

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

KİŞİLERARASI İLETİŞİM BAĞLAMINDA YENİ İLETİŞİM
TEKNOLOJİLERİNİN ROLÜ: LİSE DÜZEYİ ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİNDE
ANLIK MESAJLAŞMA PROGRAMLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Yüksek Lisans Tezi

Tuğba TEKME

MART - 2019
GÜMÜŞHANE



GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

KİŞİLERARASI İLETİŞİM BAĞLAMINDA YENİ İLETİŞİM
TEKNOLOJİLERİNİN ROLÜ: LİSE DÜZEYİ ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİNDE
ANLIK MESAJLAŞMA PROGRAMLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Yüksek Lisans Tezi

Tuğba TEKME

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR

MART - 2019
GÜMÜŞHANE

KABUL ve ONAY

Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR danışmanlığında Tuğba TEKMEK tarafından hazırlanan “Kişilerarası İletişim Bağlamında Yeni İletişim Teknolojilerinin Rolü: Lise Düzeyi Öğrencileri Örneğinde Anlık Mesajlaşma Programları Üzerine Bir Araştırma” isimli bu çalışma 11/01/2019 tarihinde yapılan yüksek lisans tezi savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı’nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



Prof. Dr. Raci TAŞCIOĞLU (Başkan)



Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR (Danışman)



Dr. Öğr. Üyesi Ersin DİKER (Üye)

Yukarıda imzaların öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

11/01/2019

Prof. Dr. Ekrem CENGİZ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

BİLDİRİM

Yüksek Lisans Tezi olarak hazırlamış olduğum “Kişilerarası İletişim Bağlamında Yeni İletişim Teknolojilerinin Rolü: Lise Düzeyi Öğrencileri Örneğinde Anlık Mesajlaşma Programları Üzerine Bir Uygulama” isimli bu çalışmanın, tamamen kendi çalışmam olduğunu, her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve alıntı yaptığım tüm çalışmaların kaynakçada yer aldığını taahhüt eder, tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim-Öğretim yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

☐	Tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.
☐	Tezim sadece Gümüşhane Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
☐	Tezimin yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin tamamı her yerden erişime açılabilir.

11 / 01 / 2019

[İmza]

Tuğba TEKME

ÖNSÖZ

İçinde bulunduğumuz yüzyılda gelişen iletişim teknolojileri insan yaşamının önemli bir parçası haline gelmiştir. Teknolojik gelişmelerin sonucunda internet, insan hayatının her alanında ve iletişim süreçlerinde giderek önem kazanmıştır. Bu teknolojik gelişmelerin iletişim ortamı olarak bireysel kullanımları, dünyada ve ülkemizde anlık mesajlaşma programlarını hızla popülerleştirmiştir. Anlık mesajlaşma programları üzerinden dünyanın herhangi bir yerinde bulunan kişiye zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın ulaşılabilir.

Bu tez çalışmasıyla teknolojik gelişmelerin kişilerarası iletişime etkileri, anlık mesajlaşma programlarının kullanımı üzerinden incelenerek, lise öğrencilerinin kişilerarası iletişimlerini nasıl etkilediği araştırılmıştır. Çalışma kapsamında 450 öğrenci ile yüz yüze görüşme yapılarak anket uygulanmış ve elde edilen veriler, analiz edilmiştir. Sonuçlar incelenerek çeşitli bulgulara ulaşılmıştır.

Araştırmamın her aşamasında sabır gösterip, rehberliğini ve desteğini esirgemeyen, öğrencisi olmaktan mutluluk duyduğum çok kıymetli hocam, tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR'a en içten saygılarımı ve şükranlarımı sunmayı bir borç bilirim. Araştırma kısmında ve anketlerin uygulanması noktasında beni yalnız bırakmayan arkadaşım Emine ÖZKAYA'ya ve kuzenim Selda ÜSTÜN'e, üniversite eğitimim boyunca benden desteğini esirgemeyen aileme ve arkadaşlarıma sonsuz teşekkür ederim.

Gümüşhane – 2019

Tuğba TEKME

ÖZET

[TEKMEN, Tuğba]. Kişilerarası İletişim Bağlamında Yeni İletişim Teknolojilerinin Rolü: Lise Düzeyi Öğrencileri Örneğinde Anlık Mesajlaşma Programları Üzerine Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi 2019, (XV+105).

Günümüz teknolojisinin yaşamın tüm alanlarında yer alan etkisi kişilerarası iletişim biçimlerini de etkilemiş ve değiştirmiştir. Bu gelişmelerle beraber yeni iletişim ortamları ortaya çıkmış ve gündelik yaşamın vazgeçilmez araçları haline gelmiştir. Teknolojinin değiştirmiş olduğu toplumlar ve hayat biçimleri iletişimin şekillerini yeniden güncelleyerek biçimlemiş ve insanlar arası sosyo-kültürel ilişkileri değiştirerek farklılaştırmıştır. Bu farklılaşma ve değişimin önemli göstergelerin arasında yer alan anlık mesajlaşma servisleri kişilerarası iletişim araçları arasında en öndeki yerini aldığı inkâr edilemez bir gerçektir. Teknoloji ile beraber kişilerarası iletişimde kullanılan konvansiyonel araçlar kişi ya da gruplar arası iletişim süreçlerini değiştirmiştir. Yerine de zaman ve mekân mecburiyeti olmayan anlık iletişim araçlarına bırakmaya başlamıştır.

Cep telefonlarının daima çevrimiçi olma özelliği ve karşılıklı yüz yüze iletişimin güçlükleri olmadan meydana getirilen iletişim şekilleri, insanların çok kolay ve ivedi iletişimi seçmelerini ve sık sık kullanmalarını sağladığı görülmüştür. Bu teknolojik araçların kullanımı ile beraber, gelişen ve değişen iletişim tarzı kadar insanlar arası kültür, sosyalleşme ve sosyalliğin yaşanma şekli de değişmeye başladığı açıkça görülmüştür.

Bu tezin amacı, dünyada ve ülkemizdeki teknolojik gelişmeler sayesinde hızla popülerleşmiş olan anlık mesajlaşma programları üzerinden, lise öğrencilerinin kişilerarası iletişimlerine etkilerini ve ilişkilerini incelemektir. Bu kapsamda anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerinde yapmış olduğu etkilerin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Bu amaca yönelik olarak anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişimi yönelik algıları nasıl etkilediğini belirleyebilmek için anket yöntemi kullanılmıştır. Anketin oluşturulmasında Pea ve arkadaşları (2012: 327) tarafından geliştirilmiş olan

Kişilerarası İletişim Ölçeği kullanılmıştır. Bu araştırmanın evrenini lise öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma örneklemi olarak seçilen Giresun ilindeki Bulancak Anadolu Lisesi ile Bulancak Bahçelievler Anadolu Lisesi'nde öğrenim gören 450 öğrenci ile yüz yüze görüşme yapılarak anket formu uygulanmış ve elde edilen veriler SPSS 24.0 programında analiz edilmiştir. Analizler sonucunda teknolojinin kişilerarası iletişime etkisi açısından 16 yaş grubunun kritik bir yaş olduğu, bu yaştan önceki lise yıllarında teknolojinin iletişime henüz tam etki etmediği, anlık mesajlaşma uygulamalarının çoğunlukla şahsi cep telefonları aracılığıyla kullanıldığı, bununla birlikte günlük 2 saatlik kullanımın kişilerarası iletişime yönelik algının değişmesi açısından kritik bir değer oluşturduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Anlık Mesajlaşma Uygulamaları, Kişilerarası İletişim, Kişilerarası İletişim Ölçeği.

ABSTRACT

[TEKMEN, Tuğba]. The Role of New Communication Technologies in the Context of Interpersonal Communication: An Execution on Instant Messaging Applications in the Example of High School Students, Master's Thesis 2019 (XV+105).

The influence of contemporary technology in all areas of life has also influenced and changed the forms of interpersonal communication. Along with these improvements, new communication environments have emerged and become indispensable tools of everyday life. The societies and lifestyles that technology has changed have differentiated them by re-updating the forms of communication and changing the socio-cultural relations between people. It is undeniable that instant messaging services, which are among the most important indicators of this change and change, take the foremost place among interpersonal communication tools. Conventional tools used in inter-personal communication with technology have changed communication processes between individuals or groups. Instead, he started to give away instant communication tools that do not require time and space.

The fact that mobile phones are always online and the form of communication brought to the party without the difficulties of face-to-face communication has been seen to allow people to choose and frequently use very easy and urgent communication. Along with the use of these technological tools, it has become clear that the way in which people experience culture, socialization and sociability has not changed as much as the developing and changing communication style.

The aim of this thesis is to examine the effects and relationships of high school students on the interpersonal communication of high school students through instant messaging programs, which have become rapidly popularized by the technological developments in the world and our country.

In this study, the effects of technological developments on interpersonal communication were investigated. In this context, it is aimed to show the effects that the applications of instant messaging have on the interpersonal communication. The questionnaire form was applied by interviewing 450 students who were selected as the

research sample with Bulancak Anatolian High School in Giresun and Bulancak Bahçelievler Anatolian High School and the obtained data were analyzed in SPSS 24.0 program. As a result of the analysis, it is seen that the 16 years old group is a critical age in terms of interpersonal communication effect of technology and that in the high school years before this age, communication of technology has not yet been fully effected; instant messaging applications are mostly used by personal mobile phones and 2 hours daily use is critical for interpersonal communication.

Keywords: Applications of instant messaging, Interpersonal Communication, Interpersonal Communication Scale.



İÇİNDEKİLER

DIŞ KAPAK

İÇ KAPAK

KABUL VE ONAY	II
BİLDİRİM	III
ÖNSÖZ.....	IV
ÖZET.....	IV
ABSTRACT	VII
İÇİNDEKİLER	IX
TABLolar LİSTESİ.....	XIII
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XV
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XVI
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KİŞİLERARASI İLETİŞİM.....	3-24
1.1. Kişilerarası İletişim Tanımları.....	3
1.2. Kişilerarası İletişimin Önemi ve İnsanın İletişim Kurma İhtiyacı	4
1.3. Kişilerarası İletişimi Etkileyen Faktörler	5
1.3.1. Kişisel Özellikler	7
1.3.2. Duygular	8
1.3.3. Eğitim.....	8
1.3.4. Algı	9
1.3.5. Kültür	10
1.3.6. Çevre.....	10
1.4. Kişilerarası İletişimin Unsurları	11

1.4.1. Yüz Yüze Görüşme.....	11
1.4.2. Roller	12
1.4.3. Etkileşim	13
1.4.4. Anlam.....	13
1.4.5. Amaç	15
1.4.6. Zaman ve Mekan	16
1.4.7. Süreç	17
1.5. Kişilerarası İletişimi Kolaylaştıran ve Güçleştiren Unsurlar.....	18
1.5.1. İletişimi Kolaylaştıran Unsurlar.....	18
1.5.2. İletişimi Güçleştiren Unsurlar.....	18
1.5.2.1. Mesaj İle İlgili Engeller	18
1.5.2.2. Kanal ve Araçlarla ilgili Engeller	18
1.5.2.3. Gürültü İle İlgili Engeller	18
1.5.2.4. Dil İle İlgili Engeller.....	18
1.6. İletişim Türleri.....	20
1.6.1. Sözel İletişim	20
1.6.2. Sözel Olmayan İletişim.....	21
1.7. Kişilerarası İletişimde Sözel Olmayan Unsurların Önemi	22
1.8. Yakın İlişkilerde Kişilerarası İletişim	23

İKİNCİ BÖLÜM

2. İLETİŞİM ALANINDA KULLANILAN YENİ TEKNOLOJİLER	25-54
2.1. İletişim Alanında Kullanılan Geleneksel Teknolojiler.....	25
2.1.1. Telefon	26
2.1.2. Radyo ve Televizyon	26
2.1.3. Telgraf.....	26
2.1.4. Belgegeçer (Fax).....	27
2.1.5. Gazete, Dergi ve Bülten.....	27
2.2. İletişimde Kullanılan Yeni Teknolojiler.....	28
2.2.1. Elektronik Posta Servisleri	29
2.2.2. Görüntülü Konuşma Servisleri	30
2.2.3. Bulut Teknolojisi	31
2.2.4. Anlık Mesajlaşma Servisleri.....	32

2.2.5. Sosyal Medya Servisleri	33
2.2.6. Yeni Medya ve İletişim Teknolojilerinin Dönüşüm ve Değişime Etkileri	34
2.3. Yeni Teknolojilerin Üstünlükleri	36
2.4. Anlık Mesajlaşma Servisleri.....	37
2.4.1. Anlık Mesajlaşma Servislerinin Tercih Sebepleri	37
2.4.1.1.Maliyet Etkinlik	37
2.4.1.2.Gizlilik	37
2.4.1.İçerik Çeşitliliği	37
2.4.1.3.1. Mesajlar	37
2.4.1.3.2.Sesli ve Görüntülü Arama.....	37
2.4.1.3.3. Her Zaman Güvenli	40
2.4.1.3.4. Belge Paylaşma.....	40
2.4.1.3.5. Fotoğraf ve Video Paylaşımı	40
2.4.1.3.6. Servislerin Web ve Masaüstünde Kullanımı	41
2.4.1.3.7. Grup Sohbeti.....	41
2.4.1.3.8. Sesli Mesajlar	41
2.4.1.3.9. Konum Paylaşma.....	42
2.4.1.3.10. Bağlantıları Bloke Etme.....	42
2.4.1.3.11. Konuşmayı Arşivleme.....	42
2.4.1.3.12. Servis Hesabınızı Tamamen Kaldırma	42
2.5. Dünya'daki Anlık Mesajlaşma Servisleri.....	43
2.6. Kişilerarası İletişimi Etkileyen İnternet ve Sosyal Medyanın Türkiye'deki Kullanım Durumu	47
2.7. Anlık Mesajlaşmaların İletişime Etkisine İlişkin Yapılan Çalışmalar	48
2.8. Anlık Mesajlaşma Servislerinin Kişilerarası İletişime Etkileri	50

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, METODU VE SINIRLILIKLARI	55-87
3.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı.....	55
3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları	55
3.3. Araştırmanın Yöntemi	56
3.3.1. Örneklemenin Belirlenmesi.....	56
3.3.2. Verilerin Toplanması	57

3.3.3. Araştırmanın Hipotezleri	57
3.4. Verilerinin Analizi Ve Bulguların Değerlendirilmesi	58
3.4.1. Katılımcı Öğrencilerin Demografik ve Teknoloji Kullanım Özellikleri ...	58
3.4.2. Anlık Mesajlaşma Uygulama Görüşlerine Yönelik Hipotezlerinin Test Edilmesi	65
3.4.2.1. Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi	65
3.4.2.2. Öğrencilerin Farklı Kişisel Bilgileri ve Teknoloji Kullanımına Göre Oluşturulan Hipotezler ve Yapılan Analizler	69
3.4.2.2.1. Cinsiyet Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri	70
3.4.2.2.2. Yaş Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri	71
3.4.2.2.3. Sınıf Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri	73
3.4.2.2.4. Anne Eğitim Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri	74
3.4.2.2.5. Baba Eğitim Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri	76
3.4.2.2.6. Anne-Baba Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri	77
3.4.2.2.7. Başarı Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri	79
3.4.2.2.8. Evde Bilgisayarı Olma Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri	81
3.4.2.2.9. Şahsi Cep Telefonu Olma Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri ..	82
3.4.2.2.10. Kullanım Süresi Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri	84
3.4.2.2.11. En Çok Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri	85
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	88
KAYNAKÇA	97
ÖZGEÇMİŞ	106
EKLER	106
Ek-1: Etik Kurul Onayı	108
Ek-2: Anket izni ve Anket Formu	112

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 3.4.1. Katılımcıların Cinsiyetlerine İlişkin Bilgiler	59
Tablo 3.4.2. Katılımcıların Yaş Gruplarına İlişkin Bilgiler	59
Tablo 3.4.3. Öğrencilerin Sınıflarına İlişkin Bilgiler	60
Tablo 3.4.4. Öğrencilerin Anne Eğitim Durumlarına İlişkin Bilgiler	60
Tablo 3.4.5. Öğrencilerin Baba Eğitim Durumlarına İlişkin Bilgiler	61
Tablo 3.4.6. Öğrencilerin Anne Baba Durumlarına İlişkin Bilgiler	62
Tablo 3.4.7. Öğrencilerin Başarı Durumlarına İlişkin Bilgiler	62
Tablo 3.4.8. Öğrencilerin Evinde Bilgisayar Bulunma Durumlarına İlişkin Bilgiler.....	63
Tablo 3.4.9. Öğrencilerin Şahsi Cep Telefonu Sahip Olma Durumuna İlişkin Bilgiler .	63
Tablo 3.4.10. Öğrencilerin Anlık Mesajlaşma Uygulamaları Günlük Kullanım Sürelerine İlişkin Bilgiler	64
Tablo 3.4.11. Öğrencilerin Kullandıkları Anlık Mesajlaşma Uygulamaları.....	65
Tablo 3.4.2.2.1. Anlık Mesajlaşma Uygulamalarına İlişkin Görüşlere Ait Ölçeğin Faktörleri ve Soru Numaraları	66
Tablo 3.4.2.2. Anlık Mesajlaşma Uygulamalarına İlişkin Görüşlere Ait Ölçeğin Faktör Analizi Değerleri	67
Tablo 3.4.2.2.1. Anlık Cinsiyet Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları.....	70
Tablo 3.4.2.2.2. Anlık Yaş Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları.....	72
Tablo 3.4.2.2.3. Sınıf Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları	73
Tablo 3.4.2.2.4. Anlık Anne Eğitim Durumu Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları.....	75
Tablo 3.4.2.2.5. Anlık Baba Eğitim Durumu Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları.....	76

Tablo 3.4.2.2.6. Anlık Anne-Baba Durumu Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları.....	78
Tablo 3.4.2.2.7. Başarı Durumu Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları.....	80
Tablo 3.4.2.2.8. Anlık Evde Bilgisayarı Olma Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları.....	82
Tablo 3.4.2.2.9. Şahsi Cep Telefonu Olma Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları.....	83
Tablo 3.4.2.2.10. Anlık Kullanım Süresi Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları.....	84
Tablo 3.4.2.2.11. En Çok Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları	86

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.2.3. Bulut Teknolojisi	32
Şekil 2.5. Anlık Mesajlaşma Servislerinin Kullanım Sayısı	43
Şekil 2.5.1. Anlık Mesajlaşma Servislerinin Ükelere Göre Kullanımı	45
Şekil 2.5.2. Anlık Mesajlaşma Servislerinin Ülke Sayısı Oranı	46
Şekil 2..6. Türkiye’de internet ve sosyal medya kullanımı.....	47
Şekil 2.6.1. Türkiye’de 2017 yılında sosyal medya kullanım oranları	48

KISALTMALAR LİSTESİ

AT&T	:	American Telephone and Telegraph Company (Amerikan Telefon ve Telgraf Şirketi)
IBM	:	International Business Machines (Uluslararası İş Makineleri)
MAM	:	Mobil Anlık Mesaj
SPSS	:	Statistics Program for Social Sciences
YAA	:	Yerel Alan Ağı

GİRİŞ

Dünya’da pek çok alanda gelişen teknolojiler ve yaşanan gelişmeler ile birlikte değişimler görülebilmektedir. Geliştirilen teknolojiler insanların iletişimini ve bilgi paylaşımını etkilemekte, yeni bilgi teknolojilerini ve iletişim biçimlerini günlük hayatta sıklıkla kullanır hale getirmektedir. Bu iletişim araçlarından biri de mobil anlık mesajlaşma servisleridir. Bilgi iletişim teknolojilerinin her geçen gün hızla gelişmesi, yeni iletişim seçeneklerinin ortaya çıkması ve yoğun kullanıcı kitlesine ulaşmalarından dolayı bu alanda yapılan çalışmalar önemlidir. Mobil anlık mesajlaşma servisleri kişiler arasında gerçek zamanlı, iletişim kurmaya olanak sağlayan internet temelli uygulamalardır.

Günümüzde internet kullanımının etkinliğine paralel olarak gelişen bu yeni araçlar yeni iletişim ortamlarını oluşturmuş ve gündelik hayatımızın vazgeçilmez araçları konumuna gelmiştir. Teknolojik gelişmelerin toplumu ve yaşam biçimlerini hızla etkilemesi iletişimin şekillerini yeniden biçimlendirmiş ve sosyo-kültürel ilişkileri farklılaştırmıştır. Bunun sonucunda da gündelik yaşam biçimi, alışkanlıklar, geleneksel iletişim araçlarını değiştirirken toplumun sosyalleşme anlayışında da önemli değişiklikler meydana getirmiştir. Bu değişimlerin en önemli icatlarından biri de sosyal hayatlarımızda vazgeçilmezler arasına giren ve kişilerarası iletişim araçları arasında yerini alan “anlık mesajlaşma servisleri”dir. Bu bağlamda kişilerarası iletişim sürecinde yeni iletişim araçları içerisinde önemli bir yere sahip olan anlık mesajlaşma servisleri olgusu, elektronik alanında meydana gelen gelişmelerin en hızlısı olmakla birlikte dünyanın sınırlarının azalmasında önemli bir rol oynamıştır. Bugün insanoğlu bu gelişimler sayesinde dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen olayı bu iletişim araçları sayesinde anında öğrenebilmektedir. Bu durum elektronik alanında meydana gelen gelişmelerin iletişim bilimine kazandırmış olduğu sınır tanımayan bir boyut olarak tanımlanmaktadır. Dünyada ve ülkemizdeki teknolojik gelişmeler sayesinde hızla popülerleşmiş olan anlık mesajlaşma programları üzerinden, lise öğrencilerinin kişilerarası iletişimlerine etkileri ve ilişkileri Whatsapp, Facebook, Skype, Twitter, instagram ve diğer anlık mesajlaşma uygulama örneklemleri doğrultusunda incelenmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde kişilerarası iletişimin tanımı, önemi, insanın iletişim kurma ihtiyacı ve kişilerarası iletişimi etkileyen tüm faktörler, kişilerarası iletişimin unsurları, kişilerarası iletişimi kolaylaştıran ve güçleştiren unsurlar, iletişim türleri, kişilerarası iletişimde sözel olmayan unsurların önemi ve yakın ilişkilerde kişilerarası iletişim konuları detaylı bir şekilde anlatılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümün girişinde geleneksel iletişim araçları hakkında bilgiler verilmiştir. İkinci bölümün devamında teknolojik gelişmelerle beraber iletişim alanındaki yeni gelişmeler hakkında bilgiler sunulmuş ve geleneksel iletişim araçlarına göre üstünlükleri ortaya konulmuştur. İkinci bölümün sonunda ise insanların anlık mesajlaşma servislerini tercih etme nedenleri, Dünya ve Türkiye’deki anlık mesajlaşma servislerinin durumu ve anlık mesajlaşma servislerinin kişilerarası iletişime etkileri hakkında detaylı bir şekilde bilgi aktarılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde araştırmanın amaç, önem, varsayım, sınırlılıklar ve yöntemi anlatılmış ve bu bölümde araştırma kapsamında yapılan anket uygulamasından elde edilen verilerin analizi yapılarak, ulaşılan bulguların değerlendirilmeleri yapılmıştır. Araştırma kapsamında anlık mesajlaşma uygulamaların kişilerarası iletişime etkilerinin belirlenmesinde Kişilerarası iletişim ölçeği anlık mesajlaşma uygulamalara uyarlanarak ölçeğin 5 alt boyutunu oluşturan sosyal çevre, sanal ortam, güven duygusu, kendini ifade etme ve normallik duygusu faktörleri ile örneklem içerisindeki lise öğrencilerinin demografik ve teknoloji kullanım özellikleri her bir faktör bazında bağımsız örneklem fark testleri ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular sonuç ve tartışma bölümünde detaylıca ele alınmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KİŞİLERARASI İLETİŞİM

1.1. Kişilerarası İletişim Tanımları

Kaynak ve hedeflerini insan veya insan topluluklarının meydana getirdiği iletişime “kişilerarası iletişim” denir. Karşılıklı olarak iletişim halinde olan kişiler, sembol/simge/bilgi üreterek, bunları birbirlerine ileterek ve yorum katarak anlamlandırılarak iletişimi devam ettirirler (Dökmen, 2004: 37).

Kişilerarası iletişimi başka ifadelerle tanımlamak gerekirse; bir bireyin başka bir birey ile ya da başkaları ile belli bir amaç veya amaçsız olarak niyetli veya niyetsiz bir şekilde sözel ya da sözel olmayan iletilerini, mesajlarını aktarması ve karşı tarafta olan kişi veya kişilerin mesajlarını veya iletilerini alması şeklinde tanımlanabilmektedir (Zıllıoğlu, 2007: 276).

Her hangi bir iletişimin kişilerarası iletişim sayılabilmesi için aşağıda verilen üç noktanın varlığına dikkat çekmişlerdir: (Tubbs ve Moss, 1974: 76)

- i. Kişilerarası iletişim halinde bulunan kişilerin karşılıklı yüz yüze olmaları (belirli bir yakınlık içerisinde),
- ii. Kişilerarası iletişime katılanların tümünün bulunulan grubun başka üyelerine mesaj iletme/gönderme ve karşı taraftan gelen ileti ve mesajları kabul etmeleri,
- iii. Bahse konu mesaj/iletilerin sözlü ve sözsüz ileti/mesajlardan meydana gelmesi durumu (Dökmen, 2004: 41).

Kişilerarası kurulan ilişki ve bağlarda insanların bir kısmı duygularını değil, fikir ve düşündüklerini ifade ederler. Bir kısım insanlar duygularını tam olarak ifade edemezler. Ancak yaşanan duyguların iletişim içinde doğru olarak açıklanması kişilerarası bağ ve ilişkilerde oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Kişinin, kendi içinde hissettiği duygularını doğru ve tam olacak şekilde ifade etmesi, onun anlaşılması

konusunda farkındalık seviyesini yukarı doğru artırırken, karşı tarafta bulunan kişi tarafından da duygu ve düşüncelerin daha iyi anlaşılmasına imkân verir (Şahin, 2010: 49).

Kişilerarası iletişim aynı ortamı aynı zamanda paylaşan kişiler arasında karşılıklı yüz yüze sözlü ya da sözsüz bir iletişim kurulabileceği gibi, bilgisayar, cep telefonu, tablet gibi teknolojik bir araç vasıtasıyla sözlü veya yazılı şekillerde de kurulabilir. Ayrıca yazı kaleme alarak (mektupla) veya bilgisayar ve internet üzerinden elektronik ortamda yazı yazarak (e-posta ile) farklı mekân ve zamanda kişilerin birbirlerini görmeden de yapılan bir çeşit iletişim şekli de olabilir (Erdoğan, 2005: 185).

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere, özet olarak kişilerarası iletişim bireylerin aralarında gerçekleşen sözlü ya da sözlü olmayan iletişimdir. Kişilerarası iletişimin tanımını müteakiben bu iletişim türünün önemi ve bireylerin iletişim kurma ihtiyacı, kişiler arası iletişimi etkileyen faktörler, iletişimi kolaylaştıran unsurlar ve çeşitli iletişim şekilleri ele alınacaktır.

1.2. Kişilerarası İletişimin Önemi ve İnsanın İletişim Kurma İhtiyacı

İnsanlar tek başlarına yaşayarak kendilerine yetmezler. Bu dünyada hiçbir kişi kendi kendisiyle sınırlı değildir. Gücü kendi içinde ve diğer canlı varlıklardan ayrılmış bir durumda değildir. Tüm canlı ve cansız varlıklar bir bütündür ve iç içedir. Bir bütün olunması nedeniyle varlıklar arasında iletişim kurma zorunluluğu vardır. Her iletişimde de alıcı ve kaynak olması nedeniyle bağımlılık bulunmaktadır (Zıllıoğlu, 2007: 288).

İnsanların ilk doğduğundaki dönemde yemek yeme fiiliyatı ve bu fiiliyattan zevk olma, bebeğin en mühim gereksinimidir. Kişilerarası iletişimde ise bu gereksinimin tam olarak tatmin edilmesi doğrultusunda bir aracı vasıta olma değeri vardır. Fakat devam eden süreçte bebek, kişilerarası iletişiminin kendisi için bir ihtiyaç olduğu ve büyük bir anlam kazandığının farkına varmaya başlamaktadır. Küçük çocuğun gelişim süreci geçtikçe benmerkezci ve sadece edilgen durumundan çıktığı gözlenmektedir. Dünyada olan tüm olan biten her şeyin onun için olmadığına farkına varır. Kendisinin de ihtiyaçları olduğunu anlar ve bunları çözmek için dünyadaki diğer varlıklar ile bağımlı olduğunu anlayarak, artık iletişimin olmazsa olmaz olduğunu anlamaktadır (Zıllıoğlu, 2007: 291).

Kişilerarası iletişim çok sayıda değişik ihtiyacın karşılanmaya çalışıldığı hayatta bulunan bir boyuttur. Bu gereksinimler duygusal, sosyal, biyolojik ve düşünsel olabileceği gibi kısaca açıklamak gerekirse varoluşumun tadını çıkartmak için başka insanların varlığını bilmeye ve bağımlı olmaya gereksinim bulunmaktadır. Bu da kişilerarası iletişim ne denli önemli olduğunu vurgulamaktadır (Gürüz ve Eğinli, 2012: 55).

Çalışmanın bu kısmında iletişimin insan yaşamında en temel ihtiyaçlardan biri olduğu görülmektedir. Kişilerin doğal ihtiyacı olan iletişimi etkileyen faktörler müteakip başlıkta ele alınacaktır.

1.3. Kişilerarası İletişimi Etkileyen Faktörler

Psikolojide, iletişim ve kişilerarası iletişim kavramlarının, sosyal olarak karşılıklı etkileşim ve sosyal iletişim gibi diğer kavramlarla ara sıra birbirlerinin yerine kullanıldığı, ara sıra da bu anlamlardan farklı ve değişik anlamlarda kullanıldıkları görülmüştür. Bu konuda Mc Keachie ve Doyle, iletişim kavramı, mesaj/ileti, alıcı ve gönderici olarak üç ögeyi içerdiği, böyle olduğu kabul edilince de insanların yapmış oldukları tüm algılamaların, iletişim olarak sayılabileceğini söylemektedir (Zıllıoğlu, 2007: 295). Bir algılama durumunda, uyarıcı cisim olarak “gönderici”, cisme ait bilgilenen kişi ise “alıcı” olarak kabul edilir. Bu koşullarda, bir kişinin bir ağaç görmesi veya hissetmesi iletişim olarak kabul edilir. Eğer bir mesajı gönderen kişi; yani gönderici ve bu mesajı alan kişi olan alıcının her ikisi birlikte organizma ise, bu koşullardaki iletişime sosyal iletişim adı verilir. Sosyal iletişimde, gönderici ve alıcı arasında mekân ve zaman aynı olması gibi bir zorunluk bulunmamaktadır. Mesela, herhangi bir salon ya da alanda konferans verilmesi veya daha önce yaşamış bir yazarın eserlerinin bugün insanlar tarafından okunması, birer sosyal etkileşime örnektir. Gönderici ile alıcı arasında mekân ve zamanın birlikte olması koşullarında ise iletişim, sosyal etkileşim ismini almaktadır. Birtakım insanın karşılıklı yüz yüze iletişimde bulunması, sosyal etkileşime iyi bir örnektir. Burada sosyal etkileşim diye adlandırılan sosyal davranış biçimine, farklı kaynaklarda kişilerarası iletişim ismi verildiği görülmektedir. (Dökmen, 2004: 43).

Kişilerarası iletişim çatışmaları ve kişilerarası iletişimi etkileyen bazı ana faktörler bulunmaktadır. Bunlar arasında: duygu, kişisel faktörler, biliş, roller, algı,

ihtiyaçlar, bilinç dışı, iletişim becerisi, kültürel faktörler, sosyal ve fiziksel evre, mesajın niteliği gibi kavramlar sayılabilir (Dökmen, 2004: 44). Kişiler arası iletiimi etkileyen bir takım faktörler aşağıdaki kısımda zet olarak ifade edilmiştir.

Biliş, duyu organlarından organizmaya ulaşmış olan uyarıcıları veya mesajın algılanması, hatırlanması, kullanılması ve depolanması aşamasına verilen isimdir. (İsen & Batmaz, 2006: 186). Etrafta bulunan insanlarla düzgün sağlıklı bir iletişim ortamı sağlayarak iletişim kurabilmek ve bunları devam ettirmek maksatlı, kuvvetli ve zengin bir bilişsel hayata ve yaşantıya gereksinim duyulmaktadır.

Akılıcı-Duygusal Davranışçı Yaklaşıma göre fikirlerimiz, duygularımız, düşüncelerimiz ve davranışlarımızı önemli derecede etkileyip yönlendirmektedir. Bu bakış açısı, kişilerin malik oldukları düşünce ve duygu yapılarının, onların yapacakları kişilerarası iletişim organizasyonu üzerinde de çok büyük derecede etkili olacağı anlamına gelmektedir. Eğer bireylerin malik oldukları akılıcı olmayan inançlar ve davranışlar, onların çatışma davranışlarını önemli derecede etkiliyor ve yönlendiriyor ise bu koşulda çatışmaları en aza indirgemenin yolu, bahse konu akılıcı olmayan inançları değiştirmek gerekmektedir (Dökmen, 2004: 46).

Bir başka önemli faktör algı ise, insanların dış dünyadaki gerçekleşen tüm vakalar, nesneler, cisimler ve insanlarla ilgili bilgi sağlamaktadır. Algılama hayat biçimini şekillendiren bir süreç olarak tanımlanabilmektedir. Algılamayla ilgili olan teori, araştırma ve modeller tek bir dünya algısının ve gerçekliğin olmadığı düşüncesini belirtmektedir. Carl Rogers'ın da belirttiği gibi her şahıs kendisinin merkezinde olduğu kabul ettiği bir dünyada hayatını sürdürür ve her şahıs için tek gerçek bu algısal dünyasıdır. Bu nedenle insanlar arasında gerçekleştirilen her karşılıklı iletişimin önündeki en büyük bariyer kişiler arasındaki algılama farklılıkları olduğu inkâr edilmez bir gerçektir (Telman ve nsal, 2005: 67).

Kişilerarası iletişim çatışmalarına ve kişilerarası iletişimi önemli derecede etkilenmesine neden olan diğer önemli faktörün ise duygular olduğu belirtilmektedir. Duygular, insanların yaşantısında çok büyük yer tutmaktadır. Çünkü dış dünyayı algılama şeklini ve bu algılama şekline göre nasıl tepki vereceğini belirlemektedir. Çoğu araştırmacı, bu konu ile ilgili olan araştırmalarda ergenlik döneminin insanlarda çok yüksek bir duygusallık olduğunu kabul etmektedir. Bu süreçte duyguların ařırđiddet kazandığı ve ergen kişinin tüm hayatında etkili olduğu görülmektedir. Küçük bir

olumsuzluk veya kırgınlık ergen kişinin etrafı ile ilgili olan ilişkilerini oldukça yakından etkilediği belirtilmektedir (Yavuzer, 2001: 97).

Kişilerarası iletişime etki eden diğer faktörler kapsamında; Telman ve Ünsal (2005) kişilerarası iletişim altı aşamadan oluştuğunu belirtmekte ve söz konusu aşamaları şu şekilde sınıflamaktadır:

- i. İfade edileceklerin beyinde düşünüldüğü hususlar,
- ii. İfade edilenler,
- iii. İletişime geçilen karşı tarafın ifade edileni beyinde düşündüğü (canlandırıldığı) hususlar,
- iv. Karşı tarafından ifade edeceklerini beyinde düşündüğü (canlandırıldığı) hususlar,
- v. Karşı tarafın ifade ettikleri,
- vi. Karşı tarafın ifade ettiklerini sizin beyninizde düşündüğünüz (canlandırdığınız) hususlar.

Başarılı bir iletişime ulaşmak için yukarıda belirtilen aşamaların gönderici - alıcı arasında sağlıklı olacak şekilde sonuçlandırılması gerekmektedir. Başarılı bir iletişimin gerçekleşmesi zordur. Buna ulaşabilmek için yukarıda verilen aşamalar arasında kişilerarası iletişime doğrudan veya dolaylı olarak etki eden öğelerin iyi bilinmesi ve tüm bu öğelere paralel olacak uygun davranışlar sergilenmelidir. Kişilerarası iletişime etki eden faktörleri aşağıda verilen 6 grup şeklinde incelenmek mümkündür:

- i. Kişilik,
- ii. Duygu,
- iii. Eğitim,
- iv. Algı,
- v. Kültür,
- vi. Çevre.

Bu faktörler; gönderi açısından mesajın kodlanmasına, alıcı açısından ise gönderinin algılanarak yorumlanmasına doğrudan etki etmektedir (Gecikli, 2001: 23).

1.3.1. Kişisel Özellikler

İnsanlar arasındaki karşılıklı etkileşimlerin seyri ile insanların neyi, ne zaman ve ne şekilde yapacağı hususlarında belirleyici etken, tarafların sosyolojik ve psikolojik

kimlikleri, yetenekleri, tutumları, toplumsal rolleri, statüleri ve deneyimleridir (Tellan, 2012: 2). Kişilerarası iletişim sosyal bilimlerde, psikoloji, sosyoloji ve iletişim benzeri birçok farklı sahada inceleme hususudur ve psikoloji açısından, iletişimin tarafları olan bireylerin duygusal ve bilişsel kimlikleri yönüyle, sosyoloji açısından ise sosyal şartlar, roller ve normlar düzleminde incelenmektedir. İletişime ilişkin çalışmalarda ise, insan iletişimi düzleminde ele alınmaktadır (Gürüz ve Eğinli, 2008: 49). Bu bağlamda kişilerin yapısal özellikleri, cinsiyeti, yaşı gibi demografik özellikleri, sosyal ve ekonomik düzeylerinin de kişilerarası iletişimi etkilediği görülmektedir.

