

## Kişilerarası iletişimde anlık mesajlaşma uygulamalarının yeri: WhatsApp uygulaması ile ilgili üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme

*Place of interpersonal communication in the instant messaging application: A study on college students relating to the WhatsApp applications*

Tülay Yazıcı<sup>1</sup>

Received Date: 19 / 10 / 2015

Accepted Date: 03/ 12 / 2015

### Öz

Günümüz teknolojisinin hayatın her alanında yer alan etkisi kişilerarası iletişim biçimlerini de etkilemiş ve değiştirmiştir. Bu gelişmelerle birlikte yeni iletişim ortamları oluşmuş ve gündelik hayatımızın vazgeçilmez araçları haline gelmiştir. Teknolojinin değiştirdiği toplumlar ve yaşam biçimleri iletişimin şekillerini yeniden biçimlendirmiş ve sosyo-kültürel ilişkileri farklılaştırmıştır. Bu değişimin ve farklılaşmanın en önemli göstergelerinden biri olan “anlık mesajlaşma servisleri” kişilerarası iletişim araçları arasında yerini almıştır. Teknolojiyle birlikte kişiler arası iletişimde kullanılan geleneksel araçlar bireysel veya gruplar arası iletişim süreçlerini değiştirdi ve yerini mekân ve zaman zorunluluğu olmayan anlık iletişim araçlarına bırakmaya başladı. Cep telefonlarının çevrimiçi bağlantı özelliği ve yüz yüze iletişimin zorlukları olmadan oluşturulan iletişim biçimleri insanların kolay ve çabuk iletişimi tercih etmelerini ve sıklıkla kullanmalarını sağlamıştır. Bu araçların kullanımı ile birlikte, değişen iletişim tarzı kadar sosyalleşme ve sosyalliğin yaşanma biçimi de değişmeye başlamıştır. Özellikle üniversite öğrencileri tarafından sıklıkla tercih edilen anlık mesajlaşma servisleri sunmuş oldukları hizmetlerle de daha da popüler olmaya başlamıştır. Bu çalışma, özellikle üniversite öğrencileri arasında sıklıkla kullanılan anlık mesajlaşma servislerinin kullanım biçimleri ve amaçlarını değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın evrenini oluşturan Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 1. ve 4. Sınıf öğrencileri ile gerçekleştirilen anket çalışmasında anlık mesajlaşma servisleri olgusu, kullanım biçimleri ve amaçları açısından seçilen “WhatsApp” örneklemini doğrultusunda tespit edilecektir. Elde edilen veriler SPSS tekniğiyle değerlendirilecektir.

**Anahtar sözcükler:** Kişilerarası İletişim, Anlık Mesajlaşma, WhatsApp

### Abstract

Today's technology has influenced and changed every area of your life and interpersonal communication formats effect too. Along with these developments, new media and have become indispensable tools in our everyday lives. Societies and life forms has changed by technology and reshaped the way of communication and socio-cultural relations has differentiated. One of the most important indicators of this change and differentiation is “instant messaging services” took place in interpersonal communication tools. Technology changed traditional tools that are used in interpersonal communication communication between individual or groups of processes, place and space and time began to give way to vehicles without the requirement of instant communication. Online connectivity of mobile phones and face to face communication easy and quick forms of communication that are created without the difficulties of communication people prefer, and use it often. The use of these tools, together with socialization and sociality is experienced as a way of changing the way of communicating has started to change. They are especially frequented by college students preferred instant messaging services with the services provided, it is also becoming more and more popular. For this study, the most frequently used types of instant messaging, especially among college students was carried out in order to assess the objectives and use of the services. That constitute the universe of the study in Kocaeli University Public Relations and publicity Department 1. and 4. Conducted with survey-grade students in the phenomenon of instant messaging services, usage styles, and selected purposes in terms of “WhatsApp” will be determined in accordance with the sample. The obtained data will be evaluated with the SPSS technique.

**Keywords:** Interpersonal Communication, Instant Messaging, WhatsApp

<sup>1</sup> Research Assistant, Kocaeli University, Communication Faculty, Public Relations and Publicity Department, KOCAELİ/TURKEY, [tulay.yazici@kocaeli.edu.tr](mailto:tulay.yazici@kocaeli.edu.tr)

## 1. Giriş

Hayat ve insan arasındaki bağlantıyı sağlayan iletişim süreci zamanın ve şartların değişimi ile birlikte değişim yaşamaktadır. Özellikle 1900'lü yıllar iletişim alanında birçok değişimin yaşanmaya başladığı yıllardır. Kaynaktan hedefe aktarılan mesajlar biçimsel olarak farklılaşmaya başlamış, iletişim sağlayıcıların kaynağı da değişmiştir. Kişilerarası iletişim sürecine yansıyan bu araçlar teknolojinin gelişmesiyle birlikte yeniçağda etkilerini hızla devam ettirmektedir.

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. Gündelik yaşam biçimlerimizi, alışkanlıklarımızı, geleneksel iletişim araçlarımızı değiştirirken toplumun sosyalleşme anlayışında da değişiklikler meydana gelmiştir.

Bu değişimlerin en önemli buluşlarından biri de “anlık mesajlaşma servisleri” olarak sosyal hayatlarımızda var olmuş ve kişilerarası iletişim araçları arasında yerini almıştır. Bu bağlamda kişilerarası iletişim sürecinde yeni iletişim araçları içerisinde önemli bir yere sahip olan anlık mesajlaşma servisleri olgusu, seçilen “WhatsApp” örneklemini doğrultusunda incelenmektedir. Araştırmada uygulanan sormaca tekniğiyle birlikte toplanan veriler hem nitel hem de nicel değerlerle açıklanarak konu üzerinde değerlendirmeler yapılmaktadır.

Bu çalışma, anlık mesajlaşma servislerinin sıklıkla kullanıldığı üniversite öğrencileri arasında kullanım biçimleri ve amaçları açısından gerçekleştirilmiştir. Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 1. ve 4. Sınıf öğrencileri ile gerçekleştirilen anket çalışmasında anlık mesajlaşma servisleri olgusu, seçilen “WhatsApp” örneklemini doğrultusunda kullanım biçimleri ve amaçları açısından tespit edilecektir. Elde edilen veriler SPSS tekniğiyle değerlendirilecektir.

## 2. İletişim kavramı ve kişilerarası iletişim süreci

İnsanlar, hayata gözlerini açtıkları andan itibaren bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde etrafı ile iletişim halinde olur. İki kişinin olduğu bir yerde iletişimin olmaması söz konusu olmaz. İletişim bizim hayatta ve toplumda yer almamızı sağlayan en önemli unsurlardan biridir. İletişim sözcüğü, Latince kökenli “communication” sözcüğünün karşılığıdır. Birbirlerine ortamlarındaki nesnelere, olaylar, olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran, aynı olgular, nesnelere, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duygular taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu bildirimlerine iletişim denilmektedir (Oskay, 1992, s.15).

İletişim insanla başlar. İletişim insanın ve toplumun varoluşunun zorunlu koşuludur. İletişim olmaksızın insanın kendi ve toplumsal varlığını sürdürmesi olanaksızdır. İnsan kendini ve toplumunu üretebilmek için giriştiği etkinliklerde hem doğal hem de kendi yarattığı teknolojik araçları kullanır. Bu kullanımın olması, örgütlenmesi, yürütülmesi, tutulması, geliştirilmesi ve gereğinde değiştirilmesi ancak iletişimle gerçekleşebilir. İletişim ilişkinin var olmasının ve yürütülmesinin zorunlu koşuludur. Dolayısıyla ilişki iletişim değildir, fakat ilişkinin varlığı iletişime bağlıdır. Suyun oluşması için hidrojen ile oksijenin belli koşullarda ve oranda birleşmesi zorunluluğu gibi,

belli yer ve zamanda insanın kendi kendisiyle ve dışıyla ilişkisinin oluşması, yürütülmesi ve gelişmesi için iletişim zorunludur (Erdoğan & Alemdar, 2002, s.17).

İletişim, en basit düzeyde bile, üç ögeye dayanır. İletiyi gönderen, iletiyi alıp açımlayan ve bu ikisi arasında iletinin gönderilmesinde kullanılacak bir iletişim kodlaması, bir ileti. İletiyi göndereciye kaynak, alana hedef-kitle, iletişimde gönderilen bildirimde de ileti denilmektedir (Oskay, 1992, s. 16).

