Kişiler			
		F	%
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	16	100,0

Dil Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	16	100,0



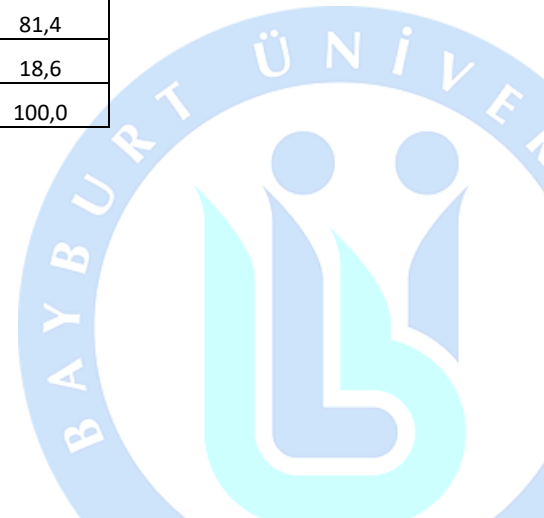
ULUSLARARASI İLİŞKİLER OFİSİ
FACEBOOK

Paylaşımın Yapıldığı Ay		
	F	%
Şubat	1	2,3
Mayıs	5	11,6
Haziran	6	14,0
Temmuz	13	30,2
Ağustos	10	23,3
Eylül	5	11,6
Ekim	1	2,3
Kasım	2	4,7
Toplam	43	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı		
	F	%
Duyurum	31	72,1
Etkinlik / Haber	9	20,9
Özgün Sosyal İçerik	1	2,3
Kampüs / Gündelik Yaşam	2	4,7
Toplam	43	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı		
	F	%
Fotoğraf + Yazı	42	97,7
Video + Yazı	1	2,3
Toplam	43	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu		
	F	%
Link / Etiketleme / Hashtag Var	35	81,4
Link / Etiketleme / Hashtag Yok	8	18,6
Toplam	43	100,0



Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	43	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	1	2,3
	İdari Etkinlik İçeriği	2	4,7
	Kültürel İçerik	3	7,0
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	3	7,0
	Diğer Tipteki İçerikler	34	79,1
	Toplam	43	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	3	7,0
	Akademisyen	4	9,3
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	7	16,3
	Diğer Kişiler	29	67,4
	Toplam	43	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	43	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	39	90,7
	Samimi / Sosyal Medyatik	4	9,3
	Toplam	43	100,0



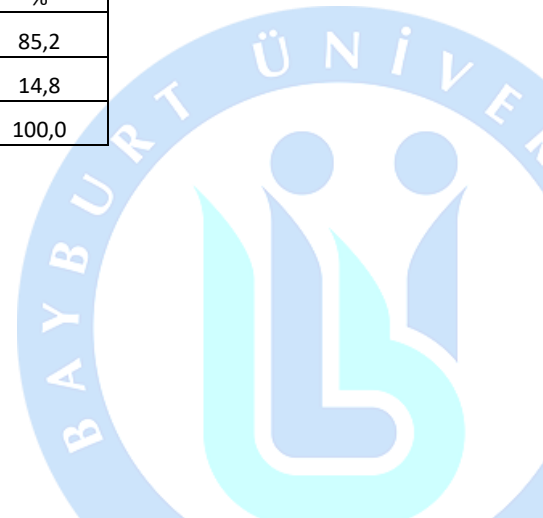
INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	4	4,9
	Şubat	1	1,2
	Mart	2	2,5
	Mayıs	8	9,9
	Haziran	6	7,4
	Temmuz	13	16,0
	Ağustos	14	17,3
	Eylül	10	12,3
	Ekim	9	11,1
	Kasım	14	17,3
	Toplam	81	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Duyurum	60	74,1
	Etkinlik / Haber	18	22,2
	Özgün Sosyal İçerik	1	1,2
	Kampüs / Gündelik Yaşam	2	2,5
	Toplam	81	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	80	98,8
	Video + Yazı	1	1,2
	Toplam	81	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	69	85,2
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	12	14,8
	Toplam	81	100,0



Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	81	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	1	1,2
	İdari Etkinlik İçeriği	3	3,7
	Kültürel İçerik	3	3,7
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	3	3,7
	Diğer Tipteki İçerikler	71	87,7
	Toplam	81	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	,00	1	1,2
	Üniversite Kurumsal Kimliği	3	3,7
	Akademisyen	11	13,6
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	10	12,3
	Diğer Kişiler	56	69,1
	Total	81	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	80	98,8
	1-10	1	1,2
	Total	81	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	70	86,4
	Samimi / Sosyal Medyatik	11	13,6
	Toplam	81	100,0