1.3.2. Duygular

Bireyler arasında duygu ve enerjilerin karşılıklı olarak iletildiği, mesaj alma-verme işleminin gerçekleştirildiği ve bireylerin mütekabil etkileşimlerini sürdürdüğü karşılıklı iletişim sürecinde, konuşmacı veya iletişim kuran birey, düşündüğü, hissettiği ve belirli bir biçimde davranış sergilemektedir. Bu sürecin devam etmesini sağlayan taraflar farkında olmasalar dahi, sürecin bir hedefi bulunmaktadır. İletişim sürecinde meydana gelen uyarılar bir etki-tepki gereksinimi duymaktadır ve iletişimin tarafları mütekabil bir etkileşim içindedirler. Kişilerarası iletişim; konuşmak, söylemek, irtibat kurmak veya bilgilendirmekten çok daha geniş kapsamlıdır (Călin ve Bunăiaşu, 2010: 235). Bu nedenle bireylerin duygularının iletişim üzerinde çok önemli rolleri mevcuttur. Olumlu duygular kişilerarası iletişimi kolaylaştırırken, olumsuz duyguların ise güçleştirdiği bilinmektedir.

1.3.3. Eğitim

İletişimde taraflarının eğitim seviyesi hususu, mesajın kapsam ve konusuna ilişkin ellerinde bulunan verilerle bağlantılıdır. Bilginin yeterli seviyede olmaması, alıcı ve göndericinin sürdürmekte olduğu iletişimde, aksaklıklar ortaya çıkarmaktadır. Mesaj içeriğinde yeterli bilgi olmaması nedeniyle oluşabilecek problemler, göndericinin, alıcı üzerinde oluşturmak istediği algıyı yaratamamasına neden olmaktadır (Sabuncuoğlu ve Gümüş, 2008:182). Bu yüzden eğitim durumu açısından farklı düzeyde bulunan bireylerin iletişime geçtiklerinde birbirlerinin anlama ve kavrama düzeylerini dikkate alması gerekir. Bu sayede etkili bir iletişimin kurulmasına yönelik bir adım atılmış olur.

1.3.4. Algı

Kişiler arasındaki iletişim sürecinde, tarafların birbirinin sözlü ve sözsüz iletilerini değerlendirmesi ve bu değerlendirme neticesinde diğer tarafa yönelik bir davranış sergilemesinde algının oynadığı rol öne çıkmaktadır. Nesnelerin, renklerin, seslerin, hareketlerin, insanların, çevrenin ve tatların izlenmesi, değerlendirilmesi ve anlamlandırılması aşamaları, algının oluşum safhaları olarak ifade edilebilir. Duyu organlarının bir uyarana karşı gösterdiği tepki duyum olarak adlandırılmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2006: 128). İnceoğlu ise, kişinin dış dünya ile etkileşimi neticesinde, algının meydana geldiğini ifade etmektedir. Algı, mütakabil etkileşim neticesinde oluşması sebebiyle, kişinin benliğinde muhafaza ettiği potansiyel eylemler kümesidir. Başka bir ifadeyle, kişi etkileşim içinde bulunduğu nesneleri fiziksel nitelikleri yönüyle algılamaktadır. Nesnelere ilişkin etkileşimler, kişinin sembollerle edinilmiş ya da dolaysız tecrübeleri ile pratik denemeleri neticesinde gerçekleşmektedir. Hedeflenen sahada, bilinenin dışındaki yöntemlerin fark edilmesi ve algılanması, kişinin bu sahada harekete geçmesi için öncelikli şarttır (İnceoğlu, 2010: 87).

Tarafların birbiri üzerinde edindiği ilk izlenim, iletişime geçmenin ilk basamağıdır ve oluşturulacak ilişkinin sınırlarının tanımlanmasına önemli ölçüde etki etmektedir. Bu ilk izlenimin olumlu olması neticesinde ortaya çıkan algı, devam eden davranışların ne şekilde sergileneceğini belirlemektedir. Algılamının meydana geldiği 8 safha göz önünde bulundurulduğunda, üç önemli boyutun bulunduğu fark edilmektedir (Odabaşı ve Barış, 2006: 130-134):

i. Seçici Algılama: Birey, anlık olarak sayılamayacak derecede fazla uyarıcı ile etkileşim içerisinde. Fakat algılama işlemi, bu uyarıcılardan bir kısmı için belirgin bir şekilde gerçekleşmektedir.

ii. Algısal Örgütlenme: Algının oluşum sürecinde, uyarıların kompozisyonu belirleyici unsurlardandır. Dolayısıyla birey tarafından, üzerinde yoğunlaşılacak uyarı belirlendikten sonra, bu doğrultuda oluşacak yorumun tutarlı olması maksadıyla, bahse konu uyarı ile etkileşim devam ettirilmelidir.

iii. Algısal Yorumlama; belirli bir uyarıcı için birey cephesinde ortaya çıkan tutumdur.

1.3.5. Kültür

İletişim kapsamlı bir kültürel sürecidir. Dolayısıyla, iletişimin sadece kişiler arasındaki bilgi, davranış veya düşüncelerin karşılıklı iletilmesi şeklinde tanımlanması yeterli değildir. Kişilerin, oluşumunda bir bilgi birikimine ihtiyaç duyulan bilgi, davranış veya düşüncelerini karşılıklı olarak iletmeleri, tarih içinde yer ve zaman hususlarıyla ilişkilidir. İnsanların tecrübelerinin müşterek simgeler kullanılarak kavramlara evrilmesi ise bilgi birikiminin oluşmasını sağlamaktadır. Kültürel araçlardan olan dil, bireyin çevresini algılaması, içerik ve şekil olarak bir takım simgelerle betimlemesi ve ortaya çıkardığı simge veya sözcüklerden dizgeler meydana getirmesi ile var olmuştur (Erkman, 1987: 33).

Birey, sessiz kalarak dahi iletişim sürecini devam ettirmektedir. Diğer bireyler, içinde yetiştikleri kültürün etkisi ile bireyin sessizliği üzerinden çıkarımlarda bulunacaklardır. Suskunluğun, doğu kültüründe yetişen insanlar veya Amerikan yerlileri için,  zen gösterme, düşünceli olma veya saygı ifadesi olmasına rağmen, diğer kültürlere nazaran konuşkanlığıyla ön plana çıkan batılılar için, ilgisizlik, öfke veya bilgi eksikliği belirtisi olarak kabul edilmesi, bu hususa örnek olarak gösterilebilir. Fakat iki durumda da, suskunluğun iletişim sürecini devam ettirdiği ifade edilebilir (Wood, 2010: 45).

1.3.6. evre

Bireyler arasındaki iletişim, istemli veya istemsiz olarak meydana gelmektedir. Bireylerin birbiriyle olan etkileşimleri bir sistem dâhilinde ele alındığında, bütün bireyler, bulunduğu toplumsal ve fiziksel ortamın etkilerine tabidir ve etkileşimde bulunduğu diğer bireylerin, davranış ve düşüncelerinin şekillenmesinde rol almaktadır. Karşılıklı olan bu ilişkinin etkileri, bireylerin farklı sosyal ortamlardaki etkileşimlerinde de gözlemlenebilir (Gürüz ve Eğinli, 2008: 52). Dolayısıyla, bireylerin aynı kültür ortamında yetişmiş olmaları, tecrübelerinin, algılarının ve yaşam şekillerinin birbirine yakın olmasını, böylelikle birbiriyle olan etkileşim sürecinde karşılıklı iletilerinin en az hata ile aktarılarak, etkili bir iletişim kurabilmelerini sağlamıştır. Sonuç olarak insanların içinde bulunduğu evre, onların iletişim kurma konusundaki tutum ve davranışları üzerinde etkili olabilmektedir.

Kişi, toplumsallaşmaya ilişkin safhaları, yaşamını sürdürdüğü toplum ortamında tecrübe etmesi neticesinde, hem fitri hem de sonradan öğrenerek oluşturduğu beden dili aracılığıyla, bahse konu toplum tarafından kabul görmüş davranış/eylemlerde bulunacaktır. İletişimde kullanılan dil ve dil ile beraber bireyin yaşadığı toplum içerisinde yer edinmiş bir takım düşünce, kavram ve dışa vurum şekilleri, yetiştirilme yöntemleri neticesinde ortaya çıkmaktadır. Farklı çevrelerde doğup büyüyen bireyler tarafından kullanılan kavram ve gösterilen tepkiler aynı değildir (Feldenkrais, 2000, :11). Aynı kültür ortamında yetişmeyen kişilerin kullandıkları beden dilinin farklı olması, toplumlara ait kültürel çeşitliliğin kişiler üzerinde görülen etkileri olarak ifade edilebilir. Bireyler arasındaki iletişimin etkinliğinin artması ya da azalması, bireylerin içinde yetiştikleri toplumların kültürel benzerlikleri/farklılıkları ile doğru orantılıdır.

1.4. Kişilerarası İletişimin Unsurları

Çalışmanın bu bölümünde kişilerarası iletişimin unsurları ele alınacaktır. Bunlar yüz yüze görüşme, mekân ve zaman, roller, amaç, etkileşim, anlam ve süreç başlıkları altında incelenecektir.

1.4.1. Yüz Yüze Görüşme

İki ya da daha çok tarafın toplanarak yüz yüze gerçekleştirdiği görüşmeler neticesinde, kişilerarası iletişim ortaya çıkmaktadır. Kişilerarası iletişim, en temel seviyede, bireylerin fiziksel anlamda bir araya gelerek etkileşim içinde bulunmaları olarak da tanımlanabilmektedir. Henüz yazının icat edilmediği, insanların sesi söze çeviremediği, mimik, jest benzeri fiziksel davranışların anlam kazanamadığı en ilkel zamanlarda dahi, yan yana gelen insanların çığlık atarak, koşarak, bakışarak, ağlayarak, dokunarak, bağırarak vb. yöntemlerle iletişimi bir şekilde devam ettirmeleri gerekliydi (Güngör, 2011: 42). Aynı zaman ve mekanda, insanlar tarafından aracısız veya doğrudan gerçekleştirilen iletişim yüz yüze olan görüşmelerin yüz yüze iletişim (aracısız veya doğrudan iletişim) düzlemini meydana getirmektedir. Veri iletimini gerçekleştiren telekomünikasyonlar, kişilerarası iletişimde, her geçen gün çoğalan teknik ve sosyal ihtiyaçlar paralelinde, sözlü veri iletimine ek olarak, aracılı ve uzaktan yüz yüze iletişim imkânı sağlamaktadır. Yazının icat edilmesiyle birlikte, ilk çağlarda duman, mağara resimleri, ateş benzeri yöntemlerle haberleşen insanlar, eş zamanlı

olarak ortak mekanda bulunma zorunluluğundan kurtularak iletişim sağlama imkânına sahip olmuşlardır. Telgraf, telefon, radyo benzeri gereçler bireylerin yaşantısında iletişim hususunu kolaylaştırırken, 3G özellikli telefon, telekonferans, internet benzeri gereçler ile kişilerarası yüz yüze iletişimde, tarafların aynı ortamda olmasına gerek kalmamıştır. Bahse konu iletişim metodu, yüz yüze görüşmelerin aracılı iletişim (dolaylı iletişim) düzlemini meydana getirmektedir.

1.4.2. Roller

Kişilerarası iletişim, kendi aralarında farklılaşan ilişkileri ve rolleri bulunan iki bireyi kapsar (Hartley, 2010: 41). Kişinin rol veya rolleri kapsamında gösterdiği tutumlar çoğunlukla karakterinin dış dünya aynasında oluşan görüntüsüdür. Birey, bazen karakterinin bir kısmını gizleme eğiliminde bulunarak çevresi tarafından kendinden umulan davranış ya da duyguları sergileyebilir ve yer edindiği ortama, iletişimini sürdürdüğü kişi veya gruplara, içinde bulunduğu zamanın şartlarına istinaden çeşitli rollere bürünebilir. Kişinin büründüğü farklı rollerden kaynaklı olarak gösterdiği tutumların tamamı kendi karakterinin gereği olarak ortaya çıkmamaktadır. Örneğin katıldığınız bir televizyon yarışma programında en güçlü rakiplerinizden birini saf dışı bıraktınız ve bu yarışmacı yenildiği için üzgün olmadığını belirterek yarışmanın sonraki safhaları için size başarı dileğinde bulundu. O esnadaelediğiniz kişinin başarı dileğini samimi bulur musunuz? Ya da program dolayısıyla “sergilemek durumunda olduğu bir tutum” olarak mı görürsünüz? Aynı şekilde süpermarketlerdeki kasiyerlerin bütün müşterileri “teşekkür ederiz” ya da “iyi günler dileriz” cümleleriyle uğurlaması sonrasında, bu personelin bahse konu davranışı çok insancıl bir şekilde mi aidiyeti bulunan kurumun bir gerekliliği olarak kibar; ancak samimi olmayan bir şekilde gerçekleşebilmektedir. Bu davranışlar ve iletişim şekli kişinin toplum içindeki rollerinden kaynaklamaktadır. Kişilerin toplum içindeki konumları onları bu şekilde davranmaya yönlendirmektedir (Güney, 2009: 77).

Kimlik; karakterin, kişinin sosyal hayatında elde ettiği deneyimlerle şekillenerek davranış ve duygu şeklinde sergilenmesidir. Kimliğin bireyler arası seviyesi ise sosyal kimliği betimlemektedir. Kişiliğin sosyal tipleri (liderlik, entelektüellik benzeri), olaylara bakış açısını gösteren kişilik ve karakter özellikleri (dikkatli, iyimser olmak benzeri), sosyo-demografik karakterler (Afro-Amerikan, erkeklik benzeri), sosyal roller

(avukatlık, babalık benzeri), grup/kurumsal üyelikler (kilise mensubiyeti, futbol takımı tutmak benzeri) ile ilişkili olan sosyal kimlikler, bireyin “ben kimim?” veya “biz kimiz?” şeklindeki sorularını yanıtlar (Karaduman, 2010: 2887). Bütün bireylerin, sosyal kimliği ile ilişki içinde olan ya da olmayan ve bulunduğu çevre tarafından sergilemesi umulan değişik roller bulunmaktadır. Kişi, karakteri ile bir çatışma olmaması için, ya karakterini kendisine biçilen role uyumlu hale getirir ya da çevresinin göstermesini umduğu davranışları sergileme yoluna gider.

1.4.3. Etkileşim

İnsanların kendilerini çevrelerine ifade edebilmek maksadıyla, günlük yaşantılarında uyguladıkları farklı yöntemler bulunmaktadır. Herhangi bir kimsenin, diğer insanlarla karşılıklı ilişkisinin başlangıcı esnasında, bilinçli ya da bilmeden sergilediği tutumlarda, kendisi ile alakalı anlayışı etkin bir rol oynamaktadır (Goffman, 2012: 225) . Aracılı ya da yüz yüze etkileşim ile birlikte, kişilerarası ilişkilerin safhaları da paralel olarak gerçekleşmeye başlamaktadır. Birey tarafından kullanılan yüz ifadesi, dış görünüş, kullanılan dil, giyim, kuşam, davranış biçimi ve tutum benzeri etkenler, bireyin çevre ile etkileşiminin nasıl ve ne seviyede olacağını belirleyen gereçlerdir.

Kişilerarası iletişimin çift yönlü olması etkileşimin tamamlanabilmesi için büyük öneme sahiptir. İletişim süreci, öğelerden hiçbirinin diğerlerinden soyutlanamayacağı fakat kendi aralarında oluşturdukları etkileşim neticesinde değerlerinin arttığı kompleks bir sistem olarak ortaya çıkmaktadır (Yücel ve Bourse, 2012: 248). Bir sözcük, bir bakış ya da bir davranış iletişim sürecini başlatabilir. Etkileşimi, iletilerin aktarılma aşamaları olarak betimlemek doğru ancak yetersiz bir betimlemedir. İletişimin devamlılığını gerçekleştiren etkileşimin şekli kalıplarla sınırlandırılması, etkileşimin kapsamının hareketli olan kısmının geri plana atılmasına neden olabilir. Gönderici tarafından alıcıya iletilmesi hedeflenen verinin yolculuğu doğrusal biçimde olmayabilir. Bunun da ötesinde, iletide çeşitli bozulmalar meydana gelebilir. Dolayısıyla kişilerarası iletişimin bir başka kapsamı ön plana çıkmaktadır (Kaypakoğlu, 2008: 6).

1.4.4. Anlam

İletişim kurma, bireylerin kişisel bir yaklaşım tarzı kullanarak, ortak dilin ortak araçları aracılığıyla, ortak anlaşma, ortak dil ve böylelikle şeffaflığa erişmesi ile

neticelenen bir süreç olarak tanımlanabilir (Yücel ve Bourse, 2012: 248). Ancak, tarafların aktarmak istediklerini hedeflenen seviyede aktarabilmeleri, iletişimsel alışveriş sürecinde eş düzlemde buluşmaları ile doğrudan bağlantılıdır. Eş düzlemle anlatılmak istenen tarafların birbirini anlayabilmesidir. İletişimin taraflarının anlaşabilmesi için öncelikli şart, tarafların iletişimin niyetini ve kapsamını, diğer bir deyişle anlatılmak isteneni, yanlış anlamaya mahal vermeyecek şekilde tahlil etmeleridir. İletilmek istenen verinin kapsamının yanında, ulaşmak istediği amaç da, diyalogun eş düzlem üzerinde ilerleyebilmesi ve bir süreçte evrilmesi açısından önem arz etmektedir. İletişimin sağlıklı bir şekilde sürdürülebilmesi, dinleyici ve konuşmacının, niyet ve içerik hususunda mutabık olmaları ön koşulunun gerçekleştirilmesi ile mümkündür.

İletişimin niyetinin ve kapsamının aynı olarak ele alınmasına neden olan pek çok faktör bulunmaktadır. Mesajın aktarılmasında kullanılan gereçler, iletişimin geçtiği mekân, zaman, dilsel ve kültürel farklılıklar, iletişimsel alışverişte bulunan öznelere ile iletişimin konusu olarak ifade edilen bu faktörlerin önemi, neredeyse iletişimin kendi önemi kadar büyüktür ve iletinin tahlil edilme aşamalarında belirleyici rol oynamaktadır (Demir, 2013: 7).

İletinin yorumlanma ve tahlil edilme aşamalarında, alıcının etkin bir rolde bulunmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Alıcı tarafın içeriğe olan ilgisi ve iletiye yüklediği değer ve anlam, en az yüzde beliren jest ve mimikler, kullanılan kelimeler veya mesajı aktaran gösterge kadar büyük öneme sahiptir. Alıcının algısına ilişkin Hartley (2010: 88) tarafından yapılan betimleme şu şekildedir açıklanmıştır: “Kendimizin ve çevremizdekilerin sergiledikleri tutumları direkt olarak algılamamıza benzer şekilde, diğer insanların bizi algılama şekilleri hakkında da fikir sahibi olmaya çalışırız. Meta-algı olarak adlandırılan bu husus, bireylerin karşılıklı tepkilerinin şekillenmesinde belirleyici bir etkidir.”

Kişilerarası iletişim sürecinde meydana gelen anlam bozulmaları veya oluşturulan anlam bütünleşmesi, sadece yüz yüze aracısız görüşmelerde ortaya çıkmaz. Her geçen gün gelişen teknolojinin bizlere sunduğu internet ve telefon gibi gereçlerin de, iletişimi farklı açılardan genişleten veya kısıtlayan fonksiyonları bulunmaktadır. Mesajın teknik problem nedeniyle eksik aktarılması, noktalama işaretlerinin fazlalığı/eksikliği veya büyük/küçük harflerin yanlış kullanımı gibi aksaklıklar, yalnızca

yazı olarak aktarılan mesajların anlamında bozulmalar oluşturabilmektedir. Alıcının göndericiye ilişkin ön algısı da mesajın anlamlandırılması safhasında belirleyici bir unsurdur. Hochschild’ in öne sürdüğü duygu hafızasına göre, tecrübeler istinaden ortaya çıkan kalıp yargılar veya edinilen intibalar, alıcı cephesinde bir ön-değerlendirmeye neden olabilir ve alıcının mesaja cevabı, bu ön değerlendirme neticesinde şekilleneceğinden etkileşim süreci istenmeyen şekilde devam edebilir. (1983: 26)

1.4.5. Amaç

Kişiler arası iletişim süreci, genellikle belli bir hedefe sahip iletiyi aktarmak amacıyla sürdürülür. Bireyin yazarken ve konuşurken kullandığı sözcükler veya seçtiği göstergeler, kısmen veya tamamen bir niyetten etkilenmiştir. Bireyin, ulaşmak istediği hedef veya bu hedefe ulaşma nedeni fark etmeksizin, kendisine diğer insanlarca verilecek tepkiler ve hususiyle de kendisine karşı sergilenecek tutum üzerinde, denetim yapabilme ayrıcalığına sahip olması avantaj sağlayacaktır (Goffman, 2012: 17). Çalışma şartlarının iyileştirilmesini talep eden sigortasız bir işçiye, patronu tarafından verilen “ben olmasaydım sen aç kalırdın” tepkisinin, patron-işçi ilişkisinin hiyerarşik yönden hatırlatılması niyetiyle verildiği ifade edilebilir. Uzun süre görüşmeyen iki arkadaş yan yana geldiğinde, bunlardan birinin söylediği “saçların ne kadar uzamış” cümlesinin bilgi aktarımı nedeniyle söylendiği ifade edilebilir. Bu iki arkadaş arasında bu cümle öncesinde süregelen iletişim, saçların mevcut halinin daha kötü ya da daha güzel olduğuna ilişkin niyetin belirlenmesinde etkin unsurdur. Benzer bir örnek teknoloji kullanımı konusunda öne sürülebilir. Telefonu çalan bir kişinin, aramayı meşgule atıp arayana gönderdiği mesajla iletişimi sürdürmesi değerlendirildiğinde, aranan kişinin niyetinin, ancak iletişim sürecine, özellikle de iletişimin tüm boyutlarına ilişkin bilgi sahibi olunarak anlaşılabileceği öne sürülmektedir (Demir, 2013: 8).

Kişiler arası iletişimin genellikle bilinçli olarak sürdürülmekle birlikte zaman zaman kasıtlı olmadan da sürdürülebildiği ifade edilmektedir. Bireyin kendini doğal biçimde anlatması, karakterinin çevresine izdüşümü olarak yorumlanmaktadır. Ancak bireyin kendini anlatması daima tasarlandığı şekilde gerçekleşmeyebilir. Goffman (2012: 22) kişinin kendini anlatmasını, yaydığı izlenim ve verdiği izlenim şeklinde iki değişik yeteneği ile başarabildiğini savunur. Bireyin kendisine ilişkin oluşturmayı

hedeflediği izlenim, çoğunlukla tasarlanmış davranışlar ve meydana getireceği etki önceden düşünülerek seçilmiş kelimelerle bezenirken, zaman zaman da asıl karakterinin, duygu ve davranışlarının, kasıtlı olmadan etkileşim anında sergilenmesi neticesinde, dinleyicinin dolaylı yoldan edindiği algılar sebebiyle meydana gelmektedir. Kişilerde görülebilen farklı görünme gayreti, mesleğe, içinde bulunulan ortama, dominant geleneksel-toplumsal rollere ya da etkileşim içinde olunan öznelere niteliklerine istinaden ortaya çıkmakta ve bu durumun ortaya çıkması halinde kişi, bir iç-denetim mekanizması kullanmaktadır. Ancak dinleyicinin çabası, sergilenen davranışların yapmacık ve abartılı, niyetin sunulandan başka olması durumunda, etkileşim süresince, asıl niyetin izdüşümlerini, ikinci özne tarafından denetlenemeyen tutum ve duygularda arama yönünde yoğunlaşacaktır.

1.4.6. Zaman ve Mekan

Zaman, kişilerarası iletişimin sürdürülmesine etki eden önemli bir faktördür. İletişim sürecinin işlediği zaman kadar, iletişimin geçmişi de belirleyici bir unsurdur. Geçmiş zamanlarda gerçekleştirilen görüşmelerde oluşan izlenimler, bireyle alakalı kalıp yargı ve etiketlerin ortaya çıkmasına sebep olabilir. Söylenti, dedikodu, hakkında konuşma veya konuşulan ortamda yer alma benzeri durumlar, bireye ilişkin ön fikirler veya bireysel/sosyal algının ortaya çıkardığı ön-yargılamalar edinmemize ortam hazırlamaktadır. Dolayısıyla, gerçekleştireceğimiz müteakip iletişim esnasında, öznenin umduğumuz şekilde tutumlarda bulunmasını bekleriz. Bu husus göz önünde bulundurulduğunda, içinde bulunulan zamana değin etkileşimin ivmelenerek artması neticesinde, kişilerarası iletişimin zaman açısından bir sahada kısıtlandırılmayacağı görüşü ispatlanmış olacaktır (Demir, 2013:10).

Bireyler tarafından kendilerine iletilen mesajların ne şekilde cevaplanacağına ilişkin etkisi göz önüne alındığında, ortam, kişilerarası iletişimin sürdürülmesine etki eden bir diğer önemli etken olarak ifade edilmektedir (Oskay, 2011: 22). Kişilerin, sosyal grupların, kitlelerin ve toplumların, yaşamsal tecrübeler neticesinde oluşturulmuş olan toplumsal sözleşmeler doğrultusunda bir hayat sürdürmesi umulmaktadır. Toplumsal sözleşmelerin etkileşim içinde bulunduğu bütün ortamlar iletişimin içeriğini ya da yönünü belirleyici rol oynamaktadır. Bunun yanında, ortama ilişkin fiziksel şartlar da, iletişimin seyrine katkıda bulunan faktörler arasında gösterilmektedir. Etkileşim

ortamındaki denetim sahibinin kimliği, iletişimi şekillendiren hususlardandır. Birey, kendi setinde olması durumunda, kendisine ilişkin arzuladığı izlenimi oluşturmak üzere, iletişimin biçimi ve yönünü belirlemek maksadıyla, değişiklikler gerđekleřtirme avantajına sahip olacak, dolayısıyla da kendisini ayrıcalıklı hissedebilecektir. Ortama sonradan dahil olan ikinci birey, etkileşim esnasında ortamı kesinlikle dikkate alacaktır. Ortam, kişilerarası iletişimi meydana getiren öncelikli bileşenler arasında gösterilmektedir (Zıllıoğlu, 2003: 192).

1.4.7. Süreç

Kişilerarası iletişim, olay ve olaylar silsilesi olmanın ötesinde, süregelen bir periyot olarak tanımlanmaktadır (Hartley, 2010: 49). Birey, gerđekleřen bir olayı ele aldığında, olayın ne şekilde gerđekleřtiđini tanımladığı zaman, olayın başlangıcını ve sona ermesini anımsamakla birlikte, kişilerarası iletişim boyutuna anlamlar bindirmektedir (Eğinli ve Gürüz, 2012: 53). İletişimin yaşayan, canlı yönü göz önüne alındığında, devam eden süreci biğimsel bir çerçeve ile kısıtlandırmanın, mantıklı olmayacağı görülecektir. Etkileşim sürecinin başlangıç ve bitiş anlarının belirlenmesi gayreti, çözümleme ve anlama safhalarında, aldaticı hükümler elde edilmesine sebep olabilir. Etkileşimle alakalı, sadece başlangıç ve bitişin ne şekilde gerđekleřtiđi hususlarının yanıtlanması gayreti, etkileşimi sonuca götüren en mühim bölümü göz ardı etmek anlamına gelmektedir. Oysaki, iletişim sürecinde meydana gelen pek çok sayıdaki etkileşimin, süre gelen başlangıç ve sonuçların tamamı üzerinde önemli etkisi bulunmaktadır. Sürece eklenen yeni durumların tamamı, iletişim hususunda yeni bir başlangıç özelliği göstermekten ziyade devam eden işleyişe dahil olmaktadır (Güngör, 2011: 51).

Çalışmanın bu kısmında kişilerarası iletişimi etkileyen faktörler ele alınmıştır. Bahse konu faktörlerin de dikkate alınmasıyla kişilerarası iletişimi kolaylaştıran ve güçleştiren unsurlar müteakip bölümde incelenecektir.

1.5. Kişilerarası İletişimi Kolaylaştıran ve Güçleştiren Unsurlar

1.5.1. İletişimi Kolaylaştıran Unsurlar

İletişim sürecinin temel öğeleri olarak bilinen hedef, ileti, kanal, geribildirim ve kaynak gibi unsurlar başarılı ve sağlıklı bir iletişim olması için de esas elemanlar olarak tanımlanmaktadır. Bundan dolayı, hedef kitleye iletilen mesaj (ileti), kaynak tarafından istenilen biçimde algılandığında iletişimin hedefine vardığı, bu sebeple başarılı bir iletişim oluşturulduğu anlamına gelmektedir (Gökdağ, 2008: 92).

Başka bir ifade ile anlatmak gerekirse; kaynak iletmeyi düşündüğü mesajı hedefin beyninde tasarlayacağı veya kavrayabileceği şekilde kodlayarak, açık, net ve düzgün bir şekilde aktardığı, hedef açısından düşünüldüğünde alınan mesajın içeriğini çözerek (deşifre ederek) kaynağın tam olarak neyi ifade etmeyi istediğini teşhis ve tespit edilmesi, ayrıca efektif olacak şekilde geribildirim yapması durumunda iletişim sağlıklı ve başarılı olacak şekilde neticelendiği düşünülmektedir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 56). Tüm bunlara ilave olarak unsurları da iletişimin başarılı ve sağlıklı bir şekilde yerine getirilmesinde önemli bir yere sahip öğelerdir. (Tayfun, 2014: 45; Dökmen, : 2006: 32; Kaypakoğlu, 2008: 78);

- i. Sözsüz iletişim,
- ii. Etkili dinleme,
- iii. Algı,
- iv. Gönderici ve alıcı durumunda iken Kendini tam olarak açma ve
- v. Karşı tarafın yerine koyma (Empati kurma)

1.5.2. İletişimi Güçleştiren Unsurlar

İletişim kurmaya engel olan etmenler aşağıda sunulan dört başlık şeklinde detaylandırılmıştır (Elgünler ve Fener, 2011: 34).

1.5.2.1 Mesaj İle İlgili Engeller

Sağlıklı ve başarılı bir iletişimde mesajın engel oluşturmasının en kayda değer nedeni içerisinde belirsizlikler barındırmasıdır. Mesajın neyi belirtmek istediği, kimden, ne zaman ve nasıl bir tepki beklediği gibi hususların haricinde de belirsizlikler mevcuttur. Bilgi ve ileti içeriği arasında bulunan farklılıklar nedeniyle ortaya çıkan belirsizlikler de yer almaktadır. Tüm bunlara ilave olarak mesajın hazırlanması

esnasında yararlanılan sembol ve simgelerin alıcı tarafından doğru olacak şekilde algılanamaması pozisyonunda iletinin eksik ya da yanlış bir biçimde aktarılması gibi engellerinde varlığı inkâr edilemez (Sabuncuoğlu ve Gümüş, 2008: 176).

1.5.2.2. Kanal ve Araçlarla İlgili Engeller

İletişimde en doğru ve uygun kanal ile aracın seçilmesi, mesajın düzgün, doğru, anlaşılır biçimde aktarılması yönüyle önemlilik arz etmektedir. Seçilen kanalların yetersiz olması, kapasitelerini aşacak şekilde yük iletmeleri, gelişen dünyada iletişim teknolojisinde yaşanan anlık ve takip edilmesi zor değişimler ile iletişim içinde bulunan toplum, örgüt ya da kitlelerin belirtilen teknoloji takip edememesi gerisinde kalması gibi sorunlar, iletişim sürecinin etkin ve verimli olarak gerçekleşmesine büyük ölçüde engel olmaktadır. Bu zor süreçte kullanılan kanal ile vasıtaların yanlış seçilmesi ile birlikte yanlış şekilde kullanılması başarılı ve sağlıklı iletişimin önünde yer alan teknik engellerden sadece biri olarak gözlenmektedir (Yatkın ve Yatkın, 2006: 106).

1.5.2.3. Gürültü İle İlgili Engeller

Gönderilecek mesajın gönderen tarafından şifrelenmesinden başlayan alıcı tarafından çözümlemesine kadar, iletişim süreci dâhilinde iletişimin zayıf ve güçsüz olmasına veya tamamen engellenmesine neden olan her türlü etken gürültü adı altında geçmektedir (Bayrak, 1995: 104).

Gönderici tarafından gönderilen mesajın yanlış duyuşsal bozuklukla gönderilmesi ya da alıcı tarafından mesajların duyuşsal bozukluklar ile alınması, gönderici veya alıcı tarafından hatalı ve yanlış anlamlandırma, alıcı ve göndericinin değer, adet, gelenek, inanç ve ön yargıları ile farklı görüş ve düşünce yapılarının bulunması gürültü ile alakalı engeller ve kısıtlamalar olarak tanımlanabilir (Bayrak, 1995: 104).

1.5.2.4. Dil İle İlgili Engeller

Dili oluşturan tüm sözcük, kelime ve cümleler, iletildikleri bireylerin; yani alıcıların düşünce, bilgi, denemeleri ve fikirleri içerisinde mana ve anlam bulurken, karışık ve karmaşık olacak şekilde kullanıldıklarında ise iletişime mani olabilirler. İletişim süresi boyunca gönderilecek olan mesajın meydana getirilerek oluşturulmasında

faydalanılan semboller, işaretler, asli ve tali olarak iki şekilde kullanılması görülmektedir. Herhangi bir iletişim süreci boyunca kullanılan dilin açık, sade, detayları açıklayıcı, basit ve net olması iletişimin sağlıklı ve başarılı olacak biçimde yapılması ile doğrudan ilişkilidir (Erdoğan, 2002: 123).

İletişim halindeki kaynak ve alıcıların iletişimi sağlıklı bir şekilde yapabilmesi için yukarıda belirtilen iletişimi engelleyici unsurları bilmesi gerekmektedir. Sağlıklı bir iletişim için kaynağın kendini doğru bir şekilde ifade ederek, iletişim türlerinden sözel ve sözel olmayan iletişim özelliklerine dikkat etmesi önemli bir husustur.

1.6. İletişim Türleri

Kişilerarası ilişkilerde iletişim sözel ve sözel olmayan iletişim olarak ikiye ayrılmaktadır. Sözel iletişim somut ve anlaşılabilir, bilirliliği daha kolay olmakla birlikte sözel olmayan iletişimlerde yanlış anlaşılabilirler biraz daha fazla olmaktadır. Etkili bir şekilde sözel olmayan unsurları kullanma ile iletişimin anlaşılması daha kolay ve kalıcı olabilmektedir.

1.6.1. Sözel İletişim

Sözel iletişim; kullanılan sözcüklere, ses tonuna, sesteki iniş ve çıkışlara işaret eder. Konuşma, müzik, yazı, televizyon ve videoyu sözel iletişimin en belirgin örnekleri arasında sayılabilir. Burada kişinin ne söylediğine odaklanılır. Sözel iletişimde dil ve dil ötesi unsurların varlığı bulunmaktadır (Geçikli, 2016: 65). Bunlar;

- i. Dil: Kullanılan kelimeler ve söylenen sözleri temsil etmektedir.
- ii. Dil ötesi: Sesin niteliği ile ilgili olan unsurlardır.

Sözlü iletişim tarzları, kişilerin yaşadıkları toplumdan doğrudan etkilenen bir biçimdir. Kültür de önemli yer tutmaktadır. Kültür dili etkilemekte, dil ise hitap biçiminden insanları cümle kurmalarına kadar etkilemektedir. Bu da iletişimde sözel farklılıkları ortaya koymaktadır (Devito, 1985: 90).

Sözel iletişim biçimleri aşağıda sunulduğu gibi verilmiştir. Gürüz ve Temel Eğinli (2012: 61)

- i. Doğrudan ve dolaylı sözel iletişim tarzı,
- ii. Kişisel ve bağlamsal sözel iletişim tarzı,
- iii. Ayrıntılı ve öz sözel iletişim tarzı,

- iv. Araçsal ve etkisel sözel iletişim tarzı,
- v. Onaylayan ve onaylamayan sözel iletişim tarzı,
- vi. Dışlayan ve dahil eden sözel iletişim tarzı,
- vii. Kendine ve diğer kişilere odaklı sözel iletişim tarzı,
- viii. Destekleyici ve savunucu sözel iletişim tarzı,
- ix. Aşağılayıcı sözel iletişim tarzı,
- x. Övücü sözel iletişim tarzı,
- xi. Eleştirel sözel iletişim tarzı.

İnsanlar iletişimlerini yalnızca sözel olarak kurdukları cümleler ve mesajlarla kendilerini ifade etmezler. Bunun yanında sözel olmayan iletişim ile anlatmak istedikleri duygu ve düşüncelerini karşı tarafa iletirler. Bu iletişim de yanlış anlamalar oldukça çok olduğu görülmektedir. Sözel olmayan iletişimin de en az sözel iletişim kadar önemli olduğu bir gerçektir.

