



Yıl: 4, Sayı: 11, Haziran 2017, s. 744-751

**S. Bora ÇAVUŞOĞLU<sup>1</sup>**

**C. Nihal YURTSEVEN<sup>2</sup>**

**Feray K. DUMAN<sup>3</sup>**

**Ataman TÜKENMEZ<sup>4</sup>**

**Emrah SERDAR<sup>5</sup>**

**Eray YURTSEVEN<sup>5</sup>**

## ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİN SOSYAL AĞ KULLANIM AMAÇLARININ FARKLI DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ

### Özet

Araştırmanın amacı, üniversitede öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağ kullanım amaçlarının farklı değişkenlere göre incelenmektedir. Bu amaç doğrultusunda tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilmiş olan 161 erkek ve 106 kadın olmak üzere toplam 267 üniversite öğrencisi çalışmaya gönüllü olarak katılmıştır. Araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini, İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesinde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak, araştırmacı tarafından hazırlanmış kişisel bilgi formuna ek olarak, katılımcıların sosyal ağ kullanım amaçlarını belirlemek amacıyla Koçak Usluel ve ark., (2014) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği yapılan “Sosyal Ağların Kullanım Amaçları” ölçeği kullanılmıştır. Katılımcıların kişisel bilgilerinin dağılımlarının belirlenmesi için yüzde (%) ve frekans yöntemleri; verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığının belirlenmesi için Shapiro Wilks normallik testi uygulanmış ve bunun neticesinde verilerin non-parametrik test koşullarına uygun olduğunun anlaşılmasından sonra anlamlı farklılıkların belirlenmesi için Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis testleri uygulanmıştır. Cinsiyet değişkenine göre

<sup>1</sup> Yrd. Doç. Dr. İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, boracavusoglu@windowslive.com

<sup>2</sup> Öğr. Gör. . İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, cny@istanbul.edu.tr

<sup>3</sup> Doktora Öğr. İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, feray.kucukbas@gmail.com

<sup>4</sup> Arş.Gör., İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, atamantukenmez@gmail.com

<sup>5</sup> Arş.Gör., İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi., emrah.serdar@istanbul.edu.tr

<sup>6</sup> Doç. Dr. İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Fakültesi, eyurt@istanbul.edu.tr

sosyal ağ kullanım amaçları ölçeğinin araştırma ve eğlence alt boyutlarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Yaşa göre sosyal ağ kullanım amaçları ölçeğinin iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence alt boyutlarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Haftalık sosyal ağ kullanım sürelerine göre ise, sosyal ağ kullanım amaçları ölçeğinin eğlence alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Sonuç olarak cinsiyetin sosyal ağ kullanım amaçları bakımından önemli bir faktör olduğu, yaş ilerledikçe buna paralel olarak katılımcıların daha çok sosyal ağ kullanım amaçlarının da değişiklik gösterdiği, haftalık sosyal ağları kullanım sürelerine bakıldığında ise, kullanım süresi arttıkça katılımcıların eğlence amaçlı sosyal ağları kullandıkları sonucuna varılabilir.

**Anahtar kelime:** Üniversite Öğrencisi, Sosyal Ağ, Sosyal Ağ Kullanım Amaçları

## ANALYSIS OF SOCIAL NETWORK USAGE PURPOSES OF UNIVERSITY STUDENTS ACCORDING TO DIFFERENT VARIABLES

### Abstract

The purpose of the study is to analyse university students' social network usage purposes according to different variables. A total of 267 university students consisting of 161 males and 106 females, selected by random sampling in parallel with this purpose, voluntarily participated in the study. The screening model was used in the study. The sample of the study consists of the students who are studying at the Faculty of Sports Sciences of Istanbul University. As a data collection tool in the study, the “Social Network Usage Objectives” scale, which was validated and acknowledged in Turkish by Koçak Usluel et al. (2014) was used in addition to the personal information form prepared by the researcher, in order to determine participants' social network usage goals. Percentage (%) and frequency methods in order to determine the distributions of personal information of participants; Shapiro Wilks normality test in order to determine if the data had normal distribution were used, and having found out that the data are suitable for non-parametric test conditions, Mann-Whitney U and Kruskal Wallis tests were used to determine the significant differences. Significant differences were found in the research and entertainment sub-dimensions of the scale of gender variable-based social network usage purposes .Significant differences were found in the sub-dimensions of keeping in touch, sharing content and entertainment of the scale of the age-based social network usage purposes. Statistically significant differences were found in the entertainment sub-dimensions of the social network usage purposes by weekly social network usage times.Finally, it can be concluded that gender is an important factor for social network usage purposes; as the age get older , especially the social network usage purposes of participants change accordingly; regarding weekly social networks usage duration, as the duration of use increases, participants tend to use entertainment purpose social networks.