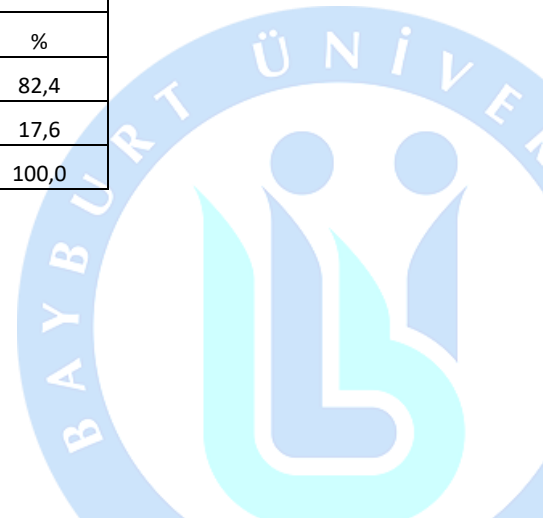
TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Ocak	1	1,1
	Şubat	1	1,1
	Mart	2	2,2
	Mayıs	6	6,6
	Haziran	6	6,6
	Temmuz	19	20,9
	Ağustos	16	17,6
	Eylül	10	11,0
	Ekim	16	17,6
	Kasım	14	15,4
	Toplam	91	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	3	3,3
	Duyurum	65	71,4
	Etkinlik / Haber	20	22,0
	Kampüs / Gündelik Yaşam	2	2,2
	Diğer	1	1,1
	Toplam	91	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	90	98,9
	Yazılı Tweet	1	1,1
	Toplam	91	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	75	82,4
	Link / Etiketleme / Hashtag Yok	16	17,6
	Toplam	91	100,0



Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	91	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	91	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	2	2,2
	İdari Etkinlik İçeriği	11	12,1
	Kültürel İçerik	5	5,5
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	3	3,3
	Diğer Tipteki İçerikler	70	76,9
	Toplam	91	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	1	1,1
	Akademisyen	5	5,5
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	20	22,0
	Kamu Dış Paydaşları	5	5,5
	Etkinlik Paydaşları	4	4,4
	Diğer Kişiler	56	61,5
	Toplam	91	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		Frequency	Percent
	0	91	100,0



Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	42	46,2
	251-500	17	18,7
	501-750	15	16,5
	751-1000	10	11,0
	1001-1500	6	6,6
	2001 ve Üstü	1	1,1
	Toplam	91	100,0

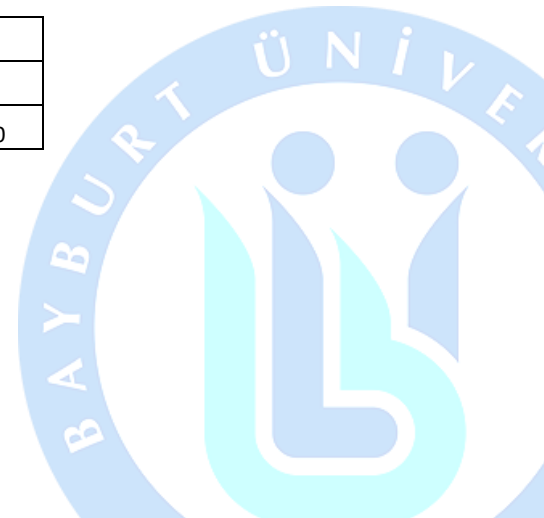
- **UYGULAMALI BİLİMLER FAKÜLTESİ**

INSTAGRAM

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Şubat	2	13,3
	Nisan	1	6,7
	Mayıs	3	20,0
	Haziran	1	6,7
	Temmuz	1	6,7
	Ağustos	2	13,3
	Ekim	5	33,3
	Toplam	15	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Bilgilendirme / Açıklama	2	13,3
	Duyurum	1	6,7
	Hizmet Tanıtımı	3	20,0
	Etkinlik / Haber	8	53,3
	Özgün Sosyal İçerik	1	6,7
	Toplam	15	100,0

Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazı	15	100,0



Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	15	100,0

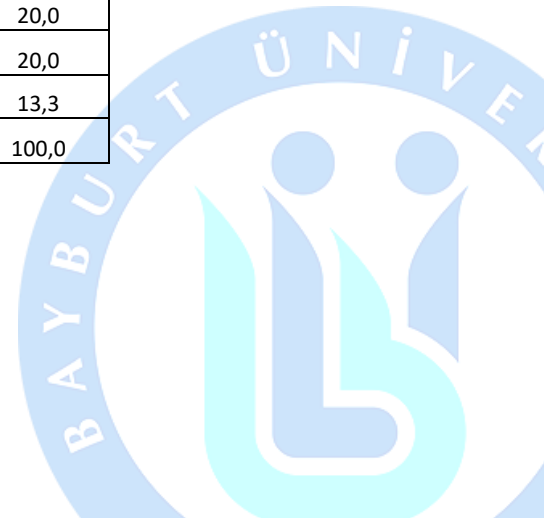
Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	15	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	4	26,7
	İdari Etkinlik İçeriği	1	6,7
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	10	66,7
	Toplam	15	100,0

Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	6	40,0
	Üniversite Üst Yönetimi	1	6,7
	Akademisyen	6	40,0
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	1	6,7
	Etkinlik Paydaşları	1	6,7
	Toplam	15	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	15	100,0

Paylaşımındaki Dilin Yapısı			
		F	%
	Kurumsal / Resmî	7	46,7
	Samimi / Sosyal Medyatik	3	20,0
	Lirik / Coşkulu	3	20,0
	Emredici / Buyurucu	2	13,3
	Toplam	15	100,0



TWITTER

Paylaşımın Yapıldığı Ay			
		F	%
	Mayıs	3	37,5
	Haziran	1	12,5
	Ekim	4	50,0
	Toplam	8	100,0

Paylaşımın Tematik Yapısı			
		F	%
	Etkinlik / Haber	7	87,5
	Özgün Sosyal İçerik	1	12,5
	Toplam	8	100,0

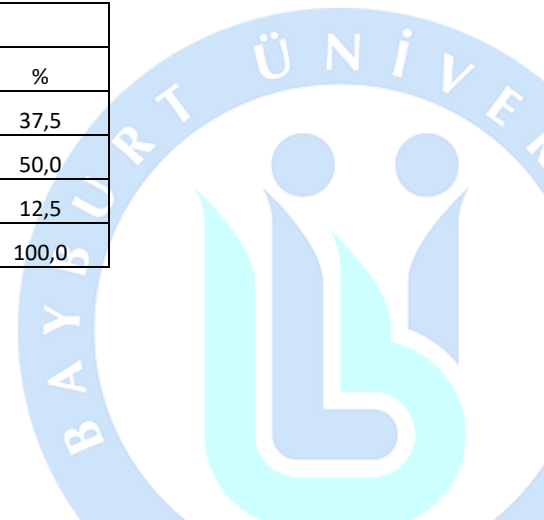
Paylaşımın Kip Yapısı			
		F	%
	Fotoğraf + Yazılı Tweet	8	100,0

Paylaşımındaki Metinlerarasılık Durumu			
		F	%
	Link / Etiketleme / Hashtag Var	8	100,0

Paylaşımın Beğeni Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	8	100,0

Paylaşımın Retweetlenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	1-100	8	100,0

Paylaşımın İçerik Yapısı			
		F	%
	Eğitsel İçerik	3	37,5
	İdari Etkinlik İçeriği	4	50,0
	Sosyal / Sosyal Medyatik İçerik	1	12,5
	Toplam	8	100,0



Paylaşımında Temsil Edilen Kişilerin Baskınlık Durumu			
		F	%
	Üniversite Kurumsal Kimliği	1	12,5
	Akademisyen	6	75,0
	Öğrenci / Öğrenci Topluluğu	1	12,5
	Toplam	8	100,0

