

**Makale Türü/Article Type:** Araştırma Makalesi/Research Article

## Üniversitelerin Web Sitelerinde Sağlanan Yabancı Dil Desteğinin Yabancı Uyrıklı Öğrencilerin Tercihleri Üzerindeki Etkisi<sup>1</sup>

*The Effect of Foreign Language Support Provided on University Websites on the Preferences of International Students*

Emel FAİZ<sup>2</sup>

Bilgin ZENGİN<sup>3</sup>

### Öz

Üniversiteler geleneksel medyanın yanı sıra kurumsal web siteleri ve sosyal medya aracılığıyla tanıtım faaliyetleri yürüterek ulusal ve uluslararası öğrencilere ulaşmaya çalışmaktadır. Web siteleri, kurumsal kültür, kimlik ve imajın hedef kitle tarafından nasıl algılandığı konusunda önemli bir etki yaratmaktadır. Bir kamu kuruluşu olan devlet üniversiteleri de artık farklı milliyetlerden öğrencilere ev sahipliği yapabilmek ve tercihlerini üniversite lehine çevirebilmek için web sitelerinde yabancı dil desteğinden faydalanmaktadır. Bu kapsamda, araştırmada, Düzce Üniversitesi web sitesi örneği bağlamında web sitelerinde yer alan yabancı dil desteğinin tanıtım faaliyetlerindeki rolünü eğitim görmekte olan uluslararası öğrenciler üzerinden incelemek amaçlanmaktadır. Bu amaca ulaşabilmek için Düzce Üniversitesi web sitesi ana sayfasında bulunan sekme isimleri ve birimlerin tanıtım yazıları profesyonel çeviri hizmeti alınarak İngilizce diline tercüme edilmiştir. Araştırmada, üniversite web sitesinin farklı dillerde hizmet vermesi durumunda aktif eğitim görmekte olan uluslararası öğrenciler üzerindeki etkilerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada, nicel bir veri toplama tekniği olan yüz yüze anket tekniği ile 167 uluslararası öğrenciden veri toplanmaktadır. Araştırma sonucunda web sitesinde yer alan yabancı dil desteği hizmetinin uluslararası öğrenciler tarafından pozitif algılandığı ve genel olarak web sitesinin erişilebilir, kullanılabilir ve anlaşılabilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Uluslararası öğrenci, Kurumsal Web sitesi, Sosyal medya, Yabancı dil desteği, Düzce Üniversitesi

### Abstract

Universities try to reach national and international students by conducting promotional activities through corporate websites and social media as well as traditional media. Websites create a significant impact on how the target audience perceives the corporate culture, identity and image. State universities, which are public institutions, now also benefit from foreign language support on their websites in order to host students from different nationalities and turn their preferences in favor of the university. In this context, the aim of the research is to examine the role of foreign language support on websites in promotional activities on international students studying in the context of the Düzce University website

<sup>1</sup>Bu çalışma, Düzce Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Destek Programı kapsamında desteklenmiştir. Proje Numarası: 2019.08.05.948

<sup>2</sup>**Sorumlu Yazar:** Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, Düzce, Türkiye, emelgokmenoglu@duzce.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-1911-7706>

<sup>3</sup>Arş. Gör., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, Düzce, Türkiye, [bilginzengin@duzce.edu.tr](mailto:bilginzengin@duzce.edu.tr), <https://orcid.org/0009-0005-8155-5423>

### **Bu Yayına Atıfta Bulunmak İçin/Cite as:**

Faiz, E., & Zengin, B. (2024). Üniversitelerin Web Sitelerinde Sağlanan Yabancı Dil Desteğinin Yabancı Uyrıklı Öğrencilerin Tercihleri Üzerindeki Etkisi. *Sosyal Bilimlerde Nicel Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 133-152

example. In order to achieve this aim, the tab names and the promotional texts of the units on the homepage of the Düzce University website were translated into English by professional translation services. The aim of the research is to examine the effects on international students studying actively when the university website provides services in different languages. In the research, data is collected from 167 international students using a face-to-face survey technique, which is a quantitative data collection technique. As a result of the research, it was concluded that the foreign language support service on the website was perceived positively by international students and that the website was generally accessible, usable and understandable.

**Keywords:** International Students, Commercial Web sites, Social media, Foreign language support, Duzce University

## 1. Giriş

Web siteleri, kuruluşların zaman ve mekân sınırlamaları olmaksızın tanıtım faaliyetleri yürütmelerine olanak tanırken, aynı zamanda geribildirim alma özellikleri sayesinde hedef kitleleriyle karşılıklı bir anlayış geliştirme sürecine katkı sağlamaktadır. İşletmeler, bu aracı kullanarak hem hedef kitlelerini daha yakından tanıyabilir hem de kendilerini bu kitlelere tanıtmak için çeşitli etkinlikler düzenleyebilirler (Tarhan, 2007). İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte enformasyon çağında (Castells, 2013) sadece kâr amacı güden işletmeler değil, eğitim kurumları da web sitelerini etkin bir şekilde kullanarak tanıtım ve halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütmelidir. Özellikle yükseköğretim kurumları "nitelikli insan kaynağını kuruma çekmek, sektöre yönelik yetiştireceği öğrencilerin kendine uygun eğitim alanını seçmesine olanak sağlamak ve hedef kitlelerle etkin, verimli ve hızlı iletişim kurmak amacıyla web sitelerini kullanmakta bu doğrultuda web sitelerinden tanıtım amaçlı bir araç olarak faydalanmaktadır" (Yurdakul ve Coşkun, 2009). Üniversiteler, hedef kitlelerine erişmek ve onlardan geribildirim olarak karşılıklı etkileşim süreci başlatmak amacıyla web sitelerini kullanmaktadır. Ayrıca "basılı yayınların kullanımının yanı sıra web teknolojilerindeki yayınlar da üniversitelerin başarılarını doğrudan etkilemektedir". Çünkü "üniversitelerin web sitelerinden birçok yayına ulaşılmakta, bilimsel haberler okunmakta ve bunlar aracılığıyla öğrencilere ve öğrenci adaylarına bilgi, haber, duyuru vb. sunulabilmektedir" (Morkoç ve Doğan, 2014).

Üniversitelerin kurumsal web sitelerinde yer verdikleri tüm içeriklerin üniversitede eğitim almakta olan her öğrenciyi kapsayıcı nitelikte olması gerekmektedir. Web sitelerinin güncel bilgilerle donatılması, kullanıcı dostu olması, ilgili sitelere bağlantının sağlanabilmesi, zamanında yüklenmesi ve yüklenme sorunuyla karşılaşılması kadar önemli olan bir husus da yabancı uyruklu öğrencilerinde aynı içerikten faydalanabiliyor olmasıdır. Üniversite web siteleri uluslararası öğrenciler için tek bilgi kaynağı olduğundan, üniversiteler web sitelerinde konaklama olanakları ve öğrencilerin alabilecekleri burslar hakkında daha fazla ayrıntı verebilirler. Ayrıca program ve dersleri hakkında daha fazla bilgi verilmesi üniversitelerin daha çok seçilmesine yardımcı olacaktır.

Eğitim görmekte iken her türlü bilgiye yerli öğrenciler kadar ihtiyaç duymakta olan yabancı uyruklu öğrenciler için farklı dillerde içeriğin sunuluyor olması öğrencinin gözündeki değeri arttıracaktır. Eğitim görmekte olan yabancı uyruklu öğrencinin daha önce üniversiteye yerleşmeden aynı web sitesinden tercih yapmada ona katkı sağlayacak bilgilerin de kendi diliyle sunuluyor olması tercihini etkileyecektir.

Üniversiteler, uluslararasılaşma stratejilerinde ülkesel çeşitliliğe önem vermekte ve değişim programlarında farklı bölgeler, farklı ülkelerle iş birlikleri geliştirmektedir. Türkiye, yükseköğretimde uluslararası öğrenciler için bir çekim merkezi olma yolunda büyük bir ilerleme kaydederek, 2018'de dünya genelinde en fazla uluslararası öğrenci çeken ilk 10 ülke arasında yer almıştır. Son beş yılda uygulanan stratejiler ve hedef odaklı uluslararasılaşma politikaları sayesinde Türkiye'deki uluslararası öğrenci sayısı önemli bir artış göstermiştir. 2014'te 48 bin 183 olan bu sayı, 2018'de 125 bin 138'e, 2019'da ise 154 bin 505'e ulaşmıştır (<https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/hedefodakliuluslararasilasma.aspx#:~:text=%C3%87%C3%BCnk%C3%BC%202019'da%20154%20bin,ekip%20%C3%A7al%C4%B1%C5%9Fmas%C4%B1yla%202020%20bini%20ge%C3%A7>).

Gelen öğrencilerin farklılık arz etmesi de uluslararasılaşma açısından önem kazanmaktadır. Ancak farklı bölgelerden ve ülkelerden öğrencilerin üniversitelere gelebilmesi için tutundurma faaliyetlerine ihtiyaç vardır. Bunun için son dönemin dijital bir çağ olduğunu düşündüğümüzde tutundurma faaliyetleri için web sitesi başta olmak üzere sosyal ağlar ön plana çıkmaktadır. Web sitelerinde ise güncellik, etkinlik, kolaylık gibi faktörlerin yanı sıra farklı dillere çevrilme özelliği de bulunması uluslararası öğrencilerin tercih aşamasında gerekli duyduğu bilgileri temin etmede işlerini kolaylaştıracaktır.

