

ÖĞRENCİLERİN BİLGİSAYAR VE İNTERNET KULLANIMINA İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

Dr. Deniz BÖRÜ

M.Ü.İ.İ.B.F.İşletme Bölümü Öğretim Görevlisi

Abstract: This research is focused on aims of computer and internet usage among students. It is also examined that what brand of computers and internet connections are being used by the students, how frequencies they use these equipments, with demographic variables. All results have been analysed as crosstabs.

I. GİRİŞ

Günümüzde bilgisayar ve internet kullanımı dünya çapında inanılmaz bir hızla yaygınlaşmaktadır. Hemen her alanda hayatımıza giren teknoloji harikası bu ikili, özellikle genç kuşak arasında bir tutku halini almıştır.

Daha önce kadar hantal yapıları ve uzmanlık gerektiren kullanımlarıyla toplumsal yaşamdan uzak olan bilgisayarlar, Türkiye’de 1980 yılların ortalarından itibaren inanılmaz bir gelişim göstermiş, 1990’lı yılların sonunda ise bir teknolojik devrim yaratmışlardır.[1] Halen devam etmekte olan bu değişim hızına ulaşmak mümkün görülmemektedir. Bilgilerin saklanması ve işlenmesinde büyük kolaylık ve fayda getiren bilgisayar kullanımı sadece iş amaçlı değil kişisel kullanımlara da hizmet eder hale gelmişlerdir. Artık bilgisayarlarda sadece bilgi saklanmamakta, aynı zamanda film seyredilmekte, müzik dinlenmekte, oyun oynanmakta, fotoğraf basılmaktadır. Gerçek kullanım amaçları dışındaki amaçlar için de kullanılabilen bilgisayarların zaman zaman bir tehlike haline de gelebildiği görülmektedir.[2]

İnternet kullanımı ise tüm dünyada bilgisayar tarihinden çok daha yenidir. İnternet,1989 yılında İsviçre’de yaşayan genç bir İngiliz’in “bilginin evrensel paylaşımı” konusunda yazdığı bir raporla birçok beyinde bir ışık yakmasından doğmuştur. Tim Berners Lee araştırma merkezindeki bilgi kayıplarının asgariye indirilmesi konusunda “Bilgi Yönetimi – Bir öneri” başlığıyla yazılan bu raporda dev bir örümcek ağı gibi kurulacak sistemin, bilginin paylaşımını sınırsız hale getirebileceği öngörülmekteydi. Bu zamandan 20 yıl

öncesinden beri Amerika’da kısıtlı bilgi ağı kullanılıyordu

fakat bu denli yaygın ve işlevsel değildi. 1993 yılında Illinois üniversitesinden bir grup öğrencinin Mosaic (daha sonra Netscape adını almıştır) adıyla kurduğu ortaklık, bu işi Microsoft ele alana kadar, Amerika’da internet kullanımının patlamasına neden olmuştur. Bir dönem sonra internet artık sadece bilgiye erişmek ve paylaşmak amacıyla değil, aynı zamanda haberleşmek, sipariş vermek ve almak, sohbet etmek, oyun oynamak, reklam yapmak, ticaret yapmak, kamuoyu oluşturmak gibi akla gelebilecek her konuda kullanılmaya başlanmıştır. [3]

Globalleşme boyutu içerisinde Türkiye’nin de bu gelişmelerden geri kalması, uygulamalardan bihaber olması mümkün değildir. Kişisel istek ve eğilimler yanında, firmaların tanıtım ve tutundurma faaliyetlerine verdikleri önemin artması ve bu ürünleri (aynen banka ya da deodorant reklamları gibi) TV reklamlarına taşınması, satış koşullarına ilişkin uygun alternatiflerin yaratılması çabaları, satış sonrası verilen hizmetlerin yaygınlaşması ve çoğalması bu görüşü destekler niteliktedir. Bu konuda yapılan yatırımlar halen çok büyük bir pazar görünümünde olan bu alana ilişkin beklentilerin, düşünüldüğünden çok fazla olduğunun ifadesidir. Gelecekte pazar alanlarının, fiziksel mekanlarından sanal ortamlarında taşınacağı düşünülmektedir. [4]