Paylaşımın Yorum Sayısı Aralığı			
		F	%
	0	8	100,0

Paylaşımın Görüntülenme Sayısı Aralığı			
		F	%
	100-250	8	100,0

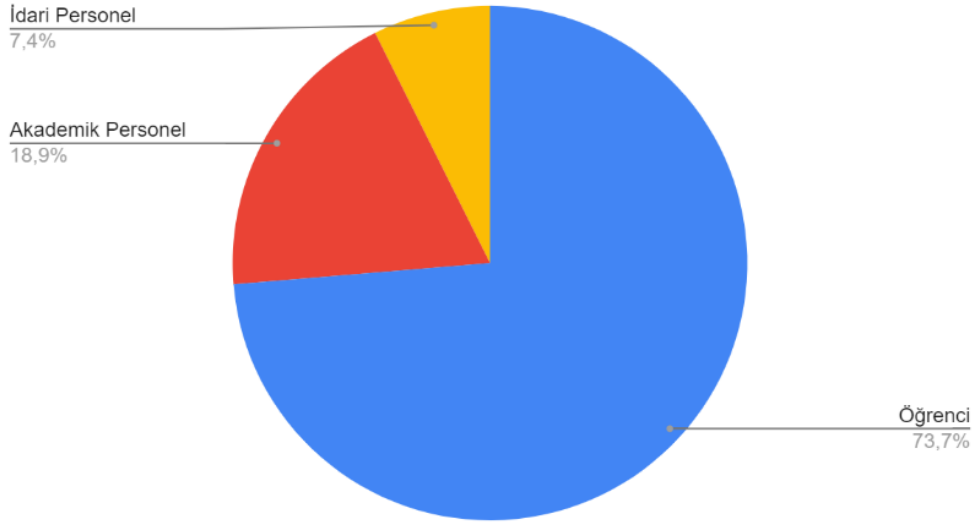


4.6. Akademik Personel, İdari Personel ve Öğrenciye Yönelik Sosyal Medya Değerlendirme Anketi Verileri

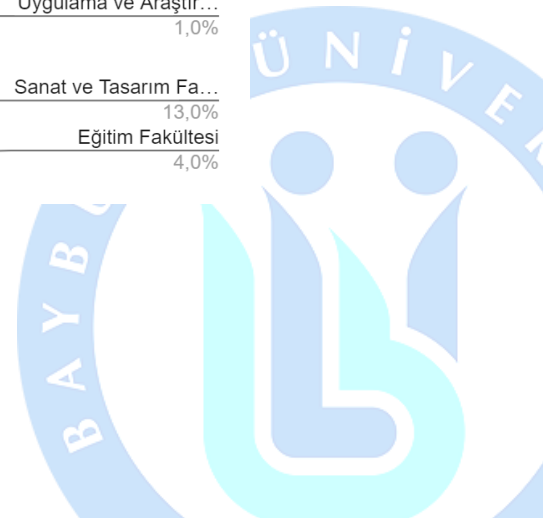
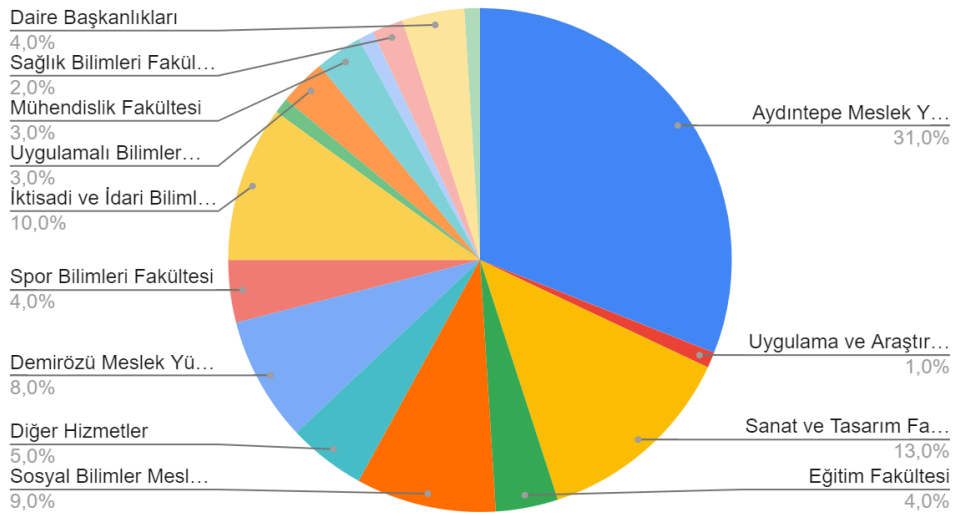
Toplam Katılımcı: 100

Veri Toplama Platformu: Google Form

Paydaş Kimliğiniz?

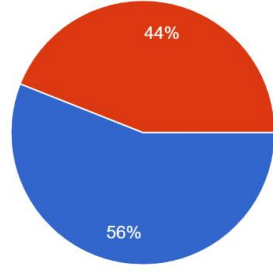


Akademik Biriminiz? içindeki değer sayısı



Cinsiyetiniz?

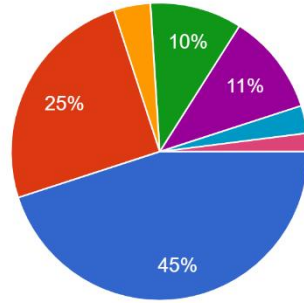
100 yanıt



● Kadın
● Erkek

Yaşınız?