Özetle web siteleri, üniversitelerin potansiyel öğrencilerine, özellikle de üniversite hakkında bilgi edinmek için kurumsal web sitelerini kullanmak dışında neredeyse hiç şansı olmayan uluslararası öğrencilere kendilerini tanıtmak için en sık kullanılan araçtır. Üniversitelerin web sitelerinde oluşturdukları imaj, öğrencilerin üniversite tercih sürecini olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir. Literatürde, üniversite web sitelerinin önemi ve işlevselliği üzerine çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Türkiye'deki akademik çalışmalar da, üniversitelerin web sitelerini çeşitli açılardan incelemektedir. Ancak, uluslararası öğrencilerin bilgi ihtiyaçları doğrultusunda üniversite web sitelerinin ele alındığı araştırmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Ayrıca, Türk üniversitelerinin web sitelerini bu bağlamda ele alan bir çalışmaya ise rastlanmamaktadır. Bu durum, literatürde belirgin bir boşluğun varlığını göstermektedir.

Web sitelerinde yabancı dil desteği konusu literatürde ayrıca bir özellik olarak ele alınmamış sadece web sitelerinin etkinliği konusunda veya web sitelerinin karşılaştırılmasında kullanılmıştır. Ayrıca üniversite web siteleri birçok açıdan farklı çalışmada ele alınmış ancak yabancı dil desteği ve bunun yabancı uyruklu öğrenciler için önemi araştırılmamıştır. Bu nedenle, araştırmadan elde edilen sonuçlar hem yabancı uyruklu öğrencilerin tercihlerinde ön sıralarda yer almak üniversitelere hem de öğrencilere ve genel olarak alan yazına katkı sağlayacaktır. Bu doğrultuda araştırmada, uluslararası öğrencilerin tercih yaparken ve eğitim görmekte iken kurumsal web sitesinden ihtiyaç duyduğu bilgilere ulaşmada yabancı dil desteğinin bir hizmet olarak sunuluyor olmasının tercihleri üzerindeki etkisini tespit etmek amaçlanmaktadır. Literatürde taranılan veri tabanları kapsamında bu konuda nadir sayıda araştırmaya rastlanılmıştır.

Önerilen çalışma, uluslararasılaşma amacı taşıyan devlet üniversitelerinin daha fazla sayıda uluslararası öğrenci çekebilmek amacıyla kullandıkları web sitelerinin katkısını ve rolünü incelemeye dönük bir araştırmadır. Araştırma kapsamında Düzce Üniversitesinde

okumakta olan uluslararası öğrencilerden yüz yüze anket tekniği ile veri toplanmaktadır. Böylelikle üniversite web sitelerinin uluslararası öğrenciler için iletişim aracı görevini yerine getirip getirmediği, etkin bir araç olması için hangi özelliklere sahip olması gerektiği gibi sonuçlara da ulaşılmaktadır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Kurumsal Web Siteleri ve Özellikleri

Zaman ve mekân sınırlamalarını ortadan kaldırarak hızlı bilgi erişimi sağlayan interaktif iletişim çağında, kurumların hedef kitlelerine yönelik tasarladıkları web siteleri büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, kurumların web sitelerini etkili bir biçimde kullanarak hedef kitlelerini doğru şekilde yönlendirmeleri ve kurumsal kimlik ile imajlarını güçlendirmeleri için etkili bir iletişim stratejisi geliştirmeleri gerekmektedir (Koç, 2015).

İnternet teknolojilerinin hızla gelişmesi, halkla ilişkilerin temelini oluşturan çift yönlü iletişimi hem hızlandırmakta hem de derinleştirmektedir. Kuruluşlar, web siteleri aracılığıyla kendilerini tanıtmaya ve kurumsal faaliyetlerini dijital ortama taşıma fırsatı yakalamışlardır. İnternet üzerindeki web sayfaları, kuruluşların yalnızca kurumsal kimliklerini güçlendirmekle kalmamış, aynı zamanda kurumsal imajlarını da geliştirmelerine olanak tanımıştır. Web sayfaları, kurum kimliğinin görsel boyutunu yansıtmaya ötesinde, kurum felsefesi, kurumsal iletişim stratejileri ve davranış biçimleri gibi kimliği oluşturan unsurları da içermektedir. Bu nedenle, web sayfaları bir kurumun daha kapsamlı bir şekilde tanınmasına önemli bir katkı sağlamaktadır.

Kurumsal kimliğin en etkin şekilde iletildiği iletişim aracı, kurumların web sayfalarıdır. Kurum felsefesi, kurumsal iletişim, davranış biçimleri ve kalite gibi tüm unsurları barındıran web sayfaları, aynı zamanda kurumun imajını yansıtan kritik unsurlar arasında yer alır (Başok ve Çoşkun, 2009). Profesyonel bir biçimde hazırlanmış web sayfaları, kurumların rakiplerinden ayrılmasını ve hedef kitle tarafından tercih edilmelerini sağlamak açısından büyük bir öneme sahiptir (Bakmaz ve Görkemli, 2018). Kurum web sayfaları, önemli bir halkla ilişkiler aracı olarak, kurumun değerlerini, hedeflerini ve kültürel unsurlarını paylaşan bir platform olarak öne çıkmaktadır (Onat, 2014). Fiziki ortamlar kadar önemli olan bu web sayfaları (Tosun, 2020), aynı zamanda güvenilir bir başvuru kaynağı olarak kabul edilmektedir (Yalın ve Silsüpür, 2017).

Karsak (2008), kurumsal iletişim araçları ve faaliyetlerinin kullanım oranının, incelenen kuruluşlara göre farklılık gösterdiğini belirttiği çalışmasında, internet ve web sitelerinin halkla ilişkiler ve kurum kimliği açısından yüksek oranlarla kullanıldığını vurgulamıştır. Bu durum, kurumların bu mecraları etkin bir iletişim aracı olarak benimsediğini göstermektedir.

Bir web sitesi, bir birey, topluluk, kurum ya da markanın dijital dünyadaki yüzü olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda, siteyi ziyaret edenlerin ihtiyaç duydukları bilgilere kolayca ulaşabilmesi ve aradıklarını hızlı bir şekilde bulabilmesi önemlidir. Web sitesi tasarımı ve yönetimi sırasında temel amaç, kullanıcılara değerli bir hizmet sunmak ve kuruluşun sunduğu hizmetleri etkin bir şekilde tanıtmaktır. Web siteleri, ziyaretçilerin beklentilerini karşılayacak şekilde, kurumun kimliğini ve kültürünü doğru bir biçimde yansıtacak şekilde tasarlanmalıdır. Bir kişi ya da kurumdan yayılan her türlü iletişimin imaj ve itibara etkisi, internet üzerindeki

yansıması olan web sayfalarının titizlikle tasarlanmasını zorunlu kılar. Bilgi paylaşımı yapmak ve belirlenen kimliği arzu edilen imaja dönüştürmek, kurum ya da kişilerin web sitelerinin temel işlevlerinden biri olmaktadır. Kurumun kendini tanımladığı biçimi web sitesi aracılığıyla somutlaştırmak ve hedef kitledeki algıları şekillendiren imajları oluşturmak, profesyonel bir web tasarımının temel unsurlarıdır (Peltekoğlu, 2007).

Web siteleri, kurumların tanıtımında ve kurumsal kimlik ile imajlarının yansıtılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Başok, Yurdakul ve Coşkun, 2009). Web sitesi kalitesi son derece kritiktir, çünkü içeriği zengin ve tasarımı genel standartlara uygun bir site, kullanıcıları etkileyerek ihtiyaç duyduklarında tekrar ziyaret etmelerini sağlayabilir. Bu nedenle, web sayfalarının erişilebilirliği yüksek, içeriği yeterli ve güncel olmalıdır (Delen ve Abdusselam, 2015).

Geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olarak, web siteleri çok kısa bir sürede müşteriler, hükümet yetkilileri, medya organları, çalışanlar ve tedarikçiler gibi farklı hedef kitlelere bilgi sunabilme yeteneğine sahiptir. Günümüzde yapılan araştırmalar, kuruluşların hedef kitlelerle daha etkili bir iletişim kurabilmek için web sitelerini nasıl tasarlamaları gerektiğine odaklanmaktadır. Kent ve Taylor (1998), web sitelerinin çift yönlü iletişimi sağlayacak şekilde tasarlanması gerektiğini vurgulamaktadır.

Kurumsal web sitesinin ana sayfası, kullanıcının ilk karşılaştığı sayfa olarak, kullanım kolaylığı açısından yüksek performans göstermeli ve hızlı yüklenmelidir; sayfa aşırı yavaş ya da zor yüklenmemelidir. Ayrıca, tüm hedef kitlelere hitap eden içerik ve tasarım özelliklerine sahip olmalıdır (Yeygel ve Temel, 2006). Ana sayfada, konu başlıklarını içeren kutucuklar bulunmalı ve sayfada yer alan bağlantılar, sayfanın ortasında konumlandırılmalıdır. Ziyaretçiler, herhangi bir sayfaya girdiklerinde istedikleri zaman kolayca ana sayfaya dönebilmelidirler (Hallahan, 2001; Sayimer, 2008).