Bilgisayar ve internet kullanımı geniş bir kullanıcı kitlesine hitap etmekle birlikte, büyük çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu görülmektedir. Öğrenmeye daha yatkın, yeniliklerin kabulüne ve uygulanmasına daha açık olan gençler bu alan için büyük bir potansiyel oluşturmaktadırlar. Özellikle aldıkları mesleki eğitim içerisinde bilgisayar ve internet kullanımını dahil eden gençler, rekabetin yoğun olarak yaşandığı iş hayatında bir avantaj elde edeceklerdir.[5]

Bu anlamda, gençlerin aldıkları eğitim doğrultusunda, bilgisayar ve internet kullanımına ilişkin yaygınlığı ve kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik

olarak, Marmara Üniversitesinde Türkçe İşletme eğitimi alan öğrenciler üzerinde kişisel nitelik taşıyan bu araştırma yapılmıştır.

II. METOD

A. DENEKLER

Araştırma, Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Türkçe İşletme Bölümü, örgün eğitim ve ikili eğitim kapsamında okuyan farklı sınıflardaki kız ve erkek öğrenciler arasından tesadüfi olarak seçilmiş 740 kişi üzerinde uygulanmıştır. Deneklere ilişkin cinsiyet ve sınıf dağılımları aşağıda Tablo 1.de verilmiştir.

Tablo 1 : Deneklerin cinsiyet ve sınıf dağılımları

		Cinsiyet	
		Kız	Erkek
Örgün Eğitim	1.Sınıf	42	63
	2.Sınıf	3	7
	3.Sınıf	118	104
	4.Sınıf	2	10
İkili Eğitim	1.Sınıf	51	98
	2.Sınıf	7	5
	3.Sınıf	70	103
	4.sınıf	18	38

B. ÖLÇÜM ALETİ VE UYGULAMA

Araştırmada ölçüm aleti olarak anket kullanılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olarak geliştirilmiş anket soruları çoktan seçmeli ve öncelik belirtmeye yönelik, sıralamalı olarak hazırlanmıştır. Toplam 23 sorudan oluşan anket formu öğrencilerin demografik özelliklerine, bilgisayar kullanımına ve internet kullanımına ilişkin olarak sorular yöneltilmiştir. Anket içerisinde bilgisayar kullanımına ve internet kullanımına ilişkin olarak hayır cevabını verenlerin, bu soruları takip eden ilişkili soruları cevaplandırmamaları istenmiştir.

Anketler 1999-2000 Eğitim yılı Bahar Final Sınavları döneminde, öğrencilere sınav öncesinde dağıtılmış ve 15 dakika içerisinde geri toplanmıştır.

III. BULGULAR

Araştırma kapsamına ilişkin veriler bilgisayar kullananlar ve internet kullananlar olarak iki başlık altında incelenmiştir.

A. BİLGİSAYAR KULLANANLARA İLİŞKİN VERİLER

Verilerin değerlendirilmesinde 740 denekten 92 tanesinin (% 12.43) bilgisayar kullanmadığını belirttikleri görülmüştür. Bu nedenle bu kişiler inceleme kapsamı dışında tutulmuştur. Bilgisayar kullanan deneklerin %41'ini kız öğrencilerin, % 59'unu erkek öğrencilerin oluşturduğu görülmüştür. Bu öğrenciler mezun oldukları liseler bakımından incelendiklerinde geniş bir dağılım gösterdikleri bulunmuştur.

Tablo 2 : Bilgisayar kullanan kız ve erkek öğrencilerin mezun oldukları liseye göre dağılımları

Mezun olunan Lise	Cinsiyet		
	Kız	Erkek	Toplam
Klasik Lise	71	126	197 (%30.4)
Anadolu Lisesi	70	95	165 (%25.4)
Türk Kolejleri	49	66	115 (%17.7)
Yabancı Kolejler	28	31	59 (% 9.1)
Süper Lise	35	24	59 (% 9.1)
Ticaret Lisesi	5	14	19 (% 3.0)
Fen Lisesi	3	12	15 (% 2.3)
Diğer	4	15	19 (% 3.0)

Yapılan incelemelerde öğrencilerin çoğunun (% 74) evinde bilgisayar bulunduğu görülmüştür. Evinde bilgisayar olmayanlar ise birkaç mekanda bilgisayar kullandıklarını ifade etmektedirler. Bilgisayar kullandıkları alternatif mekanlar olarak, kafeler (% 65), arkadaş-yakınlarının evi (% 40), iş yeri (%36), okul (%6) olarak sıralanmışlardır.

