

ÜNİVERSİTE REKTÖRLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMLARININ MABAC YÖNTEMİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ*

EVALUATION OF UNIVERSITY RECTORS' USE OF SOCIAL MEDIA BY MABAC METHOD

Mehmet Can DEMİRTAŞ** 

Öz

Sosyal medya, kar amacı olsun ya da olmasın işletmelerin; bireylerin ve kamunun iletişim hedeflerinin sağlanmasında yararlanılan çok güncel ve teknoloji temelli bir iletişim kanalıdır. Yükseköğretim kurumları olarak üniversiteler ve üniversiteleri yöneten rektörlerin de paydaşları ile iletişimlerinde sosyal medya yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu çalışma; çok kriterli karar verme tekniklerinden birisi olan MABAC yöntemini kullanarak Türkiye’de yer alan kamu ve vakıf üniversite rektörlerinin “Twitter, Instagram ve Facebook” isimli sosyal medya platformları üzerindeki kullanımına ilişkin değerlendirmede bulunma amacı taşımaktadır. MABAC yönteminin uygulama sürecinde sıralama kriterleri “takipçi sayısı, gönderi sayısı, beğeni sayısı ve ortalama beğeni” şeklinde ve eşit ağırlıkta belirlenmiştir. Çalışma sonucunda kamu üniversiteleri rektörleri açısından “Twitter”da Prof. Dr. Melih Bulu, “Instagram ve Facebook”ta ise Prof. Dr. Nihat Hatipoğlu’nun ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Vakıf üniversiteleri rektörleri açısından ise; “Twitter”da Prof. Dr. İ. Yaşar Hacısalihoğlu, “Instagram”da Prof. Dr. Şahin Karasar ve “Facebook”ta ise Prof. Dr. Türkyay Dereli’nin ilk sırada yer aldığı bulgulanmıştır. Her üç sosyal medya platformunda da ilk beş sıra içerisinde yer alan rektörler ise Prof. Dr. Nihat Hatipoğlu ve Prof. Dr. F.S. Nükhet Hotar olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Medya Pazarlaması, Çok Kriterli Karar Verme, Üniversite Rektörleri.

Jel Kodları: M30, M31, M39.

* Bu makalenin saha çalışması, Kırklareli Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu’nun 11/05/2021 tarih ve E-35523585.929.10695 sayılı numaralı Etik Kurul İzni ile onaylanmıştır.

** Kırklareli Üniversitesi, İşletme Bölümü, mehmetcan.demirtas@klu.edu.tr

Abstract

Social media is a very up-to-date and technology-based communication channel used in the provision of communication goals of whether for profit or not businesses, individuals and the public. As higher education institutions universities and rectors use social media extensively communicate with their stakeholders. This study aims to evaluate the use of Twitter, Instagram and Facebook by public and foundation university rectors using the MABAC method, which is one of the multi-criteria decision-making techniques. In the application process of the MABAC method, the ranking criteria were determined as “number of followers, number of posts, number of likes and average likes” and with equal weight. As a result of the study, in terms of the rectors of public universities, it is seen that on “Twitter” Prof. Melih Bulu, and “Instagram and Facebook” Prof. Nihat Hatipoğlu appear to be in the first place. In terms of foundation universities rectors; on Twitter Prof. Yasar Hacisalihoglu; on Instagram Prof. Şahin Karasar and on Facebook Prof. Turkey Dereli appear to be in the first place. Rectors who rank among the top five in all three social media platforms have been determined as Prof. Nihat Hatipoğlu and Prof. F.S. Nukhet Hotar.

Keywords: Social Media, Social Media Marketing, Multi Criteria Decision Making, University Rectors.

Jel Codes: M30, M31, M39.

1. Giriş

Teknolojik ilerlemelerin iletişime yönelik etkileri ile ortaya çıkan ve günümüzde iletişimin ister toplumsal isterse de birey bazlı odak noktası haline dönüşen sosyal medya olgusu; kişilerin fikir, inanç ve düşüncelerini özgürce paylaşabildikleri, paylaşılan içeriklerin ise takip edilebildiği dijital bir alanı meydana getirmektedir. Sosyal medya; katılımı, açık sohbeti, bağlantılılığı ve topluluk duygusunu teşvik eden her türlü çevrimiçi medya (Saravanakumar & SuganthaLakshmi, 2012, s.4444) olarak görülmekte ve özellikle sosyal ağ siteleri, insanların internet üzerinden iletişim kurmaları için sanal bir alanı oluşturmada ve bu da tüketici sosyalleşmesinin önemli bir aracıdır (Vinerean vd., 2013, s.66) Facebook, Twitter, Instagram ve LinkedIn vb. gibi sosyal medya platformlarının küresel ölçekte çok kısa sürede yüksek sayıda aktif bir kullanıcı kitlesine sahip olması, işletmeler için yeni bir pazarlama odaklı rekabet alanının da ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Öyle ki ilgili sosyal medya platformları günümüzde siyaset, spor, sanat, sağlık vb. birçok alan için toplum ile iletişimin en yoğun kullanıldığı kanal haline dönüşmektedir. İşletmeler sosyal medyayı kullanarak tüketicileri ile aktif, dinamik ve karşılıklı bir iletişim sürecine sahip olurken, pazarlama bütçesindeki maliyetleri de azaltma şansını yakalamaktadır. Bu tür bir avantajın yanında sosyal medya sahip olduğu kitlesel güç ile geleneksel pazarlamada yer alan dengenin aksine işletme-müşteri arasındaki güç yapısının değişimine neden olmaktadır. Bahse konu dijital dönüşüm, sosyal medyaya entegre olan, etkilenmesi, ikna edilmesi ve elde tutulması gittikçe zorlaşan, yeni, güçlü ve sofistike bir tüketici kitlesinin ortaya çıkmasına (Constantinides, 2014, s.40) da neden olarak önemli bir çevresel bileşen haline dönüşmektedir. Dolayısı ile işletmelerin rekabetçi başarı elde etmeleri, teknolojik ilerlemelerin tüketiciler üzerindeki etkilerinin analiz edilmesi ve sosyal medyanın stratejik bir pazarlama aracı olarak kullanılmasına bağlı olmaktadır. Aynı zamanda teknolojide meydana gelen radikal değişimlerin

tüketicilerin bilgiye ulaşmasının kolaylaşmasını sağlaması, işletmelerin pazarlama anlayışı içerisindeki dönüşümünün müşteriye yönelik “değer sunumu” kapsamında değerlendirilmesine de neden olmaktadır (Koçak, 2012, s.61). İşte bu noktada sosyal medya işletmelerin müşteri yönlü değer önerilerini sunduğu güncel pazar alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Dahası, müşterilere yönelik değer sunumu hedefi pazarlamanın modern tanımı içerisinde de yer almakta ve pazarlama; “işletmelerin müşteriler için değer yarattığı ve karşılığında müşterilerden değer elde etmek için güçlü ilişkiler kurduğu süreç” (Kotler & Armstrong, 2012, s.29) olarak tanımlanmaktadır. Pazarlamanın müşteriler ile “güçlü ilişkiler” yaratma ve sürdürme hedefinin günümüzde en yaygın şekilde kullanıldığı alan ise sosyal medyadır. Dolayısı ile üretim işletmeleri, spor kulüpleri, siyasi partiler, dernekler ya da sendikaların olduğu kadar hizmet endüstrisi kapsamında yüksek eğitim hizmetlerine ilişkin ihtiyaçların karşılanması ve online bağlantılılığın sağlanması sürecinde üniversitelerin de pazarlama anlayışının, kendisinden hizmet alan tüm paydaşlara yönelik değer oluşturma hedefi çerçevesinde tanımlanması gerekmektedir. Bu hedefe ulaşmada sosyal medya önemli bir rol üstlenmektedir. Bir eğitim işletmesi olarak üniversitelerin sürdürülebilir rekabette yer alması akademik ve idari kadrosunun başarısı kadar hizmet verdiği hedef kitlesinin algıladığı hizmet ve iletişim kalitesi ile de ilişkilidir. Dahası üniversitelerin varlık amaçlarından birisi olan eğitim hizmetlerinin talebinin sürekliliğinin sağlanması da bir temel belirleyici olarak değerlendirilmektedir. Böylelikle yükseköğretime yönelik talep bağlamında üniversitelerin belirli bir seçme sınavı aracılığı ya da doğrudan bireyler tarafından talep edilmesi, yaşamının devamlılığı için bir öncel koşuldur. Modern pazarlamanın temel ilkesi olarak müşteri yönlü sürdürülebilir ilişkilerin sağlanması hususu, üniversitelerin hedef kitleleri ile sürekli iletişim halinde bulunmalarını gerekli kılmakta ve dijital çağ olarak görülen günümüzde iletişimde sosyal medyanın etkin kullanılmasını bir zorunluluk haline dönüştürmektedir. Bu husus ise üniversitelerin hedef kitlesini oluşturan bireylerin sosyal medya ve diğer dijital iletişim araçlarını çok sıklıkla tercih etmelerinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle üniversitelerin ve üniversitelerin en üst yöneticisi olarak rektörlerin güncel olarak sosyal medyayı ne derece aktif kullandıklarının belirlenmesi, mevcut koşullar altında hangi üniversite rektörünün dijital çağa daha yüksek uyum sağladığının da bir göstergesi olarak değerlendirilebilecektir.

Bu çalışma, günümüzde pazarlama ve iletişim akademisyenlerinin çok yoğun bir ilgilenim sergilediği sosyal medya konusunda üniversite rektörlerinin mevcut kullanım ve katılım düzeylerini keşifsel bağlamda çok kriterli karar verme teknikleri arasında yer alan bir yöntem aracılığı belirlemeyi ve çalışmanın ilerleyen bölümlerinde açıklanan kriterler kapsamında bir sıralamanın gerçekleştirilmesini hedeflemektedir. Bu hedefe yönelik çabanın sergilenmesi, sosyal medyanın günümüzün yeni ve geçerli iletişim aracı olması ile üniversitelere yönelik iletişim ihtiyacını bu kanal üzerinden sağlamak isteyen bireylere hangi düzeyde bir “ulaşılabilirlik” imkânının sağlandığının tespit edilmesine de olanak tanımaktadır. Çünkü Gronroos (1988, s.13)’a göre müşterilerin hizmet kalitesine yönelik algılarını olumlu anlamda etkileyen kriterlerden birisi “ulaşılabilir ve esnek olma”dır. Dolayısı ile üniversite rektörleri sosyal medyayı kullanarak, mevcut olarak yükseköğretimde yer alan ya da potansiyel talebi oluşturan bireylerin taleplerini doğrudan elde etme şansını yakalayarak, yükseköğretime

ilişkin kalite algısını da pozitif yönde etkileme imkanına sahip olmaktadır. Ayrıca üniversite rektörlerinin sosyal medya iletişimi sürecinde hem “kaynak” hem de “alıcı” rollerinde yer alması, iletişim etkinliğinin sağlanmasında “empatik” olmalarını ve hedef kitleler ile olabildiğince geniş bir “ortak deneyim alanının” yaratılmasını gerekli kılmaktadır (Odabaşı & Oyman, 2007, s.19). Bu bağlamda sosyal medyayı aktif ve yoğun olarak kullanan üniversite rektörlerinin hedef kitleleri ile olan “ortak deneyim alanlarını” genişletmekte olduğu söylenebilmektedir. Unutulmaması gereken bir diğer önemli nokta ise, sosyal medya kullanıcılarına ilişkin demografidir. 2019 yılında internet kullanıcılarının %70’inin 44 yaş ve altı bireylerden oluşması (Statista, 2021b) ve bir sosyal medya platformu olan “Twitter” a ait kullanıcıların %62,2’sinin 34 yaş ve altında olması (Statista, 2021c) konunun önemini ortaya çıkarmaktadır. Örneğin, Türkiye’nin 2021 yılında 84.9 milyon olarak tahmin edilen nüfusunun %22’sini temsil eden yaklaşık 19.2 milyon kişinin 10-24 yaş aralığında yer alması beklenmektedir (TÜİK, 2021). Bahse konu yaş aralığında yer alan bireyler literatürde “Z Kuşağı” olarak adlandırılmakta olup (Çetin & Karalar, 2016, s. 161), aynı zamanda “bağlantı kuşağı”, “internet kuşağı”, “dijital kuşak” kavramları ile de tanımlanmaktadır (Şahin & İçil, 2019, s.190). Dahası, Z kuşağına (1997 ve sonrası doğumlular) dahil bireylerin sosyal medyada günlük ortalama 2 saat 55 dakika geçirdikleri ve bu süre içerisinde de Youtube ve Instagram’ı yoğun olarak kullanmakta oldukları bilinmektedir (weforum, 2021). Türkiye’de 2019-2020 eğitim öğretim döneminde ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimlerini sürdüren öğrenci sayısının 7.940.133 olduğu göz önüne alındığında (YÖK, 2021) bu derece yüksek sayıda kişinin eğitimlerine ilişkin ihtiyaçları için üniversiteler ve üniversiteleri temsil eden rektörler ile yüz yüze iletişime geçme şansının çok düşük olduğu bir gerçektir. Ancak sosyal medya aracılığı ile ilgili paydaşlar hem üniversitelere hem de üniversitelerin rektörlerine doğrudan ulaşma ve taleplerini iletme şansını elde etme imkanına sahip olmaktadır. Bu nedenle hem üniversitelerin kurumsal kimlikleri ile hem de üniversite rektörlerinin bireysel olarak sosyal medya platformlarında yer alması, yükseköğretim kurumlarının pazarlama ve iletişim sürecinde önemli bir stratejik araç olarak değerlendirilebilecektir. Böylelikle üniversite rektörlerinin sosyal medya platformlarına yönelik katılım ve kullanım düzeylerine ilişkin bilginin elde edilmesi, bu tür pazarlama ve iletişim aracısından hangi seviyelerde yararlanılmakta olduğunun belirlenmesi açısından alana ilişkin önemli bir katkı sunmaktadır.

İşte bu sebepler ışığında üniversite rektörlerinin sosyal medyadaki güncel konularının ve kullanım etkinliklerine ilişkin bir sıralamanın gerçekleştirilmesi, yükseköğretim sisteminde sosyal medya iletişiminin kalitesinin geliştirilmesine de olanak tanıyacaktır. Bu bağlamda ilgili çalışma ile, Türkiye’de kamu ve vakıf üniversite rektörlerinin sosyal medya platformları arasında yer alan Twitter, Instagram ve Facebook üzerindeki katılım ve kullanım düzeylerini belirleme ve çok kriterli karar verme yöntemleri arasında yer alan MABAC’ın kullanımı ile bir sıralamanın elde edilmesi hedeflenmektedir. İlgili hedefe yönelik çalışmada üniversite rektörlerinin bahse konu sosyal medya platformlarına ilişkin kullanım düzeylerinin belirlenmesinde “takipçi sayısı”, “gönderi sayısı”, “beğeni sayısı” ve “gönderi/beğeni oranı” olmak üzere dört kriter dikkate alınmış ve ilgili kriterler kapsamında 1 Ocak 2021 – 31 Mart 2021 tarihlerine yönelik veriler MABAC yöntemi aracılığı ile analiz edilmiş ve kamu

ve vakıf üniversite rektörlerinin sosyal medya platformlarına ilişkin kullanım düzeyleri sıralamaya tabi tutulmuştur. Çalışmada, giriş bölümünü takiben sosyal medya kavramı tanımlanmakta, literatür özetinin sonrasında ise MABAC Yöntemi ile ilgili bilgiler sunulmakta ve son olarak uygulamaya ilişkin bulgular paylaşılmaktadır. Çalışma sonuç ve önerilerin sunulması ile tamamlanmaktadır.

2. Sosyal Medya Kavramı

Sosyal medya, “Web 2.0’ın ideolojik ve teknolojik temellerini esas alan ve kullanıcı tarafından içeriğin oluşturulmasına ve değişimine izin veren bir grup internet tabanlı uygulamalar” olup, “kullanıcılarına bilgi, fikir edinimi sağlamak için etkileşim yaratan web siteleri, bloglar gibi uygulamalardan oluşmaktadır” (Kaplan & Haenlein, 2010, s.61). Sosyal medya, internet ve bağlı teknolojilerindeki gelişmeler ışığında toplumsal iletişimin gerçekleştiği alanı meydana getirmekte, ortalama bir internet kullanıcısı sekiz farklı sosyal medya platformunda günde neredeyse iki saatini geçirmektedir (Tuten, 2020, s.5). Sosyal medya, geleneksel iletişimi bir anlamda sona erdirmekte, yeni ve dinamik bir iletişim alanı olarak herhangi bir toplumsal hareketin başlangıç noktası, kişiler arası iletişim, seçim kampanyalarının iletişim merkezi, ulusal ve uluslararası kuruluşların basın bildirimlerinin topluma iletilmesi vb. alanlarda kullanılan önemli bir iletişim aracı olarak görülmektedir. Günümüzde sosyal medya aracılığı ile bireyler sadece diğer bireyler ile değil işletmeler ile de etkileşim içinde bulunmaktadırlar. Öyle ki işletmeler için sosyal medyada yer almak ve varlık göstermek rekabet üstü bir avantaj yaratabilmektedir (Şahin & İçil, 2019, s.189). Bu nedenle sosyal medyayı en açık şekilde tanımlamak için bir önceki endüstriyel medya paradigmasını göz önüne almak gerekmektedir. Televizyon, gazete, radyo ve dergi gibi geleneksel medya kanalları tek yönlü iletişim sağlamakta iken, yeni medya paradigması, bireyin kendi içeriğini üretmesi ve dağıtması imkanını tanımaktadır (Zarella, 2009, ss.2-3). Sosyal medyanın küresel çapta yaygınlaşması ve tüketicilerin yoğun olarak bu alana entegre olması, işletmelerin hedef kitleleri ile olan iletişimlerinde bu yeni medya alanını kullanma konusunda bir baskı unsuru oluşturmaktadır. Bir anlamda “sanal dünyada yaşayan” tüketiciler işletmelere yönelik taleplerini artık sosyal medya üzerinden iletmekte ve iki taraflı iletişim bu alanda sürdürülmektedir. Bu nedenle de işletmeler genellikle dikkat çeken ve okuyucularını sosyal ağlarında paylaşmaya teşvik eden içerik oluşturma çabalarını (Kaur, 2016, s.6) sosyal medya üzerinden gerçekleştirmeye çabalamaktadır.

Güncel olarak sosyal medya üzerinde aktif olarak yer alan 4.2 milyar kullanıcının gün içerisinde sosyal medya platformlarında geçirdikleri süreler giderek artmaktadır. Kullanıcıların sosyal medyada geçirdikleri ortalama süre 2012 yılında 90 dk iken, 2020 yılı için ise 145 dk gerçekleşmekte ve 2021 yılı için ise bu sürenin ortalama olarak 192 dk’ya ulaşması beklenmektedir (Statista, 2021a) gerçekleşmektedir. Böylelikle bir anlamda sosyal medyada sürdürülen hayatlardan bahsetmek mümkün olmaktadır. Hayatın sosyal medyada yaşanır hale dönüşmesi hem toplumsal hem bireysel hem de ticari açıdan bir takım davranışsal değişimlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Tüketicilerin sosyal medya üzerinde aktif yaşam sürmeleri kâr amacı taşıyan ya da taşımayan birçok işletmenin temel

fonksiyonlarını sürdürmede sosyal medyayı kullanmalarını gerekli kılmaktadır. Hedef kitleleri ile en etkili iletişim kurma çabası taşıyan örgütler için sosyal medya tartışmasız bir alternatiftir. Thackeray vd. (2012) sağlık işletmelerinin hedef kitleleri ile iletişim kalitesinin artırılması sürecinde; Dredze (2012) ise halk sağlığına yönelik bilincin yaygınlaştırılmasında sosyal medyanın çok önemli bir rol üstlendiğini belirtmektedir. Curtis vd. (2010) kâr amacı hedeflemeyen işletmelerin örgütsel amaçlara yönelik toplumsal desteğin sağlanması sürecinde sosyal medyanın katılım yönlü pozitif etkisinin var olduğuna vurgu yapmaktadır. Voramontri & Klieb (2019)'a göre sosyal medya, tüketici satın alma sürecinin bilgi arama ve alternatifler arasından tercihte bulunma aşaması ve satın alım sonrası değerlendirme şansının varlığı ile memnuniyet üzerinde etkilidir. Fotis (2015)'e göre ise tüketiciler arası iletişim ve deneyim paylaşımı aracısı olarak sosyal medya özellikle tüketicilerin yeni ürün ve hizmetlere yönelik adaptasyonlarının sağlanması üzerinde etkilidir.