1.6.2. Sözel Olmayan İletişim

Sözsüz iletişim ise beden diline; yani hareket tarzına, yüz ifadesine, bedenin duruş şekline, jest ve mimikler vb. unsurları ilgilendirmektedir. Etkin bir şekilde iletişimi yürütmek için sözel ve sözel olmayan mesajlar uyum içinde olması gerekmektedir. Genellikle iletişimdeki sorunların, sözlerin ve davranışların ters düşmesi sonucunda ortaya çıktığı gözlenmektedir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 66). Mesela bir annenin “Tamam bundan sonra sürekli ders çalış diye baskı yapmayacağım” diye söylenmesine karşı olarak devamlı saatine bakıp, televizyon izleyen veya oyun oynayan çocuğuna sinirli bir şekilde bakması ve derin derin iç çekmesi iyi bir örnektir (Hartley, 2010: 25). Burada bireyin ne söylediğinden çok nasıl söylediğine odaklanılmaktadır. Sözel olmayan iletişim, sese dayalı ve ses dışındakiler diye ikiye ayrılmaktadır.

i. **Sese Dayalı Olan Unsurlar:** Duraksamalar, sesin tonu, sesin yüksekliği, eee, ihm kelimeleri, kişisel alan, duygu tonu, tekrarlar, aksesuarlar, mekân kullanım mesafe (uzak ya da yakın durma), söze yanlış başlamalar, gereksiz kelimeler, akıcılık, doğallık, seçilen sözcükler sese dayalı olan unsurlara örnektir (Kocasavaş, 2007: 51).

ii. **Ses Dışındakiler:** Göz hareketleri, göz teması, bedenin duruşu, yüz ifadesi, el ve kol duruşu, kıyafet, dokunma, beden yönelimi, oturma biçimleri, jest ve mimikler ses dışındaki unsurlara örnek olarak verilebilir (Baltaş ve Baltaş, 2006: 157).

Araştırmalar, insanların günlük yaşamda bir birlerinin ne söylediklerinden çok nasıl söylediklerini dikkat ettiklerini göstermektedir. 1981 yılında California Üniversitesi'nde yapılan bir araştırmada kişilerarası iletişimde beden dilinin %55, ses tonunun, % 28 ve kullanılan kelimeler % 7 oranında etkili olduğu sonucu çıkmıştır (Damanhour, 2018: 113).

Buradan da anlaşıldığı üzere sözlü olmayan iletişim en az sözlü ve hatta bazı durumlarda sözlü iletişimden dahi önemli hale geldiği görülmektedir. Bu bağlamda müteakip kısımda kişilerarası iletişimde sözel olmayan unsurların önemi incelenecektir.

1.7. Kişilerarası İletişimde Sözel Olmayan Unsurların Önemi

Kişilerarasındaki bilgi aktarımı ya doğrudan konuşma biçiminde ya da dolaylı yoldan belli kanallar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bu aktarım veya iletişim çok çeşitli sözlü ve yazılı simgelerin kullanılmasıyla oluşmaktadır. İnsanları diğer varlıklardan ayıran en önemli özellikleri genleri ve içgüdüleri dışında, bol miktarda iletişim biçimlerini sonradan öğrenme olanağına sahip olmalarıdır (Gürüz ve Eğinli, 2012: 68).

Kişilerarası iletişimde konuşulan kelimeler kadar bedeninin duruşu, sesin tonu, insanların mimikleri ve jestleri de çok önemli bir yere sahiptir. Kişilerarası iletişimde sözel olmayan unsurlar ile kelimelerin veremediği mesajlar da hal ve hareketlerle karşı tarafa verilebilmektedir. Konuşarak yapılan iletişim esnasında karşı tarafa verilen mesajın sadece kelimelerle kısıtlı içeriğinin ötesinde diğer verilen mesajlara da süreç denir. Süreç, kelimelere dökülmeyen alt mesajın nasıl bir mesaj içerdiğini karşı tarafa göstermektir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 69).

Bir başka deyişle kişilerarası iletişimde içerik ve süreç olduğu kabul edilmelidir. Karşılıklı yapılan iletişimde birbirimize verdiğimiz ileti ve mesajlar sadece kelimelerin anlamlarıyla kısıtlı olmayıp, kelimelere dökülmeyene; yani sözel olarak aktarılmayan diğer iletişim yollarıyla iyice karmaşık bir hal alıp, daha zengin bir duruma gelmektedir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 69).

Bir şeyi söylemek için kullanılacak ifade tarzı, ses tonu, bulunulan ortam, konuşma için seçilen zaman, mimik ve jestler gibi sözel olmayan ve karşı tarafa mesaj olarak verilen bu tür iletişim araçları esas ifade edilmek istenen mesajları, mesajı alan birey tarafından farklı şekillerde anlamasına, algılamasına ve yorumlamasına neden

olmaktadır. Demek ki kişilerarası iletişimde süreç, içerik kadar önemli bir yer kaplamaktadır.

İletişim süreci içerisinde söylenen sözcükler ve yazılan sembol, simgeler biçimde kodlanmış olan fikir, düşünce bilgi ve duyguların dil vasıtası ile ifade edilip söylenmesi kadar mesajın veren kişinin vücudunun durumu, konumu ve görünümü, üzerine giyilmiş olan kıyafetin etkisi ve birçok vücut hal ve hareketleri tarzında sözsüz bir anlatım şekli olarak kişilerarası iletişim gerçekleşmektedir (Eroğlu, 2014: 209).

Kişilerarası iletişimde sözel olmayan iletişim yollarının önemi azımsanmayacak derece önemlidir. Bazen sözel olmayan şekiller ifadelerinin önüne geçmektedir. Yani etkili bir iletişim için usta kaynak hem sözel hem de sözel olmayan iletişim araçlarını birbirlerini tamamlayacak şekilde ahenk içinde kullanan bir söz ve görüntü ustası diye bilinmektedir. Sözel olmayan iletişimler; bakış, duruş, jestler, mimikler ve sesin tonu gibi ifade ve görsel biçimleri bünyesinde bulundurmaktadır. İletişimde sözel olmayan ipuçları bazen sözcüklerden çok daha fazla etkili olduğu görülmektedir. Mesela, karşılıklı birbirlerine sinirli ve öfkeli olan kişiler birbirlerine dik dik ya da ters ters bakarak bu öfke durumlarını belli etmek isterler. Burada ifade edilen sözcüklerin bir anlam ifade etmesi çok zor olacaktır (Gürüz ve Eğinli, 2012: 71).

Farklı bir örnek ele alındığında “seninle konuşmak istediğim bazı şeyler var” gibi bir söylemden sonra tam olarak nasıl mesaj olduğunu ortaya çıkartmak amacıyla bu cümleyi söyleyen kişinin sözel olmayan iletişim araçlarına bakılmaktadır. Bunlar duruşu, bakışı, ses tonu, seçtiği zaman ve mekân, jestler’dir. Bu sözel olmayan araçlarla yukarıda söylenen cümleyi yorumlamak mümkündür. Yorumlar, sonucunda yüksek hararetli bir tartışmanın başlangıcı da olabilir ya da çok romantik bir konuşmanın hazırlığı da olabilir. Mesajın veren kişi bu cümlesini sözel olmayan iletişim araçları ile daha da çok anlamlandırır ve karşı tarafa iletir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 72).

1.8. Yakın İlişkilerde Kişilerarası İletişim

İnsanların duygu ve düşünce alışverişi özellikler duygu alışverişi bireylerin arasında güvenin ve birbirlerine yakınlaşmasında oldukça büyük bir rol oynamaktadır. İnsanın içinde hissettiği duyguların başka insanlar ile paylaşması sadece sevgi, hoşlanma gibi olumlu hisselerini paylaştığı anlamına gelmez. Buna zıt olarak öfke, kin, nefret, kırgınlık gibi olumsuz hislerin paylaşılması da bulunmaktadır.

Bir birey, kendisine yakın olarak gördüğü başka birey tarafından tam olarak anlaşılması için karşı tarafın kabiliyetlerini bildiği ve onunla daha önce giriştiği iletişimden tecrübe ederek, altta yatan inançlarına göre anlatacağı bir konuyu kişiye göre uydurabilir. Bir başka ifade ile karşı tarafın anlayacağı bir dil kullanıyor olabilir. Buna iletişimde duyarlılık denilmektedir (Lafolilette, 2008: 155).

Kişilerarası iletişimde bazı insanlar olumlu konuları açmakta zorlanırken, bazı insanlar ise olumsuz konuları açmakta çok zorlanabilirler. Bunun birini veya özellikle ikisini birden hayatlarında yaşayan insanlar, bunun hakkından gelebilmek için kendisinin özel bir gayret göstermesi gerekmektedir. Hatta dışarıdan bir destek alması dahi düşünülmektedir. Çünkü insan duygu ve düşüncelerini dürüst bir şekilde gerçekçi olarak ifade edebilmesi, kişiler arasında yakın ilişki kurmaya çok yardımcı olmaktadır. İnsanlar yakın ilişkilerde olumsuzluk içeren nefret, kırgınlık gibi duygularını dile getirdiği kadar, olumlu olan sevgi, anlayış, hoşlanma ve beğeni gibi olumlu duygularını da dile getirmelidir. Yakın ilişkiler yalnızca olumlu ifadelerin olduğu bir kişilerarası iletişim ya da duygu paylaşımı değildir. Aynı zaman da olumsuz duyguların paylaşımı da bünyesinde barındırmaktadır. Yani kişilerin tüm olumlu olumsuz duygu ve düşüncelerini belirtebildikleri ve insanların kendilerini açık bir şekilde ifade edebildikleri zaman yakın ilişki kurulmuş olmaktadır (Gürüz ve Eğinli, 2012: 73).

Samimi ve içten dostluklar sadece insanların kendisine ait kişisel bilgileri açığa vurmaları ile kalmamalıdır. Tüm bunlarla birlikte mahrem olan bilgilerde paylaşılmalıdır. Mahremiyet samimiyeti ve içtenliği açıktan ayırmaya yardımcı olmaktadır (Lafolilette, 2008: 153). Yakın ilişkilerde bulunan insanlarda güven duygusunun oldukça yoğun yaşandığı bilinmektedir. Bu tür ilişkilerde bulunan kişiler arasında yaşanacak olan her hangi bir güvensizlik ilişkinin geleceği yakından ilgilendirmektedir. Bu ilişki türlerinde mahremiyet çok önemlidir ve iki taraf içinde oldukça özen gösterilmelidir. Mahremiyetin açığa çıkması yakın ilişkilerde bulunan insanların birbirlerine olan güven duygusu azalacak ve insanların tekrardan bu güven duygusunu oluşturup yakın ilişkilerde bulunması oldukça zorlanacaktır (Geçikli, 2016: 68).

İKİNCİ BÖLÜM

2. İLETİŞİM ALANINDA KULLANILAN YENİ TEKNOLOJİLER

2.1. İletişim Alanında Kullanılan Geleneksel Teknolojiler

Çağımızdaki toplu iletişim araçlarının şu an bulunduğumuz teknolojik seviyeye ulaşabilmesi için asırlar geçmesini gerekmiştir. Bu modern gelişmelere dayanarak iletişim araçları zaman geçtikçe daha büyük kitlelerin ihtiyaç duyabileceği şekilde tasarlanmıştır. İlk ortaya çıkan iletişim aracı 1500’lü yılların birinci yarısından sonra icat edilen matbaadır. Bu araç tüm dünya tarafından yazılı toplumsal ve kitlesel iletişim olarak kabul edilmektedir. Matbaanın bulunması ile geniş kitleler ve insan grupları okuma imkânına kavuşmuştur. Bununla birlikte 1600’lü yılların ilk yarısının başlarında gazete ve dergi gibi sürekli olarak yayın yapan bültenler ortaya çıkarak, devam etmiştir (Circlelove.co, 2018).

19. yüzyılda dünyanın değişmesinde en büyük rolü oynayan Sanayi Devrimi ile iletişim araçlarının teknolojik gelişimi yönünden çok önem arz etmektedir. Sanayi Devrimi ile toplumsal ve kitlesel yapılarda oluşan ekonomik, sosyal ve siyasal alanlardaki önemli değişimlerde insanların bilgilenme gereksinimlerinde oldukça bir artış gözlenmiştir. Bu da öncelikle gazetenin insan hayatındaki önemine ve etkinliğinin birden artmasına neden olmuştur. İyice sanayileşen ve makineleşen araç ve gereçlerle ile beraber artış gösteren üretim, ülkelerin pazar genişletme amacıyla birleşmesi ile reklam ve ilan kavramlarının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Tüm bunlarla beraber bu yıllar içerisinde insanlık modern olarak icat edilen yeni teknolojik iletişim araçlarını tanımıştır. 1844 yılında Morse telgrafı icat ederken, devamında 1876 yılında Bell telefonu bulmuş, Marconi ise 1896 yılında telsiz radyoyu icat etmiştir (Circlelove.co, 2018).

Gazete, radyo, televizyon, telefon, telgraf ve belgegeçer (fax) gibi bilgiyi topluma veya kişilere; yazı, ses ve görüntüyü tek ve iki yönlü ileten kitle iletişim araçları geleneksel iletişim araçları olarak tanımlanmaktadır (Bulut, 2006: 32). Yani internetin ortaya çıkmasından önce büyük kitlelere ulaşan araçlar geleneksel olarak tanımlanmıştır.

2.1.1. Telefon

Günümüzde dünya nüfusunun % 90'nın yaygın olarak kullandığı telefon, 1876 yılında Alexander Graham Bell tarafından bulunmuştur. Bell'in bu keşfi yalnızca sesin iletilmesine imkân sağlamakla kalmamış, bununla birlikte telgraf gibi anlık ve hızlı iletişim imkânını da ortaya koymuştur (circlelove.co, 2018). Bunun neticesinde asırlardan beri devam eden iletişim teknikleri ve vasıtaları kökten olacak şekilde değişime uğramış, kaynak ve alıcı olan kişilerin fiziksel olarak aynı mekânda bulunmasına gerek kalmadan aralarında anında bir iletişim kurabilecek bir duruma gelmiştir (circlelove.co, 2018). İcat edildiğinden itibaren bugüne kadar geçen zamanda devamlı olarak gelişimini sürdüren telefon, artık günümüzde insanları ceplerinde taşıdığı çok pratik bir toplumsal iletişim aracına dönüşmüştür (Bulut, 2006: 38).

2.1.2. Radyo ve Televizyon

Çağımızda en fazla kullanılan toplumsal ve kitle iletişim araçlarının arasında radyo gelmektedir. Seyahat halindeki otomobiller ve diğer araçlarda, kısa ya da uzun yolların vazgeçilmezi olarak tanınan radyo, kitle ve toplumsal iletişim araçlarının elektronik ortamdaki öncüsü olarak bilinmektedir (bilgiustam.com, 2018).

İlk kez ses dalgalarının radyo frekanslarından gönderilmesi 1892 yılında yapılmıştır (Jeanneney, 2009: 143). Ancak gerçek anlamda ilk radyo yayımı ABD'de 1900'lerin başında icra edilmiştir. II. Dünya Savaşı'nda en önemli yıllarını yaşayan radyo, bu zamanlarda yoğun olarak olumlu ve olumsuz bir propaganda aracı olarak tüm ülkeler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Buna en büyük örnek olarak Nazi Almanyası'nın o yıllarda yurtiçi ve yurt dışında yaptığı etkin propaganda gösterilebilir. FM yayın tekniğinin 1933'da, stereo tekniğinin 1960'lı yıllarda da keşfedilmesiyle radyoda müzik ile ilgili konular önem kazandı. Artık müzik kutusu olarak tanınan radyo istasyonları dünyada oldukça yaygınlaşmıştır. Televizyonunun görsel içerikli olması radyonun popülaritesini iyice düşürmüştür (Öztürk, 2017: 160).

2.1.3. Telgraf

Kitle iletişimi yönünden insanlık tarihinde öncülük eden iletişim araçlarından birisi olarak tanınan telgraf, iki farklı merkez arasında yazılı olarak bilgi, mesaj ve haber aktarılmasına imkân sağlayan bir telekomünikasyon aracıdır. Telgrafın bulan Morse,

dünyada bir kodlama sistemi (nokta ve çizgiler yardımıyla) olarak kabul edilen Morse Alfabesi'ni meydana getirmiştir. Morse'un tarafından bulunan bu sistem, günümüz dijital çağın en önemli öğeleri arasında olan ve yalnızca iki tabanlı sayı sistemiyle (0 ve 1'lerden oluşan) işleyen ilk iletişim aracı veya sistemi olarak bilinir. Sonuç olarak ilk dijital iletişimin başlangıcı telgraf olarak kabul edilmiştir (Başaran, 2000, 80).

Telgrafın tarihte ilk defa uzaktan bir mesaj gönderme aracı olarak keşfedilmesi, dünyadaki çok önemli bir gereksime çözüm bulmasıyla insanların bu yeni vasıtayı çok hızlı bir biçimde kabul etmesine, kullanmasına ve ayrıca toplum içerisinde aniden yaygınlaşmasına sebep olmuştur. 1900 yıllarda dünyadaki çoğu ülkede etkin olarak kullanılan telgrafın Türkiye'deki kullanımına bakıldığında telefon ile haberleşme altyapısının oluşturulma sürecine kadar tek ve yoğun bir şekilde kullanılmıştır (Aktaş, 2014, 39).

2.1.4. Belgegeçer (Fax)

Yazılı olan bilgi, mesaj, belge ve iletilerin telefon aracılığıyla bir kaynaktan başka bir yerde bulunan alıcıya aktarılmasını sağlayan kitle iletişim aracıdır. Alexander Bain'in 27 Kasım 1843 yılında İskoçya'da tasarladığı ilk faks makinası, günümüzde etkin olarak kullanılan faks makinalarına ana hatlarıyla sisteme benzemektedir. Çalışma ilkesine bakıldığında belge üzerinde bulunan beyaz ve siyah kısımlar tanımlanarak iletilme prensibine dayanmaktadır. İngiltere'de bulunan Frederick Bakewell adlı fizikçi 1848 senesinde daha geliştirilmiş olan bir modelinin patentini aldı. Ve İngiltere'de halka açık bir ortamda belgegeçer ile ilk defa bir belge iletiminin icrasını yerine getirmiştir (e-bergi.com, 2018).

2.1.5. Gazete, Dergi ve Bülten

19. Yüzyılda başlayan Sanayi Devrimi'nde haberin artık alınıp satılabilen bir ticari unsur haline gelmesine en büyük katkıyı matbaanın bulunması sağlamıştır. Sanayi Devrimi'yle beraber gelişim sağlanmasıyla hem girişimcilerin hem de sanayi yerleşkelerine yerleşen halkın, insanların ihtiyaç duyduğu bilgiyi temin edebilen ilk aracın gazete olduğu kabul edilmiştir (Bektaş, 2002: 99).

En çok tanınan yazılı kitle iletişim araçları olarak gazete, kitap, dergi, ve billboard kabul edilmektedir. Belirtilen bu araçlarının hepsinin ortak özelliği alıcılara

ulaştırmak istenen tüm bilgiler ve haberleri yazılı sunmalarıdır. Olay, bilgi ve haberlerin aktarılmasında düşünce ve fikirlerin geniş insan topluluklarına sunulmasında, bir ülkedeki halkın tüm dikkatini ülkenin menfaatlerini bildirmede ve yine halkın ilgisinin ülkedeki önemli davalar çekilmesinde, ayrıca okuryazarlarının bilgi seviyesi ve genel kültürlerinin yukarıya doğru çıkmasının sağlanmasında oldukça etkili bir görev üstlenmektedir (Bektaş, 2002: 99).

Geleneksel iletişim araçları ile büyük kitlelere ulaşıldığı görölmektedir. Ancak bu iletişimin tek yönlü olduğu görölmektedir. Yalnızca kaynak tarafından gönderilen mesajlar alıcıya ulaşmaktadır. Alıcı tarafından herhangi bir geri besleme yapılamamaktadır. Yani kaynak isteğı haber ve bilgi ile toplumunda yönlendirme yapabilmektedir. İletişimde ortaya çıkan yeni teknolojiler sayesinde alıcıların geri besleme yapması imkânı sunulmuştur. Bu olanak sayesinde toplumun gerçek haber ve bilgilere anında ulaşması sağlanmaktadır.

2.2. İletişimde Kullanılan Yeni Teknolojiler

Günümüz teknolojileri insanların hareket yeteneğini ve alanını oldukça genişletmektedir. Özellikle internetin ortaya çıkışı ve internetin mobil iletişim araçlarında kullanılmasını sağlayan teknolojilerle birlikte bu araçların kullanımının tüm dünyada yaygınlaşması, hemen hemen her alanda kendini gösterdiği açıkça görölmektedir. Çağımızdaki yeni iletişim araçlarının en önemli özelliğı kolay taşınabilen ve internet erişimini rahatça sağlaması gösterilmektedir. İnternet kişilerarası iletişime doğrudan etki eden bir teknoloji olduğu kabul edilmektedir. Günümüzde sadece bilgi ya da habere ulaşmak için değil; aynı zamanda toplumsal reflekslerin oluşturulmasında ve kişilerarası iletişimde aracı olarak da bu uluslararası ağı önemli rolü olduğu inkâr edilemezi bir gerçektir.

1960 yılından sonra bilgisayarlar bilginin işlenmesinde, neticelendirilmesinde ve çevreye dağıtımında bir araç olarak kullanılırken iletişimde mekân ve zaman gibi kısıtlılıkların üstesinden gelecek yeni imkânlar sunan teknolojinin yetenek ve kapasitesini de artırmaya yardımcı olmuştur. İnternet ile beraber, kullanıcılar her bilginin içeriğini kontrol etme, istediğı bilgiyi tercih ederek seçme imkânlarına sahipken, tüm bunlarla birlikte geleneksel olan tek yönlü iletişimin yerini karşılıklı etkileşim (interactive) olarak tanınan iletişim modeli gündeme gelmiştir. Bu yeni

sistemin en önemli özellikleri arasında birden fazla kişinin iletişim halinde olması, kitlesel iletişimde kişiye yeni olanaklar sağlamış; buna benzer biçimde kitle iletişim araçlarına da çok büyük faydalar sağlamıştır (Tokgöz, 2003: 77). Kişisel olarak bakıldığında internet, çok daha fazla sayıda ve çok alternatifli kaynaklara erişebilme olanağı sunmuş; çok kısa zamanda anlık olarak istenilen bilgiye erişebilme olanağı sunmuştur.

Bilgi, haber ve teknolojinin gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası olmasından hareketle, günümüzde kitlesel iletişim araçlarının büyük bir kısmını meydana getiren bu teknolojiler tüm bunların yanında alıcı konumunda bulunan okuyucu ve izleyiciye erişme noktasında da çeşitli görevleri yerine getirmektedir. Netice olarak bakıldığında yeni iletişim teknolojileri kişilerin tüm yaşamını etkilemekte ve artık dünyada bilgi toplumuna doğru giden yolda da çok hızlı bir şekilde ilerlemektedir (Gezgin, 2002: 81). Günümüzde ortaya çıkan bilgi toplumunun yeni bulunan iletişim teknolojileri vesilesi ile çığ gibi büyüdüğü açıkça görülmektedir. Çünkü daha fazla miktarda bilgiye ulaşma fırsatını yakalayan alıcı konumunda bulunan okuyucu, giderek artan ve istediği zaman bilgiye sahip olma olanağına kavuşmaktadır.

2.2.1. Elektronik Posta Servisleri

Bilişim çağında teknolojinin şu an gelmiş olduğu seviyede eskiden kâğıt üzerinde yapılan birçok işlem artık bilgisayar tarafından kullanılan dijital ve elektronik ortamlarda kolayca yapılabilmektedir. Buna paralel olarak mektup yazışmalarında da şekil değişikliği olmuş internet ve bilgisayar yardımıyla e-postanın (e-mail) yaşantımıza girdiği açıkça görülmektedir.

E-posta tanımına bakıldığında; bilgisayar, cep telefonu ve tablet gibi cihazlar kullanarak ve internetin büyük yardımıyla karşıda bulunan herhangi bir alıcıya dijital ve elektronik ortamda aktarılan mektup anlamına gelmektedir. Tam olarak adı da Elektronik Posta şeklinde ifade edilmektedir. Karşılaştırıldığında eski biçimde yazılan mektuplar ile e-posta arasında hiçbir fark bulunmadığı görülmektedir (Dündar ve Özel, 2012: 110).

E-posta kullanımının günümüzde oldukça yaygınlaşması ve artık çoğu insanın bilgisayar vasıtasıyla haberleşme olanağının olması ve bu alışkanlığı kazandırmasının yanında, insanlar arasındaki haberleşmeye yeni bir boyut açmıştır. Belirtilen iletişim

biçimi genellikle görüşenlere karşılıklı yüz yüze iletişimden çok daha rahat ve uygun gelmektedir. İletişimde yüz yüze görüşme esnasında yapılabilecek herhangi bir yanlış tavır, davranış ve hareketleri tamamen ortadan kaldırma imkânı sunmaktadır (Ekinci, 2000: 26)

Elektronik posta, insanları etkilemek için türlü türlü amaçlar doğrultusunda çok değişik içeriklerle hazırlanıp gönderilebilmektedir. Elektronik posta iletisi düz yazı şeklindeki bir mektup veya renkli resimli, süslü bir davetiye ya da güzel bir kart postal biçiminde hazırlanabilmektedir. İçeriği tamamen göndericinin inisiyatifine kalmış bir şekilde olabilmektedir (Görsel figürlerle etkileyici, oldukça ciddi, insanları ikna edebilen veya bilgilendiren, resmi veya gayri resmi gibi) (Özmen, 2003: 138).

2.2.2. Görüntülü Konuşma Servisleri

Orta seviyedeki insanların alabileceği değerdeki otomobili ilk olarak üreten Henry Ford, Amerika Birleşik Devletleri en başta olmak kaydıyla tüm dünyada değişikliğe vesile olmuştur. Windows, klavye, fare, bilgisayar, ipad-iphone, android gibi bilimsel ve teknolojik gelişmeler ortaya çıkmasına vesile olan Steve Jobs da dünyanın değişmesine önemli katkılarda bulunmuştur. 1970'li yıllarda AT&T firması tarafından Picturephone teknolojisinin kullanılmasıyla ilk olarak video konferans sağlamıştır. Farklı bir şekilde ifade etmek gerekirse ilk görüntülü görüşme toplantısı yapılmıştır. 1970'li yıllardan günümüze teknolojilerde oldukça hızlı gelişim ve değişim olmuştur. Bugün ise artık tüm dünyayı hızlı bir şekilde değiştirebilecek üst noktalara gelinmiştir (Held, 2007: 15).

Günümüzde iletişim ve bilişim teknolojileri çok fazla alanda yaşantımızı daha kolay hale getirmek ve yaptığımız işlerin daha hızlı olmasını sağlamak gayesiyle kullanılmaktadır. Özellikle belirtmek gerekirse taşınabilir bilgisayarlar ile cep telefonları, bilgiye, habere ve internete kısıtlamalar olmadan her zaman ve her yerde ulaşabilmemizi sağlayabiliyorlar. Yeni nesil (3G, 4G ve 4.5G gibi) iletişim teknolojilerinin ortaya çıkışı görüntü, ses ve verinin çok hızlı olacak şekilde iletilmesine olanak sağlamaktadır (Held, 2007: 16).

Video konferans görüşme teknolojilerindeki önemli gelişmelerin hızlı bir şekilde değişiklik yaratması ile olgunluğa erişen ürünler, internet hızında kayda değer biçimde artış görülmesi ve tüm bunlarla birlikte internet kullanım ücretlerindeki düşük fiyatlarda

göz önüne alındığında görüntülü iletişimde hayal dahi edemeyeceğimiz bir seviyeye çıkmıştır. Masaüstü ve mobil olarak kullanılabilen video konferans teknolojileri, notebook, PC, akıllı cep telefonları ve tabletlere kurularak veya web tabanlı olacak şekilde birbirlerinden oldukça uzak ortamlarda bulunan bireyleri, sanki karşı karşıya olacak şekilde yüz yüze görüşme hissini vererek aralarında iletişim sağlayabilmelerine imkân sağlamaktadır. Bunlara ek olarak, görüntülü iletişim kurabilmeyi sağlayan teknolojiler bireyin anlık görüntü ve sesini karşı tarafta bulunan kişiye iletmenin yanında pek çok sayıda bireyle birlikte toplantı yapma ve çalışma özelliklerini de verebilmektedir (Mayfield, 2012: 5).

Video konferans olarak karşılıklı görüşme sağlayan teknolojiler pek çok alanda kullanılabilmektedir. Çünkü hemen hemen tüm alanda, branşlarda ve mesleklerde bulunan insanlar arasında karşılıklı etkileşim olmaktadır. Bu karşılıklı etkileşim görüntülü görüşme şeklindeki iletişim ile yapabilmektedir. Başka ortamlarda bulunan insanların görüntülü olacak şekilde birbirleri ile görüşmesi, şirket toplantıları, evden çalışma, uzaktan sağlık hizmetleri verilmesi anlamına gelen teletıp, uzaktan eğitim ve TV'lere farklı yerden canlı yayına katılım yapmak gibi hayatın pek çok alanlarında çok değişik kullanımlar sağlanabilmektedir (Held, 2007: 22).

2.2.3. Bulut Teknolojisi

Bulut teknolojisini en basit şekliyle izah etmek gerekirse; internet üzerinden daima ulaşımaya açık olan yazılım uygulamaları, bilgi depolama hizmetleri ve işlem kapasitesi biçiminde ifade edilmektedir. Bu teknoloji sayesinde tüm kullanıcılar dijital ve elektronik ortamda kullandıkları tüm araçlara zaman gözetmeksizin veya ihtiyacı bulunduğu zaman ulaşımaya imkânına sahiptirler.

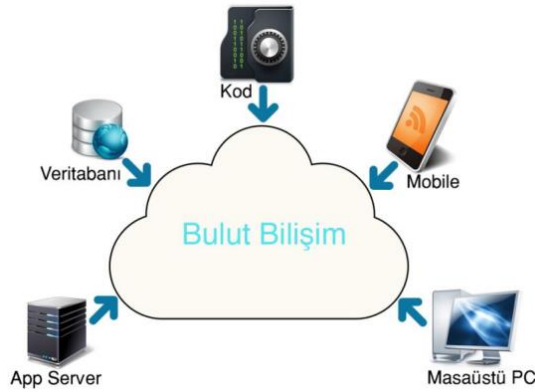
Günümüzde isminden oldukça sık bahsettiren en gelişmiş yenilikçi teknolojiler arasında yer alan bulut teknolojisi de bilişim ve iletişim teknolojileri alanında yenilikçi hizmetler ve servisler oluşturduğu görülmektedir (Armbrust ve diğ., 2010: 58).

John McCarthy tarafından 1960'lı yıllarda piyasaya sunulan bulut teknoloji modelinde hesaplama alanının yapılan tüm işlemlerin gelecek yıllarda artık kamusal ağlar aracılığıyla yapılabileceği düşüncesi yatmaktadır (Sevli, 2011: 9). Bilgisayarlarda görünen bulut simgesi 1994 senesine kadar interneti tanımlayan sembol olarak karşımıza çıkmaktadır (Goyal ve Jatav, 2012: 10). ABD'de bulunan IBM, Google ve

çok sayıda üniversite 2007 senesinde bulut bilişim teknolojileri üzerinde araştırmalarda bulunmuştur. 2008 senesinde ise bilgi teknolojileri servislerini kullanan kişiler ikiye ayrılarak servis sağlayanlar ve servis hizmeti alanlar adı altında tanımlanmıştır. Tüm bu belirtilen hususların neticesinde şirketlerin ve firmaların kendi içerisinde oluşturdukları yazılım ve donanımları, daha önce belirlenmiş olan modellere göre yukarıda arz edilen servisleri meydana getirmeleri neticesinde bulut teknolojileri ifadesinin karşımıza çıktığı görülmektedir (Sevli, 2011: 13). Bulut bilişimi, katı, standart ve değişmeyen bir altyapıdan daha ziyade, kullanıcıların isteğine ve ihtiyaçlarına göre kullanabildiği, esnek, değişken ve türlü türlü hizmet servisleri görevini yerine getirmektedir. Bulut teknolojisi bünyesindeki belirtilen bu hizmet servislerin yapıları genel olarak üç farklı yapıdan meydana gelmektedir (Yıldız ve Şahin, 2011: 44).

Bulut teknolojisi herhangi bir masaüstü bilgisayardan, tabletten ya da akıllı mobil cihazlardan herhangi bir depolama ve yazılım aygıtına gerek kalmadan internet sayesinde başka sunuculara erişerek hizmet alma modeli şeklinde tanımlanabilir. Bulut teknolojisi ve alt birimleri basit bir şekilde Şekil 2.2.3.'de belirtilmiştir.

Şekil 2.2.3. Bulut Teknolojisi



Kaynak: <http://microsoftbulutbilisim.com/microsoft-bulut-bilisim-nedir-bulut-bilisim-hakkinda/> Erişim Tarihi: 23.01.2018.

2.2.4. Anlık Mesajlaşma Servisleri

Geliştirilen teknolojiler insanların kendi aralarında kurdukları iletişimini ve bilgi paylaşımını etkilemektedir. Yeni bilgi teknolojileri ile birlikte iletişim şekillerini günlük olarak her daim kullanır hale dönüştürmüştür. Bu iletişim araçlarından en önemlileri arasında anlık mesajlaşma servisleri gösterilmektedir (MAM Mobil Anlık Mesajlaşma

dahil edilmektedir). Bilgi iletişim teknolojilerinin gün geçtikçe hızlı bir şekilde gelişmesi, yeni iletişim araçların ortaya çıkması ve insanların isteği araçları seçebilmesi ayrıca çok sayıda kullanıcı kitlesine ulaşmalarından dolayı bu alanda yapılan çalışmalar oldukça önemlidir. Anlık mesajlaşma servisleri kişiler arasında gerçek zamanlı, iletişim kurmaya olanak sağlayan internet temelli uygulamalardır (Li vd., 2005:103).

Wireles (kablosuz), YAA (Yerel Alan Ağı) teknolojilerinde, 3G, 4G, 4,5G gibi mobil teknolojilerindeki ilerleme ve bu mobil cihazların günümüzdeki artan kullanımı ile birlikte anlık mesajlaşma ve MAM servislerinin kullanımı da belirgin bir şekilde artmaktadır (Yoon vd.,2014:32).

Anlık mesajlaşmanın en büyük parçası olan mobil anlık mesajlaşma servisleri, SMS (Kısa mesaj servisi) ve MMS (Zengin içerikli mesajlaşma servisi) gibi iletişim biçimlerinden oldukça farklı bir iletişim şeklidir. Anlık mesajlaşma servisleri kullanıcılarına karşılıklı etkileşimde bulunma yani interaktif olma imkânı sunması (Huang ve Li, 2013:33), internet aracılığıyla kolayca iletişim yapılabilmesine imkân tanınması ve genel anlamda çok daha ucuza karşılıklı iletişimi sağlaması (Pielot vd., 2014: 3319; Church ve Oliveira, 2013: 352) gibi özellikleri ile diğer iletişim şekillerinden göre değişiklik arz etmektedir.

Ek olarak anlık mesajlaşma servisleri kullanıcılarına, diğer kullanıcılarının durumunu gösteren yani çevrimiçi olup olmadıklarını ve meşgul ya da müsait olup olmadıklarını ilişkin durumlarını görebilme imkânı sunmaktadır (Deng vd., 2010: 289).

2.2.5. Sosyal Medya Servisleri

Bilgi ve teknoloji çağı olarak isimlendirilen 21. yüzyılda, bilişim teknolojilerinde görülen gelişmeler, kişilerarası etkileşimi, sosyal, ekonomik ve kültürel yaşamı yeniden biçimlendirmektedir. Her geçen daha büyük bir hızla gelişen iletişim teknolojileri, insanlara, fikirlerini, duygu ve düşüncelerini paylaşacakları fırsatları ortaya koyan bir medya imkânı sunmaktadır. Sosyal medya olarak isimlendirilen bu ortam, günümüzde hızla yükselen bir etki alanına sahiptir. Bu yönüyle, aynı zamanda toplumda yükselen değerler arasında yerini hızla almaktadır. Sosyal medya, sürekli güncellenebilmesi, kolay erişilebilir olması bakımından en ideal ortam olarak kendini göstermektedir. İnsanlar sosyal medyada düşüncelerini rahatlıkla yazmakta, çeşitli fotoğraf ve videolar yükleyerek diğer insanlarla paylaşabilmektedir.

Kristina Lerman'ın bakış açısına göre sosyal medya sitelerinin dört tane ortak özelliği bulunmaktadır (Lerman, 2007: 16). Bunları şu şekilde vermek mümkündür:

- i. Sosyal medya kullanıcıları, değişik medya türlerinde istediği içeriği oluşturabilir ya da içeriklere istediği katkıyı sağlayabilirler.
- ii. Sosyal medya kullanıcıları içerikleri istedikleri şekilde etiketleyebilirler.
- iii. Sosyal medya kullanıcıları herhangi bir içeriği ister aktif oylama yöntemi ile ister pasif oylama yöntemi ile değerlendirebilirler.
- iv. Kullanıcılar diğer kullanıcılar ile ilgi duydukları alanlarda kişi ve arkadaşlık tanımlayarak yeni bir sosyal medya ağı meydana getirebilirler.

Bir uygulamanın veya web sitesinin yukarıda belirtilen tanıma uygun olması için ayrıca aşağıda belirtilen özelliklere sahip olması da gerekmektedir (Erkul, 2009: 96).