Öğrencilerin kaç yıldır bilgisayar kullandıklarına ilişkin olarak sorulan soruya verdikleri cevapların 1-3 yıl arasında ağırlık kazandığı görülmüştür. Öğrencilere ilişkin dağılım okudukları sınıf ve mezun olunan lise bazında büyük farklılıklar göstermemekle birlikte, cinsiyet ayrımı içerisinde kızlarda, erkeklere oranla, 3 yılın üzerinde kullanım süresinin düştüğü ortaya çıkmıştır.

Tablo 3 : Öğrencilerin Bilgisayar Kullanım Süresi

Süre	Cinsiyet		
	Kız	Erkek	Toplam
1 sene ve az	91 (%14)	85 (%13)	174 (%27)
2 sene	79 (%12)	71 (%11)	150 (%23)
3 sene	38 (% 6)	76 (%12)	114 (%18)
4 sene	29 (% 4)	44 (% 7)	73 (%11)
5 sene	12 (% 2)	30 (% 5)	42 (% 7)
6 sene ve çok	16 (% 2)	77 (%12)	93 (%14)

Öğrencilere bilgisayar kullanmayı nereden öğrendiniz diye sorulduğunda, cevaplamada birden fazla yanıt yazdıkları, ancak büyük çoğunluğunun (%63) kendi kendine öğrendiğini belirttiği görülmektedir. İkinci olarak (%29) arkadaşlarından öğrendiklerini belirten öğrenciler geri kalan seçenekler için ortalama aynı oranda (%10) tercihte bulunmuşlardır. Bunun dışında %6 oranında tercih edilen diğer şıkta öğrenim yeri olarak iş yerlerini göstermişlerdir.

Değerlendirmeler sonucunda öğrencilerin bilgisayardan ağırlıklı olarak (%80) internet kullanımında yararlandıkları ve tercih sıralamasında 1. sırada kullanım amaçlarının internet olduğunu belirttikleri görülmüştür. Öğrenciler İnternet dışında sırasıyla eğitim amaçlı (%45), oyun amaçlı (% 40) ve işi amaçlı (%24) bilgisayar kullandıklarını belirtmişlerdir. Alınan bu sonuçlar öğrencilerin cinsiyet,mezun oldukları lise ve bilgisayar kullanım süreleriyle karşılaştırıldığında göz çarpan, dikkate değer bir farklılıkla karşılaşmamıştır.

Bilgisayarda kullandıkları programlar sorulduğunda öğrencilerin dikkate değer çoğunlukla (% 88) Word ve (%79) Excell seçeneklerini tercih ettikleri görülmüştür Bunun yanında Microsoft ofis programlarından Powerpoint (%29) ve Access (%10)'in oldukça az kullanıldığı,buna karşılık diğer seçeneğinde alternatif olarak belirttikleri Photo programlarını (%10) kullandıkları,verilen cevaplardan anlaşılmaktadır.

Öğrencilere hangi marka bilgisayar kullandıkları sorulduğunda büyük çoğunlukla “no name” yani markasız bilgisayar kullandıklarını,bunun dışında kalanların ise 23 farklı bilgisayar markasını kullandıklarını belirttikleri görülmüştür.Öğrencilerin kullandıkları bilgisayar markası ile cinsiyetleri, bilgisayar kullanım süreleri ve mezun oldukları lise bakımından anlamlı bir farklılık görülmemekle birlikte,hangi markalardan haberdar olduklarına ilişkin bir fikir vermesi açısından kullandıklarını bildirdikleri markalar cinsiyet ayrımı içerisinde aşağıda Tablo 4’de sunulmuştur.

Tablo 4 : Öğrencilerin Kullandıkları Bilgisayar Markasının Cinsiyet Ayrımı İçerisinde Dağılımı