Okay ve Okay (2001), kurumların web sitelerinin başlıca kullanım alanlarını şu şekilde sıralamaktadır:

- Medya kuruluşlarına bilgi sağlamak,
- Tüm hedef gruplarla zamanında iletişim kurmak,
- Farklı hedef kitleler hakkında veri toplamak,
- Kurum imajını iyileştirmek,
- Kurum kimliğini güçlendirmek,
- Çalışanlarla sürekli iletişim sağlamak,
- Bir kuruluş için prestij kaynağı oluşturmak,
- Online satış yapmak,
- Uluslararası pazarlara erişim sağlamak,
- İnternet kullanıcılarına ulaşmak,
- Diğer halkla ilişkiler işlevlerini yerine getirmek.

Bu nedenle, kullanıcının ihtiyaç duyduğu bilgiye web sitesi üzerinden kolayca erişebilmesi büyük önem taşımaktadır. Web sitesinin kullanım kolaylığıyla ilgili olarak bazı özelliklerin bulunması gerektiği vurgulanmıştır. İçeriğin kısa, kolayca gözden geçirilebilir, anlaşılır ve amaca odaklı olması gerektiği belirtilmiş, aynı zamanda kullanıcının ihtiyaçlarını anlamının önemine de dikkat çekilmiştir (Morkoç ve Doğan, 2014).

## 2.2. Üniversite Web Siteleri Ve İlgili Alanyazın Çalışmaları

Son yıllarda internetin tüketici karar sürecinde bilgi edinme, karşılaştırma, geri bildirim alma, müşteri memnuniyetini ölçme gibi önemli roller üstlendiği bilinmektedir. Yoğun internet kullanıcısı olan gençlerin karar sürecinde öğrenim görmeyi düşündüğü yükseköğrenim kurumunun web sitesindeki bilgileri kullandığı da bir gerçektir. Etkileşimli bir ortam olan web siteleri üzerinden üniversiteler bu hedef kitleleriyle hızlı ve etkin bir biçimde iletişime geçebilmektedir (Sarı, 2010).

Web sitelerinin, kullanıcıların ihtiyaç ve isteklerine yanıt verebilmesi ve kullanıcıların aradıkları içeriğe kolayca ve sorunsuz bir şekilde erişebilmeleri son derece önemlidir. Bu gereklilik, sadece genel bir web sitesi için değil, aynı zamanda akademik amaçlarla kullanılan üniversite web siteleri için de geçerli olmaktadır. Üniversite web siteleri, öğrenciler, akademik ve idari personel gibi birçok farklı kullanıcıya hitap etmektedir. Ayrıca, kurum içindeki kullanıcıların yanı sıra, dışarıdan siteye erişip bilgi almak isteyen potansiyel kullanıcılar da bulunmaktadır. Bu nedenle, üniversite web sitelerinin her bir kullanıcının taleplerine mümkün olduğunca yanıt verebilmesi, yani kullanıcıların aradıkları içeriğe ulaşabilmesi büyük önem taşımaktadır.

Üniversiteler nitelikli insan kaynağını kurumlarına çekmek, sektöre yönelik olarak yetiştirecekleri öğrencilerin uygun eğitim alanlarını seçmelerine yardımcı olmak ve hedef kitlelerle etkin, verimli ve hızlı bir iletişim sağlamak amacıyla web sitelerini kullanmakta, bu bağlamda web sitelerinden tanıtım amaçlı bir araç olarak faydalanmaktadırlar (Başok, Yurdakul ve Coşkun, 2009). Yükseköğretim kurumlarının değişim ve gelişimleri dikkate alındığında, web sayfalarının özellikle üniversite tercih işlemlerini tamamlayacak aday öğrenciler, mezunlar, akademik- idari personeller ve diğer kullanıcılar için önemli bir boyutu olduğu söylenebilir (Tanrıverdi vd. 2016).

Üniversitelerin web siteleri incelendiğinde, bu sitelerin başlıca kullanıcılarının öğrenciler, akademik ve idari personel olduğu görülmekle birlikte, aynı zamanda iç kullanıcıların yanı sıra üniversite dışındaki kurumlar ve bireylerle de bilgi paylaşım aracı olarak kullanıldığı anlaşılmaktadır (Başok vd., 2009; Morkoç ve Doğan, 2014). Bu bağlamda, üniversitelerin web sitelerinin yalnızca kendi öğrencilerine değil, birçok farklı kullanıcıya da bilgi sağlama işlevi taşıdığı söylenebilir. Bu sitelerin bilgi sağlama işlevinin etkin bir şekilde yerine getirilebilmesi için kullanılabilir olmaları, kullanıcıların ihtiyaçlarına doğru ve verimli cevaplar verebilmeleri büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda yapılan kullanılabilirlik çalışmaları, web siteleri için yol gösterici nitelikte olup, üniversite web siteleri için de geçerli bir rehber oluşturur. Akademik web sitelerinin potansiyel kullanıcıları dikkate alınarak, içerik

ve kullanılabilirlik standartlarının bu kullanıcıların ihtiyaçlarına uygun şekilde belirlenmesi gerektiği ifade edilmiştir (Delen & Abdülselem, 2015).

Akademik perspektiften bakıldığında, üniversitelerin web siteleri tüm potansiyel öğrenciler için büyük bir öneme sahiptir. Görsel açıdan çekici ve kullanıcı dostu bir web sitesi, genellikle bir üniversitenin ilk izlenimi olarak öne çıkar. Potansiyel öğrenciler ve diğer kullanıcılar, ilgilerini belirtmeden veya bilgi talep etmeden önce bile, bir kuruluşun web sitesini ziyaret ederek bilgi arayışına girmektedirler. Üniversite web siteleri potansiyel öğrenciler için giderek daha yararlı bir bilgi kaynağı haline gelmektedir (Moogan, 2011). Üniversite web sitesinin ana sayfası birçok öğrenci adayının üniversiteye dair ilk görüşüdür (Greenwood, 2012). Ana sayfa kuruma ilk bakış olduğu için bireyler sadece kurumun web sitesini ziyaret ederek kurumu değerlendirebilmektedir.

Üniversitelerin, dünya çapında pek çok değişime öncülük ettiği ve bilimsel ile teknolojik yeniliklerin merkezinde yer aldığı göz önüne alındığında, web üzerindeki sundukları hizmetlerin de üniversitelerin başarılarını doğrudan etkilediği söylenebilir. Günümüzde, üniversitelerin başarı değerlendirmelerinde web sitelerinin beğenilme oranlarının giderek daha fazla ön plana çıktığı görülmektedir (Cevher, 2015). Bu nedenle, bir web sayfasının kullanılabilirliği açısından dikkat edilmesi gereken birçok özellik bulunmaktadır. Bu özellikler, "kısa, kolay erişilebilir, anlaşılır, amaca odaklı, kullanıcıların akıllarındaki sorulara yanıt verebilen ve kolayca anlaşılabilen" içerikler olarak sıralanabilir (Erdönmez ve Morkoç, 2013).

Günümüzde üniversitelerin başarılarını değerlendirme kriterleri arasında web sayfalarının önemi giderek artmaktadır. Facebook, Twitter, youtube gibi sosyal ağlarda üniversitelerin paylaşımları, bildirimleri, beğenileri ve iletişim ağları takip edilmekte, hızlı ve aktif bir şekilde kullanılmaktadır.

Literatürde, üniversitelerin web sitelerinin kullanılabilirlik açısından ele alındığı çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin, Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nin web sitesinin kullanılabilirlik analizi yapılmıştır (Vildan & Karacan, 2009). Emre ve arkadaşları (2018), Marmara Üniversitesi'nde faaliyet gösteren bir örgün eğitim ve bir uzaktan eğitim programının web sitelerini incelemişlerdir. Çalışmada, kullanıcı deneyimi, ekran kayıtları ve anket sonuçları doğrultusunda analizler yapılmıştır. Elde edilen bulgular, katılımcıların görevlerini yerine getirme süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte, iki grubun görev süreleri ve anket sonuçları üzerinde yapılan analizde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Özenç Uçak ve Çakmak (2009) çalışmalarında, Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü web sitesini, 7 katılımcı ile kullanılabilirlik açısından incelemişlerdir. Deney sırasında, katılımcılara yazarlar tarafından belirlenen 14 görev verilmiş ve web sitesini bu görevleri yerine getirecek şekilde kullanmaları istenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, kullanıcıların en az yanıt verdiği soruların tezlerle ilgili bilgiler, yönetmelikler ile konferans ve seminer duyurularına erişimle ilgili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, kullanıcıların doğru yanıtlar verirken en fazla zorlandıkları soruların mezunlar hakkındaki bilgiler ve yönetmeliklere erişimle ilgili olduğu gözlemlenmiştir.