**Key words:** College Student, Social Networks, Social Networks Usage Purpose

## GİRİŞ

Toplumlarda meydana gelen çok hızlı ve ani değişimlerin itici dinamiklerinden biri olarak görülen iletişim teknolojileri, bireylerin sosyal yaşamlarındaki iletişim kurma alışkanlıklarında değişime uğramasına neden olur. İletişim teknolojisinin bu etkin gücü bireylerden yola çıkıp toplumları da kendi bünyesine katarak kendisine uyarlamaya başlamıştır. Özetlemek gerekirse teknoloji ile gerçekleşen dolaylı iletişim biçimi toplum içerisinde yayılmış buda birey ve toplumun iletişim pratiklerinde çeşitli değişimlerin ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir. Bireylerin ve toplumun giderek teknolojiyle sıkı bir ilişki kurması ve merkezlerine koyması, günlük iletişim alışkanlıklarına yansımaları yeni bir sosyalleşme olgusunun ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Günümüzde genç nüfusun sosyal ağ sitelerinde geçirilen süre ve bu ağ sitelerine gün geçtikçe artan üyeliklerin çoğunu genç nüfusun oluşturması yeni iletişim alışkanlıklarının ortaya çıkmasının en büyük kanıtıdır. Sosyal paylaşım ağları bireylerin internet üzerinde yaratmış olduğu sanal toplumsal bir yaşamı temsil eder. Bu ağlar kapsamında bireyler kendilerini tanımlayıp aynı kültür düzeyinde kolaylıkla anlaşabilecekleri diğer insanlarla internetin kendilerine sunmuş olduğu olanaklar ile iletişim kurarlar. Diğer yandan ise toplumsal ve psikolojik temelli ihtiyaçların ortaya çıkardığı beklentiler kitle iletişim araçlarında farklı medya kullanım standartlarına ve diğer etkinliklere götürülmesini bunun sonucunda ise ihtiyaçlarında doyumunu sağlamaktadır.( Toruk, 2008: 477). Sosyal medya ortamı Binark'a göre (2014) sunmuş olduğu dijitallik, etkileşimsellik, yayılım yani yeni nesil medyanın genel özelliklerini ayırt edici üstünlükler olarak adlandırılması gerektiğini dile getirir. Ortamında kitlesizleşme, eşzamanlık ve etkileşimsellik gibi temel özelliklerin bireylerin aynı yerde ve aynı mekanda bir araya gelme zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır. Bu bağlamda gelişip değişen teknoloji bu özellikleriyle iletişim sürecini yukarıdan aşağıya ve tek yönlü olarak ilerleyen "iletim"mi geniş spektrumlu, eşit ve eş düzeyli bir "iletişime" dönüştürmeyi başarmıştır. (Tuncer,2013)