Sosyal medya, son zamanlarda dijitalleşmiş yaşamın son derece etkili bir iletişim kanalı olarak muazzam bir ün kazanmakta (Dwivedi, Kapoor & Chen, 2015) ve kavram, pazarlama akademisi ve uygulayıcılarından artan bir ilgi görmektedir (Erdoğan & Çiçek, 2012). Castronovo & Huang (2012)'a göre, pazarlama bilimi, promosyonlar, halkla ilişkiler, ürün ve müşteri yönetimi ve pazarlama iletişimini içeren pazarlama stratejilerinin oluşturulmasında sosyal medyayı keşfetmeli ve kullanmaya başlamalıdır. İşletmelerin sosyal medya üzerinde pazarlama amaçlı gerçekleştirdikleri çabalar “sosyal medya pazarlaması” olarak tanımlanmaktadır. Weinberg (2009) sosyal medya pazarlamasını, bireylerin online kanallar yoluyla kendi web sitelerini, ürünlerini ya da hizmetlerini tanıtmak ve geleneksel reklam kanallarıyla mümkün olmayacak çok geniş topluluklarla iletişim ve bağlantı kurmak için yetkilendirilen bir süreç olarak tanımlamaktadır (Akar, 2010, s.33). Barker vd. (2012, s.2)'ne göre ise sosyal medya pazarlaması, “pazarlama, satış, halkla ilişkiler ve müşteri hizmetleri için sosyal ağların, çevrimiçi iletişimin, blogların, wiki'lerin veya diğer çevrimiçi ortak medyanın kullanımı” olup, üç temel hedefe sahiptir:

- Dikkat çeken ve doğası gereği viral hale gelen söylenti veya haber değeri taşıyan etkinlikler, videolar, tweet'ler veya blog girişleri oluşturmak,
- Bir marka veya işletmenin takipçilerinin bir mesajı birden çok çevrimiçi sosyal medya ortamında kendileri tarafından tanıtılmasını sağlayan yollar oluşturmak,
- Sosyal medyayı kontrol eden bir örgütün olmaması nedeniyle kullanıcılarla tam bir etkileşim sağlamak ve onlara saygı duymak.

Sosyal medya pazarlamasının, pazarlama yönlü hedeflerinin temelinde tüketiciler ile değer yönlü değişimlerin sürdürülmesinin sağlanması ve dolayısı ile bağlılığın yaratılması yer almaktadır. Bu hedefe ulaşmak için işletmeler avantajlı kampanyalar, ilgi çeken ve popüler içerikler sunmaya ve sosyal medyada çeşitli platformlarda (Erdoğan & Çiçek, 2012, s.1353) yer almaya çalışmaktadır. Sosyal medyada birden fazla platformda yer alma hususu, tüketicilerin demografik nitelikleri itibarıyla sosyal medya platform tercihlerinin farklılık göstermesinden kaynaklanmaktadır. Kuyucu (2016, s.84)'ya göre X kuşağı olarak tanımlanan bireyler Facebook'a ve Y Kuşağı olarak tanımlanan bireyler ise

Youtube'a daha çok önem vermektedir. İlave olarak, ürünler hakkında bilgi arama, satın alma ve tüketime yönelik deneyimlerin paylaşılma sürecinde daha yüksek düzeyde sosyal medyanın kullanılıyor olması (Stephen, 2016, s.17) birden fazla kanalın kullanımını gerekli kılmaktadır. Böylelikle bütünlük bir pazarlama iletişiminin sağlanması sürecinde markaların ve işletmelerin birden fazla sosyal medya platformunda yer alması, iletişim etkinliğinin sağlanması üzerinde etkili olacaktır.

Çelik'e (2014, s.40) göre internet teknolojisinin hızlı gelişimi ile geleneksel pazarlama iletişimi faaliyetleri bulunan işletmelerin Facebook, Twitter vb. gibi sosyal medyayı kullanmaları konusunda bir zorunluluk söz konusudur. Bu zorunluluğun temel sebebi ise kurumsal web sitelerinin ziyaret eğiliminin azalması, bunun yerine kurumsal iletişimin sosyal medya üzerinden gerçekleştirilmesi beklentisidir. Bir anlamda tüketiciler işletmeler ile iletişime geçmek için "sosyal" olmayı tercih etmekte, eşit koşullarda yer aldığı platformlarda taleplerini iletmek istemektedir. Önemli bir husus olarak sosyal medya üzerinden yürütülen pazarlama faaliyetlerinin tüketicilerin satın alma davranışlarını olumlu yönde etkilediği (Şahin, Çağlıyan & Başer, 2017, s.67), ilgili faaliyetlerin artması ile işletmelerin marka varlıklarını arttırdıkları ve bu artışın müşteri bağlılığına da benzer şekilde pozitif yönde etki ettiği bilinmektedir (Koçak Alan, Kabadayı & Uzunburun, 2018, s.550). Bu bağlamda eğitim hizmetlerinin sağlayıcısı olarak üniversitelerin ve üniversiteyi yöneten rektörlerin kurumlarına yönelik tüketici iletişiminin sağlanmasında ve sürdürülebilir ilişkilerin yaratılmasında sosyal medya reketçi bir araç olarak değerlendirilmektedir. Aynı zamanda özellikle üniversiteleri yöneten rektörlerin hedef kitleleri ile iletişimde sosyal medyayı kullanmaları hem modern zamanın bir gerekliliği hem de yükseköğretim hizmetlerinin markalaşması açısından önemli görülmektedir. Ayrıca üniversitelerin paydaşlarının çok önemli bir çoğunluğunun genç ve interneti yoğun olarak kullanan bireylerden oluşması, sosyal medya pazarlaması ve iletişimini daha da önemli hale dönüştürmektedir.

3. Literatür Özeti

Sosyal medya ve sosyal medya aracılığı ile pazarlama ve iletişim çabalarının odak olarak belirlendiği bir çok akademik eserin literatürde yer aldığı görülmektedir. İşlek (2012), Keskin & Baş (2015), Olgun (2015) ve Toksarı & Bayraktar (2014) sosyal medyanın tüketici davranışlarına yönelik etkilerini; Erol & Hassan (2014), Eryılmaz & Zengin (2014) sosyal medyanın tüketicilerin konaklama işletmelerine ve tatil tercihlerine yönelik etkilerini; Çıldan vd. (2012) ve Köseoğlu & Al (2013) sosyal medyanın siyasal katılım ve propaganda aracı olarak kullanımını; Dara (2011) ve Veysel & Aydın (2014) ise kamu yönetiminde ve kamuoyu oluşturmada sosyal medyanın rolünü incelemişlerdir. Ancak sosyal medya ile kurumsal olarak üniversiteler ve üniversiteleri yöneten rektörlerin hedef olarak belirlendiği araştırma sayısı çok sınırlıdır. Dolayısı ile hem üniversiteleri hem de üniversite rektörlerini kapsam olarak belirleyen akademik çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Blankenship (2011, s.12)'ye göre sosyal medya üniversiteler tarafından ciddiye alınması gereken bir alandır. Çünkü sosyal medyanın etkin kullanımı ile üniversite öğrencilerinin derslere yönelik katılımı ve ilgileri artmakta, yükseköğretime ilişkin daha fazla sorumluluk almaya eğilim

göstermektedirler. Ivala & Gachago (2012, s.152)'ya göre de sosyal medya dahilinde blogların ve Facebook gruplarının uygun kullanımının öğrenciler tarafından bir öğrenme aracı olarak kabul edilmesi durumunda, öğrencilerin kampüs içinde ve dışında akademik nitelikteki öğrenme etkinliklerine katılımı artmaktadır. Peruta & Shields (2017, s.140) ABD'de 66 üniversitenin Facebook hesaplarını göz önüne aldığı çalışmada, sanat odaklı kolejlerin oluşturduğu içerik sayısının az olmasına rağmen kamu ve özel üniversite hesaplarına göre daha fazla katılım elde ettiği; kamu ve özel üniversitelerin daha sıklıkla medya paylaşımı yaptıkları, sanat üniversitelerinin ise harici linkleri paylaşmakta olduğunu bulgulamıştır. Voss & Kumar (2013, s.168)' e göre üniversitelerin sosyal medya hesaplarına sahip olması yeterli bir katılım olarak değerlendirilememektedir. Sosyal medya üzerinden yaratılan değer ancak hem üniversite hem de paydaşları için karşılıklı fayda sağlayacak şekilde kullanıldığı takdirde ortaya çıkmaktadır. Ek olarak Smolağ, Ślusarczyk & Kot (2016) sosyal medyanın, üniversitelerin paydaşlarına yönelik geliştirmek ile yükümlü oldukları ilişki sermayenin oluşturulmasında kullanılabilir önemli bir araç olduğundan bahsetmekte ve önemine vurgu yapmaktadır. Ahern, Feller & Nagle (2016)'ya göre üniversitelerde kurulan Facebook grupları öğrencilerin üst düzey bilgi elde etme ve karar verme ihtiyaçlarını karşılayan etkileşimleri yaratmaktadır. Dolayısı ile sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen eğitim iletişimi ile öğrencilerin üniversitelere yönelik motivasyonunun sağlanması mümkün kılınmaktadır. Constantinides & Stagno (2012)' ya göre her ne kadar yükseköğretim kurumlarının pazarlama amaçlı sosyal medyaya olan ilgileri artmakta ise de, sosyal medyanın yükseköğretim pazarlama stratejilerindeki potansiyeli hakkında çok az şey bilinmektedir. Hatta Botha vd. (2011) Güney Afrika'daki üniversite markalarının sosyal medyada belirgin bir konumlandırmaya ve paydaşlarını sosyal medyaya dahil etmek için uyumlu bir stratejiye de sahip olmadıklarını belirtmektedir. Khan (2013)'göre ise üniversiteler sosyal medyayı hedef kitleleri ile araştırma ve eğitim faaliyetlerini teşvik etmek ve bunları viral pazarlama teknikleri kullanarak yaygınlaştırmak için etkili bir pazarlama aracı olarak kullanabilmektedir. Bamberger, Bronshtein & Yemini (2020, s.476) ise sosyal medyanın sadece eğitim hizmetleri için değil aynı zamanda üniversitelerin uluslararası potansiyel öğrencilere yönelik rekabete yönelik pazarlama kampanyalarının yürütüldüğü bir alan olduğunu belirtmektedir.

Rutter, Roper & Lettice (2016, s.6) tarafından sosyal medya her ne kadar tek başına üniversiteler için yeterli bir markalaşma etkinliği olarak değerlendirilmese de, üniversite rektörlerinin sosyal medya üzerinden yüksek sayıda birey tarafından takip edilmesi hem üniversitenin hem de üniversite rektörünün marka değerine olumlu katkı sunabilmektedir. Ancak ilgili konuda literatür incelendiğinde spesifik olarak üniversite rektörlerinin sosyal medya üzerindeki konumlarını belirleme ve sosyal medya üzerinden gerçekleştirilecek pazarlama ve iletişim çabalarının potansiyelinin araştırıldığı akademik eser sayısının oldukça az sayıda olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, literatürde yer alan bu eksikliğin yarattığı boşluğun doldurmasına yönelik ihtiyacın var olduğu söylenebilmektedir. Uluslararası literatüre benzer şekilde Türkiye'de üniversite rektörlerinin sosyal medya kullanımını ve iletişimi süreçlerindeki konumlarını belirlemeye yönelik çok az sayıda eserin mevcut olduğu görülmekle birlikte ilgili eserlerin kapsam açısından da oldukça dar bir uygulamayı içerdiği

değerlendirilmektedir. Özcan & Atilla (2018) rektörlerin sosyal medya yönetimini politik beceri bağlamında resmi “Twitter” hesaplarına yönelik altı aylık bir kesit zamanda değerlendirmiştir. Yedi üniversite rektörü özelinde gerçekleştirilen çalışma sonucunda üç rektörün Twitter hesabının bulunmadığını ve rektörlerin politik beceri boyutlarında birbirinden farklılaştığı, fakat samimi görünme boyutunda ise millî ve manevî değerlerimizi anlatan özel günlere ilişkin paylaşımları bakımından benzeştikleri bulgulanmıştır. Topa Çitçi & Doğan (2019) çalışmasında “Fenomen Rektörler” başlığını kullanmış ve rektörlerin Twitter’ı bir iletişim aracı olarak kullanmalarının tanınırlıklarına etki ettiğini, söz konusu rektörlerin takipçi sayılarının artmasıyla birer mikro-şöhret haline geldiğini ve bağlı oldukları üniversitelerin marka değerini yükseltmede etkili olabileceğini değerlendirmiştir. Doğru & Doğru (2015) çalışmasında ise Türkiye’de Twitter hesabında en çok takipçisi bulunan iki rektör ve en çok tweet’e sahip olan iki rektör olmak üzere dört rektörün tweetlerini içerik analizine tabi tutmuştur. Çalışma sonucunda ise tweet türleri bağlamında incelendiğinde Twitter’ın “retweet” özelliği rektörler tarafından yoğun bir şekilde kullanıldığı, rektörlerin etkileşimleri orta düzeyde gerçekleştiği ve orta düzey etkileşimin büyük bir bölümünü ise retweetlerin oluşturmakta olduğu bulgulanmıştır. Üniversite rektörlerinin sosyal medya platformlarındaki performanslarını belirlemeye yönelik hazırlanan çalışmaların özellikle belirli sosyal medya platformları ve sınırlı sayıda rektörün dahil edildiği bir kapsamda araştırmaya konu edildiği görülmekle birlikte, konuya ilişkin güncel ve Türkiye’deki tüm üniversite rektörlerinin sosyal medya performanslarını değerlendirmeye yönelik hedef belirleyen bu çalışmanın, üniversite rektörlerinin sosyal medya pazarlaması ve iletişimi çabalarına yönelik literatürde yer alan önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

4. MABAC Yöntemi

Çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemleri, karar probleminde yer alan alternatifleri problem kapsamında belirlenen kriterler çerçevesinde kullanılan yöntemin teorik yapısına ve uygulama aşamalarına göre değerlendirerek en iyi ve en kötü alternatifleri belirlemektedir. ÇKKV yöntemleri, seçim, sıralama gibi birçok problemin çözümünde ve her alanda yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Ayçin & Çakın, 2019, s.328). Son yıllarda ÇKKV problemlerinin çözümünde yararlanılan yöntemlerden birisi de MABAC (The Multi-Attributive Border Approximation area Comparison)’tır. MABAC yöntemi Pamučar & Ćirović (2015) tarafından literatüre dahil edilmiştir. Hazırlanan bu çalışmada, ÇKKV yöntemlerinden MABAC yöntemi rektörlerin sosyal medya kullanım düzeylerinin ölçülmesinde kullanılmıştır. Çalışma kapsamında incelenen bu çok kriterli karar verme yönteminin birçok farklı araştırmacı tarafından farklı uygulama alanlarında kullanıldığı görülmektedir. Sun vd. (2018) hastane hizmetlerinde hasta önceliklendirilmesi; Luo & Liang (2019) karayolu destek planlarının optimizasyonu, Vesković vd. (2018) yönetim modeli değerlendirme, Pamučar & Ćirović (2015) lojistik merkezlerinde nakliye ve taşıma kaynaklarının seçimi, Sharma vd. (2018) tren istasyon optimizasyonunun sağlanması, Ulutaş (2019) personel seçimi, Çınaroğlu (2020) yenilikçi girişimlerin faaliyetlerinin değerlendirilmesi ve Bakır (2019) havayolu işletmelerinde e-wom’a dayalı memnuniyet düzeyinin analizi süreçlerinde MABAC yönteminden yararlanmıştır.

MABAC yöntemindeki temel varsayım, alternatiflerin sınır yaklaşım alanından uzaklığını tanımlamaktır (Alinezhad & Khalil, 2019, s.194). Dolayısı ile problemin çözümünde öncelikle kriter fonksiyonlarının değerleri, her bir karar alternatifi için hesaplanır ve bu fonksiyonların sınır yakınlık alanına olan mesafeleri belirlenir. Daha sonra kriter fonksiyonlarının uzaklıklarının belirlenmesiyle birlikte karar alternatifleri sıralanır ve en iyi alternatif seçilir (Pamuçar & Ćirović, 2015) MABAC yöntemi yedi aşamadan oluşan bir uygulama sürecine sahiptir (Pamuçar & Ćirović, 2015, Gigović vd., 2017; Pamučar, Petrović & Ćirović, 2018; Ayçin & Çakın, 2019):

1. Aşama: Başlangıç Karar Matrisinin (X) Oluşturulması: MABAC yönteminde de ilk olarak m adet karar alternatifi ve n adet kriterden oluşan karar matrisi Eşitlik (1)'de gösterilen şekilde oluşturulur. Eşitlik (1)'de yer alan x_{ij} değerleri, j. değerlendirme kriterine göre i. alternatifin aldığı değerleri göstermektedir.

$$X = \begin{matrix} & C_1 & C_2 & \dots & C_n \\ \begin{matrix} A_1 \\ A_2 \\ \dots \\ A_m \end{matrix} & \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & & x_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix} \end{matrix} \quad (1)$$

2. Aşama: Karar Matrisinin Normalizasyonu (N): Karar matrisinde yer alan farklı birimlere sahip kriterlere ait veriler, normalizasyon işlemiyle [0,1] aralığında değer alacak şekilde Eşitlik (2)'de gösterilen şekilde standart bir hale getirilmelidir.

$$N = \begin{matrix} & C_1 & C_2 & \dots & C_n \\ \begin{matrix} A_1 \\ A_2 \\ \dots \\ A_m \end{matrix} & \begin{bmatrix} n_{11} & n_{12} & \dots & n_{1n} \\ n_{21} & n_{22} & & n_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ n_{m1} & n_{m2} & \dots & n_{mn} \end{bmatrix} \end{matrix} \quad (2)$$

Normalizasyon işlemi maksimizasyon yönlü kriterler için Eşitlik (3), minimizasyon yönlü kriterler için Eşitlik (4)'ten yararlanılarak gerçekleştirilir.

$$n_{ij} = \frac{x_{ij} - x_i^-}{x_i^+ - x_i^-} \quad (3)$$

$$n_{ij} = \frac{x_i^- - x_{ij}}{x_i^- - x_i^+} \quad (4)$$

Eşitlik (3) ve (4)'te yer alan x_i^+ değeri, sütunlarda yer alan maksimum değerleri; x_i^- değeri ise sütunlardaki minimum değerleri göstermektedir.