Bilgisayar Markası	Cinsiyet		
	Kız	Erkek	Toplam
IBM	28 (% 4)	25 (%3.8)	53 (%7.8)
Dell	2 (%0.3)	4 (% 0.6)	6 (%0.9)
Compact	22 (% 3.4)	15 (%2.3)	37 (%5.7)
HP	23 (%3.7)	19 (%2.9)	42 (%6.6)
Acer	11 (%1.7)	23 (%3.7)	34 (%5.4)
Casper	7 (%1.1)	10 (%1.5)	17 (%2.6)
Exper	4 (%0.6)	6 (%0.9)	10 (%1.5)
Escord	41 (%6.3)	31 (%4.8)	72 (%11.1)
Toshiba		6 (%0.9)	6 (%0.9)
Beko-Arçelik	3 (%4.5)	6 (%0.9)	9 (%1.4)
No name	96 (%14.8)	201 (%31)	297 (%45.8)
Mitac		3 (%4.5)	3 (%4.5)
Siemens	6 (%0.9)	1 (%1.5)	7 (%1.1)
Hundai	1 (%1.5)		1 (%1.5)
Quasar		2 (%0.3)	2 (%0.3)
Philips	1 (%1.5)	3 (%4.5)	4 (%0.6)
Aidata	1 (%1.5)	3 (%4.5)	4 (%0.6)
ZET	1 (%1.5)		1 (%1.5)
Digital		1 (%1.5)	1 (%1.5)
Orion	1 (%1.5)		1 (%1.5)
NCR		1 (%1.5)	1 (%1.5)
Olivetti	1 (%1.5)		1 (%1.5)
KRN	1 (%1.5)	2 (%0.3)	3 (%4.5)

Bu bölüm içerisinde son olarak öğrencilere bilgisayar teknolojisi ile ilgili yenilikleri izleyip izlemedikleri; izliyorlarsa bu bilgilere hangi kaynaklardan ulaştıkları sorulmuştur. Öğrencilerden %55.1 bu soruyu “evet, izliyorum” şeklinde cevaplandırırken %44.9’u “hayır, izlemiyorum” yanıtını vermiştir. Bilgisayar ile ilgili yenilikleri izleyen öğrenciler ise 1. Sırada dergileri (%60.5), ikinci sırada gazeteleri (%50,4) ve üçüncü sırada arkadaşlarını (%46.8) kaynak olarak göstermişlerdir.

Buraya kadar olan öğrencilerin bilgisayar kullanımına ilişkin veriler arasında, karşılaştırmalı olarak anlamlı farklılıklara rastlanmamıştır. Sorulara kız öğrencilerle ve erkek öğrencilerin aynı doğrultuda cevap verdikleri; bu paralellik içerisinde lise çıkışları, bilgisayar kullanım süreleri, evinde bilgisayar olma durumu ve okuduğu sınıfa göre dikkate değer düzeyde anlamlı farklılıklar sergilemedikleri gözlemlenmiştir.

B. İNTERNET KULLANANLARA İLİŞKİN VERİLER

Anketin bir diğer bölümünde öğrencilere internet kullanımı ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Yapılan çalışmada bilgisayar kullandığını ifade eden öğrencilerden % 89,5’inin internet kullandığı ortaya çıkmıştır. Geri kalan % 10.5’lik, internet kullanmadığını ifade eden grup (ki bunlar bilgisayar kullanan kızların

%14'ünü ve erkeklerinde %8'ini temsil etmektedir), geri kalan sorulara ilişkin (internet kullanımıyla ilişkili) değerlendireler kapsamından çıkarılmıştır.

Bu bölümde öğrencilere ilk olarak internete hangi firmadan bağlandıkları sorulmuştur. Büyük ağırlığın tek bir firma üzerinde birleştiği cevaplarda öğrenciler 19 farklı marka bildiriminde bulunmuşlardır. Bu değerlendirmeye ilişkin veriler Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 5 : Öğrencilerin İnternete Bağlandıkları Firmalara İlişkin Dağılım

Firmalar	Kullanan sayısı ve %
Superonline	320 (%55,2)
İxir	63 (% 10,9)
Ekolay	40 (% 6,9)
Veezeego	28 (% 4,8)
Escord.net	7 (% 1,2)
Turk.net	59 (% 10,2)
Is.net	12 (% 2,1)
Garanti.net	5 (% 0,9)
İhlas.net	4 (% 0,7)
Webbee	5 (% 0,9)
Binet	3 (% 0,5)
Anet	7 (% 1,2)
Koç.net	11 (% 1,9)
Netone	1 (% 0,2)
Prizma.net	2 (% 0,3)
Vestel.net	2 (% 0,3)
Internetcafe	2 (% 0,3)
Atlas	4 (% 0,7)
Akbank.net	1 (% 0,2)

Öğrencilerden %74,3'ünü internete evden bağlandıkları, bunun dışında %31,6'sının arkadaşlarından, %25,2'sinin kafeden, %16,9'unun iş yerinden, bağlandıkları ortaya çıkarılmıştır. Bu anlamda öğrenciler internete birden çok yerden bağlandıklarını ifade etmektedirler. Bu değerlendirme içerisinde görülen anlamlı farklılık internet kullanan kız öğrencilerin %8'inin ve erkek öğrencilerin %15'inin internete kafeden bağlanmalarını ifade etmektedir.