- i. Yayıncıdan bağımsız olacak şekilde kullanıcılar olması,
- ii. Kullanıcı tarafından oluşturulan yani kaynaklı içerik olması,
- iii. Kullanıcıların birbirleri ile etkileşimde olması,
- iv. Mekân ve zaman ve kısıtlaması olmaması.

İletişimde yeni teknolojilerin sağlamış olduğu kolaylıklar yukarıda belirtilmiştir. Bu yeni teknolojilerin, geleneksel iletişim araçlarına göre üstünlükleri bulunduğu inkâr edilemez bir gerçektir.

2.2.6. Yeni Medya ve İletişim Teknolojilerinin Dönüşüm ve Değişime Etkileri

Yeni iletişim teknolojileri hayatın her alanında etkisini göstermekte, toplum ve çevrenin dönüşümüne katkı sağlamaktadır. McLuhan medyanın sosyal bağımlılık eğilimi ve kişisel hayatın tüm eğilimlerini yeniden yapılandırıldığını ifade etmektedir. Medyadaki dönüşüm insanları, düşüncelerini, hareketlerini, davranışlarını ve kurmuş oldukları düzenleri yeniden değerlendirmeye zorlamaktadır. Yeni iletişim teknolojileri bireylerin iş, aile, komşuluk, eğitim, akrabalık ve yönetim ilişkilerini değiştirdiği ve bu değişimin çok hızlı ve büyük bir şekilde gerçekleştiği ifade edilmektedir (Tremblay, 2012: 564). Diğer taraftan iletişimde Toronto okulunun kurucularından Innis iletişim teknolojilerinin ülkelerin yapılarında ve değişerek dönüşmelerinde önemli rol oynadığını ifade etmektedir. Innis'e göre iletişim araçlarının fiziki biçimi (telefon, tablet, duman) iletişim araçlarının sosyal biçimlerinin (yönetim biçimi) değişimi

üzerinde etkilidir. Innis'e göre yeni iletişim araçları toplumsal örgütlenmenin şekli üzerinde de rolü vardır. Örneğin toplumsal iletişim araçlarını kontrol eden ve denetleyen gruplar hakimiyeti ele alır. Yeni medya ve iletişim teknolojilerin ortaya çıkması ise yeni örgütlenmeleri ve toplumsal değişime ön ayak olur (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 142)

Yeni medya ile beraber yeni kültürel formlar ve ürünler ortaya çıkmış ve kültür dönüşüme uğramış ve yeni teknolojilerin meydana getirdiği bir siber kültür alanının meydana gelmiştir. Siber kültür kavramı 1990'lı yılların ortalarından itibaren kullanılmaya başlanan bir kavramdır. Bell (2007), gittikçe genişleyen bir kavram şeklinde tarif ettiği siber kültüre ilişkin araştırmaları birey ve dijital teknolojilerin birlikte ne şekilde var olduğunu ve ne şekilde etkileşime girdiğini düşünme yöntemi şeklinde görmektedir. Bu kapsamda siber kültür bütünsel temsil ve uygulamaların matrisi olan siber ortamdaki hayat biçimleri veya siber ortamın biçimlendirdiği hayat tarzları olarak görülebilmektedir. Siber kültür alanı, yeni iletişim teknolojilerinin bireyin hayatını ve hayatındaki temsilleri, anlamları, imajları ne şekilde dönüşüme uğrattığı ve değiştirdiğine yönelik düşünmeyi kapsamaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin kültür üzerindeki etkisini gösteren kültürün bilgisayarlaşması adında bir kavram da kullanılmaktadır. Kültürün bilgisayarlaşması kavramı, sanal dünyalar, bilgisayar oyunları, web siteleri vb. yeni kültürel formların oluşmasına neden olduğu gibi; sinema ve fotoğraf gibi eski formları da değiştirdiği, dönüştürdüğü ve tekrardan tanımladığı görülmektedir. Manovich (2001) yeni medyaya ilişkin her şeyi ve bütün ürün ve hizmetleri yeni medya objeleri şeklinde tanımlamaktadır. Bahse konu yeni medya objelerinin diğer taraftan da kültürel objeler olduğu görülmektedir. Bu nesneler fiziksel biçimde gerçek dünyada mevcut olan objeleri referans alarak, bu nesneleri inşa ve temsil ederek meydana getirilmektedir. Sonuç olarak yeni medya ve iletişim ortamında yeni bir kültür meydana getirilmektedir.

Yeni medya ve iletişim teknolojilerinin değişim ve dönüşüm açısından etki ettiği alanlardan biri sanattır. Örneğin sanat yapıtları yeni iletişim teknolojilerinden istifade edilerek sanata eserleri dijitalize edilmiş ve daha geniş bir biçimde sergilenme imkanına kavuşmuştur. 19. Yüzyılda geliştirilmiş olan yeniden üretim teknikleri sayesinde sanat eserlerinin sergilenmesine yönelik imkânlar arttırılırken, günümüzde yeni teknolojik imkanlar sayesinde ise sanat eserleri bilgisayar, tablet ve telefon ekranlarında yerini almıştır. Bu duruma en güzel örneklerden biri Avrupa Birliği tarafından gerçekleştirilen

‘Europeana’ projesidir. Bahse konu proje Avrupa kültürel mirasına bireylerin tek bir erişim noktasından çoklu dil seçeneği ile erişilmesine imkan vermeyi amaçlayarak kültürel eserlerin sanal ortamda sergilenmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda kurulmuş olan internet sitesinde kültür ürünlerinin sanal ortamda sergilendiği dijital sergiler de mevcuttur. Anılan proje ile Avrupa kültürel ürünlerinin toplumun her kesiminin erişimine açılması yeni iletişim teknolojilerinin sosyo-kültürel anlamda sağladığı değişim ve dönüşüme güzel bir örnek teşkil etmektedir (Başlar, 2013: 3). Esasında burada McLuhan’ın yeni iletişim teknolojilerinin dünyayı küresel bir köy haline getirdiği tezine örnek bir durum vardır. Dünyanın herhangi bir yerindeki birey Avrupa’daki bir müzeye dijital araçlar ile erişim sağlayabilmektedir.

Yeni medya ve iletişim teknolojilerinin toplumsal dönüşümde etken olduğunu ifade eden Innis’in penceresinden bakıldığından özellikle internetin ve dijital teknolojilerin toplumları demokratik anlamda dönüştürdüğü ve bilginin tekel olmasının önüne geçtiği görülmektedir. Bu durumun da sosyal ve kültürel anlamda önemli değişimlerin yaşanmasına neden olduğu ileri sürülmektedir (Comor, 2001: 286). Örneğin 2013 yılında sosyal medya üzerinden birkaç ülkeye yayılan “Arap Baharı” adı verilen toplumsal gelişmeler veya 2011 yılında “Occupy Wall Street (OWS)” adı verilen protestolar internet ve sosyal medyanın etkisini göstermektedir.

2.3. Yeni Teknolojilerin Üstünlükleri

Dünyada yaşanan değişimlerin en önemlilerinden birisi bilim ve teknoloji alanındaki gelişmelerdir. Geçmişte sanayi devriminin etkisiyle ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel alanda yaşanan dönüşümler, bugün “bilgi devrimi” olarak ifade edilen yeni temel teknolojiler alanında yaşanmaktadır. Yeni teknolojilerin üstünlüklerini aşağıdaki belirtilen başlıklar altında açıklanmaktadır (Mayfield, 2012: 5);

i. Katılımcılar: Kişilerarası iletişimin olmazsa olmazını oluşturan katılımcılara yeni teknolojiler ile bir araya gelme imkânı sunulmuştur.

ii. Açıklık: Yeni teknoloji ile ortaya çıkan hizmet servisleri doğrudan veya dolaylı olarak iletişimin öğelerinden olan geri bildirime ya da etkileşime oldukça açıktır.

iii. Konuşma: Geleneksel kişilerarası iletişim araçlarında (televizyon, radyo, dergi vb.) tek yönlü bir iletişim var iken yeni teknoloji ile hizmet servislerinde iletişim iki veya çoklu yönlü aktarım yapılabilmektedir.

iv. Toplum: Teknolojinin getirmiş olduğu kolaylıklarla beraber bir topluluğun oluşumu ve bunun sonucunda kişilerarası iletişimin ortaya çıkarılması çok daha hızlı ve etkin olarak yapılabilmektedir.

v. Bağlantılılık: Teknolojinin imkân sağlaması ile kişilerarası iletişimin sağlıklı ve geniş çaplı olmasını sağlayan sosyal medyanın başka site bağlantılarına doğrudan bağlanması bu konuya en büyük örnek verilebilir.

2.4. Anlık Mesajlaşma Servisleri

2.4.1 Anlık Mesajlaşma Servislerinin Tercih Sebepleri

Anlık mesajlaşma ve MAM servislerinin kullanımı için bilgisayar, tablet veya mobil bir cihaza, mobil anlık mesajlaşma uygulaması, mobil anlık mesajlaşma hizmetine ve internet bağlantısına gerek vardır. Anlık mesajlaşmanın yapılabilmesi için yukarıdaki gereksinimleri sağlamak artık cep telefonlarının da hayatımızın ayrılmaz bir parçası olması nedeniyle oldukça kolaydır. Maliyet etkinlik açısından ve ulaşılabilirlik yönüyle anlık mesajlaşma insan hayatının ayrılmaz bir parçası olmuştur. En temel anlamda anlık mesajlaşma servislerin tercih edilmesinin ana sebebi bu gösterilmektedir. Ayrıca tercih sebepleri arasında aşağıdaki sunulan maddeler yer almaktadır.

- i. Grup halinde iletişim sağlama,
- ii. İletişime açık olanların görünür durumda olması,
- iii. Bireylerin varlığından ve neler yaptığından anlık olarak haberdar olma,
- iv. İstenildiğinde dışa kapalı bir iletişim kurabilme (Rennecker ve Godwin, 2003:138).

Belirtilen tüm özellikler ile beraber mobil anlık mesajlaşma servislerinin mobil cihazlarla birlikte taşınabilir olması ayrıca eklenebilir. MAM servislerinin tercih edilmesine ek olarak;

- i. Görüntülü konuşabilmeyi,
- ii. Anında video transfer yapabilmeyi,
- iii. Birlikte oyunlar oynayabilme ve oyun anında iletişim kurabilmeyi,

iv. Sosyal medya üzerinden yararlı çıkartmalar animasyonlar gibi değer temsil eden programları satmayı ya da satın almanın yapılabilmesi,

v. Pazarlama şirketlerinin sunduğu indirim kuponlarının insanların birbirlerine sunması ve dağıtılması,

vi. Ticarî maksatlı reklamların ve bu konuda faaliyetlerin gerçekleştirebilmesi ayrıca tercih sebepleri arasında gösterilmektedir (Yoon, vd., 2003: 32; Glass ve Li, 2010: 24).

Son olarak yine bu tür mesajlaşma servisleri kullanıcıları için, diğer kullanıcıların çevrimiçi olup olmadıklarına ve meşgul veya müsait olduklarına ilişkin durumlarını görebilmeyi mümkün kılmaktadır (Deng vd., 2010: 289).

Ayrıca anlık mesajlaşma servislerinin tercih sebeplerini aşağıda belirtilen başlıklarda özetlemek mümkün olmaktadır.

2.4.1.1. Maliyet Etkinlik

Hızla gelişen kablosuz iletişim teknolojisi ve internetin sağladığı avantajlar sonucunda anlık mesajlaşma kavramı ortaya çıkmıştır. Dünyada insanların 24 saat iletişim halinde olmak istemeleri mobil iletişim araçlarıyla sağlıklı bir biçimde sağlanabilmektedir. Öncelikle cep telefonu gibi mobil araçlar çok hızlı yayılmaktadır. Örneğin Japonya ve bazı Avrupa ülkelerinde cep telefonu abone sayısı, normal sabit hatlı telefon abonelerini geçmiştir. Ucuzlayan fiyatları, kullanım kolaylığı ve sağladığı rahatlık gibi unsurlar mobil kullanıcı sayısını hızla arttırmıştır. Mobil araçlar yardımıyla sunulan mobil internet servisleri, kullanıcıların sabit bir bağlantı noktasına ihtiyaç duymasını gerektirmeden, onlara daha kişisel içerikler ve özel servisler sunmaktadır (Yapraklı ve Altay, 2017: 201).

Ulusal ve uluslararası olarak birçok kişi anlık mesajlaşma servislerini iletişim aracını kullanmaktadır. İnsanlar arkadaşları ve ailesiyle bedava bağlantı kurmak için anlık mesajlaşma servislerini tercih etmektedirler. Günümüz dünyasında anlık mesajlaşma servisleri ücretsiz ve kolay erişilebilir bir servis olarak ön plana çıkmaktadır. Birçok işletme için en masrafsız ve çalışanlar arasında en etkili iletişim kurma aracı olmasıyla giderek önem kazanıyor. Anlık mesajlaşma servisleri de tüm bunların farkında olup asıl amaçları dünyanın dört bir yanından insanların bir araya gelmesini sağlamak olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

2.4.1.2. Gizlilik

Anlık mesajlaşma servislerinin çoğu gönderilen mesajlarda uçtan uca şifreleme yöntemini kullanmaktadır (Kaynak ve alıcının anlık mesajlaşma uygulamasının en son sürümünü kullanıyor ise). Günümüzde pek çok anlık mesajlaşma servisleri uçtan uca şifreleme ile gönderilen tüm yazı ve mesajların sadece alıcı ve kaynak arasında olduğunu ve başka kimse tarafından paylaşılmadığı garantisini vermektedir. Bunun nedeni olarak ise gönderilen veya alınan mesajların bir kitleye güvene alınmış olması gösterilmektedir. Kilidi açıp alınan mesajı okumak için ihtiyaç duyulan özel anahtar sadece kaynak ve alıcı olan kişilerde bulunmaktadır. Anlık mesajlaşma servisleri ek bir güvenlik önlemi olarak, her bir gönderilen mesajın kendine özgün bir kilidi ve şifresi bulunmasıdır. Bunların hepsi otomatik olarak olur: Mesajlarınızı güvene almak için bir ayarı açmaya veya özel gizli sohbetler oluşturmaya gerek olmaz (whatsapp.com, 2018).

2.4.1.3. İçerik Çeşitliliği

Anlık mesajlaşma servislerinin insanların kullanımına sunduğu içerik çeşitliliği aşağıda belirtilen başlıklar altında sunulmuştur.

2.4.1.3.1. Mesajlar

Mesajlaşmak istenilen kişi veya kişiler ile ücretsiz olarak anlık mesajlaşma imkânı sağlamaktadır. Gönderilen mesajların kolay ve güvenilir olması için kullanılan cihazın internete bağlı olması yeterlidir (Göncü, 2018: 606; Balcı ve Şahin, 2018: 754). Karşı tarafın internette çevrimiçi olmaması durumunda dahi gönderilen mesaj beklemeye alınmaktadır. Alıcının internette çevrimiçi olması ile mesaj anında alıcıya iletilecektir.

2.4.1.3.2. Sesli ve Görüntülü Arama

Sesli arama sayesinde ile iletişim kurmak istenen birey veya bireyler ile farklı bir ülkede bulunsalar dahi ücretsiz konuşabilme olanağı sunulmuştur. Buna ek olarak, yazı ya da sesin yeterli olmadığı durumda yine ücretsiz olarak görüntülü arama özelliği ile kişiler arasında yüz yüze görüşme şansı bulunmaktadır (Aburezeq ve Ishtaiwa, 2013; Malhotra ve Bansal, 2017). Böylelikle karşı tarafı sadece sesinden değil, fiziksel olarak

ta tanıma fırsatı sağlamaktadır. Karşı taraf hakkında daha doğru bilgilere ulaşma konusunda kolaylık sağlamaktadır.

2.4.1.3.3. Her Zaman Güvenli

Bazen insanlar en özel kişisel anlarını istedikleri kişiler ile paylaşmak istemektedirler. Bu nedenle anlık mesajlaşma servislerine ait en güncel uygulama sürümü yüklendiğinde gönderilen mesajlarda alıcı ve gönderi arasında uçtan uca şifreleme sağlanmış olmaktadır. Servis tarafından uçtan uca şifrelendirme yapıldığında, gönderilen mesajlar ve aramalar şifreleme yöntemi ile korunmuş olmaktadır. Yalnızca iletişimde bulunan kişiler gönderilen mesaj ve aramaları görür ve duyabilmektedirler (whatsapp.com, 2018). Güvenlik ilkesinin yerine getirilmesi ile insanlar özel konularını iletişim araçları sayesinde rahatlıkla konuşabilme imkânına sahip olmaktadır. Özel konuların konuşulması için insanların yüz yüze olarak karşılıklı gelme zorunluluğu ortadan kalkmaktadır.

2.4.1.3.4. Belge Paylaşma

Her hangi bir e-posta ya da dosya paylaşımı yapabilen uygulamalarla uğraşmadan belge, slayt gösterisi, PDF, e-tablo, excel ve word vb. dosyaları anında gönderme imkânı bulunmaktadır. Anlık mesajlaşma servisleri tek seferde ortalama 100 MB'a kadar belge gönderimine izin vermektedir (whatsapp.com, 2018; Göncü, 2018: 605). Artık bilim toplumunda insanlar aralarında daima bilgi paylaşma ihtiyacı duymaktadırlar. Bunu da en kolay şekilde anlık mesajlaşma servisleri sayesinde yapabilmektedirler. Kolay ulaşılabilir olması, insanın bilgi paylaşma isteğini artırmaktadır. Böylelikle insanlar tüm bilgilerin asıl kaynağına ulaşma kolaylığına sahip olmaktadır.

2.4.1.3.5. Fotoğraflar ve Video Paylaşımı

Anlık mesajlaşma servisleri kişilerin paylaşmak istediği video ve fotoğrafları anında gönderme olanağı sunmaktadır. Hatta insanlar paylaşmak isteğini kişiye özel en önemli anları dâhili kamera ile kaydedip canlı olarak paylaşma imkânına sahip olmaktadır (Balcı ve Tezel, 2018: 754; Göncü, 2018: 609). İnsanların paylaşmak istedikleri durumları anında sevdiklerine iletebilmeleri, insanlara sevinç veya

üzüntülerini anında paylaşma imkânı vermektedir. Paylaşım ile sevinçler artmakta, üzüntüler azalmaktadır. Bu da insan psikolojisinin sağlıklı olmasına katkı sağlamaktadır.

2.4.1.3.6. Servislerin Web ve Masaüstünde Kullanımı

Genellikle mobil cihazlar ile anlık olarak iletişim halinde olma imkânı sunan servisler, web ve masaüstünde kullanımı sayesinde yapılmış olan tüm sohbetleri bilgisayara problemsiz olacak şekilde senkronize edilebilmektedir. Bunun sonucunda ister mobil cihazdan ister bilgisayardan hangisi kolay ise iletişime devam etme seçeneği vermektedir (whatsapp.com, 2018). Bu özellik ile insanlara bilgisayardan anında belge paylaşım kolaylığı sağlamaktadır. Böylelikle insanları, bilgisayarı telefona bağlayıp belgeleri telefona aktarma ameliyesinden kurtarmış olacak ve zaman tasarrufu sağlamaktadır.

2.4.1.3.7. Grup Sohbeti

İnsanların çok sayıda sevdiği kişi ile aynı anda beraber olma isteği ya da çalışma arkadaşları ile işleri belirli bir nizam dâhilinde paralel olarak yapma isteğinin yerine getirilmesi amacıyla servislerde gruplar oluşturabilir. Mesajlaşma servisleri grup sohbetlerinde tek seferde ortalama 128-256 (Sonsuz sayıda olanlar da mevcuttur (Örnek: Telegram) kişiye kadar fotoğraf, mesaj ve video paylaşımına imkân tanımaktadır. Buna ek olarak, servislerde gruplara özel isim verme, gruptaki bildirimleri sessize alma ya da bildirimleri seçimlere göre ayarlama özellikleri bulunmaktadır (whatsapp.com, 2018; Göncü, 2018: 603). Tüm bu özellikler insanlara öncelikle zaman tasarrufu olmak üzere birçok fayda sağlamaktadır (Seufert ve ark., 2015: 56).

2.4.1.3.8. Sesli Mesajlar

Bazen kişilerarası iletişimde bireyin sesi tüm her şeyi karşı tarafa anlatmaya yetmektedir. Yalnızca tuşa tek bir dokunuşla, tüm iletmek istenen sesli mesaj kaydedilip anında karşı tarafa aktarılabilir (Balcı ve Şahin, 2018: 754). Sesli mesajlar kaydedip gönderme sayesinde online (çevrimiçi) olarak yapılan konuşma hataları en aza

indirgenmektedir. İnsanlara tam olarak iletmek istediği mesajı kontrol edip gönderme imkânı sunmaktadır.

2.4.1.3.9. Konum Paylaşma

İletişim halinde bulunan kişiler gerektiğinde birbirlerine bulundukları konumu anlık mesajlaşma servisleri sayesinde gönderebilmektedir. Hatta farklı bir yerin adresini harita üzerinde gönderme imkânı bulunmaktadır (whatsapp.com, 2018; Göncü, 2018: 606). Bu özellik ile kaybolma en aza indirgenmektedir. Çocukların veya istenilen kişinin takibi yapılabilmektedir.

2.4.1.3.10. Bağlantıları Bloke Etme

Anlık mesajlaşma servislerinde eğer kişileri rahatsız eden başka kişiler, bağlantılar veya kayıtlı telefonlar bulunduğu durumda bunların göndermiş olduğu tüm ileti ve mesajları kolayca kapatıp bloke etme, hatta bir daha iletişim kurmama olanağı mevcuttur (whatsapp.com, 2018). Bu özellik ile insanlar kendilerini rahatsız eden kişilerden kurtulma imkânına sahip olmaktadır. Böylelikle insanlara istemediği kişi ile görüşmeyerek daha özgür bir hayat sürmesine yardımcı olmaktadır.

2.4.1.3.11. Konuşmayı Arşivleme

İletişimde bulunun bireyler yaptıkları mesajlaşmaları ve konuşmaları kendi listelerinden görmek istemeyebilirler. Ancak bu iletileri silmek de istemeyebilirler. Bu durumda iletilerin arşivlenmesi gerekmektedir. Arşivleme imkânı ile tüm bunlar sağlanmaktadır (whatsapp.com, 2018). İnsanlar arşivleme ile geçmişte unuttukları bilgi ve belgeleri anında ulaşma imkânına sahip olmaktadır. Bu da insana istediği zaman bilgi ve belgeye ulaşma rahatlığı vermektedir.

2.4.1.3.12. Servis Hesabınızı Tamamen Kaldırma

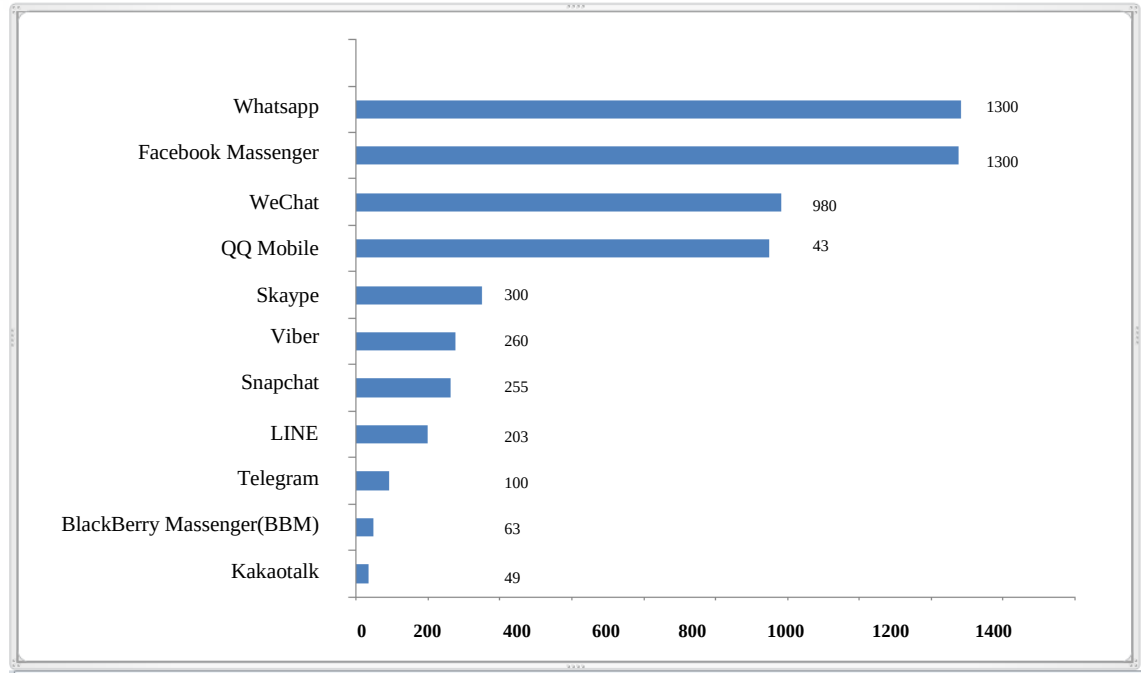
Artık anlık mesajlaşma servisinin kullanılmak istenmediği ya da servis uygulaması bulunan cihazın kaybolması durumunda ve başka bir yabancı kişiyi tarafından mesajların görülmemesi arzu edilmektedir. Yeni cihaz ile kişiye ait olan ve başkası tarafından görülmemesi istenen hesap üzerinden eski durumuna ulaşip bu hesabı engelleme imkânı mevcuttur. SIM Kartı kullanarak eski numaranıza ulaşabilir ve bu

uygulamayı engelleyebilirsiniz. Engelleme yapılmasını müteakip yabancı bir kişi mesajlara ulaşamaz (whatsapp.com, 2018). İnsanlar geçmişte ulaşılmasını istemediği bilgi ve belgeleri bu özellik sayesinde ortadan kaldırabilmektedirler. Böylelikle insanlar kendilerini daha özgür bir hayat olduğunu hissedecektir.

2.5. Dünya'daki Anlık Mesajlaşma Servisleri

Dünya'da en çok kullanılan anlık mesajlaşma servisleri Şekil 2.5'de sunulmuştur. Buna göre Facebook ve Whatsapp'ın mesajlaşma kapsamında ön planda olduğu görülmektedir.

Şekil 2.5. Anlık Mesajlaşma Servislerinin Kullanım Sayısı



Kaynak: www.statista.com/statistics/258749/most-popular-global-mobile-messenger-apps/ Erişim Tarihi: 23.01.2018.

Şekil 2.5 incelendiğinde, Whatsapp ve Facebook Messenger 1.3 milyar kullanıcı ile ilk sırada yer almaktadır. Onları WeChat 980 milyon kullanıcı ile takip etmektedir. QQ mobile 843 milyon kullanıcı ile 4. Sıradaki yerini almaktadır. Daha sonra sırasıyla Skype 300 milyon kullanıcı, Viber 260 milyon kullanıcı, Snapchat 255 milyon kullanıcı, Line 203 milyon kullanıcı, Telegram 100 milyon kullanıcı, BlackBerry

Messenger 63 milyon kullanıcı ve son olarak ise Kakaotalk 49 milyon kullanıcı ile listeye giriş yapmıştır (statista.com, 2018).

Diğer popüler anlık mesajlaşma servislerinin bazıları aşağıda sunulmuştur (Mancar, 2016):

i. Tinder: Akıllı telefonların GPS özelliğinden yararlanarak, kullanıcılara çevrelerindeki diğer kullanıcıları gösteren ve her iki kullanıcının da birbirini beğenmesi durumunda eşleşme meydana getirmektedir.

ii. OkCupid: Mesaj kutusu kısıtlı olmakla birlikte, eşleşme durumunda ücretsiz mesajlaşma imkânı sunmaktadır.

iii. InstaMessage: Yakındaki kullanıcılarla doğrudan iletişim kurabilme imkânı tanımaktadır. Yani iletişim kurulacak kişiyi ile doğrudan iletişim kurmayı sağlamaktadır.

iv. Banjo: Uygulamasında yer alan harita yardımıyla tarama yaparak, yakındaki kullanıcılarla iletişime geçmeyi sağlamaktadır.

v. Blendr: Lokasyon bilgileri üzerinden çevrede ilişkisi olmayan kişileri belirleyerek onlarla iletişime geçmeyi sağlamaktadır.

vi. Fiesta by Tango: Bu uygulama ile favori kişilerin belirlenmesine, onların takip edilmesine ve kullanıcıların aralarında fotoğraf, video gibi içerikler paylaşma imkân sunmaktadır.

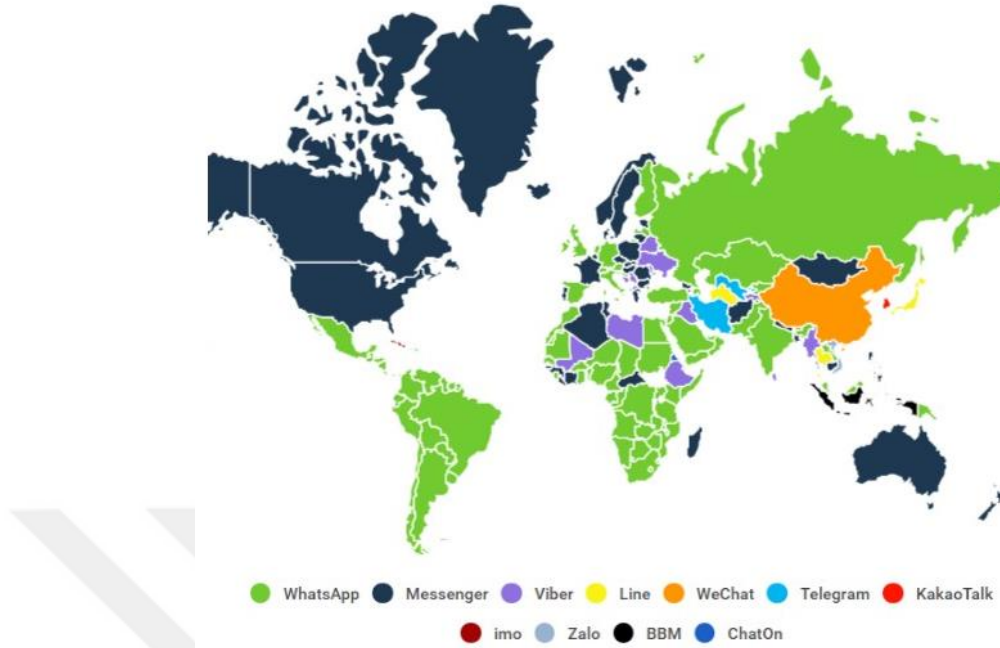
vii. Zoosk: Beğenilen profil algoritması sayesinde kişiye en uygun kişileri bulmada yardımcı olmaktadır.

viii. Badoo: Yakınlarda bulunan kullanıcıları ve tesadüfen karşılan diğer tüm kullanıcıları görüntüleme imkânı sunmaktadır.

ix. Hoott: Anlık mesajlaşma ile görüntü ve konum paylaşma imkânı tanımaktadır. Ayrıca kullanıcıların birlikte oyun oynamasını sağlamaktadır.

x. Lovoo: Kullanıcıların ilgi alanlarına göre aynı konulara ilgi duyan diğer kullanıcılara ulaşma imkânı sağlamaktadır.

Şekil 2.5.1. Anlık Mesajlaşma Servislerinin Ülkelere Göre Kullanımı



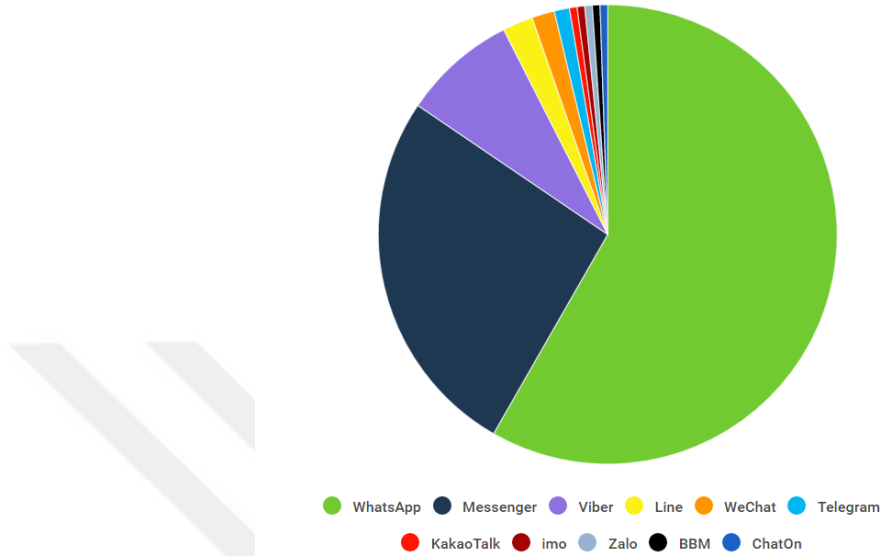
Kaynak: Mancar, B. (2016). Hangi Ülkede Hangi Mesajlaşma Uygulaması Daha Çok Kullanılıyor, Erişim Tarihi, 22.02.2018.

Anlık mesajlaşma servislerinin ülkelere göre dağılımı Şekil 4 ve ülke sayısına oranı Şekil 2.5.1’te gösterilmiştir. Yapılan araştırmaya göre; Dünya’daki 187 ülkeden Facebook’un sahibi olduğu Whatsapp 109 ülke ile, Messenger 49 ülke ile uygulamalarının en üstünde yer almaktadır. En çok kullanıcısı olan bu iki anlık mesajlaşma servislerin ardından Viber 15 ülke, Line 4 ülke, WeChat 3 ülke, Telegram 2 ülke, KakaoTalk, IMO, Zalo, BBM ve ChatOn 1’er ülke ile sıralamadaki yerlerini almaktadır (Mancar, 2016).

Facebook Messenger ve Whatsapp dünya’daki tüm gelişmiş ülkelerde dahi kabul görmüş olması en üst sıradaki yerlerinin uzun süre muhafaza edeceği anlamına gelmektedir. Facebook Messenger ve Whatsapp’ın haricinde Viber uygulamasının dünya’da 10’dan fazla ülkede en fazla kullanılması ve alanda çift sayılı hanelere tek başına ulaşan anlık mesajlaşma servisi olması ayrıca dikkat çekmektedir. Viber özellikle Doğu Avrupa’daki ülkelerde daha fazla kullanılmaktadır. Ukrayna, Moldova, Belarus gibi ülkelerde daha fazla öne çıktığı görülmektedir. Buna paralel olarak Nisan 2016 ayında yapılan bir araştırmaya göre Ukrayna’da bulunan Android cihazlarının %65’inde Viber uygulamasının yüklendiği ve günde kişi başı ortalama olarak 16 dk. İletişim

amaçlı kullanıldığı belirtilmektedir. Buna ek olarak Viber; Sri Lanka, Libya ve Irak gibi ülkelerde kullanım oranını artırdığı ve arttırmaya devam ettiği gözlenmektedir (Mancar, 2016).

Şekil 2.5.2. Anlık Mesajlaşma Servislerinin Ülke Sayısı Oranı



Kaynak: Mancar, B. (2016). Hangi Ülkede Hangi Mesajlaşma Uygulaması Daha Çok Kullanılıyor, 25 Mayıs 2016, /<http://www.webmasto.com/>, Erişim Tarihi, 22.02.2018.

Telegram, WeChat ve Line anlık mesajlaşma uygulamalarının ise İran, Japonya ve Çin gibi ülkelerde artık daha fazla kullanıldığının ve adından söz ettirdiğinin verileri araştırmalar sonuçlarına göre ortaya çıkmaktadır. Mesela Line mesajlaşma uygulamasının Japonya’da bulunan kullanıcıları tarafından günde ortalama 40 dakikadan fazla iletişim amaçlı kullanıldığı söylenmektedir (statista.com, 2018). Ayrıca araştırma sonuçlarına göre IMO Küba’da, KakaoTalk Güney Kore’de, BBM ise Endonezya’da, ChatOn Eritre’de ve Zalo Vietnam’da en popüler olan ve en çok sayıda kullanıcının bulunduğu anlık mesajlaşma servisleri olarak önümüze çıkmaktadır. Burada ayrıca önem verilmesi gereken husus olarak; BBM anlık mesajlaşma uygulamasının bir ülkede dahi olsa bile hala günümüzde popüler olarak kullanılması gösterilebilir. Yine Nisan 2016 ayında yapılan araştırmaya göre Endonezya’da bulunan Android cihazların % 87.5’inde BBM uygulaması yüklü olarak bulunmaktadır (Mancar, 2016).

2.6. Kişilerarası İletişimi Etkileyen İnternet ve Sosyal Medyanın Türkiye’deki Kullanım Durumu

İngiltere’de We Are Social sosyal medya kuruluşunun yaptığı incelemede, 2017 yılında Türkiye’de aktif internet kullanıcısının 48 milyon kişi olduğu tespit edilmiştir. Bu da Türkiye nüfusunun % 60’ının internete bağımlı olduğunun göstermektedir. Bu kullanıcıların % 87’si internete düzenli olacak şekilde her gün girdiği belirtilmiştir. Bir hafta içerisinde internete az bir defa girenlerinin ise % 9 oranında olduğu gözlenmiştir (Mancar, 2016). Türkiye’deki mobil kullanıcı sayısı 71 milyon iken, sosyal medyaya ve anlık mesajlaşma servislerine mobilden bağlanan kullanıcı sayısı ise 42 milyon olduğu belirtilmektedir (Ayvaz, 2017).

