



TÜRKÇE ÖĞRETMENİ ADAYLARININ MOBİL İLETİŞİM ALIŞKANLIKLARI: WHATSAPP ÖRNEĞİ

THE MOBILE COMMUNICATION HABITS OF TURKISH TEACHER CANDIDATES: WHATSAPP SAMPLE

Aslı MADEN*

Öz

Mobil mesajlaşma uygulamalarından WhatsApp bugün yoğun biçimde kullanılmaktadır. Bu durum bireylerin okuryazarlık becerilerini, yazarak ve konuşarak iletişim kurma eylemlerini etkilemektedir. Dolayısıyla dijital haberleşme araçları dil öğretimi için de önemli bir materyaldir. Dijital araçları kullanabilme becerileri ise dil öğretiminde kazandırılmalıdır. Fakat öncelikle Türkçe öğretmenleri ve adaylarının dijital iletişim alışkanlıklarının istenilen düzeyde olması gerekir. Araştırmada, Türkçe öğretmeni adaylarının bir mobil cihaz uygulaması olan WhatsApp aracılığıyla sergiledikleri iletişim alışkanlıklarının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma, tarama modeline göre yürütülmüştür. Araştırmanın örneklemini, bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesinde öğrenim gören Türkçe öğretmeni adayları (n=102) arasından belirlenmiştir. Adayların WhatsApp üzerinden gerçekleştirdikleri iletişim alışkanlıklarını tespit etmek için alanyazındaki ilgili araştırmalardan hareketle araştırmacı tarafından geliştirilmiş olan yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Hazırlanan form araştırmacı tarafından örneklemdaki adaylara elden ulaştırılmış ve yüz yüze görüşme yapılarak toplanmıştır. Elde edilen veriler üzerinde nitel analiz teknikleri kullanılarak bulgular yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda; adayların tamamının mesajlaşmak için *kolaylık*, *kitlesel kullanımı*, *işlevsellik* gibi gerekçelerle WhatsApp'ı kullandığı, çoğu adayın mesajlaşırken *hitap ifadesi ile başladığı*; *iyi dilek/temenni ifadesi ile bitirdiği* gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Mobil iletişim, WhatsApp, alışkanlık, Türkçe öğretmeni adayı.

Abstract

WhatsApp from mobile messaging applications is being used extensively today. This situation affects the literacy skills of individuals, writing and speaking communication. Therefore, digital communication tools are an important material for language teaching. The skills of using digital tools should be acquired in language teaching. However, first of all, Turkish teachers and candidates should have the desired level of digital communication habits. In this study, it is aimed to determine the habits of using WhatsApp as a communication tool for Turkish teacher candidates. The research was conducted by using survey research model. The sample of the study was determined among the Turkish teacher candidates (n=102) who studied at the faculty of education of a state university. A structured interview form developed by the researcher based on the relevant research in the field literature was used to identify the ways of using WhatsApp. The prepared form was delivered to the candidates in the sample by the researcher and collected by face to face interviews. The results were interpreted using qualitative analysis techniques on the obtained data. As a result of the research; all the candidates used the WhatsApp for reasons such as convenience, mass use, functionality to message, and the results were achieved as most candidates started with the expression of address and finished with the expression of good wishes.

Keywords: Mobile communication, WhatsApp, habit, Turkish teacher candidate.

* Öğr. Gör. Dr. Aslı MADEN, Giresun Üniversitesi Türk Dili Bölümü, asli.maden@giresun.edu.tr,
ORCID: 0000-0002-3336-0198

GİRİŞ

Bir şeyi haber vermek, sormak, istemek, fikir veya hisleri bildirmek için insanoğlu bugüne kadar birçok araç kullanmıştır. Bu amaçla yazılı bir kâğıdı zarfın içine koyarak posta ile göndermiş, resmî ve kurumsal anlamda işaretler yardımıyla bazen belge ve haberleri iletmış ve önemli günleri kutlamak için kartları postalamıştır. Bugün artık mazide kalan bu araçlar mektup, telgraf ve kartpostaldan başka bir şey değildir. Teknolojik gelişmeler, hayatın her alanını etkilediği gibi iletişim ve haberleşme araç ve alışkanlıklarını da değiştirmiştir. Bilgisayar, akıllı cep telefonu ve mobil cihazlar internet erişimi ile birlikte artık çok uzak mesafelere anlık iletiler gönderebilmekte, insanlar da bu hızlı ve kolay teknolojinin rahatlığını yaşamaktadır. İnternetin oluşturduğu medya ortamı sadece özel haberleşmeleri değil politik, ekonomik, kültürel birçok kaynağa, gelişmeye ve uygulamaya dair içeriğe sahip olduğu için kullanımı bugün adeta hayati bir rol üstlenmiştir. Tabii internet ağı üzerinden gerçekleşen bu dijital haberleşme yaşantılarının sürekli bir devinim yaşadığına, ayrıca her geçen gün insanların gündelik yaşamına daha fazla girdiğine burada değinmekte fayda vardır.

20. yüzyılın sonlarından itibaren teknolojik gelişmeler, iletişim ve medya üzerinde büyük değişim meydana getirmiştir. Bilgisayarların elektronik iletişim alanında sağladığı yenilikler ile kitle iletişim araçları arasındaki sınırlar ve farklılıklar azalmaya başlamış ve bugün tüm kitle iletişim araçları internet aracılığıyla iç içe geçmiştir (Karakaş, 2002; Uğur, 2003). Diğer bir deyişle, internet aracılığıyla ses, görüntü, metin ve diğer unsurları içeren iletiler karşı tarafa ulaştırılmaya başlamıştır.

Cep telefonları ve akıllı cep telefonlarının kullanılması ile birlikte elektronik iletişim yaşantıları daha fazla bütünleşmiş ve kolaylaşmış, aynı zamanda anlık haberleşme ile insanları kendine adeta bağlamıştır. Konuyla ilgili bir araştırmada, Amerika'daki telefon kullanıcılarının %26'sının cep telefonsuz yaşamayacaklarını düşündüğü belirlenmiştir (Chen & Katz, 2009:180). Diğer taraftan “kullanıcılar akıllı telefonları ile öylesine bütünleşmiştir ki akıllı telefonlarını kıyafetleri ile neredeyse aynı oranda kullanmaya başlamışlardır. Cep telefonları mobil cihazların en pratik ve en çok tercih edilenidir. Cep telefonlarına taşınabilir küçük cep bilgisayarlarının özelliklerinin eklenmesiyle de akıllı telefonlar üretilmiştir. Akıllı telefonlar, normal bir cep telefonundan daha fazla özelliğe sahiptir” (Kuyucu, 2017: 330). Akıllı telefonların sesli, görüntülü arama ve kısa mesaj işlevleri yanında internet üzerinden dijital kaynakları okuma ve medya üzerinde paylaşım yapmaya imkân sunması bu cihazların değerini ve kullanımını artırmaktadır. Tüm bunlarla birlikte akıllı telefonların internet ağı üzerinde yazılı metin, görüntü, görsel ve ses paylaşımı yapan anlık haberleşme sağlayan yazılımları kullanması bugün insanların haberleşme alışkanlıklarında bir devrim yaşatmaktadır. “Akıllı telefonlar, dokunmatik ara yüzleri ile birden fazla uygulamayı aynı anda çalıştırma, dâhili ya da eklenebilir hafızası yardımıyla görüntü ve/veya ses kaydı yapabilme gibi özellikleri ile günümüz kullanıcılarının hemen her ihtiyacına cevap verir niteliktedir” (Ada ve Tatlı, 2012: 3).