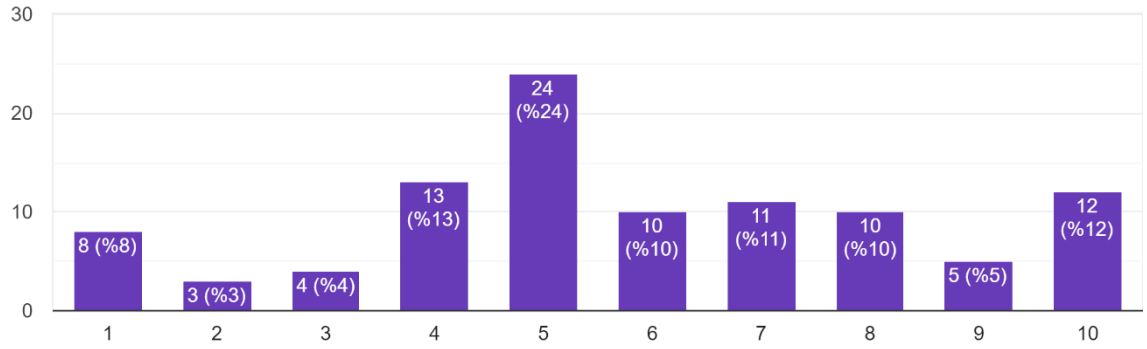
100 yanıt



● 17-20
● 21-24
● 25-29
● 30-34
● 34-40
● 41-50
● 51-60
● 61 ve üstü

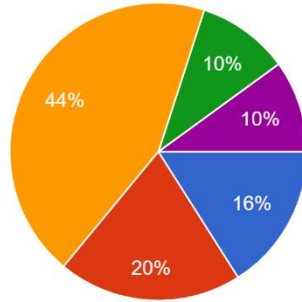
İncelediğiniz hesabı, içerik, biçim ve estetik yönünden size hitap ettiği şekliyle 1 ila 10 puan arasında değerlendiriniz? Özetle, genel olarak hesabı beğen...umsuz Değerlendirme, 10: En Olumlu Değerlendirme

100 yanıt



Kendinizi sosyal medya kullanım performansını bakımından nasıl tanımlarsınız?

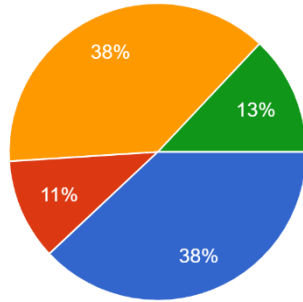
100 yanıt



- Çok iyi ve bağlı bir kullanıcı
- İyi ve bağlı bir kullanıcı
- Orta düzey kullanıcı
- Nadiren ve bağlılık hissetmeyen kullanıcı
- Çok nadiren ve hiç bağlılık hissetmeyen kullanıcı

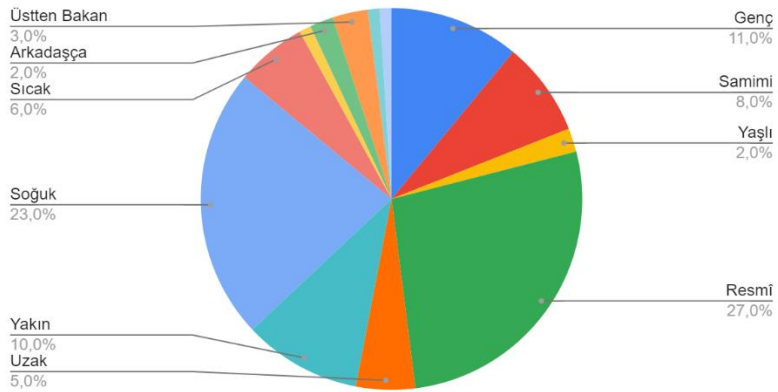
Bayburt Üniversitesi ile bağlarınız çerçevesinde edinmeniz gereken bilgileri 'öncelikli olarak' hangi bilgi kaynağından takip edersiniz?

100 yanıt



- Kurumsal web sitesi ve biriminin web sayfası
- Öğrenci danışmanım
- WhatsApp grupları ve sohbetleri
- Kurumsal sosyal medya hesapları

İncelediğiniz hesapta görünen Bayburt Üniversitesini sizce en iyi tanımlayan ifade hangisidir?



	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
	%	%	%	%	%
İncelediğim kurumsal hesabı sürekli takip ederim.	22	37	17	16	8
İncelediğim kurumsal hesabı beğenerek takip ederim.	17	35	23	15	10
İncelediğim hesabı takip etmelerini arkadaşlarıma öneririm.	18	36	17	14	15
İncelediğim hesaptaki paylaşımları etkili ve güzel bulurum.	25	39	18	11	7
İncelediğim hesap öğrencilerin taleplerine hitap etmektedir.	18	40	18	12	12
İncelediğim hesap, sosyal medyada en sık takip ettiğim hesaplar arasındadır.	17	33	17	16	17
İncelediğim hesapta vakit geçirmeyi ve içerikleri incelemeyi severim.	19	31	16	17	17
İncelediğim hesapta bir paylaşım olduğunu gördüğüm zaman mutlaka içeriği incelerim.	33	30	19	10	8
İncelediğim hesaptaki paylaşımları 'beğenirim' (beğenme fonksiyonunu kullanmak anlamında)	26	31	23	8	12
İncelediğim hesaptaki paylaşımlara yorum yaparım	12	25	20	22	21
İncelediğim hesaptaki paylaşımları paylaşıyorum.	19	29	19	17	16
İncelediğim hesap, donanım ve içerik bakımından yeterlidir.	20	38	26	9	7
İncelediğim hesaptan ihtiyacım olan tüm bilgiler yeterince vardır.	23	38	23	8	8
İncelediğim hesap, çağın dinamiklerine uygundur.	22	42	18	12	6
İncelediğim hesapta genç kuşağın ilgisini çekecek yeterince sosyal içerik vardır.	25	25	25	13	12
İncelediğim hesap, Bayburt Üniversitesi'nin imajını ve potansiyelini doğru / tamamıyla yansıtır	22	36	18	12	12
İncelediğim hesap, bir öğrenci adayının Bayburt Üniversitesi hakkında doğru bilgiler edinmesi için yeterlidir.	26	30	23	10	11
İncelediğim hesap, bir öğrenci adayı için ilgi çekici ve cezbedicidir.	24	24	29	12	11
İncelediğim hesap, Bayburt Üniversitesinin sosyal imajını yükseltir.	26	30	22	11	11
İncelediğim hesapta Bayburt Üniversitesinin es geçilen birçok yönüne vurgu yapılmadığını görürüm.	16	37	32	8	7
İncelediğim hesapta daha fazla sosyal içerik olmasını isterim.	28	32	21	9	10
İncelediğim hesaptaki sosyal içerik sayısı artarsa daha fazla ilgilenir ve takip ederim.	26	36	21	7	10