Sarı, (2010), turizm fakültesi öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada, ilgili yüksek öğrenim kurumunun web sitesinin; aileye yakınlık, üniversitenin bulunduğu ilin konumu, üniversitenin geçmişi gibi diğer bütün etkenlerin hepsinden önce gelmesi gibi çok çarpıcı bir sonuç elde etmiştir. Söz konusu öğrencilerin tercihlerinde etkili olan ikinci önemli etkenin ise ilgili öğrenim kurumunun web sitesi olduğu görülmektedir. Bu sonuç yükseköğrenim kurumlarının web sitelerinin etkileyici görseelliğinin ve içerdiği tatmin edici bilgilerin ne kadar önemli olduğunu göstermektedir.

Kullanılabilirlik dışında, üniversite web sitelerinin farklı açılardan ele alındığı birçok çalışma da bulunmaktadır. Örneğin, Çelik (2014), Ege Üniversitesi'nin web sitesini erişilebilirlik açısından incelemiştir. Bu çalışmada, World Wide Web (www.w3.org) konsorsiyumunun belirlediği standartlar doğrultusunda bir analiz yapılmıştır. Başka bir çalışmada ise, Delen ve Abdülislam (2015), Türkiye'deki eğitim fakültelerinin web sitelerini, 23 maddelik "Web Sayfalarının İşlevselliğini Değerlendirme Formu" kullanarak incelemişlerdir. Bu yöntemle benzer bir yaklaşım benimseyen, Türkiye'deki üniversite web sitelerinin incelendiği ve göz izleme cihazı kullanılarak katılımcıların hareketlerinin takip edildiği birçok çalışma bulunmamaktadır. Özçelik, Kurlun ve Çağiltay (2006) tarafından Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde gerçekleştirilen bir çalışmada, dört farklı üniversitenin web siteleri katılımcıların göz hareketleri izlenerek incelenmiştir. Katılımcılara verilen görevlerin belirlenmesi amacıyla deney öncesinde bir anket yapılmıştır. Benzer bir çalışmada ise Pala, Arslan ve Özdiñç (2016) tarafından, kullanıcıların ihtiyaç duyabileceği sekiz farklı görev tanımlanmış ve katılımcıların Eğitim Bilişim Ağı web sitesini kullanırken göz izleme cihazıyla hareketleri takip edilmiştir.

Özöğlü, Gür ve Coşkun'un (2015) araştırmasına göre, Türk üniversitelerinde eğitim gören uluslararası öğrencilerin karşılaştığı başlıca zorluklar arasında başvuru süreci, vize ve kayıt işlemleri, uluslararası ofis personelinin bilgi yetersizliği ve dil yetersizliği öne çıkmaktadır. Bu çalışma, dil seçeneğinin uluslararası öğrenciler için ne kadar önemli bir faktör olduğunu da bir kez daha vurgulamaktadır. Yağcı (2016), yüksek lisans tez çalışmasında Başkent Üniversitesi'nin web sitesini kullanılabilirlik açısından incelemiştir. Başka bir çalışmada ise, Kamu Kurumları İnternet Siteleri Hazırlama Kılavuzu'na dayalı olarak, kamu üniversitelerinin web sitelerinin kullanılabilirliği içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir (Cevher, 2015).

Radmard (2017), öğrencilerin üniversite tercihlerinde etkili olan faktörler arasında, üniversitenin burs imkânları, öğrenim ücretlerinin uygunluğu, eğitim programlarının ilgilerine ve piyasa ihtiyaçlarına uygunluğu, derslerin toplumsal sorunlara çözüm katkısı, üniversitenin ülkelerinin yalnızca bu kurumla iş birliği yapması, üniversite çevresindeki sosyal ve kültürel yaşamın uygunluğu ve üniversitenin bilgilerine web sitesi aracılığıyla kolayca erişilebilmesi gibi unsurları sıralamaktadır. Bu çalışmada, üniversite web sitesinin öğrenciler için ne kadar önemli olduğu vurgulanmaktadır.

Radmard (2017), öğrencilerin üniversite tercihlerini etkileyen faktörler arasında üniversitenin sunduğu burs olanakları, öğrenim ücretlerinin uygunluğu, eğitim programlarının öğrencilerin ilgi alanlarına ve iş gücü piyasasının ihtiyaçlarına uygunluğu, derslerin toplumsal sorunların çözümüne katkı sağlaması, üniversitenin sadece bu kurumla işbirliği içinde olması,



üniversite çevresindeki sosyal ve kültürel yaşamın öğrencilere uygunluğu ve üniversitenin bilgilerinin web sitesi üzerinden kolayca erişilebilir olması gibi unsurları belirtmektedir. Çalışmada ayrıca, üniversite web sitesinin öğrenciler açısından ne denli önemli olduğu vurgulanmaktadır. Polat ve Arslan (2017), uluslararası öğrencilerin üniversite tercihlerini etkileyen faktörleri kapsamlı bir şekilde incelemiştir. Bu faktörler arasında özellikle örgütsel ve akademik etmenler, yani üniversitenin kampüs olanakları, uluslararasılaşma düzeyi, lisansüstü eğitim imkanları, akademisyen kalitesi ve eğitim kalitesi gibi unsurlar, öğrencilerin yalnızca web sitesi aracılığıyla edindiği bilgilerdir. Bu bağlamda, üniversite web sitelerinin güncel ve aktif olması büyük önem taşımaktadır. Ancak, bu bilgiler Türkçe sunulduğunda, öğrenciler Türkçe bilseler dahi, ülkeye gelmeden önce tüm içeriği anlayacak düzeyde bir dil bilgisine sahip olmayabilirler. Bu nedenle, yabancı dil seçeneği, üniversite web sitelerinde uluslararası öğrenciler için büyük bir öneme sahiptir. Türk üniversitelerinde, uluslararası öğrenciler için İngilizce (ve diğer hedeflenen dillerde) bir dil seçeneğinin bulunması, web sitelerinin erişilebilirliği açısından kritik bir rol oynamaktadır.

Taylor ve Bıçak (2019), yaptıkları araştırmada, web sitesi materyallerinin uluslararası öğrenciler tarafından anlaşılmasının güç olduğunu ortaya koymuşlardır. Web sitelerindeki metinlerin anlaşılmasındaki zorluk, uluslararası öğrenciler için bir engel teşkil etmekte ve başvuru ile kayıt süreçlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Araştırmacılar, uluslararası öğrencilerin başvuru yapabilmeleri için web sitesinde açık ve anlaşılır bir iletişim dilinin kullanılmasının zorunlu olduğunu vurgulamaktadırlar.

Polat ve Çelik (2022), Türkiye'deki üniversitelerin, yabancı öğrencilere nasıl çekici bir şekilde hitap ettiğini incelemiştir. Bu amaçla, Türkiye'deki devlet ve vakıf üniversitelerinin web sitelerinin ana sayfalarında, üniversitenin uluslararası öğrenciler açısından örgütsel çekiciliğini olumlu yönde etkileyebilecek içeriklerin bulunup bulunmadığını, görsel içerik analizi yöntemiyle değerlendirmişlerdir. Araştırmada, üniversitelerin web sitelerinde genellikle bilimsel çalışmalara yer verildiği, ayrıca vakıf üniversitelerinin, eğitim ortamları, binalar, yerleşkeler ve öğrencilerin etkileşimde olduğu görsellerle üniversite hakkında ilk izlenimi oluşturmaya devlet üniversitelerinden daha fazla önem verdikleri saptanmıştır.

Tutar (2023), web sitelerinde sade ve anlaşılır bir iletişim dilinin kullanılmasının, uluslararası öğrencilerin başvuru yapabilmeleri açısından kritik öneme sahip olduğunu belirtmektedir. Araştırmada, web sitelerindeki kabul şartlarının netliği ile öğrenci kaydı arasında pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur. Bu bulgu, web sitelerindeki bilginin belirsizlikten uzak olmasının, öğrencilerin karar verme süreçlerine olumlu katkı sağladığını göstermektedir. Bu nedenle, üniversitelerin uluslararası öğrenci ofislerinde görevli personelden, uluslararası öğrenci işleriyle ilgili tüm yetkililerin, üniversite web sitelerini dil, içerik ve kapsam açısından dikkatle düzenlemeleri büyük önem taşımaktadır (Tutar, 2023).

Üniversitelerin çoğunluğu, web sayfalarında İngilizce tanıtım dili seçerek ve alternatif İngilizce sayfalar oluşturarak, uluslararası öğrenciler ve yabancı araştırmacılar için önemli bir kolaylık sağlamaktadır. Bu bağlamda, İngilizce, üniversiteler için kullanım kolaylığı açısından tercih edilen bir dil haline gelmiştir.

Kamu üniversitelerinin web sayfalarında yabancı dilde yapılan site tanıtımlarının %93,2'si İngilizce, %4,9'u Rusça, %2,9'u Kürtçe, %1,9'u Fransızca ve %1'i ise İspanyolca

dillerindedir. Bu veriler incelendiğinde, üniversitelerin büyük bir kısmının yaygın olarak kullanılan İngilizce'yi tercih ettiği açıkça görülmektedir.