2007 yılından itibaren piyasaya sürülen akıllı telefonların kullanım oranı Dünya'da ve Türkiye'de her geçen gün artmaktadır. MOBİSAD verilerine göre 2017 yılında Türkiye'de 11 milyonun üzerinde akıllı cep telefonu satılmıştır (<https://www.mobisad.net/basin/>). TÜİK'in (2017) son 10 yıla ilişkin internet erişim verileri incelendiğinde, ülkemizdeki internet erişimin oranının bu tarihten sonra önemli oranda yükseldiği (%85,4) 2017 yılında da % 97,2'ye ulaştığı görülebilmektedir.

Yapılan araştırmalarda ulaşılan sonuçlarına göre, Türkiye'de akıllı telefonların değiştirilme sıklığı ortalama 2,5 yılda birdir. Yine bulgular, Türkiye'de akıllı telefon kullanıcılarının yüzde 39'unun akıllı telefonlarını her iki yılda bir değiştirdiğini göstermektedir. Geriye kalanların yüzde 44'ü üç yılda bir telefonlarını değiştirirken, yüzde

11'lik kesim her yıl akıllı telefonunu değiştirmektedir (The Brand Age, 2016: 73' akt. Kuyucu, 2017: 333). Bununla birlikte Deloitte'nin aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 30 ülkeden 49 bin katılımcıya uyguladığı Global Mobil Kullanıcı Araştırması verilerine göre Türkiye genç ve dinamik nüfusu nedeniyle akıllı telefon bağımlılığının en yüksek olduğu ülkelerden biri olarak dikkat çekmektedir. Türkiye'deki akıllı telefon kullanıcıları günde ortalama 70 kez cep telefonlarını kontrol ediyorlar, bu da bir akıllı telefon kullanıcısının her gün yaklaşık 15 dakikada bir ekran yüzü gördüğü anlamına gelmektedir (Digitalage, 2016: 92'den akt. Kuyucu, 2017: 336). Dolayısıyla akıllı telefonların ve diğer mobil cihazların günlük yaşamda ne kadar çok yer tuttuğu, bunun sonucunda da iletişim, bilgi edinme, alışveriş gibi amaçlarla kullandığımız elektronik cihazların birçok alışkanlığı yenilediği ve değiştirdiğine şahit olunabilmektedir.

Akıllı telefonların yüksek düzeyde kullanımı, insanlar arasındaki iletişim aktivitelerinin büyük kısmının bu cihazlar üzerinden yapılmasını beraberinde getirmiştir. Bu cihazların internet erişimi ile ücretsiz ve kolay biçimde anlık mesajlaşmayı sağlaması kullanıcılar için bir cazibe kaynağıdır. "Anında mesajlaşma, iki veya daha fazla kullanıcının elektronik araçlar kullanarak metin veya ses tabanlı mesajları alıp gönderdikleri eşzamanlı elektronik iletişim şeklidir" (Yazıcı, 2015:6). Akıllı cep telefonu, bilgisayar ve tablet üzerinden gerçekleştirilebilen anlık mesaj gönderimi; daha önceki elektronik mesaj (e-posta gibi) gönderme şekillerine göre hız, zengin içerik (ses, görsel ve link vb), durum ve gönderim bilgisi sunma ve ücretsiz yapılabilme açısından üstünlükler içermektedir. Bu nedenle anlık mesajlaşma uygulamaları, bugün özellikle gençler arasında yetişkinlere nazaran daha yoğun biçimde kullanılmaktadır. Akıllı cep telefonu üzerinden yapılan anlık mesajlaşmalar kişisel haberleşme yanında, kurum içinde, öğretim sürecinde ve kamusal alanda da kullanım alanına sahiptir.

Anlık mesajlaşma uygulamalarından WhatsApp da bugün yoğun kullanıma sahip, benzerleri arasında birçok özelliğinden dolayı daha çok tercih edilen bir uygulamadır. Bugün dünya üzerinde her 7 kişiden biri (1 milyar kullanıcı) WhatsApp kullanıcısıdır (NTV, 2017). WhatsApp "özel sohbet odalarıyla bire bir iletişim, birden çok iletişim ve grup iletişimine imkân tanıyan (Seufert ve diğ. 2016) ve mesajlaşma uygulamasıyla kullanıcılar arasında popülaritesi artan bir iletişim ortamıdır. WhatsApp'ın ücretsiz olması; başka bir servise kaydolmayı gerektirmemesi, basit mesaj gönderme, emoji kullanma, fotoğraf ve video göndermeye imkân tanınması; ayrıca kullanıcının telefon numarasını kimliği olarak kullanması onu, diğer mesajlaşma yazılımlarından farklı kılmaktadır." (Uzun ve Uluçay, 2017: 222).

WhatsApp, yukarıda da değinildiği gibi kişisel haberleşmenin (Yazıcı, 2015; Çeken ve diğ., 2017) yanında örgüt iletişiminde (Uzun ve Uluçay, 2017) ve eğitim alanında hem haberleşme hem de öğretim amacıyla (Şahan ve ark., 2016; Yaman, 2016; Çetinkaya, 2017) kullanılan bir anlık mesajlaşma uygulamasıdır.

WhatsApp kullanımı, kullanıcıların haberleşme eylemlerini değiştirirken yazarak veya konuşarak duygu ve düşüncelerini karşı tarafa aktarma alışkanlıklarını da değiştirmektedir (Karaaslan ve Budak, 2012). Sadece yazı ve resim karakterler yani emojilerle veya ses kaydı ile ileti gönderirken günlük iletişime yönelik sözlü ve yazılı anlama ve anlatım becerilerinde değişiklikler yaşanabilmektedir. Çünkü internet ve teknolojik cihazların kullanımı birçok araştırma sonucuna göre bağımlılık ve asosyallik oluşturmaktadır. Tutgun Ünal'a (2015: 8) göre "sosyal medya ve mesajlaşma uygulamalarının yaygınlaşması ile gerçek hayatta görüşmektense akıllı telefon üzerinden görüşmeye bağlı olarak asosyallik" riski artmaktadır.

Anlık mesajlaşma uygulamalarında kullanıcılar birbirlerini görmeden milyonlarca karakter ve emojiyle iletişim kurabilmekte, ancak fiziki anlamda görüşme yapmadan bu süreci tamamlayabilmektedir. Bu durum bireylerin temel okuryazarlık becerilerini, yazarak ve

konuşarak iletişim kurma eylemlerini etkilemektedir. Bu bağlamda, gelecekte ana dili veya yabancı dil olarak Türkçeyi öğretecek, belki de öğretim materyali olarak WhatsApp'ı kullanacak öğretmen adaylarının anlık mesajlaşma uygulaması olarak WhatsApp kullanma alışkanlıklarının tespit edilmesi değer taşımaktadır.