Karşı karşıya gelen iki kişi arasındaki ilk etkileşim, iletişim sürecinin önemli bir belirleyicisidir. Bu etkiyi yaratan faktörler, karşılaşılan kişinin beden dilinden, kullandığı kelimelere ve kişinin taşıdığı bütün aksesuarlardan içinde bulunduğu fizik ortam nesnelere kadar geniş bir dağılım gösterir. İşte bütün bu faktörlerin bileşkesi 'algılayan kişinin' değerlerinde bir yer bulur ve o çerçevede içerisinde yorumlanır. Algılayanın kişisel özellikleri ve toplumsal normları ile kalıplaşmış olan yargılar, etkileşim verilerine bağlı olarak iletişimin ilk anında bir 'karar' verir ve insan karşısındaki kişiye zihninde bir etiket yapıştırır. Bu kararlar olumlu veya olumsuz olabilir (Baltaş&Baltaş, 1996, s.19).

İnsan kendisini ve çevresini tanımaya başladığında ilk ve en yoğun ilişkide bulunduğu durum kişilerarası olandır. Kişilerarası iletişimin birincil koşulu kişinin kendisiyle iletişimini gerçekleştirme kapasitesinin, becerisinin olmasıdır. Kişilerarası iletişim kişinin kendisinden başlayarak -kişi içi iletişim- diğer bir kişiyle olan ilişkiyi gerçekleştirmesini sağlar. Dolayısıyla her iki kişi aynı anda hem kendisiyle hem de diğeriyle ilişkiyi gerçekleştirmektedir (Erdoğan, 2008, s.179). Bu yüzden kişilerarası iletişimin temelinde kişinin kendisiyle iletişimi yatmaktadır. Kişi ne istediğini, kendisini nasıl göstermek istediğini bilmeli ve iletişim sürecinde karşısındakilere bunu aktarabilmelidir. Kişilerarası iletişim, sosyal bilimlerin alanında sosyoloji, psikoloji, sosyal psikoloji, iletişim gibi bilim dallarının inceleme alanı içerisinde yer almaktadır. Sosyoloji perspektifinden kişilerarası iletişim, sosyal kurallar, normlar, roller açısından ele alınırken, psikoloji perspektifinin ise, kişilerarası iletişimde bulunan kişilerin psikolojik özellikleri, sağlık ve esenlik durumları, bilişsel ve duygusal yapıları üzerine odaklandığı görülmektedir. İletişim perspektifi ile kişilerarası iletişim, insan iletişimini kapsamakta, tüm özellikleri ile etkileşimde bulunan insan zaman süreci içinde gelişen ve değişen ilişkileri, ve bu ilişkilerin sonuçları açısından ele alınmaktadır (Gürüz & Eğinli, 2008, s.49).

İnsan dünyaya geldiği andan itibaren kendisini ve dünyayı bir bütün olarak algılamaktadır. Ancak o farkına varmasa da, dünyadaki ilk kişilerarası etkileşimi başlamıştır. Gereksinimlerini karşılamak için kendisi dışındaki bir varlıkla, etkileşime girer. Kişilerarası iletişim bu gereksinimin karşılanması doğrultusunda bir araç olma özelliği taşımaktadır. Ancak daha sonraki dönemlerde, kişilerarası iletişimin kendisi bir gereksinim olmaya ve kendi başına bir anlam kazanmaya başlar. Genel bir tanımlamayla, kaynağını ve hedefini insanların oluşturduğu iletişimlere kişilerarası iletişim adı verildiği ve karşılıklı iletişimde bulunan kişilerin, bilgi/sembol üretmek, bunları birbirlerine aktararak ve yorumlayarak iletişimi sürdürdükleri belirtilmektedir (Dökmen, 2001, s.23).

Kişilerarası iletişimin çok fazla tanımı yapılmaktadır ama bu tanımların temelinde etkileşim söz konusudur. Bazı tanımlarda kişilerarası iletişimin yüz yüze olması gerekliliğinden bahsedilmektedir fakat günümüzde iletişim teknolojisinin gelişmesiyle artık internet vb. araçlar üzerinden kişilerarası iletişim kurulmaya başlanmıştır. Sosyal ağlar üzerinden kurulan iletişim de teknoloji-

Yazıcı, T. (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), 1102-1119.

nin gelişmesinin bir sonucudur ve yüz yüze iletişimin yerine almaya başlamıştır. Kişilerarası iletişim, sadece sözlü iletişim yoluyla olmak zorunda değildir, kişilerin birbirine dokunması, bakışları da bir kişilerarası iletişim biçimidir. Kişilerin giysileri, el sıkmaları, gülümsemeleri gibi birçok unsur kişilerarası iletişim kurmak için gerekli sinyalleri içermektedir (Gürüz & Eğinli, 2008, s.59).

Kişilerarası iletişimde kullanılan iletişim araçları ilişkinin doğasına ve kullanılan teknolojiye göre değişir. Yüz yüze teknolojiyle aracılanmamış iletişimde iletişimin gerçekleşmesi için kullanılan araçlar ilişkinin gerçekleşmesi için doğal araçlardır. Bu araçlar insanın kendi vücudu, sözlü ifade için gerekli olan biyolojik ses yapma ve duyma organlarıdır. El, kişilerarası iletişimde kullanım bağlamının özelliğine göre el sıkma dostluk iletişiminin ve yumruk atma düşmanlık iletişiminin aracı olur. Teknolojiyle aracılanmış iletişimde kullanılan araçlar ilişkinin doğası ve teknolojinin karakterine göre değişir. Yüz yüze ilişkide zaman ve mekânda birlik vardır. Dolayısıyla birlikte yapılan her işte kullanılan teknolojik aletler, kişilerarası ilişkiye konu olduğu andan itibaren kişilerarası iletişimin aracı olurlar (Erdoğan, 2008, s.181).

Kişilerarası iletişim sürecini anlamak ve tanımlamak için Harold D. Laswell'in modeli, "Kim-Kaynak", "Kime-Hedef", "Hangi kanalla-Kanal, iletim aracı", "hangi etki ile", "ne söylüyor?-ileti, mesaj" sorularını sorar (Yaylagül, 2008, 48). Laswell o zamana kadar mevcut olan görüş ve düşünceleri ilk defa bu model içinde sistemli bir biçimde ele almış ve iletişim sürecinin bir bütün olduğunu vurgulamıştır. 1948'de ortaya atılan bu modelde, vericinin alıcıyı etkileme amacı temel alınmıştır. Laswell'e göre mesajlar uyarı, alıcıda ortaya çıkan değişiklik ise, tepkiyi oluşturur. Bir başka deyişle etki ile tepki doğrudan birbiriyle ilişkili biçimde ortaya çıkar. Ancak bu tek yönlü bir iletişim modelidir, geri bildirim göz ardı edilmiştir (Ünsal, 2005, s.36).

### 3. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi ve iletişim sürecinde yarattığı değişiklikler

#### 3.1 Yeni iletişim teknolojilerinin gelişimi

İnternet teknik bir araçtır ve temelde etkileşim içeriklidir; bu içerik sosyal olarak üretilir, tüketilir ve kullanıcıların mesafeleri çok rahat aşabileceklerini hissetmelerini sağlar. İnternet, alternatif bir bilgi dağıtım aracı olarak görünse de aynı zamanda yeni eylem biçimleri ve etkileşim yaratma aracıdır (Güney, 2006, s.50).