Şekil 2.6. Türkiye’de İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı

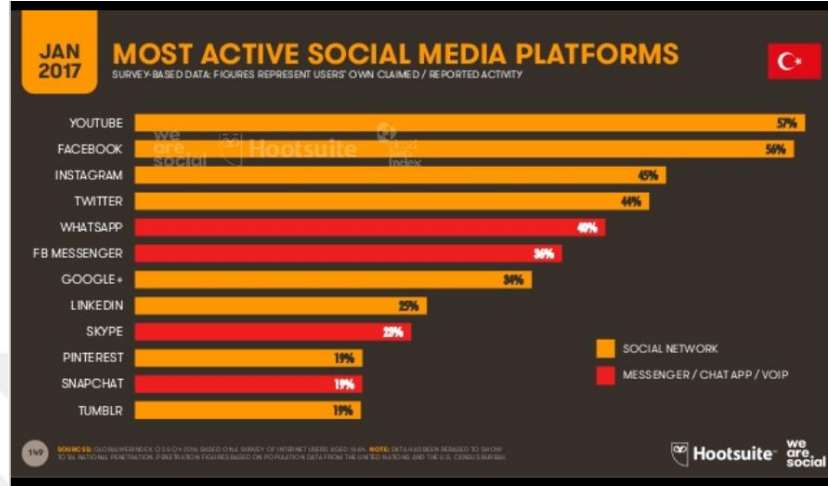


Kaynak:<http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017> Erişim Tarihi: 23.01.2018.

Aynı araştırmaya göre; günlük ortalama televizyon izleme süresi ise yalnızca 2 saat 14 dakika olduğu bildirilmiştir. İnternette geçirilen zamanın 3 saat 1 dakikası sosyal medya sitelerine ayrılırken, ülkemiz sosyal medya dışında 3 saat 45 dakikasını internette geçirmektedir. Toplam süreye bakıldığında günlük 6 saat 46 dakikalık bir internet kullanımı ortaya çıkmaktadır. Türkiye’de en çok % 57 oranı ile Youtube, % 56 oranında Facebook sitelerine giriş yapılmaktadır. Listenin üst sıralarını % 45 ile

Instagram, % 44 ile Twitter, % 40 Whatsapp ve % 36 ile Messenger mesajlaşma siteleri oluşturmaktadır (statista.com, 2018).

Şekil 2.6.1. Türkiye’de 2017 Yılında Sosyal Medya Kullanım Oranları



Kaynak:<http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017> Erişim Tarihi: 23.01.2018.

Rapora göre Türkiye’deki cihaz kullanıcılarının % 95’i cep telefonu sahibi ve % 75’i akıllı telefon kullanıyor. Dizüstü ve masaüstü bilgisayar kullanımı % 51 oranındayken, TV’nin % 98 ile hayatımızda hala önemli bir yeri var. Ayrıca Türkiye’nin internete bağlanması; bilgisayar üzerinden ziyaret edilmesi % 29 oranında azalarak % 36’ya gerilediğini, mobil internet trafiğinin ise % 33 oranında artış göstererek % 61’e ulaştığı vurgulanmaktadır. Bu durum Türkiye’de internet ve sosyal medya trafiği konusunda mobilin ne derece önemli olduğunu belirtmektedir. Ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya kanalları incelendiğinde; Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya kanalı Youtube ve onu küçük bir fark ile Facebook takip ettiği görülmektedir. Diğer popüler sosyal medya kanallarından Instagram ve Twitter. 2015 senesinden ikinci basamakta yer alan Facebook Messenger ise 2017 senesinde 4 basamak inerek altıncı sırada listedeki yerini almıştır (Ayvaz, 2017).

2.7. Anlık Mesajlaşmaların İletişime Etkisine İlişkin Yapılan Çalışmalar

Ülkemizde anlık mesajlaşma servislerin kişilerarası iletişime etkisi konusunda çok sayıda araştırma bulunmamaktadır. Yazıcı, (2015: 1105)’nın yapmış olduğu çalışma kapsamında anlık mesajlaşma servislerini kullanan üniversite öğrencilerinin kullanmış

olduğu servislerin kullanım şekli ve gayelerini araştırmak hedefiyle yapılmıştır. Anket çalışması Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 1. ve 4. Sınıf öğrencilerine yapılmış olup anlık mesajlaşma servisleri olgusu, kullanım şekil ve biçimleri, amaçları yönünden tercih edilen “Whatsapp” örnekleme ışığında icra edilmiştir.

Acır (2008: 47), yapmış olduğu çalışmada 2006 yılından itibaren Türkiye’de ve dünyada süratle popüler hale gelen Facebook aracılığıyla, Türk insanının internetle olan ilişkisini ve internetin toplum ve iletişimdeki etki ve sonuçlarını araştırmıştır. Acır çalışmasının sonucunda; 2007 yılından evvel Türkiye genelinde ne olduğu tam olarak bilinmeyen Facebook’un, günümüzde internet kullanmayan Türk insanının bile en azından adını duyduğu, internet kullanıcılarının çoğunluğunun ise aktif olarak kullandığı bir internet sitesi haline geldiğini belirtmiştir (Aktaran: Eren ve ark., 2014: 636).

Bilgiç ve arkadaşları (2011: 36)’nın yapmış olduğu araştırmada yeni gelişen teknolojilerle beraber çevrim-içi öğrenme ortamları çok hızlı bir gelişme gösterdiğini vurgulamış. Bunun yanında yeni kuşak öğrencilerin çoğunlukla dijital verilerle işlerini hallediyor olması yeni ihtiyaç analizlerinin yapılması ve yeni yaklaşımların izlenmesi gerekliliğini savunmuştur.

Kırcı (2016:32) yapmış olduğu araştırmada, Facebook kullanma pratiklerinin ortaöğretim öğrencileri üzerinde oluşturduğu kimlik farklılaşmasının etkilerini araştırmıştır. Bu konu ile ilgili olarak İstanbul’da öğrenim gören yaklaşık 505 öğrenci üzerinde anket yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda öğrencilerin çoğunluğu Facebook’u arkadaşlarıyla iletişimde kalma maksatlı kullandığı ve farklı bir kişilik gösterdiğini ortaya koymuştur.

Üniversite öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya ve paylaşım sitelerinin kullanım alışkanlıklarına bakıldığında Okur ve Özkul (2015: 21)’un üniversitede öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin en yüksek oranda kullandığı sosyal paylaşım sitesinin Facebook olduğunu gözler önüne sermiştir. Öğrencilerin % 51,5’nin Facebook’tan farklı olarak herhangi bir sosyal medya sitesini kullanmadığını ortaya çıkarmıştır.

Yurt dışında ise Singla ve Richardson (2008: 665-668)’ın yapmış oldukları çalışmada sosyal ağ analistlerinin uzun zamandır devam eden bir hedefi olan bir kişinin

sosyal grubu ile kişisel davranışları arasındaki ilişkiyi karakterize edebilmelerine yardımca olmuştur. Yapılan çalışmada veri madenciliği teknikleri ile 10 milyondan fazla kişinin verilerine dayanılmıştır. Anlık mesajlaşma servislerini kullanarak birbirleri ile sohbet eden kişilerin ilgi alanlarını paylaşma olasılıklarının daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Nardi ve arkadaşları (2000: 79) yaptıkları çalışmada iş yerindeki anlık mesajlaşma ile iletişimin kötü, çirkin yönlerinin medya seçimini ve medya kullanımı kalıplarını nasıl etkilediğini araştırmıştır (Aktaran: Özudoğru, 2014: 22).

Ellison vd. (2007: 14)'nin üniversitede öğrenim gören öğrenciler üzerinde yaptığı araştırmada, üniversitede öğrenim gören öğrencilerinin % 67,9'u sosyal paylaşım sitesi kullanmadaki (Facebook) ilk amaçlarının eski arkadaşlarının bulmak istemeleri olduğunu ortaya koymuştur. Facebook üzerinden yeni arkadaşlara ulaşmak için sosyal medya kullananların yüzdesi ise % 23,1 olarak belirtmiştir. Üniversitede öğrenim gören öğrenciler Facebook'ta ikinci amaçları ise Facebook'ta arkadaşları tarafından paylaşılan fotoğraflara bakmak olduğunu belirterek bunu % 42,3 olduğunu ortaya koymuştur. 3. amaç olarak Facebook'ta yer alan videoları izlemenin olduğu, bununda üniversitede eğitim gören öğrencilerinin % 38,5'i olduğunu ortaya koymuştur.

Kim vd. (2011: 23)'nin kültürel farklılıklar yönüyle yapmış oldukları araştırmada, doğu coğrafyası ve batı coğrafyasında bulunan ülkelerin birbirlerine benzer olacak şekilde arkadaş bulmak, sosyal etkinlik sağlama amaçlı birbirlerine destek olunması, eğlence sağlama ve bilgi paylaşımı yapılmasının sosyal medya sitelerinin kullanım amaçları arasında yer almaktadır.

Anlık mesajlaşma hakkında yapılan çalışmalar bu uygulamaların kişilerarası iletişim üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Çalışmanın devamında ise anlık mesajlaşma servislerinin kişilerarası iletişime ne şekilde etki ettiği incelenecektir.

2.8. Anlık Mesajlaşma Servislerinin Kişilerarası İletişime Etkileri

Günümüzde bilişim toplumu kavramı ve sosyalleşme alanlarında son teknolojik gelişimlerle beraber büyük bir dönüşüm yaşanmıştır. Artık toplumda iletişim ortamları yavaş yavaş sanallık, dijitalleşme ve karşılıklı etkileşim alanlarına kaydığı açıkça görülmektedir. İnternet sayesinde sanal iletişim ile birlikte kişilerarası iletişim de çok farklı boyutlara taşındığı kabul edilmektedir. İnsanlar internetin sağlamış olduğu zaman

ve mekân kısıtlaması olmadan etkin bir şekilde iletişim kurabilmektedir (Maalouf, 2009: 77).

Akıllı cep telefonlarının ortaya çıkmasıyla internet sayesinde tüm imkânlar hayatlarımıza direk katkıda bulunmuştur. Ayrıca insanların birbirleri ile konuşmalarına alternatif iletişim şekilleri oluşmuş bu konuşmalar teknolojinin sağlamış olduğu anlık iletimle anlık iletişim çevrimine dönüşmüştür. Akıllı cep telefonlarının konuşma özelliği haricinde fotoğraf çekme, kayıt etme, videoya alma gibi ekstra özellikleri bünyesinde bulundurması genç yaştaki insanlar arasında oldukça fazla kullanılmaktadır. Özellikle genç yaştaki insanlar telefonda konuşarak iletişime geçmek yerine anlık mesajlaşma servislerini kullanarak çok daha süratli, daha etkin, diğerlerine göre oldukça pratik görmekte ve bunu iletişim şeklini daha uygun bulmaktadır. Ek olarak belirtilen bu uygulamaların daha ucuz ve bedava olması bu uygulamaların seçilmesini arttırmaktadır. Anlık mesajlaşma servislerinin en yaygın olarak Whatsapp uygulaması kullanılmaktadır. Anlık mesajlaşma servisleri kişiseldir. Diğer sosyal medya ve web tabanlı uygulamalardan daha fazla etkin ve tercih edilmektedir. Bu uygulamalar sayesinde kullanıcılar ilgi duydukları alanlara çok hızlı ve kolay biçimde erişim sağlamaktadır. Teknolojideki büyük gelişmelerle beraber kişilerin sosyalleşme ihtiyacında da artmakta ve iletişim şeklinde de dönüşüm yaşanmaktadır. Fiziksel olan olgular ve gerçeklik değişim göstermiş bunun yerine ağ sistemleri ile yapılan çevrimiçi olacak şekilde iletişime geçilmiştir. Yani insanların çevrimiçi olarak artık sosyalleşmeye başladığı söylenebilir. Bu uygulamalar insanların sosyal ilişkilerini, aile bağlarını, toplu iletişimini, duygusal ilişkilerini ve daha birçok iletişim ihtiyacını ayrıca insanların sosyalleşme alanlarını etkilemeyi sürdürecektir. Gelecek yıllarda teknolojinin daha değişik özellikler sunması iletişim süreçlerimizi daima etkileyecek ve insanlar üzerinde hâkimiyetlerini devam ettireceklerdir (Stiglitz, 2002: 26).

Morahan Martin'e göre, artan internet kullanımı, insanların sosyal ilişkilerinde gerçek hayatın yerini aldığını kabul etmektedir. Bu da insanları kötü bir döngüye sokmaktadır. Burada kişilerarası iletişimin önemi de ayrıca devreye girdiği kabul edilmektedir. Yani günlük hayatta kişilerarası iletişim ve ilişkilerden alınan haz seviyesi ile internet bağımlılığı karşılaştırıldığında negatif (ters) bir ilişkinin olduğu açıkça görülmektedir (Aktaran: Karakoyun, 2017: 64).

İnsanlar arasında özellikle sosyal ilişki kurmada engeller yaşayan kişiler, kendilerini ispatlamak ve ilişkilerini baştan meydana getirmek amacıyla çoğu kez internete başvurumaktadırlar. Bu iletişim şekliyle yüz-yüze iletişim ihtiyacını karşılamak istemektedirler. Bu kişiler, kişilerarası ilişki ve iletişim ihtiyaçlarını gidermek amacıyla sosyal medya veya yeni kanallar oluşturmakta bunun neticesinde de internet bağımlılığında artış olduğu değerlendirilmektedir. Çoğu insan gerçek hayatlarında beceremedikleri kişilerarası ilişki ve iletişimi, internetten sağlamak istemektedir (Tutal, 2005: 23).

Günlük hayatta kendilerini doğru ve düzgün bir şekilde ifade edemeyen kişiler, internet ortamında kendilerini ifade etme ve gerekli hazzı alabilmek için yeni ilişkiler bulma gayreti içindelerdir. Bu nedenle kişilerarası ilişki ve iletişimin önemi ortaya çıkmaktadır. Kişilerarası ilişki ve iletişimde ketleyici özellikleri bünyesinde bulunduran kişiler düşünüldüğünde (iletişimde bulunduğu kişilerle anlaşamayan, sataşmacı, kolayca öfkelenen, sinirli vb.), bu bireylerin üzerlerinde taşıdıkları özellikler sebebiyle sosyalleşme ve insanlar arasında ilişki ve iletişimlerinde problem yaşamaları inkâr edilemez bir gerçektir (Kwon & Wen, 2010: 26).

Sosyal medyanın insan yaşamında zamanın büyük bir bölümünü kaplaması sonucunda insanların birbirlerine yabancılaştığını ve insanların yalnız bir hayatı tercih ettiği belirtilmektedir. İnsanın en yakın dostu ile ilgili değerli bilgi ve haberi dahi sosyal medya üzerinde alması insanları yalnızlaştırdığın bir ispatıdır. Bunun nedeni ise insanların birbirini aramaması ve sormamasıdır. İnsanın doğasında kendini anlatma, başkaları ile paylaşımda bulunma bulunmaktadır. Bu nedenle temel ihtiyacını karşılaştırmak amacıyla sosyal medya ve anlık mesajlaşma üzerinden yaşamını devam ettirmeye çalışmaktadır. Tüm bunların neticesinde insanların yalnızlaşıp yabancılaşmasının önüne geçilememektedir (Dilmen, Ögüt, 2006: 56).

Etkili iletişim yeteneklerini bünyesinde bulunduran kişilerin sorunların üstesinden daha etkin ve daha mantıklı bir şekilde gelebilen, daha özgüvenli ve özverili, sorunlarla yüzleştğinde daha gerçekçi tavırlar sergileyebilen ve sorunlara çözüm odaklı yaklaşan kişiler oldukları açıkça gözlenmektedir. Kişilerarası ilişki ve iletişimlerinde başarılı olamayan kişilerin ise tam tersi sorunların üstesinden gelmede yetersiz kaldığı, kendilerine olan güvenin daha az olduğu gibi iletişime geçtikleri insanlara da olan güvenin çok az olduğu, ileri seviyede kaygılı bir hayat geçirdikleri gözlenmektedir. Bu

tür kişiler sorunları kendilerinde aramaktan ziyade dış çevreden ve iletişim kurdukları diğer insanlardan daima şikayetçi oldukları açık bir şekilde gözlenmektedir. Tüm bunların aksine etkili iletişim yeteneklerini bünyesinde bulunduran kişilerin çok daha mutlu, etrafına enerji saçan daima üretken karakteristik özellikleri sahip olduğu gerçeğine ulaşılmaktadır (Stiglitz, 2002: 31).

Sosyal medya ve anlık mesajlaşma servislerinin kontrolsüz bir şekilde kullanımı insanların yüz yüze iletişim kurma yeteneklerinde düşüşler sağlamasına neden olmaktadır. Çünkü insanları içlerindeki kaygı derecesi artmaktadır. Yüz yüze ilişkilerde bazen insan, karşısındaki kişi hakkında içinde “Acaba beni beğenecek mi? Hareketlerimi tasvip edecek mi? Yoksa etmeyecek mi? Beni dışlayacak mı?” gibi bazı olumsuz soruları kendisine sormaktadır. Bu da kaygı oluşturmaktadır. Bu kaygı neticesinde insan kendini ifade ederken birkaç kere düşünüp bir kere konuşma gibi kendine belirli ölçülerde bir strateji belirler (Dilmen, Ögüt, 2006: 89).

Sosyal medya ve anlık mesajlaşma üzerinden iletişimde bulunan kişilerde ise kaygı düzeyinin çok olması veya olmaması, insanların aralarında kurduğu iletişimlerde duygularının herhangi bir ön filtreden geçirilmeden ifade etmesi öfke kontrollerini de olumsuz yönde etkilemektedir. Böyle olduğu sürece insanlarda ön süzgeç anlayışı azalmakta ya da ortadan kalkmaktadır. Bu da toplumda kaos ortamı oluşmasına neden olmaktadır (Stiglitz, 2002: 33).

Anlık mesajlaşma uygulamalarının arasında en popüler olan Whatsapp özel sohbet odalarıyla bire bir iletişim, birden çok iletişim ve grup iletişimine imkân tanıyan (Seufert ve ark. 2015: 52) ve mesajlaşma uygulamasıyla kullanıcılar arasında popüleritesi artan bir iletişim ortamıdır. Bu da insanların Whatsapp'a yönelmesinin nedenlerinden biri olarak gösterilebilir. Anlık mesajlaşmanın kişilerarası iletişimi olumlu yönde etkileyen taraflarına bakıldığında aşağıdaki noktalar dikkat çekmektedir:

i. İnsanlar sosyal medya sayesinde dünyada olup biteni anında görüp başka bir kişiye bu bilgiyi aktarmak için anlık mesajlaşma uygulamaları kişilerarası iletişime katkı sağlamakta ve insanların dünyada ve ülkesinde olup biten değişikliklere daha erken fark edebilme imkânı tanımaktadır.

ii. Sosyal medya sayesinde insanlar ortak zevk ve hobi alanları olan diğer kişilerle karşılaşması ve paylaşım bulunması ile kendi gibi beğenileri ve hobileri olan insanlarla

iletişim halinde olmasını sağlamaktadır. Bu beğeni alanındaki etkinlerden haberdar olup diğer insanlarla birlikte aktivite yapmasını sağlamaktadır.

iii. Okul veya diğer arkadaşlarıyla herhangi bir konuda daha çabuk iletişim kurma imkânı sağlamaktadır.

iv. Öğrenciler arasındaki yapılan iletişimle dersler ve ödevler hakkında bilgi sahibi olmada, Okul ve sınıf grupları sayesinde okulda kaçırdığı herhangi bir konuda bilgi sahibi olma imkânı sunmaktadır. Böylelikle öğrenciler bilgiye daha kolay ulaşmaktadırlar. Tüm bu bilgi alma-verme ve paylaşımlarda bulunma da insanlar birbirleri ile iletişim halinde bulunmaktadırlar. Bu da kişilerarası iletişimi olumlu yönde etkilemektedir.

v. Kişilerarası iletişimde sözel iletişimin yanına sözel olmayan iletişim (jest, mimik, dış görünüş vb.) unsurlarının bulunmaktadır. Bu unsurları iyi kullanamayan hatta sözel olarak söyledikleri ifadelerinde yanlış olarak anlaşılan kişiler için anlık mesajlaşma servisleri bu eksikliğini ortadan kaybederek iyi bir iletişim kanalı olarak yardımcı olmaktadır (Seufert ve ark. 2016: 57).

Çalışmanın literatür kısmında kişilerarası iletişim ve iletişim alanında kullanılmakta olan yeni teknolojiler incelenmiştir. Çalışmanın müteakip bölümünde ise yeni iletişim teknolojilerinden olan anlık mesajlaşma servislerinin kişilerarası iletişim üzerindeki etkileri analiz edilecektir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, METODU VE SINIRLILIKLARI

3.1. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Sosyal bir varlık olarak insanlar için bir ihtiyaç niteliğinde olan kişilerarası iletişimin şekli ve bu maksatla kullanılan araçlar teknolojinin de gelişmesiyle değişime uğramıştır. Bu kapsamda kişilerarası iletişimde yüz yüze görüşmenin yerini sanal ortamda kullanılan çeşitli anlık mesajlaşma uygulamaları almıştır. Dolayısıyla bu sanal ortamda anlık mesajlaşma uygulamaları ile kurulan kişilerarası iletişime nasıl bir etki yaptığının incelenmesi önem arz etmektedir. Hatta bu etkinin özellikle sanal ortam teknolojisi içerisinde doğan lise çağlarında bulunan gençler arasında incelenmesi daha çok önem arz etmektedir. Bu etkilerin olumlu ya da olumsuz yönlerinin ortaya koyacak araştırmalar yapılmasının teknolojinin hayatlarının her alanına taşınmaya devam eden gelecek nesiller için de faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Bu kapsamda bu tez çalışmasında teknolojik gelişmelerin kişilerarası iletişim üzerinde etkileri araştırılmıştır. Giderek kullanımı yaygınlaşan en son teknoloji ürünlerinden biri olan anlık mesajlaşma uygulamaları incelenmiştir. Bu kapsamda anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerinde yapmış olduğu etkilerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Tez kapsamında sadece ülkemizde ve dünyada kullanılan popüler anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etkisi sosyal çevre, normallik duygusu, sanal ortam, kendini ifade etme, güven duygusu tutumları açısından incelenmiştir. Çalışmada hedef kitle olarak yetişkinlik dönemine ilk adımın ve bireylerin kişiliklerinin temellerinin atıldığı, kanın beyne sıçradığı, içindeki benin keşfedildiği, diğer otoritelere başkaldırıldığı zamanlar olarak nitelendirilen (Doğan, 2007: 173) ergenlik dönemindeki lise öğrencileri seçilmiştir. Örneklemin liseli ergenler olarak belirlenmesinin literatüre ayrı bir katkı yapması hedeflenmiştir.

3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışma öncelikle bağlı kalınan literatür ile sınırlıdır. Bununla beraber çalışmanın yöntem modeli olarak ölçeğinin kullanması da çalışma açısından bir diğer

sınır olarak kabul edilmektedir. Ayrıca bu araştırma Giresun ilindeki Bulancak Anadolu Lisesi ile Bulancak Bahçelievler Anadolu Lisesi öğrencilerden toplanan veriler ile sınırlıdır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın ilk bölümlerinde literatür taraması yapılarak iletişim ve iletişim alanında kullanılan yeni teknolojiler hakkında bilgi verilmiştir. Yeni teknolojilerin gelişimine bağlı olarak iletişimde yaşanan değişime vurgu yapılmıştır. Uygulama bölümünde ise farklı demografik ve teknoloji kullanım özelliklerine sahip lise öğrencilerinin katılımıyla gerçekleştirilen anketlerde katılımcı öğrencilerin bu uygulamaların kişilerarası iletişime olan etkileri hakkındaki düşünceleri ortaya çıkarılmıştır. Anketler 18 Mayıs – 20 Haziran 2018 tarihleri arasında kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen Giresun ilindeki Bulancak Anadolu Lisesi ile Bulancak Bahçelievler Anadolu Lisesi öğrencilerine uygulanmıştır. Zaman ve maliyet bakımından daha kolay ulaşılabilir olması nedeniyle Giresun ilindeki iki lise çalışma için seçilmiştir. Ayrıca yine zaman, maliyet ve emek açısından var olan sınırlılıklar nedeniyle olasılıksız örnekleme yönteminin alt basamağı olan en uygun örnekleme yöntemi olması nedeniyle kolayda örnekleme yöntemi (Büyüköztürk vd., 2018) seçilmiştir. Katılımcı öğrencilerin bu uygulamaların kişilerarası iletişime olan etkileri hakkındaki düşünceleri literatür taraması sonucu elde edilen bulgularla karşılaştırılarak, özellikle bu uygulamaların olumsuz etkileri konusunda ne kadar bilinçli oldukları tespit edilmeye çalışılmıştır. Anketlerden elde edilen bilgiler SPSS 24 İstatistik programıyla frekans analizi, faktör analizi, güvenilirlik ve geçerlik analizi ile fark testlerine (Man Whitney U, Kruskal Wallis testlerine) tabi tutulmuştur.

3.3.1. Örneklemin Belirlenmesi

Araştırmanın örneklemini Giresun ilindeki Bulancak Anadolu Lisesi ile Bulancak Bahçelievler Anadolu Lisesi öğrencileri oluşturmaktadır. Lise öğrencilerinin seçilmesinin nedeni; bu bireylerin cinsel ve psikososyal olgunlaşmanın başlangıcı ve bağımsızlık, kimlik duygusu ile sosyal üretkenliğin kazanıldığı dönem olan ergenlik döneminde olmalarındandır (Derman, 2008: 19). Araştırmacının verileri daha kolay elde etme imkânı olmasından dolayı Giresun ilindeki bu iki okul çalışmada ele alınmıştır.

Araştırma kapsamında hazırlanan anket bahse konu iki lise öğrencilerine yüz yüze görüşme gerçekleştirilerek yapılmıştır.

3.3.2. Verilerin Toplanması

Araştırmada kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümdeki 1-7 numaralı sorular, öğrencilerin kişisel özelliklerine yöneliktir. İkinci bölümde bulunan 8-11 numaralı sorular öğrencilerin teknoloji kullanımına yönelik sorulardır. Üçüncü bölümde yer alan sorular anlık mesajlaşma uygulamalarının öğrencilerin kişilerarası iletişimlerine olan etkilerini ölçmeye yönelik anket soruları, Pea ve arkadaşları (2012) tarafından yapılan çalışmada yer alan sorulardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Ölçeğin puanlama yöntemi 5’li Likert Skalası (1: kesinlikle katılmıyorum, 2: katılmıyorum, 3: kararsızım, 4: katılıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) ile değerlendirilmiştir. Bu kısımdaki soruların sistematığı aşağıdaki gibidir:

- | | | |
|------|---------------------|----------------------|
| i. | 1-7 arası sorular | : Sosyal Çevre |
| ii. | 8-10 arası sorular | : Normallik Duygusu |
| iii. | 11-13 arası sorular | : Sanal Ortam |
| iv. | 14-17 arası sorular | : Kendini İfade Etme |
| v. | 18-22 arası sorular | : Güven Duygusu |

3.3.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın belirtilen 2 adet ana hipotez doğrultusunda fark testleri parametrik olmayan, Mann Whitney U testi ve Kruskal Wallis testleri uygulanarak sonuçlar yorumlanmıştır. Araştırma kapsamında öğrencilerin demografik (Cinsiyet, yaş, okudukları sınıf, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu, anne/baba durumu, başarı durumu) ve teknoloji kullanım (Evde bilgisayar olup/olmama durumu, şahsi cep telefonu olup/olmama durumu, günlük anlık mesajlaşma kullanım süreleri, en çok kullanılan anlık mesajlaşma uygulamaları) özellikleri bağımsız değişkenler; anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algılar (Sosyal çevre, normallik duygusu, sanal ortam, kendini ifade etme, güven duygusu) ise bağımlı değişkenler olarak belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan hipotezler şunlardır:

H1A: Anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algılar cinsiyet durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1_B: Anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algılar yaş durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1_C: Anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algılar okudukları sınıf durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1_D: Anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algılar anne eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1_E: Anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algılar baba eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1_F: Anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algılar anne/baba durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1_G: Anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algılar başarı durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1_H: Anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algılar evde bilgisayar olup/olmama durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1_I: Anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algılar şahsi cep telefonu olup/olmama durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1_J: Anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algılar günlük anlık mesajlaşma kullanım süreleri durumuna göre farklılık göstermektedir.

H1_K: Anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algılar en çok kullanılan anlık mesajlaşma uygulamaları durumuna göre farklılık göstermektedir.

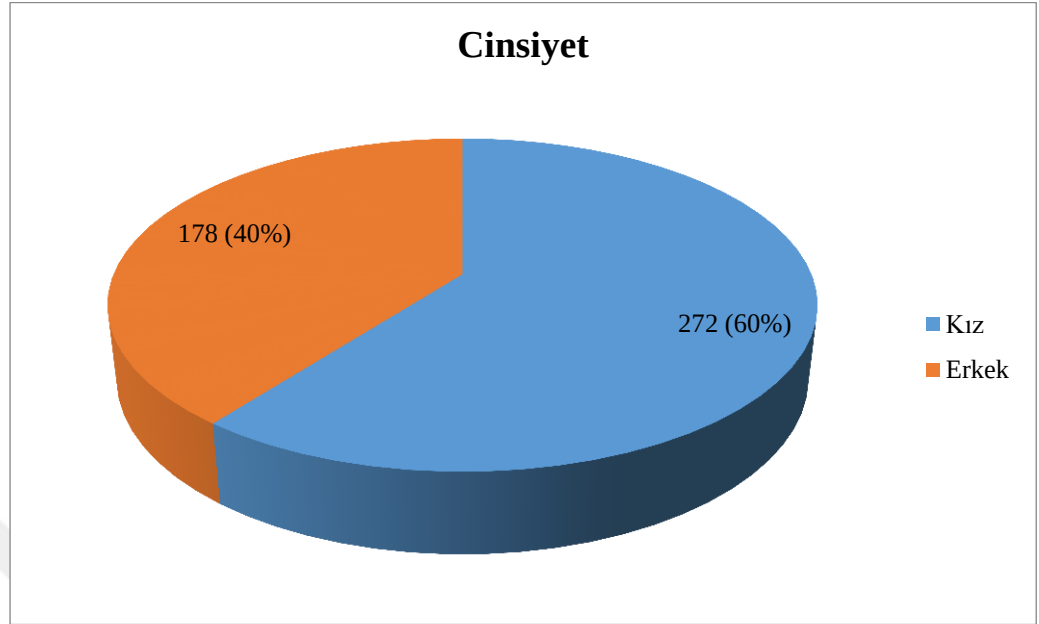
3.4. Verilerinin Analizi Ve Bulguların Değerlendirilmesi

3.4.1. Katılımcı Öğrencilerin Demografik ve Teknoloji Kullanım Özellikleri

Bu bölümde katılımcı öğrencilerin demografik ve teknoloji kullanım durumlarına ilişkin anketin A ve B bölümündeki 11 sorudan elde edilen betimsel verilerin frekans dağılımları grafiklerle gösterilmiştir.

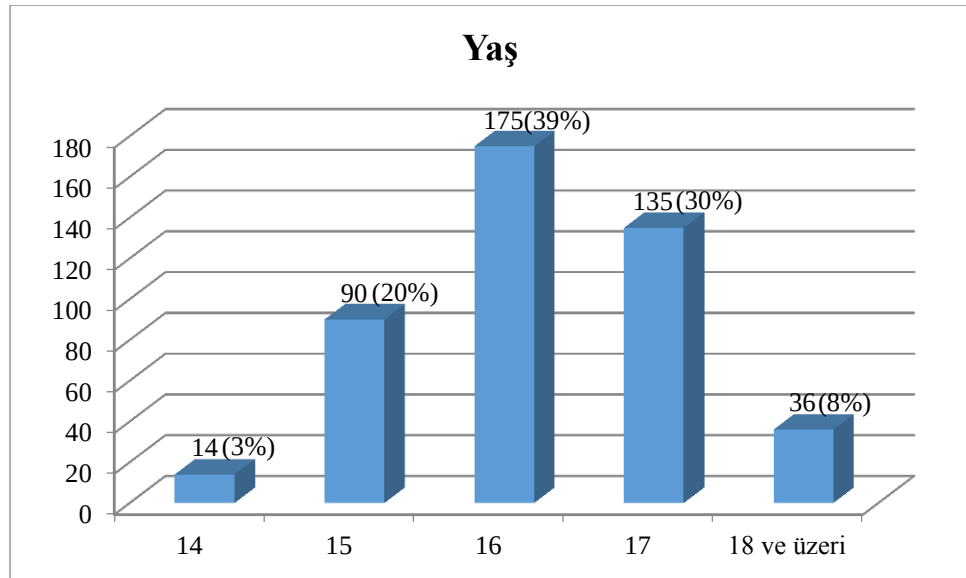
Katılımcı öğrencilerin cinsiyetlerine göre ayrımı Tablo 3.4.1’de olduğu gibidir.

Tablo 3.4.1. Katılımcıların Cinsiyetlerine İlişkin Bilgiler



Katılımcı öğrencilerin % 60’ı kız, % 40’ı ise erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Katılımcıların yaş gruplarına göre ayrımı Tablo 3.4.1’de olduğu gibidir.

Tablo 3.4.2. Katılımcıların Yaş Gruplarına İlişkin Bilgiler

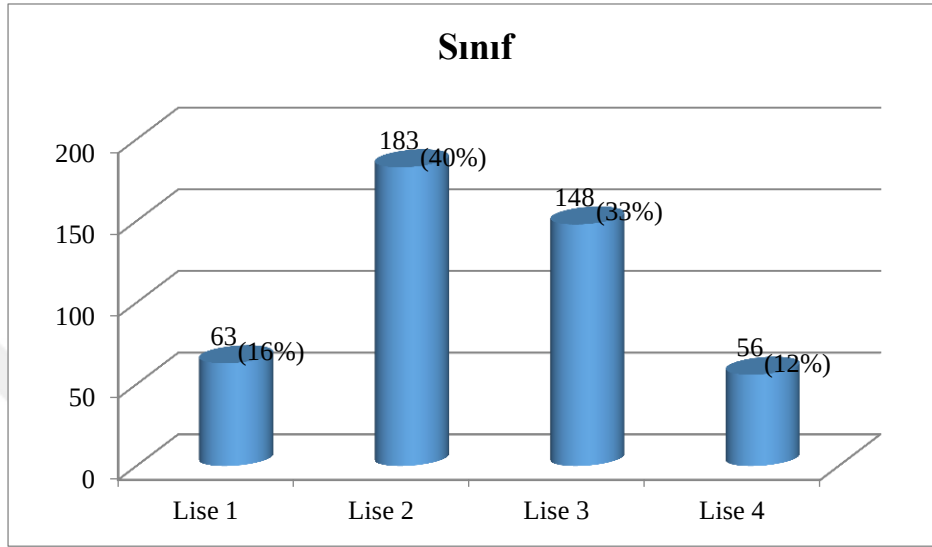


Öğrencilerin yaş grupları incelendiğinde; %39’luk büyük çoğunluğunun 16 ve % 30’unun ise 17 yaşında olduğu görülmektedir. Günümüzde anlık mesajlaşma uygulamalarını da içeren sanal ortam ile daha küçük yaşlardan itibaren tanışmış olan

özellikle bu yaş grubundaki genç katılımcıların görüşlerinin, araştırma kapsamında faydalı olacağı değerlendirilmiştir.

Ankete katılan öğrencilerin kaçınıcı sınıfta okuduklarına göre dağılımı Tablo 3.4.3'te olduğu gibidir.

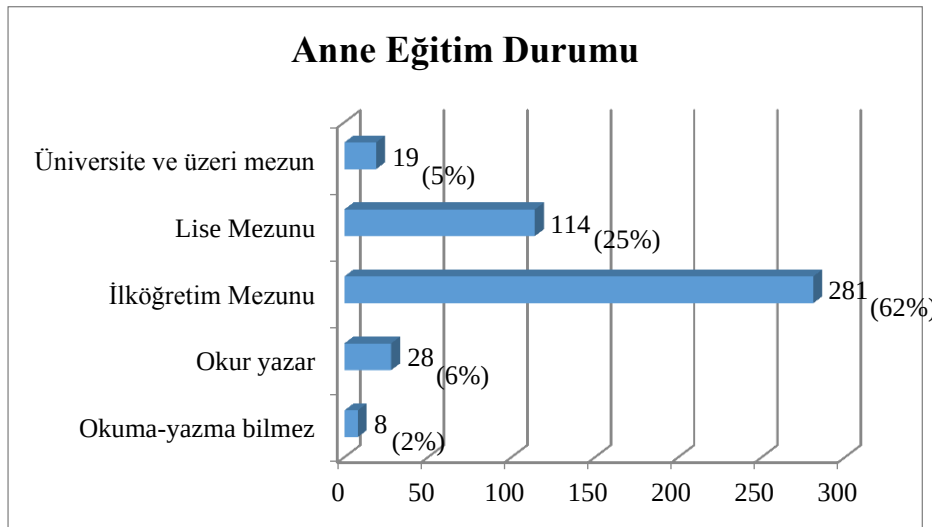
Tablo 3.4.3. Öğrencilerin Sınıflarına İlişkin Bilgiler



Öğrencilerin okudukları sınıflara bakıldığında; %40'lık büyük çoğunluğu oluşturan grubun Lise-2, %33'ünün ise Lise-3'üncü sınıfta olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin anne eğitim durumlarına göre ayrımı Tablo 3.4.4.'te olduğu gibidir.