Günümüzde Türkçe öğretiminde temel alınan öğrenci merkezli anlayış öğrenci özelliklerini dikkate alan, çoklu yöntem ve araçlarla, dijital kaynaklarla öğrenciyi aktif kılacak zengin öğretim sürecini gerektirmektedir. “Bilgi ve iletişim teknolojileri öğretim sürecinde öğrencilerin ihtiyaç ve tercihlerine cevap vererek öğrenme ile hayatın diğer alanları” arasında köprü oluşturur (Aburezeq ve Ishtaiwa, 2013). Uygulamada olan Türkçe Dersi Öğretim Programı kitle iletişim araçları olgusunu bir alt tema olarak işlemektedir. Bu özellik, kitle iletişim araçları ile ilgili metinlerin dil becerilerini geliştirmede kullanılacağı anlamına gelmektedir. Ayrıca programda sosyal medya mesajları 4. sınıftan itibaren metin türü olarak kabul edilmekte ve bu doğrultuda kazanımlarda kısa dijital metin; e-posta, tebrik, ilan, duyuru gibi sosyal medya içeriklerine yer verileceğine dair açıklamalar yer almaktadır (MEB, 2017:18,31). Programda yer alan bu içerik, bugün Türkçe öğretiminde dijital cihazlar kullanılarak okuma, yazma ve iletişim yapma gerçeğini dikkate alındığını göstermektedir. Bu bağlamda, Türkçe öğretmenleri tablet ve diğer mobil cihazlar ile velilerinin cep telefonları üzerinden anlık mesajlaşma uygulamalarını kullanarak rahatlıkla öğrencilerin okul dışındaki informal öğrenme süreçlerini takip edilebilirler.

Akıllı telefonlar ve tabletler üzerindeki anlık mesajlaşma uygulamaları da öğretim sürecinde alıştırmaya, tartışmaya ve paylaşım amacıyla kullanılarak çoklu ortam özelliğine hizmet edebilmektedir. Bu nedenle, Türkçe öğretmeni adaylarının anlık mesajlaşma uygulaması WhatsApp'ı yazılı ve sözlü iletişimde kullanma ve yararlanma alışkanlıklarının ortaya konması, konuyla ilgili var olan durumun belirlenmesi, eğitim içeriklerinin düzenlenmesi ve gerekli tedbirlerin alınması adına fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

Araştırmanın Amacı

Bahsedilen gerekçelerden hareketle, Türkçe öğretmeni adaylarının bir mobil cihaz uygulaması olan WhatsApp aracılığıyla sergiledikleri iletişim kurma alışkanlıklarının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Alışkanlıkların belirlenmesinde; sıklık, kullanım amacı ile birlikte iletişimin uzunluk ve kısalığı, hitap ifadesi kullanımı, nasıl bitirildiği ve emoji gibi görsellerin kullanımı, yazım ve noktalama kurallarına uyma ve mesaj okuma gibi anlatım özellikleri dikkate alınmıştır.

YÖNTEM

Mobil haberleşme aracı olarak WhatsApp uygulamasını kullanma alışkanlığına ilişkin var olan durumu olduğu gibi ortaya koymak amaçlandığından nitel araştırma deseni kullanılmıştır. Nitel araştırma “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konulmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilir” (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 39). Çalışmada yapılandırılmış görüşme formuyla Türkçe öğretmeni adaylarının WhatsApp üzerinden iletişim kurma alışkanlıkları belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın örneklemini, 2016-2017 yılında bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesinde öğrenim gören Türkçe öğretmeni adayları (n=102) arasından seçilmiştir. Örneklem aynı programdaki adayların ortalama %30'una denk gelmektedir. Araştırmada amaçlı örnekleme çeşitlerinden, kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmıştır (Yıldırım

ve Şimşek, 2011: 113). Bu doğrultuda Türkçe öğretmenliği programında öğrenim gören öğrenciler arasından gönüllülük esasına göre örneklem oluşturulmuştur.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada, veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu oluşturulmadan önce alanyazın taranmış, benzer ölçme araçları incelenerek 12 soruluk bir form taslak hâde oluşturulmuştur. Taslak form, üç Türkçe eğitimi uzmanı tarafından dil ve anlatım, kapsam geçerliği açısından incelenmiş birtakım değişikliklere gidilmiştir. Değişiklik yapılan hâli, 1 eğitim bilimleri uzmanınca gözden geçirilmiştir. Kapsam ve uygulama açısından hazırlanan görüşme formu, 15 Türkçe öğretmeni adayı üzerinde pilot uygulaması yapılmıştır. Adayların sorulara ilişkin cevapları ve önerileri alınmış, 1 sorunun formdan çıkartılmasına karar verilmiştir. Uygulama için son şekli verilen görüşme formu, 6 açık uçlu ve 4 kısa cevaplı soru ile yapılandırılmış biçimde örneklemdeki adaylara elden ulaştırılmış, cevapları alınmıştır.

Araştırmada elde edilen veriler, araştırmalarla birlikte üç alan eğitimi uzmanı tarafından değerlendirilmiş ve sınıflandırılmıştır. Yapılan sınıflandırmalar karşılaştırılarak tutarlılıkları, benzerlik ve farklılıkları belirlenmiştir. Kısa cevaplı sorulara ait veriler sayısallaştırılarak frekans değerleri tablolar hâlinde görsel hâde getirilmiştir. Açık uçlu sorulara verilen cevaplar ise temalar altında toplanmıştır. Veri toplama aracında yer alan sorulara verilen cevapların niteliğine göre betimsel ve içerik analizi bir arada kullanılmıştır. Görüşme formundaki açık uçlu sorularda ve yorum içeren cevaplarda içerik analizi, tek cevaplı sorularda betimsel analiz tekniği uygulanmıştır. Veri analizi sürecinde katılımcılar Ö1, Ö2, Ö3 vb. şeklinde kodlanmıştır. Ayrıca veriler bulgulaştırılırken aday görüşlerinden örnek alıntılar kodları ile gösterilmiştir. Böylece bulguların iç güvenilirliği ve inandırıcılığı artırılmıştır.

BULGULAR

Görüşme formunda yöneltilen sorulara katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda ulaşılan bulgulara ilişkin frekans ve yüzde değerleri aşağıda verilmiştir.

Cep telefonunuz üzerinden hangi mesajlaşma programlarını kullanıyorsunuz? sorusu ile ilgili bulgular

Tablo 1. Cepten kullanılan mesajlaşma programları

Cepten kullanılan mesajlaşma programları	f
<i>WhatsApp</i>	102
<i>Hat sms</i>	64
<i>Tango</i>	1
<i>Viber</i>	1
<i>Line</i>	1
<i>Messenger</i>	10
<i>Bip</i>	4
<i>Gmail</i>	2
<i>Instagram</i>	3
<i>Facebook</i>	3

Türkçe öğretmeni adaylarının cep telefonları üzerinden mesajlaşmak için kullandıkları programlara dair bulgular incelendiğinde; tüm adayların mesajlaşmak için (f=102) WhatsApp'ı kullandığı tespit edilmiştir. WhatsApp dışında en çok (f=64) operatör kısa mesajı (sms)'nin kullandığını, bunu takiben internet erişimi ile *Messenger*, *Bip*, *Instagram*, *Gmail*, *Facebook*, *Line*, *Viber*, *Tango* gibi programları da mesaj göndermek için kullandıkları

belirlenmiştir. Bulgular incelendiğinde, adayların hepsinin cep telefonlarından internet erişimin sağlayabildiği ve bu özelliği mesajlaşmada da kullandığı anlaşılmaktadır.

