

## Z Kuşağının Akıllı Telefonlar Üzerinden Yazılı İletişimde Emoji Kullanma Eğilimlerine Yönelik Bir Araştırma

BAHAR URHAN TORUN

### Öz

Günümüzde insan düşündüğü her şeyi anlık olarak bir mesaja dönüştürebilmekte, çok kısa sürede mesajını istediği kanaldan ve istediği alıcıya iletebilmekte ve çok kısa sürede de ürettiği mesaja cevap alabilmektedir. İletişimin baş döndüren hızı karşısında çözüm arayışına giren ve her geçen gün daha fazla teknolojik imkânlarla erişebilen insan, yazı yazmakla geçirdiği vakti kısaltmanın yollarını aramaktadır. Zamanla yarışan insanların son icatlarından biri olan ve âdeta yeni bir dijital dil hâline gelen emoji'nin sıklıkla kullanılması, yazılı mesajı süslemekten ziyade, tek tuşla anlamlı bir mesaj üretebilme anlamına gelmektedir.

Dijital kuşak olarak da adlandırılan Z kuşağının akıllı telefonlar üzerinden yazılı iletişimde emoji kullanma eğilimlerini öğrenmek üzere tasarlanan bu çalışmada 27 adet lise öğrencisinin gönüllü katılımıyla gerçekleştirilen derinlemesine mülakatın sonuçları değerlendirilecektir. Çalışmanın amacı, teknoloji çağında doğmuş ve büyümüş yeni neslin hızlı iletişim döngüsünde emoji'nin yeriyile ilgili görüşlerini öğrenmek ve bunlardan yola çıkarak emoji ve kelimelerden oluşan dijital melez bir dilin varlığına dikkat çekmektir. Ayrıca katılımcıların emoji kullanımıyla ilgili deneyim ve tavsiyeleri de araştırma kapsamında değerlendirilmiştir. Söz konusu çalışma neticesinde ortaya çıkan farklı bakış açısının, teknoloji çağının ihtiyacını karşılamak için üretilen ve her geçen gün daha da yaygınlaşan emoji dilinin geliştirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Emoji, Z kuşağı, Dijital Melez Dil

## A Research for Emoji Use Trends of the Generation Z on Written Communication Via Smart Phones

**BAHAR URHAN TORUN**

### **Abstract**

Today people can instantly convert everything they think into a message, transmit it by channels and to any receivers they want and receive a reply to it in a very short time. People who are searching for a solution to the speed of communication and able to access more technological opportunities are looking for ways to shorten the time they spend to write. Oft-used of emoji which is one of the latest invention of the people who are competing with time and has almost meant a new digital language is supposed to produce a message with a single touch rather than embodying a written message.

In this study, which was designed to learn the tendencies of the generation Z, who are also called digital generation, about using emoji in written communication via smartphones, the results of the in-depth interview with 27 High School students will be evaluated. The aim of the study is to learn the opinions of the generation who were born and have grown up in technology age about the place of emojis in fast communication cycle and to draw attention to the existence of a digital hybrid language consisting of emojis and words. The participants' experiences and recommendations regarding the use of emoji were also evaluated. The different point of view resulting from this study is supposed to contribute to the development of the new language which was produced to meet the needs of the technology age and spreading rapidly.

**Keywords:** Emoji, The Generation Z, Digital Hybrid Language

## 1. Giriş

‘Emoji’ kelimesi Japon dilinde, 絵 (e ≅ resim) 文 (mo ≅ yazma) 字 (ji ≅ karakteri) kelimelerinden gelmektedir. Emoji akıllı cihaz kullanıcılarının sosyal medya iletişimlerinde metne dâhil ettikleri emotikonların yeni nesil hâlidir. Başlıca teknoloji firmaları emojiilerin önemini fark etmiş, emoji geliştirmeye ve sistemlerine dâhil etmeye yönelik önemli adımlar atmıştır. Örneğin, 2011 yılında Apple emoji klavyeyi iOS’a uluslararası bir klavye olarak eklemiştir (Hakami, 2017). Hem emojiiler hem de emotikonlar görece yeni olgulardır ve emotikonlar üzerine akademik hakemli araştırmalar da uzun süredir mevcuttur. İngiltere’nin günlük gazetesi The Guardian’da teknoloji muhabiri Alex Hern, emojiiler ve emotikonlar arasındaki farkı şöyle açıklamaktadır: Emotikonlar genelde yüz ifadelerinden oluşan resimler çizmek üzere klavye sembolleriyle oluşturulmaktadır. Örneğin; ‘:);’ bu bir gülme emotikonu, ‘:O,’ bu ağız açık olma emotikonu ve ‘<3.’ bu da kalp emotikonudur. Emojiiler ise ilk kez Shigeta Kurita tarafından 1990’lı yılların sonlarına doğru Japonya’da oluşturulmuş küçük resimlerdir. Emoji kütüphanesi, meydana getirildiği günlerden bu yana gelişmiş, değişmiş ve genişlemiştir. Günümüzde artık yüz ifadelerinin yanı sıra yiyecekler, hayvanlar ve daha fazlasını gösteren küçük resimler içermektedir (O’Brien, 2016, Erişim tarihi: 02.05.2018, 22:03).

Rivera ve arkadaşlarının emotikon ile ilgili çalışmasında belirtildiğine göre, insanlar arasındaki daha doğrudan gerçekleşen iletişimin (yüz yüze ya da sesle) kaybolması, iletişim sürecini değiştirmektedir. Örneğin, kullanıcılar yüz yüze iletişimden ziyade bilgisayar aracılığıyla “sohbet etmeyi” anlamada daha fazla zorlanmaktadır. Bu tür yanlış anlamalar kısmen, yüz ifadeleri veya ses dalganmalarıyla iletilen mesajın duygusal içeriği de dâhil olmak üzere bir tür bilgi kaybına bağlı olabilir; çünkü duygusal ifadeler dijital ortamda maskelenmektedir. Bu gibi duyguların aktarılmasının bir yolu da emotikonların kullanılmasıdır. Örneğin, dijital olarak yazılan grubun bir üyesi alınan bir karardan memnun olursa, mesajıyla bir gülümseme simgesi gönderebilir (Rivera vd. 1996). İnsanların yazdıkları mesajlara birtakım sembolleri ekleme çabalarının altında yatan gerçek, dijital iletişime sözsüz iletişim öğeleri ekleyerek iletişim sürecinde eksikliğinden rahatsızlık duyduğu unsuru katarak tamamlamak istemesidir. Duygularını konuşmaya ekleyebilmek için bilinçli ya da bilinçsiz olarak sözsüz davranışlar sergileyen ve birtakım çevresel faktörlerden faydalanan insan, alıcıya ilettiği mesajın içine duygularını da ekleyebilmenin yolunu bu şekilde keşfetmiştir ve mesajlarının daha net anlaşılmasını emojiiler aracılığıyla sağlayabilmektedir.