Yeni iletişim teknolojilerinden biri olan internetin en önemli özelliklerinden biri alıcı ve verici arasındaki kanalda etkileşime imkan sağlamasıdır. Bu özellik geleneksel iletişim araçlarından hiçbirinde yoktur. Televizyon iletişimde tek taraflı bir sunum söz konusu iken, internet aracılığıyla kurulan iletişimde çift taraflı bir iletişim mevcuttur (Güçdemir, 2010, s.21)

Yeni iletişim teknolojileri artık yaşamın her alanında yer almakta ve her alanında kullanılmaktadır: kişilerarası iletişim, ticaret, siyaset, sağlık, kariyer ve oyun bu alanlara örnek verilebilir (Binark, 2007, s.5). Rogers'a göre, yeni iletişim teknolojilerinin üç özelliği vardır (Geray, 2002, s.18).

a) Karşılıklı Etkileşim: İletişim sürecinde zekânın katıldığı karşılıklı etkileşimin varlığı gereklidir. Bu, geleneksel basılı ve elektronik kitle iletişim araçlarındaki tek yönlü işleyişi değiştirmektedir.

b) Kitlesizleştirme: Yeni iletişim teknolojileri, büyük bir kullanıcı grubu içinde her bireyle özel mesaj değişimi yapılabilmesini sağlayacak kadar kitlesizleştirici olabilir. Kitlesizleştirme genel olarak, kitle iletişim sisteminin kontrolünün mesaj yapıcından iletişim aracı tüketicisine doğru kayması demektir.

c) Eş zamansız (asen kron) olabilme: Yeni iletişim teknolojileri birey için uygun zamanda mesaj gönderme veya alma yeteneklerine sahiptirler ve aynı andalık gerekliliğini ortadan kaldırırlar. Eş zamanlı olmayan iletişimde, katılımcılar arasındaki iletişim aynı zamanda gerçekleşmez. Kullanıcılar kendi uygunluklarına göre istedikleri zaman, istedikleri yerden iletişime katılabilirler. Eş zamanlı olmayan iletişim kullanıcılar mesajları göndermeden önce, nasıl bir mesaj göndermek istediği üzerine düşünme fırsatı verir (Aydın, 2010, s.27). Eş zamanlı olmaması özelliğine sahip olması, mesajların saklanması ve iletişim kurmak için mesajı gönderenle aynı anda, aynı yerde olma zorunluluğunu ortadan kaldırır ve mesaja cevap vermek istenilen zamanda hızlı bir şekilde mesajın iletilmesini sağlar.

Yeni iletişim ortamının gelişimiyle birlikte bireylerin sosyalleşme anlayışları da biçim değiştirmektedir. Sosyalleşme, insanın kendisine, ailesine, akrabasına, komşusuna, yaşadığı topluma ve ulusuna ait olduğunu öğrenmesidir. Bireylerin yaşadığı toplumla ya da bireylerle kurmuş olduğu iletişim süreci ve alanlarıdır. Bu alanlar dönemlere bağlı olarak çeşitli dönüşümler geçirerek yaşamına devam etmektedir. Özellikle günümüz bilişim toplumu anlayışında sosyalleşme alanları teknolojik gelişmelerle birlikte dönüşüm geçirmektedir. İletişim sürecinde yer alan ortamlar; dijitalleşme, etkileşimlilik, sanallık özellikleriyle birlikte sosyalleşme kavramını da dönüştürmektedir. Özellikle internet altyapılarıyla birbirine bağlı olan bireyler Castell'in Ağ Toplumu kavramını destekler bir düzeydedir. Bu ortamlarda bireyler kodlanarak avatar denilen dijital kimliklere aktarılmakta ve bu ortamlarda rahatça kendini ifade edebilmektedir. Bireyselliğin ön planda olduğu bu ortamları bireyler istedikleri gibi yönlendirebilmektedir (Yengin; 2012).

Sanal iletişim ile kişilerarası iletişim de farklı bir boyuta taşınmıştır. Kişiler, internetin mekan ve zaman kısıtlaması olmadan hızlı iletişim sağlaması özelliğinden faydalanmaktadır. İnternet üzerinden gerçekleşen elektronik posta, anlık mesajlaşma, sosyal paylaşım ağlarında mesaj alışverişi, sanal ortamlarda karşılıklı oyun oynama gibi iletişim yolları, sanal iletişimin unsurları olmuştur. Fiziksel görünüm ve fiziksel uzaklık önemini yitirmiştir. Yüz yüze iletişimde gerçekleşen sözsüz iletişim unsurları mimikler ve hareketlerin yerini resimler ve ifadelerin resmedilmiş şekilleri almıştır. Correa ve arkadaşları sosyal medyayı, dijital medya ve internet'in tüketimi olarak tanımlamaktadır. İzleyicilerin anlık mesajlaşma ve sosyal paylaşım ağları aracılığıyla birbirlerine bağlanmaları, iletişim kurmaları, birbirleriyle ve arkadaşlarıyla etkileşim içinde olmaları için bir mekanizma sağlamaktadır (Correa, 2010, s. 247-248).

İnternetin bireyleri birbirleriyle sanal ortamda buluşturan web tabanlı hizmetlerinden biri de sosyal medyadır. Sosyal medya, her türlü bilginin ya da verinin paylaşılabilmesini sağlayan, geri bildirim olanaklı, etkileşimli ve çevrimiçi uygulama ortamlarıdır. Türkiye'de Sosyal Medya Dağılımı Tablo 1'de verilmektedir. Bu tablo; yayınla, paylaş, konuş, çevre yap, söyle, hayatını paylaş, izle, sanal yaşa, küçük oyna ve büyük oyna olarak sınıflandırılmaktadır. Her bir sınıflandırmada birden çok uygulama örnek olarak verilmektedir (Yengin, 2012).

Yazıcı, T. (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), 1102-1119.

Tablo 1. Türkiye sosyal medya dağılımı

Yayınla	Paylaş	Konuş	Çevre Yap	Söyle	Hayatını Paylaş	İzle	Sanal Yaşa	Küçük Oyna	Büyük Oyna
Word press	Youtube	Msn	Facebook	Twitter	Friendfeed	TV	Secondlife	Farmville	WorldWarcraft
Wikipedia	Slideshare	Google talk	Linkedin	Twitpic	Foursquare	Etohum.tv	Yogurtistan	Mafiawars	Matin2
Blogger	Del.icio.us	Yahoo	Hi5	Plurk		Webrazzl.tv	Sanalika		Warhammer
Tumblr	Vimeo	Buzz	Xing	Jaiku		Uzman.tv			
Soup	Flickr		Ning	Whatsapp		Gelistrend			
	Last fm		Myspace						
	İzlesene								
	Devinart								
	Dailmation								
	İdeshot								
	Bobiller								
	Ekşi sözlük								

Kaynak: (Gennaration, 2010;6, Aktaran Yengin, 2012)

Teknolojinin hızlı yükselişi beraberinde iletişim araçlarının da değişimini zorunlu kılmaktadır. Değişimle birlikte kullanıcılar, yeni iletişim araçlarının arayüzlerine alışmakta ve tasarlanan uygulamalarla hızlı ve etkili bir biçimde iletişim süreçlerini gerçekleştirmektedirler. Özellikle son dönemde ortaya çıkan uygulama anlayışı gün geçtikçe daha da kullanışlı bir biçimde kullanıcılara hitap etmektedir. Kullanıcılar ise ihtiyaçları doğrultusunda sadece kendileri için gerekli olan uygulamaları kullanarak hem zaman hem de hız kazanmaktadır. Özellikle bu uygulamalarla kullanıcılar hız ve uzam sorunu yaşamaksızın iletişimlerini gerçekleştirerek sosyalleşebilmektedir. (Yengin, 2012)

### 3.2 Anlık mesajlaşma uygulamaları ve WhatsApp

Anında mesajlaşma, iki veya daha fazla kullanıcının elektronik araçlar kullanarak metin veya ses tabanlı mesajları alıp gönderdikleri eşzamanlı elektronik iletişim şeklidir. İlkel mesajlaşma sistemleri uzun yıllar önce kullanılmaya başlanmıştır. Bunlara örnek olarak, 1973 yılında kullanımına başlanan UNIX *Talk* ve 1988 yılındaki *Internet Relay Chat* verilebilir. Son kullanıcı bakış açısıyla bakıldığı zaman, kişilerin aranan kişinin gelen çağrıya cevap verebilecek bir durumda olmasını umduğu kablolu telefon sistemleri gibi çalıştığı görülür. Bu sistemlerde kişilerin o anki durumları ile ilgili herhangi bir ipucu veya bilgi olmadığından durum bilgisi farkındalığı bu sistemlerin bir parçası değildir. Anında mesajlaşmanın bugünkü şekliyle kullanıldığı yıl, ICQ ağının kullanılmaya başlandığı 1996 yılıdır. AOL ve Microsoft gibi firmalar, benzer fakat birbirleriyle uyumlu olmayan protokoller kullanarak farklı ağlar geliştirmişlerdir.

Anında mesajlaşmanın önceki sistemlerden farklı olan en önemli yanı durum bilgisi farkındalığının sistem ile bütünleştirilmiş olmasıdır. Birçok anında mesajlaşma uygulaması, bu bilgiyi, arkadaş listesinde yer alan arkadaşların o anki durumunu yansıtacak şekilde göstermektedir. Belirli bir kullanıcı çevrimiçi ise ve diğer kullanıcılardan mesaj alma isteği duyuyorsa, bu kişinin durum bilgisine kendisini kaydettiren arkadaşlarının listelerinde bu bilgi görülecektir (Greene & O'Mahony, 2004).

Anlık mesaj kullanılan uç biriminden bağımsız (bilgisayar, akıllı cep telefonu, tablet, vb) gerçek zamanlı yazılı iletişim hizmetidir. Anlık mesajlaşma sayesinde, kişilerle karşılıklı konuşur gibi, gerçek zamanlı olarak iletişim kurabilir. Standart bir anlık mesaj sistemi durum bilgisi tarafından desteklenmektedir. Anlık mesajlaşma gerçek zamanlı yazılı iletişime ihtiyaç duyulan hızlı

Yazıcı, T. (2015). Kişilerarası iletişimde anlık mesajlaşma uygulamalarının yeri: WhatsApp uygulaması ile ilgili üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (4), 1102-1119.

akan iş süreçlerinde, hızlı ve maliyetsiz bir iletişim ortamı olduğu için yaygın olarak kullanılmaktadır. Metine dayalı ve gerçek zamanlı gerçekleştiği için anlık mesaj çevrimiçi sohbet teriminin içerisinde değerlendirilse de anlık mesajlaşma bir liste üzerindeki sürekli bağlantıda olan kullanıcılar arasında gerçekleştiği için normal yazılı sohbetten ve sohbet odalarından farklılaşmaktadır. (<http://www.karel.com.tr>, erişim tarihi:14.06.2015)

Anında mesajlaşma resmi olmamasına rağmen grup organizasyonlarında büyük yararlar sağlamaktadır. Profesyonel iş hayatında ve eğitim alanında anında mesajlaşmanın etkisi büyüktür: iş koordinasyonu, toplantı düzenlenmesi, hızlı bilgi alış-verişi gibi. Durum bilgisi ve anında mesajlaşmanın kablosuz ortamda birlikte olması ise zaman yönetimi konusunda daha esnek yöntemler sunmaktadır. Fakat bu birlikteliğin kablosuz ortama taşınması bazı sıkıntıları da beraberinde getirmektedir. Anında mesajlaşma, Internet'in aksine açık bir standarda oturtulmamıştır. Bu yüzden, bazı araçları kullanan kişiler sadece aynı protokolü kullanan kişiler ile anında mesajlaşabilmektedirler. Anında mesajlaşmanın daha geniş bir kitle tarafından kullanılabilmesi için anında mesajlaşma servis sağlayıcılarının kendi protokollerini açık hale getirmesi ve diğer servis sağlayıcıların da kendi servislerini bu protokole uygun hale getirmesi gerekmektedir (Vogiazou, 2002).

### 3.3 Anlık mesajın temel faydaları

- Hızlı, anlık ve kolay iletişim. Hızlı soru sorma ve hızlı cevap alma
- İş arkadaşları ile sürekli iletişim içinde olma
- Aynı anda birden fazla kişi ile farklı konularda iletişim kurabilme
- Anlık yaratılmış taleplerle yazılı toplantılar düzenleme ve konferans benzeri iletişim kurabilme
- Kolay dosya paylaşımı ile hızlı bilgi paylaşabilme
- İletişimi sürekli kaydedebilme ve geriye dönük izleyebilme
- İletişim giderlerinde tasarruf sağlama (<http://www.karel.com.tr>, erişim tarihi:06.06.2015)

Ayrıca anlık iletişim kişilere arkadaşları ile pasif bir etkileşim kurma olanağı sağlamaktadır. Birbirlerine fiziksel olarak uzakta bulunan kişiler, telefon görüşmesi yapma, mesajlaşma veya elektronik posta yollama için zaman bulamadıklarında böyle bir pasif etkileşim ile birbirlerinden haberdar olmaktadır.

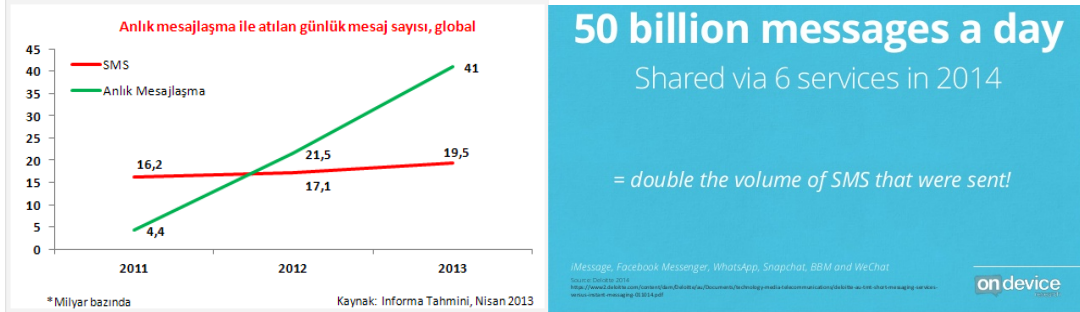
İnternet aracılığıyla gerçek zamanlı yazışma imkanı sağlayan anlık mesajlaşma servislerinin bazıları ücretli bazılarıysa ücretsiz erişim imkanı sunmaktadır. Mobil iletişimin yeni adresi olarak adlandırılacak anlık mesajlaşma uygulamaları dosya transferi, hiperlinkler, sesli dosya gönderimi ve video chat uygulamalarını kullanıcılarına sunmaktadır.

Giderek popülerliğini arttıran anlık mesajlaşma uygulamaları arasında en çok tercih edilenlerden bazıları WhatsApp, Line, WeChat, Tango, Skype, Viber ve Facebook Messenger. Bunun yanı sıra farklı olarak Twitter DM, BBM, iMessage ve Google Talk, Google Voice ve Google+ gibi hizmetleri bünyesinde bulunduran Hangouts gibi farklı modeller de bulunmaktadır

AppAnnie verilerine göre, Türkiye'de AppStore'da 22 Ağustos 2013 itibarıyla sosyal ağlar kategorisinde en fazla kullanılan anlık mesajlaşma uygulamaları WhatsApp, Line, WeChat, Tango ve Viber olarak sıralanmaktadır. Informa Nisan 2013 tahmini verilerine göre ise globalde

Yazıcı, T. (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), 1102-1119.

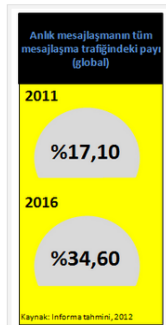
anlık mesajlaşma ile atılan mesaj sayısı 2011 yılında 4,4 milyar iken 2013 yılında 41 milyar olarak belirlenmiştir.



Kaynak: [www.image.slidesharecdn.com](http://www.image.slidesharecdn.com), erişim tarihi: 16.04.2015.

Anlık mesajlaşma uygulamalarının gelir modelleri de değişkenlik göstermektedir. Örneğin, Türkiye sıralamasında ilk beşte yer alan isimler ücretsiz kullanım özelliğine sahipken, aralarında; Omegle ve Tiny Chat gibi uygulamaların yer aldığı bazı servisler ücretli hizmet sunarak gelirlerini, uygulama mağazadan indirildiği ilk anda temin etmektedir. Bunun yanı sıra ücretsiz olanlar da dahil olmak üzere pek çok uygulama In-App yani uygulama için dükkanlar oluşturarak, uygulama içine yerleştirdiği ekstra özellikler için satın alım seçeneği sunmaktadır.

Aylık aktif kullanıcı sayısı 300 milyonu bulan ve kısa bir süre önce iPhone kullanıcıları için yıllık üyelik modeline geçen WhatsApp, anlık mesajlaşma uygulamalarını zirvesinde yer alıyor. (<http://www.connectedvivi.com>, erişim tarihi:06.06.2015)



Dünyayı avucumuza sığdıran SmartPhone'lar ile birlikte tanışmaya başladığımız mobil uygulamalar arasında kendimizi ifade etmemizi ve iletişim kurmamızı sağlayanlar ön plana çıkmıştır. Bu konu ile ilgili örneklerden biri BlackBerry'i ile birlikte gelen BlackBerry Messenger (BBM) oldu. BBM'de her kullanıcıya ait PIN numarası aracılığıyla sohbet etme imkanı sağlanmaktaydı. MIRC, İCQ, MSN Messenger gibi masaüstü ağırlıklı programlar ile alışılan yapı artık daha kolay erişilebilir hale gelmiştir. Daraltılan iletişim ve ekstra maliyet kullanıcıların yeni alternatifler aramasına neden oldu ve bu alternatifler arasında WhatsApp zirvenin sahibi oldu.

“WhatsApp Messenger, SMS'e para vermeden mesaj alışverişini sağlayan bir çapraz platform mobil mesajlaşma uygulamasıdır. WhatsApp Messenger iPhone, BlackBerry, Android, Windows Mobile ve Nokia için kullanılabilir.” kurucuları WhatsApp'ı bu şekilde ifade ediyor. Her platformda sınırsız iletişime fırsat veren bir yapı olarak kendini konumlandırması kısa sürede yakaladığı başarının özetini oluşturmaktadır. (<http://hikmetsen.com>, erişim tarihi: 16.04.2015)

WhatsApp, basit bir mesajlaşma platformundan daha fazlasına sahip durumda. Aylık aktif 450 milyon kullanıcı, günde ortalama 36 milyar adet mesajı WhatsApp üzerinden gönderiyor ve bunun tamamını ise sadece 50 çalışanla gerçekleştiriliyor. Şirketin gelir modeli ise kullanıcılardan aldığı yıllık 1 dolarlık ücret. Mesajlaşma alanında değer yaratan WhatsApp, kullanıcılarından aldığı yıllık 1 dolar ücretle, toplamda 19 milyar dolarlık değere Facebook satılıyor. (<http://www.teknolojigundem.com>, erişim tarihi: 16.04.2015)



Yazıcı, T. (2015). Kişilerarası iletişimde anlık mesajlaşma uygulamalarının yeri: WhatsApp uygulaması ile ilgili üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (4), 1102-1119.

2013 yılının ilk aylarında 18 milyar mesaja ulaşan WhatsApp, yine 2013 yılının Haziran ayında bu rakamın 27 milyara ulaştığını açıklamıştı. Son olarak WhatsApp'ın Twitter'dan paylaştığı bilgilere göre; platform üzerinden 20 milyar gönderilen mesaj ve 44 milyar alınan mesaj olarak toplamda 64 milyar gibi dev bir mesaj sayısına ulaşmış oldu.



WhatsApp'ın açıkladığı rakamlara baktığımızda gönderilen mesaj sayısının alınan mesaj sayısından daha fazla olduğunu görüyoruz. Bu da WhatsApp'ın Grup Mesajlaşma özelliğinin de aktif bir şekilde kullanıldığının bir göstergesi olarak yorumlanabilir. (<http://www.webmasto.com>, erişim tarihi : 16.04.2015)

WhatsApp Messenger Android ve diğer akıllı telefonlarda kullanılabilen bir akıllı telefon mesajlaşma uygulamasıdır. WhatsApp mesajlaşabilmek için 3G veya (mümkün olduğunda) WiFi bağlantısını kullanmaktadır.

#### 3.4 WhatsApp'ın iletişim özellikleri

1. İnternet ücreti haricinde başka bir gizli bir ücret alınmamaktadır.
2. Çoklu medya (video, görüntü ve sesli notlar) iletişimi sağlar.
3. Grup sohbeti seçeneğini sağlar.
4. Uluslararası mesajlaşma ücreti yoktur.
5. Pin ve kullanıcı isimleri olmadan sadece telefon numarası ile kullanılır ve telefonun kişisel rehberi ile bütünleşir.
6. Oturum açma/kapatmaya gerek kalmadan WhatsApp uygulamasına ulaşılır.
7. Arkadaş eklemeye gerek kalmadan telefon listenizdeki arkadaşlarınız otomatik olarak görüntülenir.
8. WhatsApp, uygulamayı bir sonraki kullanımınıza kadar mesajlarınızı çevrimdışı olarak saklar (<http://www.cumhuriyet.com.tr>, erişim tarihi: 16.04.2015)

## 4. Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin WhatsApp kullanımı üzerine bir inceleme

### 4.1. Araştırmanın amacı ve yöntemi

Bu çalışmada yapılan literatür taraması ile birlikte sormaca anket tekniği kullanılmaktadır. Çalışmanın evrenini Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde eğitim alan ve rast gele seçilen 1. ve 4. sınıfta öğrencileri oluşturmaktadır. Kişilerarası iletişimde anlık mesajlaşma servisleri içerisinde örneklem olarak seçilen WhatsApp uygulamasının üniversite öğrencileri tarafından kullanımı üzerine gerçekleştirilen anket soruları 152 öğrenciye sorulmuş ve araştırma gerçekleştirilmiştir. Anket çalışması ile elde edilen verilen SPSS tekniğiyle değerlendirilmiştir.

Yazıcı, T. (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), 1102-1119.

#### 4.2. Araştırmanın analizi ve bulgular

Araştırmanın bu bölümünde elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular ve yorumlar yer almaktadır. Elde edilen bulgular aşağıda belirtilen başlıklar altında toplanarak yorumlanmıştır.

- Kişisel bilgilere ilişkin; cinsiyet, medeni durum, eğitim sınıfı ve yaşı ve cep telefonu kullanım değişkenlerine ait bulgular.
- WhatsApp uygulamasının üniversite öğrenciler tarafından kişisel iletişim aracı olarak kullanımına ilişkin bulgular.

Araştırmanın güvenilirlik testi ölçümünde elde edilen sonuçların %95 oranında güvenilir olduğu tespit edilmiştir ve sonuçlar Tablo-1’de belirtilmiştir.

Tablo 2. Araştırmanın güvenilirlik düzeyi

One-Sample Test (Test Değeri = 0)					
t	df	Sig. (2-tailed)	Anlam Farklılığı	95% Güven Farkı Aralığı	
				Lower	Upper

##### 4.2.1. Kişisel bilgilere ilişkin bulgular

Bu bölümde araştırmayı oluşturan üniversite öğrencilerinin cinsiyet, medeni durum, eğitim sınıfı ve yaşı ile ilgili bilgiler ve bunlara ilişkin açıklamalar yer almaktadır.

Tablo 3. Öğrencilerin cinsiyet dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	85	55,9	55,9	55,9
Erkek	67	44,1	44,1	100,0
Toplam	152	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında anket uygulanan öğrencilerin cinsiyet dağılımlarına ilişkin bilgiler Tablo-2’de yer almaktadır. Bu çalışmanın evrenini oluşturan öğrencilerin %55,9’u (85 öğrenci) kız, %44,1’i (67 öğrenci) erkektir.

Tablo 4. Öğrencilerin medeni durum dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evli	6	3,9	3,9	3,9
Bekar	146	96,1	96,1	100,0
Toplam	152	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında anket uygulanan öğrencilerin medeni durum dağılımlarına ilişkin bilgiler Tablo-3’de yer almaktadır. Öğrencilerin %3,9’u evli, %96,1’i bekadır.

Tablo 5. Öğrencilerin eğitim sınıfı dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1 sınıf	67	44,1	44,1	44,1
4 sınıf	85	55,9	55,9	100,0

Yazıcı, T. (2015). Kişilerarası iletişimde anlık mesajlaşma uygulamalarının yeri: WhatsApp uygulaması ile ilgili üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (4), 1102-1119.

	Toplam	152	100,0	100,0
--	--------	-----	-------	-------

Araştırma kapsamında anket uygulanan öğrencilerin eğitim gördükleri sınıf dağılımlarına ilişkin bilgiler Tablo-4’de yer almaktadır. Öğrencilerin %44,1’i 1. sınıf, %55,9’u 4. Sınıf öğrencisidir.

Tablo 6. Öğrencilerin yaş gurubu dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
18	25	16,5	16	16
19	16	10,5	10,6	26,5
20	13	8,6	8,6	35,1
21	11	7,2	7,3	42,4
22	23	15,1	15,2	57,6
23	23	15,1	15,2	72,8
24	18	11,8	11,9	84,8
25	10	6,6	6,6	91,4
26	13	8,6	8,6	100,0
Toplam	152	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında anket uygulanan öğrencilerin yaş gurubu dağılımlarına ilişkin bilgiler Tablo-5’de yer almaktadır. Öğrencilerin %16’sı 18 yaşında, %15,2’si 22 ve 23 yaşında, %11,9’u 24 yaşında, %10,6’sı 19 yaşında, %8,6’sı 20 ve 26 yaşında, %7,3’ü 21 yaşında, %6,6’sı 25 yaşında öğrenciden oluşmaktadır.

Tablo 7. Öğrencilerin telefon özelliğine göre cep telefonu kullanım dağılımları

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Normal	19	12,5	12,5	12,5
Akıllı	129	84,9	84,9	97,4
Kullanmıyor	4	2,6	2,6	100,0
Toplam	152	100,0	100,0	

Araştırma kapsamında anket uygulanan öğrencilerin cep telefonu kullanımına dair dağılımlarına ilişkin bilgiler Tablo-6’da yer almaktadır. Ankete katılan öğrencilerin %100’ü (152 öğrenci) cep telefonu kullanmaktadır. Öğrencilerin % 84,9’u akıllı telefon, %12,5 ‘i normal cep telefonu kullanmaktadır. Bu oran cep telefonu kullanımının üniversite öğrencileri için vazgeçilmez bir araç olduğunun en belirgin göstergesidir. Bundan sonraki anket soruları, akıllı cep telefonu seçeneğini belirten öğrencilerle devam etmektedir.

#### 4.3.2. WhatsApp uygulamasının üniversite öğrenciler tarafından kişisel iletişim aracı olarak kullanımına ilişkin bulgular

Bu bölümde araştırmayı oluşturan üniversite öğrencilerinin WhatsApp uygulamasını kullanımına ilişkin açıklamalar yer almaktadır.

Öğrenciler, akıllı cep telefonlarında anlık mesajlaşma servislerinden birden çok ve farklı uygulamaları kullanmaktadır. Akıllı cep telefonu kullanan 129 öğrencinin verdiği cevapların değerlendirme % oranı belirlenmiştir. Öğrencilerden işaretleyeceği seçeneklerde sınırlandırma getirilmemiş, birden fazla işaretlenen uygulamalar üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Öğrencilerin tamamına yakın oranda % 97,6’sı WhatsApp uygulamasını kullanmaktadır. İkinci sırada ise %

Yazıcı, T. (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), 1102-1119.

65,8 kullanım oranı ile Facebook uygulaması gelmektedir. Anket seçenekleri arasında yer alan diğer anlık mesajlaşma servisleri de öğrenciler tarafından kullanılmakta ve kullanım % oranları belirtilmektedir. Anket devamında öğrencilere özellikle WhatsApp uygulamasının kullanım özelliklerine ve kullanım amaçlarına yönelik sorular yöneltilmiştir.

Tablo 8. Öğrencilerin akıllı cep telefonlarında kullandıkları uygulamaların dağılımları

	Frekans	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
WhatsApp	126	97,6	97,6
Facebook	85	65,8	65,8
Snapchat	30	23,2	23,2
Line	18	13,9	13,9
Message	12	9,3	9,3
Viber	12	9,3	9,3
Wechat	10	7,7	7,7
Kullanmıyorum	10	7,7	7,7
Diğer	8	6,2	6,2
Toplam Katılımcı	129	%100	%100

Tablo 9. WhatsApp uygulamasını ne kadar süredir kullandıklarına dair dağılımları

	Frekans	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Yeni	4	3,1	3,1
1 yıldan az	27	21,4	21,4
1-3 yıl	82	65,0	65,0
ilk andan itibaren	13	10,3	10,3
Toplam	126	100,0	100,0

Anketi cevaplayan katılımcılardan 126 öğrenci tarafından kullanılan WhatsApp uygulamasını 1-3 yıl süre ile kullanan öğrencilerin % 65 oranı ile çoğunlukta olduğu görülmektedir. 1 yıldan az sürede kullanan öğrenci oranı % 21,4 ile ikinci sırada yer almaktadır. Uygulamanın ülkemizde bilinirlik süresinin çok eski olmaması ve akıllı cep telefonlarının popülerlik tarihinin de paralellik göstermesinin cevap seçeneklerinde belirleyici rol oynadığı görülmektedir.

Tablo 10. WhatsApp uygulamasını gün içinde kaç saat kullanıldığına dair dağılımları

	Frekans	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
1 saat az	11	8,7	8,7
1-3 saat	17	13,4	13,4
3 saat fazla	26	20,6	20,6
sürekli	66	52,3	52,3
Bazen	6	4,7	4,7
Toplam	126	100,0	100,0

WhatsApp uygulamasını kullanan öğrencilerin gün içinde uygulamayı sürekli kullandığı %52,3 çoğunluk oranıyla görülmektedir. Uygulamayı günde 3 saatten fazla kullananların oranı % 20,6 olarak belirtilmiştir. Sırasıyla “1 – 3 saat” kullanımını % 13,4, “1 saatten az” seçeneği %8,7 ve “bazen” cevabı da %4,7 olarak belirtilmiştir. Verilen cevaplar neticesinde anlık mesajlaşma uygulaması olan WhatsApp’ın gün içinde farklı saat aralıklarında bütün öğrenciler tarafından kullanıldığı görülmektedir.

Yazıcı, T. (2015). Kişilerarası iletişimde anlık mesajlaşma uygulamalarının yeri: WhatsApp uygulaması ile ilgili üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (4), 1102-1119.

Tablo 11. WhatsApp uygulamasını hangi amaç için kullandıklarına dair dağılımları

	Frekans	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kolay iletişim	111	88	88
Ücretsiz mesaj	98	77,7	77,7
Sohbet	70	55,5	55,5
Bilgi	56	44,4	44,4
Foto	97	76,9	76,9
Grup	75	59,5	59,5
Sebebi yok	6	4,7	4,7
Toplam	126	100,0	100,0

Öğrenciler, WhatsApp uygulamasını birden çok ve farklı amaç için kullanmaktadır. Öğrencilerden işaretleyeceği seçeneklerde sınırlandırma getirilmemiş ve birden fazla işaretlenen amaç seçeneği üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Uygulamayı kullanan 126 öğrencinin kullanım amacı olarak tercih ettiği seçeneklerden % 88 oranda “kolay iletişim” tercihi olduğu görülmektedir. Uygulamanın ücretsiz olarak kullanım imkânından dolayı “ücretsiz mesajlaşma” özelliği % 77,7 oranıyla ikinci sırada yer almaktadır. % 76,9 oranıyla “fotoğraf paylaşımı” 3. sırada yer alırken, “grup iletişimi” % 59,5 oranla ve “sohbet & eğlence” seçenekleri % 55,5 oranıyla 4. ve 5. sırada yer almaktadır. “Bilgi edinme & bilgilendirme” seçeneği % 44,4 ve son olarak “sebebi yok” tercihi de % 4,7 oranlarında kullanıcılar tarafından cevaplanmıştır. WhatsApp uygulamasının sahip olduğu özellikler arasında iletişimi kolaylaştırma imkanı kullanıcıların en önemli tercihi olmaktadır.

Tablo 12. WhatsApp uygulamasında kimlerle iletişim kurduklarına dair dağılımları

	Frekans	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Aile	55	43,6	43,6
Okul	121	96	96
Sosyal	106	84,1	84,1
Telefon liste	26	20,6	20,6
Arkadaş	86	68,2	68,2
Esim	8	6,3	6,3
Diğer	8	6,3	6,3
Toplam	126	100,0	100,0

Öğrenciler, WhatsApp uygulamasında iletişim kurdukları kişi ya da grup tercihleri birden fazladır. Öğrencilerden işaretleyeceği seçeneklerde sınırlandırma getirilmemiş ve birden fazla işaretlenen seçenek üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Uygulamayı kullanan 126 öğrencinin iletişim kurduğu seçenek % 96 oranı ile “okul arkadaşlarım” tercihi olmuştur. “Sosyal arkadaşlarım” olarak verilen diğer seçenek % 84,1 oranıyla ikinci sırada yer almaktadır. % 68,2 oranıyla “kız/erkek arkadaşım” tercihi 3. sırada yer alırken, “ailem” seçenekleri % 43,6 oranıyla 4.sırada yer almaktadır. “Telefon listemdeki herkes” seçeneği % 20,6 oranında 5. sırada seçilirken, son olarak “diğer” iletişim tercihi % 6,3 oranında kullanıcılar tarafından son sırada cevaplanmıştır. WhatsApp uygulamasında iletişim kurulan alıcılar arasında okul arkadaşları hem sosyal hem de anlık mesajlaşmada öğrenci olan kullanıcıların en önemli tercihi olmaktadır.

Yazıcı, T. (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), 1102-1119.

Tablo 13. WhatsApp Uygulamasında Profilinizde Durum Bilgisi Paylaşımına Dair Dağılımları

	Frequency	Valid Percent	Cumulative Percent
Evet	95	75,3	75,3
Hayır	16	12,6	12,6
Bazen	17	13,4	13,4
Toplam	126	100,0	100,0

Öğrencilerin WhatsApp uygulamasında kullandıkları profil görüntüsünde durum bilgisi paylaştıklarına dair sorulan soruda uygulamayı kullanan 126 öğrencinin %75,3 oranı ile durum bilgisi paylaştığı, % 12,6 oranında “hayır” seçeneğini cevaplayanların ise durum bilgisi paylaşmadığı, “bazen” olarak cevaplayan kullanıcıların ise %13,4 oranında olduğu görülmektedir. Kullanıcıların uygulama özelliklerinde durum bilgisi paylaşımını büyük oranda kullandığı görülmektedir.

Tablo 14. WhatsApp uygulamasında profil resmi kullandıklarına dair dağılımları

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Evet	122	80,3	89,1	89,1
Hayır	11	7,2	8,0	97,1
Bazen	4	2,6	2,9	100,0
Toplam	137	90,1	100,0	
Eksik Sistem	15	9,9		
Toplam	152	100,0		

Öğrencilerin WhatsApp uygulamasında profil resmi kullanma durumu hakkında sorulan soruda uygulamayı kullanan 83 öğrencinin tamamına yakın bölümünün %96 oranında profil resmi kullandığı, profil resmi kullanmayanların ise % 4 oranı ile “hayır” seçeneğini cevaplandığı görülmektedir. Kullanıcıların büyük oranda profil resmi kullandıkları görülmektedir.

Tablo 15. WhatsApp uygulamasını güvenli bulduklarına dair dağılımları

	Frekans	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet	59	46,8	46,8
Hayır	59	41,2	41,2
Fikrim yok	15	11,9	11,9
Toplam	126	100,0	100,0

Öğrencilerin WhatsApp uygulamasını güvenli bulduklarına dair sorulan soruda uygulamayı kullanan 126 öğrencinin % 46,8 oranında uygulamayı güvenli buldukları, % 41,2 oranında güvenli bulmadıkları için “hayır” seçeneğini cevaplandığı, “fikrim yok” olarak cevaplandırılanların ise % 11,9 oranında olduğu görülmektedir. Kullanıcıların WhatsApp uygulamasını güvenilir bulduklarına dair verilen cevap çoğunluktadır.

Yazıcı, T. (2015). Kişilerarası iletişimde anlık mesajlaşma uygulamalarının yeri: WhatsApp uygulaması ile ilgili üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (4), 1102-1119.

Tablo 16. Öğrenciler kullandığı uygulamaların cinsiyete bağımlı analizi

		Uygulama									Toplam
		Whatsapp	Facebook	Snapchat	Line	Message	Viber	Wechat	Kullanmyrm	Diğer	
Cinsiyet	Kadın	67	46	8	6	5	5	1	9	6	153
	Erkek	59	39	22	12	7	7	9	1	2	151
Total		126	85	30	18	12	12	10	10	8	311

Öğrencilerin kullandıkları programların cinsiyete bağlı kullanım durumu Tablo 16’de yer almaktadır. Uygulama kullanımının cinsiyete bağımlılık gösterip göstermediği Ki-kare bağımlılık testi ile incelenmiş ve anlamlı bağımlılık olmadığı görülmüştür ( $p=0,035$ ).

#### 4. Sonuç

Hayatımızın her alanında var olan iletişim olgusunun hem özel hem de sosyal alandaki etkisi ve gücü tartışılmaz bir gerçektir. Çağımızın değişen ve gelişen şartlarında her alanı etkileyen teknoloji, dijital yaşam, küreselleşme süreçleri iletişimin şartlarını ve kanallarını da değiştirmektedir. Yeninin hızla eskidiği ortamlar ve araçlar, bu döngü içerisinde yerini farklı kanallara bırakmaktadır. Yeniliğin vazgeçilmezleri arasında yerini alan cep telefonları giderek akıllanmış ve herkes için olmazsa olmaz bir varlık haline gelmiştir. Akıllı cep telefonu olgusunun başka imkânları hayatımıza sunmasıyla da konuşmanın alternatifi iletişim modelleri oluşmuş ve teknolojinin hızıyla anlık iletişim döngüsü haline gelmiştir. Özellikle akıllı cep telefonlarının teknolojik özelliklerinden kaynaklı oluşan bu yeni iletişim ortamı sanal, etkileşime dayalı, değişken, çoğulcu, görsel, modülerlik özelliklerine sahiptir. Telefon kullanımının yanı sıra bilgisayar, fotoğraf makinesi, kayıt cihazı, kamera gibi özelliklere sahip akıllı cep telefonları özellikle genç nesil arasında çok fazla oranda kullanılmaktadır. Gençler telefonda konuşmak yerine mesajlaşma yöntemini daha hızlı, etkin, pratik bulmakta ve iletişim yöntemi olarak sıklıkla tercih etmektedirler. Ayrıca bu uygulamaların internetle birlikte daha ucuz ve bedava kullanımı tercih edilme oranını arttırmaktadır.

Anlık mesajlaşma servisleri arasında bilinirliği ve kullanımı en yaygın olan WhatsApp uygulamasını diğer uygulamalardan ayıran özellikleri bulunmaktadır. Kullanıcıların telefon listelerindeki kayıtların uygulamaya entegre kullanılması büyük bir kolaylık sağlamaktadır ve diğer uygulamalardan farklı kılmaktadır. Anlık mesajlaşma servisleri birey odaklıdır ve diğer web tabanlı sistemlerin de önüne geçmektedir. Bu sistemler vasıtasıyla kullanıcılar, özellikle ilgi duydukları alanlarla ilgili hızlı ve kolay yolla erişim sağlayabilmektedirler ve kullanıcılar tarafından çokça talep görmektedir. 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. Teknolojik uygulamalar sayesinde kullanıcılar çevrimiçi olarak sosyalleşmeye başlamışlardır. Sosyal ilişkilerden, aile bağlarına, çoklu iletişimden, duygusal ilişkilerimize kadar etkin olan bu uygulamalar farklı özellikleriyle kişilerarası iletişim süreçlerini ve sosyalleşme alanlarını etkilemeye devam edecektir. Yakın gelecekte farklı özelliklerdeki kullanım imkânlarıyla da hayatımızın ve iletişim süreçlerimizin vazgeçilmezleri olarak hâkimiyetlerini sürdüreceklerdir.

Yazıcı, T. (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), 1102-1119.

### Kaynakça

- Aydın E. İ., (2010), *İnternet Ortamında Bireylerarası İletişim: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Bilgi Yönetimi Programı Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi SBE.
- Baltaş Z. ve Baltaş A., (1996), *Bedenin Dili*, 12. Basım, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Binark M., (2007), *Yeni Medya Çalışmaları*, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Correa T., (2010), *Who interacts on the Web?: The intersection of users personality and social media use*, University of Texas at Austin, USA.
- Dökmen Ü., (2001), *İletişim Çatışmaları ve Empati*, 9. Basım, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Erdoğan İ.ve Alemdar K., (2002), *Öteki Kuram*, 1. Basım Ankara: Erk Yayınevi.
- Geray H., (2002), *İletişim ve Teknoloji : Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*, Ankara: Ütopya Yayınları.
- Greene D. and O'mahony D., (2004), *Instant Messaging & Presence Management in Mobile Ad-Hoc Networks*, Ireland.
- Güçdemir Y., (2010), *Sanal Ortamda İletişim: Bir Halkla İlişkiler Perspektifi*, 1. Basım, İstanbul: Derin Yayınları.
- Güney Z., (2006), *Etkileşimli Reklam Planlama ve Yaratım Süreci*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, SBE., İstanbul.
- Gürüz D. ve Eğinli Temel A., (2008), *Kişilerarası İletişim Bilgiler-Etkiler-Engeller*, 1. Basım, Ankara: Nobel Yayınları.
- Oskay, Ü., (1992), *İletişimin ABC'si*, 1. Basım, İstanbul: Simavi Yayınları.
- Ünsal P., (2005), *İnsan İlişkilerinde İletişim*, İstanbul: Epsilon Yayıncılık Hizmetleri.
- Yaylagül L., (2008), *Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*, Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yengin D., (2012), *Sosyal İletişim Aracı Olarak Akıllı Telefonların Oluşturduğu Uygulama Toplumu Olgusu : WhatsApp Uygulaması*, Sosyal Medya Ekonomi: İstanbul : Beta Yayınları.
- Vogiazou Y., (2002), *Wireless Presence and Instant Messaging*, West Pole.

### İnternet Kaynakça

- [http://www.karel.com.tr/sites/default/files/belge/doc/ucap/anlik\\_mesajlasma\\_durum\\_bilgisi\\_online.pdf](http://www.karel.com.tr/sites/default/files/belge/doc/ucap/anlik_mesajlasma_durum_bilgisi_online.pdf), erişim tarihi: 06.06.2015/14.06.2015.
- <http://www.connectedvivaki.com/anlik-mesajlasma-uygulamaları-yeni-gelir-kapıları-yaratıyor/>, erişim tarihi: 06.06.2015.
- <http://hikmetsen.com/mobil/mesaj-savaslari/>, erişim tarihi: 16.04.2015.
- <http://www.teknolojigundem.com/mobil-haberleri/WhatsApp-ise-almadi-isini-aldi-574652.htm#>, erişim tarihi: 16.04.2015.
- <http://www.webmasto.com/WhatsApp-tan-buyuk-rekor-bir-gunde-64-milyar-mesaj>, erişim tarihi: 16.04.2015.
- [http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/15795/WhatsApp\\_mi\\_wechat\\_mi\\_line\\_mi\\_.html](http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/15795/WhatsApp_mi_wechat_mi_line_mi_.html), erişim tarihi: 16.04.2015.
- <http://image.slidesharecdn.com/messengerwars2-150317054123-conversion-gate01/95/messenger-wars-2-how-facebook-climbed-back-to-number-1-24-638.jpg?cb=1426762535>, erişim tarihi: 16.04.2015.



### Extended abstract in English

When human came to the world perceived himself and the world as a whole. Beginning to get to know itself and its surroundings with a human for the first time, he lives most heavily the process of interpersonal communication and not aware too, the world's first interpersonal interaction begins. Important things in interpersonal communication are to have individual capacity of the person to perform important communications skills.

Interpersonal communication does not have to be just through verbal communication, interpersonal communication is required for many elements such as. People touch each other, looks, clothes, shake hands, and smile. On the basis of the definition of interpersonal communication being face-to-face interaction and as a result of a grant from the state of the development of technology, Internet, etc. interpersonal communication tools through social networks instead of face to face communication began to be established and began to take. Technology is changing societies and life forms, reshaped the way of communication and socio-cultural relations has differentiated. Technological developments that affect every process of our living area in the process of communication has led to the expansion and diversification of the intended use of the tools we use. The culture of consumerism, especially as smartphone and mobile phones started to be used as the indispensable need of presented and has a very important role in this change. Smart mobile phones that are used in many technological applications and programs are formed in accordance with the needs and expectations arising from People's communication. And differentiation, which is one of the most important indicators of this change, "instant messaging," has taken its place among the interpersonal communication tools.

Traditional methods used in the process of interpersonal communication that are no longer in place began to give way to vehicles without the requirement of instant communication space and time. The interaction with new communication technologies, face-to-face with the community and non-es timeless performed in the field of interpersonal communication is addressed. Now people in the field with the introduction of the internet in a fast way without restrictions of space and time wide are communicating. Used that occur with virtual communication over the internet, electronic mail, instant messaging, social networks messages exchange of mutual communications paths, such as playing a game in virtual environments are very frequently used. The importance of physical appearance and physical distance, and lost in the process of nonverbal communication face to face communication facial expressions and gestures that occur in the properties of pictures and statements of the form has taken its place as illustrated. In this way, the communication environments by connecting individuals to each other through instant messaging and social networks to create their friends to interact with each other and provides a mechanism for.

Instant messaging sending text or voice messages by using electronic tools get two or more users based is a form of synchronous electronic communication. Online connectivity of mobile phones and face to face communication easy and quick forms of communication that are created without the difficulties of communication people prefer, and use it often. Fast, instant and easy communication, quick ask a question and get a quick reply, to be in constant communication with his colleagues, to be able to communicate with multiple people at the same time on different topics, organize meetings and conference like the snapshot was created with the demands written to be able to communicate, to be able to share information quickly with easy file sharing, communication and backward to be able to follow to be able to record continuously, providing savings

Yazıcı, T. (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), 1102-1119.

---

in communication costs as well as the forms of communication that replaces features such as instant messaging services, provides communication facilities. Some of the favourites among instant messaging applications, which increases the increasingly popularity of WhatsApp, Line, WeChat, Tango, Skype, Viber and Facebook Messenger. In addition, different as Twitter DM, BBM, imessage and Google Talk, Google Voice and Google+ hangouts there are different models that incorporates services such as.

They are especially frequented by college students preferred instant messaging services with the services provided, it is also becoming more and more popular. Among the most preferred instant messaging applications, which are increasingly popularity increases, the number of monthly active users, 300 million iPhone users on the model a short while ago and last annual membership for WhatsApp, instant messaging applications located at the summit of. WhatsApp, the Messaging platform is capable of handling more than simple. In this context, a message is being sent via WhatsApp 36 billion per day on average, and only 50 pieces of it are carried out with all employees. The company's revenue received from users of the model-year, \$ 1 the fee consists of. The WhatsApp Messaging that creates value received from a user in the field of-year a \$ 1 Fee with a total value of 19 billion dollars was sold to facebook. Are not any other hidden fees, except Internet, multi-media (video, images, and voice notes) to provide communication to a group chat have the option, in the absence of international Messaging fees, pin and user names only be used with a phone number of the phone your personal guide and without the integration with login/WhatsApp to reach without turning off the application, add your friends in your phone list appears automatically without the need to your friends, WhatsApp messages offline until the next use of the application ensures that the store is frequently preferred features, such as WhatsApp.

Especially university students often preferred by the services they offer instant messaging services are also becoming more popular. Most preferred among instant messaging application that improves the increasingly popularity of monthly active users number 300 million and a short time before the annual subscription model for iPhone users last WhatsApp is located at the summit of instant messaging applications. WhatsApp has more functionality than a simple messaging platform use. In this context, an average of 36 billion units per day are sent a message via WhatsApp and if all this is done only 50 employees. The Company's revenue model consists of an annual fee of \$ 1 received from users. Creating value in the field of messaging WhatsApp annual \$ 1 fee received from users, Facebook has sold \$ 19 billion in total value. Ignoring other hidden costs except internet charges, multiple media (video, image and audio notes) communication to provide, that the group chat option, the lack of international messaging fees, pin and without user names using only a phone number and the phone's personal contacts with integration, logon / logoff without the need to reach the WhatsApp application with your friends on your phone list without adding friends to be displayed automatically, WhatsApp, such as storage offline messages until the next use of application features WhatsApp is providing the often be preferred.

For this study, the most frequently used types of instant messaging, especially among college students was carried out in order to assess the objectives and use of the services. That constitute the universe of the study in Kocaeli University Public Relations and publicity, 1. and 4. department conducted with survey-grade students in the phenomenon of instant messaging services, usage styles, and selected purposes in terms of "WhatsApp" will be determined in accordance with the sample. The obtained data will be evaluated with the SPSS technique.