3. Aşama: Karar Matrisinin Ağırlıklandırılması: Bu aşamada kriter ağırlıkları Eşitlik (5)'ten yararlanılarak uygulama sürecine dahil edilir.

$$v_{ij} = w_i \cdot (n_{ij} + 1) \quad (5)$$

4. Aşama: Sınır Yakınlık Alanı Matrisinin Oluşturulması: Bu aşamada tüm kriterler için *Sınır Yakınlık Alanı* değerleri Eşitlik (6)'den yararlanılarak belirlenir.

$$g_i = \left(\prod_{j=1}^m v_{ij} \right)^{\frac{1}{m}} \quad (6)$$

Eşitlik (6)'de yer alan v_{ij} değerleri bir önceki aşamada hesaplanan ağırlıklandırılmış değerleri, m ise karar alternatifi sayısını göstermektedir. Tüm kriterler için g_i değerlerinin hesaplanmasıyla Eşitlik (7)'de gösterilen *Sınır Yakınlık Alanı Matrisi* (G) elde edilir.

$$G = \begin{bmatrix} C_1 & C_2 & \dots & C_n \\ g_1 & g_2 & \dots & g_n \end{bmatrix} \quad (7)$$

5. Aşama: Karar Alternatiflerinin Sınır Yakınlık Alanına Olan Uzaklıklarının (Q) Hesaplanması: Bu aşamada karar matrisindeki her bir değerin sınır yakınlık alanından uzaklıkları hesaplanarak Q matrisi Eşitlik (8)'de gösterilen şekilde elde edilir.

$$Q = \begin{bmatrix} q_{11} & q_{12} & \dots & q_{1n} \\ q_{21} & q_{22} & \dots & q_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ q_{m1} & q_{m2} & \dots & q_{mn} \end{bmatrix} \quad (8)$$

Eşitlik (8)'de yer alan q_{ij} değerleri, ağırlıklandırılmış karar matrisi elemanları ile ve sınır yakınlık matrisi elemanları arasındaki fark alınarak Eşitlik (9)'da gösterilen şekilde elde edilir.

$$Q = V - G = \begin{bmatrix} v_{11} - g_1 & v_{12} - g_2 & \dots & v_{1n} - g_n \\ v_{21} - g_1 & v_{22} - g_2 & \dots & v_{2n} - g_n \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ v_{m1} - g_1 & v_{m2} - g_2 & \dots & v_{mn} - g_n \end{bmatrix} \quad (9)$$

6. Aşama: Karar Alternatiflerinin Sınır Yakınlık Alanına Göre Durumlarının Belirlenmesi: Bir önceki aşamadaki q_{ij} değerlerine göre her karar alternatifi için (A_i), sınır yakınlık alanına göre durumlar Eşitlik (10)'dan yararlanılarak belirlenir.

$$A_i \in \begin{cases} G^+ & \text{eğer } q_{ij} > 0 \\ G & \text{eğer } q_{ij} = 0 \\ G^- & \text{eğer } q_{ij} < 0 \end{cases} \quad (10)$$

Eşitlik (10)'da gösterildiği üzere bir karar alternatifi, *Sınır Yakınlık Alanında* (G), *Üst Yakınlık Alanında* (G^+) ya da *Alt Yakınlık Alanında* (G^-) yer alabilir. Bir karar alternatifinin en iyi alternatif olabilmesi için, kriterlere ilişkin değerlerinin çoğunun üst yakınlık alanında (G^+) bulunması gerekmektedir. $q_{ij} > 0$ durumu A_i alternatifinin ideal alternatife yakınlığını göstermekteyken; $q_{ij} < 0$ durumu ise A_i alternatifinin negatif-ideal alternatife yakınlığını göstermektedir.

7. Aşama: Karar Alternatiflerinin Sıralanması: Yöntemin son aşamasında karar alternatiflerin sınır yakınlık alanından uzaklık değerleri (q_i) kullanılır ve Eşitlik (11)'den yararlanılarak her karar alternatifinin kriter fonksiyonları hesaplanır.

$$S_i = \sum_{j=1}^n q_{ij}, \quad j = 1, 2, \dots, n, \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (11)$$

Bu çalışmada bilimsel etik kurallara uygun hareket edilmiştir. Çalışma, Kırklareli Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu'nun 11/05/2021 tarih ve E-35523585.929.10695 sayı numarası ile değerlendirdiği etik kurul izni kapsamında hazırlanmıştır.

5. Uygulama

Bu çalışmada Türkiye'de yer alan 129 kamu ve 74 özel üniversitenin rektörlerinin sosyal medya platformları arasında yer alan "Twitter", "Instagram" ve "Facebook" katılım ve kullanımına yönelik performanslarının MABAC yöntemi ile ölçülmesi amaçlanmıştır. Çalışmada veriler aşağıda Tablo 1'de gösterilen kriterler çerçevesinde değerlendirilerek analize tabi tutulmuştur.

Tablo 1. Sosyal Medya Performansı Değerlendirme Kriterleri

Kriter Kodu	Kriterler
K1	Takipçi Sayısı
K2	Paylaşım Sayısı
K3	Beğeni Sayısı
K4	Ortalama Beğeni Oranı (Beğeni/Paylaşım)

Çalışmanın amacının gerçekleştirilmesi için üniversite rektörlerinin sosyal medya kullanımına ilişkin veriler 01/01/2021 – 31/03/2021 tarih aralığını kapsayacak şekilde elde edilmiştir. Bu nedenle Türkiye'de 31 Mart 2021 tarihi itibarı ile görevde olan üniversite rektörleri çalışma kapsamına alınmıştır. Veriler, her üç sosyal medya platformunda üniversite rektörlerinin sadece kendilerine ait paylaşımları – farklı gönderilerin tekrar iletilmesi (retweet, repost vb.) ile gerçekleştirilen paylaşımlar hariç – dikkate alınarak derlenmiştir. Böyle bir veri seti oluşturmadaki temel amaç, aktif kullanıma ilişkin değerlendirmenin gerçekleştirilmesidir. Verilerin toplanması 01/04/2021 – 09/04/2021 tarihleri arasında gerçekleşmiş olup, ilgili tarihler arasında üniversite rektörlerinin sosyal medya hesaplarındaki muhtemel veri değişimleri çalışmanın zaman yönlü bir kısıtı olarak değerlendirilmektedir. Uygulama sürecinde rektörlerin isimleri üniversitelerin alfabetik sırasına uygun olacak şekilde belirtilmektedir. Tablo 1'de açıklanan kriterler kapsamında üniversite rektörlerinin sosyal medya kullanımına ilişkin oluşturulan karar matrisi Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Çalışma Kapsamında Oluşturulan Karar Matrisi

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. İhsan Sabuncuoğlu	-	-	-	-	983	2	727	363,5	1518	3	64	31,33
Prof. Dr. Mehmet Turgut	4400	109	8449	77,51	478,1	478,1	478,1	478,1	4957	5	1282	256,4
Prof. Dr. Mehmet Karakaş	11800	37	10053	271,7	0	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Abdulhalik Karabulut	3885	19	2050	107,89	560	1	97	97	1484	0	0	0
Prof. Dr. Özlenen Özkan	19800	48	12630	263,12	6010	24	21872	911,33				
Prof. Dr. Yusuf Şahin	4839	20	1664	83,2	3153	6	3779	629,83	1986	6	104	17,33
Prof. Dr. Ekrem Kalan	3478	33	2061	62,45	1650	155	0	0				
Prof. Dr. Fuat Erdal	9661	4	442	110,5	0	0	0	0				
Prof. Dr. Necdet Ünüvar	154900	448	74534	166,37	7685	18	12136	674,22	9386	31	3341	107,77
Prof. Dr. Yusuf Tekin	296500	36	9734	270,38					4886	0	0	0
Prof. Dr. Musa Kazım Arıcan	-	-	-	-	922	17	1900	105,55	-	-	-	-
Prof. Dr. İbrahim Aydınlı	-	-	-	-	138	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Mehmet Biber	133	0	0	0	-	-	-	-				
Prof. Dr. Mustafa Sıtkı Bilgin	2208	163	3414	20,94	-	-	-	-	0	7	584	83,42
Prof. Dr. Ömer Çomaklı	13200	150	24825	165,5	14800	104	76041	731,16	9500	98	11458	116,91
Prof. Dr. Osman Selçuk Aldemir	-	-	-	-	6300	20	6507	325,35	0	20	8154	407,7
Prof. Dr. İlter Kuş	-	-	-	-	-	-	-	-	1335	224	29571	132,01
Prof. Dr. Süleyman Özdemir	2723	5	190	38	-	-	-	-	0	5	423	84,6
Prof. Dr. Orhan Uzun	6433	50	4914	98,28	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. İdris Demir	2080	10	2376	237,6	-	-	-	-				
Prof. Dr. Selçuk Coşkun	3837	29	3420	117,93	-	-	-	-	4194	27	1983	73,44
Prof. Dr. Şükrü Beydemir	829	10	296	29,6	33	0	0	0				
Prof. Dr. Necmettin Elmastaş	1530	7	1762	251,71					0	2	738	369
Prof. Dr. Melih Bulu	67500	12	155100	12925	2510	19	25251	1329	1128	0	0	0
Prof. Dr. Mustafa Alışarlı	3407	46	2430	52,82	540	17	873	51,35	-	-	-	-
Prof. Dr. Adem Korkmaz	18300	89	29375	330,05	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Arif Karademir	2141	54	1400	25,92	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Ahmet Saim Kılavuz	21100	154	16716	108,54	5090	94	27920	297,02	3500	146	9305	63,73
Prof. Dr. Sedat Murat					648	1	106	106	225	0	0	0

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Hasan Ayrancı	8185	40	4726	118,15	-	-	-	-	3265	33	5808	176
Prof. Dr. Mehmet Karakoç	2797	38	11536	303,42	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Meryem Tuncel	-	-	-	-	-	-	-	-	1051	0	0	0
Prof. Dr. E.S. Nükhet Hotar	59636	293	42554	145,23	34300	244	132719	543,93	37993	244	66068	270,77
Prof. Dr. Nigar Demircan Çakar	10238	31	6941	223,9	7192	15	12554	836,93	1789	0	0	0
Prof. Dr. Necdet Budak	9470	0	0	0	19500	284	916180	3225	855	0	0	0
Prof. Dr. Mustafa Çalış	22756	88	11809	134,19	-	-	-	-	1279	0	0	0
Prof. Dr. Bülent Çakmak	1120	16	1349	84,31	919	14	2817	201,21	457	20	380	19
Prof. Dr. Fahrettin Göktaş	6043	24	4261	177,54	-	-	-	-	429	0	0	0
Prof. Dr. Musa Yıldız	-	-	-	-	753	7	887	126,71	-	-	-	-
Prof. Dr. Arif Özaydın	10723	45	8343	185,4	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Nihat Hatipoğlu	498800	71	96471	1358,74	862000	21	1014520	48310	3800000	26	190700	7334,61
Prof. Dr. M. Hasan Aslan	2325	23	1122	53,13	296	0	0	0	0	17	900	52,94
Prof. Dr. Yılmaz Can	99	5	46	9,2	-	-	-	-	264	0	0	0
Prof. Dr. Mehmet Cahit Güran	9564	26	8510	327,3	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Mehmet Sabri Çelik	11077	35	7705	220,14	-	-	-	-	359	0	0	0
Prof. Dr. Hasan Kaya	1123	3	261	87	539	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Ali Osman Öztürk	1603	75	3375	45	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Ahmet Kızılay	15856	61	8012	131,34	12129	61	10630	174,26	0	64	13457	210,26
Prof. Dr. Tolga Depci	910	82	3054	37,24	1340	75	12003	157,93				
Prof. Dr. Mahmut Ak					-	-	-	-	506	0	0	0
Prof. Dr. Nuri Aydın	493	0	0	0	4346	12	6803	506,91	-	-	-	-
Prof. Dr. Gülfettin Çelik	-	-	-	-	660	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. İsmail Koyuncu	-	-	-	-	1154	36	7683	213,41	752	34	5184	152,47
Prof. Dr. Mustafa Berktaş	977	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Bedriye Tunçsiper	1296	56	2338	41,75	-	-	-	-	4009	61	9580	157,04
Prof. Dr. Saffet Köse	16.691	98	12407	126,6	802	0	0	0				
Prof. Dr. Yusuf Baran	6.633	277	4454	16,07	8064	199	57865	290,77	685	201	14584	72,55
Prof. Dr. Hüsnü Kapu	3.492	1	150	150					2402	11	1108	100,72
Prof. Dr. Niyazi Can	3.264	32	1950	60,93	2219	34	4948	145,52	-	-	-	-

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Refik Polat	5562	2	172	86	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Hamdullah Çuvalcı	3586	3	673	224,33	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Namık Ak	43	31	555	17,9	-	-	-	-	0	33	8108	245,69
Prof. Dr. Ahmet Hamdi Topal	5981	28	5043	180,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa	0	211	6813	32,28	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Vatan Karakaya	504	0	0	0	-	-	-	-	3500	53	3656	68,98
Prof. Dr. M. Doğan Karacoşkun					-	-	-	-	2800	45	2374	52,75
Prof. Dr. Babür Özçelik	4358	39	979	25,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Kazım Uysal	2336	18	611	33,94	-	-	-	-	1049	0	0	0
Prof. Dr. Vural Kavuncu	10095	0	0	0	-	-	-	-	21117	0	0	0
Prof. Dr. Aysun Bay Karabulut	8104	168	5181	30,83	6180	161	29606	183,88	3467	166	6926	41,72
Prof. Dr. Sadettin Hülagü	112489	105	51129	486,94	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. İbrahim Özçoşar	14915	80	23330	291,62	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Erol Özvar	10415	40	5214	130,35	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Ahmet Çamsarı	1153	0	0	0	-	-	-	-	3400	10	1204	120,4
Prof. Dr. Handan İnci Elçi	30590	90	10756	119,51	3931	11	5914	537,63	-	-	-	-
Prof. Dr. Hüseyin Çiçek	9808	37	4551	123	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Ubeyde İpek	229	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Fethi Ahmet Polat	-	-	-	-	589	0	0	0	0	168	13786	82,05
Prof. Dr. Cem Zorlu	29675	120	14684	122,36	15694	37	26560	717,83	-	-	-	-
Prof. Dr. Semih Aktekin	7469	14	661	47,21	365	0	0	0	0	77	4070	52,85
Prof. Dr. Muhsin Kar	22016	335	48394	144,45	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Yavuz Ünal	6918	15	1633	108,86	2719	13	2597	199,76	-	-	-	-
Prof. Dr. Ali Akdoğan	-	-	-	-	-	-	-	-	0	123	5791	47,08
Prof. Dr. Turgay Uzun	2792	14	7.203	514,5	3496	14	14297	1021,21				
Prof. Dr. Hüseyin Karaman	7454	144	9740	67,63	1264	53	6002	113,24	2.097	160	10855	67,84
Prof. Dr. Cevdet Erdöl	28618	68	12142	178,55	-	-	-	-	10.000	151	22008	145,04
Prof. Dr. Fatih Savaşan	0	60	14.595	243,25	3123	1	251	251	-	-	-	-
Prof. Dr. Mehmet Sarıbiyık	5097	77	4484	58,23	2234	10	3394	339,4	-	-	-	-
Prof. Dr. Mahmut Aydın	1862	6	256	42,66					-	-	-	-

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Metin Aksoy	15639	30	6049	201,63	4250	23	8015	348,47	1.384	26	3214	123,61
Prof. Dr. Nihat Şındak	772	2	144	72	242	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Mehmet Kul	953	14	242	17,28	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Alim Yıldız	13581	34	6063	178,32	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. İlker Hüseyin Çarıkcı	21099	82	11981	146,1	6.181	23	6638	288,6	9.200	53	3624	68,37
Prof. Dr. M. Emin Erkan	-	-	-	-	180	0	0	0	2302	0	0	0
Prof. Dr. Mümin Şahin	3208	63	3119	49,5	108	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Emin Aşıkutlu	1886	38	2023	53,23	-	-	-	-	188	0	0	0
Prof. Dr. Erhan Tabakoğlu	9286	20	787	39,35	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Halil Akkanat	0	51	6688	131,13	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Ekrem Savaş	7260	51	6701	131,39	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Hamdullah Şevli	11435	5	909	181,8	-	-	-	-	2084	0	0	0
Prof. Dr. Suat Cebeci	-	-	-	-	-	-	-	-	0	7	1884	269,14
Prof. Dr. Tamer Yılmaz	0	118	19728	167,18	7.180	75	60660	808,8	-	-	-	-
Prof. Dr. Ahmet Karadağ	5168	27	2761	102,25	1467	21	2493	118,71	2100	0	0	0
Prof. Dr. Mustafa Çufalı	3539	23	1425	61,95	781	1	135	135	-	-	-	-
<i>Vakıf Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Ali Ekrem Özkul	24	0	0	0	28	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Çağrı Erhan	25002	58	21030	362,58	3195	17	2988	175,76	6831	0	0	0
Prof. Dr. Kamile Perçin Akgül	291	3	31	10,33	-	-	-	-	615	3	279	93
Prof. Dr. İsmail Yüksek	0	7	113	16,14	-	-	-	-	1788	9	850	94,44
Prof. Dr. Mehmet Yıldırım Üçtuğ	5189	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Şirin Karadeniz Oran	11833	25	1877	75,08	4573	5	2400	480	-	-	-	-
Prof. Dr. Ali Haberal					119	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Ali Murat Ferman	12416	21	451	21,47	3765	22	3290	149,54	-	-	-	-
Prof. Dr. Mehmet Durman	32	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Rümeyza Kazancıoğlu	2151	39	1156	29,64	765	25	2661	106,44	-	-	-	-
Prof. Dr. Adnan Yüksel	0	5	272	54,4	3350	0	0	0	4373	0	0	0
Prof. Dr. Ünal Ay	183	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Turgut Özkan					170	9	772	85,77	-	-	-	-

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Vakıf Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Mehmet Emin Arat	2032	3	76	25,33	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Zafer Utlu (V)	386	1	13	13	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Türkay Dereli	6373	0	0	0	-	-	-	-	1934	93	5742	61,74
Prof. Dr. Recep Şentürk	8260	15	1739	115,93	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Mustafa Sinanoğlu	757	3	95	31,33	-	-	-	-	0	18	1818	101
Prof. Dr. Ali Argun Karacabey	2206	5	245	49	830	7	1376	196,57	-	-	-	-
Prof. Dr. Yadiğar İzmirli	5129	2	213	106,5	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Osman Çakır					77	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Sudi Apak	59	0	0	0	16	0	0	0	111	0	0	0
Prof. Dr. Özgür Çengel	505	1	14	14	1380	5	1112	222,4	-	-	-	-
Prof. Dr. Nihat Akkuş	163	0	0	0	691	1	1196	1196	-	-	-	-
Prof. Dr. Burhan Aykaç	36	0	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Mehmet Necmettin Atsü	-	-	-	-	927	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Erhan Güzel	1199	21	580	27,61	-	-	-	-	660	15	669	44,6
Prof. Dr. Ömer Ceran	138	8	389	48,62	175	0	0	0				
Prof. Dr. Hazim Tamer Dodurka	1739	25	1251	50,04	9565	10	1005	100,5	1609	17	1696	276,23
Prof. Dr. Mehmet Bulut	8824	23	3196	138,95	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Seyhan Alkan	26	1	8	8	172	2	51	25,5	1200	0	0	0
Prof. Dr. Yücel Oğurlu	2948	12	912	76	-	-	-	-	2024	13	314	24,15
Prof. Dr. İ. Yaşar Hacısalihoğlu	82478	214	40388	188,72	-	-	-	-				
Prof. Dr. Erdal Karaöz	716	15	66	4,4	2878	31	6927	223,45	1422	13	770	59,23
Prof. Dr. Murat Aşkar	-	-	-	-	1340	2	434	217	-	-	-	-
Prof. Dr. M. Sondan Dorukanoğlu Feyiz	7319	21	684	32,57	4190	9	1898	210,88	-	-	-	-
Prof. Dr. Fuat Bayram	183	1	3	3	50	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Umran S. İnan	8874	39	1096	28,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Cumhur Çökmüş	245	7	53	7,57	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Bayram Sade	8272	66	3604	54,6	803	12	2128	177,33	-	-	-	-
Prof. Dr. Bülent Gümüsel	0	43	1266	29,44	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Şahin Karasar	6316	68	5191	76,33	6950	57	41461	727,38	-	-	-	-
Prof. Dr. Muhammed Şahin	20532	58	4478	77,2	-	-	-	-	-	-	-	-

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Vakıf Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Şenay Yalçın	11313	3	58	19,33	220	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Oral Erdoğan	2586	1	4	4	-	-	-	-	61	0	0	0
Prof. Dr. Güner Dağlı	0	2	23	11,5	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. H Belgin Ayvaşık	42	0	0	0	26	0	0	0	110	0	0	0
Prof. Dr. Yusuf Sarıncay	1787	21	1938	92,28	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Ömer Arıöz	37	0	0	0	310	4	399	99,75	-	-	-	-
Prof. Dr. Hasan Erbay (V)	0	11	154	14	-	-	-	-	-	-	-	-
Prof. Dr. Tevfik Tezcaner	-	-	-	-	192	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Mehmet Zelka (V)	225	0	0	0	578	0	0	0	-	-	-	-
Prof. Dr. Canan Aykut Bingöl	2318	1	7	7	1159	0	0	0	337	0	0	0