İnsanlar sosyal medya sayesinde özgürce günlük düşüncelerini yazıp, tartışıp ve yeni fikirler oluşturup birbirleriyle paylaşabilirler. Ayrıca Şahsi bilgileriyle fotoğraf, videolar paylaşmak, iş ilanlarına bakarak iş arama ve istediği işi bulmakta bireylerin yaratmış olduğu bu sanal ortamı gerçek dünya zannedip yaşayabilirler. Sosyal medya kullanım amaçlarını belirlemek için yapılan çalışmalarda (Stutzman, 2006; Lockyer ve Patterson, 2008; Grant, 2008; Govani ve Pashley, 2006) katılımcılar en çok sosyal ilişkilerine çeki düzen vermek, kendine ait bilgileri paylaşmak, devam eden arkadaşlıklarını sürdürmek amacı ile kullandıklarını dile getirmişlerdir. Böyle bir durumda ortaya çıkan sonuç gün geçtikçe tüm dikkatlerin sosyal medya üzerine yoğunlaşmasına, değişen ve dönüşen iletişim biçimlendirmesi ve yeni bir kavramsal çerçeve çizilmesini dile getirmişlerdir. Bu durum gün geçtikçe tüm dikkatlerin sosyal medya üzerine yönelmesine sebep olmakta, değişen ve dönüşen iletişim biçimine yeni bir kavramsal çerçeve çizilmesinin gereğine işaret etmektedir. Bu durum gün geçtikçe tüm dikkatlerin sosyal medya üzerine yönelmesine sebep olmakta, değişen ve dönüşen iletişim biçimine yeni bir kavramsal çerçeve çizilmesinin gereğine işaret etmektedir. Kurumsal ya da kişisel bir fikir veya düşünce, mesajların ya da haberlerin üretilip yayıldığı ve hızla tüketildiği bilgi altyapısının dijital olmasıyla birlikte ortaya çıkan yeni bilgilere ulaşma ara yüzü araçları arasında sosyal paylaşım ağlarının önemli bir ayrıcalığı vardır. Sosyal paylaşım ağlarının başka bir özelliği ise farklı kültürlerin aynı potada erimesine, etkileşim içinde olmasına ve bunun sonucunda içe çok sık kullanılan bilgi erişim ve iletişim araçlarını ortaya çıkarmıştır.

Dünyamız ile ülkemizde her geçen gün internet kullanıcının sayıları ve bu internet başında gelmiş olduğu süre hızla artmıştır. Bu internet kullanımına eş değer olarak kullanıcılar özgün bir şekilde kendilerine ait içerikleri oluşturma ve sosyalleşme gibi imkânları ortaya koyan sosyal paylaşım ağlarının giderek arttığı gözlenmektedir.(Amichai-Hamburger ve Vinitzky, 2010). Her bir kullanıcı kendisine ait bir profil oluşturabilme bu profil ile diğer kullanıcılarla her daim bağlantı kurabilme aynı zamanda ise çevirim içi iletişimde olma halini sosyal paylaşım ağları olarak tanımlanmaktadır.(Lenhart ve Madden, 2007).

Genellikle genç nüfusun üzerinde yapılmakta olan çalışmalar gençlerin sosyal ağ alışkanlıkları, kullanım amaçları, akademik başarı ve motivasyon gibi değişkenlerle olan ilişkilerinin belirlenmesini amaçlamaktadır. ( Ajjan ve ark. 2008; Mazman, 2009; Matney ve Borland; 2009; Hytten, 2010; Schroeder ve ark. 2010). Genç yetişkinlerin sosyal ağ kullanım ve iletişim alışkanlıklarının incelenmesi gelecekte insanların nasıl ve ne boyutta iletişim kuracaklarına dair öngörülerde bulunmalarına yardımcı olacaktır. Çünkü genç yetişkinler sosyal ağ sitelerini çok ustaca kullanmaktadır (ComScore Inc, 2011) Bu önem doğrultusunda bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin sosyal ağ kullanım alışkanlıkları belirlenmeye çalışılmıştır.

### Yöntem

**Araştırma Grubu:** Araştırmanın örneklem grubunu, yaş ortalaması  $23,38 \pm 3,27$  olan İstanbul üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesinde öğrenim gören 161 erkek ve 106 kadın olmak üzere toplam 267 öğrenci oluşturmuştur.

**Veri Toplama Aracı:** Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan form iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm olan “Kişisel Bilgi Formu”, öğrencilerin; cinsiyet, yaş, sınıf ve haftalık sosyal ağ kullanım sürelerini tespit etmek için kullanılmıştır.

İkinci bölümde, Koçak Usluel ve ark., (2014) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği yapılan “Sosyal Ağların Kullanım Amaçları” ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 7’li Likert Tipi olup (1= Kesinlikle katılıyorum, 7= Kesinlikle katılmıyorum) 26 maddeli, Araştırma, İşbirliği, İletişimi Başlatma, İletişimi Kurma, İletişimi Sürdürme, İçerik Paylaşma ve Eğlence olarak isimlendirilen yedi alt boyut içermektedir.