Öğrencilerin internete bağlanma sıklığı (gün aşırı sıklık hariç) genel dağılım içerisinde birbirine yakın değerler sergilerken, söz konusu değerlerin bağlandıkları yerlere göre farklılık arz ettiği görülmüştür. Bu durum Tablo 5'de gösterilmiştir.

Tablo 6 : Öğrencilerin İnternete Bağlanma Sıklıkları ve Bağlanma Yerine Göre Gösterdiği Farklılıklar

Bağlanım Sıklığı	Genel sonuçlar	Bağlanma yerine göre			
		Ev	Kafe	İş	Arkdş
Hergün birkaç kez	179 (%30,9)	164 (%38)	19 (%13)	45 (%35)	12 (%13)
Hergün 1 defa	104 (%17,9)	93 (%22)	15 (%10)	11 (%9)	11 (%12)
Gün Aşırı	57 (% 9,8)	41 (% 9)	18 (%12)	8 (%6)	11 (%12)
Haftada 2 veya 3 kez	150 (%25,9)	95 (%22)	51 (%35)	57 (%45)	27 (%30)
Haftada 1 kez	90 (%15,5)	38 (% 9)	45 (%30)	6 (%5)	31 (%33)

Çalışmalar içerisinde öğrencilerin bağlanma sıklığı yanında hangi zaman dilimi içerisinde bağlantıyı tercih ettikleri de araştırılmıştır. Bu aşamada duruma göre farklı zaman dilimleri içerisinde bağlantı yapabilecekleri düşünüldüğünden, en çok bağlandıkları zaman 1 olmak üzere, bir sıralama yapmaları istenmiştir. Bu sıralama sonunda öğrencilerin en çok akşam saatlerini tercih ettikleri (%94), 2. Olarak gece yarısından sonrası (%29)ve gündüz öğleden sonrası (%28) tercih ettikleri, son olarak da sabah saatlerini (%14) tercih ettikleri görülmüştür.

İnternet kullanan öğrencilerin hangi amaçla bağlandıklarını test etmek üzere sorduğumuz ve birden fazla seçeneği işaretleyebilecekleri soruya verilen yanıtlar aşağıda Tablo 6'da sunulmaktadır.

Tablo 7 : Öğrencilerin İnternete Bağlanma Amaçları

Bağlanma Amaçları	Tercih miktarı ve oranı
Haber Takibi	265 (%45,7)
Sohbet Etmek (Chat)	300 (%51,7)
Oyun Oynamak	105 (%18,1)
Eğlence	184 (%31,7)
Müzik Dinleme	134 (%23,1)
Müzik Yükleme	180 (% 31)
Program Yükleme	162 (%27,9)
Web Sayfası Oluşturma	55 (% 9,5)
Bankacılık İşlemleri Yapma	59 (%10,2)
Ürün Bilgisi Sağlama	83 (%14,3)
Alış-Veriş Yapma	28 (% 4,8)
Araştırma Yapma(Bilimsel içerikli)	239 (%41,2)
Haberleşme (email-ecard alma gönderme)	329 (%56,7)
Diğer	12 (% 2,1)

Tablodan da görüldüğü gibi öğrencilerin büyük çoğunluğu interneti haberleşmek ve sohbet etmek amacıyla kullanmaktadır. Bu grubu haber takibi ve bilimsel içerikli araştırma yapma çalışmaları izlemektedir. Bu unsurlar öğrencilerin cinsiyetleri, mezun oldukları lise, bilgisayar kullanma süreleri, internete bağlanma sıklıkları gibi değişkenler bazında da analize tabi tutulmuş ve

dikkat çekici nitelikte, büyük farklar gösteren değerlere rastlanmamıştır.