WhatsApp mesajlaşma programları arasında sıklık ve önem açısından kaçınıcı sıradadır? sorusu ile ilgili bulgular

Tablo 2. WhatsApp kullanma sıklığı ve önem derecesi

Sıklık ve önem sırası	f	%
1.sırada WhatsApp	82	80,4
2.sırada WhatsApp	20	19,6

Türkçe öğretmeni adaylarından 82'sinin (%80,4) WhatsApp uygulamasını ilk sırada tercih ettiği, buna karşın 20'sinin ikinci sırada kullandığı belirlenmiştir. WhatsApp'ı ikinci sırada önem vererek kullanan adayların (%19,6) daha çok operatör / hat mesajı üzerinden ihtiyaçlarını karşıladıkları da ulaşılan bulgular arasındadır. Bu bulgulara ilişkin adayların sunduğu gerekçeler aşağıdaki şekildedir:

Adayların daha çok WhatsApp üzerinden mesajlaşırken hızlı ve kolay ileti gönderme özelliğinden dolayı bu uygulamayı tercih ettiği (f=25) görülmektedir. Ayrıca, çevrelerindeki kitlenin yoğun kullanımından etkilenerek bu uygulamayı kullanmaları (f=22) da dikkat çekmektedir. Bu bulguya örnek olarak; Ö88 “Çünkü herkes oradan mesaj yazıyor ben de mecburen oradan cevap veriyorum.” şeklinde kitle kullanımını gerekçe göstermiştir. Bunu takiben işlevsel ve kullanışlı olma (f=16), iletim bilgisi (okundu, ulaştı, saat, gün vb.)ne erişim imkânı (f=8), yazılı, görsel, sesli içeriğin olması (f=6), sesli ve görüntülü görüşme (f=4) ve arşivleme (f=1) özelliklerinden dolayı adayların WhatsApp uygulamasını mesajlaşma sürecinde kullandığı tespit edilmiştir. Örneğin adaylardan Ö78 “Mesajın görülüp görülmediğinden haberdar oluyoruz.”, Ö31 “Daha geniş alanlara ulaşım, video, fotoğraf vb. gönderebilme.”, Ö8 “Not paylaşımları ve ders çalışmak için çok faydalı oluyor.” şeklinde kullanma gereklerini sunmuşlardır.

WhatsApp'ı ikinci sırada kullanmayı tercih eden adaylar, bunda her zaman internet erişiminin olmamasını gerekçe olarak göstermişlerdir.

WhatsApp uygulamasını gün içinde hangi sıklıkta kullanıyorsunuz? sorusu ile ilgili bulgular

Tablo 3. WhatsApp günlük kullanım sıklığı

WhatsApp kullanım sıklığı	f	%
15 Dakika	21	20,6
15-30 Dakikada bir	63	61,8
Saatte bir	8	7,8
Mesaj Geldikçe	6	5,9
Düzensiz	4	3,9
	102	100

Örneklemdaki adayların WhatsApp'ı günlük kullanım sıklığına dair bulgular incelendiğinde; adaylardan 63 (%61,8)'ünün 15-30 dakikada bir uygulamayı kullandığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte 21 adayın (%20,6) ise uygulama ile 15 dakikada bir mesajlaşma gerçekleştirdiği görülmektedir. Diğer taraftan adaylardan 8'inin saatte bir, 6'sının mesaj geldikçe ve 4'ünün düzensiz biçimde WhatsApp üzerinden mesajlaşma yaptığı belirlenmiştir.

WhatsApp uygulamasını hangi amaçlarla kullanıyorsunuz? sorusu ile ilgili bulgular

Tablo 4. WhatsApp kullanma amaçları

Kullanma amacı	f	%
Yazılı Mesaj	6	5,9
Yazılı Mesaj ve Dosya Paylaşımı	2	2,0
Görsel (Video, Fotoğraf) Paylaşımı	3	2,9
Sesli (Kayıt, Görüşme) Mesaj	17	16,7
Hepsi	74	72,5
	102	100

Örneklemdaki Türkçe öğretmeni adaylarının WhatsApp'ı kullanma amaçlarına dair bulgulara göre; adayların 74'ünün (%72,5) yazılı, görsel ve dosya paylaşımı şeklinde belirlenen tüm amaçları güttüğü tespit edilmiştir. Diğer taraftan adayların 17'sinin (%16,7) sesli görüşme ve sesli kayıt göndermek amacıyla WhatsApp'ı kullandığı görülmektedir. Ayrıca, adaylardan 6'sının yazılı mesaj gönderme, 3'ünün görsel paylaşımı ve 2'sinin de yazılı mesaj ve dosya paylaşımı amacıyla uygulamadan yararlandığı dikkat çekmektedir.

WhatsApp üzerinden nasıl mesajlaşırsınız? sorusu ile ilgili bulgular

Tablo 5. Yazışma biçimi

WhatsApp yazışma biçimi	f	%
Yazarak	14	13,7
Yazarak ve Konuşarak (Ses kaydı)	9	8,8
Yazarak ve Görsel Kullanarak (Emoji, Şekil, Sembol)	31	30,4
Hepsi	48	47,1

Türkçe öğretmeni adaylarının önemli bir çoğunluğunun (%47,1) WhatsApp üzerinden mesajlaşırken yazılı, görsel ve ses kaydı unsurlarının hepsini kullandığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte 31'inin (%30,4) yazarak ve emoji, sembol gibi görseller kullanarak, 14'ünün (%13,7) ise yazarak mesajlaştığı belirlenmiştir. Adayların dosya ve görüntü paylaşımı tercihleri, dersleri ve sınavları için aralarında yaptıkları yardımlaşma ile açıklamak mümkündür.

WhatsApp üzerinde yazarken yazım ve noktalama kurallarına dikkat eder misiniz? sorusu ile ilgili bulgular

Tablo 6. Yazım ve noktalama kuralları

Yazım ve noktalama kuralları	f	%
Hayır, dikkat etmem	43	42,6
Evet, dikkat ederim	59	57,4
<i>Evet ise, hangi kuralları önemlersiniz?</i>		

WhatsApp üzerinde yazarken yazım ve noktalama kurallarına adayların çoğunun (%57,4) dikkat ettiği, buna karşın Türkçe öğretmeni olmak için eğitim alan 43 (%42,6) adayın ise dikkat etmediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, yazım ve noktalama kurallarına dikkat eden adayların hangi kuralları önemsendiğinde dair bulgular şu şekildedir:

Adayların sözcüklerin doğru yazılmasına (f=18), kısaltma yapmamaya (f=9), yazım kurallarına ve özellikle büyük harf kullanımına (f=14), bağlaçlara (f=6), nokta, virgül, soru işareti ve kesme gibi noktalama işareti kullanımına (f=12) dikkat ettiği belirlenmiştir. Bu bulguya örnek olarak; Ö4 “Bağlaçlara dikkat ederim.”, Ö1 “Büyük harf, nokta, virgül ve soru işareti kullanımı”, Ö82 “Noktalama işaretleri, büyük harf”, Ö59 “Kelimelerin yazılışı” şeklinde WhatsApp kullanırken hangi yazım ve noktalama kurallarına dikkat ettiğini

belirtmiştir. Bunların yanında adayların ayrı yazılması gereken ek ve sözcüklere, konuşma ve yazı dili ayrımını çok az önemseydiği de bulgular arasındadır.