**Verilerin Analizi:** Verilerin analizinde kişisel bilgiler için betimsel istatistik yöntemlerinden frekans ve yüzde kullanılmıştır. Ölçeğin alt boyutlarının normal dağılım gösterip göstermediği test etmek amacı ile Kolmogrov-Smirnof testi yapılmış ve bunun sonunda Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin tüm alt boyutların normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir ( $p < 0.05$ ). Buna göre  $\alpha = 0.05$  anlamlılık düzeyinde 2 değişkenli veriler için Mann Whitney U testi, 2’den fazla değişkenler için ise Kruskal Wallis testi uygulanmıştır.

### BULGULAR

**Tablo 1: Katılımcıların Cinsiyet, Yaş, Sınıf ve Haftalık Sosyal Ağ Kullanım Sürelerine Göre Dağılımları**

Değişkenler	F	%	
Cinsiyet	Erkek	161	60,3
	Kadın	106	39,7
	<b>Toplam</b>	<b>267</b>	<b>100</b>
Yaş	17-20	99	37,1
	21-25	148	55,4

	26 ve üstü	20	7,5
	<b>Toplam</b>	<b>267</b>	<b>100</b>
<b>Sınıf</b>	1.Sınıf	71	26,6
	2.Sınıf	70	26,2
	3.Sınıf	93	34,8
	4.Sınıf	33	12,4
	<b>Toplam</b>	<b>267</b>	<b>100</b>
<b>Haftalık Sosyal Ağ Kullanım Süresi</b>	1-5 Saat	17	6,4
	6-10 Saat	33	12,4
	11-15 Saat	143	53,6
	16 Saat ve üzeri	74	27,7
	<b>Toplam</b>	<b>267</b>	<b>100</b>

Tablo 1’de Katılımcıların cinsiyet, yaş, sınıf ve haftalık sosyal ağ kullanım sürelerine ilişkin istatistiksel bulgulara göre katılımcıların %60,3’ünün “erkek”, %39,7’inin “kadın”, %55,4’ünün “21-25 ”yaş aralığında olduğu, %34,8’nin “3.Sınıfta” öğrenim gördüğü, %53,6’nın “11-15 saat” haftalık sosyal ağ kullanım sürelerine sahip olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Sosyal Ağ Kullanım Amaçları**

Alt Boyut	Cinsiyet	N	Sıra Değer Ort.	Z	p
<b>Araştırma</b>	Erkek	161	119,12	-2,735	<b>,000*</b>
	Kadın	106	142,04		
<b>İşbirliği</b>	Erkek	161	132,60	-,396	,452
	Kadın	106	130,74		
<b>İletişimi Başlatma</b>	Erkek	161	134,14	-,242	,341
	Kadın	106	131,78		
<b>İletişim Kurma</b>	Erkek	161	137,96	-1,685	,250
	Kadın	106	131,65		
<b>İletişimi Sürdürme</b>	Erkek	161	137,64	-1,527	,139
	Kadın	106	128,41		
<b>İçerik Paylaşma</b>	Erkek	161	139,78	-,974	,394
	Kadın	106	125,68		
<b>Eğlence</b>	Erkek	161	130,44	-,687	<b>,003*</b>
	Kadın	106	144,41		

Tablo 3’de katılımcıların cinsiyetlerine göre sosyal ağ kullanım amaçlarını test etmek amacıyla yapılan Mann-Whitney U testi sonuçları verilmiştir. Test sonuçlarına göre; “Araştırma” ve “Eğlence” alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ( $p < 0.05$ ).

**Tablo 3: Katılımcıların Yaşa Göre Sosyal Ağ Kullanım Amaçları**

Alt Boyut	Yaş	N	Sıra Değer Ort.	$\chi^2$	P
<b>Araştırma</b>	17-20	99	125,45	3,421	,361
	21-25	148	139,70		
	26 ve üstü	20	129,56		
<b>İşbirliği</b>	17-20	99	124,52	1,452	,274
	21-25	148	128,18		
	26 ve üstü	20	140,94		
<b>İletişimi Başlatma</b>	17-20	99	122,81	1,057	,483
	21-25	148	137,00		
	26 ve üstü	20	167,20		
<b>İletişim Kurma</b>	17-20	99	116,16	1,281	,691

	21-25	148	144,61		
	26 ve üstü	20	143,78		
İletişimi Sürdürme	17-20	99	127,22	7,155	,000*
	21-25	148	124,66		
	26 ve üstü	20	134,44		
	17-20	99	117,76		
İçerik Paylaşma	21-25	148	143,37	8,761	,002*
	26 ve üstü	20	145,08		
	17-20	99	130,87		
Eğlence	21-25	148	135,53	6,084	,004*
	26 ve üstü	20	138,20		

Tablo 3’de katılımcıların yaşa göre sosyal ağ kullanım amaçlarını test etmek amacıyla yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları verilmiştir. Test sonuçlarına göre; “İletişimi Sürdürme”, “İçerik Paylaşma” ve “Eğlence” alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ).

**Tablo 4: Katılımcıların Haftalık Sosyal Ağ Kullanım Sürelerine Göre Sosyal Ağ Kullanım Amaçları**

Alt Boyut	Kullanım Süresi	N	Sıra Değer Ort.	$\chi^2$	P
Araştırma	1-5 Saat	17	132,57	4,573	,318
	6-10 Saat	33	138,42		
	11-15 Saat	143	142,16		
	16 ve Üzeri	74	125,36		
İşbirliği	1-5 Saat	17	130,32	2,367	,653
	6-10 Saat	33	135,47		
	11-15 Saat	143	138,58		
	16 ve Üzeri	74	140,34		
İletişimi Başlatma	1-5 Saat	17	133,51	2,376	,417
	6-10 Saat	33	145,73		
	11-15 Saat	143	157,64		
	16 ve Üzeri	74	167,20		
İletişim Kurma	1-5 Saat	17	151,50	3,661	,585
	6-10 Saat	33	141,21		
	11-15 Saat	143	139,49		
	16 ve Üzeri	74	144,41		
İletişimi Sürdürme	1-5 Saat	17	141,38	1,938	,442
	6-10 Saat	33	137,64		
	11-15 Saat	143	133,02		
	16 ve Üzeri	74	138,42		
İçerik Paylaşma	1-5 Saat	17	139,15	2,687	,338
	6-10 Saat	33	133,77		
	11-15 Saat	143	140,37		
	16 ve Üzeri	74	145,07		
Eğlence	1-5 Saat	17	137,18	3,372	,000*
	6-10 Saat	33	119,24		
	11-15 Saat	143	131,29		
	16 ve Üzeri	74	145,76		

Tablo 3’de katılımcıların haftalık sosyal ağ kullanım sürelerine göre sosyal ağ kullanım amaçlarını test etmek amacıyla yapılan Kruskal Wallis testi sonuçları verilmiştir. Test



sonuçlarına göre; sadece “Eğlence” alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ).

### **Tartışma**

Bu çalışmanın amacı; üniversite öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının farklı değişkenler açısından incelenmesidir. Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında %60.3’ünün “Erkek”, %55.4’ünün “21-25” yaş grubunda olduğu, %34,8’nin “3.Sınıfta” öğrenim gördüğü, %53,6’nın “11-15 saat” haftalık sosyal ağ kullanım sürelerine sahip olduğu saptanmıştır.

Katılımcıların cinsiyetlerine göre sosyal ağ kullanım amaçları bakımından “Araştırma” (-2,735) ve “Eğlence” (-,687) alt boyutlarında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yani kadın katılımcılar erkek katılımcılara oranla daha yüksek skor elde etmişlerdir. Katılımcılar sosyal ağları araştırma ve eğlence amaçlı olarak kullandıkları ortaya çıkmıştır. Filiz ve ark., (2014) tarafından Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik çalışma da cinsiyetin tanıma ve tanınma alt boyutunda erkek katılımcılar kadın katılımcılara oranla daha yüksek skor elde etmişlerdir. Bu anlamda Filiz ve ark., (2014) tarafından çalışma sonuçları ile bu çalışma sonuçları örtüşmemektedir. Yaş değişkenine göre katılımcıların sosyal ağ kullanım amaçları ilişkin düşüncelerine bakıldığında “İletişimi Sürdürme” (.7,155), “İçerik Paylaşma” (.8,761) ve “Eğlence” (.6,084) anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yani 26 ve üstü yaş grubunda yer alan katılımcılar diğer yaş gruplarında yer alan katılımcılara oranla daha yüksek puan elde etmişlerdir. Yine 26 ve üstü yaş grubundaki katılımcıların sosyal ağları iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence amaçlı olarak kullandıkları şeklinde yorumlanabilir. Katılımcıların Haftalık sosyal ağ kullanım sürelerine göre sosyal ağ kullanım amaçları bakımından “Eğlence” (.3,372) alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yani haftalık 16 saat ve üzeri sosyal ağları kullanan katılımcılar diğer haftalık kullanım süresine sahip katılımcılara oranla daha yüksek skor elde etmişlerdir. Yine haftalık 16 saat ve üzeri sosyal ağları kullanan katılımcıların eğlence amaçlı olarak kullandıkları şeklinde yorumlanabilir.

Sonuç olarak cinsiyetin sosyal ağ kullanım amaçları bakımından önemli bir faktör olduğu, yaş ilerledikçe buna paralel olarak katılımcıların daha çok sosyal ağ kullanım amaçlarının da değişiklik gösterdiği, haftalık sosyal ağları kullanım sürelerine bakıldığında ise, kullanım süresi arttıkça katılımcıların eğlence amaçlı sosyal ağları kullandıkları sonucuna varılabilir.

### **KAYNAKLAR**

- AJJAN, H., Hartshorne, R. (2008). “Investigating faculty decisions to adopt Web 2.0 technologies: Theory and empirical tests”, *The Internet and Higher Education*, 11(2), 71-80.
- AMİCHAİ H, Y., Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality *Computers in Human Behavior* (article in press).
- BİNARK, M., (2014) *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- COMSCORE (2015), Comscore, Inc. Reports Fourth Quarter and Full Year 2015 Result.
- FİLİZ, O., Erol, O., Dönmez İ., F., Aşkım K, A. (2014). BÖTE Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları ile İnternet Bağımlılıkları Arasındaki İlişkinin

- İncelenmesi. *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education* Vol. 3 No 2 (2014), 17-28.
- GOVANI, T., Pashley H.(2006). “Student Awareness of the Privacy Implications When Using Facebook”, (İnternet) Alınan Yer: <http://lorrie.cranor.org/courses/fa05/tubzhlp.pdf>, (Erişim tarihi:10 Mart 2007).
- GRANT, N. (2008). “On the Usage of Social Networking Software Technologies in Distance Learning Education”, Paper presented at the Society for Information Technology and Teacher Education International Conference 2008, Las Vegas, NV.
- HYTTEN, K.J. (2010). “Facebook’s contribution to educationally purposeful activities and college student engagement”, Unpublished PhD Thesis, The University of Vermont, Burlington.
- LENHART, A., Madden M. (2007). *Social Networking Web sites and Teens: An Overview Pew Internet and American Life Project Report.*
- LOCKYER, L., Patterson, J. (2008). “Integrating social networking technologies in education: A case study of a formal learning environment”, Paper presented at the Advanced Learning Technologies. ICALT '08. Eighth IEEE International Conference.
- MATNEY, M., Borland K. (2009). “Facebook, blogs, tweets: How staff and units can use social networking to enhance student learning”, Presentation at the annual meeting of the National Association for Student Personnel Administrators, Seattle, WA.
- MAZMAN, G. (2009). “Sosyal ağların benimsenme süreci ve eğitsel bağlamda kullanımı”. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- SCHROEDER, A., Minocha S., Schneider C. (2010). “The strengths, weaknesses, opportunities, and threats of using social software in higher and further education teaching and learning”. *Journal of Computer Assisted Learning* 26, 159– 174. forthcoming.
- STUTZMAN, F. (2006). An evaluation of identity-sharing behavior in social network communities. Paper presented at the iDMAa and IMS Code Conference, Oxford, Ohio.
- TORUK, İ. (2008). Üniversite Gençliğinin Medya Kullanma Alışkanlıkları Üzerine Bir Analiz. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 475-488.
- TUNCER, S. (2013). *Sosyal Medyanın Gelişimi*. Zeynep Özata(Edit.). *Sosyal Medya*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir. ss. 2-25.