Aynı, bilgisayarla ilgili gelişmeleri izlenip izlenmediklerinin sorulduğu gibi, öğrencilere internet ile ilgili gelişmeleri takip edip etmediklerine ve bunun için hangi kanalları kullandıklarına ilişkin sorular da yöneltilmiştir. Öğrencileri %65,2'si internetle ilgili gelişmeleri takip ettiklerini söylerken, %34,3'ü gelişmeleri izlemediklerini bildirmişlerdir. Gelişmeleri en çok gazete-dergiler (%51,9) ile arkadaşlarından (%31,8) takip ettiklerini bildiren öğrenciler ayrıca internetin kendisinden (%17,1) de bu amaçla yararlandıklarını ifade etmişlerdir.

Son olarak internet kullanımında karşılaştıkları güçlükler sorulan öğrenciler bağlantının kopmasını (%46,2) ve internetin yavaş işlenmesini (%42,2) ağırlıklı olarak ifade etmişlerdir. Bundan başka yabancı dil (%26,2) ve ekonomik nedenler (%11,9) sayılan nedenler arasında yer almıştır. Bu değişkene ilişkin olarak bağlantı zamanı ile bağlanmada karşılaşılan güçlükler arasında yapılan incelemede, her bağlantı zamanı içerisinde bağlantının kopması ve internete erişim hızının yavaş olması 1. Dereceden sorun olarak karşımıza çıkmıştır. Bunun dışında yabancı dille eğitim yapan liselerden mezun olanlar hariç, diğer öğrenciler için sorun oluşturabilecek yabancı dil, çoğunluğun interneti sohbet etmek ve haberleşmek için kullanmasından dolayı ön sıralarda önemli bir sorun olarak görülmemektedir.

IV. SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırma sonunda İşletme eğitimi alan öğrencilerin büyük çoğunluğunun bilgisayar ve internet kullandıkları görülmüştür.

Öğrencilerin büyük çoğunluğunun evinde bilgisayar ve internet bağlantısı bulunurken, bu alana yönelik olarak eğitimlerini ağırlıklı olarak kendi kendilerine edindiklerini belirttikleri görülmüştür. Bilgisayar kullanma süresinin erkeklerde kızlara oranla daha yüksek olduğu da bu noktada dikkat çekmektedir. Kız ya da erkek öğrenciler arasında bilgisayar ve internet kullanımına ilişkin dikkate değer belirgin farklılıklar bulunmazken, her iki cinsiyetteki öğrencilerin ağırlıklı olarak bilgisayarı internete yönelik olarak kullandıkları ve internete bağlananların da öncelikli olarak sohbet etme (chat) amacını taşıdıkları ortaya çıkmıştır

Öğrencilerin yarısına yakın kısmının bilgisayar ve internetle ilgili gelişmeleri takip ettikleri, bunun içinde daha çok gazete ve dergileri izledikleri ortaya çıkmıştır. Bunun yanında öğrencilerin bilgisayar kullanımında ısrarla bir marka aramadıkları; ancak internet bağlantısı için yaygın tanınan bir markayı tercih ettikleri görülmüştür. Buna rağmen, öğrencilerin hala ağırlıklı

olarak internete bağlanmanın yavaş oluşundan ve bağlantının kopmasından şikayetçi oldukları da dikkatleri çekmiştir.

Sonuç olarak, öğrencilerin bilgisayar ve internet kullanımına eğilimli oldukları, ancak tercihlerinin sohbet ve haberleşme ağırlıklı olduğu anlaşılmıştır. İşletme eğitimi alan bu öğrencilerin söz konusu ikiliyi daha etkin ve verimli bir şekilde, özellikle bilgiye ulaşım ve paylaşım yönünde kullanmalarının ileride iş hayatında kendilerine avantaj sağlayacağına hatırlatılması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

KAYNAKÇA

- [1] İbrahim Kırçove, **İnternette Pazarlama**, Beta Yay., İstanbul, 1999
- [2] Michael J Mandel, Irene M Kunii, *Internet Usage: Pros and Cons*, **Management Review**, Vol:88, Issue 11, Dec 1999, p8-13
- [3] Kenneth Ç Laudon, Jave P. Laudon, **Management Information Systems**, Prentice Hall Pub., New Jersey, 1999
- [4] Philippa Wingate, **İnternet**, Tübitak Yayınları, 1998
- [5] Stephen F Davis, Brandy G Smith, Karen Rodrigue, Kim Pulvers, *An examination of internet usage on two college campuses*, **College Student Journal**, Vol:33, Issue:2, Jun 1999, p257-260