Web sayfalarında İngilizce alternatiflerin bulunması, uluslararası öğrenci kabulünde özellikle avantaj sağlayan bir faktördür. Bu durum, yabancı destekli araştırma projeleri ve üniversiteler arası iş birliklerinde de büyük önem taşımaktadır. Üniversitenin web sayfasının hem yerli hem de yabancı kullanıcılar için erişilebilir olabilmesi, ancak bu şekilde sağlanabilir (Cevher, 2015).

### **3. Yöntem**

#### **3.1.Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Tekniği**

Bu çalışmada, nicel araştırma yöntemiyle veriler yüz yüze anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Araştırmada, veri toplama yöntemi olarak, diğer tekniklere kıyasla farklı bölgelerden daha büyük gruplara hızla uygulanabilmesi ve maliyetinin daha düşük olması gibi avantajları nedeniyle anket tekniği tercih edilmiştir (Büyüköztürk vd., 2018).

Anket, uluslararası öğrencilerin Düzce Üniversitesi'ne yönelik genel algılarını ve bunun ardından web sitesinin etkinliği hakkındaki görüşlerini belirlemeye yönelik sorular içermektedir. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, öğrencilere sosyo-demografik sorular yöneltilerek genel olarak cinsiyet, bölüm, sınıf, geldiği ülke, uyruğu tespit edilmek istenmiştir. İkinci bölümde Düzce Üniversitesini seçme nedenleri ve memnun olup olmadıklarına ilişkin sorulara yer verilmiştir. Son bölümde ise web sitesinin etkinliğini ölçmeye yönelik 5'li likert tipi ifadelerin yer aldığı ölçeği ise, Emre & Akadal& Gülseçen (2018) çalışması referans alınarak yer verilmiştir.

Anket ifadelerinde kullanılan ölçekler, 5 dereceli Likert ölçeğine göre belirlenmiştir. Bu ölçeğe göre puanlama şu şekilde yapılmıştır: '1: Kesinlikle Katılmıyorum', '2: Katılmıyorum', '3: Kısmen Katılıyorum', '4: Katılıyorum' ve '5: Kesinlikle Katılıyorum'. Uluslararası öğrencilerin anketi daha iyi anlayabilmesi, kendilerini daha doğru bir şekilde ifade edebilmesi ve dolayısıyla daha doğru yanıtlar verebilmesi amacıyla, anket ifadeleri Düzce Üniversitesi'ni belirten bir şekilde uyarlanmış ve düzenlenmiştir. Veriler, 2019-2020 eğitim –öğretim yılını kapsayacak şekilde denk gelen tarihler arasında toplanmıştır. Uluslararası öğrenciler eğitim için geldikleri üniversitelerde TÖMER de dil eğitimi görmektedir. Bunun anlamı tüm öğrencilere tek bir merkezde ulaşılabilir olmasıdır. Bu nedenle anket tekniği ile veri toplama süreci öğrencilere TÖMER de ulaşarak gerçekleştirilmiştir.

#### **3.2.Evren ve Örneklem**

Evren, bir araştırma sorusu veya hedefi doğrultusunda tüm olası örneklem birimlerini kapsar. Araştırmada toplanan verilerin analizi ve sonuçların geçerliliği, bu evrende yer alan bir grup üzerinden yapılır ve bu grup, araştırma bulgularının yorumlanacağı temel birim olarak tanımlanabilir (Büyüköztürk vd., 2018). Evren, iki ana kategoriye ayrılabilir: hedef evren (genel evren) ve ulaşılabilir evren (araştırma evreni). Hedef evren, tanımlanması kolay ancak erişilmesi zor ve çoğu zaman mümkün olmayan evrendir ve araştırmacının ideal seçimidir. Ulaşılabilir evren ise daha kolay ulaşılabilen ve araştırmacının örneklem seçebileceği bir gruptan oluşur. Bununla birlikte, evrenin tamamını incelemek, maliyetli ve zaman alıcı bir süreçtir. Örneklem, tüm evrenden daha küçük bir grup seçilerek oluşturulmaktadır

(Büyüköztürk, vd., 2018). Örneklem seçimi, araştırmanın geçerliliği ve bulgularının genellenebilirliği açısından kritik bir rol oynamaktadır. Etkili bir örneklem seçimi, evreni doğru bir şekilde yansıtmalı ve elde edilen sonuçların geniş bir kitleye uygulanabilirliğini temin etmelidir (Gürbüz ve Şahin, 2018).

Araştırmanın ulaşılabilir evreni, hedef evrene ulaşmanın zor veya maliyetli olduğu durumlarda, araştırmacıların daha kolay erişebildiği ve çalışmalarını gerçekleştirdiği bir alt kümedir. Bu nedenle, ulaşılabilir evren tercih edilmiştir. Araştırmanın ulaşılabilir evrenini, 2019-2020 eğitim-öğretim yılında Düzce Üniversitesinde kayıtlı olan tüm uluslararası öğrenciler oluşturmaktadır. Uluslararası öğrenci sayısına ilişkin veriler Düzce Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığından elde edilmiştir. Ancak öğrencinin kayıtlı olması mevcut zaman içerisinde eğitim görüyor olması anlamı taşımamaktadır. Yani kayıtlı olup aktif olmayan öğrenciler de mevcuttur. Bu nedenle sayı olarak aktif olarak eğitimine devam eden öğrenciler dikkate alınmıştır. Düzce Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığından bölümlere göre öğrenci sayıları alınmıştır.

Araştırmada kolayda örnekleme tekniğine başvurulmuştur. Örneklem sayısını hesaplamak için, ana kütledeki birim sayısı (N) biliniyor ise formülü kullanılmıştır (Karagöz, 2014).

$$n = Nxt^2 \times pxq / d^2(N-1)+t^2x(pxq)$$

Formülde yer alan:

n: örneklem sayısını,

p: ana kütledeki incelenen olayın gerçekleşme olasılığı,

q: ana kütledeki incelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı,

t: belirli bir anlamlılık düzeyini

d: tahmin edilecek olan ana kütle oranı ile aynı ana kütlede alınan örneklem arasındaki sapma miktarını ifade etmektedir.

Olayın gerçekleşme olasılığı  $p=0.5$ , olayın gerçekleşmeme olasılığı  $q=0.5$ ,  $\alpha=0.05$  de serbestlik derecesindeki t değeri  $t= 1.96$  ve örnekleme hatası  $d=0.06$  olarak alınmıştır.

Örnek büyüklüğü formülü kullanılarak aktif olarak eğitimine devam eden öğrenci sayıları üzerinden hesaplama yapılmıştır. Tablo 1' de Düzce Üniversitesinde 2019-2020 eğitim öğretim yılında aktif şekilde eğitimine devam eden öğrenci sayıları bölümlere göre düzenlenerek yer almaktadır.

**Tablo 1.** Düzce Üniversitesi Uluslararası Öğrenci Sayıları ve Bölümlere Göre Dağılımları

Akademik Birim	Bölüm	Sayı
Sağlık Yüksekokulu	Sosyal Hizmet	1
Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	Mimarlık	22
Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi	Radyo, Televizyon ve Sinema	4
Sosyal Bilimler Enstitüsü	Eğitim Programları ve Öğretimi - YL	1
Sosyal Bilimler Enstitüsü	Girişimcilik - YL	1
Sosyal Bilimler Enstitüsü	Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık - YL	1
Spor Bilimleri Fakültesi	Antrenörlük Eğitimi	7

Spor Bilimleri Fakültesi	Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği	2
Teknoloji Fakültesi	Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği	1
Teknoloji Fakültesi	Bilgisayar Mühendisliği	23
Teknoloji Fakültesi	Elektrik Elektronik Mühendisliği	7
Teknoloji Fakültesi	İmalat Mühendisliği	1
Teknoloji Fakültesi	İnşaat Mühendisliği	57
Teknoloji Fakültesi	Makine ve İmalat Mühendisliği	6
Tıp Fakültesi	Tıp	154
Ziraat ve Doğa Bilimleri Fakültesi	Bitki Koruma	3
Ziraat ve Doğa Bilimleri Fakültesi	Biyosistem Mühendisliği	2
<b>TOPLAM</b>		<b>293</b>

İlgili değerler formüle uygulandığında,  $N = 293$  ve araştırmanın örneklem sayısı  $(n)=167$  olarak belirlenmiştir.

### 3.3.Verilerin Analizi

Araştırmada, uluslararası öğrencilerin Düzce Üniversitesi'nin kurumsal web sitesine ilişkin görüşlerinin incelenmesi için elde edilen veriler, SPSS 22.0 programı ile analiz edilmiştir. İlk olarak, araştırmaya katılan 167 öğrencinin demografik özellikleri, betimsel istatistikler kullanılarak frekans dağılımı şeklinde incelenmiştir. Ardından, verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığını belirlemek için, tanımlayıcı istatistikler aracılığıyla basıklık ve çarpıklık katsayıları hesaplanmıştır. Araştırmanın sorunsalına ilişkin değişkenler belirlenmiş ve ölçüm araçlarının yapısal geçerliliğini test etmek amacıyla keşfedici faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizinin ardından, faktörler altında gruplanan maddelerin ya da değişkenlerin tutarlılığını değerlendirmek için (Gürbüz ve Şahin, 2018) Cronbach Alpha güvenilirlik katsayıları hesaplanmıştır.