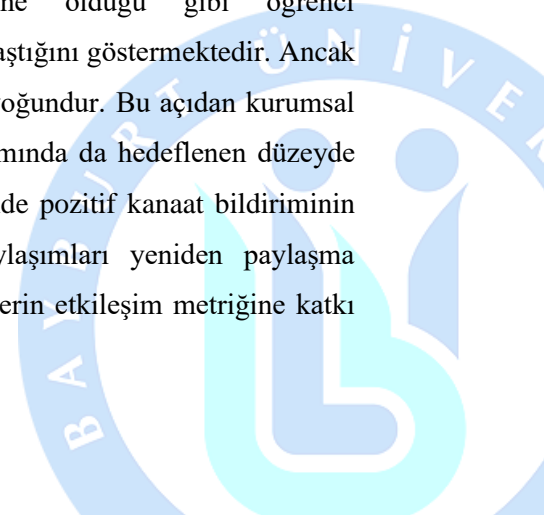
İncelediğim hesaptaki sosyal içerik sayısı ve çeşitliliği artarsa daha fazla 'beğenirim' (beğeni fonksiyonu anlamında)	23	33	20	10	14
İncelediğim hesaptaki sosyal içerik sayısı ve çeşitliliği artarsa daha fazla yorum yaparım.	20	30	19	15	16
İncelediğim hesaptaki sosyal içerik sayısı ve çeşitliliği artarsa daha fazla paylaşırım.	25	25	21	14	15
İncelediğim hesaptaki sosyal içerik sayısı ve çeşitliliği artarsa daha fazla arkadaşşıma öneririm.	22	26	23	15	14
İncelediğim hesaplar için sosyal içerikler üretmem istenirse gönüllülükle içerik üretirim.	22	30	26	9	13
Öğrenciler tarafından üretilecek sosyal içeriklerin kurumsal hesaplarda görünmesi kaliteyi artırır.	29	34	20	8	9
Sosyal içerikleri akademik içeriklere tercih ederim.	27	28	23	12	10
Öğrenciler için kurumsal sosyal içerik sayfaları açılmasını isterim.	25	28	25	11	11
Arkadaşlarımı üniversitemiz için sosyal içerik üretmeye teşvik ederim.	22	29	28	8	13
İncelediğim hesapta daha fazla görsel içerik olmasını isterim.	30	33	20	7	10
İncelediğim hesaptaki yazılı açıklamaları okurum.	32	36	18	5	9
İncelediğim hesapta kullanılan anlatım dili uygundur.	32	38	15	5	10
Kurumsal sosyal medya hesaplarında resmî dil yerine sosyal dil kullanılmalıdır.	27	24	21	11	17

- Akademik ve idari personelin kurumsal sosyal medya hesaplarını değerlendiren katılımlarını içeren anket verileri; ilk bakışta hesaplara dair genel kanaatin/yaklaşımın olumsuz düzeyde olduğuna işaret etmektedir. Katılımcılardan inceledikleri kurumsal sosyal medya hesabını '1' ile '10' puan arasında (1 en olumsuz, 10 en olumlu, 5 nötr kanaat) değerlendirmeleri istendiğinde ağırlıklı oransal yoğunlaşmanın 7 ile 10 puan arasında dağıldığı görülmektedir. Bu durum, kurumsal görünümün personel düzeyinde pozitif imaj olarak kurulabildiğinin göstergesidir.
- Bir diğer değerlendirme kategorisi, katılımcıların performans öz-değerlendirmesini içermektedir. Bu kategori, personelin kurumsal sosyal medya hesaplarıyla ilişkisinde belirleyici bir parametre olduğu varsayılan kullanıcı tipolojisinin genel çerçevesini tespit etmek için tasarlanmıştır. Bu bağlamda personelin genel olarak orta düzey ve altındaki düzeylerde kullanıcı tipolojisi sergilediği ifade edilebilir. Sosyal medya kullanım performansını negatif etkileyen bu tipolojik dağılım, toplam katılımcıların önemli bir çoğunluğuna tekabül etmektedir. Buna göre kurumsal hesapların etkinliğinin personel değerlendirmeleriyle hesaplanması kullanıcı tipolojisi gereğince tamamen işlevsel sonuçlar sunmayacaktır. Ancak kurumsal hesapların hedef kitle kapsamı olarak personelin kullanıcı tipolojisini de dikkate alarak çeşitlendirilmesi ve gereken durumlarda geleneksel web okuyucularına/izleyicilerine hitap eder tarza indirgenmesi gerekecektir.

- Personelin temel kurumsal bilgi kaynakları incelendiğinde, web sitesinin birincil kaynak olduğu göze çarpmaktadır. Bu veri ile kullanıcı tipolojisi arasında bir ilinti vardır. Çünkü kullanıcı tipolojisinin yapısı, personelin genel olarak geleneksel medya eğilimleriyle sosyal medya okuyucusu kimliği kazandığına işaret etmektedir. Kurumsal web sitesinin, web 1.0'dan beri belirli bir yaş grubunun bilgi kaynakları arasında birincil önem taşıması beklenen bir durumdur. Kullanıcı tipolojilerindeki orta düzey üstü performans belirtenlerle uyumlu olarak kurumsal sosyal medya hesaplarını bilgi kaynağına dönüştüren katılımcı oranı ikinci yoğunluklu orandır. Kullanıcı tipolojisi orta düzeyin üstüne geçtikçe, sosyal medyanın temel bilgi kaynakları arasındaki konumu da yükselmektedir.
- Personelin bir diğer değerlendirme ölçütü ise, incelenen hesabı kişiselleştirme yönelimi çerçevesinde belirlenmiştir. Buna göre kurumsal sosyal medya hesaplarının personel nezdinde, hedeflendiği gibi samimi, genç, sıcak ve yakın olarak ifade edilen pozitif görünümde kavranması önemlidir. Ancak en yoğun oran, resmi görünüm olarak değerlendirme yönelimini göstermektedir. Bu veriler arasındaki zıtlık, kullanıcı tipolojisi ile açıklanabilir. Çünkü sosyal medya kültürünü içselleştiren personeller, genel sosyal medya dilinden ayrışan kurumsal dilleri (samimi olsalar dahi) 'resmi' sıfatıyla tanımlamaktadır. Fakat genel dağılımdaki resmiyet dışı pozitif gösteren baskınlığı önemli bir imaj katma değeridir.
- Kanaat bildiren ölçek soruları, pozitif, nötr ve negatif kanaatlere göre derecelendirilmiştir. Kanaat soruları, Takip Performansı/Motivasyonu, Genel Hesap Değerlendirmeleri, İçerik Değerlendirmeleri, Ağ Yayılımına Katkı (Öneri, Paylaşma vs.), Kapsam Değerlendirme, İçerik Talebi, Dil Değerlendirme, Katılım Kültürüne Paydaşlık ve Öneriler faktörlerine göre dağılmıştır. Genel dağılım, katılımcı değerlendirmelerinin nötr ve negatif kanaat bildiriminde yoğunlaştığını göstermektedir. Bu açıdan kurumsal hesapların oluşturdukları etki ekosü bakımından hedeflenen düzeyde olmadıkları söylenebilir. Çünkü tüm faktörler ve alt ölçekler düzeyinde pozitif kanaat bildiriminin baskınlığına hiç rastlanmamıştır. Genel olarak kurumsal hesaplara yönelik kanaatler kararsızlık ile olumsuzluk düzlemine yayılmıştır. Bu alanda geliştirme çalışmaları yapılmalıdır.
- Öğrencilerin kurumsal sosyal medya hesaplarını değerlendiren katılımlarını içeren anket verileri; ilk bakışta hesaplara dair genel kanaatin/yaklaşımın olumsuz düzeyde olmakla birlikte vasat düzeye yakın olduğuna işaret etmektedir. Katılımcılardan inceledikleri kurumsal sosyal medya hesabını '1' ile '10' puan arasında (1 en olumsuz, 10 en olumlu, 5 nötr kanaat) değerlendirmeleri istendiğinde ağırlıklı oransal yoğunlaşmanın 5 ile 7 puan arasında dağıldığı görülmektedir. Bu durum, kurumsal görünümün öğrenci düzeyinde, tıpkı personel düzeyinde olduğu gibi pozitif imaj olarak kurulabildiğini ancak daha az olumsuzluk sergilediğini göstermektedir.
- Bir diğer değerlendirme kategorisi, katılımcıların performans öz-değerlendirmesini içermektedir. Bu kategori, öğrencilerin kurumsal sosyal medya hesaplarıyla ilişkisinde

