

uvt.ulakbim.gov.tr/uvt/index.php?cwid=9&utadi.

- Eryılmaz, M., Karakaya, M. (2018). Harmanlanmış Öğrenme Ortamlarında Sosyal Medya Kullanımının Öğrenci Doyumu Üzerine Etkisi. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi (YYU Journal of Education Faculty)*, 2018; 15(1):106-129, <http://efdergi.yyu.edu.tr> <http://dx.doi.org/10.23891/efdyyu.2017.63> ISSN: 1305-020.
- Fiske, J. (2003). İletişim Çalışmalarına Giriş. Çev. Süleyman İrvan. Bilim ve Sanat Yayınları. Ankara.
- Florenthal, B. (2019). Students' Motivation to Participate via Mobile Technology in the Classroom: A Uses and Gratifications Approach. *Journal of Marketing Education*, 2019; Vol. 41(3) 234-253. Erişim 10.05.2020. journals.sagepub.com/home/jmd.
- Gruzd, A., Haythornthwaite, C., Paulin D., Gilbert S., Esteve del Valle, M., Uses and Gratifications Factors for Social Media Use in Teaching: Instructors' Perspectives. *New Media & Society*, 2018; Vol. 20(2) 475-494. Erişim 10.05.2020. journals.sagepub.com/home/nms.
- Guo, Z., Tan, F.B., Cheung, K. (2010). Students' Uses and Gratifications for Using Computer-Mediated Communication Media in Learning Contexts. *Communications of the Association for Information Systems Volume 27 | Number 1 Article 20 8-1-2010*. Erişim 10.05.2020.
- Güngör, Nazife. (2011). İletişim, Kuramlar, Yaklaşımlar. Siyasal Kitabevi: Ankara.
- Karimi, L., Khodabandelou, R., Ehsani, M., Ahmad, M. (2014). Applying the Uses and Gratifications Theory to Compare Higher Education Students' Motivation for Using Social Networking Sites: Experiences from Iran, Malaysia, United Kingdom, and South Africa. *Contemporary Educational Technology*, 2014, 5(1), 53-72. Erişim 10.05.2020.
- Katz, E., Blumler, J. G., Gurevitch, M., (1974). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 37, No.4 (Winter, 1973-1974), pp.509-523 by Oxford University Press. Erişim 10.05.2020. <http://www.jstor.org/stable/274785413>.
- Koçak, N.G. (2012). Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir, Anadolu

Üniversitesi.

- Mondi, M., Woods, P., & Rafi, A. (2008). A 'Uses and Gratification Expectancy Model' to predict students' 'Perceived e-Learning Experience'. *Educational Technology & Society*, 11 (2), 241-261. 241 ISSN 1436-4522 (online) and 1176-3647 (print) International Forum of Educational Technology & Society (IFETS). Erişim 10.05.2020.
- Üçer, N. (2016). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Gençlerin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Niteliksel Bir Araştırma. *Global Media Journal Turkish Edition, Bahar 2016 Cilt 6-Sayı:12, ss. 1-26*. Erişim 10.05.2020. globalmediajournal.com
- TÜİK (2019). Bilgi Toplumu İstatistikleri, İnternet Kullanımı, İnternete Erişim, İnternet Üzerinden Alışveriş. Erişim 10.05.2020. tuik.gov.tr.
- Quan-Hasse, A., Young, A. (2010). Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society* 30(5) 350-361. Sage Publications. Erişim 13.05.2020. bst.sagepub.com.
- Whiting, A., Williams, D. (2013). Why People Use Social Media: A Uses and Gratifications Approach. *Emerald Insight. Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 16 Iss 4 pp. 362-369. Erişim 10.05.2020. <http://dx.doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>.