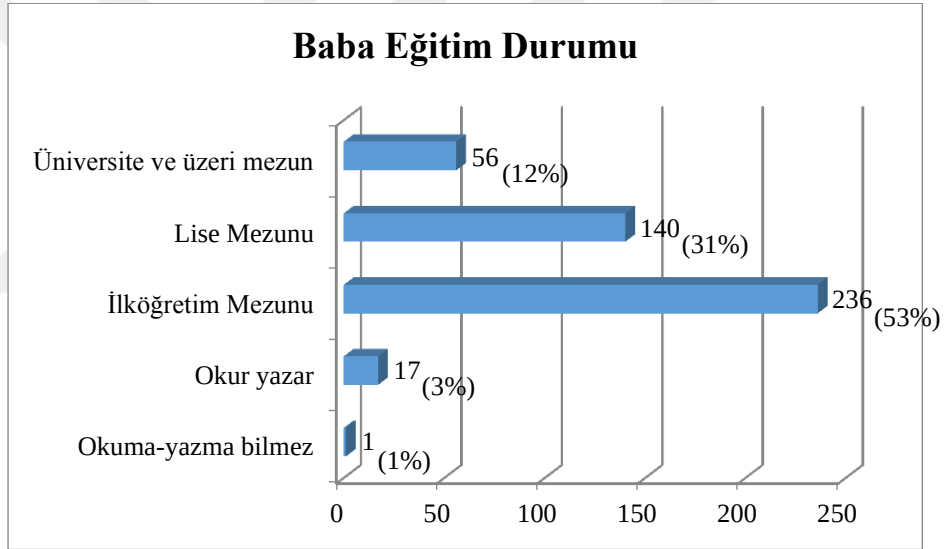
Tablo 3.4.4. Öğrencilerin Anne Eğitim Durumlarına İlişkin Bilgiler



Katılımcıların anne eğitim durumları incelendiğinde, % 62'lik kesimi oluşturan büyük çoğunluğunun ilköğretim mezunu olduğu, % 25'lik ikinci grubu oluşturan

grubun ise lise mezunu olduğu görülmektedir. Bu araştırmada daha genç yaşta bulunan katılımcıların aslında bir teknoloji ürünü olan anlık mesajlaşma uygulamalarını kullanımlarında acaba annesinin veya babasının almış olduğu eğitimin bir etkisi olup olmayacağı incelenecektir. Bu kapsamda lise çağındaki bu katılımcıların anne-baba eğitim durumlarına ilişkin veriler de değerlendirilmeye alınmıştır. Yani acaba annesi veya babası yüksek lisans mezunu olan bir katılımcının bu anlık mesajlaşma uygulamaları konusundaki algısı ile hiç eğitim almamış bir anne-babanın çocuğu olan başka bir katılımcının algıları arasında farklılık oluşuyor mu? sorusunun cevabı da incelenmiştir. Bu kapsamda öğrencilerin baba eğitim durumlarına göre ayrımı Tablo 3.4.5’te olduğu gibidir.

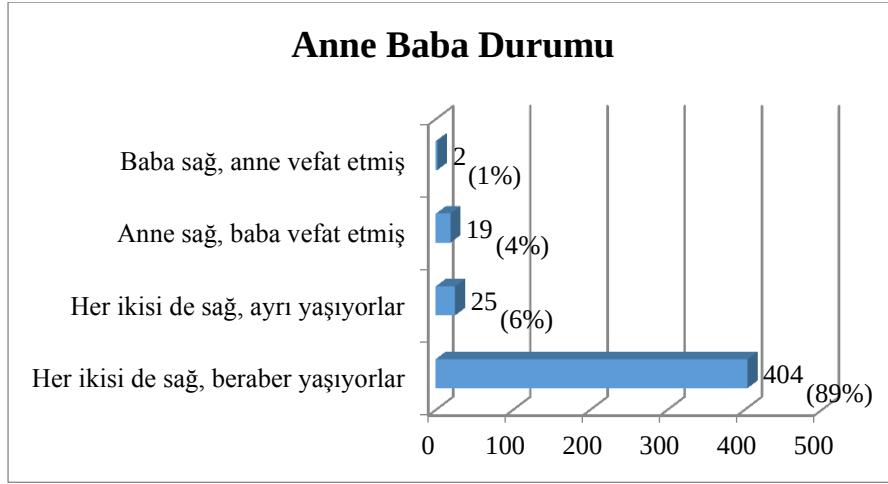
Tablo 3.4.5. Öğrencilerin Baba Eğitim Durumlarına İlişkin Bilgiler



Katılımcıların baba eğitim durumları incelendiğinde, % 53’lik kesimi oluşturan büyük çoğunluğunun İlköğretim mezunu olduğu, % 31’lik ikinci grubu oluşturan grubun ise lise mezunu olduğu görülmektedir.

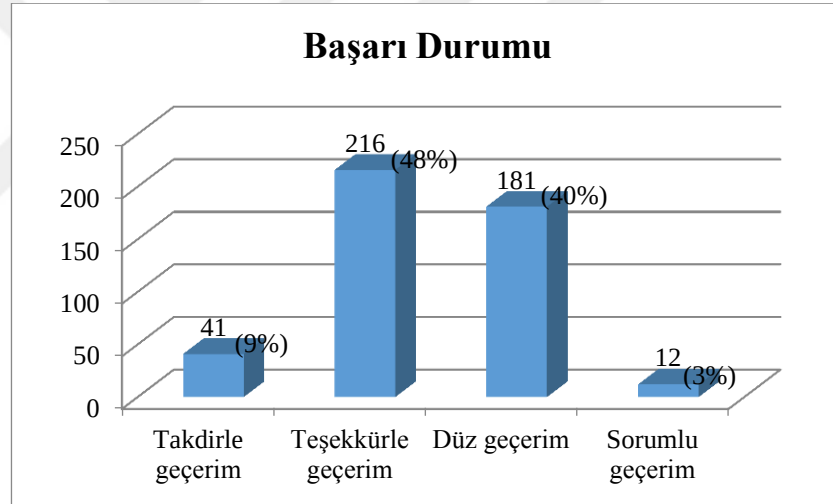
Buna benzer şekilde öğrencilerin anne babalarının sağ, vefat etmiş, beraber veya ayrı olmalarının da acaba anlık mesajlaşma uygulamaları konusundaki kullanımlarını veya algılarını etkiliyor mu sorusunu cevaplayabilmek için öğrencilerin anne baba durumlarına göre ayrımına ilişkin toplanan veriler Tablo 3.4.6’da olduğu gibidir.

Tablo 3.4.6. Öğrencilerin Anne Baba Durumlarına İlişkin Bilgiler



Öğrencilerin başarı durumlarına göre ayrımı Tablo 3.4.7’de olduğu gibidir.

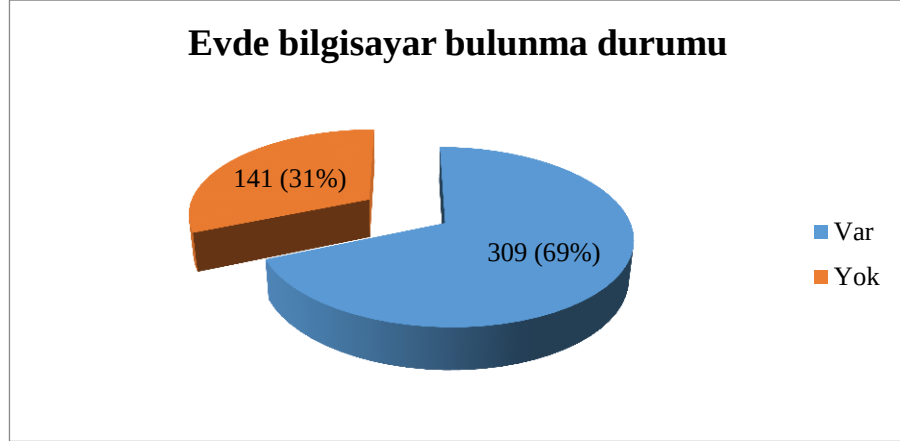
Tablo 3.4.7. Öğrencilerin Başarı Durumlarına İlişkin Bilgiler



Öğrencilerin başarı durumlarına bakıldığında, sadece % 3'lük azınlığın derslerinden sorumlu olarak geçtiği çoğunluğunun ise düz ya da teşekkürle geçtiği görülmektedir. Bu veriler araştırmada katılımcıların anlık mesajlaşma uygulamaları arasındaki farkları incelerken faydalı olacaktır. Mesela devamlı sınıfını takdirle geçen bir öğrenci ile sorumlu geçen bir öğrencinin anlık mesajlaşma uygulamaları hakkındaki görüşleri arasında farklılık olup olmadığı karşılaştırılacaktır. Eğer farklılık varsa başarı düzeylerinin de anlık mesajlaşma algıları arasında etili olduğu değerlendirilebilecektir.

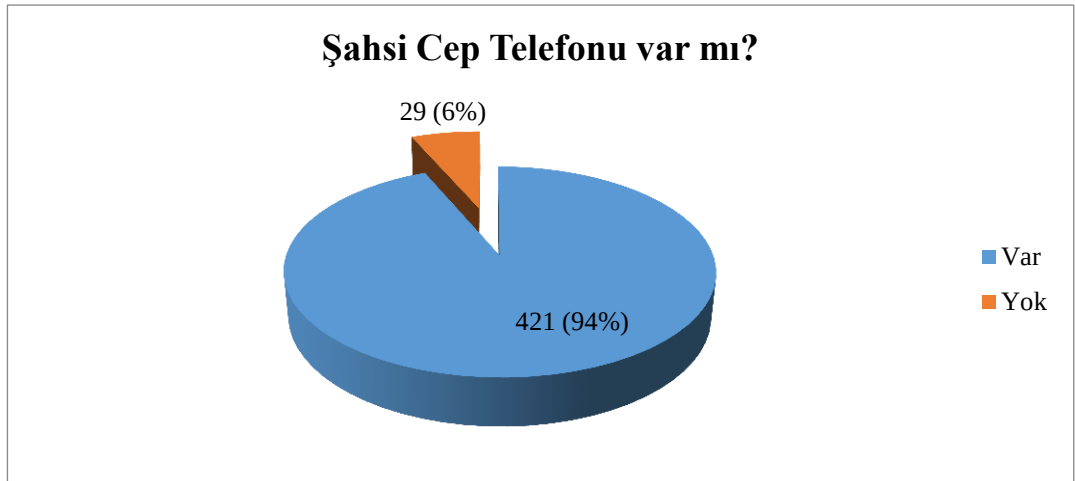
Öğrencilerin evinde bilgisayarı bulunma durumuna göre ayrımı Tablo 3.4.8’de olduğu gibidir.

Tablo 3.4.8. Öğrencilerin Evinde Bilgisayar Bulunma Durumlarına İlişkin Bilgiler



Öğrencilerin çoğunluğunu oluşturan % 69'unun evinde bilgisayarı olduğu görülmektedir. Anlık mesajlaşma uygulamalarının sadece cep telefonundan değil aynı zamanda bilgisayardan kullanılabildiği için evinde bilgisayarı olan öğrencilerin anlık mesajlaşma uygulamalarını daha çok kullanabileceği ve bu konudaki algılarının daha farklı olabileceği düşünüldüğünde bu verilerin de araştırmaya katkı sağlayacağı değerlendirilmiştir. Benzer şekilde şahsi cep telefonuna sahip olup olmama durumuna ilişkin veriler de bu kapsamda toplanmış ve öğrencilerin şahsi cep telefonu sahip olma durumlarına göre ayrımı Tablo 3.4.9'da gösterilmiştir.

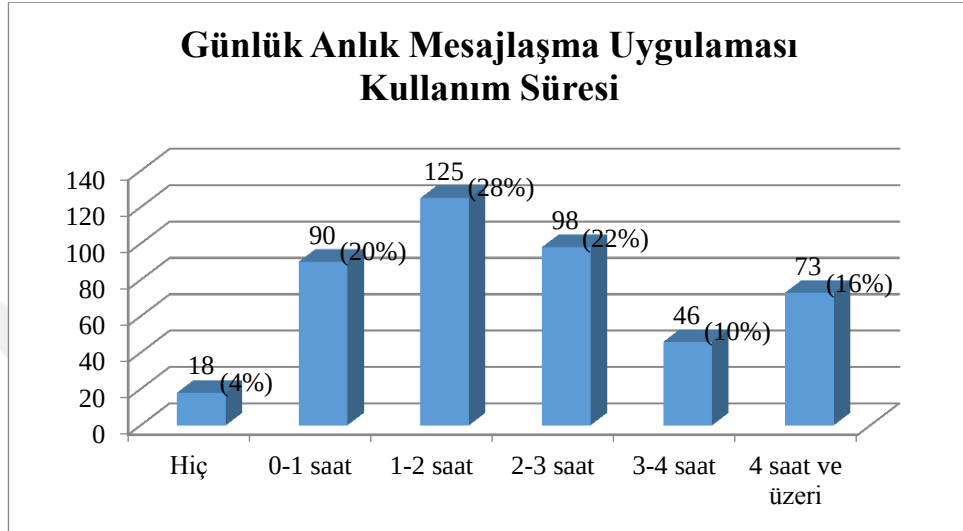
Tablo 3.4.9. Öğrencilerin Şahsi Cep Telefonu Sahip Olma Durumuna İlişkin Bilgiler



Ankete katılan öğrencilerin % 94'ünün şahsi cep telefonu bulunduğu görülmektedir. Bu durumda ankete katılan öğrencilerin daha öncede belirtildiği üzere

anlık mesajlaşma uygulamalarını daha çok kullanma imkânına sahip olduğu değerlendirilebilir. Bu kapsamda öğrencilerin günlük anlık mesajlaşma uygulamalarını kullanım süresi de sorulmuş ve elde edilen veriler Tablo 3.4.10’da gösterilmiştir.

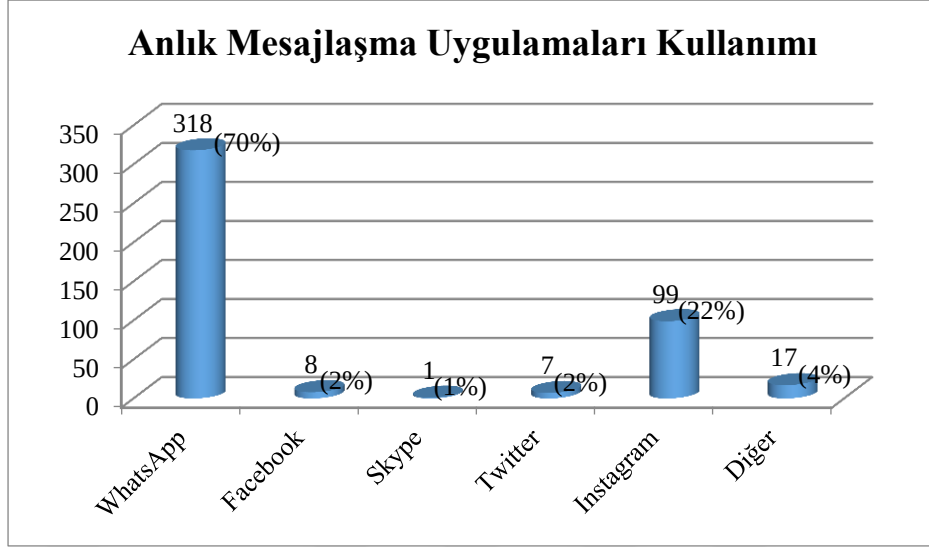
Tablo 3.4.10. Öğrencilerin Anlık Mesajlaşma Uygulamaları Günlük Kullanım Sürelerine İlişkin Bilgiler



Öğrencilerin günlük anlık mesajlaşma uygulamaları kullanım sürelerine bakıldığında öğrencilerin % 74 ünü oluşturan grubun 0-3 saat arasında olduğu görülmektedir. Geri kalan kesimin ise günlük 3 saatten fazla süre anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığı düşünüldüğünde özellikle başka kişiler ile iletişimlerinin de bu durumdan etkileneceği değerlendirilmektedir.

Öğrencilerin en çok hangi anlık mesajlaşma uygulamalarını kullandıklarına göre ayrımı Tablo 3.4.11’de olduğu gibidir.

Tablo 3.4.11. Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Anlık Mesajlaşma Uygulamaları



Öğrencilerin kullandıkları anlık mesajlaşma uygulamaları incelendiğinde, en çok Whatsapp (% 70) uygulamasını kullandıkları görülmüştür. Bu durum Whatsapp uygulamasının son zamanlarda çok moda olmasından kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Tabi her uygulamanın kendine has özellikleri olduğuna göre en sık kullanılan uygulamaya göre kişilerarası iletişim algılarının farklılaşabileceği ve bu konunun da incelenmesi gerektiği değerlendirilmiştir.

3.4.2. Anlık Mesajlaşma Uygulama Görüşlerine Yönelik Hipotezlerinin Test Edilmesi

3.4.2.1. Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi

Anketin üçüncü bölümünde “anlık mesajlaşma uygulamalarına ilişkin verilen 22 adet ifadeye öğrencilerin katılım düzeylerini belirtmeleri istenilmiştir. Bu bölümde öğrencilerin ifadelerine katılım düzeylerinden elde edilen veriler, öğrenci görüşlerinin hangi alt boyutlardan oluştuğunun belirlenmesi için faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi öncesinde araştırmanın istatistiksel iç tutarlılığını incelemek için uygulanan 22 adet soru öncelikle güvenilirlik analizine tabi tutularak Cronbach’s Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Güvenilirlik analizi için kullanılan temel analiz Cronbach Alpha (α) değerinin bulunmasıdır. Her bir soru için tek bir α değeri olabileceği gibi, tüm soruların ortalama bir α değeri de olabilir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda tüm sorular değerlendirmeye tabi tutulduğunda Cronbach’s Alpha değeri 0,855 olarak bulunmuştur. Bu değer 0.8’den büyük olması ise anketin veya o faktörü oluşturan

soruların yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2010: 405). Sonrasında ise bu değişkenlerin faktör analizine uygunluğunun incelenmesi için ölçek soruları KMO ve Barlett testine tabi tutulmuş ve KMO değeri 0,850 olarak bulunmuştur. Bu değer değişkenlerin faktör analizine uygunluğunun çok iyi seviyede olduğunu göstermektedir. Ayrıca Barlett testinin p değeri 0,05 anlamlılık derecesinden az olduğundan ($p=0,000$) değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir (Sipahi vd., 2010, s.80).

Güvenilirlik ve uygunluk testlerinden sonra ölçekte yer alan 22 adet soru faktör analizine tabi tutulmuştur. Anlık mesajlaşma uygulamaları görüşlerine ilişkin faktör analizi sonucu faktörler ile uyumlu olmayan ve MSA değeri 0,4'ün altında olan 4,7,8,14 ve 21 numaralı 5 adet soru çıkarılmış ve geri kalan 17 adet sorunun 5 faktör altında toplandığı belirlenmiştir. 1, 2, 3, 5 ve 6 numaralı sorular olmak üzere 5 adet soru “Sosyal Çevre”; 9 ve 10 numaralı sorular olmak üzere 2 adet soru “Normallik Duygusu”; 11, 12 ve 13 numaralı sorular olmak üzere 3 adet soru “Sanal Ortam”; 15,16 ve 17 numaralı sorular olmak üzere 3 adet soru “Kendini İfade Etme”; 18,19,20 ve 22 numaralı sorular olmak üzere 4 adet soru “Güven Duygusu” faktörleri altında toplanmıştır. Faktör isimleri ve soru numaraları Tablo 3.4.2.1.’de gösterilmiştir.

Tablo 3.4.2.1. Anlık Mesajlaşma Uygulamalarına İlişkin Görüşlere Ait Ölçeğin Faktörleri ve Soru Numaraları

Faktör	Soru Numarası
Sosyal Çevre	1, 2, 3, 5 ve 6
Normallik Duygusu	9 ve 10
Sanal Ortam	11, 12 ve 13
Kendini İfade Etme	15, 16 ve 17
Güven Duygusu	18, 19, 20 ve 22

Uygulanan faktör analizinden sonra belirlenen 5 faktöre ayrı ayrı güvenirlik analizi yapılmıştır. Faktör gruplarını oluşturan sorulara verilen cevapların ortalamaları, elde edilen faktörlere ait faktör ağırlıkları, faktörün açıklayıcılığı ve güvenirlik değerleri (Cronbach's Alfa değeri) Tablo 3.4.2.2.'de gösterilmiştir.

Tablo 3.4.2.2. Anlık Mesajlaşma Uygulamalarına İlişkin Görüşlere Ait Ölçeğin Faktör Analizi Değerleri

Faktör Adı	İfadeler	Ort.	Faktör Ağırlığı	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	C.Alfa
Sosyal Çevre	1. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için birçok arkadaşım varmış gibi hissediyorum.	2,40	0,751	18,847	0,852
	2. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için kendimi daha sosyal biri gibi hissediyorum.	2,49	0,677		
	3. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için birçok yakın arkadaşım/dostum varmış gibi hissediyorum.	2,25	0,803		
	5. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için arkadaşlarım için önemli biri olduğumu hissediyorum.	2,10	0,798		
	6. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için arkadaşlarım tarafından kabul edildiğimi hissediyorum.	2,21	0,734		
Normallik Duygusu	Ters_9. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için yaşitlarımla kendimi karşılaştırdığımda kendimi çoğu kez normal hissetmiyorum.	4,02	0,848	8,377	0,564
	Ters_10. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için yaşitlarım tarafından kabul edilmediğimi hissediyorum.	4,42	0,704		
Sanal Ortam	11. Anlık mesajlaşma uygulamaları sayesinde kendime yeni bir dünya kurabiliyorum.	2,35	0,657	11,978	0,747
	12. Anlık mesajlaşma uygulamaları	2,80	0,795		

	sayesinde bir süreliğine bile olsa hayatın sıkıntılarından kurtulduğumu düşünüyorum.				
	13. Anlık mesajlaşma uygulamalarında içinde bulunduğum ortam beni mutlu ediyor.	2,12	0,778		
Kendini İfade Etme	15. Anlık mesajlaşmada kullanılan emoji ler duygularımı daha iyi ifade etmeme yardımcı oluyor.	3,02	0,695	11,648	0,713
	16. Anlık mesajlaşma uygulamaları ile duygu ve düşüncelerimi karşı tarafa tam olarak aktardığımı düşünüyorum.	2,63	0,789		
	17. Anlık mesajlaşma uygulamaları ile karşı tarafın duygu ve düşüncelerini tam olarak anladığımı düşünüyorum.	2,53	0,787		
Güven Duygusu	18. Anlık mesajlaşma uygulamalarındaki arkadaşlarımla (Yüz yüze hiç görüşmem bile) beni hiç kandırmadığını düşünüyorum.	1,81	0,752	13,864	0,661
	19. Anlık mesajlaşma uygulamalarındaki arkadaşlarımla (Yüz yüze hiç görüşmem bile) sırlarımı paylaşabilirim.	1,86	0,781		
	20. Anlık mesajlaşma uygulamalarındaki arkadaşlarımla hiç yalan söylemez, hep doğru söyler.	1,71	0,790		
	Ters_22. Anlık mesajlaşma uygulamalarındaki arkadaşlarımla (Yüz yüze hiç görüşmem bile) kesinlikle kendimle ilgili hiçbir gizli bilgi paylaşmam.	2,18	0,451		

Tabloda verilen faktör ağırlık değerleri, maddelerin faktörlerle olan ilişkisini açıklayan bir katsayıdır. Bu katsayı 0,6'dan büyük ise yüksek, 0,30-0,59 arası değerler ise orta kabul edilmektedir. Ayrıca faktör açıklayıcılığını gösteren yüzde değerler ise bir değişkene ilişkin faktörlerin açıkladıkları ortak varyansı ifade etmektedir. Bu varyans değeri ne kadar yüksek ise modele ilişkin açıklanan varyans değeri de o kadar yüksek olmaktadır(Büyüköztürk, 2002: 472). Ayrıca olumsuz sorular ters kodlama yapılarak olumluya çevrilmiş ve bu işlemin yapıldığı soru ifadesinin başına “Ters” ifadesi konularak belirtilmiştir.

Analiz değerleri incelendiğinde faktörlere ait faktör ağırlıklarının 0,450'den yüksek ve faktörlerin toplam açıklayıcılığının %64,71 olduğu görölmüştür. Anlık mesajlaşma uygulamalarına ilişkin görüşlere ait ölçeğin faktörlerini oluşturan soruların ortalamaları incelendiğinde en düşük değerin 1,71 ("20. Anlık mesajlaşma uygulamalarındaki arkadaşlarım hiç yalan söylemez, hep doğru söyler."), en yüksek değerin ise 4,42 ("10(T). Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için yaşıtlarım tarafından kabul edilmediğimi hissediyorum.") olduğu, faktör bazında ortalamalara bakıldığında ise 4,22 ortalama ile normallik duygusu boyutunun en yüksek değeri aldığı, bunu sırasıyla kendini ifade etme (2,73), sanal ortam (2,42), sosyal çevre (2,29) ve güven duygusu (1,89) boyutlarının takip ettiği belirlenmiştir.

3.4.2.2. Öğrencilerin Farklı Kişisel Bilgileri ve Teknoloji Kullanımına Göre Oluşturulan Hipotezler ve Yapılan Analizler

Araştırmanın bu bölümünde katılımcıların anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algıları arasında, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşup oluşmadığı test edilmiştir. Bu kapsamda araştırmanın amacıyla paralel olarak faktör analizi sonrasında elde edilen sosyal çevre, normallik duygusu, sanal ortam, kendini ifade etme ve güven duygusu faktörleri bazında analizleri yapılmıştır.

Yapılacak olan analizin parametrik veya parametrik olmayan testlerin kullanılabileceğini belirlemek için her bir faktörün normal dağılıma sahip olup olmadığını ve verilerin homojen dağılıp dağılmadığını incelenecektir. Bu kapsamda yapılan Kolmogorov-Smirnov normallik testi sonuçları 0,05'ten küçük olduğu için faktör dağılımlarının normal dağılıma uymadığı sonucu çıkarılır. Dolayısı ile aşağıda belirtilen temel araştırma hipotezinin faktörler bazında yapılacak olan analizlerinde parametrik olmayan test metotlarından Mann Whitney U testi ve Kruskal Wallis testleri kullanılmıştır.

Bu kapsamda araştırmamızda test edilecek temel hipotez aşağıda olduğu gibidir.

H0: Öğrencilerin farklı kişisel bilgiler ve teknoloji kullanım özelliklerine göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algıları arasında anlamlı bir fark yoktur.

H1: Öğrencilerin farklı kişisel bilgiler ve teknoloji kullanım özelliklerine göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algıları arasında anlamlı bir fark vardır.

3.4.2.2.1. Cinsiyet Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri

Cinsiyet değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri Mann-Whitney U testine tabi tutulmuştur. Bu test tekniği aralıksız ölçülen iki bağımsız grup arasındaki farklılıkların testi için kullanılmaktadır. Bu test T-testlerinin parametrik olmayan alternatifi olarak kullanılmaktadır. T-testindeki iki grup ortalamaları karşılaştırmak yerine, Mann Whitney U testi grupların mean rank'lerini karşılaştırılır (Kalaycı, 2010, s.99).

Cinsiyet değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri ve sonuçları Tablo 3.4.2.2.1.'te gösterilmiştir.

Tablo 3.4.2.2.1. Anlık Cinsiyet Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Cinsiyet Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	p değeri	Ortalama	Sonuç
H1_{A1}: Kız ve erkek öğrencilerin, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sosyal çevre” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,702	Kız: 2,28 Erkek: 2,30	Ret
H1_{A2}: Kız ve erkek öğrencilerin, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “Normallik Duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,050	Kız: 4,28 Erkek: 4,12	Kabul
H1_{A3}: Kız ve erkek öğrencilerin, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sanal ortam” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,357	Kız: 2,79 Erkek: 2,68	Ret

Cinsiyet Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	p değeri	Ortalama	Sonuç
H1A4: Kız ve erkek öğrencilerin, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “kendini ifade etme” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,514	Kız: 2,70 Erkek: 2,75	Ret
H1A5: Kız ve erkek öğrencilerin, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “güven duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,055	Kız: 1,80 Erkek: 2,02	Ret

Cinsiyet değişkenine ilişkin oluşturulan hipotezlerin sonuçları incelendiğinde; kız ve erkek öğrencilerin anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişimlerine etki eden faktörlerine ilişkin sadece normallik duygusu algıları arasında anlamlı bir fark olduğu diğer faktör algılamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Kız öğrencilerin normallik duygusu algılamaları ortalamaları (4,28) incelendiğinde erkeklere nazaran (4,12) daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum, kızlar arasında sanal iletişimin daha normal karşılandığı, erkekler arasında ise nispeten daha az normal karşılandığı anlamına gelmektedir.

3.4.2.2.2. Yaş Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri

Yaş değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri Kruskal Wallis testine tabi tutulmuştur. Bu test gruplar arası varyans analizinin (ANOVA testinin) parametrik olmayan alternatifidir. Bu analiz sürekli değişkenler sahip üç ya da daha fazla değişken için karşılaştırma yapmayı sağlar. Yaş değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri ve sonuçları Tablo 15’te gösterilmiştir.

Yaş değişkenine ilişkin oluşturulan hipotezlerin sonuçları incelendiğinde; katılımcı öğrencilerin yaş gruplarına göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişimlerine etki eden Sosyal Çevre ve Normallik Duygusu faktörlerine ilişkin algıları arasında anlamlı bir fark olduğu diğer faktör algıları ortalamaları arasında ise anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Yaş gruplarının ortalama değerleri karşılaştırılarak bu farkın hangi yaş grupları arasında olduğu incelendiğinde ise, 16 yaşındaki öğrencilerin

sosyal çevre faktör algıları ortalamalarının diğer yaş gruplarındaki öğrencilere nazaran daha yüksek ve normallik duygusu faktör algıları ortalamalarının diğer yaş gruplarındaki öğrencilere nazaran daha düşük olduğu görülmüştür. Kısacası 16 yaşın ergenler için kritik bir yaş olduğu, 16 yaş grubundakiler anlık mesajlaşma uygulamaları sayesinde sosyal bir çevre oluşturduklarını düşünürken, bu durum yaşlıları tarafından normal görülmediği anlaşılmaktadır.

Tablo 3.4.2.2.2. Anlık Yaş Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Yaş Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	p değeri	Ortalama	Sonuç
H1_{B1}: Öğrencilerin yaş değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sosyal çevre” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,006	14 yaş: 2,05 15 yaş: 2,12 16 yaş: 2,46 17 yaş: 2,25 18 yaş ve üzeri: 2,08	Kabul
H1_{B2}: Öğrencilerin yaş değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “Normallik Duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,025	14 yaş: 4,46 15 yaş: 4,30 16 yaş: 4,09 17 yaş: 4,24 18 yaş ve üzeri: 4,47	Kabul
H1_{B3}: Öğrencilerin yaş değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sanal ortam” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,111	14 yaş: 2,64 15 yaş: 2,52 16 yaş: 2,90 17 yaş: 2,71 18 yaş ve üzeri: 2,77	Ret
H1_{B4}: Öğrencilerin yaş değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “kendini ifade etme” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,200	14 yaş: 3,00 15 yaş: 2,52 16 yaş: 2,73 17 yaş: 2,79 18 yaş ve üzeri: 2,81	Ret

H1_{B5}: Öğrencilerin yaş değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “güven duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,564	14 yaş: 1,75 15 yaş: 1,78 16 yaş: 1,94 17 yaş: 1,88 18 yaş ve üzeri: 1,93	Ret
--	-------	---	-----

3.4.2.2.3. Sınıf Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri

Sınıf değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri Kruskal Wallis testine tabi tutulmuştur. Sınıf değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri ve sonuçları Tablo 3.4.2.2.3.‘da gösterilmiştir.

Tablo 3.4.2.2.3. Sınıf Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Sınıf Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	p değeri	Ortalama	Sonuç
H1_{C1}: Öğrencilerin sınıf değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sosyal çevre” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,000	Lise 1: 1,95 Lise 2: 2,44 Lise 3: 2,28 Lise 4: 2,16	Kabul
H1_{C2}: Öğrencilerin sınıf değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “Normallik Duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,373	Lise 1: 4,32 Lise 2: 4,15 Lise 3: 4,22 Lise 4: 4,31	Ret
H1_{C3}: Öğrencilerin sınıf değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sanal ortam” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,011	Lise 1: 2,37 Lise 2: 2,87 Lise 3: 2,77 Lise 4: 2,70	Kabul

Sınıf Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	p değeri	Ortalama	Sonuç
H1_{C4}: Öğrencilerin sınıf değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “kendini ifade etme” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,152	Lise 1: 2,47 Lise 2: 2,72 Lise 3: 2,78 Lise 4: 2,85	Ret
H1_{C5}: Öğrencilerin sınıf değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “güven duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,219	Lise 1: 1,73 Lise 2: 1,93 Lise 3: 1,83 Lise 4: 2,04	Ret

Sınıf değişkenine ilişkin oluşturulan hipotezlerin sonuçları incelendiğinde; katılımcı öğrencilerin okudukları sınıflara göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişimlerine etki eden Sosyal Çevre ve Sanal Ortam faktörlerine ilişkin algıları arasında anlamlı bir fark olduğu diğer faktör algıları ortalamaları arasında ise anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Sınıf gruplarının ortalama değerleri karşılaştırılarak bu farkın hangi sınıf öğrencileri arasında olduğu incelendiğinde ise, Lise 1 öğrencilerinin hem sosyal çevre hem de sanal ortam faktör algıları ortalamalarının diğer sınıf öğrencilerine nazaran daha düşük olduğu görülmüştür. Dolayısıyla Lise 1 çağındaki öğrenciler açısından anlık mesajlaşma uygulamaları henüz sosyal çevre ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde bir katkı sağlamadığı söylenebilir.

3.4.2.2.4. Anne Eğitim Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri

Anne eğitim durumu değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri Kruskal Wallis testine tabi tutulmuştur. Anne eğitim durumu değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri ve sonuçları Tablo 17’de gösterilmiştir.

Anne eğitim durumu değişkenine ilişkin oluşturulan hipotezlerin sonuçları incelendiğinde; katılımcı öğrencilerin anne eğitim durumlarına göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişimlerine etki eden herhangi bir faktör algı ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 3.4.2.2.4. Anlık Anne Eğitim Durumu Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Anne Eğitim Durumu Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	p değeri	Ortalama	Sonuç
H1_{D1}: Öğrencilerin anne eğitim durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sosyal çevre” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,571	OkumaYazma Bilmez: 2,35 Okur-Yazar : 2,22 İlköğretim Mezunu: 2,33 Lise Mezunu: 2,21 Üniversite ve Üzeri: 2,10	Ret
H1_{D2}: Öğrencilerin anne eğitim durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “Normallik Duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,639	OkumaYazma Bilmez: 4,12 Okur-Yazar : 4,27 İlköğretim Mezunu: 4,18 Lise Mezunu: 4,28 Üniversite ve üzeri: 4,28	Ret
H1_{D3}: Öğrencilerin anne eğitim durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sanal ortam” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,959	OkumaYazma Bilmez: 2,66 Okur-Yazar : 2,72 İlköğretim Mezunu: 2,72 Lise Mezunu: 2,81 Üniversite ve Üzeri: 2,89	Ret
H1_{D4}: Öğrencilerin anne eğitim durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “kendini ifade etme” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,979	OkumaYazma Bilmez: 2,70 Okur-Yazar: 2,73 İlköğretim Mezunu: 2,74 Lise Mezunu: 2,67 Üniversite ve Üzeri: 2,64	Ret

H1_{D5}: Öğrencilerin anne eğitim durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “güven duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,717	OkumaYazma Bilmez: 1,56 Okur-Yazar : 1,88 İlköğretim Mezunu: 1,90 Lise Mezunu: 1,87 Üniversite ve üzeri: 1,89	Ret
---	-------	---	-----

3.4.2.2.5. Baba Eğitim Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri

Baba eğitim durumu değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri Kruskal Wallis testine tabi tutulmuştur. Baba eğitim durumu değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri ve sonuçları Tablo 3.4.2.2.5.‘de gösterilmiştir.

Tablo 3.4.2.2.5. Anlık Baba Eğitim Durumu Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Baba Eğitim Durumu Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	p değeri	Ortalama	Sonuç
H1_{E1}: Öğrencilerin baba eğitim durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sosyal çevre” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,434	OkumaYazma Bilmez: 2,35 Okur-Yazar: 2,35 İlköğretim Mezunu: 2,23 Lise Mezunu: 2,32 Üniversite ve Üzeri: 2,37	Ret
H1_{E2}: Öğrencilerin baba eğitim durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “Normallik Duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,322	OkumaYazma Bilmez: 2,00 Okur-Yazar: 4,21 İlköğretim Mezunu: 4,28 Lise Mezunu: 4,17 Üniversite ve Üzeri: 4,22	Ret
H1_{E3}: Öğrencilerin baba eğitim durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sanal ortam” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,141	OkumaYazma Bilmez: 2,66 Okur-Yazar : 2,60 İlköğretim Mezunu: 2,66 Lise Mezunu: 2,82 Üniversite ve Üzeri: 2,98	Ret

H1_{E4}: Öğrencilerin baba eğitim durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “kendini ifade etme” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,889	OkumaYazma Bilmez: 2,70 Okur-Yazar : 3,00 İlköğretim Mezunu: 2,72 Lise Mezunu: 2,72 Üniversite ve Üzeri: 2,65	Ret
H1_{E5}: Öğrencilerin baba eğitim durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “güven duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,434	OkumaYazma Bilmez: 1,50 Okur-Yazar : 2,14 İlköğretim Mezunu: 1,88 Lise Mezunu: 1,90 Üniversite ve Üzeri: 1,80	Ret

Baba eğitim durumu değişkenine ilişkin oluşturulan hipotezlerin sonuçları incelendiğinde; katılımcı öğrencilerin baba eğitim durumlarına göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişimlerine etki eden herhangi bir faktör algı ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir.