MABAC yöntemine ilişkin çözüm aşamalarında belirtildiği üzere, karar matrisinin belirlenmesinin ardından karar matrisinde yer alan farklı birimlere sahip kriterlere ait veriler normalizasyon işlemiyle [0,1] aralığında değer alacak şekilde standart bir hale getirilmelidir. Tüm kriterlerin maksimizasyon yönlü ele alınması ile Eşitlik (3)'ten yararlanılarak veriler normalize edilmiştir. Normalize edilmiş karar matrisi Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. MABAC Yöntemi Normalize Karar Matrisi

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. İhsan Sabuncuoğlu	-	-	-	-	0,0011	0,0070	0,0007	0,0075	0,0004	0,0123	0,0003	0,0043
Prof. Dr. Mehmet Turgut	0,0088	0,2433	0,0545	0,0060	0,0020	0,3486	0,0434	0,0099	0,0013	0,0205	0,0067	0,0350
Prof. Dr. Mehmet Karakaş	0,0237	0,0826	0,0648	0,0210								
Prof. Dr. Abdulhalik Karabulut	0,0078	0,0424	0,0132	0,0083	0,0006	0,0035	0,0001	0,0020	0,0004	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Özlenen Özkan	0,0397	0,1071	0,0814	0,0204	0,0069	0,0845	0,0216	0,0189				
Prof. Dr. Yusuf Şahin	0,0097	0,0446	0,0107	0,0064	0,0036	0,0211	0,0037	0,0130	0,0005	0,0246	0,0005	0,0024
Prof. Dr. Ekrem Kalan	0,0070	0,0737	0,0133	0,0048	0,0019	0,5458	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Fuat Erdal	0,0194	0,0089	0,0028	0,0085								
Prof. Dr. Necdet Ünüvar	0,3105	1,0000	0,4806	0,0129	0,0089	0,0634	0,0120	0,0140	0,0025	0,1270	0,0175	0,0147
Prof. Dr. Yusuf Tekin	0,5944	0,0804	0,0628	0,0209					0,0013	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Musa Kazım Arıcan	-	-	-	-	0,0010	0,0599	0,0019	0,0022				

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. İbrahim Aydınlı	-	-	-	-	0,0001	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Mehmet Biber	0,0003	0,0000	0,0000	0,0000								
Prof. Dr. Mustafa Sıtkı Bilgin	0,0044	0,3638	0,0220	0,0016					0,0000	0,0287	0,0031	0,0114
Prof. Dr. Ömer Çomaklı	0,0265	0,3348	0,1601	0,0128	0,0171	0,3662	0,0750	0,0151	0,0025	0,4016	0,0601	0,0159
Prof. Dr. Osman Selçuk Aldemir	-	-	-	-	0,0073	0,0704	0,0064	0,0067	0,0000	0,0820	0,0428	0,0556
Prof. Dr. İlter Kuş	-	-	-	-					0,0004	0,9180	0,1551	0,0180
Prof. Dr. Süleyman Özdemir	0,0055	0,0112	0,0012	0,0029					0,0000	0,0205	0,0022	0,0115
Prof. Dr. Orhan Uzun	0,0129	0,1116	0,0317	0,0076								
Prof. Dr. İdris Demir	0,0042	0,0223	0,0153	0,0184								
Prof. Dr. Selçuk Coşkun	0,0077	0,0647	0,0221	0,0091					0,0011	0,1107	0,0104	0,0100
Prof. Dr. Şükrü Beydemir	0,0017	0,0223	0,0019	0,0023	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Necmettin Elmastaş	0,0031	0,0156	0,0114	0,0195					0,0000	0,0082	0,0039	0,0503
Prof. Dr. Melih Bulu	0,1353	0,0268	1,0000	1,0000	0,0029	0,0669	0,0249	0,0275	0,0003	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Mustafa Alisharlı	0,0068	0,1027	0,0157	0,0041	0,0006	0,0599	0,0009	0,0011				
Prof. Dr. Adem Korkmaz	0,0367	0,1987	0,1894	0,0255								
Prof. Dr. Arif Karademir	0,0043	0,1205	0,0090	0,0020								
Prof. Dr. Ahmet Saim Kılavuz	0,0423	0,3438	0,1078	0,0084	0,0059	0,3310	0,0275	0,0061	0,0009	0,5984	0,0488	0,0087
Prof. Dr. Sedat Murat	-	-	-	-	0,0007	0,0035	0,0001	0,0022	0,0001	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Hasan Ayrancı	0,0164	0,0893	0,0305	0,0091					0,0009	0,1352	0,0305	0,0240
Prof. Dr. Mehmet Karakoç	0,0056	0,0848	0,0744	0,0235								
Prof. Dr. Meryem Tuncel	-	-	-	-					0,0003	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. E.S. Nükhet Hotar	0,1196	0,6540	0,2744	0,0112	0,0398	0,8592	0,1308	0,0113	0,0100	1,0000	0,3464	0,0369
Prof. Dr. Nigar Demircan Çakar	0,0205	0,0692	0,0448	0,0173	0,0083	0,0528	0,0124	0,0173	0,0005	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Necdet Budak	0,0190	0,0000	0,0000	0,0000	0,0226	1,0000	0,9031	0,0668	0,0002	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Mustafa Çalış	0,0456	0,1964	0,0761	0,0104					0,0003	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Bülent Çakmak	0,0022	0,0357	0,0087	0,0065	0,0010	0,0493	0,0028	0,0042	0,0001	0,0820	0,0020	0,0026
Prof. Dr. Fahrettin Göktaş	0,0121	0,0536	0,0275	0,0137					0,0001	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Musa Yıldız					0,0008	0,0246	0,0009	0,0026				
Prof. Dr. Arif Özyayın	0,0215	0,1004	0,0538	0,0143								
Prof. Dr. Nihat Hatipoğlu	1,0000	0,1585	0,6220	0,1051	1,0000	0,0739	1,0000	1,0000	1,0000	0,1066	1,0000	1,0000

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. M. Hasan Aslan	0,0047	0,0513	0,0072	0,0041	0,0003	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0697	0,0047	0,0072
Prof. Dr. Yılmaz Can	0,0002	0,0112	0,0003	0,0007					0,0001	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Mehmet Cahit Güran	0,0192	0,0580	0,0549	0,0253								
Prof. Dr. Mehmet Sabri Çelik	0,0222	0,0781	0,0497	0,0170					0,0001	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Hasan Kaya	0,0023	0,0067	0,0017	0,0067								
Prof. Dr. Ali Osman Öztürk	0,0032	0,1674	0,0218	0,0035								
Prof. Dr. Ahmet Kızılay	0,0318	0,1362	0,0517	0,0102	0,0140	0,2148	0,0105	0,0036	0,0000	0,2623	0,0706	0,0287
Prof. Dr. Tolga Depci	0,0018	0,1830	0,0197	0,0029	0,0015	0,2641	0,0118	0,0033				
Prof. Dr. Mahmut Ak	-	-	-	-					0,0001	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Nuri Aydın	0,0010	0,0000	0,0000	0,0000	0,0050	0,0423	0,0067	0,0105				
Prof. Dr. Gülfettin Çelik	-	-	-	-	0,0007	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. İsmail Koyuncu	-	-	-	-	0,0013	0,1268	0,0076	0,0044	0,0002	0,1393	0,0272	0,0208
Prof. Dr. Mustafa Berktaş	0,0020	0,0000	0,0000	0,0000								
Prof. Dr. Bedriye Tunçsiper	0,0026	0,1250	0,0151	0,0032					0,0011	0,2500	0,0502	0,0214
Prof. Dr. Saffet Köse	0,0335	0,2188	0,0800	0,0098	0,0009	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Yusuf Baran	0,0133	0,6183	0,0287	0,0012	0,0093	0,7007	0,0570	0,0060	0,0002	0,8238	0,0765	0,0099
Prof. Dr. Hüsnü Kapu	0,0070	0,0022	0,0010	0,0116					0,0006	0,0451	0,0058	0,0137
Prof. Dr. Niyazi Can	0,0065	0,0714	0,0126	0,0047	0,0025	0,1197	0,0049	0,0030				
Prof. Dr. Refik Polat	0,0112	0,0045	0,0011	0,0067								
Prof. Dr. Hamdullah Çuvalcı	0,0072	0,0067	0,0043	0,0174								
Prof. Dr. Namık Ak	0,0001	0,0692	0,0036	0,0014					0,0000	0,1352	0,0425	0,0335
Prof. Dr. Ahmet Hamdi Topal	0,0120	0,0625	0,0325	0,0139								
Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa	0,0000	0,4710	0,0439	0,0025								
Prof. Dr. Vatan Karakaya	0,0010	0,0000	0,0000	0,0000					0,0009	0,2172	0,0192	0,0094
Prof. Dr. M. Doğan Karacoşkun	0,0087	0,0871	0,0063	0,0019					0,0007	0,1844	0,0124	0,0072
Prof. Dr. Babür Özçelik	0,0047	0,0402	0,0039	0,0026								
Prof. Dr. Kazım Uysal	0,0202	0,0000	0,0000	0,0000					0,0003	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Vural Kavuncu	0,0162	0,3750	0,0334	0,0024					0,0056	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Aysun Bay Karabulut	0,2255	0,2344	0,3297	0,0377	0,0071	0,5669	0,0292	0,0038	0,0009	0,6803	0,0363	0,0057
Prof. Dr. Sadettin Hülagü	0,0299	0,1786	0,1504	0,0226								

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. İbrahim Özçoşar	0,0209	0,0893	0,0336	0,0101								
Prof. Dr. Erol Özvar	0,0023	0,0000	0,0000	0,0000								
Prof. Dr. Ahmet Çamsarı	0,0613	0,2009	0,0693	0,0092					0,0009	0,0410	0,0063	0,0164
Prof. Dr. Handan İnci Elçi	0,0197	0,0826	0,0293	0,0095	0,0045	0,0387	0,0058	0,0111				
Prof. Dr. Hüseyin Çiçek	0,0005	0,0000	0,0000	0,0000								
Prof. Dr. Ubeyde İpek	0,0001	0,0692	0,0036	0,0014								
Prof. Dr. Fethi Ahmet Polat	0,0595	0,2679	0,0947	0,0095	0,0006	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,6885	0,0723	0,0112
Prof. Dr. Cem Zorlu	0,0150	0,0313	0,0043	0,0037	0,0182	0,1303	0,0262	0,0149				
Prof. Dr. Semih Aktekin	0,0441	0,7478	0,3120	0,0112	0,0004	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,3156	0,0213	0,0072
Prof. Dr. Muhsin Kar	0,0441	0,7478	0,3120	0,0112								
Prof. Dr. Yavuz Ünal	0,0139	0,0335	0,0105	0,0084								
Prof. Dr. Ali Akdoğan	-	-	-	-					0,0000	0,5041	0,0304	0,0064
Prof. Dr. Turgay Uzun	0,0056	0,0313	0,0464	0,0398	0,0040	0,0493	0,0141	0,0211				
Prof. Dr. Hüseyin Karaman	0,0149	0,3214	0,0628	0,0052	0,0014	0,1866	0,0059	0,0023	0,0006	0,6557	0,0569	0,0092
Prof. Dr. Cevdet Erdöl	0,0574	0,1518	0,0783	0,0138					0,0026	0,6189	0,1154	0,0198
Prof. Dr. Fatih Savaşan	0,0000	0,1339	0,0941	0,0188	0,0036	0,0035	0,0002	0,0052				
Prof. Dr. Mehmet Sarıbiyık	0,0102	0,1719	0,0289	0,0045	0,0026	0,0352	0,0033	0,0070				
Prof. Dr. Mahmut Aydın	0,0037	0,0134	0,0017	0,0033								
Prof. Dr. Metin Aksoy	0,0314	0,0670	0,0390	0,0156	0,0049	0,0810	0,0079	0,0072	0,0004	0,1066	0,0169	0,0169
Prof. Dr. Nihat Şındak	0,0015	0,0045	0,0009	0,0056	0,0002	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Mehmet Kul	0,0019	0,0313	0,0016	0,0013								
Prof. Dr. Alim Yıldız	0,0272	0,0759	0,0391	0,0138								
Prof. Dr. İlker Hüseyin Çarıklı	0,0423	0,1830	0,0772	0,0113	0,0071	0,0810	0,0065	0,0060	0,0024	0,2172	0,0190	0,0093
Prof. Dr. M. Emin Erkan	0,0064	0,1406	0,0201	0,0038	0,0002	0,0000	0,0000	0,0000	0,0006	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Mümin Şahin	0,0038	0,0848	0,0130	0,0041	0,0001	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Emin Aşıkutlu	0,0186	0,0446	0,0051	0,0030					0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Erhan Tabakoğlu	0,0000	0,1138	0,0431	0,0101								
Prof. Dr. Halil Akkanat	0,0146	0,1138	0,0432	0,0102								
Prof. Dr. Ekrem Savaş	0,0229	0,0112	0,0059	0,0141								
Prof. Dr. Hamdullah Şevli	0,0019	0,0313	0,0016	0,0013					0,0005	0,0000	0,0000	0,0000

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Suat Cebeci									0,0000	0,0287	0,0099	0,0367
Prof. Dr. Tamer Yılmaz	0,0000	0,2634	0,1272	0,0129	0,0083	0,2641	0,0598	0,0167				
Prof. Dr. Ahmet Karadağ	0,0104	0,0603	0,0178	0,0079	0,0017	0,0739	0,0025	0,0025	0,0006	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Mustafa Çufalı	0,0071	0,0513	0,0092	0,0048	0,0009	0,0035	0,0001	0,0028				
<i>Vakıf Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Ali Ekrem Özkul	0,0003	0,0000	0,0000	0,0000	0,0013	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Çağrı Erhan	0,3031	0,2710	0,5207	1,0000	0,3329	0,2982	0,0721	0,1470	1,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Kamile Perçin Akgül	0,0035	0,0140	0,0008	0,0285					0,0900	0,0323	0,0486	0,3367
Prof. Dr. İsmail Yüksek	0,0000	0,0327	0,0028	0,0445					0,2617	0,0968	0,1480	0,3419
Prof. Dr. Mehmet Yıldırım Üçtuğ	0,0629	0,0000	0,0000	0,0000								
Prof. Dr. Şirin Karadeniz Oran	0,1435	0,1168	0,0465	0,2071	0,4772	0,0877	0,0579	0,4013				
Prof. Dr. Ali Haberal					0,0108	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Ali Murat Ferman	0,2876	0,2745	0,2528	0,2648	0,3926	0,3860	0,0794	0,1250				
Prof. Dr. Mehmet Durman	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500								
Prof. Dr. Rümeyza Kazancıoğlu	0,2565	0,2956	0,2572	0,2704	0,0784	0,4386	0,0642	0,0890				
Prof. Dr. Adnan Yüksel	0,2500	0,2558	0,2517	0,2875	0,3491	0,0000	0,0000	0,0000	0,6402	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Ünal Ay	0,2506	0,2500	0,2500	0,2500								
Prof. Dr. Turgut Özkan					0,0161	0,1579	0,0186	0,0717				
Prof. Dr. Mehmet Emin Arat	0,2562	0,2535	0,2505	0,2675								
Prof. Dr. Zafer Utlu	0,2512	0,2512	0,2501	0,2590								
Prof. Dr. Türkay Dereli	0,2693	0,2500	0,2500	0,2500					0,2831	1,0000	1,0000	0,2235
Prof. Dr. Recep Şentürk	0,2750	0,2675	0,2608	0,3299								
Prof. Dr. Mustafa Sinanoğlu	0,2523	0,2535	0,2506	0,2716					0,0000	0,1935	0,3166	0,3656
Prof. Dr. Ali Argun Karacabey	0,2567	0,2558	0,2515	0,2838	0,0852	0,1228	0,0332	0,1644				
Prof. Dr. Yedigörmüş İzmirli	0,2655	0,2523	0,2513	0,3234								
Prof. Dr. Osman Çakır					0,0064	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Sudi Apak	0,2502	0,2500	0,2500	0,2500	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000	0,0162	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Özgür Çengel	0,2515	0,2512	0,2501	0,2597	0,1428	0,0877	0,0268	0,1860				
Prof. Dr. Nihat Akkuş	0,2505	0,2500	0,2500	0,2500	0,0707	0,0175	0,0288	1,0000				
Prof. Dr. Burhan Aykaç	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500								

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Vakıf Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Mehmet Necmettin Atsü	0,2536	0,2745	0,2536	0,2690	0,0954	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Erhan Güzel	0,2504	0,2593	0,2524	0,2835					0,0966	0,1613	0,1165	0,1615
Prof. Dr. Ömer Ceran	0,2553	0,2792	0,2577	0,2845	0,0167	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Hazim Tamer Dodurka	0,2767	0,2769	0,2698	0,3458	1,0000	0,1754	0,0242	0,0840	0,2355	0,1828	0,2954	1,0000
Prof. Dr. Mehmet Bulut	0,2501	0,2512	0,2500	0,2555								
Prof. Dr. Seyhan Alkan	0,2589	0,2640	0,2556	0,3024	0,0163	0,0351	0,0012	0,0213	0,1757	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Yücel Oğurlu	0,5000	0,5000	0,5000	0,3801					0,2963	0,1398	0,0547	0,0874
Prof. Dr. İ. Yaşar Hacısalihoğlu	0,2522	0,2675	0,2504	0,2530								
Prof. Dr. Erdal Karaoz	0,2722	0,2745	0,2542	0,2725	0,2997	0,5439	0,1671	0,1868	0,2082	0,1398	0,1341	0,2144
Prof. Dr. Murat Aşkar	0,2506	0,2512	0,2500	0,2521	0,1387	0,0351	0,0105	0,1814				
Prof. Dr. M. Sondan Dorukanoğlu Feyiz	0,2769	0,2956	0,2568	0,2694	0,4371	0,1579	0,0458	0,1763				
Prof. Dr. Fuat Bayram	0,2507	0,2582	0,2503	0,2552	0,0036	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Umran S. İnan	0,2751	0,3271	0,2723	0,2876								
Prof. Dr. Cumhuri Çökmiş	0,2500	0,3002	0,2578	0,2703								
Prof. Dr. Bayram Sade	0,2691	0,3294	0,2821	0,3026	0,0824	0,2105	0,0513	0,1483				
Prof. Dr. Bülent Gümüsel	0,3122	0,3178	0,2777	0,3032								
Prof. Dr. Şahin Karasar	0,2843	0,2535	0,2504	0,2633	0,7261	1,0000	1,0000	0,6082				
Prof. Dr. Muhammed Şahin	0,2578	0,2512	0,2500	0,2528								
Prof. Dr. Şenay Yalçın	0,2500	0,2523	0,2501	0,2579	0,0214	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Oral Erdoğan	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500					0,0089	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Güner Dağlı	0,2554	0,2745	0,2620	0,3136								
Prof. Dr. H Belgin Ayvaşık	0,2515	0,2512	0,2501	0,2597					0,0161	0,0000	0,0000	0,0000
Prof. Dr. Yusuf Sarıнай	0,2505	0,2500	0,2500	0,2500								
Prof. Dr. Ömer Arıöz	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500	0,0308	0,0702	0,0096	0,0834				
Prof. Dr. Hasan Erbay (V)	0,2500	0,2629	0,2510	0,2597								
Prof. Dr. Tevfik Tezcaner					0,0184	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Mehmet Zelka (V)	0,2507	0,2500	0,2500	0,2500	0,0589	0,0000	0,0000	0,0000				
Prof. Dr. Canan Aykut Bingöl	0,2570	0,2512	0,2500	0,2548	0,1197	0,0000	0,0000	0,0000	0,0493	0,0000	0,0000	0,0000

Normalize edilen karar matrisi Eşitlik (5)'ten yararlanılarak ve her bir kriterin ağırlık değeri eşit (0,25) olarak belirlenmek suretiyle ağırlıklandırılmaya tabii tutulmuştur. Ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi Tablo 4'te gösterilen şekilde elde edilir.