belirleyici bir parametre olduğu varsayılan kullanıcı tipolojisinin genel çerçevesini tespit etmek için tasarlanmıştır. Bu bağlamda öğrencilerin de personeller gibi genel olarak orta düzey ve altındaki düzeylerde kullanıcı tipolojisi sergilemesi ilginç bir sonuç olarak not düşülmelidir. Her ne kadar iyi ve bağlı sosyal medya kullanıcısı olan öğrenci oranı yüksek görünse de orta düzey ve alt düzeylerdeki kullanıcıların toplam yoğunluğu yüksektir. Bu yoğunluk, genel kurumsal etkileşimlerde beklenen metriklere ulaşamamış olmanın açıklayıcı faktörlerinden biri olarak değerlendirilebilir. Çünkü öğrenci kitlesinin sosyal medya kullanıcısı performanslarını orta ve alt düzeyde tanımlaması, etkileşime katılım performanslarının da orta düzeyin altında kalmasının bir nedeni olabilir. Buna göre öğrencilerin de kurumsal hesapları geleneksel medya ve duyurum kanalları gibi kullandıkları yorumu yapılabilir.

- Öğrencilerin temel kurumsal bilgi kaynakları incelendiğinde, personelin birincil bilgi kaynağı olan web sitesiyle hiç ilişki kurulmadığı ve bir tür sosyal medya olan WhatsApp grupları ile kurumsal sosyal medya hesaplarının büyük bir baskınlıkla birincil kaynak oldukları göze çarpmaktadır. Öğrenci danışmanlarını da edilgenleştiren bu sonuçlara göre kurumsal WhatsApp kaynaklarına daha fazla yönelmek önemlidir. Anlık mesajlaşma doğası gereğince bilginin hızlı, topluca ve eşzamanlı aktarımını kolaylaştıran WhatsApp, multimedya özelliklerinin de katkısıyla kurumsal halkla ilişkiler faaliyetlerinin paylaşılacağı bir alan da olabilir. Bu yönüyle hem kurumsal sosyal medya paylaşımları hem de web duyurularının danışmanlar aracılığıyla WhatsApp gruplarında yayılması erişilen hedef kitlenin kapsamını büyütecektir.
- Öğrencinin bir diğer değerlendirme ölçütü ise, incelenen hesabı kişiselleştirme yönelimi çerçevesinde belirlenmiştir. Buna göre kurumsal sosyal medya hesaplarının personel nezdinde olduğu gibi pozitif görünüme sahip olduğu söylenemez. Öğrenciler yaş grubu ve bağlı oldukları sosyal medya kültürünün de etkisiyle kurumsal sosyal medya hesaplarını soğuk ve resmi sıfatıyla kişiselleştirme eğilimindedir. Öğrencilere daha fazla hitap eden bir duygulanım stratejisine bağlı olarak kurumsal görünümün, temsilin ve dilin samimi bağlama yaklaşması; bu sonucun iyileştirilmesine katkı üretecektir.
- Kanaat bildiren ölçek soruları, pozitif, nötr ve negatif kanaatlere göre derecelendirilmiştir. Kanaat soruları, Takip Performansı/Motivasyonu, Genel Hesap Değerlendirmeleri, İçerik Değerlendirmeleri, Ağ Yayılımına Katkı (Öneri, Paylaşma vs.), Kapsam Değerlendirme, İçerik Talebi, Dil Değerlendirme, Katılım Kültürüne Paydaşlık ve Öneriler faktörlerine göre dağılmıştır. Genel dağılım, personel değerlendirmelerine olduğu gibi öğrenci değerlendirmelerinin nötr ve negatif kanaat bildiriminde yoğunlaştığını göstermektedir. Ancak öğrencilerin negatif kanaat ve tavrı personele göre biraz daha yoğundur. Bu açıdan kurumsal hesapların oluşturdukları etki ekosü bakımından öğrenci bağlamında da hedeflenen düzeyde olmadıkları söylenebilir. Tüm faktörler ve alt ölçekler düzeyinde pozitif kanaat bildiriminin baskın olduğu alanlar, paylaşımlara yorum yapma ve paylaşımları yeniden paylaşma ölçeklerinin yer aldığı ağ yayılımına katkı faktörüdür. Öğrencilerin etkileşim metriğine katkı



düzeyinde öne çıkan olumsuzluk göstergeleri, diğer ölçeklerde gözlenmemiştir. Genel olarak kurumsal hesaplara yönelik kanaatler kararsızlık ile olumsuzluk düzlemine yayılmıştır. Bu alanda geliştirme çalışmaları yapılmalıdır.