Dolayısıyla annesi veya babası yüksek lisans mezunu olan bir katılımcının bu anlık mesajlaşma uygulamaları konusundaki algısı ile hiç eğitim almamış bir anne-babanın çocuğu olan başka bir katılımcının algıları arasında fark oluşmadığı görülmüştür.

3.4.2.2.6. Anne-Baba Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri

Anne-Baba durumu değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri Kruskal Wallis testine tabi tutulmuştur. Anne-Baba durumu değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri ve sonuçları Tablo 19’da gösterilmiştir.

Tablo 3.4.2.2.6. Anlık Anne-Baba Durumu Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Anne-Baba Durumu Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	p değeri	Ortalama	Sonuç
H1_{F1}: Öğrencilerin anne-baba durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sosyal çevre” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,312	Her ikisi de sağ beraber yaşıyorlar: 2,26 Her ikisi de sağ, ayrı yaşıyorlar: 2,40 Anne sağ,baba vefat etmiş: 2,48 Baba sağ,anne vefat etmiş: 3,20	Ret
H1_{F2}: Öğrencilerin anne-baba durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “Normallik Duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,907	Her ikisi de sağ beraber yaşıyorlar: 4,23 Her ikisi de sağ, ayrı yaşıyorlar: 3,94 Anne sağ,baba vefat etmiş: 4,28 Baba sağ,anne vefat etmiş: 4,50	Ret
H1_{F3}: Öğrencilerin anne-baba durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sanal ortam” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,527	Her ikisi de sağ beraber yaşıyorlar: 2,74 Her ikisi de sağ, ayrı yaşıyorlar: 2,74 Anne sağ,baba vefat etmiş: 2,67 Baba sağ,anne vefat etmiş: 2,66	Ret

H1_{F4}: Öğrencilerin anne-baba durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “kendini ifade etme” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,177	Her ikisi de sağ beraber yaşıyorlar: 2,71 Her ikisi de sağ, ayrı yaşıyorlar: 2,80 Anne sağ,baba vefat etmiş: 2,70 Baba sağ,anne vefat etmiş: 3,16	Ret
H1_{F5}: Öğrencilerin anne-baba durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “güven duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,961	Her ikisi de sağ beraber yaşıyorlar : 1,88 Her ikisi de sağ, ayrı yaşıyorlar: 1,93 Anne sağ,baba vefat etmiş: 1,86 Baba sağ,anne vefat etmiş: 1,87	Ret

Anne-baba durumu değişkenine ilişkin oluşturulan hipotezlerin sonuçları incelendiğinde; katılımcı öğrencilerin anne-baba durumlarına göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişimlerine etki eden herhangi bir faktör algı ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Yani öğrencilerin anne babalarının sağ, vefat etmiş, beraber veya ayrı olmalarının da anlık mesajlaşma uygulamaları konusundaki kişisel iletişimlerine yönelik algılarını etkilemediği görülmüştür.

3.4.2.2.7. Başarı Durumu Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri

Başarı durumu değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri Kruskal Wallis testine tabi tutulmuştur. Başarı durumu değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri ve sonuçları Tablo 3.4.2.2.7.’de gösterilmiştir.

Tablo 3.4.2.2.7. Başarı Durumu Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Başarı Durumu Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	p değeri	Ortalama	Sonuç
H1_{G1}: Öğrencilerin başarı durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sosyal çevre” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,638	Takdirle geçerim: 2,20 Teşekkürle geçerim: 2,26 Düz geçerim: 2,31 Lise Sorumlu geçerim: 2,66	Ret
H1_{G2}: Öğrencilerin başarı durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “Normallik Duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,136	Takdirle geçerim: 4,19 Teşekkürle geçerim: 4,31 Düz geçerim: 4,13 Lise Sorumlu geçerim: 4,00	Ret
H1_{G3}: Öğrencilerin başarı durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sanal ortam” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,606	Takdirle geçerim: 2,77 Teşekkürle geçerim: 2,70 Düz geçerim: 2,81 Lise Sorumlu geçerim: 2,58	Ret
H1_{G4}: Öğrencilerin başarı durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “kendini ifade etme” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,437	Takdirle geçerim: 2,54 Teşekkürle geçerim: 2,79 Düz geçerim: 2,69 Lise Sorumlu geçerim: 2,52	Ret
H1_{G5}: Öğrencilerin başarı durumu değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “güven duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,087	Takdirle geçerim: 1,92 Teşekkürle geçerim: 1,80 Düz geçerim: 1,97 Lise Sorumlu geçerim: 2,00	Ret

Başarı durumu değişkenine ilişkin oluşturulan hipotezlerin sonuçları incelendiğinde; katılımcı öğrencilerin başarı durumlarına göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişimlerine etki eden herhangi bir faktör algı ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Bu tespit sınıfını devamlı takdirle geçen bir öğrenci ile sorumlu geçen bir öğrencinin anlık mesajlaşma uygulamalarının kişisel iletişimlerine etkileri arasında farklılık oluşturmadığı yani aynı görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.

3.4.2.2.8. Evde Bilgisayarı Olma Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri

Evde bilgisayar olma değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri Mann Whitney U testine tabi tutulmuştur. Evde bilgisayar olma değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri ve sonuçları Tablo 21’de gösterilmiştir.

Evde bilgisayar olma değişkenine ilişkin oluşturulan hipotezlerin sonuçları incelendiğinde; evinde bilgisayar olan ve olmayan öğrenciler arasında anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişimlerine etki eden herhangi bir faktör algı ortalamalarında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Aslında evinde bilgisayar olan öğrencilerin anlık mesajlaşma uygulamalarını daha çok kullanabileceği ve daha çok kullanım ile birlikte kişisel iletişimlerine yönelik etkilerinin daha farklı olabileceği düşünülmüştü, ama böyle olmadığı görülmüş oldu. Bu durum aslında anlık mesajlaşma uygulamalarının bilgisayardan daha çok cep telefonu ile kullanılmasından kaynaklanmış olabilir.

Tablo 3.4.2.2.8. Anlık Evde Bilgisayarı Olma Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Evde Bilgisayarı Olma Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	p değeri	Ortalama	Sonuç
H1_{H1}: Öğrencilerin evde bilgisayarı olma değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sosyal çevre” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,440	Var: 2,32 Yok: 2,21	Ret
H1_{H2}: Öğrencilerin evde bilgisayarı olma değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “Normallik Duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,292	Var: 4,23 Yok: 4,18	Ret
H1_{H3}: Öğrencilerin evde bilgisayarı olma değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sanal ortam” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,125	Var: 2,80 Yok: 2,64	Ret
H1_{H4}: Öğrencilerin evde bilgisayarı olma değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “kendini ifade etme” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,449	Var: 2,74 Yok: 2,67	Ret
H1_{H5}: Öğrencilerin evde bilgisayarı olma değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “güven duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,145	Var: 1,92 Yok: 1,81	Ret

3.4.2.2.9. Şahsi Cep Telefonu Olma Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri

Şahsi cep telefonu olma değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri Mann Whitney U testine tabi tutulmuştur. Şahsi cep telefonu olma değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri ve sonuçları Tablo 3.4.2.2.9.’da gösterilmiştir.

Tablo 3.4.2.2.9. Şahsi Cep Telefonu Olma Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Şahsi Cep Telefonu Olma Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	p değeri	Ortalama	Sonuç
H1₁₁: Öğrencilerin şahsi cep telefonu olma değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sosyal çevre” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,040	Var: 2,31 Yok: 1,97	Kabul
H1₁₂: Öğrencilerin şahsi cep telefonu olma değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “Normallik Duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,348	Var: 4,21 Yok: 4,36	Ret
H1₁₃: Öğrencilerin şahsi cep telefonu olma değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sanal ortam” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,343	Var: 2,76 Yok: 2,58	Ret
H1₁₄: Öğrencilerin şahsi cep telefonu olma değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “kendini ifade etme” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,066	Var: 2,74 Yok: 2,36	Ret
H1₁₅: Öğrencilerin şahsi cep telefonu olma değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “güven duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,064	Var: 1,90 Yok: 1,63	Ret

Şahsi cep telefonu olma değişkenine ilişkin oluşturulan hipotezlerin sonuçları incelendiğinde; şahsi cep telefonu olan ve olmayan öğrenciler arasında anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişimlerine etki eden faktörlerine ilişkin sadece sosyal çevre algıları anlamlı bir fark olduğu diğer faktör algılamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Şahsi cep telefonu olan öğrencilerin sosyal çevre algılamaları ortalamaları(2,31) incelendiğinde şahsi cep telefonu olmayanlara

nazaran(1,97) daha yüksek olduğu görülmüştür. Şahsi cep telefonu kullananların sosyal çevre algısının genel olarak yüksek olması anlık mesajlaşma uygulamalarının çoğunlukla şahsi cep telefonları aracılığıyla kullanılmasının da doğal bir sonucudur.

3.4.2.2.10. Kullanım Süresi Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri

Anlık mesajlaşma uygulamaları kullanım süresi değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri Kruskal Wallis testine tabi tutulmuştur. Kullanım süresi değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri ve sonuçları Tablo 3.4.2.2.10'da gösterilmiştir.

Tablo 3.4.2.2.10. Anlık Kullanım Süresi Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Kullanım Süresi Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	p değeri	Ortalama	Sonuç
H1₁: Öğrencilerin kullanım süresi değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sosyal çevre” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,061	Hiç: 1,78 0-1 saat: 2,27 1-2 saat: 2,20 2-3 saat: 2,34 3-4 saat: 2,49 4 saat ve üzeri: 2,38	Ret
H1₂: Öğrencilerin kullanım süresi değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “Normallik Duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,659	Hiç: 4,36 0-1 saat: 4,26 1-2 saat: 4,19 2-3 saat: 4,30 3-4 saat: 4,21 4 saat ve üzeri: 4,08	Ret
H1₃: Öğrencilerin kullanım süresi değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sanal ortam” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,000	Hiç: 2,05 0-1 saat: 2,48 1-2 saat: 2,65 2-3 saat: 2,93 3-4 saat: 2,85 4 saat ve üzeri: 3,10	Kabul
H1₄: Öğrencilerin kullanım süresi değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim	0,050	Hiç: 2,00 0-1 saat: 2,59 1-2 saat: 2,68	Kabul

üzerine etki eden “kendini ifade etme” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.		2-3 saat: 2,68 3-4 saat: 2,75 4 saat ve üzeri: 2,89	
H1₅: Öğrencilerin kullanım süresi değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “güven duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,165	Hiç: 1,75 0-1 saat: 1,91 1-2 saat: 1,85 2-3 saat: 1,78 3-4 saat: 2,02 4 saat ve üzeri: 2,00	Ret

Kullanım süresi değişkenine ilişkin oluşturulan hipotezlerin sonuçları incelendiğinde; katılımcı öğrencilerin günlük anlık mesajlaşma uygulamalarını kullanım süresine göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişimlerine etki eden Sanal Ortam ve Kendini İfade Etme faktörlerine ilişkin algıları arasında anlamlı bir fark olduğu diğer faktör algıları ortalamaları arasında ise anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Anlık mesajlaşma günlük kullanım süreleri gruplarının ortalama değerleri karşılaştırılarak bu farkın hangi gruplar arasında olduğu incelendiğinde ise; anlık mesajlaşmaları hiç kullanmayan öğrencilerin hem sanal ortam hem de kendini ifade etme faktör algıları ortalamalarının diğer sınıf öğrencilerine nazaran daha düşük olduğu görülmüştür. Diğer bir deyişle anlık mesajlaşma uygulamalarını kullananların, kendilerine mutlu hissettikleri sanal bir dünya oluşturabildiklerini ve kendilerini bu dünyada doğru ifade edebildiklerini yönünde algıya sahip olduklarını göstermektedir.

3.4.2.2.11. En Çok Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması Değişkenine Göre Karşılaştırma Testleri

Kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri Kruskal Wallis testine tabi tutulmuştur. Kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması değişkenine göre oluşturulan tüm araştırma hipotezleri ve sonuçları Tablo 3.4.2.2.11’de gösterilmiştir.

Tablo 3.4.2.2.11. En Çok Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması Değişkenine Göre Oluşturulan Tüm Araştırma Hipotezleri ve Sonuçları

Kullanılan Anlık Mesajlaşma Uygulaması Değişkenine İlişkin Oluşturulan Hipotezler	P değeri	Ortalama	Sonuç
H1_{K1}: Öğrencilerin en çok kullandıkları anlık mesajlaşma uygulaması değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sosyal çevre” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,035	Whatsapp: 2,32 Facebook: 2,92 Skype: 1,20 Twitter: 2,42 Instagram: 2,25 Diğer: 2,00	Kabul
H1_{K2}: Öğrencilerin en çok kullandıkları anlık mesajlaşma uygulaması değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “Normallik Duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,317	Whatsapp: 4,25 Facebook: 4,12 Skype: 4,00 Twitter: 4,50 Instagram: 4,10 Diğer: 4,11	Ret
H1_{K3}: Öğrencilerin en çok kullandıkları anlık mesajlaşma uygulaması değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “sanal ortam” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,319	Whatsapp: 2,71 Facebook: 2,45 Skype: 3,00 Twitter: 2,95 Instagram: 2,92 Diğer: 2,43	Ret
H1_{K4}: Öğrencilerin en çok kullandıkları anlık mesajlaşma uygulaması değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “kendini ifade etme” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,178	Whatsapp: 2,75 Facebook: 2,29 Skype: 2,33 Twitter: 2,09 Instagram: 2,77 Diğer: 2,31	Ret
H1_{K5}: Öğrencilerin en çok kullandıkları anlık mesajlaşma uygulaması değişkenine göre, anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine etki eden “güven duygusu” algıları arasında anlamlı bir fark vardır.	0,323	Whatsapp: 1,86 Facebook: 1,60 Skype: 1,00 Twitter: 1,53 Instagram: 1,97 Diğer: 2,05	Ret

Kullanılan anlık mesajlaşma uygulaması değişkenine ilişkin oluşturulan hipotezlerin sonuçları incelendiğinde; katılımcı öğrencilerin kullandıkları anlık mesajlaşma uygulamasına göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişimlerine etki eden sadece sosyal çevre faktör algı ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu farkın hangi anlık mesajlaşma uygulamasını kullananlar arasında olduğu incelendiğinde ise Facebook uygulamasını kullananların sosyal çevre algısının (2,92) diğer uygulamaları kullananlardan daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durumun Facebook uygulamasında tanınmayan kişilerin de arkadaş olarak ekleme özelliği ile kullanıcı için sanal bir sosyal çevre oluşturma algısının daha fazla olmasından kaynaklandığı düşünülebilir.

Sonuç olarak, buraya kadar elde edilen bulgulara genel olarak bakıldığında; anlık mesajlaşma uygulamaları özelinde yeni teknolojinin kişilerarası iletişime etkisi açısından 16 yaşından itibaren farklılaşmanın başladığı, anlık mesajlaşma uygulamalarının çoğunlukla şahsi cep telefonları aracılığıyla kullanıldığı, 2 saatten fazla kullanımın ve cinsiyetin bu değişimde fark oluşturduğuna yönelik bulgular elde edilmiştir. Ayrıca, özellikle Facebook uygulamasının gençlere sanal bir sosyal çevre oluşturması açısından diğer uygulamalara göre farklılık oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu bulgulardan elde edilen sonuçlar ve yorumlar müteakip bölümde ifade edilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Teknolojik gelişmelerin hayatın her alanında olduğu gibi kişilerarası iletişimde de önemli değişikliğe neden olduğu yapılan çalışmada incelenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda anlık mesajlaşma uygulamalarının bireylerin hayatında nasıl bir yer teşkil ettiği ve insanların iletişim tarzları üzerindeki etkileri incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda çalışmanın birinci bölümünde kişilerarası iletişimin tanımı, önemi, insanın iletişim kurma ihtiyacı ve kişilerarası iletişimi etkileyen tüm faktörler, kişilerarası iletişimin unsurları, kişilerarası iletişimi kolaylaştıran ve güçleştiren unsurlar, iletişim türleri, kişilerarası iletişimde sözel olmayan unsurların önemi ve yakın ilişkilerde kişilerarası iletişim konuları detaylı bir şekilde anlatılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde iletişim alanında kullanılan geleneksel teknolojiler teknolojik gelişmelerle beraber iletişim alanındaki yeni gelişmeler hakkında bilgiler sunulmuş ve geleneksel iletişim araçlarına göre üstünlükleri ortaya konulmuştur. Ayrıca insanların anlık mesajlaşma servislerini tercih etme nedenleri, Dünya ve Türkiye'deki anlık mesajlaşma servislerinin durumu, Türkiye'de sosyal medyanın kullanımı ile istatistik bilgileri ve anlık mesajlaşma servislerinin kişilerarası iletişime etkileri hakkında detaylı bir şekilde bilgi aktarılmıştır.

Üçüncü bölüm uygulama bölümü olarak belirlenmiş ve bu kapsamda teknolojik gelişmeler ile paralel olarak günümüzde kullanımı artmış ve artmakta olan, ayrıca ülkemizde ve dünyada kullanılan popüler anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişime etkileri çeşitli istatistik analizlerle ölçülmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda; anlık mesajlaşma uygulamalarının öğrencilerin kişilerarası iletişimlerine olan etkilerini ölçmeye yönelik Giresun ilindeki Bulancak Anadolu Lisesi ile Bulancak Bahçelievler Anadolu Lisesi'nde öğrenim gören 450 öğrenciye, öğrencilerin kişisel özellikleri ve teknoloji kullanımlarına yönelik sorularla birlikte Pea ve arkadaşlarının (2012) geliştirmiş olduğu kişilerarası iletişim ölçeğini içeren anket formu uygulanmıştır. Öğrencilerin anlık mesajlaşma uygulamalarının öğrencilerin kişilerarası iletişimlerine yönelik algıları arasındaki farklar incelenmiştir.

Çalışmada ilk olarak katılımcı öğrencilerin demografik özellikleri ile evinde bilgisayar olma ve şahsi cep telefonu olması, günlük anlık mesajlaşma uygulaması kullanım süresi, en çok kullandığı anlık mesajlaşma uygulaması ve günlük kullanım süresi gibi bilgileri içeren öğrencilerin teknoloji kullanımına ilişkin sorulara verdikleri cevapların frekans dağılımları gösterilmiştir.

Frekans analizleri sonucu elde edilen bazı bulgular dikkat çekicidir. Bunlardan ilki öğrencilerin yarısından fazlasının anne ve babalarının eğitim durumlarının ilköğretim mezunu olmalarıdır. Buradan hareketle öğrencilerin ebeveynlerinin anlık mesajlaşmanın olası olumsuz etkileri hakkında yeterli bilince sahip olmadığı düşünülebilir.

Bir diğer önemli husus öğrencilerin %68 gibi bir oranda evinde şahsi bilgisayar bulunuyor olmasıdır. Bu durum artık teknolojinin lise çağındaki ergenlerin hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline geldiğini göstermektedir. Anlık mesajlaşma uygulamalarının bilgisayar vasıtasıyla da kullanılabildiği göz önünde bulundurulduğunda bu uygulamaların liseli ergenler tarafından giderek daha da fazla kullanılması sonucunu doğuracaktır.

Bir başka husus öğrencilerin neredeyse tamamının (%94) şahsi cep telefonunun olduğudur. Cep telefonlarının mobil cihazlar olması sayesinde her ortamda kullanılabilmesi ebeveynlerin kontrolü dışında liseli ergenlerin bu uygulamaları kullanabilmelerini sağlamaktadır. Bu noktada ebeveynlerin anlık mesajlaşma uygulamalarının olumsuz etkileri konusunda çok daha dikkatli olmalı ve çocuklarının bu konuda daha bilinçli olduklarından emin olmalıdırlar.

Dikkat çeken bir başka husus öğrencilerin neredeyse tamamının (%96) anlık mesajlaşma uygulamalarını her gün kullanıyor olmalarıdır. Bu durum bize anlık mesajlaşma uygulamalarının liseli ergenlerin hayatından koparmanın mümkün olmadığını göstermektedir.

Devamında araştırmanın asıl amacını oluşturan Whatsapp, Facebook, Skype, Twitter ve Instagram başta olmak üzere diğer anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişime etkilerini ölçen ve çok sayıda sorudan oluşan ölçek sorularından daha az sayıda ve tanımlanabilir nitelikte anlamlı değişkenler elde etmek üzere faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi neticesinde elde edilen “sosyal çevre, güven duygusu, sanal ortam, normallik duygusu ve kendini ifade etme”den oluşan beş boyut için

hesaplanan Cronbach Alpha katsayılarına bakılarak, sosyal çevre faktörünün yüksek derecede; sanal ortam, kendini ifade etme ile güven duygusu faktörlerinin oldukça güvenilir seviyesinde; normallik duygusunun ise düşük seviyede güvenilir olduğu görülmüştür. Araştırmanın devamında faktör analizinde elde edilen bu beş boyut üzerinden analizler yapılmıştır.

Araştırma kapsamında demografik özellikler ile teknoloji kullanımına ilişkin özellikler ile anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişime etki eden faktör algılamaları arasındaki ilişki her bir faktör bazında incelenmiş ve bu kapsamda toplam 55 adet hipotez geliştirilerek SPSS 24.0 istatistik programı ile analiz edilmiştir. Analizlerde faktör ortalamalarının normal dağılıma uymaması nedeniyle parametrik verilerin analizinde yaygın olarak kullanılan T-testi ve ANOVA testleri yerine parametrik olmayan alternatifleri Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis testleri uygulanmıştır. Analiz sonuçları genel olarak incelendiğinde; grupların algıları arasında anlamlı bir fark olmadığına yönelik olarak geliştirilen 55 adet H1 hipotezinden 9 adedinin kabul, 46 adedinin ise reddedildiği görülmüştür. Katılımcı öğrencilere ait demografik özellikler ile teknoloji kullanımına ilişkin özellikleri kapsayan toplam on bir başlıkta gerçekleştirilen fark testi analizleri çerçevesinde;

Cinsiyet değişkenine göre; katılımcıların sadece 1 faktöre göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişime etki algıları arasında anlamlı bir fark olduğu ve bu farkın kız öğrencilerin normallik duygusu algıları ortalamalarının erkeklere nazaran daha yüksek olmasından kaynaklandığı,

Yaş değişkenine göre; katılımcıların 2 faktörde anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişime etki algıları arasında anlamlı bir fark olduğu ve bu farkların 16 yaşındaki öğrencilerin sosyal çevre faktör algıları ortalamalarının diğer yaş gruplarındaki öğrencilere nazaran daha yüksek ve normallik duygusu faktör algıları ortalamalarının diğer yaş gruplarındaki öğrencilere nazaran daha düşük olmasından kaynaklandığı,

Sınıf değişkenine göre; katılımcıların 2 faktörde anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişime etki algıları arasında anlamlı bir fark olduğu ve bu farkların lise 1 öğrencilerinin hem sosyal çevre hem de sanal ortam faktör algıları ortalamalarının diğer sınıf öğrencilerine nazaran daha düşük olmasından kaynaklandığı,

Şahsi cep telefonuna sahip olma değişkenine göre; katılımcıların sadece 1 faktöre göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişime etki algıları arasında anlamlı bir fark olduğu ve bu farkın ise şahsi cep telefonu olan öğrencilerin sosyal çevre algıları ortalamalarının şahsi cep telefonu olmayanlara nazaran daha yüksek olmasından kaynaklandığı,

Anlık mesajlaşma uygulamalarının günlük kullanım süresi değişkenine göre; katılımcıların 2 faktörde anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişime etki algıları arasında anlamlı bir fark olduğu ve bu farkların anlık mesajlaşmaları hiç kullanmayan öğrencilerin hem sanal ortam hem de kendini ifade etme faktör algıları ortalamalarının diğer sınıf öğrencilerine nazaran daha düşük olmasından kaynaklandığı,

En çok kullanılan anlık mesajlaşma uygulama değişkenine göre; katılımcıların 1 faktörde anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişime etki algıları arasında anlamlı bir fark olduğu ve bu farkın sosyal çevre faktör algılarında en çok Skype kullanan öğrenciler ile en çok Facebook kullanan öğrenciler arasındaki faktör algıları ortalamalarındaki farktan kaynaklandığı,

Bunlarla birlikte öğrencilerin; anne ve babalarının eğitim seviyeleri, anne ve babalarının sağ/birlikte/ayrı olması, başarı durumlarını ifade eden sınıflarını nasıl geçtikleri, evinde bilgisayarları olup olmaması durumlarını ifade eden 5 değişkenin gruplarının hiçbirinde öğrencilerin anlık mesajlaşma uygulamalarının kişisel iletişimlerine etki algıları arasında fark olmadığı tespit edilmiştir.

Özetle katılımcıların demografik ve teknolojik özelliklerini içeren 11 değişkene göre yapılan fark testlerinde 6 değişkendeki gruplar arasında anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişime etki algıları arasında anlamlı bir farklılık olduğu, 5 değişkende ise hiçbir grupta faktör algıları arasında fark oluşmadığı tespit edilmiştir. Bu farkı oluşturan grupların cinsiyet itibarıyla kız, yaş itibarıyla 16, sınıf itibarıyla Lise 1 olan öğrencilerden oluştuğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda fark oluşturan diğer öğrencilerin ise günlük anlık mesajlaşma uygulamalarını hiç kullanmayanlar ve şahsi cep telefonu bulunanlar olduğu görülmüştür. Ayrıca Whatsapp kullanan öğrencilerin kişisel iletişimlerine etki eden sosyal çevre faktör algılarının diğer faktörlere nazaran daha yüksek olmasına rağmen Facebook kullanan öğrencilerin sosyal çevre faktör algılarının diğer tüm anlık mesajlaşma uygulamalarından çok daha yüksek olduğu da tespit edilmiştir.

Yapılan tespitler ışığında aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Cinsiyet açısından araştırmaya bakıldığında kızların kullandıkları anlık mesajlaşma uygulamalarına yönelik normallik duygusunun, erkeklerden biraz daha yüksek olduğu görülmektedir. Diğer bir deyişle bu uygulamaları yaşlılarıyla aynı oranda kullanmakta ve uygulama kullanmaları nedeniyle kendilerini daha normal hissetmektedirler. Bu durum, kızlar arasında sanal iletişimin daha normal karşılandığı, erkekler arasında ise nispeten daha az normal karşılandığı anlamına gelmektedir. Bununla birlikte, kızların normallik duygusuna kullanım saati açısından bakıldığında, kızlarda kullanım ile normallik duygusunun benzer oranda artış gösterdiği fakat erkeklerde bu durumun söz konusu olmadığı görülmektedir. Öyleyse kızlar tarafından anlık mesajlaşma uygulamaları daha çok kullanıldıkça kendilerini daha normal hissettikleri algısına kapıldıklarını göstermektedir. Çünkü çevrenin tutumunun değişmesinin oldukça zordur ve bu durum bir yanılsamadan ibaret olabilir. O halde, bahse konu teknolojilerin daha fazla kullanımı özellikle genç yaştaki kızların gerçek çevreye yönelik algıları üzerinde manipülasyona yol açabilmektedir. Buna bağlı olarak, genç kızların bu konuda bilinçlendirilmesi ve özellikle anlık mesajlaşma uygulamaları tarafından gelebilecek yanlış algıların önüne geçilmesi önem arz etmektedir.

Yaş grupları açısından bakıldığında 16 yaşındakilerin sosyal çevre algısının yüksek olmasına rağmen normallik duygusunun düşük olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle bu yaş grubundakiler anlık mesajlaşma uygulamaları sayesinde sosyal bir çevre oluşturduklarını düşünürken, bu durum yaşlıları tarafından normal görülmemektedir. Buna bağlı olarak 16 yaş civarında sosyal çevre oluşurken, kullanım alışkanlıklarının somutlaşmaya başladığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle 16 yaşın anlık mesajlaşma uygulamalarının kullanımı alışkanlığı açısından kritik bir yaş olduğu kanısına varılmıştır. Dolayısıyla, anlık mesajlaşma uygulamasından elde edilen bu bulguya dayanılarak, teknolojinin kullanımının kişilerarası iletişime yönelik olumsuz etkilerini en aza indirmek için doğru bilgi ve alışkanlıkların gençlere 16 yaşından önce kazandırılmasının kritik bir önemi olduğu değerlendirilmektedir.

Sınıf açısından bulgularda Lise 1'inci sınıfların (14-15 yaş) sosyal çevre ve sanal ortam algılarının düşük olduğu görülmektedir. Bu durum, bir önceki maddede bahsedilen bulguyu desteklemektedir. Yani, 14-15 yaş civarında anlık mesajlaşma uygulamaları henüz gençlerin sosyal çevre ihtiyacını karşılayacak düzeyde bir katkı

sağlamazken, sonraki yaşlarda sosyal çevrenin artmasıyla mesajlaşma uygulamalarının kullanımı da artmaktadır. En çok kullanılan uygulamanın Whatsapp olduğu göz önünde bulundurulduğunda, bu durumun henüz sosyal çevrenin oluşmamış olmasından kaynaklandığı düşünülebilir. Çünkü Whatsapp uygulaması sosyal çevrede kurulan arkadaşlıklar üzerine dayalı bir mesajlaşma ortamı sağlamaktadır. O halde teknolojik gelişmelerin kişilerarası iletişime etkisinin Lise 1 çağındaki gençler üzerinde en az etkisi olduğu, bu nedenle gençlerin teknolojik gelişmelerin kişilerarası iletişime yönelik bilinçlendirilmesi açısından geçiş dönemi öncesindeki son fırsat dönemi olduğu değerlendirilmektedir.

Şahsi cep telefonu kullananların sosyal çevre algısının genel olarak yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum, anlık mesajlaşma uygulamalarının çoğunlukla şahsi cep telefonları aracılığıyla kullanıldığını göstermektedir. O halde, teknolojik gelişmelerin en çok şahsi cep telefonları üzerinden gençlere ulaşacağı ön görülebilir. Bu durumda cep telefonlarının kullanımının düzenlenmesinin okullarda kişilerarası iletişime (bilgisayar, tablet vs. cihazlara göre) daha fazla etki edeceği değerlendirilmektedir.

Kullanım açısından, anlık mesajlaşma uygulamalarını hiç kullanmayanların sanal ortam ve kendini ifade algısının düşük olduğu görülmektedir. Diğer bir deyişle, anlık mesajlaşma uygulamalarını kullananların kendilerine mutlu hissettikleri sanal bir dünya oluşturabildiklerini ve kendilerini bu dünyada doğru ifade edebildiklerini düşünmektedirler.

Anlık mesajlaşma uygulamalarının kullanımına yönelik bulgulara bakıldığında anlık mesajlaşma uygulamalarından Facebook uygulamasını kullananların sosyal çevre algısının diğer uygulamaları kullananlardan daha yüksek olduğu görülmektedir. Facebook uygulamasının diğer uygulamalardan farklılığına bakıldığında, tanınmayan kişilerin de arkadaş olarak ekleme özelliği olduğu görülmektedir. O halde Facebook uygulamasının gerçek hayatta tanınmayan kişilerin de arkadaş olarak eklenmesi ve bunun sonucunda gerçek bir arkadaşmış gibi algılanmasına sebep olduğu sonucu çıkartılabilir. Hâlbuki bu ortamda arkadaş olarak eklenen kişilerin gerçek kimlikleri ve niyetlerini bilmek mümkün değildir. Facebook uygulamasında tanınmayan kişilerin arkadaş olarak algılanması, onlara güven duygusu anlamına gelerek insanları manipülasyona açık hale getirebilir. O halde araştırmanın konusu olan gençlere

Facebook uygulamasının kullanılmasında tanınmayan kişilerin de arkadaş olarak algılanmasının tamamen gerçeği yansıtmadığının anlatılması önem arz etmektedir. Söz konusu gençlerin bu kişilerden gelebilecek tehlikelere karşı bilinçlendirilmelerinin sağlanmasında fayda mütalaa edilmektedir.

Çalışmanın bulgularına genel olarak bakıldığında ise, beklenin aksine, anne ve babaların eğitim seviyeleri, anne ve babaların sağ/birlikte/ayrı olması, başarı durumları ve evlerinde bilgisayarları olup olmamasının lise çağındaki gençlerin anlık mesajlaşma uygulamalarını kullanımına ve bu uygulamalardan kaynaklanan kişilerarası iletişime yönelik incelenen algılarına etki etmediği ortaya çıkmaktadır. Bu durum frekans analizlerinde de bahsedildiği gibi artık teknoloji ve teknolojinin bir sonucu olan anlık mesajlaşma uygulamalarının hangi grupta olursa olsun liseli ergenlerin hayatlarının ayrılmaz bir parçası olduğu gerçeğini pekiştirmektedir. Ayrıca ebeveynle çocuğunun eğitim seviyesi farkından kaynaklanan çatışmalardan, öğrencinin anne ve babalarının ayrı yaşamasından veya derslerinde daha başarısız olmalarından yaşayacağı mutsuzluklardan dolayı, mutsuzluklarını gidermenin bir yolu olarak anlık mesajlaşmaya yönelik algılarının daha yüksek çıkacağı beklenmekteydi. Bu değişkenlere yönelik algı farklılıklarının olmaması liseli ergenlerin anne-baba eğitim seviyesi, anne-baba birlikte yaşama durumu, derslerindeki başarı durumu ne olursa olsun bilinçlendirilmeleri gerektiği, nasıl olsa ebeveynleri eğitilmiş insanlar, ebeveynleri beraber yaşıyor veya zaten bu öğrenciler başarılılar anlık mesajlaşma uygulamalarının olası zararları konusunda yeterli bilgiye sahiptir diye düşünülmemelidir.

Sonuç olarak, yapılan çalışmada lise çağındaki kişiler değerlendirildiğinde; öncelikle teknolojinin kişilerarası iletişime etkisi açısından 16 yaş grubunun kritik bir yaş olduğu, bu yaştan önceki lise yıllarında teknolojinin iletişime henüz tam etki etmediği tespit edilmiştir. Bunlara bağlı olarak teknolojinin kişilerarası iletişime olumsuz etkilerinin önlenmesi açısından gençlerin 16 yaş öncesinde (Lise 1'inci sınıfta) bilinçlendirilmesi önem arz etmektedir. İkinci olarak kızların erkeklere oranla teknolojiyi daha fazla kullandıkça kişilerarası iletişime yönelik algılarının daha fazla etkilendiği ortaya çıkmaktadır. İlaveten, Facebook uygulamasının gençlere sanal bir güvenlik hissi (tanınmayan kişilerin arkadaş olarak algılanması) verdiği kanaatine varılmıştır. O halde kişilerarası iletişime etki eden normallik duygusu ve sosyal çevre faktörleri göz önüne alındığında, özellikle genç kızların ve Facebook kullanıcılarının

yanlış algılara daha açık olduğu, bu nedenle teknolojik uygulamalardan kaynaklanan yanlış algılar ve kötü niyetli kişiler tarafından gelebilecek tehlikelere yönelik olarak daha fazla bilinçlendirilmelerinin önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Yazıcı (2015) tarafından üniversite öğrencilerine yapılan “Kişilerarası iletişimde anlık mesajlaşma uygulamalarının yeri: Whatsapp uygulaması ile ilgili üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme” konulu araştırmada elde edilen sonuçlarda belirtildiği üzere “Teknolojik gelişmelerle birlikte daha da artan bireylerdeki sosyalleşme anlayışı ve ihtiyacı dönüşüm gerçekleştirmiştir. Fiziksel ortamlar ve gerçeklik tamamen değişmiş yerini ağ sistemleri ile gerçekleşen çevrimiçi iletişime bırakmıştır” Bu araştırmada anlık mesajlaşmaların kişilerarası iletişime etkilerinde belirtildiği üzere sosyal çevre algısının anlık mesajlaşmalarda etkilendiği bu konuda da lise çağındaki özellikle 16 yaş grubunun kritik öneme haiz olduğu çıkarımını desteklemektedir. Aynı zamanda gerçekliğin değişmesi yani Facebook uygulamasının gerçek hayatta tanınmayan kişilerin de arkadaş olarak eklenmesi ve bunun sonucunda gerçek bir arkadaşmış gibi algılanması da bu araştırma sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte yine Yazıcı tarafından bireylerin teknolojik uygulamalar sayesinde kullanıcılar çevrimiçi olarak sosyalleşmeye başladıkları ve bu uygulamaların kişilerarası iletişim süreçlerini ve sosyalleşme alanlarını etkilemeye devam edeceği belirtilmektedir. Bu sonuçta araştırmamızda elde edilen şahsi cep telefonu kullananların sosyal çevre algısının genel olarak yüksek olduğu sonucu ile benzerlik göstermektedir.