Tablo 4. MABAC Yöntemi Ağırlıklandırılmış Karar Matrisi

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. İhsan Sabuncuoğlu					0,2503	0,2518	0,2502	0,2519	“	0,2531	0,2501	0,2511
Prof. Dr. Mehmet Turgut	0,2522	0,3108	0,2636	0,2515	0,2505	0,3371	0,2608	0,2525	0,2503	0,2551	0,2517	0,2587
Prof. Dr. Mehmet Karakaş	0,2559	0,2706	0,2662	0,2553								
Prof. Dr. Abdulhalik Karabulut	0,2519	0,2606	0,2533	0,2521	0,2502	0,2509	0,2500	0,2505	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Özlenen Özkan	0,2599	0,2768	0,2704	0,2551	0,2517	0,2711	0,2554	0,2547				
Prof. Dr. Yusuf Şahin	0,2524	0,2612	0,2527	0,2516	0,2509	0,2553	0,2509	0,2533	0,2501	0,2561	0,2501	0,2506
Prof. Dr. Ekrem Kalan	0,2517	0,2684	0,2533	0,2512	0,2505	0,3864	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Fuat Erdal	0,2548	0,2522	0,2507	0,2521								
Prof. Dr. Necdet Ünüvar	0,3276	0,5000	0,3701	0,2532	0,2522	0,2658	0,2530	0,2535	0,2506	0,2818	0,2544	0,2537
Prof. Dr. Yusuf Tekin	0,3986	0,2701	0,2657	0,2552					0,2503	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Musa Kazım Arıcan					0,2503	0,2650	0,2505	0,2505				
Prof. Dr. İbrahim Aydınlı					0,2500	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Mehmet Biber	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500								
Prof. Dr. Mustafa Sıtkı Bilgin	0,2511	0,3410	0,2555	0,2504					0,2500	0,2572	0,2508	0,2528
Prof. Dr. Ömer Çomaklı	0,2566	0,3337	0,2900	0,2532	0,2543	0,3415	0,2687	0,2538	0,2506	0,3504	0,2650	0,2540
Prof. Dr. Osman Selçuk Aldemir					0,2518	0,2676	0,2516	0,2517	0,2500	0,2705	0,2607	0,2639
Prof. Dr. İlder Kuş									0,2501	0,4795	0,2888	0,2545
Prof. Dr. Süleyman Özdemir	0,2514	0,2528	0,2503	0,2507					0,2500	0,2551	0,2506	0,2529
Prof. Dr. Orhan Uzun	0,2532	0,2779	0,2579	0,2519								
Prof. Dr. İdris Demir	0,2510	0,2556	0,2538	0,2546								
Prof. Dr. Selçuk Coşkun	0,2519	0,2662	0,2555	0,2523					0,2503	0,2777	0,2526	0,2525
Prof. Dr. Şükrü Beydemir	0,2504	0,2556	0,2505	0,2506	0,2500	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Necmettin Elmastaş	0,2508	0,2539	0,2528	0,2549					0,2500	0,2520	0,2510	0,2626
Prof. Dr. Melih Bulu	0,2838	0,2567	0,5000	0,5000	0,2507	0,2667	0,2562	0,2569	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Mustafa Alişarlı	0,2517	0,2757	0,2539	0,2510	0,2501	0,2650	0,2502	0,2503				

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Adem Korkmaz	0,2592	0,2997	0,2973	0,2564								
Prof. Dr. Arif Karademir	0,2511	0,2801	0,2523	0,2505								
Prof. Dr. Ahmet Saim Kılavuz	0,2606	0,3359	0,2769	0,2521	0,2515	0,3327	0,2569	0,2515	0,2502	0,3996	0,2622	0,2522
Prof. Dr. Sedat Murat	0,2532	0,2779	0,2579	0,2519	0,2502	0,2509	0,2500	0,2505	0,2500	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Hasan Ayrancı	0,2541	0,2723	0,2576	0,2523					0,2502	0,2838	0,2576	0,2560
Prof. Dr. Mehmet Karakoç	0,2514	0,2712	0,2686	0,2559								
Prof. Dr. Meryem Tuncel									0,2501	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. E.S. Nükhet Hotar	0,2799	0,4135	0,3186	0,2528	0,2599	0,4648	0,2827	0,2528	0,2525	0,5000	0,3366	0,2592
Prof. Dr. Nigar Demircan Çakar	0,2551	0,2673	0,2612	0,2543	0,2521	0,2632	0,2531	0,2543	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Necdet Budak	0,2547	0,2500	0,2500	0,2500	0,2556	0,5000	0,4758	0,2667	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Mustafa Çalış	0,2614	0,2991	0,2690	0,2526					0,2501	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Bülent Çakmak	0,2506	0,2589	0,2522	0,2516	0,2503	0,2623	0,2507	0,2510	0,2500	0,2705	0,2505	0,2506
Prof. Dr. Fahrettin Göktaş	0,2530	0,2634	0,2569	0,2534					0,2500	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Musa Yıldız					0,2502	0,2562	0,2502	0,2507				
Prof. Dr. Arif Özyayın	0,2554	0,2751	0,2634	0,2536								
Prof. Dr. Nihat Hatipoğlu	0,5000	0,2896	0,4055	0,2763	0,5000	0,2685	0,5000	0,5000	0,5000	0,2766	0,5000	0,5000
Prof. Dr. M. Hasan Aslan	0,2512	0,2628	0,2518	0,2510	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500	0,2500	0,2674	0,2512	0,2518
Prof. Dr. Yılmaz Can	0,2500	0,2528	0,2501	0,2502					0,2500	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Mehmet Cahit Güran	0,2548	0,2645	0,2637	0,2563								
Prof. Dr. Mehmet Sabri Çelik	0,2556	0,2695	0,2624	0,2543					0,2500	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Hasan Kaya	0,2506	0,2517	0,2504	0,2517	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Ali Osman Öztürk	0,2508	0,2919	0,2554	0,2509								
Prof. Dr. Ahmet Kızılay	0,2579	0,2840	0,2629	0,2525	0,2535	0,3037	0,2526	0,2509	0,2500	0,3156	0,2676	0,2572
Prof. Dr. Tolga Depci	0,2505	0,2958	0,2549	0,2507	0,2504	0,3160	0,2530	0,2508				
Prof. Dr. Mahmut Ak									0,2500	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Nuri Aydın	0,2502	0,2500	0,2500	0,2500	0,2513	0,2606	0,2517	0,2526				
Prof. Dr. Gülfettin Çelik					0,2502	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. İsmail Koyuncu					0,2503	0,2817	0,2519	0,2511	0,2500	0,2848	0,2568	0,2552
Prof. Dr. Mustafa Berktaş	0,0020	0,0000	0,0000	0,0000								
Prof. Dr. Bedriye Tunçşiper	0,0026	0,1250	0,0151	0,0032					0,2503	0,3125	0,2626	0,2554

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Saffet Köse	0,0335	0,2188	0,0800	0,0098	0,2502	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Yusuf Baran	0,0133	0,6183	0,0287	0,0012	0,2523	0,4252	0,2643	0,2515	0,2500	0,4559	0,2691	0,2525
Prof. Dr. Hüsnü Kapu	0,0070	0,0022	0,0010	0,0116					0,2502	0,2613	0,2515	0,2534
Prof. Dr. Niyazi Can	0,0065	0,0714	0,0126	0,0047	0,2506	0,2799	0,2512	0,2508				
Prof. Dr. Refik Polat	0,0112	0,0045	0,0011	0,0067								
Prof. Dr. Hamdullah Çuvalcı	0,0072	0,0067	0,0043	0,0174								
Prof. Dr. Namık Ak	0,0001	0,0692	0,0036	0,0014					0,2500	0,2838	0,2606	0,2584
Prof. Dr. Ahmet Hamdi Topal	0,0120	0,0625	0,0325	0,0139								
Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa	0,0000	0,4710	0,0439	0,0025								
Prof. Dr. Vatan Karakaya	0,0010	0,0000	0,0000	0,0000					0,2502	0,3043	0,2548	0,2524
Prof. Dr. M. Doğan Karacoşkun	0,0087	0,0871	0,0063	0,0019					0,2502	0,2961	0,2531	0,2518
Prof. Dr. Babür Özçelik	0,0047	0,0402	0,0039	0,0026								
Prof. Dr. Kazım Uysal	0,0202	0,0000	0,0000	0,0000					0,2501	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Vural Kavuncu	0,0162	0,3750	0,0334	0,0024					0,2514	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Aysun Bay Karabulut	0,2255	0,2344	0,3297	0,0377					0,2502	0,4201	0,2591	0,2514
Prof. Dr. Sadettin Hülagü	0,0299	0,1786	0,1504	0,0226	0,2518	0,3917	0,2573	0,2510				
Prof. Dr. İbrahim Özcoşar	0,0209	0,0893	0,0336	0,0101								
Prof. Dr. Erol Özvar	0,0023	0,0000	0,0000	0,0000								
Prof. Dr. Ahmet Çamsarı	0,0613	0,2009	0,0693	0,0092					0,2502	0,2602	0,2516	0,2541
Prof. Dr. Handan İnci Elçi	0,0197	0,0826	0,0293	0,0095	0,2511	0,2597	0,2515	0,2528				
Prof. Dr. Hüseyin Çiçek	0,0005	0,0000	0,0000	0,0000								
Prof. Dr. Ubeyde İpek	0,0001	0,0692	0,0036	0,0014								
Prof. Dr. Fethi Ahmet Polat	0,0595	0,2679	0,0947	0,0095	0,2502	0,2500	0,2500	0,2500	0,2500	0,4221	0,2681	0,2528
Prof. Dr. Cem Zorlu	0,0150	0,0313	0,0043	0,0037	0,2545	0,2826	0,2565	0,2537				
Prof. Dr. Semih Aktekin	0,0441	0,7478	0,3120	0,0112	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500	0,2500	0,3289	0,2553	0,2518
Prof. Dr. Muhsin Kar	0,0139	0,0335	0,0105	0,0084								
Prof. Dr. Yavuz Ünal	0,0595	0,2679	0,0947	0,0095	0,2508	0,2614	0,2506	0,2510				
Prof. Dr. Ali Akdoğan									0,2500	0,3760	0,2576	0,2516
Prof. Dr. Turgay Uzun	0,0056	0,0313	0,0464	0,0398	0,2510	0,2623	0,2535	0,2553	0,2501	0,4139	0,2642	0,2523
Prof. Dr. Hüseyin Karaman	0,0149	0,3214	0,0628	0,0052	0,2504	0,2967	0,2515	0,2506	0,2507	0,4047	0,2789	0,2549

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Cevdet Erdöl	0,0574	0,1518	0,0783	0,0138								
Prof. Dr. Fatih Savaşan	0,0000	0,1339	0,0941	0,0188	0,2509	0,2509	0,2501	0,2513				
Prof. Dr. Mehmet Sarıbıyık	0,0102	0,1719	0,0289	0,0045	0,2506	0,2588	0,2508	0,2518				
Prof. Dr. Mahmut Aydın	0,0037	0,0134	0,0017	0,0033								
Prof. Dr. Metin Aksoy	0,0314	0,0670	0,0390	0,0156	0,2512	0,2702	0,2520	0,2518	0,2501	0,2766	0,2542	0,2542
Prof. Dr. Nihat Şındak	0,0015	0,0045	0,0009	0,0056	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Mehmet Kul	0,0019	0,0313	0,0016	0,0013								
Prof. Dr. Alim Yıldız	0,0272	0,0759	0,0391	0,0138								
Prof. Dr. İlker Hüseyin Çarıkçı	0,0423	0,1830	0,0772	0,0113	0,2518	0,2702	0,2516	0,2515	0,2506	0,3043	0,2548	0,2523
Prof. Dr. M. Emin Erkan	0,0064	0,1406	0,0201	0,0038	0,2500	0,2500	0,2500	0,2500	0,2502	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Mümin Şahin	0,0038	0,0848	0,0130	0,0041	0,2500	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Emin Aşıkutlu	0,0186	0,0446	0,0051	0,0030					0,2500	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Erhan Tabakoğlu	0,0000	0,1138	0,0431	0,0101								
Prof. Dr. Halil Akkanat	0,0146	0,1138	0,0432	0,0102								
Prof. Dr. Ekrem Savaş	0,0229	0,0112	0,0059	0,0141								
Prof. Dr. Hamdullah Şevli	0,0000	0,2634	0,1272	0,0129					0,2501	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Suat Cebeci	0,0104	0,0603	0,0178	0,0079					0,2500	0,2572	0,2525	0,2592
Prof. Dr. Tamer Yılmaz	0,0071	0,0513	0,0092	0,0048	0,2521	0,3160	0,2649	0,2542				
Prof. Dr. Ahmet Karadağ	0,0056	0,0313	0,0464	0,0398	0,2504	0,2685	0,2506	0,2506	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Mustafa Çufalı	0,0149	0,3214	0,0628	0,0052	0,2504	0,2685	0,2506	0,2506				
<i>Vakıf Üniversiteleri</i>	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
Prof. Dr. Ali Ekrem Özkul	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500	0,2503	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Çağrı Erhan	0,3258	0,3178	0,3802	0,5000	0,3332	0,3246	0,2680	0,2867	0,5000	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Kamile Perçin Akgül	0,2509	0,2535	0,2502	0,2571					0,2725	0,2581	0,2621	0,3342
Prof. Dr. İsmail Yüksek	0,2500	0,2582	0,2507	0,2611					0,3154	0,2742	0,2870	0,3355
Prof. Dr. Mehmet Yıldırım Üçtuğ	0,2657	0,2500	0,2500	0,2500								
Prof. Dr. Şirin Karadeniz Oran	0,2859	0,2792	0,2616	0,3018	0,3693	0,2719	0,2645	0,3503				
Prof. Dr. Ali Haberal					0,2527	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Ali Murat Ferman	0,2876	0,2745	0,2528	0,2648	0,3482	0,3465	0,2698	0,2813				
Prof. Dr. Mehmet Durman	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500								

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Vakıf Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Mehmet Durman	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500								
Prof. Dr. Rümeyza Kazancıoğlu	0,2565	0,2956	0,2572	0,2704	0,2696	0,3596	0,2660	0,2722				
Prof. Dr. Adnan Yüksel	0,2500	0,2558	0,2517	0,2875	0,3373	0,2500	0,2500	0,2500	0,4100	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Ünal Ay	0,2506	0,2500	0,2500	0,2500								
Prof. Dr. Turgut Özkan					0,2540	0,2895	0,2547	0,2679				
Prof. Dr. Mehmet Emin Arat	0,2562	0,2535	0,2505	0,2675								
Prof. Dr. Zafer Utlu	0,2512	0,2512	0,2501	0,2590								
Prof. Dr. Türkay Dereli	0,2693	0,2500	0,2500	0,2500					0,3208	0,5000	0,5000	0,3059
Prof. Dr. Recep Şentürk	0,2750	0,2675	0,2608	0,3299								
Prof. Dr. Mustafa Sinanoğlu	0,2523	0,2535	0,2506	0,2716					0,2500	0,2984	0,3292	0,3414
Prof. Dr. Ali Argun Karacabey	0,2567	0,2558	0,2515	0,2838	0,2713	0,2807	0,2583	0,2911				
Prof. Dr. Yadigar İzmirli	0,2655	0,2523	0,2513	0,3234								
Prof. Dr. Osman Çakır					0,2516	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Sudi Apak	0,2502	0,2500	0,2500	0,2500	0,2500	0,2500	0,2500	0,2500	0,2541	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Özgür Çengel	0,2515	0,2512	0,2501	0,2597	0,2857	0,2719	0,2567	0,2965				
Prof. Dr. Nihat Akkuş	0,2505	0,2500	0,2500	0,2500	0,2677	0,2544	0,2572	0,5000				
Prof. Dr. Burhan Aykaç	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500								
Prof. Dr. Mehmet Necmettin Atsü					0,2739	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Erhan Güzel	0,2536	0,2745	0,2536	0,2690					0,2742	0,2903	0,2791	0,2904
Prof. Dr. Ömer Ceran	0,2504	0,2593	0,2524	0,2835	0,2542	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Hazim Tamer Dodurka	0,2553	0,2792	0,2577	0,2845	0,5000	0,2939	0,2561	0,2710	0,3089	0,2957	0,3238	0,5000
Prof. Dr. Mehmet Bulut	0,2767	0,2769	0,2698	0,3458								
Prof. Dr. Seyhan Alkan	0,2501	0,2512	0,2500	0,2555	0,2541	0,2588	0,2503	0,2553	0,2939	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Yücel Oğurlu	0,2589	0,2640	0,2556	0,3024					0,3241	0,2849	0,2637	0,2719
Prof. Dr. İ. Yaşar Hacısalihoğlu	0,5000	0,5000	0,5000	0,3801								
Prof. Dr. Erdal Karöz	0,2522	0,2675	0,2504	0,2530	0,3249	0,3860	0,2918	0,2967	0,3020	0,2849	0,2835	0,3036
Prof. Dr. Murat Aşkar					0,2847	0,2588	0,2526	0,2954				
Prof. Dr. M. Sondan Dorukanoğlu Feyiz	0,2722	0,2745	0,2542	0,2725	0,3593	0,2895	0,2614	0,2941				
Prof. Dr. Fuat Bayram	0,2506	0,2512	0,2500	0,2521	0,2509	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Umran S. İnan	0,2769	0,2956	0,2568	0,2694								

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Vakıf Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Cumhuri Çökmiş	0,2507	0,2582	0,2503	0,2552								
Prof. Dr. Bayram Sade	0,2751	0,3271	0,2723	0,2876	0,2706	0,3026	0,2628	0,2871				
Prof. Dr. Bülent Gümüsel	0,2500	0,3002	0,2578	0,2703								
Prof. Dr. Şahin Karasar	0,2691	0,3294	0,2821	0,3026	0,4315	0,5000	0,5000	0,4020				
Prof. Dr. Muhammed Şahin	0,3122	0,3178	0,2777	0,3032								
Prof. Dr. Şenay Yalçın	0,2843	0,2535	0,2504	0,2633	0,2553	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Oral Erdoğan	0,2578	0,2512	0,2500	0,2528					0,2522	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Güner Dağlı	0,2500	0,2523	0,2501	0,2579								
Prof. Dr. H Belgin Ayvaşık	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500	0,2503	0,2500	0,2500	0,2500	0,2540	0,2500	0,2500	0,2500
Prof. Dr. Yusuf Sarınoy	0,2554	0,2745	0,2620	0,3136								
Prof. Dr. Ömer Arıöz	0,2501	0,2500	0,2500	0,2500	0,2577	0,2675	0,2524	0,2709				
Prof. Dr. Hasan Erbay (V)	0,2500	0,2629	0,2510	0,2597								
Prof. Dr. Tefik Tezcaner					0,2546	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Mehmet Zelka (V)	0,2507	0,2500	0,2500	0,2500	0,2647	0,2500	0,2500	0,2500				
Prof. Dr. Canan Aykut Bingöl	0,2570	0,2512	0,2500	0,2548	0,2799	0,2500	0,2500	0,2500	0,2623	0,2500	0,2500	0,2500

MABAC yönteminin bir sonraki adımında sınır yakınlık alanı değerleri Eşitlik (6)'dan yararlanılarak hesaplanmaktadır. Hesaplanan bu değerler ile oluşturulan sınır yakınlık alanı matrisi Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Sınır Yakınlık Alanı Matrisi

KRİTERLER	K1	K2	K3	K4
Gi	0,3005	0,2776	0,2800	0,2898

Tablo 5'teki her kriter için hesaplanan sınır yakınlık alanına, üniversite rektörlerinin sosyal medya kullanım değerlerinin uzaklıkları Eşitlik (9)'dan yararlanılarak hesaplanır. Sınır yakınlık alanına olan uzaklıklar matrisi Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6. Sınır Yakınlık Alanına Uzaklıklar

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. İhsan Sabuncuoğlu					-0,0044	-0,0294	-0,0097	-0,0034	-0,0034	-0,0363	-0,0097	-0,0050
Prof. Dr. Mehmet Turgut	-0,0065	0,0307	-0,0011	-0,0030	-0,0042	0,0560	0,0009	-0,0028	-0,0032	-0,0342	-0,0081	0,0026
Prof. Dr. Mehmet Karakaş	-0,0028	-0,0094	0,0015	0,0007								
Prof. Dr. Abdulhalik Karabulut	-0,0068	-0,0195	-0,0114	-0,0024	-0,0045	-0,0303	-0,0099	-0,0048	-0,0034	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Özlenen Özkan	0,0012	-0,0033	0,0056	0,0006	-0,0030	-0,0101	-0,0045	-0,0006				
Prof. Dr. Yusuf Şahin	-0,0063	-0,0189	-0,0120	-0,0029	-0,0038	-0,0259	-0,0090	-0,0021	-0,0034	-0,0332	-0,0096	-0,0055
Prof. Dr. Ekrem Kalan	-0,0070	-0,0117	-0,0114	-0,0033	-0,0042	0,1053	-0,0099	-0,0053				
Prof. Dr. Fuat Erdal	-0,0039	-0,0279	-0,0140	-0,0024								
Prof. Dr. Necdet Ünüvar	0,0689	0,2199	0,1054	-0,0013	-0,0025	-0,0153	-0,0069	-0,0018	-0,0029	-0,0076	-0,0054	-0,0024
Prof. Dr. Yusuf Tekin	0,1399	-0,0100	0,0010	0,0007					-0,0032	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Musa Kazım Arıcan					-0,0044	-0,0162	-0,0095	-0,0048				
Prof. Dr. İbrahim Aydınlı					-0,0047	-0,0312	-0,0099	-0,0053				
Prof. Dr. Mehmet Biber	-0,0087	-0,0301	-0,0147	-0,0045								
Prof. Dr. Mustafa Sıtkı Bilgin	-0,0076	0,0609	-0,0092	-0,0041					-0,0035	-0,0322	-0,0090	-0,0033
Prof. Dr. Ömer Çomaklı	-0,0021	0,0536	0,0253	-0,0013	-0,0004	0,0604	0,0088	-0,0015	-0,0029	0,0611	0,0052	-0,0021
Prof. Dr. Osman Selçuk Aldemir					-0,0029	-0,0136	-0,0083	-0,0036	-0,0035	-0,0188	0,0009	0,0078
Prof. Dr. İlter Kuş									-0,0034	0,1902	0,0290	-0,0016
Prof. Dr. Süleyman Özdemir	-0,0074	-0,0273	-0,0144	-0,0038					-0,0035	-0,0342	-0,0092	-0,0032
Prof. Dr. Orhan Uzun	-0,0055	-0,0022	-0,0068	-0,0026								
Prof. Dr. İdris Demir	-0,0077	-0,0245	-0,0109	0,0001								
Prof. Dr. Selçuk Coşkun	-0,0068	-0,0139	-0,0092	-0,0022					-0,0032	-0,0117	-0,0072	-0,0036
Prof. Dr. Şükrü Beydemir	-0,0083	-0,0245	-0,0142	-0,0039	-0,0047	-0,0312	-0,0099	-0,0053				
Prof. Dr. Necmettin Elmastaş	-0,0080	-0,0262	-0,0119	0,0004					-0,0035	-0,0373	-0,0088	0,0065
Prof. Dr. Melih Bulu	0,0251	-0,0234	0,2353	0,2455	-0,0040	-0,0145	-0,0037	0,0016	-0,0034	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Mustafa Alışarlı	-0,0070	-0,0044	-0,0108	-0,0035	-0,0045	-0,0162	-0,0097	-0,0051				
Prof. Dr. Adem Korkmaz	0,0005	0,0196	0,0326	0,0019								
Prof. Dr. Arif Karademir	-0,0076	0,0000	-0,0125	-0,0040								
Prof. Dr. Ahmet Saim Kılavuz	0,0019	0,0558	0,0122	-0,0024	-0,0032	0,0516	-0,0030	-0,0038	-0,0033	0,1103	0,0024	-0,0039
Prof. Dr. Sedat Murat					-0,0045	-0,0303	-0,0099	-0,0048	-0,0035	-0,0393	-0,0098	-0,0061

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Hasan Ayrancı	-0,0046	-0,0078	-0,0071	-0,0022					-0,0033	-0,0055	-0,0022	-0,0001
Prof. Dr. Mehmet Karakoç	-0,0073	-0,0089	0,0039	0,0014								
Prof. Dr. Meryem Tuncel									-0,0034	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. E.S. Nükhet Hotar	0,0212	0,1334	0,0539	-0,0017	0,0052	0,1836	0,0228	-0,0025	-0,0010	0,2107	0,0768	0,0031
Prof. Dr. Nigar Demircan Çakar	-0,0036	-0,0128	-0,0035	-0,0002	-0,0026	-0,0180	-0,0068	-0,0010	-0,0034	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Necdet Budak	-0,0040	-0,0301	-0,0147	-0,0045	0,0010	0,2188	0,2158	0,0114	-0,0034	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Mustafa Çalış	0,0027	0,0190	0,0043	-0,0019					-0,0034	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Bülent Çakmak	-0,0082	-0,0212	-0,0125	-0,0029	-0,0044	-0,0189	-0,0092	-0,0043	-0,0035	-0,0188	-0,0093	-0,0054
Prof. Dr. Fahrettin Göktaş	-0,0057	-0,0167	-0,0078	-0,0011					-0,0035	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Musa Yıldız					-0,0045	-0,0250	-0,0097	-0,0047				
Prof. Dr. Arif Özyayın	-0,0033	-0,0050	-0,0013	-0,0009								
Prof. Dr. Nihat Hatipoğlu	0,2413	0,0095	0,1408	0,0218	0,2453	-0,0127	0,2401	0,2447	0,2465	-0,0127	0,2402	0,2439
Prof. Dr. M. Hasan Aslan	-0,0076	-0,0173	-0,0129	-0,0035	-0,0046	-0,0312	-0,0099	-0,0053	-0,0035	-0,0219	-0,0086	-0,0043
Prof. Dr. Yılmaz Can	-0,0087	-0,0273	-0,0146	-0,0043					-0,0035	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Mehmet Cahit Güran	-0,0039	-0,0156	-0,0010	0,0018								
Prof. Dr. Mehmet Sabri Çelik	-0,0032	-0,0106	-0,0023	-0,0003					-0,0035	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Hasan Kaya	-0,0082	-0,0284	-0,0143	-0,0028	-0,0045	-0,0312	-0,0099	-0,0053				
Prof. Dr. Ali Osman Öztürk	-0,0079	0,0118	-0,0093	-0,0036								
Prof. Dr. Ahmet Kızılay	-0,0008	0,0039	-0,0018	-0,0020	-0,0012	0,0225	-0,0073	-0,0044	-0,0035	0,0262	0,0079	0,0011
Prof. Dr. Tolga Depci	-0,0083	0,0157	-0,0098	-0,0038	-0,0043	0,0348	-0,0070	-0,0045				
Prof. Dr. Mahmut Ak									-0,0035	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Nuri Aydın	-0,0085	-0,0301	-0,0147	-0,0045	-0,0034	-0,0206	-0,0083	-0,0027				
Prof. Dr. Gülfettin Çelik	-0,0082	-0,0301	-0,0147	-0,0045	-0,0045	-0,0312	-0,0099	-0,0053				
Prof. Dr. İsmail Koyuncu	-0,0081	0,0012	-0,0109	-0,0037	-0,0044	0,0005	-0,0080	-0,0042	-0,0034	-0,0045	-0,0030	-0,0009
Prof. Dr. Mustafa Berktaş	-0,0004	0,0246	0,0053	-0,0021								
Prof. Dr. Bedriye Tunçsiper	-0,0054	0,1245	-0,0075	-0,0042					-0,0032	0,0232	0,0028	-0,0007
Prof. Dr. Saffet Köse	-0,0070	-0,0295	-0,0145	-0,0016	-0,0045	-0,0312	-0,0099	-0,0053				
Prof. Dr. Yusuf Baran	-0,0071	-0,0122	-0,0116	-0,0033	-0,0024	0,1440	0,0043	-0,0038	-0,0035	0,1666	0,0093	-0,0036
Prof. Dr. Hüsni Kapu	-0,0059	-0,0290	-0,0144	-0,0028	-0,0041	-0,0013	-0,0087	-0,0046	-0,0033	-0,0281	-0,0083	-0,0027
Prof. Dr. Niyazi Can	-0,0069	-0,0284	-0,0136	-0,0002								

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Refik Polat	-0,0087	-0,0128	-0,0138	-0,0042								
Prof. Dr. Hamdullah Çuvalcı	-0,0057	-0,0145	-0,0066	-0,0010								
Prof. Dr. Namık Ak	-0,0087	0,0877	-0,0037	-0,0039					-0,0035	-0,0055	0,0009	0,0023
Prof. Dr. Ahmet Hamdi Topal	-0,0085	-0,0301	-0,0147	-0,0045								
Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa	-0,0065	-0,0083	-0,0131	-0,0040								
Prof. Dr. Vatan Karakaya	-0,0075	-0,0200	-0,0137	-0,0039					-0,0033	0,0150	-0,0050	-0,0037
Prof. Dr. M. Doğan Karacoşkun	-0,0037	-0,0301	-0,0147	-0,0045					-0,0033	0,0068	-0,0067	-0,0043
Prof. Dr. Babür Özçelik	-0,0047	0,0637	-0,0064	-0,0039								
Prof. Dr. Kazım Uysal	0,0477	0,0285	0,0677	0,0049					-0,0034	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Vural Kavuncu	-0,0012	0,0145	0,0229	0,0011					-0,0021	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Aysun Bay Karabulut	-0,0082	-0,0301	-0,0147	-0,0045	-0,0029	0,1105	-0,0026	-0,0044	-0,0033	0,1308	-0,0007	-0,0047
Prof. Dr. Sadettin Hülagü	-0,0081	0,0012	-0,0109	-0,0037								
Prof. Dr. İbrahim Özcoşar	-0,0004	0,0246	0,0053	-0,0021								
Prof. Dr. Erol Özvar	-0,0035	-0,0078	-0,0063	-0,0020								
Prof. Dr. Ahmet Çamsarı	-0,0081	-0,0301	-0,0147	-0,0045					-0,0033	-0,0291	-0,0082	-0,0020
Prof. Dr. Handan İnci Elçi	0,0066	0,0201	0,0026	-0,0022	-0,0036	-0,0215	-0,0085	-0,0025				
Prof. Dr. Hüseyin Çiçek	-0,0038	-0,0094	-0,0074	-0,0021								
Prof. Dr. Ubeyde İpek	-0,0086	-0,0301	-0,0147	-0,0045								
Prof. Dr. Fethi Ahmet Polat					-0,0045	-0,0312	-0,0099	-0,0053	-0,0035	0,1328	0,0083	-0,0033
Prof. Dr. Cem Zorlu	0,0062	0,0369	0,0090	-0,0021	-0,0001	0,0014	-0,0034	-0,0016				
Prof. Dr. Semih Aktekin	-0,0050	-0,0223	-0,0137	-0,0036	-0,0046	-0,0312	-0,0099	-0,0053	-0,0035	0,0396	-0,0044	-0,0043
Prof. Dr. Muhsin Kar	0,0023	0,1568	0,0633	-0,0017								
Prof. Dr. Yavuz Ünal	-0,0053	-0,0217	-0,0121	-0,0024	-0,0039	-0,0197	-0,0093	-0,0043				
Prof. Dr. Ali Akdoğan									-0,0035	0,0867	-0,0022	-0,0045
Prof. Dr. Turgay Uzun	-0,0073	-0,0223	-0,0031	0,0054	-0,0037	-0,0189	-0,0064	0,0000				
Prof. Dr. Hüseyin Karaman	-0,0050	0,0503	0,0010	-0,0032	-0,0043	0,0155	-0,0084	-0,0047	-0,0034	0,1246	0,0045	-0,0038
Prof. Dr. Cevdet Erdöl	0,0056	0,0079	0,0049	-0,0011					-0,0028	0,1154	0,0191	-0,0012
Prof. Dr. Fatih Savaşan	-0,0087	0,0034	0,0088	0,0002	-0,0038	-0,0303	-0,0099	-0,0040				
Prof. Dr. Mehmet Sarıbiyık	-0,0062	0,0129	-0,0075	-0,0034	-0,0041	-0,0224	-0,0091	-0,0036				
Prof. Dr. Mahmut Aydın	-0,0078	-0,0267	-0,0143	-0,0037								

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Kamu Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Metin Aksoy	-0,0009	-0,0134	-0,0050	-0,0006	-0,0035	-0,0109	-0,0080	-0,0035	-0,0034	-0,0127	-0,0056	-0,0019
Prof. Dr. Nihat Şındak	-0,0083	-0,0290	-0,0145	-0,0031	-0,0046	-0,0312	-0,0099	-0,0053				
Prof. Dr. Mehmet Kul	-0,0082	-0,0223	-0,0143	-0,0042								
Prof. Dr. Alim Yıldız	-0,0019	-0,0111	-0,0049	-0,0011								
Prof. Dr. İlker Hüseyin Çarıkçı	0,0019	0,0157	0,0046	-0,0017	-0,0029	-0,0109	-0,0083	-0,0038	-0,0029	0,0150	-0,0050	-0,0038
Prof. Dr. M. Emin Erkan					-0,0046	-0,0312	-0,0099	-0,0053	-0,0033	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Mümin Şahin	-0,0071	0,0051	-0,0097	-0,0036	-0,0047	-0,0312	-0,0099	-0,0053				
Prof. Dr. Emin Aşıkutlu	-0,0078	-0,0089	-0,0115	-0,0035					-0,0035	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Erhan Tabakoğlu	-0,0041	-0,0189	-0,0134	-0,0038								
Prof. Dr. Halil Akkanat	-0,0087	-0,0016	-0,0039	-0,0020								
Prof. Dr. Ekrem Savaş	-0,0051	-0,0016	-0,0039	-0,0020								
Prof. Dr. Hamdullah Şevli	-0,0030	-0,0273	-0,0133	-0,0010					-0,0034	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Suat Cebeci									-0,0035	-0,0322	-0,0073	0,0031
Prof. Dr. Tamer Yılmaz	-0,0087	0,0358	0,0171	-0,0013	-0,0026	0,0348	0,0050	-0,0011				
Prof. Dr. Ahmet Karadağ	-0,0061	-0,0150	-0,0103	-0,0025	-0,0043	-0,0127	-0,0093	-0,0047	-0,0034	-0,0393	-0,0098	-0,0061
Prof. Dr. Mustafa Çufalı	-0,0069	-0,0173	-0,0124	-0,0033	-0,0045	-0,0303	-0,0099	-0,0046				
<i>Vakıf Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Ali Ekrem Özkul	-0,0142	-0,0189	-0,0101	-0,0256	-0,0381	-0,0288	-0,0120	-0,0278				
Prof. Dr. Çağrı Erhan	0,0615	0,0489	0,1201	0,2244	0,0448	0,0458	0,0060	0,0089	0,1995	-0,0276	-0,0300	-0,0398
Prof. Dr. Kamile Perçin Akgül	-0,0134	-0,0154	-0,0099	-0,0185					-0,0280	-0,0196	-0,0179	0,0443
Prof. Dr. İsmail Yüksek	-0,0143	-0,0107	-0,0094	-0,0145					0,0149	-0,0035	0,0070	0,0456
Prof. Dr. Mehmet Yıldırım Üçtuğ	0,0015	-0,0189	-0,0101	-0,0256								
Prof. Dr. Şirin Karadeniz Oran	0,0216	0,0103	0,0015	0,0262	0,0809	-0,0069	0,0025	0,0725				
Prof. Dr. Ali Haberal					-0,0357	-0,0288	-0,0120	-0,0278				
Prof. Dr. Ali Murat Ferman	0,0234	0,0056	-0,0073	-0,0108	0,0598	0,0677	0,0079	0,0035				
Prof. Dr. Mehmet Durman	-0,0142	-0,0189	-0,0101	-0,0256	-0,0188	0,0808	0,0041	-0,0056				
Prof. Dr. Rümeyza Kazancıoğlu	-0,0077	0,0267	-0,0029	-0,0052	0,0489	-0,0288	-0,0120	-0,0278				
Prof. Dr. Adnan Yüksel	-0,0143	-0,0130	-0,0084	0,0119	0,0809	-0,0069	0,0025	0,0725	0,1096	-0,0276	-0,0300	-0,0398
Prof. Dr. Ünal Ay	-0,0137	-0,0189	-0,0101	-0,0256								
Prof. Dr. Turgut Özkan					-0,0344	0,0107	-0,0073	-0,0099				

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Vakıf Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Mehmet Emin Arat	-0,0081	-0,0154	-0,0096	-0,0081								
Prof. Dr. Zafer Utlu (V)	-0,0131	-0,0177	-0,0100	-0,0166								
Prof. Dr. Türkay Dereli	0,0051	-0,0189	-0,0101	-0,0256					0,0203	0,2224	0,2200	0,0160
Prof. Dr. Recep Şentürk	0,0108	-0,0014	0,0007	0,0543								
Prof. Dr. Mustafa Sinanoğlu	-0,0120	-0,0154	-0,0095	-0,0040					-0,0505	0,0207	0,0491	0,0516
Prof. Dr. Ali Argun Karacabey	-0,0076	-0,0130	-0,0086	0,0082	-0,0171	0,0019	-0,0037	0,0133				
Prof. Dr. Yadigar İzmirli	0,0013	-0,0165	-0,0088	0,0478	-0,0368	-0,0288	-0,0120	-0,0278				
Prof. Dr. Osman Çakır	-0,0141	-0,0189	-0,0101	-0,0256	-0,0384	-0,0288	-0,0120	-0,0278				
Prof. Dr. Sudi Apak	-0,0127	-0,0177	-0,0100	-0,0159	-0,0027	-0,0069	-0,0053	0,0187	-0,0464	-0,0276	-0,0300	-0,0398
Prof. Dr. Özgür Çengel	-0,0138	-0,0189	-0,0101	-0,0256	-0,0207	-0,0244	-0,0048	0,2222				
Prof. Dr. Nihat Akkuş	-0,0142	-0,0189	-0,0101	-0,0256	-0,0368	-0,0288	-0,0120	-0,0278				
Prof. Dr. Burhan Aykaç	-0,0141	-0,0189	-0,0101	-0,0256								
Prof. Dr. Mehmet Necmettin Atsü	-0,0106	0,0056	-0,0065	-0,0066	-0,0145	-0,0288	-0,0120	-0,0278				
Prof. Dr. Erhan Güzel	-0,0138	-0,0095	-0,0077	0,0079					-0,0263	0,0127	-0,0009	0,0005
Prof. Dr. Ömer Ceran	-0,0090	0,0103	-0,0024	0,0089	-0,0342	-0,0288	-0,0120	-0,0278				
Prof. Dr. Hazim Tamer Dodurka	0,0125	0,0080	0,0097	0,0702	0,2116	0,0151	-0,0059	-0,0068	0,0084	0,0181	0,0438	0,2102
Prof. Dr. Mehmet Bulut	-0,0142	-0,0177	-0,0100	-0,0201								
Prof. Dr. Seyhan Alkan	-0,0053	-0,0049	-0,0045	0,0268	-0,0343	-0,0200	-0,0117	-0,0225	-0,0066	-0,0276	-0,0300	-0,0398
Prof. Dr. Yücel Oğurlu	0,2357	0,2311	0,2399	0,1045					0,0236	0,0073	-0,0164	-0,0180
Prof. Dr. İ. Yaşar Hacısalihoğlu	-0,0121	-0,0014	-0,0097	-0,0226								
Prof. Dr. Erdal Karaöz	-0,0106	0,0056	-0,0065	-0,0066	0,0365	0,1072	0,0298	0,0189	0,0016	0,0073	0,0035	0,0138
Prof. Dr. Murat Aşkar	0,0079	0,0056	-0,0059	-0,0031	-0,0037	-0,0200	-0,0094	0,0176				
Prof. Dr. M. Sondan Dorukanoğlu Feyiz	-0,0137	-0,0177	-0,0101	-0,0235	0,0709	0,0107	-0,0005	0,0163				
Prof. Dr. Fuat Bayram	0,0126	0,0267	-0,0033	-0,0062	-0,0375	-0,0288	-0,0120	-0,0278				
Prof. Dr. Umran S. İnan	-0,0135	-0,0107	-0,0098	-0,0204								
Prof. Dr. Cumhur Çökmüş	0,0108	0,0582	0,0122	0,0121								
Prof. Dr. Bayram Sade	-0,0143	0,0313	-0,0023	-0,0053	-0,0178	0,0238	0,0008	0,0093				
Prof. Dr. Bülent Gümüsel	0,0049	0,0606	0,0220	0,0270								
Prof. Dr. Şahin Karasar	0,0480	0,0489	0,0176	0,0276	0,1431	0,2212	0,2380	0,1242				

REKTÖRLER	Twitter				Instagram				Facebook			
	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4	K1	K2	K3	K4
<i>Vakıf Üniversiteleri</i>												
Prof. Dr. Muhammed Şahin	0,0200	-0,0154	-0,0097	-0,0123								
Prof. Dr. Şenay Yalçın	-0,0064	-0,0177	-0,0101	-0,0228	-0,0331	-0,0288	-0,0120	-0,0278				
Prof. Dr. Oral Erdoğan	-0,0143	-0,0165	-0,0100	-0,0177					-0,0483	-0,0276	-0,0300	-0,0398
Prof. Dr. Güner Dağlı	-0,0141	-0,0189	-0,0101	-0,0256								
Prof. Dr. H Belgin Ayvaşık	-0,0088	0,0056	0,0019	0,0380	-0,0381	-0,0288	-0,0120	-0,0278	-0,0465	-0,0276	-0,0300	-0,0398
Prof. Dr. Yusuf Sarıнай	-0,0142	-0,0189	-0,0101	-0,0256								
Prof. Dr. Ömer Arıöz	0,0079	0,0056	-0,0059	-0,0031	-0,0307	-0,0113	-0,0096	-0,0070				
Prof. Dr. Hasan Erbay (V)	-0,0143	-0,0060	-0,0091	-0,0159								
Prof. Dr. Tevfik Tezcaner					-0,0338	-0,0288	-0,0120	-0,0278				
Prof. Dr. Mehmet Zelka (V)	-0,0136	-0,0189	-0,0101	-0,0256	-0,0237	-0,0288	-0,0120	-0,0278				
Prof. Dr. Çanan Aykut Bingöl	-0,0072	-0,0177	-0,0101	-0,0208	-0,0085	-0,0288	-0,0120	-0,0278	-0,0382	-0,0276	-0,0300	-0,0398

MABAC yönteminin son aşamasında, Tablo 6'daki sınır yakınlık alanına uzaklıklar kullanılarak, üniversite rektörlerinin kriter fonksiyonları Eşitlik (11)'den yararlanılarak hesaplanır. Hesaplanan bu değerler ve araştırmanın amacını tanımlayan üniversite rektörlerinin sosyal medya kullanım performanslarına yönelik bir sıralama aşağıda Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7. S_i Değerleri ve Üniversite Rektörlerinin Sosyal Medya Kullanım Performanslarına Göre Sıralaması

ÜNİVERSİTE REKTÖRLERİ	TWITTER		INSTAGRAM		FACEBOOK	
	S_i	Sıralama	S_i	Sıralama	S_i	Sıralama
Prof. Dr. İhsan Sabuncuoğlu			-0,0470	35	-0,0544	35
Prof. Dr. Mehmet Turgut	0,0201	23	0,0498	8	-0,0428	30
Prof. Dr. Mehmet Karakaş	-0,0100	31	-0,0496	39		
Prof. Dr. Abdulhalik Karabulut	-0,0401	60	-0,0182	16	-0,0586	42
Prof. Dr. Özlenen Özkan	0,0041	25	-0,0408	33		
Prof. Dr. Yusuf Şahin	-0,0402	61	0,0858	6	-0,0517	34
Prof. Dr. Ekrem Kalan	-0,0334	55	-0,0496	39		
Prof. Dr. Fuat Erdal	-0,0481	71				
Prof. Dr. Necdet Ünüvar	0,3930	3	-0,0266	21	-0,0183	22
Prof. Dr. Yusuf Tekin	0,1316	7			-0,0584	37
Prof. Dr. Musa Kazım Arıcan			-0,0349	26		
Prof. Dr. İbrahim Aydınlı			-0,0511	48		
Prof. Dr. Mehmet Biber	-0,0580	89				
Prof. Dr. Mustafa Sıtkı Bilgin	0,0399	17			-0,0479	32
Prof. Dr. Ömer Çomaklı	0,0755	9	0,0672	7	0,0613	11
Prof. Dr. Osman Selçuk Aldemir			-0,0284	22	-0,0136	21
Prof. Dr. İlter Kuş					0,2142	3
Prof. Dr. Süleyman Özdemir	-0,0528	78			-0,0501	33
Prof. Dr. Orhan Uzun	-0,0171	38				
Prof. Dr. İdris Demir	-0,0430	65				
Prof. Dr. Selçuk Coşkun	-0,0321	54			-0,0257	24
Prof. Dr. Şükrü Beydemir	-0,0510	74	-0,0511	50		
Prof. Dr. Necmettin Elmastaş	-0,0457	70			-0,0431	31
Prof. Dr. Melih Bulu	0,4825	1	-0,0206	18	-0,0586	44
Prof. Dr. Mustafa Alışarlı	-0,0257	48	-0,0355	28		
Prof. Dr. Adem Korkmaz	0,0545	12				
Prof. Dr. Arif Karademir	-0,0241	47				
Prof. Dr. Ahmet Saim Kılavuz	0,0675	11	0,0415	9	0,1055	9
Prof. Dr. Sedat Murat			-0,0495	38	-0,0587	52
Prof. Dr. Hasan Ayrancı	-0,0217	45			-0,0111	19
Prof. Dr. Mehmet Karakoç	-0,0110	33				
Prof. Dr. Meryem Tuncel					-0,0586	45
Prof. Dr. E.S. Nükhet Hotar	0,2068	5	0,2091	3	0,2896	2
Prof. Dr. Nigar Demircan Çakar	-0,0201	43	-0,0284	23	-0,0586	41
Prof. Dr. Necdet Budak	-0,0533	80	0,4470	2	-0,0586	47
Prof. Dr. Mustafa Çalış	0,0241	21			-0,0586	43
Prof. Dr. Bülent Çakmak	-0,0447	68	-0,0368	30	-0,0370	25
Prof. Dr. Fahrettin Gökteş	-0,0313	51			-0,0587	49
Prof. Dr. Musa Yıldız			-0,0439	34		
Prof. Dr. Arif Özeydin	-0,0105	32				

ÜNİVERSİTE REKTÖRLERİ	TWITTER		INSTAGRAM		FACEBOOK	
	S_i	Sıralama	S_i	Sıralama	S_i	Sıralama
Prof. Dr. Nihat Hatipoğlu	0,4134	2	0,7174	1	0,7179	1
Prof. Dr. M. Hasan Aslan	-0,0412	63	-0,0511	45	-0,0383	26
Prof. Dr. Yılmaz Can	-0,0549	83			-0,0587	51
Prof. Dr. Mehmet Cahit Güran	-0,0187	39				
Prof. Dr. Mehmet Sabri Çelik	-0,0163	37			-0,0587	50
Prof. Dr. Hasan Kaya	-0,0537	81	-0,0510	43		
Prof. Dr. Ali Osman Öztürk	-0,0091	30				
Prof. Dr. Ahmet Kızılay	-0,0006	27	0,0096	12	0,0317	12
Prof. Dr. Tolga Depci	-0,0062	29	0,0190	11		
Prof. Dr. Mahmut Ak					-0,0587	48
Prof. Dr. Nuri Aydın	-0,0578	87	-0,0350	27		
Prof. Dr. Gülfettin Çelik			-0,0509	41		
Prof. Dr. İsmail Koyuncu			-0,0161	15	-0,0118	20
Prof. Dr. Mustafa Berktaş	-0,0576	85				
Prof. Dr. Bedriye Tunçsiper	-0,0216	44			0,0220	14
Prof. Dr. Saffet Köse	0,0275	19	-0,0509	40		
Prof. Dr. Yusuf Baran	0,1073	8	0,1421	4	0,1689	4
Prof. Dr. Hüsnü Kapu	-0,0526	77			-0,0424	28
Prof. Dr. Niyazi Can	-0,0342	57	-0,0186	17		
Prof. Dr. Refik Polat	-0,0522	75				
Prof. Dr. Hamdullah Çuvalcı	-0,0491	73				
Prof. Dr. Namık Ak	-0,0395	58			-0,0059	17
Prof. Dr. Ahmet Hamdi Topal	-0,0278	50				
Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa	0,0713	10				
Prof. Dr. Vatan Karakaya	-0,0578	86			0,0030	16
Prof. Dr. M. Doğan Karacoşkun					-0,0075	18
Prof. Dr. Babür Özçelik	-0,0320	53				
Prof. Dr. Kazım Uysal	-0,0452	69			-0,0586	46
Prof. Dr. Vural Kavuncu	-0,0530	79			-0,0573	36
Prof. Dr. Aysun Bay Karabulut	0,0487	14	0,1006	5	0,1221	7
Prof. Dr. Sadettin Hülügü	0,1488	6				
Prof. Dr. İbrahim Özçoşar	0,0373	18				
Prof. Dr. Erol Özvar	-0,0196	41				
Prof. Dr. Ahmet Çamsarı	-0,0575	84			-0,0426	29
Prof. Dr. Handan İnci Elçi	0,0272	20	-0,0361	29		
Prof. Dr. Hüseyin Çiçek	-0,0228	46				
Prof. Dr. Ubeyde İpek	-0,0579	88				
Prof. Dr. Fethi Ahmet Polat			-0,0510	42	0,1343	5
Prof. Dr. Cem Zorlu	0,0498	13	-0,0038	14		
Prof. Dr. Semih Aktekin	-0,0445	66	-0,0510	44	0,0273	13
Prof. Dr. Muhsin Kar	0,2207	4				
Prof. Dr. Yavuz Ünal	-0,0415	64	-0,0372	31		
Prof. Dr. Ali Akdoğan					0,0765	10

ÜNİVERSİTE REKTÖRLERİ	TWITTER		INSTAGRAM		FACEBOOK	
	S_i	Sıralama	S_i	Sıralama	S_i	Sıralama
Prof. Dr. Turgay Uzun	-0,0273	49	-0,0290	24		
Prof. Dr. Hüseyin Karaman	0,0431	15	-0,0021	13	0,1219	8
Prof. Dr. Cevdet Erdöl	0,0173	24			0,1305	6
Prof. Dr. Fatih Savaşan	0,0037	26	-0,0480	36		
Prof. Dr. Mehmet Sarıbiyık	-0,0042	28	-0,0391	32		
Prof. Dr. Mahmut Aydın	-0,0525	76				
Prof. Dr. Metin Aksoy	-0,0198	42	-0,0259	19	-0,0235	23
Prof. Dr. Nihat Şındak	-0,0549	82	-0,0511	46		
Prof. Dr. Mehmet Kul	-0,0490	72				
Prof. Dr. Alim Yıldız	-0,0190	40				
Prof. Dr. İlker Hüseyin Çarıkcı	0,0204	22	-0,0260	20	0,0033	15
Prof. Dr. M. Emin Erkan			-0,0511	47	-0,0586	38
Prof. Dr. Mümin Şahin	-0,0153	35	-0,0511	49		
Prof. Dr. Emin Aşıkutlu	-0,0316	52			-0,0587	53
Prof. Dr. Erhan Tabakoğlu	-0,0402	62				
Prof. Dr. Halil Akkanat	-0,0163	36				
Prof. Dr. Ekrem Savaş	-0,0126	34				
Prof. Dr. Hamdullah Şevli	-0,0445	67			-0,0586	40
Prof. Dr. Suat Cebeci					-0,0399	27
Prof. Dr. Tamer Yılmaz	0,0428	16	0,0361	10		
Prof. Dr. Ahmet Karadağ	-0,0340	56	-0,0310	25	-0,0586	39
Prof. Dr. Mustafa Çufalı	-0,0399	59	-0,0493	37		
VAKIF ÜNİVERSİTELERİ	S_i	Sıralama	S_i	Sıralama	S_i	Sıralama
Prof. Dr. Ali Ekrem Özkul	-0,0688	47	-0,1067	27		
Prof. Dr. Çağrı Erhan	0,4549	2	0,1056	7	0,1020	3
Prof. Dr. Kamile Perçin Akgül	-0,0571	34			-0,0211	10
Prof. Dr. İsmail Yüksek	-0,0488	27			0,0641	5
Prof. Dr. Mehmet Yıldırım Üçtuğ	-0,0531	29				
Prof. Dr. Şirin Karadeniz Oran	0,0596	8	0,1491	5		
Prof. Dr. Ali Haberal			-0,1043	24		
Prof. Dr. Ali Murat Ferman	0,0109	13	0,1387	6		
Prof. Dr. Mehmet Durman	-0,0687	46				
Prof. Dr. Rümeyza Kazancıoğlu	0,0108	14	0,0606	9		
Prof. Dr. Adnan Yüksel	-0,0238	22	-0,0197	14	0,0120	7
Prof. Dr. Ünal Ay	-0,0683	40				
Prof. Dr. Turgut Özkan			-0,0409	15		
Prof. Dr. Mehmet Emin Arat	-0,0412	24				
Prof. Dr. Zafer Utlu (V)	-0,0575	35				
Prof. Dr. Türkay Dereli	-0,0495	28			0,4786	1
Prof. Dr. Recep Şentürk	0,0644	7				
Prof. Dr. Mustafa Sinanoğlu	-0,0408	23			0,0709	4
Prof. Dr. Ali Argun Karacabey	-0,0210	20	-0,0056	12		

Prof. Dr. Yadigar İzmirli	0,0238	11				
Prof. Dr. Osman Çakır	-0,0687	42	-0,1054	25		
Prof. Dr. Sudi Apak	-0,0564	32	-0,1070	29	-0,1440	13
Prof. Dr. Özgür Çengel	-0,0683	41	0,0038	11		
Prof. Dr. Nihat Akkuş	-0,0687	45	0,1723	4		
Prof. Dr. Burhan Aykaç	-0,0687	42				
Prof. Dr. Mehmet Necmettin Atsü			-0,0831	18		
Prof. Dr. Erhan Güzel	-0,0180	19			-0,0141	9
Prof. Dr. Ömer Ceran	-0,0231	21	-0,1028	23		
Prof. Dr. Hazim Tamer Dodurka	0,0079	16	0,2139	2	0,2804	2
Prof. Dr. Mehmet Bulut	0,1004	5				
Prof. Dr. Seyhan Alkan	-0,0620	37	-0,0885	19	-0,1041	11
Prof. Dr. Yücel Oğurlu	0,0122	12			-0,0035	8
Prof. Dr. İ. Yaşar Hacısalihoğlu	0,8113	1				
Prof. Dr. Erdal Karaöz	-0,0457	26	0,1924	3	0,0261	6
Prof. Dr. Murat Aşkar			-0,0156	13		
Prof. Dr. M. Sondan Dorukanoglu Feyiz	0,0046	17	0,0973	8		
Prof. Dr. Fuat Bayram	-0,0650	38	-0,1061	26		
Prof. Dr. Umran S. İnan	0,0298	10				
Prof. Dr. Cumhuri Çökmüş	-0,0544	30				
Prof. Dr. Bayram Sade	0,0933	6	0,0161	10		
Prof. Dr. Bülent Gümüşel	0,0095	15				
Prof. Dr. Şahin Karasar	0,1145	4	0,7266	1		
Prof. Dr. Muhammed Şahin	0,1421	3				
Prof. Dr. Şenay Yalçın	-0,0174	18	-0,1016	21		
Prof. Dr. Oral Erdoğan	-0,0570	33			-0,1458	15
Prof. Dr. Güner Dağlı	-0,0584	36				
Prof. Dr. H Belgin Ayvaşık	-0,0687	43	-0,1067	28	-0,1440	14
Prof. Dr. Yusuf Sarıınay	0,0367	9				
Prof. Dr. Ömer Arıöz	-0,0687	44	-0,0585	16		
Prof. Dr. Hasan Erbay (V)	-0,0454	25				
Prof. Dr. Tevfik Tezcaner			-0,1024	22		
Prof. Dr. Mehmet Zelka (V)	-0,0682	39	-0,0923	20		
Prof. Dr. Canan Aykut Bingöl	-0,0558	31	-0,0771	17	-0,1357	12

Tablo 7 kapsamında üniversite rektörlerinin sosyal medya kullanımlarına ilişkin sıralama incelendiğinde; kamu üniversite rektörleri açısından “Twitter”da Prof. Dr. Melih BULU, “Instagram ve Facebook”ta ise Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU’nun ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Vakıf üniversiteleri açısından ise; “Twitter”da Prof. Dr. İ. Yaşar HACİSALİHOĞLU, “Instagram”da Prof. Dr. Şahin KARASAR ve “Facebook”ta ise Prof. Dr. Türkay DERELİ’nin ilk sırada yer aldığı görülmektedir.

6. Sonuç ve Değerlendirme

Günümüzde gelişen teknoloji altyapısı ve teknolojiye erişimin kolaylaşması ile bireyler arası ve kitle iletişimini oldukça hızlandırarak kolaylaştıran ve “yeni medya” olarak da isimlendirilen sosyal medya; işletmelerin pazarlama iletişimi sürecinde çok değerli bir bileşen olarak iletişim sürecindeki yerini almaktadır. Sosyal medya sahip olduğu bir takım üstünlükler ile sadece işletmeler açısından değil bireyler ve kamu açısından da iletişimin merkezi konumuna geçmektedir. Dolayısı ile pazarlama iletişimi hedeflerinin elde edilmesi sürecinde sosyal medya çok önemli bir aracı olarak değerlendirilmektedir. Böylelikle de, yükseköğrenim kurumları olarak üniversitelerin ve üniversiteleri yöneten rektörlerin hem kamusal hem de kamusal olmayan alanlara yönelik iletişim hedeflerinin sağlanmasında sosyal medya önemli bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye’de kamu ve vakıf üniversite rektörlerinin sosyal medya kullanımlarına yönelik kapsamlı bir değerlendirmenin yapılması hedefi ile hazırlanan bu çalışmada, 129 kamu ve 74 vakıf üniversite rektörünün “Twitter, Instagram ve Facebook” sosyal medya platformlarındaki kullanımları ve kullanımlarına ilişkin performansları, akademik alanda son yıllarda ortaya çıkan çok kriterli karar verme tekniklerinden birisi olan MABAC yöntemi aracılığı ile analiz edilmiştir. ÇKKV sürecinde sıralamanın gerçekleştirilmesinde kullanılan dört kriterin her biri eşit ağırlıkta planlanmış ve “takipçi sayısı, gönderi sayısı, beğeni sayısı ve ortalama beğeni” olarak belirlenmiştir. MABAC yöntemi sonuçlarına göre üniversite rektörlerinin sosyal medya performanslarına ilişkin sıralama çalışma kapsamında çok detaylı bir şekilde paylaşılmış olup, ilgili sıralamanın daha öz ve spesifik bir halde sunumu için ilk beş sırada yer alan rektörler aşağıda Tablo 8 dahilinde gösterilmiştir.

Tablo 8. Kamu ve Vakıf Üniversiteleri Rektörleri Sosyal Medya Performansı Sıralaması

KAMU ÜNİVERSİTELERİ			
Sıra	TWITTER	INSTAGRAM	FACEBOOK
1	Prof. Dr. Melih BULU	Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU	Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU
2	Prof. Dr. Nihat HATİPOĞLU	Prof. Dr. Necdet BUDAK	Prof. Dr. F.S. Nükhet HOTAR
3	Prof. Dr. Necdet ÜNÜVAR	Prof. Dr. F.S. Nükhet HOTAR	Prof. Dr. İlder KURŞ
4	Prof. Dr. Muhsin KAR	Prof. Dr. Yusuf BARAN	Prof. Dr. Yusuf BARAN
5	Prof. Dr. F.S. Nükhet HOTAR	Prof. Dr. Aysun Bay KARABULUT	Prof. Dr. Fethi Ahmet POLAT
VAKIF ÜNİVERSİTELERİ			
1	Prof. Dr. İ. Yaşar HACISALİHOĞLU	Prof. Dr. Şahin KARASAR	Prof. Dr. Türkay DERELİ
2	Prof. Dr. Çağrı ERHAN	Prof. Dr. Hazim Tamer DODURKA	Prof. Dr. Hazim Tamer DODURKA
3	Prof. Dr. Muhammed ŞAHİN	Prof. Dr. Erdal KARAÖZ	Prof. Dr. Çağrı ERHAN
4	Prof. Dr. Şahin KARASAR	Prof. Dr. Nihat Akkuş	Prof. Dr. Mustafa SİNANOĞLU
5	Prof. Dr. Mehmet BULUT	Prof. Dr. Şirin Karadeniz Oran	Prof. Dr. Kamile Perçin AKGÜL

Tablo 8 incelendiğinde, kamu üniversite rektörlerinden Prof. Dr. Melih BULU’nun “Twitter”, Prof. Dr. Nihat Hatipoğlu’nun “Instagram ve Facebook”; vakıf üniversite rektörlerinden Prof. Dr.

İ. Yaşar Hacısalihoğlu'nun "Twitter", Prof. Dr. Şahin Karasar'ın "Instagram" ve Prof. Dr. Türkey Dereli'nin ise "Facebook" kullanım performansları açısından ilk sırada yer aldıkları görülmektedir. Çalışma kapsamında elde edilen bir diğer önemli husus ise üniversite rektörleri arasında Prof. Dr. Nihat Hatipoğlu ve Prof. Dr. F.S. Nükhet Hotar'ın her üç platforma yönelik sıralamada ilk beş içerisinde yer almasıdır. Çalışmada sosyal medyanın bir kısım üniversite rektörleri için çok önemli bir iletişim aracı olarak algılanmakta ve yoğun bir kullanıma sahip olduğu bulgulanmış olup, bir kısım üniversite rektörü için aynı önermenin geçerli olmadığı görülmüştür. Bu bağlamda; "Twitter" hesabı olmayan 40 kamu ve 30 vakıf; "Instagram" hesabı olmayan 79 kamu ve 45 vakıf; "Facebook" hesabı olmayan 76 kamu ve 59 vakıf üniversite rektörü bulunduğu tespit edilmiştir. Bu durum ise sosyal medya üzerinden gerçekleştirilmesi muhtemel pazarlama iletişimi çabalarının önünde bir engel olarak görülmektedir. Üniversitelerin kurumsal kimlikleri kadar rektörlerin de paydaşları ile birebir iletişimde bulunmaları, sürdürülebilir iletişimin sağlanması, üniversiteye ait marka değerinin oluşturulması ve ilerleyen yıllarda üniversite tercihinde bulunacak adaylar için potansiyel bir neden olabilecek bir faktör olduğu unutulmamalıdır.

Üniversite rektörlerinin sosyal medya üzerindeki iletişimlerine ilişkin değerlendirme amacı taşıyan akademik çalışma sayısı çok az sayıda olmakla birlikte, ilgili değerlendirmeleri çok kriterli karar verme yöntemleri aracılığı ile gerçekleştirme amacı taşıyan herhangi bir çalışmanın literatürde yer almadığı tespit edilmiştir. Bu bakımdan mevcut çalışmanın literatüre özgün bir katkı sunacağı düşünülmektedir. İlerleyen çalışmaların gerçekleştirilmesi sürecinde farklı ÇKKV tekniklerinden ve farklı kriterlerden yararlanılması ve zaman aralığının genişletilmesi durumunda farklı sonuçların elde edilmesi muhtemel olup, bu tür çalışmaların ortaya çıkması ile sonuçlara ilişkin karşılaştırmalı değerlendirmelerin yapılması hususunun literatüre derinlik kazandıracığı düşünülmektedir.

Etik Kurul Onayı

Bu makalenin saha çalışması, Kırklareli Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırmalar ve Yayın Etiği Kurulu'nun 11/05/2021 tarih ve E-35523585.929.10695 sayı numaralı Etik Kurul İzni ile onaylanmıştır.

KAYNAKÇA

- Ahern, L., Feller, J., & Nagle, T. (2016). Social media as a support for learning in universities: an empirical study of Facebook Groups. *Journal of Decision systems*, 25(sup1), 35-49.
- Akar, E. (2010). *Sosyal Medya Pazarlaması* (1. Basım). Elif Yayınevi.
- Alinezhad, A., & Khalili, J. (2019). MABAC Method. *New Methods and Applications in Multiple Attribute Decision Making (MADM)* (pp.193-198). Springer, Cham.
- Ayçin, E., & Çakın, E. (2019). Ülkelerin inovasyon performanslarının ölçümünde Entropi ve Mabac çok kriterli karar verme yöntemlerinin bütünleşik olarak kullanılması. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 19(2), 326-351.
- Bakır, M. (2019). SWARA ve MABAC yöntemleri ile havayolu işletmelerinde ewom'a dayalı memnuniyet düzeyinin analizi. *İzmir İktisat Dergisi*, 34(1), 51-66.

- Bamberger, A., Bronshtein, Y., & Yemini, M. (2020). Marketing universities and targeting international students: a comparative analysis of social media data trails. *Teaching in Higher Education*, 25(4), 476-492.
- Barker, M., Barker, D. I., Bormann, N. F., & Neher, K. E. (2012). *Social media marketing: A strategic approach*. Cengage Learning.
- Blankenship, M. (2011). How social media can and should impact higher education. *Education Digest*, 76(7), 39-42.
- Botha, E., Farshid, M., & Pitt, L. (2011). How sociable? An exploratory study of university brand visibility in social media. *South African Journal of Business Management*, 42(2), 43-51.
- Castronovo, C., & Huang, L. (2012). Social media in an alternative marketing communication model. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 6, 117-134. *Computing*, 80, 80-92.
- Constantinides, E. (2014). Foundations of social media marketing. *Procedia-Social and behavioral sciences*, 148, 40-57.
- Constantinides, E., & Stagno, M. C. Z. (2012). Higher education marketing: A study on the impact of social media on study selection and university choice. *International journal of technology and educational marketing (IJTEM)*, 2(1), 41-58.
- Curtis, L., Edwards, C., Fraser, K. L., Gudelsky, S., Holmquist, J., Thornton, K., & Sweetser, K. D. (2010). Adoption of social media for public relations by nonprofit organizations. *Public relations review*, 36(1), 90-92.
- Çelik, S. (2014). Sosyal Medyanın Pazarlama İletişimine Etkileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3), 28-42.
- Çetin, C., Karalar, S. (2016). X, Y ve Z kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28), 157-197.
- Çınaroğlu, E. (2020). Yenilikçi girişimlere ait faaliyetlerin entropi destekli mabac yöntemi ile değerlendirilmesi. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 9(1), 111-135.
- Çıldan, C., Ertemiz, M., Tumuçin, H. K., Küçük, E., & Albayrak, D. (2012). Sosyal medyanın politik katılım ve hareketlerdeki rolü. *Akademik Bilişim*, 3, 1-9.
- Dara, A. Y. (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya. *Selçuk İletişim*, 7(1), 5-15.
- Doğru, Y. B., & Doğru, S. (2015). *Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Twitter Rektörlerin Twitter Kullanım Analizi*. Toplumsal ve Kurumsal Çatışmalar/Çözümler Kongresi, 291-308, Türkiye.
- Dredze, M. (2012). How social media will change public health. *IEEE Intelligent Systems*, 27(4), 81-84.
- Dwivedi, Y. K., Kapoor, K. K., & Chen, H. (2015). Social media marketing and advertising. *The Marketing Review*, 15(3), 289-309.
- Erdoğan, İ. E., & Çiçek, M. (2012). The impact of social media marketing on brand loyalty. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 1353-1360.
- Erol, G., & Hassan, A. (2014). Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Tatil Tercihlerine Etkisi. *Journal of International Social Research*, 7(31), 804-812.
- Eryılmaz, B., & Zengin, B. (2014). Sosyal Medyada Konaklama İşletmelerine Yönelik Tüketici Yaklaşımları Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 2(1), 147-167.
- Fotis, J. N. (2015). The Use of social media and its impacts on consumer behaviour: the context of holiday travel (Unpublished PhD Dissertation), Bournemouth University.
- Gronroos, C. (1988). Service quality: The six criteria of good perceived service. *Review of business*, 9(3), 10-13.
- Ivala, E., & Gachago, D. (2012). Social media for enhancing student engagement: the use of Facebook and blogs at a university of technology. *South African Journal of Higher Education*, 26(1), 152-167.
- İşlek, M. S. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma*, (Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi), Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

-
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kaur, S. (2016). Social media marketing. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 5(4), 6-12.
- Keskin, S., & Baş, M. (2015). Sosyal medyanın tüketiciler davranışları üzerine etkisinin belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 51-69.
- Khan, R. H. (2013). Marketing education online: a case study of New Zealand higher education institutions. *Procedia – Social and Behavioral Sciences, 13th International Educational Technology Conference* Vol. 103, 637-646. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.10.382
- Koçak Alan, Ü. A., Tümer Kabadayı, E. & Uzunburun, T. (2018). Sosyal Medya Pazarlama Faaliyetlerinin Müşteri Varlığı ve Müşteri Bağlılığına Etkisi. *International Journal of Management Economics & Business/ Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2), 535-555.
- Koçak, A. (2012). Sürdürülebilir Rekabet İçin Pazarlamayı Yeniden Düşünmek. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 61-84.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. (14th Edition), Pearson.
- Köseoğlu, Y., & Al, H. (2013). Bir siyasal propaganda aracı olarak sosyal medya. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(3), 103-125.
- Kuyucu, M. (2016). The social media generation : social media use in Turkey in the sample of Istanbul. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 21(2), 84-98.
- Luo, S. Z., & Liang, W. Z. (2019). Optimization of roadway support schemes with likelihood-based MABAC method. *Applied Soft*
- Odabaşı, Y., & Oyman, M. (2002). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*, Mediacat Yayınları.
- Olgun, B. (2015). Sosyal Medyanın Tüketiciler Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 6(12), 484-507.
- Özcan, A., & Atilla, G. (2018). Politik Beceri Bağlamında Üniversite Rektörlerinin Sosyal Medya Yönetimi: Batı Akdeniz Bölgesi Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(32), 333-348.
- Pamućar, D., & Ćirović, G. (2015). The selection of transport and handling resources in logistics centers using multi-attributive border approximation area comparison (MABAC). *Expert Systems with Applications*, 42(6), 3016-3028.
- Pamućar, D., Petrović, I., & Ćirović, G. (2018). Modification of the Best–Worst and MABAC methods: A novel approach based on interval-valued fuzzy-rough numbers. *Expert systems with applications*, 91, 89-106.
- Peruta, A., & Shields, A. B. (2017). Social media in higher education: Understanding how colleges and universities use Facebook. *Journal of Marketing for Higher Education*, 27(1), 131-143.
- Rutter, R., Roper, S., & Lettice, F. (2016). Social media interaction, the university brand and recruitment performance. *Journal of Business Research*, 69(8), 3096-3104.
- Saravanakumar, M., & SughanthaLakshmi, T. (2012). Social media marketing. *Life science journal*, 9(4), 4444-4451.
- Sharma, H. K., Jagannath, R., Kar, S., & Prentkovskis, O. (2018). Multi criteria evaluation framework for prioritizing indian railway stations using modified rough ahp-mabac method. *Transport and Telecommunication*, 19(2), 113.
- Smolađ, K., Ślusarczyk, B., & Kot, S. (2016). The role of social media in management of relational capital in universities. *Prabandhan: Indian Journal of Management*, 9(10), 34-41.

- Statista. (2021a). Dünyada Sosyal Medya Kullanımı İstatistikleri. 01.10.2021 tarihinde <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/> adresinden alındı.
- Statista. (2021b). 05.10.2021 tarihinde <https://www.statista.com/statistics/272365/age-distribution-of-internet-users-worldwide/> adresinden alındı.
- Statista. (2021c). 05.10.2021 tarihinde <https://www.statista.com/statistics/283119/age-distribution-of-global-twitter-users/> adresinden alındı.
- Stephen, A. T. (2016). The role of digital and social media marketing in consumer behavior. *Current opinion in Psychology*, 10, 17-21.
- Sun, R., Hu, J., Zhou, J., & Chen, X. (2018). A hesitant fuzzy linguistic projection-based MABAC method for patients' prioritization. *International Journal of Fuzzy Systems*, 20(7), 2144-2160.
- Şahin, E., & İçil, H. B. (2019). Sosyal medya uygulamalarının, marka bağlılığı ve tüketici davranışlarına etkisi: Z kuşağı üzerine bir araştırma. *International Journal of Multidisciplinary Studies and Innovative Technologies*, 3(2), 188-195.
- Şahin, E., Çağhyan, V., & Başer, H. H. (2017). Sosyal medya pazarlamasının tüketici satın alma davranışına etkisi: Selçuk Üniversitesi İİ BF örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 67-86.
- Thackeray, R., Neiger, B. L., Smith, A. K., & Van Wagenen, S. B. (2012). Adoption and use of social media among public health departments, *BMC public health*, 12(1), 1-6.
- Toksarı, M., & Bayraktar, M. M. M. (2014). Tüketici Algularını Etkileyen Faktörlerde Sosyal Medyanın Rolü: Niğde Üniversitesi İİBF Örneği. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(4), 1-28.
- Topa Çiftçi, G., & Doğan, M. E. (2019). Üniversite Yönetimi ve Öğrenci İletişiminde Sosyal Medya Kullanımı: Fenomen Rektörler. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (AKİL) Aralık (32), 269-297.
- Tuten, T. L. (2020). *Social media marketing*. Sage.
- TÜİK. (2021, 5 Ekim). Nüfus ve Demografi İstatistikleri. 05.10.2021 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Nufus-ve-Demografi-109> adresinden alındı.
- Ulutaş, A. (2019). Entropi ve MABAC yöntemleri ile personel seçimi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 13(19), 1552-1573.
- Vesković, S., Stević, Z., Stojić, G., Vasiljević, M., & Milinković, S. (2018). Evaluation of the railway management model by using a new integrated model Delphi-SWARA-MABAC. *Decision Making: Applications in Management and Engineering*, 1(2), 34-50.
- Veysel, E., & Aydın, A. (2014). Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (3), 197-205.
- Vinerean, S., Cetina, I., Dumitrescu, L., & Tichindelean, M. (2013). The effects of social media marketing on online consumer behavior. *International Journal of Business and Management*, 8(14), 66.
- Voramontri, D., & Klieb, L. (2019). Impact of social media on consumer behaviour. *International Journal of Information and Decision Sciences*, 11(3), 209-233.
- Voss, K. A., & Kumar, A. (2013). The value of social media: are universities successfully engaging their audience?. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 5(2), 156-172.
- Weforum. (2021). Kuşaklar Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı. 04.04.2021 tarihinde <https://www.weforum.org/agenda/2019/10/social-media-use-by-generation/> adresinden alındı.
- YÖK. (2021). Yüksek Öğretim İstatistikleri. 05.04.2021 tarihinde <https://istatistik.yok.gov.tr/> adresinden alındı.
- Zarrella, D. (2009). *The social media marketing book*. O'Reilly Media, Inc.

EVALUATION OF UNIVERSITY RECTORS' USE OF SOCIAL MEDIA BY MABAC METHOD*

Mehmet Can DEMİRTAŞ**

As a new media paradigm, social media enables the individuals to produce and distribute his / her own content (Zarrella 2009, pp.2-3). Considering the 4.2 billion users currently active on social media, no business should be expected to stay away from this new area. The active position of the rectors, who manage universities which are educational enterprises, in this new media field will allow the university to take part in an effective communication process with its stakeholders as an institution and rectors as an individual. In the literature, there are quite a lot of works prepared on the relationship between universities and social media but it does not seem possible to use the same expression in terms of social media usage of university rectors. According to Blankenship (2011, p.12), social media is an area that should be taken seriously by universities. Because, with the effective use of social media, the participation and interest of university students in classes increases and they tend to take more responsibility for higher education. According to Ivala & Gachago (2012, p.152) if the proper use of blogs and Facebook groups in social media is accepted as a learning tool by students, the participation of students in academic learning activities on and off campus increases. However, according to Constantinides & Stagno (2012), although higher education institutions' interest in social media for marketing purposes is increasing, little is known about the potential of social media in higher education marketing strategies.

Similarly, although it is determined that there are very few works to determine the positions of university rectors in social media marketing and communication processes in Turkey, it is seen that the related works also contain a very narrow application in terms of scope. As a result of the research in which seven university rectors were included, Özcan & Atilla (2018) found that three rectors did not have Twitter accounts, and that the rectors differed in terms of political skills and were similar in terms of their sharing of special days. Topa Ciftci & Dogan used the title "Phenomenon Rectors" in his

* This research was approved by the decision number 10695, taken at the meeting of Kırklareli University Scientific Research and Publication Ethics Committee on 11.05.2021 and numbered E-35523585.929.10695.

** Kırklareli University, Business Administration, mehmetcan.demirtas@klu.edu.tr

study and determined that the rectors' use of Twitter as a communication tool affects their recognition, that these rectors have become micro-reputations with the increase in the number of followers and that they can be effective in increasing the brand value of the universities they are affiliated with. In their study, Doğru & Doğru (2015) subjected the tweets of four rectors for content analysis, two of them with the highest number of followers on Twitter and two of them with the highest number of tweets. As a result of the study, when examined in the context of tweet types, the "retweet" feature of Twitter was used extensively by the rectors, the interaction of the rectors was at a moderate level and the majority of them were created with moderate interaction retweets. In the literature, it is seen that studies prepared to determine the performances of university rectors on social media platforms are the subject of research, especially in the scope of certain social media platforms and a limited number of rectors. Therefore, it is thought that current studies on the subject and that set goals for evaluating the social media performances of all university rectors in Turkey will fill an important gap in the literature regarding the social media marketing and communication efforts of university rectors.

In this context this study aims to determine the level of participation and usage on Twitter, Instagram, and Facebook, which are among the social media platforms of public and foundation university rectors in Turkey, and to obtain a ranking with the use of MABAC, which is among the multi-criteria decision-making methods. In determining the usage levels of social media platforms, four criteria were taken into consideration, namely "number of followers", "number of posts", "number of likes" and the ratio of posts/likes. Within the scope of the relevant criteria, the data gathered between the dates of January 1, 2021 – March 31, 2021 were analyzed by using the MABAC method and the usage levels of social media platforms by public and foundation university rectors were ranked.

In the study, it was found that social media is seen as a very important communication tool for some university rectors and has an intense use, and it was seen that the same proposition was not valid for some university rectors. It has been determined that there are 76 public and 59 foundation university rectors who do not have a "Facebook" account; 40 public and 30 foundation university rectors without a "Twitter" account and 79 public and 45 foundation university rectors without "Instagram" accounts. When the public universities are considered, the ranking obtained in the study is as follows: Prof. Melih BULU for "Twitter"; Prof. Nihat HATİPOĞLU for "Facebook" and "Instagram"; and when foundation universities are considered, the ranking is as follows: Prof. İ.Yaşar HACISALİHOĞLU for "Twitter", Prof. Şahin KARASAR for "Instagram" and Prof. Türkay DERELİ for "Facebook".

Although the number of academic studies aiming to evaluate the communication of university rectors on social media is very few, it has been determined that there is no study in the literature that aims to carry out the relevant evaluations through multi-criteria decision-making methods. In this respect, with this study it is thought that a valuable contribution was made to the literature. In the process of carrying out further studies, it is possible to obtain different results if different MCDM techniques and different criteria are used and the time interval is extended, and it is thought that the emergence of such studies and making comparative evaluations of the results will add depth to the literature.