Dijital nesil, başka bir deyişle Z kuşağı, teknolojinin en gelişmiş olduğu çağda doğup büyümeleri nedeniyle kendinden önceki nesillere göre farklı olacağı düşünülmektedir. Her ne kadar bu neslin dijital bilgisinin ve becerisinin daha yüksek

olacağı konusunda birtakım fikir farklılıkları olsa da iletişim teknolojilerinin bu neslin hayatının vazgeçilmez bir parçası olduğu ortadadır (Somyürek, 2014: 66). Teknolojik iletişim araçlarının bir parçası hâline gelmiş olan emoji ifadelerini yazılı mesajlara eklemek, günümüzde bu ifadelerin kullanıcıları arasında âdeta bir oyun hâlini almıştır. Emoji karakterleri, kişilerin dijital yaratıcılık limitlerini zorlarken aynı zamanda yeni bir dil kodu geliştirilmesine de katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte dijital dünyaya doğmuş ve çok modlu metinleri okuma konusunda yetkin olan Y kuşağının resimsel anlamları anlamada da oldukça yetkin olması şaşırtıcı değildir. Bu bağlamda Z kuşağının emojilerden oluşmuş bir metni anlama ve inşa etmedeki ustalıklarının daha yüksek olacağı aşikârdır (Gülşen, 2016: 367).

Bu araştırma Z kuşağı lise öğrencileri arasında emoji kullanımı eğilimlerini öğrenme, elde edilen veriler ışığında yeni bir küresel dil olma yolunda ilerleyen emoji-lerin iletişime katkısını irdelemeye çalışmaktadır. Bu amaçla katılımcılara sorulan açık uçlu sorular, emojilerin başlı başına bir dil olarak değerlendirilip değerlendirilmeyeceği konusunda farklı bir bakış açısı getirmeye çalışılmaktadır. Çalışma kapsamında emoji kullanımının kişiden kişiye olduğu gibi, nesilden nesile de farklılık gösterdiği düşünülmekte, teknolojiyle iç içe yaşayan kişilerin akıllı telefonları üzerinden yazılı iletişimde emoji kullanımı hakkında mevcut ortak eğilimlerin varlığı ve yönü irdelenmektedir.

## 2. Z Kuşağı Kimdir?

Günümüzde dört farklı kuşağın bir arada yaşadığı bilinmektedir. Bunlar sırasıyla; Bebek Patlaması Kuşağı (Baby Bombers; 1946 ve 1964 yılları arasında dünyaya gelenler), X Kuşağı (Gen X; 1965 ve 1980 yılları arasında dünyaya gelenler), Y Kuşağı (Gen Me, nGen; 1980 ve 2000 yılları arasında dünyaya gelenler) ve Z Kuşağı (iGen ve Kristal Nesil, Kuşak I; 2000 yılı ve 2020 yılları arasında dünyaya gelenler ve gelecekler) şeklinde tanımlanmaktadır. Bu konuda gerçekleştirilmiş araştırmalara göre tutum, davranışlar ve kişisel özellikler açısından söz konusu kuşaklar arasında birtakım temel farklılıklar olduğu, ancak bu farklılıkların kesin ve net sınırlarla ayrılmadıkları söylenmektedir (Çetin Aydın ve Başol, 2014: 3).

Z kuşağı, 2000-2020 yılları arasında dünyaya gelen ve gelecek olan, aynı zamanda kristal nesil olarak da adlandırılan nesildir. Materyalist ve hırslı oldukları düşünülen Z kuşağı bilgiyi kendinden önceki kuşaklara oranla daha çabuk kavrayabilmekte ve yorumlayabilmektedir. Her konuda hızı seven Z kuşağı, internetin olmadığı bir dünyayı düşünememektedir. Çoklu görevi kavramsal açıdan bilmelerine rağmen günlük yaşantılarında çoklu görevleri zorluk çekmeden yerine getirmektedir. Birden fazla şeyle aynı anda ilgilenebilme bağlamında Z kuşağının göz, kulak ve el motor becerileri oldukça gelişmiştir. Bu avantajın ise iş yaşamına

gelecekte çok olumlu getirileri olacağı düşünülmektedir. Z kuşağı internet kuşağı ya da i-kuşak olarak da adlandırılmakta, karakteristik birtakım ortak özelliklere sahip oldukları düşünülmektedir. Bunlar arasında; yaratıcılık, iş birliğine yatkınlık, esnekliğe önem verme, amaç odaklılık ve daha az sadakat gösterme sayılabilir. Bu kuşağın bireylerinin yakın zamanda iş dünyasına dâhil olacağı ve uluslararası fırsatları kovalayacağı düşünülmektedir (Çetin ve Karalar, 2016:161). Levicate Z kuşağının 'Instant online' yani her zaman online olan kuşak olduğunu belirtmektedir. Strauss ve Howe'a göre bu kuşak yalnızlık ve aşırı bireyselleşme yaşayacak olan kuşaktır ve kendisini tekrar eden dört aşamalı bir kuşak döngüsü içerisindeki son dalga oldukları düşünülmektedir (Howe & Strauss, 1992). Mission and Ministry adlı kuruluş internet sitesinde bu kuşağa ait çocuklar 'dijital' ve '.com' şeklinde tanımlanmıştır. Z kuşağı kuruluşa göre hayat aralığı, sosyolojik ve tarihsel bakımlardan diğer kuşaklardan farklı olacaktır (Çetin Aydın ve Başol, 2014:4).

Z kuşağını kısaca tanımlayabilecek ifade 'hız' kelimesidir. Bu kuşağa ait bireyler yemek yerken, okuyup yazarken vb. hız istemesinden dolayı sabırsız bir kuşak olarak nitelenmektedir. Bu hızlı olma arzusu dil kullanımında da kendini göstermektedir. Kelimeleri kısaltarak yazma, sadece noktalama işaretleri kullanarak duygu durumlarını anlatmaya çalışma, kelimelerden sesli harfleri çıkarma gibi davranışlar hız arayışının dile nasıl yansıdığına örnek olabilmektedir. Türkçe ve İngilizce kelimeleri bir arada kullanmaları, konuşma dilindeki kelimeleri yazılarında da kullanmaları, düzgün cümle kurmalarını zorlaştırmaktadır (Karahisar, 2013: 71).