WhatsApp üzerinden mesajlaşırken kısa veya uzun ifadeler kullanmanızı belirleyen unsurlar nelerdir? sorusu ile ilgili bulgular

Tablo 7. Mesajın kısalık ve uzunluğu

Kısalık ve uzunluğu belirleyen unsurlar	f	%
İletinin içeriği (<i>konu, önem, aciliyet</i>)	31	30,4
Muhatap (<i>tanıdıklık, samimiyet, statü vs</i>)	16	15,7
Süre ve ortam özelliği	15	14,7
Duygusal durum	9	8,8
Alışkanlıklar (<i>acelecilik, kısaltma, hızlı olma vs</i>)	8	7,8
Anlaşılabilirlik	6	5,9
Yazışma süreci	6	5,9
İletinin biçim özellikleri (<i>hitap, kısalık, görsel, ses öğeleri</i>)	5	4,9
Uzun iletiler için ses kaydı	3	2,9
Biyolojik ihtiyaçlar (<i>uyku, yorgunluk</i>)	3	2,9
	102	100

Adayların WhatsApp ile mesajlaşırken kısa veya uzun ileti kullanmalarını belirleyen etkenler verdikleri cevapların içeriğine göre belirli kategoriler altında toplanmıştır. Buna göre, adayların mesajlarının kısa veya uzun olması gelen veya gönderilecek iletinin içeriğine göre değişmektedir. Adaylardan 31'i (%30,4) mesajın konusu, önemi ve acil olmasına göre kısa veya uzun iletiler gönderdiğini belirtmiştir. Adayların diğer önemi bir kısmı (%15,7) da muhatapın özelliğine göre mesaj yazdığını ifade etmiştir. Diğer bir deyişle mesajlaşılan kişi ile samimiyet düzeyi, statüsü gibi unsurlara göre kısa veya uzun mesajlar gönderilmektedir. Adaylar içinde buldukları ortam ve süreye bağlı olarak da mesajların kısalık ve uzunluğunun değiştiğini belirtmiştir. 15 aday, süre kısıtlı ise, acelesi varsa kısa ifadeler buna karşın yeterli süre varsa uzun mesajlar yazdığına dair cevap vermiştir. Bu bulguya örnek olarak; Ö18 “Eğer uzun bir mesele anlatacaksam bazen kısa ifadelere başvurabilirim.”, Ö8 “Yazılanların yanlış anlaşılmasında için uzun ifade kullanmamaya dikkat ederim.”, Ö33 “Karşıdan gelen mesaja uygun nitelikte olmasına dikkat ederim.”, Ö54 “Duygularıma göre hareket ederim.”, Ö7 “Gelen mesajın, konunun içeriğine göre değişir.”, Ö39 “Karşıdaki insanla konuşma isteğime bağlı olarak değişir.”, Ö10 “Kızgın ve sinirli olduğumda kısa ifadeler, mutlu olduğumda uzun ifadeler”, Ö92 “acele olup olmaması.” şeklinde görüşünü belirtmiştir. Bunlarla birlikte adayların WhatsApp yazışmalarında kısa veya uzun ifadeler kullanmasında duygusal durumları, alışkanlıkları, anlaşılır olma isteği, yazışma sürecinde yaşananlar, mesajın biçimsel özellikleri, biyolojik ihtiyaçlarının etkili olduğu tespit edilmiştir.

Bulgulara göre, adaylardan bazılarının uykusuz, yorgun ve sinirli olduklarında kısa mesajlar yazdığı, açlık ve uykusuzluk yaşamadıklarında ve mutlu olduklarında ise uzun mesajlar yazdığı dikkat çekmektedir. Buna karşın adayların bir kısmının sahip olduğu acelecilik, hızlı olma ve kısaltma yapma gibi alışkanlıklara bağlı olarak kısa mesajlarla yazıştığı tespit edilmiştir. Yazışma sürecinde muhatap ile gelişen atmosfere göre iletilerin kısalık ve uzunluğunun değiştiği belirtilmiştir. Diğer taraftan gelen mesajın hitap ifadesi içermesi, kelime ve cümle uzunlukları, görsel öge içermesinin de mesajların kısalık ve uzunluğunu etkilediği bulgular arasındadır.

WhatsApp’a yazarken uygun hitap ifadesi kullanır mısınız? Örnek veriniz. sorusu ile ilgili bulgular

Tablo 8. Hitap ifadesi kullanma

Hitap ifadesi kullanma	f	%
Hayır, kullanmam	23	22,5
Evet, kullanırım	79	77,5
Evet ise örnek verir misiniz?		

WhatsApp üzerinden yazılırken adaylardan 79’unun (%77,5) uygun hitap ifadesi kullandığı, buna karşın 23’ünün (%22,5) kullanmadığı tespit edilmiştir. Ulaşılan bulgulara göre, adaylar mesajlaşma sürecinde kişiye göre hitap ifadelerinde değişiklik olduğunu dile getirmiştir.

Mesajlaşma sürecinde hitap ifadesi kullanan adayların verdikleri örneklere göre; *ismiyle hitap etme, dostum, canım, merhaba, kardeşim, kuzum, selam, kanka, Selam ün Aleyküm, ne haber* gibi ifadelerin sıklıkla kullanıldığı belirlenmiştir. Bununla birlikte, *usta, hacı, arkadaşlar, ciğerim, müdür, başkan, gençler, bey, abla, tatlım* gibi ifadelerin ise nadiren kullanıldığı görülmüştür.

WhatsApp’ta mesajı hangi ifadelerle bitirirsiniz? Örnek veriniz. sorusu ile ilgili bulgular

Tablo 9. Mesajı bitirme ifadesi

Mesajı bitirme ifadesi	f	%
Emoji ile bitiririm	42	41,2
Temenni, iyi dilek ifadeleri ile bitiririm (<i>Allaha emanet ol, kendine iyi bak, görüşürüz, hoşça kal, iyi günler/akşamlar</i>)	55	53,9
Kısaltmalarla bitiririm (<i>by, bye, ok, kib, grşrz vb</i>)	5	4,9

Adayların WhatsApp üzerindeki mesajlaşmayı nasıl bitirdiğine dair bulgulara göre; 55 adayın (%53,9) *temenni ve iyi dilekte bulunarak* bitirdiği tespit edilmiştir. Bu bulgu, adayların yazılı anlatım konusundaki temel bilgilere sahip olduğunu ve aldıkları eğitimle bu bilgileri hayatlarına yerleştirdiklerini göstermektedir. Bunun yanında 42 adayın (%41,2) da *emoji* ile bitirdiğini ifade etmesi dikkat çeken bulgular arasındadır. Bu bulguya örnek olarak; Ö19 “*iyi geceler, görüşmek üzere.*”, Ö101 “*emojisiyle.*”, Ö98 “*hadi görüşürüz.*”, Ö88 “*k.i.b, grşrz, by, ok, see you later.*”, Ö66 “*Allah'a emanet ol, kendine dikkat et.*” şeklinde mesajlaşmayı nasıl bitirdiğini ifade etmiştir. Bu bulguya ek olarak, adayların bir kısmının da kısaltmalarla mesajlaşmayı bitirmeyi tercih ettiği görülmüştür.