Balcı ve Günar (2008) araştırma sonuçlarına göre, üniversite öğrencilerinin anında mesajlaşmalarında etkili olan 4 motivasyon belirlenmiştir. Bu motivasyonlar “(1) kişilerarası etkileşim ve fayda, (2) kolaylık, (3) rahatlama ve eğlence, (4) bilgi arama” şeklindedir. Bu çalışmada da kişilerarası etkileşim motivasyonunun anlık mesajlaşma kullanımına karşılıklı olarak etki ettiği yönündeki bulguları destekler niteliktedir. Ayrıca Balcı ve Günar, araştırma sonuçlarında kız öğrencilerin, erkek kullanıcılara göre günlük daha uzun süre anında mesajlaşmakta ve bir oturumda daha uzun süre anında mesajlaşma servislerini kullandıklarını tespit etmişlerdir. Bu konuda da yapılan araştırmada özellikle kız öğrencilerin 2 saat ve üzerinde uygulamaları kullananların sanal ortam ve kendini ifade algısının yüksek olduğu sonucu ile örtüşmektedir.

Pea vd. (2011)'nin Kuzey Amerika'da yaptığı araştırmada yaş arttıkça çocukların normallik ve sosyal çevre algılarının düştüğünü ortaya koymaktadır. Bu çalışmada ise sadece 16 yaş grubunun diğer yaş gruplarına nazaran sosyal çevre algılarının yüksek ve normallik duygusu algılarının ise düşük olduğu sonucu bulunmuştur. Bu bakımdan bu çalışma Pea vd. (2011)'nin yaptığı çalışmadan farklılık göstermektedir.

Rideout vd. (2010)'nin Amerika'da gerçekleştirdikleri bir araştırmada 15-18 yaş grubunun %85'inin şahsi cep telefonu olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışmaya katılan öğrencilerin %94'ünün şahsi cep telefonu vardır. Bu kapsamda sonuçların birbirine çok yakın olduğu söylenebilir.

Aynı çalışmada 15-18 yaş grubunun %93'ünün ise evde bilgisayarı olduğu görülmektedir. Bu çalışmada çıkan sonuç ise öğrencilerin %68'inin evde bilgisayarı olduğu şeklindedir. Bu kapsamda sonuçların biraz farklı olduğu söylenebilir.

Yine aynı çalışmada 15-18 yaş grubunun günde ortalama 14 dk. anlık mesajlaşma uygulamalarını kullandığından bahsedilmektedir. Bu çalışmadaki ortalama anlık mesajlaşma kullanım süresi bu değerin oldukça üzerinde olduğu bulunmuştur.

Yapılan çalışma, lise çağındaki gençler açısından teknolojinin kişilerarası iletişime etkilerini genel olarak ortaya çıkarması bakımından faydalı bir çalışma olarak görülmektedir. Buna rağmen, lise çağı öncesi ve sonrasında teknolojik gelişmelerin ne ölçüde kullanıldığı, bu kullanımın kişilerarası iletişime etkisinin ne şekilde olduğu, lise çağında yapılacak düzenlemelerin ileriki dönemlere olumlu olarak yansıyor yansımayacağı belirsizliğini korumaktadır. Bu nedenle yapılacak müteakip çalışmaların, lise çağı öncesi ve sonrasını da kapsayacak şekilde yapılmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca gün geçtikçe artmakta ve farklılaşmakta olan anlık mesajlaşma uygulama çeşitleri özelinde ayrı ayrı sorular ile ayrı bir çalışma yapılarak kişisel iletişime olan etkilerinin ölçülmesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- ABUREZEQ Ibtehal Mahmoud and ISHTAIWA Fawzi Fayez; (2013), “The Impact of WhatsApp on Interaction in an Arabic Language Teaching Course”, **International Journal of Arts & Sciences**, 6(3), ss:165-180.
- ACIR Erdem; (2008), Internet'in Türk Toplumunun İletişimdeki Rolü: Facebook'taki Türkiye, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- AKTAŞ Celalettin; (2014), **QR Kodlar Ve İletişim Teknolojilerinin Hibritleşmesi**, Kalkeden Yayıncılık, İstanbul.
- ARMBRUST Michael, Fox Armando, GRIFFITH Rean, JOSEPH Anthony D, KATZ Randy, KONWINSKI Andy and ZAHARIA Matei; (2010), “A View of Cloud Computing”, **Communications of the ACM**, 53(4), ss:50-58.
- AYVAZ Tuğba; (2017), İnternet Ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri 2017, <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/>, (Erişim Tarihi: 06 Şub 2017).
- BALCI Ash ve TEZEL ŞAHİN Fatma; (2018), “Öğretmen-Aile İletişiminde WhatsApp Uygulamasının Kullanımı”, **Gazi University Journal of Gazi Educational Faculty GEFAD / GUJGEF** 38(2), ss:751-778.
- BALTAŞ Zuhale ve BALTAŞ Acar; (2006), **Bedenin Dili**, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- BAŞARAN İbrahim Ethem; (2000), **Eğitim Yönetimi**, Feryal Matbaası, Ankara.
- BAŞLAR Gülşah; (2013), **Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm**, Akademik Bilişim Konferansı, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

- BAYRAK Sabahat; (1995), Örgütlerde Etkili İletişim ve Yönetimi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erzurum.
- BEKTAŞ Arsev; (2002), **Siyasal Propaganda, Tarihsel Evrimi ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları**, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- BELL David; (2007), **Cyberculture Theorists: Manuel Castells and Donna Haraway**, Routledge: Oxon, UK.
- BİLGİÇ Hatice Gökçe, DUMAN Duygu ve SEFEROĞLU Sadi; (2011), **Dijital Yerlilerin Özellikleri ve Çevrim içi Ortamların Tasarlanmasındaki Etkileri**, Akademik Bilişim, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- BİLGİUSTAM, <http://www.bilgiustam.com/>, Erişim Tarihi, 03.01.2018
- BULUT Mesut; (2006), **Kitle İletişim Aracı Olarak Gazete ve İnternet**, Tekağaç Yayıncılık, İstanbul.
- BÜYÜKÖZTÜRK Şener; (2002), **Handbook of Data Analysis For Social Sciences**, Pegem-A Publishing, Ankara.
- BÜYÜKÖZTÜRK Şener, ÇAKMAK Ebru Kılıç, AKGÜN Özcan Erkan, KARADENİZ Şahin ve DEMİREL Funda; (2018), **Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Pegem Akademi Yayınları, Ankara.
- CHURCH Karen ve OLIVEIRA Rodrigo De; (2013), “**What’s up with Whatsapp? Comparing Mobile Instant Messaging Behaviors with Traditional SMS**” **Mobile HCI 2013 – Collaboration And Communication**, ss:352-361.
- CIRCLELOVE, <https://circlelove.co/>, Erişim Tarihi, 11.05.2018.
- COMOR Edward; (2001), “Harold Innis And 'The Bias Of Communication', **Information, Communication & Society**”, 4:(2), ss:274-294.

- DAMANHOURİ Miramar; (2018), “The Advantages and Disadvantages of Body Language in Intercultural Communication”, **Khazar Journal of Humanities& Social Sciences**, 21(1), ss:113.
- DENG Zhaohua, Lu Yaobin, WEI Kwok Kee ve ZHANG Jinlong; (2010), “Understanding Customer Satisfaction and Loyalty: An Empirical Study of Mobile Instant Messages in China”, **International Journal of Information Management**, 30, ss:289-300.
- DİLMEN Emel ve ÖĞÜT Sertaç; (2006), “Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşime İletişimsel Bilişim Yaklaşımı”, Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Kitabı, Marmara Üniversitesi iletişim Fakültesi, İstanbul.
- DOĞAN Yadigar; (2007), “İlköğretim Çağındaki 10-14 Yaş Grubu Öğrencilerinin Gelişim Özellikleri”, **Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 8(13), ss:155-187.
- DÖKMEN Üstün; (2004), **İletişim Çatışmaları ve Empati**, 18. Baskı, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- DÖKMEN Üstün; (2006), **İletişim Çatışmaları ve Empati**, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- DÜNDAR Pelin ve ÖZEL KORALP Elif; (2012), “Kurum içi İletişimin Kaliteye Olan Katkısı: Yeni İletişim Teknolojilerinin Kurum içi İletişimin Kalitesine Olan Etkisini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma”, **ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi**, 3(6), ss:104-129.
- E-BERĞİ, <https://E-Bergi.com/>, Erişim Tarihi, 31.05.2018
- EKİNCİ Hasan; (2000), “İşletmelerin Halkla İlişkilerinde İnternet’in Önemi”, **Pazarlama Dünyası**, 14 (4), ss:24-28.
- EREN Fetah, ÇELİK İsmail ve AKTÜRK Ahmet Oğuz; (2014), “Ortaokul Öğrencilerinin Facebook Algısı: Bir Metafor Analizi”, **Kastamonu Eğitim Dergisi**, 22(2), ss:635-648.

ELGÜNLER ÇEDİKÇİ Tuğçe ve FENER ÇEDİKÇİ Tuğba; (2011), “İletişimin Kalitesini Etkileyen Engeller ve Bu Engellerin Giderilmesi”, **The Turkish Online Journal of Design Art and Communication**, 1 (1), ss:35-39.

ELLISON Nicole B, STEINFELD Charles ve LAMPE Cliff; (2006), “Spatially Bounded Online Social Networks and Social Capital: The Role of Facebook”, Annual Conference of The International Communication Association (Ica), Media Michigan State University, Germany.

ERDOĞAN İrfan; (2002), **İletişimi Anlamak**, Erk Yayınları, Ankara.

ERDOĞAN İrfan; (2005), **İletişimi Anlamak**, 2. Baskı, Erk Yayınları, Ankara.

ERDOĞAN İrfan ve ALEMDAR Korkmaz; (2010), **Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi**, Erk Yayınları, Ankara.

ERKUL Erdem; (2009), “Sosyal Medya Araçlarının (Web 2.0) Kamu Hizmetleri ve Uygulamalarında Kullanılabilirliği”, **Türkiye Bilişim Derneği Dergisi**, 116, ss:96-101.

EROĞLU Erhan, ATAİZİ Murat, YÜKSEL Haluk, YÜKSEL Aysun; (2013), **Etkili İletişim Teknikleri**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

GEÇİKLİ Fatma, (2016), **Halkla İlişkiler ve İletişim**, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

GEZGİN Suat; (2002), **Günümüzde Basın Özgürlüğü Kavramı**, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi Yayınları, İstanbul.

GLASS Richard and Lİ Suhong; (2010), “Social Influence and Instant Messaging Adoption”, **Journal of Computer Information Systems**, 51 (2), ss:24-30.

GOYAL Lakhmi Chand and JATAV Pradeep Kumar; (2012), “Cloud Computing: An Overview and Its Impact on Libraries”, **International Journal of Next Generation Computer Applications**, 1 (1), ss:9-15.

GÖKDAĞ Dursun; (2008), **Etkili İletişim**, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.

GÜNEY Salih; (2009), **Davranış Bilimleri**, Nobel Yayınevi, 5. Baskı, Ankara.

GÜRÜZ Demet ve ÖZDEMİR YAYLACI Gaye; (2004), **İletişimci Gözüyle İnsan Kaynakları Yönetimi**, MediaCat Kitapları, İstanbul.

GÜRÜZ Demet ve TEMEL EĞİNLİ Ayşen; (2012). **Kişilerarası İletişim**, 3. Baskı, Nobel Yayıncılık, Ankara.

HELD Gilbert; (2007), **Understanding IPTV**, Auerbach Publications, New York.

HUANG Pu and LI Mengxiang; (2013), Analyzing Mobile Instant Messaging User Satisfaction And Loyalty: An Integrated Perspective, (ECIS) Proceedings of the 21st European Conference on Information Systems.

İSEN Galip ve BATMAZ Veysel; (2006), **Ben ve Toplum**, Salyangoz Yayınları, İstanbul.

JEANNENEY Jean Noel; (2009), **Başlangıçtan Günümüze Medya Tarihi**, Çev: Esra Atuk, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

KALAYCI Şeref; (2010), **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Asil Yayınları, Ankara.

KARAKOYUN Ferit; (2017), “Öğretmen Adaylarının İnternet Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Dicle Üniversitesi Örneği”, **Electronic Journal of Social Sciences**, 16 (64), ss:1440-1449.

KAYPAKOĞLU Serdar; (2008), **Kişilerarası İletişim “Cinsiyet Farklılıklar, Güç Ve Çatışma”**, Derin Yayınevi, İstanbul.

KIRCI Selma; (2011), Yeni Neslin Yeni Dünyası: Ortaöğretim Öğrencileri Ve Facebook, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

KOCASAVAŞ Yıldız, (2007), “Etkili İletişimin Sözsüz Adımı Olan Beden Dili Ve Türkçe Eğitimindeki Rolü”, **Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı 7, ss:47-55

KWON Ohbyung and WEN Yixing; (2010), “An Empirical Study of The Factors Affecting Social Network Service Use”, **Computers in Human Behavior**, 26 (2), ss:254-263.

LERMAN Kristina; (2007), Social Information Processing in News Aggregation, **IEEE Internet Computing**, 6 (6), ss:16-28.

LI Dadui, CHAU Patrick Y K and LOU Hao; (2005), “Understanding Individual Adoption of Instant Messaging:An Empirical Investigation”, **Journal of the Association for Information Systems**, 6 (4), ss:102-129.

MAALOUF Amin; (2009), **Çivisi Çıkmış Dünya**, Çev: Orçun Türkay, YKY, İstanbul.

MALHOTRA Dhiraj Kumar and BANSAL Sonia; (2017), “Magnetism of Whatsapp Among Veterinary Students”, **The Electronic Library**, 35(6), ss:1259-1267.

MANCAR Barış; (2016), **Hangi Ülkede Hangi Mesajlaşma Uygulaması Daha Çok Kullanılıyor?**, /http://www.webmasto.com/, (Erişim Tarihi, 22.02.2018).

MANOVICH Lev; (2001), **The Language of New Media**, Mass.: MIT Press, Cambridge.

MAYFIELD Antony; (2008), **What is Social Media**, https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf, (Erişim Tarihi: 02.02.2012).

MİLLİYET, http://www.milliyet.com.tr/, Erişim Tarihi, 11.04.2018

NARDİ Bonnie, WHITTAKER Steve and BRANDER Erin; (2000), Interaction and Iteraction: Instant Messaging in Action, In Proceedings of the 2000 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work (pp:79-88), ACM.

- OKUR DURAN Hatice ve ÖZKUL Metin; (2015), “Modern iletişim Arayüzü: Sanal İletişim Sosyal Paylaşım Sitelerinin Toplumsal İlişki Kurma Biçimlerine Etkisi (Facebook Örneği)”, **Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences Year**, 1(21), ss:213-246.
- ÖZMEN Şule; (2003), **Ağ Ekonomisinin Yeni Ticaret Yolu E- Ticaret**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- ÖZTÜRK Gülcennet; (2017), “Bir Propaganda Aracı Olarak Radyo”, **Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)**, 2(3), ss:157-174
- ÖZÜDOĞRU Şakir; (2014), “Bir WEB 2.0 Uygulaması Olarak Bloglar: Blogların Dinamikleri ve Blog Alemi”, **The Turkish Online Journal of Design Art and Communication**, 4(1), ss:36-50.
- PEA Roy, NASS Clifford, MEHEULA Lyn, RANCE Marcus, KUMAR Aman, BAMFORD Holden and ZHOU Michael; (2012), “Media Use, Face-to-Face Communication, Media Multitasking, and Social Well-Being Among 8-to 12-Year-Old Girls”, **Developmental Psychology**, 48 (2), ss:327.
- PIELOT Martin, OLIVEIRA Rodrigo, KWAK Haewoon, OLIVER Nuria; (2014), “**Didn’t You See My Message? Predicting Attentiveness to Mobile Instant Messages. Predicting Attentiveness to Mobile Instant Messages**”, CHI’14, Canada.
- RENNECKER Julie and GODWIN Lindsey; (2003), “Theorizing the Unintended Consequences of Instant Messaging for Worker Productivity”, **Sprouts: Working Papers on Information Environments, Systems and Organizations**, 3 (3), ss:137-169.
- RIDEOUT Victoria J, FOEHR Ulla G. and ROBERTS Donald F; (2010), **Generation M 2: Media in the Lives of 8-to 18-Year-Olds**, The Henry J. Kaiser Family Foundation, California.
- SABUNCUOĞLU Zeyyat, Gümüş M; (2008), **Örgütlerde İletişim**, Arıkan Yayıncılık, İstanbul.

- SEUFERT Michael, HOßFELD Tobias, SCHWIND Anika, BURGER Valentin and TRAN-GIA Phuoc; (2015), “Group-Based Communication In WhatsApp”, **Mobile Networks and Management: 7th International Conference**, ss:536-541.
- SEVLİ Onur; (2011), Bulut Bilişim ve Eğitim Alanında Örnek Bir Uygulama, Doktora tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- SINGLA, P., & Richardson, M. (2008). Yes, there is a Correlation:-From Social Networks to Personal Behavior on the web. In Proceedings of the 17th International Conference on World Wide Web .,pp. 655-664, ACM.
- SINGLA Parag and RICHARDSON Matthew; (2008), “Yes, There is a Correlation: From Social Networks to Personal Behavior on The Web”, **In Proceedings of the 17th international conference on World Wide Web**, ACM, ss:655-664.
- SİPAHİ Beril, YURTKORU, E.Serra, ÇİNKÖ, Murat; (2010), **Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi**, 3. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.
- STATISTA, <http://www.statista.com/>. Erişim Tarihi, 23.01.2018.
- STIGLITZ, Josph E.; (2002), **Küreselleşme Büyük Hayal Kırıklığı**, Çev: Arzu Taşçıoğlu, Deniz Vural, Plan B Yayınevi, İstanbul.
- ŞAHİN, A. (2010). “Örgüt Kültürü-Yönetim İlişkisi ve Yönetimsel Etkinlik”. **Maliye Dergisi**, 159, 21-35.
- TAYFUN Recep; (2014), **Etkili İletişim ve Beden Dili**, Beşinci Baskı, Nobel Yayın ve Dağıtım, Ankara.
- TELMAN Nursel ve ÜNSAL Pınar; (2005), **İnsan İlişkilerinde İletişim**, Epsilon Yayıncılık Hizmetleri, İstanbul.
- TOKGÖZ Oya; (2003), “Türkiye’de İletişim Eğitimi: Elli Yıllık Bir Geçmişin Değerlendirmesi”, **Kültür ve İletişim**, 6 (1), ss:9-32.

TREMBLAY Gaëtan; (2012), “From Marshall McLuhan to Harold Innis, or From The Global Village to The World Empire”, **Canadian Journal of Communication**, 37(4), 561-575.

TOTAL Nilgün; (2005), **Küreselleşme İletişim Kültürlerarasılık**, Kırmızı Yayınları, İstanbul.

TÜRK PSİKOLOJİ ÖĞRENCİLERİ ÇALIŞMA GRUBU, <http://www.tpocg.org>, Erişim Tarihi, 11.05.2018

WHATSAPP, <https://www.Whatsapp.com/>, Erişim Tarihi, 31.01.2018.

YAPRAKLI Tevfik Şükrü, ALTAY Şafak; (2017), “Mobil Anlık Mesajlaşma Servislerinin Kullanımı Üzerinde Etkili Faktörlerin İncelenmesi: Ardahan Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Saha Araştırması”, **Öneri Dergisi**, 12(48), ss:199-216.

YAVUZER Haluk; (2001), **Ana-Baba ve Çocuk**, 14. Baskı, Remzi Kitapevi, İstanbul.

YAZICI Tülay; (2015), “Place of Interpersonal Communication in The Instant Messaging Application: A study on College Students Relating to The Whatsapp Applications”, **International Journal of Social Sciences and Education Research**, 1 (4), ss:1102-1119.

YILDIZ Esra ve ŞAHİN Serap; (2011), **Bulut Bilişimde Güvenlik Riskleri ve Önlemler**, II. Uluslararası Bilişim Hukuku Kurultayı, İzmir.

YOON Cheolho, JEONG Changyun and ROLLAND Erik; (2014), Understanding Individual Adoption of Mobile Instant Messaging: a Multiple Perspectives Approach, *Information Technology and Management*, 1-13.

ZILLIOĞLU Merih; (2003), **İletişim Nedir?**, 2. Baskı, Cem Yayınevi, İstanbul.

ZILLIOĞLU Merih; (2007), **İletişim Nedir?**, Cem Yayınevi, İstanbul.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Tuğba TEKMEK
Doğum Yeri ve Tarihi : Giresun / 30.08.1990

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla
İlişkiler ve Tanıtım

Yüksek Lisans Öğrenimi : Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

Bilimsel Faaliyetler : GÜLLÜPUNAR Hasan ve TEKMEK Tuğba; (2018)
“İmajın Kurumsal İtibara Etkisi: Giresun Belediyesi Örneği”, **Türkiye İletişim
Araştırmaları Dergisi**, 29, 89-110

İş Deneyimi

Stajlar : İstanbul Turizm ve Otelcilik A.Ş. / The Marmara Taksim
Hotel

İletişim

e-posta Adresi : t.tekmen@msn.com

Tarih : 11.01.2019



EKLER

EK - 1

Etik Kurul Onayı

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU

(Proje Onay Formu)

TARİH :
YER :
KATILIMCILAR :
Prof.Dr. Günay ÇAKIR (Başkan)
Prof.Dr. Bahri BAYRAM
Prof.Dr. Hüseyin DEMİR
Prof.Dr. Bayram NAZIR
Prof.Dr. Ekrem CENGİZ
Prof.Dr. Saime ŞAHİNÖZ
Doç. Dr. Ferkan SİPAHİ

BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU PROJE ONAY FORMU	
Projenin Adı:	TEKNOLOJİK GELİŞMELERİN KİŞİLERARASI İLETİŞİM ÜZERİNE ETKİLERİ: ANLIK MESAJLAŞMA PROGRAMLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA
Projenin Niteliği:	Yüksek Lisans Tezi
Proje Araştırmacıları:	Gülsüm ÇALIŞIR, Tuğba TEKMEK
Proje Yürütücüsünün Haberleşme Bilgileri:	Doç. Dr. Gülsüm Çalışır Tel: 05383122505 E Posta: gulsuncalisir@gumushane.edu.tr Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, 6.kat, 603 nolu oda.
Araştırmanın Amacı:	Bu çalışmada teknolojik gelişmelerin kişilerarası iletişim üzerinde etkileri araştırılacaktır. Giderek kullanımı yaygınlaşan en son teknoloji ürünlerinden biri olan anlık mesajlaşma uygulamaları incelenecektir. Bu kapsamda anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerinde yapmış olduğu etkilerin ortaya konulması amaçlanmaktadır.
Araştırmanın Gerekçesi:	Günümüz teknolojisinin hayatın her bölümünde yer alan etkisi kişilerarası iletişim biçimlerini de etkilemiş ve yeni değişimler ortaya koymuştur. Bu değişimlerle birlikte yeni iletişim kanalları oluşmuş ve söz konusu kanallar, hayatımızın vazgeçilmez araçları haline gelmiştir. Hazırladığımız yüksek lisans tez çalışması ile günümüzde en çok kullanılan anlık mesajlaşma programlarını belirlemeyi ve genç bireyler üzerinde ne gibi etkileri olduğunu araştırmayı hedefliyoruz. Bu sonuçları elde etmek adına Giresun ilindeki Bulancak Anadolu Lisesi ile Bahçelievler Anadolu Lisesi öğrencilerine anket uygulamamız gerekmektedir.

(Handwritten signature)

Araştırmanın Yöntemi:	Çalışmanın ilk bölümlerinde literatür taraması yapılarak iletişim ve iletişim alanında kullanılan yeni teknolojiler hakkında bilgi verilecektir. Yeni teknolojilerin gelişimine bağlı olarak iletişimde yaşanan değişime vurgu yapılacaktır. Anlık mesajlaşma sistemi ile ilgili bölümde ise dünyada ve Türkiye’de kullanılan anlık mesajlaşma programları hakkında bilgiler verilecektir. Yine bu bölümde; i. Anlık mesajlaşma uygulamasının iletişime etkisine ilişkin literatürde yapılmış olan çalışmalar incelenecek ve tanıtılacak, ii. Anlık mesajlaşma programlarının kullanımına ilişkin istatistik veriler ve grafikler paylaşılacak ve yorumlanacak, iii. Anlık mesajlaşmanın kişilerarası iletişime etkileri literatür çalışmalarının sonuçlarına göre ortaya konacaktır. Çalışmanın uygulama bölümünde ise farklı demografik ve teknoloji kullanım özelliklerine sahip lise öğrencilerinin katılımıyla gerçekleştirilecek anketlerde katılımcı öğrencilerin bu uygulamaların kişilerarası iletişime olan etkileri hakkındaki düşünceleri ortaya çıkarılacaktır. Katılımcı öğrencilerin bu uygulamaların kişilerarası iletişime olan etkileri hakkındaki düşünceleri literatür taraması sonucu elde edilen bulgularla karşılaştırılarak özellikle bu uygulamaların olumsuz etkileri konusunda ne kadar bilinçli oldukları tespit edilmeye çalışılacaktır. Anketlerden elde edilen bilgiler SPSS 24 İstatistik programıyla frekans analizi, faktör analizi, güvenilirlik ve geçerlik analizi ile fark testlerine (t-testi, ANOVA testi vb.) tabi tutulacaktır. Elde edilen tüm bulgular sonuç bölümünde paylaşılacaktır.
Kullanılacak biyolojik, psikolojik ve teknik vb. tüm yöntemleri açıklayan etik ile ilgili özet:	Araştırma kapsamındaki anket Giresun ilindeki Bulancak Anadolu Lisesi ile Bahçelievler Anadolu Lisesi öğrencilerine uygulanacaktır. Anketin uygulanması yüz yüze görüşme gerçekleştirilerek 450 öğrenciyle yapılacaktır. Araştırmada kullanılan anket soruları ; “Pea, R., Nass, C., Meheula, L., Rance, M., Kumar, A., Bamford, H., ... & Zhou, M. (2012). Media use, face-to-face communication, media multitasking, and social well-being among 8-to 12-year-old girls. Developmental psychology, 48(2), 327” makalede yer alan sorulardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Ölçeğin puanlama yöntemi 5’li Likert Skalası (1: kesinlikle katılmıyorum, 2: katılmıyorum, 3: kararsızım, 4: katılıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) ile değerlendirilmiştir. Anket formu üç kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımdaki 1-7 numaralı sorular, öğrencilerin kişisel özelliklerine yöneliktir. İkinci kısımda bulunan 8-11 numaralı sorular öğrencilerin teknoloji kullanımına yönelik sorulardır. Üçüncü kısımda yer alan sorular anlık mesajlaşma uygulamalarının öğrencilerin kişilerarası iletişimlerine olan etkilerini ölçmeye yönelik sorulardır. Bu kısımdaki soruların sistematığı aşağıdaki gibidir:

3 d g n s t j

1-7 arası sorular	: Sosyal Çevre
8-10 arası sorular	: Normallik Duygusu
11-13 arası sorular	: Sanal Ortam
14-17 arası sorular	: Kendini İfade Etme
18-22 arası sorular	: Güven Duygusu
Araştırmanın hipotezleri;	
1.Hipotez: Öğrencilerin farklı cinsiyet, yaş, anne/baba eğitim durumu, anne-baba durumu ve başarı durumlarına göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algıları arasında anlamlı bir fark yoktur. 2.Hipotez: Öğrencilerin evinde bilgisayar olup/olmama, kendine ait şahsi cep telefonu olup/olmama, günlük anlık mesajlaşma kullanım süreleri, en çok kullandıkları anlık mesajlaşma uygulamaları durumlarına göre anlık mesajlaşma uygulamalarının kişilerarası iletişim üzerine olan etkilerine yönelik algıları arasında anlamlı bir fark yoktur. Araştırmaya katılan öğrencilerin farklı kişisel bilgiler ve teknoloji kullanımına ilişkin bilgilerine göre frekans analizlerini içeren tablolar ve grafikler düzenlenecektir. Müteakiben verilerin uygun olması durumunda üçüncü kısımda yer alan "Anlık mesajlaşma uygulamalarına ilişkin görüşler" faktör analizi ve güvenilirlik analizine tabi tutulacaktır. Son olarak yukarıda belirtilen 2 adet hipotez doğrultusunda fark testleri (Bağımsız gruplar t-testi, ANOVA/Welch testi, Mann Whitney U testi ve Kruskal Wallis testlerinden uygun olanlar) uygulanarak sonuçlar yorumlanacaktır.	

3 2 1 2 3 4 5

Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyelerinden Sayın Dr. Gülsüm ÇALIŞIR'ın "Teknolojik Gelişmelerin Kişilerarası İletişim Üzerine Etkileri: Anlık Mesajlaşma Programları Üzerine Bir Uygulama" adlı projesi değerlendirilmiştir.

Proje etik açısından uygun bulunmuştur.

Projenin etik açısından geliştirilmesi gerekmektedir.

Proje etik açısından uygun bulunmamıştır.




Prof. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR
Etik Kurul Başkanı


Etik Kurul Üyesi
Prof. Dr. Bahri BAYRAKCI


Etik Kurul Üyesi


Etik Kurul Üyesi
Prof. Dr. Bayram NAR


Etik Kurul Üyesi
Prof. Dr. Feriye ÇENGEL


Etik Kurul Üyesi
Prof. Dr. Saim SAHİN


Etik Kurul Üyesi
Dr. Dr. Ferkan SİPAHİ

EK - 2

Anket izni ve Anket Formu



T.C.
GİRESUN VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 29409993-605.01-E.9901687
Konu : Araştırma İzni.
[Tuğba TEKMEK]

21.05.2018

VALİLİK MAKAMINA

- İlgi: a) MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Gen. Md.'nün 2017/25 nolu Genelgesi.
b) Gümüşhane Üniversitesi Rektörlüğünün 14/05/2018 tarih ve 2798 sayılı yazısı.

Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tezli Yüksek Lisans öğrencisi Tuğba TEKMEK, "**Teknolojik Gelişmelerin Kişiler Arası İletişim Üzerine Etkileri; Anlık Mesajlaşma Programları Üzerine Bir Uygulama**" konulu bir araştırma yapmak istemektedir. Söz konusu çalışma; *Bulancak Bahçelievler Anadolu Lisesi ve Bulancak Anadolu Lisesi öğrencileri* ile gerçekleştirilecektir. İlgi (b) yazı ile eklerinin ilgi (a) genelge kapsamında incelenmesi sonucu oluşturulan "*Araştırma Değerlendirme Komisyonu Raporu*" ekte sunulmuştur.

Söz konusu çalışmanın yukarıda sözü edilen okullarda **18.05.2018 - 20.06.2018** tarihleri arasında, Müdürlüğümüzce mühürlenmiş ve ekte sunulan veri toplama araçlarını kullanarak; tüm çalışmaların okul yönetiminin sorumluluğunda/gözetiminde yürütülmesi, yapılacak çalışmaların eğitim öğretim faaliyetlerini aksatmadan okul yönetiminin planlayacağı çalışma takvimine göre yapılması, çalışmalara katılımın gönüllülük esasına dayalı olarak sağlanması, uygulama ile toplanacak verilerin sadece bu araştırma dahilinde kullanılması ve araştırma sonucunun Müdürlüğümüz AR-GE Birimine basılı veya elektronik doküman olarak teslim edilmesi koşulları ile gerçekleştirilmesinde herhangi bir sakıncanın olmadığı Müdürlüğümüzce uygun değerlendirilmektedir.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdirde, olurlarınıza arz ederim.

Ergin AYBAR
Müdür a.
Müdür Yardımcısı

OLUR
21.05.2018

Necati AKKURT
Vali a.
Millî Eğitim Müdürü

Adres: Hükümet Konağı A Blok Kat 1
Elektronik Ağ: <http://giresun.meb.gov.tr>
E-posta: arge28@meb.gov.tr

Ayrıntılı bilgi için: AR-GE
Tel: 454 215 7525 (184)
Faks: 454 215 7522

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden C440-7117-3993-9aa2-ed19 kodu ile teyit edilebilir.



Değerli Katılımcı;

Bu çalışma bilimsel amaçlı bir çalışmadır. Ad, soyad ve telefon numarası gibi bilgiler istenmemektedir. Araştırmanın geçerliliği sorulara vereceğiniz cevapların gerçek düşüncelerinizi içermesiyle mümkün olacaktır ve bilgiler gizli kalacaktır. Anketi doldurmada gösterdiğiniz sabır ve samimiyetten dolayı teşekkür ederim.

Gümüşhane Üniversitesi
İletişim Fakültesi, Yüksek Lisans Öğrencisi
Tuğba TEKME

A. Kişisel Bilgiler

1. Cinsiyetiniz?
(1) Kız (2) Erkek
2. Yaşınız?
(1) 13 (2) 14 (3) 15 (4) 16 (5) 17 (6) 18 ve üzeri
3. Kaçınıcı sınıf öğrencisisiniz?
(1) Lise 1 (2) Lise 2 (3) Lise 3 (4) Lise 4
4. Annenizin eğitim durumu?
(1) Okuma-yazma bilmez (2) Okur-yazar (3) İlköğretim mezunu
(4) Lise Mezunu (5) Üniversite ve üzeri mezun
5. Babanızın eğitim durumu?
(1) Okuma-yazma bilmez (2) Okur-yazar (3) İlköğretim mezunu
(4) Lise Mezunu (5) Üniversite ve üzeri mezun
6. Anne ve babanızın durumu?
(1) Her ikisi de sağ, beraber yaşıyorlar (2) Her ikisi de sağ, ayrı yaşıyorlar
(3) Anne sağ, baba vefat etmiş (4) Baba sağ, anne vefat etmiş
(5) Her ikisi de vefat etmiş
7. Başarı durumunuz?
(1) Takdirle geçerim (2) Teşekkürle geçerim
(3) Düz geçerim (4) Sorumlu geçerim



B. Teknoloji Kullanımına İlişkin Bilgiler

8. Evimde bilgisayarım.....
(1) Var (2) Yok
9. Kendi şahsi özel cep telefonum.....
(1) Var (2) Yok
10. Günlük anlık mesajlaşma uygulaması (Whatsapp, Facebook, Skype, Twitter, Instagram vb.) kullanım sürem...
(1) Hiç (2) 0-1 saat arası (3) 1-2 saat arası
(4) 2-3 saat arası (5) 3-4 saat arası (6) 4 saat ve üzeri
11. En çok kullandığım anlık mesajlaşma uygulaması....
(1) WhatsApp (2) Facebook (3) Skype
(4) Twitter (5) Instagram (6) Diğer. (Lütfen belirtiniz)

C. Anlık Mesajlaşma Uygulamalarına İlişkin Görüşler

1=Kesinlikle katılmıyorum 2=Katılmıyorum 3=Kararsızım 4=Katılıyorum 5=Kesinlikle katılıyorum	1	2	3	4	5
1. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için birçok arkadaşım varmış gibi hissediyorum.					
2. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için kendimi daha sosyal biri gibi hissediyorum.					
3. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için birçok yakın arkadaşım/dostum varmış gibi hissediyorum.					
4. Anlık mesajlaşma uygulamaları sayesinde kolayca arkadaş edinebiliyorum.					
5. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için arkadaşlarım için önemli biri olduğumu hissediyorum.					
6. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için arkadaşlarım tarafından kabul edildiğimi hissediyorum.					
7. Bana göre anlık mesajlaşma uygulamalarını çoğunlukla sosyal ilişkileri bozuk olan kişiler kullanır.					
8. Anlık mesajlaşma uygulamalarındaki yaşlıtlarımla kendimi karşılaştırdığımda kendimi normal hissediyorum.					



9. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için yaşitlarımı kendimi karşılaştırdığımda kendimi çoğu kez normal hissetmivorum.					
10. Anlık mesajlaşma uygulamaları kullandığım için yaşitlarım tarafından kabul edilmediğimi hissediyorum.					
11. Anlık mesajlaşma uygulamaları sayesinde kendime yeni bir dünya kurabiliyorum.					
12. Anlık mesajlaşma uygulamaları sayesinde bir süreliğine bile olsa hayatın sıkıntılarından kurtulduğumu düşünüyorum.					
13. Anlık mesajlaşma uygulamalarında içinde bulunduğum ortam beni mutlu ediyor.					
14. Anlık mesajlaşma sayesinde kendimi daha iyi ifade edebiliyorum.					
15. Anlık mesajlaşmada kullanılan emojiler duygularımı daha iyi ifade etmeme yardımcı oluyor.					
16. Anlık mesajlaşma uygulamaları ile duygu ve düşüncelerimi karşı tarafa tam olarak aktardığımı düşünüyorum.					
17. Anlık mesajlaşma uygulamaları ile karşı tarafın duygu ve düşüncelerini tam olarak anladığımı düşünüyorum.					
18. Anlık mesajlaşma uygulamalarındaki arkadaşlarımın (Yüz yüze hiç görüşmesem bile) beni hiç kandırmadığını düşünüyorum.					
19. Anlık mesajlaşma uygulamalarındaki arkadaşlarımın (Yüz yüze hiç görüşmesem bile) sırlarımı paylaşabilirim.					
20. Anlık mesajlaşma uygulamalarındaki arkadaşlarım hiç yalan söylemez, hep doğru söyler.					
21. Anlık mesajlaşma uygulamaları ile hiç yüz yüze görüşmediğim kişilerle arkadaş olabiliyim.					
22. Anlık mesajlaşma uygulamalarındaki arkadaşlarımın (Yüz yüze hiç görüşmesem bile) kesinlikle kendimle ilgili hiçbir gizli bilgi pavlaşmam.					