Z kuşağının insanlarla iletişim kurarken kullandıkları kendilerine has özellikleri olan bu dilin, iletişim kurarken vakit kaybetmek istememek ve iletişime hız katmak için kullanıldığı düşünülebilir. Bu bağlamda akıllı telefonları üzerinden internete her an bağlı olabilen bireyler yazdıkları mesajlara emoji karakterleri ekleyerek hızlı bir iletişim sağlayabilir. Ancak, kendilerinden önceki kuşaklara göre teknolojiyle iç içe geçtikleri vakit göz önünde bulundurulduğunda sosyal etkileşimlerinin ve duygusal değerlendirmelerinin daha düşük düzeyde gerçekleşmesi mümkündür. Konuşmaya sözsüz iletişim öğeleri dolayısıyla da duygusal öğeler eklediği düşünülen emojileri kullanma bakımından Z kuşağının zayıf olabileceği düşünülebilirken, hızlı bir iletişim sağlaması bakımından emoji kullanmayı tercih edebilecekleri düşünülebilir.

### 3. Emojinin Hikâyesi

Emojinin smiley (gülen yüz) ile başlayan ve emojiye kadar uzanan tarihsel süreci, 1964'te Harvey Ross Ball isimli Amerikalı bir grafik sanatçısının bir sigorta şirketinin çalışanlarının moralini yükseltmek için düğmelerine koymak istediği bir daire içerisinde iki göz ve gülen bir ağız çizmesiyle başlamıştır. Bu düğme, Amerika'da ve

sonrasında da dünya genelinde bir çığırılık hâline gelmiş ve böylece gülen yüz, küresel bilince dâhil olmuştur. 1970'lerin başlarında ise iki girişimci tarafından gülen yüz 'Mutlu günler' cümlesiyle birlikte fincanlara, tişörtlere ve araba çıkartmalarına basılmıştır. Ardından 1982 yılında Carneige Mellon Üniversitesinde 'karşılıklı espri yapmak' için çevrimiçi bir bülten panosu kullanan araştırmacılar, başkalarının bu mesajları gizlice okuyabileceğini düşünerek, ciddiye almamaları için mesajların sonuna şaka olduğunu belirtmeye yarayacağını düşündükleri iki nokta üst üste ve parantez işaretlerinden oluşan gülen bir yüz ':' eklemişlerdir. Bundan on yıl sonra ise noktalama işaretleriyle çizilen emotikonları daha resimsel olarak tamamlamak için emoji ifadeleri ortaya çıkmıştır (Danesi, 2016: 3).

Tercümesi yaklaşık olarak 'resim kelime' olan emoji, 1990'ların sonuna doğru Shigetaka Kurita isimli bir *telekomünikasyon* çalışanı tarafından geliştirilmiş olan renkli grafiklerdir. Kurita'nın şirketi kendisini diğer çağrı servislerinden ayrı bir konuma koyabilmenin ve genç kullanıcı pazarına dijital karikatür resimler sayesinde hitap etmenin yollarını aramaktaydı. Kurita, insan duygu spektrumunu kapsayacak 176 basit resimden oluşan bir taslak çizmiştir. Bu resimler oldukça popüler hâle gelince diğer *telekomünikasyon* servisleri de kendi emojilerini oluşturmaya başlamıştır. Apple 2007 senesinde iPhone telefonları piyasaya sürünce Japon pazarına hitap edebilmek için emojiye ihtiyaç duymuştur. Böylece sadece Japon dil uygulamasını indiren kişilerin erişebildiği yüz ifadeleri ve birçok genel objeden oluşan emoji, tüm iPhone telefonlara yüklenmiştir. Bu durumun ardından Japon olmayan müşterilerinin de emoji kullanmayla ilgilenebileceğini tahmin edemeyen Apple, Kuzey Amerika'daki müşterilerinin emojilere ulaşip kullanabildiklerini fark etmelerinin ardından emojiyi daha geniş kitlelerin kullanımına uygun hâle getirmiştir (Sternbergh, 2014: Erişim tarihi: 04.05.2018, 19:59). 2015 yılına gelindiğinde ise akıllı telefon klavye uygulamaları şirketi SwiftKey ile ortaklaşa yürüttüğü mobil teknoloji araştırması neticesinde Oxford Dictionary dünya çapında en fazla kullanılan gülmekten gözünden yaş gelme emojisini (☹ Face With Tears Of Joy) yılın kelimesi seçmiştir (OUP, 2015: Erişim tarihi: 04.05.2018, 20:33). Emojiler mevcut popüleritelerini özellikle iOS ve Android mobil platformlarına emoji karakterlerin dâhil edilmesine borçludur. Emoji karakterlerinin mobil servis sağlayıcılar ve platformlar arasında uyumlu olabilmesi için emoji resimleri 2009 yılında Unicode Standard'a eklenmiştir ve güncel sürüm (v11.0; 14.04.2018, 18:34) toplam 1644 adet emoji karakteri içermektedir (Unicode, Erişim tarihi: 05.05.2018, 00:03).

Emojiler farklı dil ve kültürlerden gelen insanların birbirleriyle daha somut biçimde iletişim kurmasına ve etkileşim sağlamasına aracılık etmesi bakımından giderek daha da popüler hâle gelmektedir. İngiltere'de emoji ile ilgili yapılmış bir

araştırmada, her on akıllı telefon kullanıcısından 8'inin yazılı iletişimlerinde semboller ve ikonlar kullandığı görülmüştür. Bu araştırmaya göre 18-25 yaş aralığındaki İngilizler, yazılı dijital iletişimde duygularını sergilemek için kelimeler yerine emoji kullanmanın daha kolay olduğunu düşünmektedir. Bazı şirketler ise ticari anlamda emojiler kullanmaktadır. Örneğin, müşteriler tek bir pizza emojisi tweeti ile pizza siparişi verebilmektedir. Anlık mesajlaşmada emoji ifadeleri kullanmak, duyguları güçlendirmesi ve anlamı artırması bakımından kişiler arası iletişimi önemli ölçüde destekleyebilmektedir. Dahası, metinler içinde kelimeler yerine yalnızca emoji ifadeler kullanarak da güçlü bir şekilde iletişim kurmak mümkün olabilir (Urhan Torun ve Tarakcı, 2016: 210). İnternetin dünyada patlamasının ardından internet içine doğmuş ve internetle büyümüş dijital gençlik, kendilerine yeni bir melez dil oluşturmuştur. Emoji ve kelimelerden oluşan bu yeni dili anlamak ve tercüme etmek kendilerinden önceki nesiller için zor olabilse de böyle bir dilin varlığı artık herkesçe kabul edilmektedir (Langdon, 2017: 24).

Dijital teknoloji çağı görsel temsillerin çağıdır, bu nedenle kullanıcıların emojiler gibi görsel anlatımların inşa edilmesinde aktif rol alması mümkündür. Dahası kullanıcılar için bu çeşit görsel anlatımlar lengüistik metinler oluşturmaktan daha pratiktir. Emojiler, dijital oyunlarda ve transmedia hikâye anlatımında hikâye inşa etme ya da hikâye kodlamanın alternatif yollarında olduğu gibi, kullanıcılarının hikâyelerini oluşturmalarına yönelik yeni bir ortam sunmaktadır (Gülşen, 2016: 371). Söz konusu modern ortam içerisinde insanların dijital metinlere sıklıkla eklediği emojilerin popüler bir akım mı yoksa bir ihtiyaç mı olduğu ilerleyen yıllar içerisinde daha net anlaşılacaktır. Bu konuya açıklık getirmeye çalışan çalışmaların da katkısıyla emojilerin kullanım alanları çeşitlilik göstermekte, sosyal yaşamın her alanında çeşitli kullanım amaçlarıyla birçok emoji karakterleri görmek mümkün olabilmektedir.

## 4. Araştırma

### 4.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Z kuşağı öğrencilerin gündelik iletişimlerinde içerisnde akıllı telefonları üzerinden yazılı mesajlarında emoji kullanmalarıyla ilgili görüşlerini öğrenmek ve emoji teknolojilerinden gelecekte ne beklediklerini tespit etmektir. Ayrıca son yıllarda âdeta patlama yaşamış olan emojilerin yazılı iletişimdeki yeri ve önemi veriler ışığında tartışılacaktır. Emojiler ve kelimelerden oluşan melez bir dilin meydana gelmiş olduğuna işaret etmek isteyen bu çalışmada, yapılan araştırmanın odaklandığı soru, "Z kuşağı emojilerden ve kelimelerden oluşan dijital melez dili hangi amaçla ve nasıl kullanmaktadır?" şeklindedir. Bunun yanı sıra teknolojiyle son derece iç içe yaşayan Z kuşağının söz konusu görüşlerinin emoji

kullanımı hakkında dijital iletişim alanında yapılan çalışmalara önemli bir bilimsel katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

#### 4.2. Araştırmanın Yöntemi ve Örneklemi

Kalitatif özellik taşıyan bu araştırma için gerekli olan verileri toplamak amacıyla araştırmaya katılımcı olmaya gönüllü olan, İstanbul il merkezinde öğrenim gören 27 adet lise hazırlık sınıfı öğrencisiyle yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. 13 adet açık uçlu soru aracılığıyla katılımcıların akıllı telefonları üzerinden mesaj metinlerinde emoji kullanmalarıyla ilgili bilgi vermeleri istenmiştir. Görüşme formu soruları araştırmacı tarafından geliştirilmiş olup bunların 13 tanesi emoji ile 3 tanesi de demografik bilgilerle ilgilidir. Görüşmenin sınırları ve sorulacak sorular önceden belirlenmiş ve görüşmeler bu çerçevede gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 1.** Öğrencilerle Yapılan Görüşmeye Ait Sorular

1. Akıllı telefonunuz üzerinden yazılı iletişiminizde ne sıklıkta emoji kullanırsınız?
2. Akıllı telefonunuz üzerinden yazılı iletişiminizde neden emoji kullanırsınız?
3. Akıllı telefonunuz üzerinden yazılı iletişiminizde en sık kullandığınız emojileri ve ne amaçla kullandığınızı açıklar mısınız?
4. Emoji sizin için kolaylık mıdır eğlence midir?
5. Size yollanan mesajlarda emoji olması sizin için ne ifade eder?
6. Arkadaşlarınız ile akıllı telefonunuz üzerinden yazılı iletişiminizde kullandığınız emojiler genel olarak benzer midir? Bunun sebebi sizce ne olabilir?
7. Sadece size özel bir emoji kullanıyor musunuz? Hangisi? Neden bu emojiyi seçtiniz?
8. Aileniz ile akıllı telefonunuz üzerinden yazılı iletişiminizde emoji kullanıyor musunuz?
9. Aileniz ile iletişiminizde emoji kullanmanız konusunda aileniz ne düşünüyor?
10. Sizce emojiler hangi durumlarda kullanılır?
11. Emojilerin gelecekte ne gibi fonksiyonları olabilir?
12. Emojilerin daha fazla geliştirilmesini ve yazı yazmadan sadece emoji ile mesajınızı iletebilmeyi ister misiniz?
13. Emojilerin kullanım alanları ile ilgili önerileriniz var mı?
14. Yaşınız?
15. Telefonunuzun işletim sistemi? (Android/iOS)
16. Cinsiyetiniz?



### 4.3. Araştırmanın Bulgularının Değerlendirilmesi

Araştırmanın bulgularının değerlendirilmesinde kısa cevaplar için istatistik programı kullanılmış, yüzdelik dilimleri tespit edebilmek için frekans analizi yapılmıştır. Yorum içeren cevaplar içerisinde ise genel eğilimler değerlendirilmiş, dikkat çekici cevaplar içerisinde katılımcıların kendi ifadelerine, araştırmanın bulgularının açıklanması bakımından yer verilmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin tamamının lise hazırlık sınıfı öğrencisi olması nedeniyle katılımcıların tamamının yaşlarının ortalama 15 olduğu; %59,3'ünün kız, %40,7'sinin erkek olduğu görülmüştür.

**Tablo 2.** Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

	Frequency	Percent
<b>Kız</b>	16	59,3
<b>Erkek</b>	11	40,7
<b>Total</b>	27	100,0

Ayrıca katılımcılara akıllı telefonlarının hangi işletim sistemine sahip olduğu sorulmuş; %51,9'unun iOS, %29,6'sının Android işlemciye sahip akıllı telefon kullandığı, katılımcıların %18,5'inin ise bu soruya cevap vermediği görülmektedir. Katılımcıların çoğunlukla iOS işletim sistemine sahip cep telefonu kullandığı görülmektedir.

**Tablo 3.** Katılımcıların Akıllı Telefonlarının İşletim Sistemi

	Frequency	Percent
<b>iOS</b>	14	51,9
<b>Android</b>	8	29,6
<b>Diğer</b>	5	18,5
<b>Total</b>	27	100,0

Katılımcılara "Akıllı telefonunuz üzerinden yazılı iletişiminizde ne sıklıkta emoji kullanırsınız?" sorusu sorulmuş; verilen farklı cevaplar içerisinde hiçbir zaman emoji kullanmadığını söyleyen bir kişi olduğu görülmüştür. Kullananlar içinde ise 4 kişinin neredeyse hiç, 2 kişinin çok nadir, 6 kişinin çok az, 6 kişinin nadiren, 3 kişinin sık sık, 2 kişinin ise çok sık ifadeleriyle kullanma sıklığını değerlendirdiği görülmüştür.

**Tablo 4.** Katılımcıların Emoji Kullanma Sıklığı

	Frequency	Percent
<b>Ara sıra</b>	6	22,2
<b>Bazen</b>	1	3,7
<b>Çok az</b>	1	3,7
<b>Çok nadir</b>	2	7,4
<b>Çok sık</b>	2	7,4
<b>Hiç</b>	1	3,7
<b>Nadiren</b>	7	25,9
<b>Neredeyse hiç</b>	4	14,8
<b>Sık sık</b>	3	11,1
<b>Total</b>	27	100,0

Söz konusu soruya verilen cevapların ifade olarak farklılık göstermesine rağmen, anlam olarak ortak noktalarda bulunduğu görülmüştür. Buna göre öğrencilerin akıllı telefonları üzerinden yazılı iletişimlerinde emoji kullanmayı tercih etme oranının oldukça düşük olduğu dikkat çekmektedir. Katılımcıların %3,7'sinin hiç emoji kullanmadığı geri kalan %88,8'inin dijital mesajlarında genellikle emoji kullanmadığı, %18,5'inin ise sıklıkla emoji kullandığı görülmektedir.

Katılımcılara "Akıllı telefonunuz üzerinden yazılı iletişiminizde neden emoji kullanırsınız?" sorusu sorulmuş, bu soruya verilen cevaplarla eğilimler belirlenmeye çalışılmıştır. Emojilerin, verilen cevapların 11 tanesinde duyguyu ifade etmesi, 3 tanesinde samimiyet ifadesi, 3 tanesinde görsellik, 2 tanesinde daha etkili olması, 2 tanesinde hoş gitmesi, 1 tanesinde kibarlık, 1 tanesinde ise şaka yapmaya yaraması şekillerinde kullanıldığı görülmüştür. Katılımcılardan 4 tanesi ise emoji kullanmadığını belirtmiştir.

"Akıllı telefonunuz üzerinden yazılı iletişiminizde en sık kullandığınız emojileri ve ne amaçla kullandığınızı açıklar mısınız?" sorusu sorulan katılımcıların genel olarak kalp, gülen yüz, başparmak havada ve gülmekten gözünden yaş gelme emojilerini kullandıkları; bunları kullanma amaçlarının ise çeşitlilik gösterdiği görülmüştür. Verilen cevaplar içerisinde; "Gülen yüz ve mavi kalp, genellikle ailemle konuşurken konuşmamıza duygu katması için.", "Kırmızı kalp emojisi. Anneme geri cevap olarak atıyorum", "Gözyaşlarıyla gülen emojiyi basit gülme ifadesi olarak; kalp ile öpücük atan emojiyi ise annemle mesajlaşırken mesajın sonunda kullanıyorum." ifadeleri ise özellikle dikkat çekmektedir.

Katılımcıların emoji kullanmanın kolaylık mı yoksa eğlence mi ifade ettiğini belirtmeleri istendiğinde; %40,7'sinin kolaylık, %33,3'ünün eğlence, %18,5'inin her ikisi de, %7,4'ünün ise her ikisi de değil dedikleri görülmüştür. En fazla yüzdeliğin 'kolaylık' ifadesine ait olması ise dikkat çekmektedir.

"Size yollanan mesajlarda emoji olması sizin için ne ifade eder?" sorusuna verilen cevapların genel değerlendirilmesi yapılmış, katılımcıların verdikleri cevaplardaki benzer ifadeler bir araya getirilmiştir. Aynı cevap içerisinde birden fazla ifade değerlendirilmiştir. 7 kişinin, anlaşılmaı ifade eder; 3 kişinin, samimiyet ifade eder; 5 kişinin, hoş karşılarım; 6 kişinin, ciddiyetsizlik ifade eder; 4 kişinin, yapmacık ve samimiyetsiz gelir; 3 kişinin, anlamsız gelir; 1 kişinin ise, yazı yazmayı sevmediğini ifade eder, dedikleri görülmüştür. Ayrıca verilen cevaplar içerisinde; "Genelde konuştuğum çok büyük olduğunu belirtir.", "Laubalilik ya da yetişkin birinin samimi olmaya çalışması." ve "Yazan kişinin yaşlı olduğunu ifade eder." ifadeleri de ayrıca dikkat çeken cevaplar olmuştur.

"Arkadaşlarınız ile akıllı telefonunuz üzerinden yazılı iletişiminizde kullandığınız emojiler genel olarak benzer midir? Bunun sebebi sizce ne olabilir?" sorusuna 4 katılımcı hariç diğer katılımcıların hepsinin benzerdir cevabı verdiği görülmüştür. Sebebiyle ilgili verilen cevaplarda ise aynı arkadaş çevresini paylaşmak, sohbet konularının aynı olması, sadece çok yaygın olan emojilerin kullanılması genel olarak ifade edilmiştir. Ancak, "Benzer, çünkü genel olarak bu yaş grubundaki insanlar çoğu emojiyi kullanmıyor. Belli başlı olanlar kendimizi anlatmaya yetiyor." ifadesi ayrıca dikkat çekicidir.

Katılımcılara; "Sadece size özel bir emoji kullanıyor musunuz? Hangisi? Neden bu emojiyi seçtiniz?" sorusu sorulmuş, emoji ile bir özdeşleşme oluşup oluşmadığı değerlendirilmek istenmiştir. Buna göre, 17 katılımcı kendilerine özel bir emoji kullanmamakta, diğer katılımcılardan 7'si kendilerini çağrıştırdıklarını düşündükleri emojiler kullanmakta, 3 katılımcı ise arkadaşlarını, sevdikleri hayvanı çağrıştıran ve komik olduğunu düşündükleri emojileri kullanmakta olduklarını belirtmiştir.

"Aileniz ile akıllı telefonunuz üzerinden yazılı iletişiminizde emoji kullanıyor musunuz? Ne sıklıkta?" sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplara göre, 9 kişi dışında hepsinin aileleriyle dijital iletişimde emoji kullandığı görülmüştür. 9 katılımcının çok sık, 9 katılımcının ise ara sıra kullandığı görülmektedir. Soruya verilen cevaplar içerisinde özellikle dikkati çeken ifadeler: "Evet, ailem çok kullanıyor.", "Çok sıklıkla kullanıyorum çünkü emojiler ile daha kolay anlıyorlar.", "Ailemle yazışırken arkadaşlarımla yazıştığımından daha çok emoji kullanıyorum her gün." şeklindedir.

Ayrıca katılımcılara “Aileniz ile iletişiminizde emoji kullanmanız konusunda aileniz ne düşünüyor?” sorusu sorulmuş, verilen cevaplarla kuşaklar arası görüş farklılığı gözlemlenmeye çalışılmıştır. Ailelerin genel olarak emoji kullanımına olumlu baktıklarını, hatta onları emoji kullanma konusunda teşvik ettiklerini söyleyen katılımcıların özellikle; “Onlar benden daha çok kullanıyorlar.”, “Ben kullanmayınca ne ifade ettiğimi tam anlayamadıklarını söylüyorlar.”, “Annem kullanmayı sevimli buluyor babam ise gereksiz olduğunu düşünüyor.”, “Kendileri benden daha fazla kullanıyorlar ve kolaylık olduğunu düşünüyorlar.”, “Açıkçası ailem benden daha çok emoji kullandığı için bu durumu fazlasıyla normal karşılıyorlar.”, “Emojileri benim sevdiğimden daha çok seviyolar sanırım.”, “Ailem emojileri benden daha çok kullanıyor.”, “Onlar da bana attıkları mesajlarda çok sık kullandıkları için yadırgamıyorlar.”, “Onlar kullanmayı seviyor ve benim kullanmamı da seviyorlar.” ifadeleri oldukça dikkat çekici ifadelerdir.

Katılımcıların emoji kullanımı, emojinin geleceği ve emojilerle ilgili önerilerini öğrenmek üzere birtakım sorular sorulmuştur. “Sizce emojiler hangi durumlarda kullanılır?” sorusuna gençlerin verdiği cevaplara göre, 10 katılımcı duygu ve ruh hâli belirtmek için, 5 katılımcı kelime yerine, 4 katılımcı jest ve mimikleri anlatmak için, 3 katılımcı ciddiyeti azaltmak için, 3 katılımcı her durum için ve 2 katılımcı yanlış anlaşılmayı engellemek için kullanılmakta olduğunu belirtmiştir. “Emojilerin gelecekte ne gibi fonksiyonları olabilir?” sorusuna ise, 4 kullanıcı “bilmiyorum” cevabı verirken, diğer katılımcıların gelecekte kişiye özel emojiler yapılabileceğini, üç boyutlu ve hareketli olabileceğini, gündelik gerçek hayata yansıtılabileceğini söylemiştir. Dikkat çekici bazı cevapların ise: “Şahsen emojilerin hayatımızda büyük bir etkisi olacağını düşünmüyorum.”, “Emojiler gelecekte sözcüklerin yerini alarak yeni bir iletişim dili oluşturabilir fakat ben bunu pek etik bulmuyorum.”, “Gelişebilecek türden şeyler olduğunu düşünmüyorum şu an nasılsa öyle olur bence.”, “Bence gelecekte kimse emojileri tercih etmeyecek.” ve “Sanal yaşam ilerledikçe kişilerde gerçek hayata bağlılık eksikliği oluyor bu yüzden teknoloji değişiklikleri emojiler üzerinden yapmak bence kimseye faydalı değil.” şeklinde olduğu görülmektedir.

“Emojilerin daha fazla geliştirilmesini ve yazı yazmadan sadece emoji ile mesajınızı iletebilmeyi ister misiniz? Bunun avantajı sizce nedir?” sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplar değerlendirilmiştir. Bu soruya 2 katılımcı dışında bütün katılımcılar istemem cevabı vermiştir. Ancak, böyle bir durum gerçekleşecekse tek avantajın, zamandan kazanmak olabileceği noktasında bir oydaşma olduğu görülmüştür. Bu ifadeler arasında en ilgi çekici olanları ise şu şekildedir: “Hayır, çünkü o zaman kelimelerin kendine ait ruhu kaybolur.”, “Galiba böyle bir şeyi is-

temezdim. Kelimelerin ifade ettiği çok güçlü anlamlar var ve bir emojiinin insanda belirli kelimelerin bıraktığı etkiyi bırakabileceğini sanmıyorum ancak bir yandan da zaman açısından bize büyük katkıları olabileceğini düşünüyorum.”, “İstemem çünkü basit küçük resimler, iletmek istediğimiz mesajı kelimelerle ifade ettiğimizde sahip olduğu anlamı kadar içten ve net olmaz, ayrıntısını ifade etmez.”, “Mesajlar sözlerin yazıya dökülmüş hâli bu yüzden bu bir kısa yol olarak görülebilir ama duygu hareket vb. gerçeklik gerektiren olguları sanallığa taşımak ve geliştirilmesi için uğraşmanın uygun olacağını düşünmüyorum.”, “İstemezdim, birbirimizle bu denli az konuştuğumuz bir dönemde az buz yazdığımız yazıların da yerini emojiilere bırakması hoş olmaz.”, “Hayır, istemem çünkü iletişimi kalitesizleştirir.”

Katılımcılara emojiilerin kullanım alanlarıyla ilgili bir önerileri olup olmadığı sorulmuş ve verilen cevaplar değerlendirilmiştir. Katılımcılardan 14 tanesi herhangi bir önerisi olmadığını belirtmiş, diğer katılımcıların önerileri ise genel olarak dijital mesaj kullanımı sınırları içerisinde kalması yönünde eğilim göstermiştir. Bunun dışında farklı kullanım alanıyla ilgili olarak dijital günlükler, tabelalar, anketler örnek verilmiştir. Ayrıca iki katılımcı okuma yazma bilmeyenler için bir kullanım şekli geliştirilebileceğini belirtmiş, bir katılımcı ise her alanda kullanılması gerektiğini çünkü insanları daha iyimser yapabileceğini söylemiştir.

## 5. Sonuç

Günümüzün en büyük kolaylığı, en çok ihtiyaç duyulan ve dolayısıyla en çok kullanılan internet, artık insanların birbirleriyle iletişim kurmasının başlıca aracısı hâline gelmiştir. Bilgiye erişimin oldukça hızlı olması, insanların da bu hıza uyum sağlamak için pratik çözümler bulmasına neden olmuştur. Hızlı iletişimin güçlü yardımcılarından birinin de günümüzde hemen her mesajda rastlanan emojiiler olduğu ortadadır. Bu bağlamda internetin içine doğmuş olan bireylerin de bu iletişim çeşidinden faydalandığı düşünülmektedir.

Yaşadığımız dönemde en fazla 20’li yaşlarında olan ve dünyaya geldikleri andan itibaren internetle bir arada yaşayan Z kuşağının üyelerinin, iletişime hız katmak ve eğlenceli hâle getirmek için tasarlanan emoji karakterlerini kullanma eğilimleri ve durumları bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Söz konusu bilgileri edinmek amacıyla katılımcılara derinlemesine mülakat tekniğiyle yöneltilen sorulara verilen cevapların genel durumu betimlemeye yardımcı olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın sonuçlarına göre, lise çağında ve hepsi ortalama 15 yaşında olan katılımcıların, akıllı telefonları üzerinden emoji kullanmaları hakkında, araştırmanın başlangıç aşamasında incelenmiş olan araştırmalar ışığında olması beklenen du-

rumdan daha farklı bir durumun gözlemlendiği söylenebilir. Yaşamlarını hız üzerine kurguladıkları düşünülen Z kuşağı bireylerin iletişime hız katmak için emoji kullanma durumlarının oldukça düşük olduğu, emoji kullananların ise bunu genel olarak, yazışmaya duygularını eklemek istedikleri için kullandıkları görülmüştür. En sık kullanılan emojilerin; kalp, gülen yüz, gülmekten gözünden yaş gelen yüz ve başparmak havada emojileri olduğu; katılımcıların kendilerine gelen dijital mesajda emoji olmasını ise çoğunlukla olumlu karşıladığı görülmektedir.

Katılımcıların genel olarak emoji karakterleriyle herhangi bir özdeşleşme hissetmediği; arkadaşlarıyla yazışmalarında ortak bir emoji döngüsünün mevcut olduğu; çünkü kendi yaş gruplarının emoji kullanmayı pek tercih etmediği için birkaç tane temel emojinin yeterli geldiği varılabilecek genel bir sonuçtur. Katılımcılar tarafından emojilerin duygu belirtmek, yazılı mesaja jest ve mimik ekleyebilmek, mesaj içeriğinin samimiyetini artırmak gibi temel amaçları olduğu ve kolaylık olarak algılandığı düşünülmektedir. Bu bağlamda emojilerin, Z kuşağı bireyleri arasında orijinal kullanım amaçlarına uygun olarak algılandığı söylenebilir.

Araştırmada en dikkat çeken sonuçların katılımcıların aileleriyle iletişimlerinde emoji kullanma durumlarını değerlendirdikleri ifadelerde bulunduğu gözlemlenmiştir. Buna göre Z kuşağı gençler, aileleriyle dijital yazılı iletişimlerinde emoji karakterleri çok fazla kullandıklarını, dijital mesajlarında emoji olmadığı zaman aileleri tarafından yanlış anlaşılabilindiklerini, emojileri ebeveynlerinin kullanımına karşılık olarak kullandıklarını ve ebeveynlerinin emoji kullanmayı çok sevdiğini belirtmişlerdir. Özellikle anneleriyle yazışmalarında daha sık emoji kullandıklarını söyleyen katılımcıların bu ifadeleri, kadınların sözsüz öğeleri kullanma konusunda erkeklerden daha fazla yetenekli oldukları ve dolayısıyla daha fazla önem verdiklerine dair verileri destekleyici bir bilgi vermektedir (Urhan Torun, 2018: 244). Örneğin, online haber grubu üyeleri arasındaki dijital yazılı iletişimde, emotikon kullanımında cinsiyet farklılıklarıyla ilgili yapılan bir araştırmanın bulguları da iletişim çeşitlerinde cinsiyet farklılıklarıyla ilgili olarak “duygusal kadın” ve “ifadesiz erkek” klişesini güçlendiren bulgular elde etmiştir. Buna göre erkeklerin mesaj içerisinde gördükleri emotikonların ne anlama geldiğini o anki kendi duygu tanımlarına uyacak şekilde değiştirebildiği, kadınların ise söz konusu emotikonları her zaman gerçek manalarına/kullanımlarına göre anlamlandırıldığı görülmektedir (Wolf, 2000). Bu bağlamda emotikonların daha üst sürümü sayılan ve insana ait birtakım temel duyguların yüklendiği emojileri, kadınların kullanma eğiliminin her zaman daha yüksek olacağı düşünülebilir.

Kendilerine gelen dijital yazılı mesajlarda emoji bulunmasını değerlendirmeleri istenen katılımcılara göre, bir mesajda emoji karakter olması, mesajı yollayan

kişinin kendi kuşaklarından olmadığını gösterebilmektedir. Bu tür mesajların kendilerinden yaşlı, büyük ya da yetişkin biri tarafından yollanmış olabileceğini düşündüklerini söyleyen katılımcıların bu değerlendirmesi, Z kuşağının emoji kullanmayı tercih etmediğini ancak ebeveyn ya da büyükler olarak tanımladıkları X ve Y kuşağı bireylerin emoji kullanma eğiliminin daha yüksek olduğunu açıkça göstermektedir.

Teknolojinin daha da ilerlemesiyle gelecekte emoji resim/karakterlerini nelerin beklediğine dair görüşleri sorulan Z kuşağı öğrencilerin, bu konuyu ilgi çekici bulmadığı ve kendilerinden beklenen yaratıcı önerileri getirmedikleri görülmektedir. Emojiler konusunda oldukça karamsar olan gençler gelecekte emojilerin kullanılmasını istemediklerini, herhangi bir geliştirme çabasını takdir etmeyeceklerini, emojilerin kelimelerin değerini düşüren olumsuz bir unsur olduğunu düşündükleri genel olarak gözlemlenmiştir. Katılımcılardan, gelecekte emojilerin kelimelerin yerine geçmesi ihtimalinin kolaylık anlamına gelip gelmeyeceği hakkında değerlendirme yapmaları istenmiş; böyle bir durumu genel olarak istemedikleri, gelecekte böyle bir şey olursa da sadece iletişime hız kazandırmaya yarayacağını, başka bir artışının olmayacağını düşündükleri görülmüştür. Bu nedenle emojilerin gelecekte daha az talep göreceğini ve belki de hızlı küresel tüketim çılgınlığı içerisinde zamanla eriyip gideceğini düşünmek mümkün olabilmektedir.

Teknolojik devrime denk gelen X kuşağı ve internet kuşağı da denen Y kuşağının, internetin meydana çıkması ve gelişmesine şahitlik etmeleri, bu kuşakları diğer kuşaklardan farklı bir konuma getirmiştir. İletişimin çoğunlukla yüz yüze gerçekleştiği bir ortamdan teknolojik iletişim ortamına zaman içerisinde geçmiş olmaları, bu anlamda her türlü gelişmeye ve sürece şahitlik etmeleri, yeni ile eskiyi kıyaslayabilme imkânına sahip olmalarını da beraberinde getirmiştir. Teknolojik gelişmeler sayesinde iletişim kurmanın çok büyük bir kolaylık olarak değerlendirilmesi, bu kuşaklar tarafından sıklıkla kullanılması ve yeniliklerin merakla takip edilmesi bu kuşaktaki bireyler içerisinde rahatlıkla gözlemlenebilen durumlardır. Z kuşağı katılımcıların mülakat sorularına verdikleri cevaplara göre ebeveynlerinin dijital iletişimde sıklıkla emojilere başvurması, geçmişten getirdikleri yüz yüze iletişim alışkanlıklarını bir bakıma devam ettirme istekleri olarak düşünülebilir. Bu bağlamda başlangıcından itibaren henüz 18 yıl geçmiş ve gelecekte aşırı bireysel ve yalnız olacağı öngörülmekte olan Z kuşağının emojiler hakkında genel olarak iletişime duyguları eklemeye yaradığını söylemesi ve bunları kullanmaktan uzak durmaları da söz konusu tahminleri doğrular niteliktedir. Bu çalışmanın bulgularından, Z kuşağının gelecekte kişiler arası ilişkilerde ve iletişimde duyguların ifade edilmesi ya da deneyimlenmesi konusunda güçlüklerle karşılaşacağı öngörülmektedir.

Son olarak çalışma sonuçları içerisinde katılımcıların cevapları arasında sıklıkla karşılaşılan “random atmak” (Dijital mesajlarda, konuyu bitirme isteği, yazacak bir şey bulamama, kahkaha, gülmekten cümle kuramıyorum gibi durumları ifade eden kavram. Bilge, 2018, Erişim tarihi: 08.05.2018, 20:22) ifadesi önemli görülmektedir. Random atmak adını verdikleri, kelime oluşturmayan karışık harflerin, bu kuşaktaki gençlerin akıllı telefonları üzerinden yazdıkları yazılı mesajların içeriğinde önemli bir yere sahip olduğu düşünülmekte; söz konusu random ifadelerin de başka bir çalışmada değerlendirilmesinin bu kuşağa ait dijital iletişim eğilimlerini anlamaya katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

### Kaynakça

- Çetin, C. ve Karalar, S. (2016). X, Y ve Z kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi / Journal of Administrative Sciences Cilt / Volume: 14, Sayı/N: 28, ss./pp. 157-197.*
- Çetin Aydın, G. ve Başol, O. (Aralık, 2014). X ve Y kuşağı: Çalışmanın anlamında bir değişme var mı?, *Electronic Journal of Vocational Colleges (EJOVOC) Cilt: 4, Sayı: 4. ss. 1-15.*
- Danesi, M. (2016). *The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the internet.* London: Bloomsbury Publishing Plc.
- Gülşen, T. T. (2016). You tell me in emojis, computational and cognitive approaches to narratology. Eds. Takashi Ogata, Taisuke Akimoto. IGI Global. USA. eISBN: 978-1-5225-0433-7.
- Hakami, S. A. A. (Spring 2017). *The importance of understanding emoji: An investigative study, University of Birmingham School of Computer Science. Research Topics in HCI.*
- Howe, N. and Strauss, W. (Sept. 30, 1992). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069.* Quill.
- Karahisar, T. (2013). Dijital nesil, dijital iletişim ve dijitalleşen (!) Türkçe. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology. Cilt/Vol:4, Sayı/Num: 12. DOI: 10.5824/1309 -1581.2013.3.006.x.*
- Langdon, B. (2017). Why is everyone so emojinal?. *Grassroots Writing Research Journal, Issue 7.2. USA. pp.21-31*
- Rivera, K., Cooke, N. J. & Bauhs, J. A. (1996). The effects of emotional icons on remote communication, *Conference Companion on Human Factors in Computing Systems, Pages 99-100.*
- Somyürek, S. (2014). Öğrenme sürecinde Z kuşağının dikkatini çekme: Artırılmış gerçeklik. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama Cilt:4, Sayı:1.ss. 63-81.*
- Urhan Torun, B. (2018). *Sözsüz İletişim: Müşteri İlişkileri Yönetiminin Sessiz Dili.* Konya: Literatürk Academia. ISBN 978-605-337-151-9.
- Urhan Torun, B. ve Tarakci, H. N. (Nisan, 2016). The use of emoticons as nonverbal communication tool in instant messaging by the smart phones. *II.Uluslararası Medya Çalışmaları Kongresi Akdeniz Üniveristesisi. pp.206-220. ISBN: 978-605-4483-29-7.*



- Wolf, A. (2000). Emotional Expression Online: Gender Differences in Emoticon Use, CYBERPSYCHOLOGY & BEHAVIOR Volume 3, Number 5, Mary Ann Liebert, Inc. PP. 827-834.
- Bilge, N. (2018). Gülüşlerinizde binlerce harf gizli: Random ne demek? Erişim tarihi: 08.05.2018, 20:22. <http://www.topukluhaber.com/random-ne-demek-random-nedir/>
- O'Brien, G. (April, 2016). The word on the street is not a word: It's an ☺. Erişim tarihi:02.05.2018, 22:03<http://www.digitalamerica.org/the-word-on-the-street-is-not-a-word-its-an-grace-obrien/>
- Oxford University Press (2015). Word of the year 2015. Erişim tarihi: 04.05.2018: 20:33 <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2015>.
- Sternbergh, A. (November, 2014). Smile, you're speaking EMOJI. The rapid evolution of a wordless tongue. Erişim tarihi: 04.05.2018, 19:59. <http://nymag.com/daily/intelligencer/2014/11/emojis-rapid-evolution.html>.
- Unicode (2017). Full emoji list, v11.0. Erişim tarihi: 05.05.2018, 00:03 <http://www.unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html>