WhatsApp üzerinden aldığınız mesajları okurken nelere dikkat edersiniz? sorusu ile ilgili bulgular

Tablo 10. Mesaj okuma

Mesaj okurken dikkat edilen özellikler	f	%
İçerik (konusu, önemi, amacı, gerekçesi, aciliyet vb)	20	19,6
Gönderenin kimliği	17	16,7
Anlaşılabilirlik ve üslup	17	16,7
Yazım ve noktalama kurallarına uygunluk	16	15,7
Görseller-Emojiler	9	8,8
Mesajın uzunluğu	8	7,8
Gönderim zamanı	4	3,9

Kısaltma kullanımına	3	2,9
Hiçbir şeye dikkat etmeden okurum	8	7,8
	102	100

Adayların WhatsApp üzerinden gelen yazılı mesajları okurken dikkat ettikleri özelliklere verdikleri cevapların içeriğine uygun olarak kategoriler altında toplanmıştır. Bulgulara göre adayların mesajları okurken en çok (%19,6) içeriğe (konu, önem, amaç vb) dikkat ettikleri tespit edilmiştir. Bunu takiben mesajı gönderenin kimliği ve mesajdaki yazılanların anlaşılabilirliğinin ve yazarın üslubunun da adayların çoğu tarafından (%16,7) okuma sürecinde dikkate alındığı görülmüştür. Diğer taraftan 16 adayın harf, kelime ve cümle yazılışlarına, noktalama işaretlerinin kullanımına dikkat ederek okuma yaptığını ifade etmesi de önemli bulgular arasındadır.

WhatsApp üzerindeki mesajları okurken adayların ayrıca, *görsellere-emojilere, mesajın uzunluk-kısalığına, gönderim zamanına, kısaltma içerip içermemesine* dikkat ettikleri belirlenmiştir. Bu bulguya örnek olarak; Ö58 “*anlaşılabilir olmasına.*”, Ö29 “*Kullanılan ifadeler ve kelimelere dikkat ederim.*”, Ö102 “*görsellere ve yazı şekillerine*”, Ö52 “*önemli olup olmadığına dikkat ederim.*”, Ö20 “*içeriğine ve samimiyetine bakarım*”, Ö51 “*Meselenin ne olduğunu anlamaya çalışırım.*” şeklinde görüşlerini ifade etmişlerdir. Tüm bunlarla birlikte 8 adayın gelen mesajlar üzerinde hiçbir özelliğe dikkat etmeksizin okuduğu da tespit edilen bulgulardandır. Örneğin Ö39 “*Hiçbir şeye dikkat etmem.*”, Ö87 “*dikkat edeceğim bir nokta yok. Anlatmak isteneni anlamam yeterli.*”, Ö36 “*Dikkat etmem.*” şeklinde mesajlaşırken herhangi bir özelliğe dikkat etmediğini belirtmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Akıllı cep telefonunun arama yanında “başka imkânları hayatımıza sunmasıyla da konuşmanın alternatifi iletişim modelleri oluşmuş ve teknolojinin hızıyla bu anlık iletişim döngüsü hâline gelmiştir” (Yazıcı, 2015:1116). İletişim alışkanlıklarımızda yaşanan bu döngü, anlık mesajlaşma uygulamalarında somut biçimde kendisini göstermektedir. Kullanıcılar özellikle de gençler, telefonda konuşmak yerine artık hızlı, etkin ve kolay olduğu için mesajlaşmayı tercih etmektedir. Bu nedenle anlık mesajlaşma sürecindeki yazılı ve zengin içerikli iletilerin kullanımında sözlü ve yazılı iletişim kurallarına uyulması önem taşımaktadır. Ayrıca, dijital ortamlarda gerçekleşen gerek anlık gerekse diğer paylaşımlarda bireyin dikkat edeceği anlatım kurallarına eğitim yaşantısında dil becerileri kazandırılırken temas edilmesi gerekmektedir. Bugün konuşma öğretimi sürecinde hazırlıksız konuşma, yazma öğretiminde ise kendini yazılı olarak ifade etme alışkanlığı kazandırılırken sosyal medya, anlık mesajlaşma ve diğer dijital haberleşme yaşantıları birer uygulama alanı olarak kabul edilmelidir. Bu şekilde öğrencinin konuşma ve yazmaya dair öğrendiği kuralları anlık mesajlaşma anında da yaşama aktarabilmesine yardımcı olunabilir. Bu bağlamda, Türkçe öğretmeni adaylarının WhatsApp üzerindeki iletişim kurma alışkanlıkları üzerine yapılan araştırmada aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Türkçe öğretmeni adaylarının tamamının cep telefonu üzerinden mesajlaşmak için WhatsApp’ı kullandığı tespit edilmiştir. Ayrıca adayların 82’sinin WhatsApp uygulamasını ilk sırada tercih ettiği, buna karşın 20’sinin ikinci sırada tercih ettiği bulgusu dikkat çekmektedir. Adayların tercihlerinde ise tercihe göre; hızlı ve kolay ileti gönderme, çevrelerindeki kitlenin yoğun kullanımından etkilenme ve işlevsel ve kullanışlı olma gerekçelerinin daha fazla etkili olduğu görülmüştür. Bu bulgu, WhatsApp kullanıcı sayısının 1 milyarı geçtiğine ilişki bilgiyi desteklemektedir (NTV, 2017). Ayrıca ulaşılan bulgular, Uzun ve Uluçay (2017) ile Chang ve Ian (2014)’ın WhatsApp kullanımına dair ulaştığı araştırma sonuçları ile örtüşmektedir.

Adayların 63'ünün 15-30 dakikada bir; 21 adayın ise 15 dakikada bir WhatsApp uygulamasını kullandığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, Türkiye'de akıllı telefon kullanma oranları ile birbirine destekler mahiyettedir (Digitalage, 2016: 92). İlgili araştırma sonucunda da, bir akıllı telefon kullanıcısının her gün yaklaşık 15 dakikada bir ekran yüzü gördüğünün tespit edilmesi bu bulguyu anlamlı kılmaktadır. Aynı şekilde Banaz'ın (2017) ortaöğretim öğrencileri üzerine yaptığı araştırma sonuçlarına göre de, WhatsApp gibi uygulamaların çoğunlukla kullanıldığı belirlenmiştir.