## 4. Bulgular

Çalışmanın bu kısmında, elde edilen verilerin analizi sonucu ulaşılan bulgular ile ilgili tablo ve yorumlara yer verilmektedir.

### 4.1.Uluslararası Öğrencilere İlişkin Demografik Özellikler

Uluslararası öğrencilerin çoğunluğu uyruğu açısından incelendiğinde Suriyeli öğrencilerden oluşmaktadır. 167 öğrenciden elde edilen veriye göre, öğrencilerin %30 'unu oluşturan Suriyeli öğrenciler aynı zamanda çoğunlukla Tıp fakültesinde ve Mühendislik fakültesinde eğitim görmektedir. Türkiye, jeopolitik konumu nedeniyle göç yolları ve geçiş ülkeleri açısından merkezi bir rol oynamaktadır (Levent vd., 2021). Özellikle Ortadoğu, Asya ve Afrika kıtalarından gelen pek çok göçmen ve sığınmacı, Türkiye'yi göç edilebilir bir bölge ve transit bir ülke olarak kullanmaktadır (Ünsal, 2019). Ayrıca, Türkiye, Suriye'deki iç savaştan kaçan Suriyeli sığınmacıların ilk ulaştıkları ülke olmuştur (MIPEX, 2015). Suriyeli göçmenler arasında öğrenci konumundaki bireyler incelendiğinde, bu grubun uluslararası öğrenci sayıları içerisinde önemli bir paya sahip olduğu gözlemlenmektedir. Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi'nin istatistiklerine göre 2019-2020 eğitim-öğretim yılında ülkemizde 23.823'ü erkek, 13.413'ü kadın olmak üzere toplam 37.236 Suriyeli öğrenci üniversitede eğitim almıştır. Bu rakam, Türkiye'deki yabancı öğrencilerin toplamının %16,60'ini oluşturmaktadır (YÖK,

2021). Bu rakamlar doğrultusunda, Düzce Üniversitesinde de Suriyeli öğrencilerin uluslararası öğrenciler arasındaki çoğunluğu şaşırtıcı değil doğal bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Suriye uyruklu öğrencileri kardeş ülke Azerbaycan takip etmektedir. Azerbaycanlı öğrenciler de toplam uluslararası öğrencilerin %17,6'sını oluşturmaktadır. Azerbaycan ile Türkiye 2017 yılında iki ülke arasında yükseköğretim alanında iş birliğine yönelik mutabakat zaptını imzalanmıştır. Mutabakat zaptı ayrıca yükseköğretim programlarına öğrenci kabulü, diplomaların karşılıklı tanınması ve denklik konularının düzenlenmesi başta olmak üzere, her iki ülkenin yükseköğretim kurumları arasında karşılıklı olarak öğrenci ve öğretim elemanlarının değişim programlarına katılımlarının artırılmasını içermektedir. Bu durumda yine öğrenci sayısının daha yoğun olmasında bir neden olarak görülmektedir.

Uyruklar açısından rakamlar incelendiğinde Ruandalı öğrencilerinde yine Düzce Üniversitesinde eğitim alma konusunda yoğunlukta olduğu söylenmektedir. 2017 yılında YÖK ile Ruanda Eğitim Bakanlığı arasında yükseköğretim alanında bir mutabakat zaptı imzalandı. Bu zabit ile Ruanda'daki Müslümanların dini eğitimleri de dâhil yükseköğretim alanında ülkemizde eğitim alabilmelerine ilişkin konular yer almıştır. Ruandalı öğrencilerin çoğunluğunun da İlahiyat fakültesinde eğitim gördüğü tespit edilmiştir.

Düzce Üniversitesinde Suriye, Azerbaycan ve Ruanda'dan sonra sırayla Türkmenistan, İran, Irak ve Sudan uyruklu öğrenciler eğitim görmektedir. Öğrenciler, genel olarak Tıp ve Mühendislik alanlarında yoğunlaşırken, İlahiyat, İşletme ve Öğretmenlik dallarında da okuyan uluslararası öğrenciler bulunmaktadır.

#### **4.2.Ölçekteki Tüm İfadelere Ait Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık Ve Basıklık Değerleri**

Normal dağılım, parametrik analizlerin uygulanabilmesi için temel bir varsayım olup, verilerin normal dağılıma sahip olması, değişkenlerin dağılımlarını ölçme ile ilgilidir (Durmuş vd., 2018). Normallik testinde, standart sapma ve ortalama birlikte değerlendirilir, çünkü standart sapma, verilerin ortalamadan ne kadar saptığını göstermektedir. Aritmetik ortalama, bir değişkenin tüm değerlerinin toplamının gözlem sayısına bölünmesiyle elde edilir ve araştırma raporlarında merkezi eğilimi belirlemek için en yaygın kullanılan ölçüttür. Standart sapma ise, verilerin ortalamaya olan yayılımını ölçen ve değerlerin ne kadar dağıldığını özetleyen bir göstergedir (Gürbüz ve Şahin, 2018). Araştırma kapsamında, verilerin dağılım biçimlerinin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri hesaplanarak incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmadaki değişkenlerin çarpıklık değerinin 2'den, basıklık değerinin ise 7'den küçük olması beklenmektedir. (Hong vd., 2003).

**Tablo 2.** İfadelere İlişkin Ortalama, Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

<b>İfadeler</b>	<b>Ortalama</b>	<b>Basıklık</b>	<b>Çarpıklık</b>
İ1	3,2619	-,389	-,506
İ2	3,3095	-,810	-,549
İ3	3,3512	-,574	-,653
İ4	3,5000	-,502	-,727
İ5	2,9524	-,938	,142
İ6	2,8274	-,294	,125
İ7	3,1190	-,386	-,074

İ8	3,4702	-,739	-,430
İ9	3,4583	,029	-,747
İ10	3,1726	-,546	-,321
İ11	3,1964	-,501	-,517
İ12	3,4524	-,870	-,056
İ13	3,4821	-,123	-,597
İ14	2,9762	-,367	-,050
İ15	3,1488	-,197	-1,081
İ16	3,5179	-,821	-,615
İ17	3,3571	-,677	-,422
İ18	3,5298	-,491	-,741
İ19	3,3274	-,467	-,572
İ20	3,5357	-,093	-,637
İ21	3,4583	-,046	-,260

İfadelere ilişkin aritmetik ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamaya (3,5357) sahip ifadenin “Düzce Üniversitesi web sitesindeki her şeyi anlaması kolaydır” olduğu görülmektedir. Uluslararası öğrencilerin üniversite web sitesini anlaması açısından kolay olduğunu düşündükleri yönünde bir yorumda bulunulabilir. En yüksek ortalamaya karşın en düşük ortalama ise “Düzce Üniversitesi web sitesindeki sayfalar çok ilgi çekicidir” ifadesine aittir. Öğrenciler üniversite web sitesindeki sayfaların çok ilgi alanlarına girerek onları çekmediklerini ifade etmeye çalıştıkları yönünde bir yorumda bulunulabilir.

Araştırmamızın temel amacı olan uluslararası öğrencilerin web sitesindeki dil seçeneğine ilişkin görüşlerine ait ifadenin “Düzce Üniversitesi web sitesinde farklı dil seçenekleri mevcuttur” ortalaması ise 3,4583 ile kısmen katılıyorum derecesini geçerek katılıyorum derecesine yakınlaşmıştır. Bunun anlamı öğrenciler dil seçeneğinin farkında ve bu seçenekten faydalanıyor şeklinde yorumlanabilir.

Tüm ifadelerle ilişkin genel ortalamalara bakıldığında ise ortalama düzeyin biraz üzerinde olduğunu görmek mümkündür. Yani web sitesine ilişkin görüşleri olumsuz değil, olumluya yakın olarak değerlendirilebilir.

#### 4.3.Keşfedici Faktör Analizi ve Sonuçları

Faktör analizi, genel olarak keşfedici faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizi olmak üzere iki farklı türde uygulanmaktadır. Keşfedici faktör analizi, genellikle incelenen değişkenlerin hangi faktörlerden türediğini belirlemek amacıyla kullanılmaktadır. Bu analiz, yapı hakkında daha derin bir anlayış geliştirebilmek için, fazla sayıda değişkeni daha az sayıda anlamlı faktöre indirgemeye yardımcı olur ve en açıklayıcı faktörleri ortaya çıkarmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018). Faktör analizi uygulamadan önce, ifadelerin ve bu ifadeler arasındaki ilişkilerin faktör analizi için uygunluğunu test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterlilik Testi ve Bartlett Küresellik Testi gerçekleştirilmiştir. Bartlett Küresellik Testi'nin anlamlılık düzeyinin 0,000 çıkması, ifadeler arasındaki ilişkinin faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. KMO testiye, tüm soru grubunun faktör analizi için uygunluğunu belirler. KMO testinin 1'e yakın bir değerde olması, değişkenler arasında güçlü bir ilişki olduğunu ve bunların birbirlerini doğru bir şekilde tahmin edebileceğini ifade eder. KMO örneklem yeterliliği için kabul edilebilir alt sınır ise 0,50'dir. Genel olarak kabul edilen

KMO değerleri ve bunların yorumları aşağıda verilmiştir (Durmuş vd., 2018): 0.80 ve yukarısı Mükemmel, 0.70 ve 0.80 arası İyi, 0.60 ve 0.70 arası Orta, 0.50 ve 0.60 arası Kötü, 0.50 den aşağı Kabul edilemez.

Keşfedici faktör analizine ilişkin sonuçlar incelendiğinde faktör analizinin uygunluğu ve örneklem yeterliliğinin yeterli olduğu görülmektedir. İlgili değerler aşağıda Tablo 3'te yer almaktadır.

**Tablo 3.** Keşfedici Faktör Analizi ve Değerlendirme Kriteri

İFADELER	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans	Faktörün Adı
Düzce Üniversitesi web sayfasında bir şeye tıklayınca ihtiyacım olan şeye ulaşabiliyorum	,599	26,076	İçerik
Düzce Üniversitesi web sitesi ilgi alanıma girmektedir.	,827		
Düzce Üniversitesi web sitesindeki sayfalar çok ilgi çekicidir.	,755		
Düzce Üniversitesi web sitesinde istediğim bilgiye kolaylıkla ulaşabiliyorum.	,694		
Düzce Üniversitesi web sitesi bana mantıklı görünüyor.	,733		
Düzce Üniversitesi web sitesi aradığım bilgiyi bulmama yardımcı oluyor	,663		
Düzce Üniversitesi web sitesini kullanmaktan hoşlanıyorum.	,806		
Düzce Üniversitesi web sitesiyle ilgili isteklerim hakkında ilgili kişilerle kolaylıkla iletişim kurabiliyorum	,589		
Düzce Üniversitesi sitede dolanırken gitmem gereken yönü keşfetmek bir problemidir.	,492		
Düzce Üniversitesi web sitesini kullanırken kontrolün bende olduğunu hissediyorum	,696		
Düzce Üniversitesi web sitesini kullanırken nerede olduğunuzu hatırlamak güçtür.	,794	15,434	Kullanılabilirlik
Düzce Üniversitesi web sitesinde sayfalar arasında gezinmek zordur.	,562		
Düzce Üniversitesi web sitesinin benim ihtiyacım olan şeylere sahip olup olmadığını söylemek oldukça güç.	,617		
Düzce Üniversitesi web sitesini ilk kez kullanırken hiç zorlanmadım	,741		
Düzce Üniversitesi web sitesi kullanıcıyı rahatsız edecek bazı özelliklere sahiptir.	,640		
Düzce Üniversitesi web sitesinin daha fazla tanıtıcı açıklamaya ihtiyacı var.	,802	8,106	Anlaşılabilirlik
Düzce Üniversitesi web sitesini kullanmak zaman kaybıdır.	,580		
Düzce Üniversitesi web sitesini kullanırken kendimi yeterli hissediyorum	,714	11,381	Erişilebilirlik
Düzce Üniversitesi web sitesindeki her şeyi anlaması kolaydır.	,662		
Düzce Üniversitesi web sitesinde farklı dil seçenekleri mevcuttur.	,788		
<b>Değerlendirme Kriteri;</b> Kaiser-Meyer-Olkin (KMO): .811, Approx. Chi-Square: 1840.577, Bartlett's Test of Sphericity: .000, Açıklanan Varyans Toplamı: 60,997			

Keşfedici faktör analizi sonucunda toplam 4 faktör ortaya çıkmaktadır. Faktör analizine tabi tutulan 21 ifadeden 1 ifade “Düzce Üniversitesi web sitesi çok yavaştır” faktör yükü 0,50 nin altında kaldığı için analizden çıkarılmıştır. Analize 20 ifade ile devam edilmiştir. Faktör analizi sonucunda 1. Faktörü meydana getiren 10 ifade tek boyut altında toplanarak, açıklanan toplam varyans değeri 26,076 olmuştur. Faktörü oluşturan ifadeler incelendiğinde web siteleri işlevsellik kriterleri açısından bu faktörün İçerik olması gerektiğini ifade etmek mümkündür. İçerik bir web sitesi için en önemli unsurlardan biridir. Çünkü web sitesi kullanıcıları ve ziyaretçileri web sitelerini tasarımı için değil içerikleri için ziyaret etmektedir. Uluslararası öğrenciler için de web sitesi bilgi kaynağı görevi gördüğünden içerik kısmı önem kazanmaktadır.

Faktör analizi sonucunda 2. Faktörü meydana getiren 5 ifade tek boyut altında toplanarak, açıklanan toplam varyans değeri 15,434 olmuştur. Faktörü oluşturan ifadeler incelendiğinde web siteleri işlevsellik kriterleri açısından bu faktörün Kullanılabilirlik olması gerektiğini ifade etmek mümkündür. Web sitelerinde farklı ziyaretçilerin ve kullanıcıların farklı ihtiyaçları olacaktır. Web sitelerinin farklı ihtiyaçlara cevap verebiliyor olması ve beklentileri karşılması da web sitesinin işlevselliği için önemlidir. Genel olarak öğrenciler de bu ifadelere katılım göstererek bu faktörün önemini vurgulamışlardır.

Faktör analizi sonucunda 3. Faktörü meydana getiren 2 ifade tek boyut altında toplanarak, açıklanan toplam varyans değeri 8,106 olmuştur. Faktörü oluşturan ifadeler incelendiğinde web siteleri işlevsellik kriterleri açısından bu faktörün Anlaşılabilirlik olması gerektiğini ifade etmek mümkündür. Web sitesi kullanıcılarının açıklamalara erişip onları doğru şekilde anlayabiliyor olmaları da işlevselliğin anahtarından biri olmaktadır.

Faktör analizi sonucunda 4. Faktörü meydana getiren 3 ifade tek boyut altında toplanarak, açıklanan toplam varyans değeri 11,381 olmuştur. Faktörü oluşturan ifadeler incelendiğinde web siteleri işlevsellik kriterleri açısından bu faktörün Erişilebilirlik olması gerektiğini ifade etmek mümkündür. Bir web sitesinin işlevini tam olarak yerine getirebilmesi için kullanıcıların tüm içeriğe sorunsuz şekilde erişebiliyor olması gerekmektedir.

## **5. Sonuç ve Öneriler**

Web sitelerinin, kullanıcıların ihtiyaçlarına ve taleplerine etkili bir şekilde yanıt verebilmesi, kullanıcıların aradıkları bilgilere hızlı ve sorunsuz bir şekilde erişebilmeleri son derece önemlidir. Bu durum, sadece ticari alanlarda faaliyet gösteren web siteleri için değil, aynı zamanda akademik amaçlarla kullanılan üniversite web siteleri için de geçerlidir.

Araştırmaya katılan uluslararası öğrencilerin çoğunluğunun Düzce Üniversitesine ve web sitesine ilişkin olumlu algılarının olduğu görülmektedir. Öğrenciler aynı zamanda web sitesinde bulunan farklı dil seçeneklerinin farkındadır ve olumlu karşılamaktadır. Ayrıca web sitesinin içerik, erişilebilirlik, kullanılabilirlik ve anlaşılabilirlik gibi işlevsellik kriterleri açısından da öğrencilerin değerlendirmeleri genellikle olumlu yöndedir.

Araştırma sonuçlarında özellikle de araştırmanın katkısı açısından incelendiğinde, Düzce Üniversitesi web sitesinin İngilizce dilinde her bir birim için tanıtım yazılarının ve ana sayfada bulunan tüm ilgili açılır linklerin ve sekmelerin isimlerinin çevrilmiş olmasının sağladığı katkı anket verilerinden elde edilen bulgularla ortaya konulmuş olmaktadır.



Bu çalışmadan elde edilen verilere göre yükseköğrenim kurumları rastgele hazırlanmış ve durağan bir yapıya sahip web siteleri yerine, profesyonel bir ekip tarafından hazırlanmış, görselliği ön plana çıkaran dinamik ve tatmin edici bilgiler içeren kullanımı kolay ve mutlaka farklı dillerde de görüntülenebilen web sitelerini tercih etmelidirler.

Bu araştırma bağlamında aşağıdaki öneriler yapılabilir:

- Üniversite web sitelerinde Uluslararası öğrenciler için kendilerine ait ayrı bir sayfası olması ve Türk üniversitelerinde bu sayfanın “Öğrenci” sekmesi altında bulunabileceğini bilmelidir.
- Üniversitelerin uluslararası öğrenci web sitelerinin yönetimi ve içeriğiyle ilgilenen, yabancı dil bilgisi yüksek ve konuya hâkim uzmanlara ihtiyaç duyulduğu görülmektedir.
- Üniversitelerin web sitelerinde fakülteler ve bölümler için Türkçe/İngilizce ve diğer dillerde güncellenmiş seçeneklerin sunulması gerekmektedir. Zira, başvuru yapılacak bölümle ilgili bilgilere erişim, başvuru sürecinin önemli bir hazırlık aşamasıdır. Bu nedenle, uluslararası öğrenci web sayfaları, üniversitenin tüm bölümlerinin işlevlerini doğru bir şekilde yansıtmalıdır.
- Üniversite web sitelerinin dilinin, kullanıcılar tarafından kolayca anlaşılabilir olması gerekmektedir. Tüm süreçler ve ilgili konular, öğrencilere adım adım açık bir şekilde sunulmalıdır.
- Uluslararasılaşma sürecinin bir parçası olarak, gelecekteki araştırmalar, Türk üniversitelerinin web sitelerinin uluslararası öğrenciler açısından dil kullanımını, sadelik seviyesini ve bilginin sistematik bir şekilde sunulup sunulmadığını incelemelidir.

### **Kaynakça**

- Bakmaz, E.Y., & Görkemli, H.N. (2018). Derneklerin web sitelerinin kurum kimliği yönünden incelenmesi: Mardin örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 40, 199-210.
- Başok Yurdakul, N., & Çoşkun, G. (2009). “Fakültelerde Web Sitelerinin Kurumsal Tanıtım Amaçlı Kullanımı: İletişim Fakülteleri Web Siteleri Üzerine Bir Araştırma”. *Journal of Yaşar University*, 4(13), 1950–1976.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (25.Baskı). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi-Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, (Çev: Ebru Kılıç) 1. Cilt, 3. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Çelik, T. (2014). “Web Sitelerinin Erişilebilirlik Değerlendirmesi: Ege Üniversitesi Örneği”. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 8(28), 429–429.
- Cevher, E. (2015). “Kamu Üniversiteleri Web Sayfalarının Kullanılabilirliğinin İçerik Analizi ile İncelenmesi”. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 14(2), 387–402.

- Delen, E., & Abdülselem, M. S. (2015). "Eğitim Fakültesi Web Sitelerinin İşlevselliklerinin İncelenmesi: Sorunlar ve Öneriler". *Sakarya University Journal of Education*, 5(2), 158-173.
- Durmuş, B.; Yurtkoru, E. S. & Çinko M. (2018). Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi (7.Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Emre, İ. E., Akadal, E., & Gülseçen, S. (2018). "Örgün Ve Uzaktan Eğitim Öğrencileri İçin Kullanılabilirlik Araştırması: Marmara Üniversitesi Web Sitesi". *Uluslararası Yönetim Bilişim Sistemleri ve Bilgisayar Bilimleri Dergisi*, 2(1), 12-22.
- Erdönmez C. & Morkoç D. (2013). Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Alanında Eğitim Veren Meslek Yüksekokullarının Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. 11. Ulusal Büro Yönetimi ve Sekreterlik Kongresi, 4-6 Ekim 2012, 147-165.
- Greenwood, G. (2012). Examining the presence of social media on university web sites. *Journal of College Admission*, (216), 24.
- Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Felsefe-Yöntem-Analiz (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hallahan, Kirk (2001). "Improving Public Relations Web Sites Through Usability Research", *Public Relations Review*, 27, 223-239.
- Hong S., Malik, M.L. & Lee, M.K. (2003). Testing configural, metric, scalar, and latent mean invariance across genders in sociotropy and autonomy using a non-western sample, *Educational and Psychological Measurement*, 63, 636.
- Karagöz, Y. (2014). SPSS 21.1 uygulamalı biyoistatistik. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Karsak, Y. (2008). Web Sitelerinin Kurumsal Kimlik Açısından Değerlendirilmesi: En Beğenilen 20 Şirket Üzerine Bir Analiz. Galatasaray Üniversitesi *İletişim Dergisi*, (9), 165-179.
- Kent M. & Taylor M. (1998). "Building Dialogic Relationships Throught the WWW", *Public Relations Review*, 24, 321-334.
- Koç. H. (2015). Üniversitelerde Web Sitelerinin Kurumsal İletişim Amaçlı Kullanımı: Devlet ve Vakıf Üniversitelerinin Web Siteleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt:3, Sayı:2, 57-83.
- Koçer, S. (2017). Kurumsal web sitelerinin kurum kimliği açısından incelenmesi: en çok tercih edilen üniversiteler üzerine bir analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(53), 756-772.
- Levent F, Öksüz Gül F. & Aydemir, T. (2021). Suriyeli Üniversite Öğrencilerinin Türkiye'de Üniversite Deneyimleri, *Milli Eğitim*, 50(1), 807 - 835.

- Moogan, Y. J. (2011). Can A Higher Education Institution's Marketing Strategy Improve The Student-Institution Match?, *International Journal of Educational Management*, 25(6), 570.
- Morkoç, D. K., & Doğan, M. (2014). “Üniversite “Web” Sitelerinin Tanıtım Amaçlı Kullanımı: Üniversitelerin Turizm Bölümleri Üzerine Bir Araştırma”. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 4(1), 56-66.
- MIPEX. (The Migrant Integration Policy Index). (2015). Changes in Context. Erişim adresi: <http://www.mipex.eu/turkey>.
- Okay, A. & Okay, A. (2007). Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları, Der Yayınları, İstanbul.
- Onat, F. (2014). Dijital çağda halkla ilişkiler yazarlığı. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özçelik, E., Kurlun, E., & Çağiltay, K. (2006). “Göz Hareketlerini İzleme Yöntemiyle Üniversite Web Sayfalarının İncelenmesi”. Akademik Bilişim Bildiriler Kitapçığı.
- Özenç Uçak, N., & Çakmak, T. (2009). “Web Sayfası Kullanılabilirliğinin Ölçülmesi: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Web Sayfası Örneği”. *Türk Kütüphaneciliği*, 23(2), 278–298.
- Pala, F. K., Arslan, H., & Özdiñç, F. (2016). “Eğitim Bilişim Ağı Web Sitesinin Otantik Görevler ve Göz İzleme ile Kullanılabilirliğinin İncelenmesi”. *Ihlara Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 24–38.
- Peltekoğlu F. B.(2007). Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Yayınları, İstanbul.
- Polat, S., & Celik, C. (2022). University websites: Attractive or casual? *Higher Education Governance & Policy*, 3(1), 16-28.
- Polat, S.& Arslan, Y. (2017). Uluslararası öğrencilerin üniversite seçimini etkileyen etmenler. *Yükseköğretim Dergisi*, 7(2), 94–104.
- Radmard, S. (2017). Türk Üniversitelerindeki Uluslararası Öğrencilerin Yükseköğretim Taleplerini Etkileyen Etkenlerin İncelenmesi. *Yükseköğretim Ve Bilim Dergisi* (1), 67-77.
- Sarı, Y. (2010). Turizm Alanında Lisans Öğrenimi Gören Öğrencilerin Fakülte/ Yüksekokul Tercihlerinde Üniversite Web Sitelerinin Etkililiği Üzerine Bir Araştırma. Akademik Bilişim’10 - XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Tanrıverdi, Ö., Karabulut, M.Z. & Arslan, A. (2016). Üniversite Web Sayfalarının Değerlendirilmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, 10th International Computer and Instructional Technologies Symposium (ICITS), Rize.
- Tarhan, A. (2007). Halkla İlişkilerde Tanıma ve Tanıtma Aracı Olarak İnternet. *Selçuk İletişim Dergisi*, Cilt 4, Sayı 4, 75-95.
- Tosun, N. B. (2020). Marka yönetimi. Beta Yayıncılık.

- Tutar, H. (2023). Türk Üniversite Web Sitelerinin Uluslararası Öğrencilerin Bilgi İhtiyaçları Açısından İşlevselliği, Mehmet Akif Ersoy University *Journal of Economics and Administrative Sciences Faculty*, 10 (1), 777-798.
- Ünsal, A. (2019). Uluslararası Göç Kavramı ve Uluslararası Göçün Ülke Ekonomileri Üzerinde Muhtemel Etkileri. *Selcuk University Journal of Social and Technical Researches*, 18, 50-61.
- Vildan, A., & Karacan, H. (2009). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Web Sitesi Kullanılabilirlik Analizi. *International Journal of Informatics Technologies*, 2(2).
- Yağcı, S. (2016). “Üniversite Web Sitelerinin Kullanılabilirlik Sorunları Üzerine Bir Çalışma: Başkent Üniversitesi Web Sitesinin İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi)”. Başkent Üniversitesi, Ankara.
- Yalın, B. E., & Silsüpür, Ö. (2017). Kent tanıtımında etkili bir araç olarak web sayfaları: DOKAP bölgesi illeri kapsamında bir araştırma (446-452). DOKAP Bölgesi uluslararası turizm sempozyumu, sunulmuş bildiri, Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Yeygel, S.&Temel, A. (2006). İşletmelerin Kurumsal İmajlarının Hedef Kitlelere İletilmesinde Bir Araç Olarak Kurumsal Web Siteleri, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi, 2. Halkla İlişkiler Sempozyumu, 27-28 Nisan.
- YÖK. (2021). Yükseköğretim Bilgi Sistemi İstatistikleri. Erişim adresi: <https://istatistik.yok.gov.tr/>.
- Yurdakul, N. B. & Coşkun, G. (2009). Fakülterde Web Sitelerinin Kurumsal Tanıtım Amaçlı Kullanımı: İletişim Fakülteleri Web Siteleri Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Yasar University*, 4 (13), 1951-1976.
- <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/hedefodakliuluslararasıilasma.aspx#:~:text=%C3%87%C3%BCnk%C3%BC%202019'da%20154%20bin,ekip%20%C3%A7al%C4%B1%C5%9Fmas%C4%B1yla%202020%20bini%20ge%C3%A7>