Adayların 74'ünün WhatsApp'ı yazılı, sesli, görsel ve dosya paylaşımı yapmak için kullandığı tespit edilmiştir. Diğer taraftan adayların 17'sinin sesli görüşme ve sesli kayıt göndermek amacıyla uygulamadan yararlandığı görülmüştür. Ulaşılan bu sonuç Karaaslan ve Budak'ın (2012) üniversite öğrencilerin cep telefonunu daha çok sms yazma, konuşma ve dosya aktarımı-transfer amacıyla kullandıklarına dair tespitlerini desteklemektedir. Adayların mesajlaşma uygulamaları üzerinden dosya ve görüntü paylaşımı, önem verdikleri objeler, metinler ile dersleri ve sınavları ile ilgili dokümanları paylaşımları ile açıklanabilir. Zira Sarker (2015) ve Yeboah ile Ewur (2014)'ün çalışmasında da öğrencilerin WhatsApp'ı daha çok sohbet etme, görsel ve dosya paylaşımı (akademik çalışma) yapmak amacıyla kullandığı belirlenmiştir. Bu bulgu, adayların WhatsApp'ın kendilerine sunduğu tüm haberleşme özelliklerini kullandıklarını göstermektedir. Bunun yanında tüm ileti ve dosya gönderimini amaçlamayıp da sadece görüntülü görüşme ve ses kaydı gönderiminin de tercih edilmesi önemli bir tespittir. Sesli gönderimin tercih edilmesi, yazı yazmaya göre kolaylık ve maliyetsiz olma özellikleri ile açıklanabilir. Adayların önemli bir kısmının WhatsApp üzerinden mesajlaşırken yazılı, görsel ve sesli ileti unsurlarını kullandığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte 31'inin ise yazarken özellikle emoji gibi resim karakterleri ve sembolleri kullanarak mesajlaştığı da belirlenmiştir. Bu bulgu, adayların Whatsapp kullanma amaçlarına uygun biçimde mesajlaştıklarını göstermektedir. Burada dikkat çeken husus anlık mesajlaşma yazılımları ile hayatımıza gire emoji kullanımınıdır. Emojiler resim karakterlerdir. Yüz yüze iletişimde vurgu, tonlama ve beden dili unsurlarının sözsüz etkisini yazılı iletişim sürecine aktarmaktadırlar (Stark & Crawford, 2015; Novak, 2015). Bu özellikleriyle emojiler bugün dijital haberleşme sürecinin vazgeçilmez birer unsurudur. Adayların mesajlaşırken görsel ve emoji kullanımına dair tercih ile Çeken ve arkadaşlarının (2017) emoji kullanımına dair tespitleri birbirini desteklemektedir.

Yazılı anlatım ve iletişimde anlamın okura tam ve eksiksiz ulaştırılabilmesinin anahtarı yazım ve noktalama kurallarıdır. WhatsApp üzerinde yazışırken adayların çoğunun (%57,4) bu kurallara dikkat ettiği, buna karşın Türkçe öğretmeni olmak için eğitim alan 43 (%42,6) adayın ise dikkat etmediği tespit edilmiştir. Bu bulgu, adayların yazım ve noktalama kurallarını öğretmek için yetiştirildiği düşünüldüğünde anlam kazanmakta, ancak örneklemin yarısına yakın miktarda adayın ise bu kurallara dikkat etmemesi dikkat çekmektedir. Yazım ve noktalama kurallarına uymayan adayların ise kitle kültürünün ve dijital araçların sunduğu medya ortamlarının sunduğu hız, acelecilik ve sadece sonuca ulaşma (Maden, 2013) alışkanlığından etkilendikleri söylenebilir. WhatsApp üzerinde adayların, sözcüklerin doğru yazılmasına (f=18), kısaltma yapmamaya (f=9), yazım kurallarına ve özellikle büyük harf kullanımına (f=14), bağlaçlara (f=6), nokta, virgül, soru işareti ve kesme gibi noktalama işareti kullanımına (f=12) dikkat ettiği önemli bulgular arasındadır.

Adayların mesajlarının kısa veya uzun olması iletinin içeriğine göre değişmektedir. Adaylardan 31'i mesajın konusu, önemi ve acil olmasına göre kısa veya uzun iletiler gönderdiğini belirtmiştir. Adayların 16'sı da muhatabın özelliğine göre mesaj yazdığını ifade etmiştir. Diğer bir deyişle mesajın içeriği ve muhatap ile samimiyet düzeyi ve statüsü ifadenin kısa veya uzun olmasını belirlemektedir. Bu bulgu, Tarcan'ın (2013) bayram mesajları ile ilgili araştırmasında, muhataba göre iletide değişimler olduğuna dair sonuçları

desteklemektedir. Ayrıca ortam ve sürenin de mesajların kısalık ve uzunluğunu etkilediği görülmüştür. Bunlarla birlikte adayların WhatsApp yazışmalarında kısa veya uzun ifadeler kullanmasında *duygusal durumları, alışkanlıkları, anlaşılır olma isteği, yazışma sürecinde yaşananlar, mesajın biçimsel özellikleri, biyolojik ihtiyaçlarının etkili olduğu* tespit edilmiştir.

Adayların 79'unun uygun hitap ifadesi kullandığı, buna karşın 23'ünün ise kullanmadığı tespit edilmiştir. WhatsApp ile mesajlaşırken *ismiyle hitap etme, dostum, canım, merhaba, kardeşim, kuzum, selam, kanka, selamün aleyküm, usta, hacı, arkadaşlar, gençler* ve *ne haber* gibi hitap yollarının sıklıkla kullanıldığı belirlenmiştir. Sıklıkla kullanıldığı belirlenen hitap ifadeleri ile Özbay ve İpek (2015) ile Aktaş ve Yılmaz'ın (2017) araştırmalarında tespit ettikleri hitap ifadeleri benzerlik göstermektedir.

Adayların mesajlaşmayı çoğunlukla temenni ve iyi dilekte bulunarak tamamladığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, adayların yazılı anlatım konusundaki temel bilgilere sahip olduğunu ve aldıkları eğitimle bu bilgileri hayatlarına yerleştirdiklerini göstermektedir. Bunun yanında 42 adayın da emoji ile bitirdiğini ifade etmesi, mesajlaşma sürecinde emojilerin kullanımına dair diğer bulguları desteklemektedir. Aynı zamanda, 5 adayın kısaltmalarla bitirmeyi tercih etmesi, dijital iletişim ortamlarında yaygın ve yanlış kullanımları olan kısaltma kullanımının anlık mesajlaşma üzerinde de var olduğunu göstermektedir. Tarcan'ın (2013) bayram mesajları üzerine yaptığı araştırmada özellikle bayanların mesajlara cevap verirken kısaltmalar kullandıklarına dair bulgu bu sonucu desteklemektedir.

Türkçe öğretmeni adaylarının mesajları okurken en çok içeriğe (konu, önem, amaç vb) dikkat ettikleri tespit edilmiştir. Bunu takiben mesajı gönderenin kimliği ve mesajdaki yazılanların anlaşılabilirliğinin ve yazarın üslubunun da adayların çoğu tarafından okuma sürecinde dikkate alındığı görülmüştür. Diğer taraftan metnin yazılışına, noktalama işaretlerinin kullanımına, emojilere ve uzunlu-kısalık gibi özelliklere dikkat ederek mesajların adaylarca okunduğu diğer bulgular arasındadır. Aktaş ve Yılmaz'ın (2016) reklam mesajları üzerine yaptıkları araştırmada, öğrencilerin mesajları gönderene, süreye, içeriğine göre okuduklarına dair tespitler bu bulgu desteklemektedir.

Türkçe öğretmeni adaylarının WhatsApp uygulamasını haberleşme, sohbet ve eğitim sürecinde ne şekilde kullandıklarına dair ulaşılan bulguların dijital iletişim ve iletişim teknolojilerine dair araştırmalara yol göstereceği değerlendirilmektedir. Ayrıca adayların anlık mesajlaşma sürecindeki yazılı ve sözlü anlatım alışkanlıklarına dair sonuçlar da hem öğretmen adaylarının hem diğer üniversite öğrencilerinin dijital haberleşme konusundaki durumlarını ortaya koymaktadır. Dolayısıyla ulaşılan sonuçlardan hareketle, üniversite ve daha alt düzeydeki öğrencilerin anlık mesajlaşma uygulamalarını ne şekilde kullandıklarına dair yapılacak araştırmalar dijital ortamlardaki kitle iletişimin geliştirilmesine katkı sunabilir.

KAYNAKÇA

- Aburezeq, I. M, & Ishtaiwa, F. F (2013). The impact of whatsapp on interaction in an Arabic language teaching course. *International Journal of Arts & Sciences*, 6(3), 165-180. <http://universitypublications.net/ijas/0603/pdf/F3N281.pdf>
- Ada, S. ve Tatlı, H. S. (2013), *Akıllı telefon kullanımını etkileyen faktörler üzerine bir araştırma*. Akademik Bilişim Konferansı (23-25 Ocak 2013), Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Aktaş, E. ve Yılmaz, İ. (2017). Eğitim fakültesi öğrencilerinin kullandıkları hitapların toplumdilbilim açısından incelenmesi. *Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi [TAED]*, 59, 577-594. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/318278>
- Aktaş H. ve Yılmaz Y.K.(2016).Mobil pazarlamada kısa mesaj reklamlarına yönelik tüketici tutumları: İnönü üniversitesi öğrencileri üzerine bir çalışma. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(2), 119-134. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/inifedergi/article/view/5000203212>
- Banaz, E. (2017). *Ortaöğretim öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeyleri: Giresun ili örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Chang W.Z. & Ian H. (2014) Instant messaging usage and interruptions in the workplace. *International Journal of Knowledge Content, Development &Technology*, 4 (2), 25-47. http://ijkcdt.net/_common/do.php?a=full&b=12&bidx=252&aidx=3037
- Chen Y.F., & Katz J. (2009). Extending family to school life: College students use of the mobile phone. *Human-Computer Studies*, 67, 179-191. <https://psycnet.apa.org/record/2008-17431-007>
- Çeken, B., Arslan Aypek, A. ve Tuğrul, D. (3027). İletişimde emojilerin kullanımı ve incelenmesi. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 6(16), 91-105. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/369328>
- Cetinkaya, L. (2017). An educational technology tool that developed in the natural flow of life among students: WhatsApp. *International Journal of Progressive Education*, 13(2), 29-47. <http://ijpe.penpublishing.net/makale/234>
- Digitalage (2016). GMCS akıllı telefon kullanım alışkanlıkları ortaya koyuyor. *Digitalage Dergisi*, Haziran, 92.
- Karaaslan, İ. A. ve Budak L. (2012). Üniversite öğrencilerinin cep telefonu özelliklerini kullanımlarının ve gündelik iletişimlerine etkisinin araştırılması. *Journal of Yaşar University* 26(7),4548-4571. https://journal.yasar.edu.tr/wp-content/uploads/2012/10/26_Sayi_9_makale_Ilnur_Aydogan_KARAASLAN_Leyla_BUDAK.pdf
- Karakaş, R. (2002). *Hürriyet deneyimi. İnternet Çağında Gazetecilik* (ss. 76–78). Serhan Yedig ve Haşim Akman (haz.) içinde. İstanbul: Metis Yayınları.
- Kuyucu, M. (2017). Gençlerde akıllı telefon kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığı sorunsalı: “Akıllı telefon(kolik)” üniversite gençliği. *Global Media Journal TR Edition*, 7(14), 328-359. http://globalmediajournaltr.yeditepe.edu.tr/sites/default/files/mihalis_kuyucu_-

- _genclerde_akilli_telefon_kullanimi_ve_akilli_telefon_bagimlilik_sorunsali_akilli_telefonkolik_universite_gencligi_1.pdf
- Maden, S. (2013). Niçin dinlemiyoruz? Dinleyememe probleminin sosyokültürel analizi. *International Journal of Turkish Literature Culture Education*, 2(1),49-83. http://www.tekederjisi.com/Makaleler/323009419_3maden.pdf
- Mobil İletişim Araçları ve Bilgi Tek. İş Adamları Derneği [MOBİSAD] (2017). *Akıllı cep satışları 11 milyonu geçecek*. <https://www.mobisad.net/basin/> adresinden 09.01.2018 tarihinde erişilmiştir.
- Novak, P. K., Smailovic, J., Sluban, B. & Mozetic, I. (2015). Sentiment of emojis. *PloS ONE* 10 (12), 1-22. <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0144296>
- NTV (2017). *Whatsapp kullanıcı sayısı 1 milyarı aştı*. <https://www.ntv.com.tr/teknoloji/whatsapp-kullanici-sayisi-1milyariasti,YyBEdqzXZUyrJbulVgfN0w> adresinden 10.01.2017 tarihinde erişilmiştir.
- Özbay, M. ve İpek, O. (2015). Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları arkadaşlık hitaplarının konuşma eğitimi açısından değerlendirilmesi. *Dil ve Edebiyat Eğitimi Dergisi*, 15, 90-105.
- Sarker, G.R. (2015). Impact of Whatsapp messenger on the university level students: A sociological study. *International Journal of Natural and Social Sciences*, 2(4), 118-125. <http://ijnss.org/wp-content/uploads/2015/05/IJNSS-V2I4-16-pp-118-125.pdf>
- Seufert M., Hobfeld T., Schwind A. & Burger V. (2016). *Phuoc tran-giagroupbased communication in whatsapp*, IFIP Networking.
- Stark L. & Crawford K. (2015). The conservatism of emoji: Work, affect, and communication. *Social Media Society*, 1(2), 1-11. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305115604853>
- Şahan, Ö., Çoban, M. ve Razi, S. (2016). İngilizce deyimlerin Whatsapp aracılığıyla öğretimi: Akıllı telefonların sınıf dışı kullanımı. *Erzincan Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 1230-1251. <http://dergipark.gov.tr/download/issue-file/4981>
- Tarcan, A. (2013). Cep telefonu üzerinden gönderilen bayram mesajlarının dilsel özellikleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(46), 199-217. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/70486>
- Tutgun Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK] (2017). *Hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması*. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028 adresinden 09.01.2018 tarihinde erişilmiştir.
- Uğur, A. (2003). *Kültür kıtası atlası*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları
- Uzun, K. ve Uluçay, D. M. (2017). İş ortamında whatsapp kullanımı ve kesintiye uğrama. *Selçuk İletişim*, 10(1), 216-231. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/328653>
- Yaman, G. S. (2016). The use of "Whatsapp" in teaching Arabic as foreign language. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi (UGEAD)*, Haziran 2(1), 37-47.

- 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. <http://dergipark.gov.tr/ijsser/issue/26515/279121>
- Yeboah, J. & Ewur. D (2014). The impact of whatsapp messenger usage on students performance in tertiary institutions in Ghana. *Journal of Education and Practice*. 5(6), 157-164. <https://www.iiste.org/Journals/index.php/JEP/article/view/11241>
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. (8. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınları.