

**T.C.**  
**GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ**  
**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**

**KİŞİLERARASI İLETİŞİMDE EMOJİ KULLANIMI:**  
**WHATSAPP ÖRNEĞİNDE BİR İNCELEME**

**YÜKSEK LİSANS**

**Seval EROL**

**AĞUSTOS-2022**  
**GÜMÜŞHANE**



**T.C.  
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**

**KİŞİLERARASI İLETİŞİMDE EMOJİ KULLANIMI:  
WHATSAPP ÖRNEĞİNDE BİR İNCELEME**

**THE USE OF EMOJI IN INTERPERSONAL COMMUNICATION:  
A REVIEW ON WHATSAPP**

**YÜKSEK LİSANS**

**Seval EROL**

**AĞUSTOS-2022  
GÜMÜŞHANE**



**T.C.  
GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**

**KİŞİLERARASI İLETİŞİMDE EMOJİ KULLANIMI:  
WHATSAPP ÖRNEĞİNDE BİR İNCELEME**

**THE USE OF EMOJI IN INTERPERSONAL COMMUNICATION:  
A REVIEW ON WHATSAPP**

**YÜKSEK LİSANS**

**Seval EROL**

**Danışman: Prof. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR**

**AĞUSTOS-2022  
GÜMÜŞHANE**



## BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI

**Yüksek Lisans Tezi** olarak hazırlamış olduğum “**Kişilerarası İletişimde Emoji Kullanımı: Whatsapp Örneğinde Bir İnceleme** ” isimli bu tezimin, tamamen kendi çalışmam olduğunu, her alıntıya kaynak gösterdiğimi, alıntı yaptığım tüm çalışmalarını kaynakçada belirttiğimi ve Gümüşhane Üniversitesi’nin lisanslı kullanıcısı olduğum intihal yazılım programı ile Lisansüstü Eğitim Enstitüsü’nün belirlediği kıstaslara uygun olarak raporladığımı taahhüt ederim. Tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Gümüşhane Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü arşivinde saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği’nin ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim.

22/08/2022

Seval EROL

## TEŞEKKÜR

Hayatımın her anında yol gösterici olan, kişiliğiyle ve akademik başarılarıyla örnek edindiğim, bilgi birikimi ile çalışmama büyük katkı sağlayan ve öğrencisi olmaktan gurur duyduğum değerli danışmanım Prof. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR’a sonsuz teşekkür ederim.

Lisans ve yüksek lisans eğitimime devam etmem yönünde beni cesaretlendirerek akademik alana yönelmemde etkisi olan, ön lisans eğitimim boyunca desteklerini ve bilgilerini esirgemeyen Dr. Öğr. Üyesi Sayın Şaban ALTIN’a teşekkürü bir borç bilirim.

Her konuda kendimi geliştirmemi ve donanımlı bir birey olmamı en çok arzulayan ve bu konuda her daim sevgileri, anlayışları ve inançlarıyla beni destekleyen haklarını hiçbir şekilde ödeyemeyeceğim kıymetli babam Mehmet TAŞTAN ve sevgili annem Nesli TAŞTAN’a sonsuz şükranlarımı sunuyorum. Sabrı ile beni yüreklendiren, tezimi tamamlamamda benim kadar gayret gösteren ve biçimlenmesinde emeği olan sevgili eşim Hayrullah EROL’a teşekkür ederim. Çalışmamı, varlığıyla beni mutlu kılan annem ve babama atfediyorum.

“Ne kadar bilirsen bil, söylediklerin karşındakilerin anlayabileceği kadardır.”

Mevlâna

**Seval EROL**  
**GÜMÜŞHANE – 2022**

## ÖZET

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte sosyalleşme, kültür ve iletişim kavramı da değişmiştir. Yeni iletişim ortamları olarak sosyal medya mecraları ortaya çıkmıştır. Geçmişte yüz yüze gerçekleşen kişilerarası iletişim, teknoloji çağında sosyal medya ortamlarına taşınmıştır. Yer ve zaman sınırlaması bulunmadan kolay erişim imkânı bulunan sosyal medya platformları arasında anlık mesajlaşma uygulamaları bulunmaktadır. Bunlardan birisi de Whatsapp platformudur. Whatsapp uygulaması, kullanıcılarına anlık mesajlaşma olanağı, ses, belge, fotoğraf, konum paylaşımının yanı sıra görüntülü ve sesli konuşma fırsatları tanımaktadır. Ayrıca sözsüz iletişimin bileşenleri olan yüz ve beden hareketleri, bedensel temas, mekân kullanımı ve araçları ile benzerlik gösteren emojiler ile kişilere etkili bir iletişim ortamı sunmaktadır.

Bu tez çalışmasında Whatsapp üzerinde bulunan emojilerin kullanımının kişilerin günlük hayatta kurdukları yüz yüze iletişimde yararlandıkları jest ve mimikler, bedensel temas gibi unsurlar ile tutarlı bir şekilde kullanıp kullanmadıklarını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Yöntem olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin katılımcıların zihninde yer alan özel ve saklı bilgileri ortaya çıkarma gücünden yararlanılmıştır. Araştırmacıya hazırladığı sorulara bağlı kalmadan, görüşmenin gidişatına göre sorular sorma fırsatı veren söz konusu yöntem, konu hakkında daha detaylı bilgiler elde etmeyi sağlamaktadır. Bu sebeplerle konuya uygun bir yöntem olarak görülmüş ve yararlanılmaya karar verilmiştir. Çalışmanın örneklemini, Whatsapp kullanan 18 yaşından büyük olan 25 kullanıcı ile sınırlandırılmıştır.

Çalışmanın sonucunda elde edilen bilgilere göre Whatsapp uygulamasında gerçekleştirilen kişilerarası iletişimde kullanılan emojilerin etkili bir iletişime katkı sağladığı; kısaca emojilerin önemi ortaya çıkmıştır. Günlük hayatta kurulan kişilerarası iletişimde yararlanılan sözsüz iletişim unsurlarının Whatsapp üzerinde de emojiler ile desteklendiği bilgisine ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Emoji, Kişilerarası iletişim, Sosyal medya, Sözsüz iletişim, Whatsapp

## SUMMARY

Face-to-face interpersonal communication in the past has moved to social media environments in the age of technology we are in. There are instant messaging applications among the social media platforms that have easy access without limitation of place and time. One of them is WhatsApp platform. Whatsapp application allows instant messaging facility to whatsapp users, voice, photograph, sharing, as well as video and voice call opportunities. In addition, it offers an effective communication.

In this thesis, it is aimed to determine whether the use of emojis on Whatsapp is consistent with the gestures and facial expressions that people use in face-to-face communication that they establish in everyday life, and elements such as physical contact. As a method, the power of the semi-structured interview technique to reveal the private and hidden information contained in the minds of the participants was used. For these reasons, it was considered as a suitable method for the subject and it was decided to use it. Whatsapp application, which allows communication as the universe, has been preferred. The sample of the study was limited to 25 users over the age of 18 who used WhatsApp.

According to the information obtained as a result of the study, it revealed that the emojis used in interpersonal communication carried out in the whatsapp application contribute to effective communication; in short, the importance of emojis revealed. It has been informed that the non-verbal communication elements used in interpersonal communication established in daily life are also supported by emojis on Whatsapp.

**Keywords:** Emoji, Interpersonal communication, Nonverbal communication, Social media, Whatsapp



## İÇİNDEKİLER

|                                                                  |      |
|------------------------------------------------------------------|------|
| KABUL VE ONAY .....                                              | III  |
| BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI.....                              | IV   |
| TEŞEKKÜR.....                                                    | V    |
| ÖZET .....                                                       | VI   |
| SUMMARY .....                                                    | VII  |
| İÇİNDEKİLER .....                                                | VIII |
| TABLolar DİZİNİ .....                                            | XI   |
| ŞEKİLLER DİZİNİ.....                                             | XII  |
| EKLER DİZİNİ.....                                                | XIII |
| SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....                              | XIV  |
| 1. GİRİŞ.....                                                    | 1    |
| 2. KİŞİLERARASI İLETİŞİM KAVRAMI .....                           | 4    |
| 2.1. Kişilerarası İletişimin İlkeleri ve Varsayımları .....      | 5    |
| 2.2. Kişilerarası İletişimin İnsan Hayatındaki Gerekliliği ..... | 8    |
| 2.3. Kişilerarası İletişim Unsurları.....                        | 9    |
| 2.4. Kişilerarası İletişimi Etkileyen Faktörler.....             | 12   |
| 2.5. Kişilerarası Etkili İletişim.....                           | 15   |
| 2.6. Kişilerarası İletişim Sürecinde Engelleyiciler .....        | 17   |
| 2.7. Kişilerarası İletişim Sürecinde Destekleyiciler.....        | 20   |
| 2.8. Kişilerarası İletişim Türleri.....                          | 21   |
| 2.8.1. Yüz Yüze İletişim .....                                   | 21   |
| 2.8.2. Sözsüz İletişim .....                                     | 22   |
| 2.8.2.1. Sözsüz İletişimin Önemi .....                           | 26   |
| 2.8.3. Sözlü İletişim .....                                      | 27   |
| 2.9. Roller .....                                                | 29   |
| 2.10.Amaç .....                                                  | 30   |
| 2.11.Mekân ve Zaman.....                                         | 30   |
| 2.12.Etkileşim .....                                             | 31   |
| 2.13.Süreç.....                                                  | 31   |
| 2.14.İletişim Alanında Yer Alan Yeni Teknolojiler.....           | 32   |
| 2.15.İletişimde Kullanılan Yeni Teknolojiler .....               | 33   |
| 2.15.1.Elektronik Posta .....                                    | 34   |

|                                                                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.15.2. Anlık Mesajlaşma Uygulamaları .....                                                                              | 34 |
| 2.15.3. Çevrim İçi Mesajlaşma Ortamları ve Sosyal Medya .....                                                            | 35 |
| 2.15.3.1. Sosyal Medyanın Önemi.....                                                                                     | 36 |
| 2.15.4. Sosyal Ağlar .....                                                                                               | 37 |
| 2.15.5. Yüz Yüze İletişim ve İnternet Tabanlı İletişim Farklılıkları.....                                                | 38 |
| 2.15.6. Yeni İletişim Teknolojilerinin Değişime Etkileri .....                                                           | 39 |
| 2.15.7. Yeni İletişim Teknolojilerinde Yer Edinen Uygulamalar .....                                                      | 41 |
| 2.15.7.1. Facebook .....                                                                                                 | 42 |
| 2.15.7.2. Youtube.....                                                                                                   | 44 |
| 2.15.7.3. Twitter.....                                                                                                   | 46 |
| 2.15.7.4. Whatsapp .....                                                                                                 | 47 |
| 2.16. Hiyeroglifler ve Emojiler Arasındaki Bağ .....                                                                     | 49 |
| 2.17. Emoticonların Ortaya Çıkışı .....                                                                                  | 50 |
| 2.18. Emoji .....                                                                                                        | 50 |
| 2.18.1. Emojilerin Kullanım Şekilleri .....                                                                              | 52 |
| 2.19. Emojilerle İlgili Dünyada ve Türkiye’de Yapılan Çalışmalar .....                                                   | 57 |
| 3. EMOJİLERİN SÖZSÜZ İLETİŞİM UNSURLARI YERİNE KULLANILMASI:<br>WHATSAPP ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA .....                    | 61 |
| 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....                                                                                   | 61 |
| 3.2. Araştırmanın Yöntemi.....                                                                                           | 61 |
| 3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi .....                                                                               | 63 |
| 3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları .....                                                                                   | 63 |
| 3.5. Verilerin Toplanması .....                                                                                          | 63 |
| 3.6. Verilerin Analizi .....                                                                                             | 64 |
| 3.7. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Tekniği İle Elde Edilen Bulgular .....                                                 | 64 |
| 3.7.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri.....                                                                          | 64 |
| 3.7.2. Katılımcıların Kişilerarası İletişimlerinde Sözsüz İletişim Unsurlarını<br>Kullanmalarına İlişkin Görüşleri ..... | 65 |
| 3.7.3. Katılımcıların Whatsapp İletişimlerinde Emoji Kullanma Durumlarına İlişkin<br>Görüşleri.....                      | 69 |
| 3.7.4. Katılımcıların Kullandıkları Emojiler ve Sözsüz İletişim Unsurlarının<br>Kıyaslanmasına Yönelik Görüşleri .....   | 75 |
| 3.7.5. Katılımcıların İletişimlerinde Emojilerin Etkisine Yönelik Görüşleri.....                                         | 80 |
| 3.7.6. Katılımcıların Emojilerin İletişimlerine Sağladığı Kolaylıklar Hakkındaki<br>Görüşleri.....                       | 85 |

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME ..... | 90  |
| KAYNAKÇA.....                   | 99  |
| EKLER.....                      | 112 |
| ETİK KURUL KARARI .....         | 114 |
| ÖZGEÇMİŞ .....                  | 119 |



## TABLÖLER DİZİNİ

|                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablo 1. Katılımcıların demografik bilgileri.....                                                                    | 65 |
| Tablo 2. Katılımcıların sözsüz iletişim unsurlarını kullanım durumu .....                                            | 68 |
| Tablo 3. Katılımcıların emoji kullanım durumu .....                                                                  | 74 |
| Tablo 4. Katılımcıların kullandıkları emoji ve sözsüz iletişim unsurlarının<br>kıyaslamasına yönelik ifadeleri ..... | 80 |
| Tablo 5. Katılımcıların iletişimlerinde emoji etkisi .....                                                           | 84 |
| Tablo 6. Katılımcıların kullandığı emoji kişilerarası iletişimlerinde sağladığı<br>kolaylıklar .....                 | 88 |



## ŞEKİLLER DİZİNİ

|                                                                                               |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Şekil 1. İletişimsel sürecin başlangıç, bitiş ve sıralaması .....                             | 8  |
| Şekil 2. Dünya'da en fazla kullanılan sosyal medya ağları .....                               | 43 |
| Şekil 3. Facebook katılımcı istatistiği .....                                                 | 43 |
| Şekil 4. Facebook kullanıcılarının yaş dağılımları.....                                       | 44 |
| Şekil 5. Youtube katılımcı istatistiği.....                                                   | 45 |
| Şekil 6. Twitter kullanıcı istatistiği .....                                                  | 46 |
| Şekil 7. Twitter kullanıcılarının yaş dağılımları .....                                       | 46 |
| Şekil 8. En çok kullanılan sosyal medya mecraları.....                                        | 48 |
| Şekil 9. Hiyeroglifler ve emojiler.....                                                       | 49 |
| Şekil 10. Yüz ifadeleri .....                                                                 | 53 |
| Şekil 11. İnsan ve beden hareketleri .....                                                    | 53 |
| Şekil 12. Hayvanlar ve doğa .....                                                             | 54 |
| Şekil 13. Yiyecek ve içecek .....                                                             | 54 |
| Şekil 14. Seyahat ve mekânlar .....                                                           | 54 |
| Şekil 15. Nesneler (Bozkurt, 2020: 51).....                                                   | 55 |
| Şekil 16. Etkinlik ve Aktiviteler .....                                                       | 55 |
| Şekil 17. Semboller .....                                                                     | 56 |
| Şekil 18. Bayraklar.....                                                                      | 56 |
| Şekil 19. Twitter üzerinde kullanılan emojilerin duygu kategorileri ve kullanım oranları..... | 70 |

## EKLER DİZİNİ

|                                               |     |
|-----------------------------------------------|-----|
| Ek 1. Tezde Kullanılan Görüşme Soruları ..... | 112 |
| Ek 2. Gönüllü Katılım Formu .....             | 113 |



## SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

|             |                           |
|-------------|---------------------------|
| Bk. / bk.   | : Bakınız                 |
| C           | : Cilt                    |
| Drl. / drl. | : Derleyen                |
| Ed. / ed.   | : Editör                  |
| Erişim      | : Erişim Tarihi           |
| Haz. / haz. | : Hazırlayan              |
| ör.         | : Örnek                   |
| S           | : Sayı                    |
| Trc. / trc. | : Tercüme eden            |
| t.y.        | : Tarih yok               |
| vb.         | : Ve benzeri              |
| v.d.        | : Ve diğerleri, ve devamı |

## 1. GİRİŞ

Her birey, doğduğu andan itibaren iletişim kavramına ihtiyaç duymaktadır (Çalışır ve Uncu, 2018: 9). Yeni doğan bir bebek dahi ağlayarak ihtiyaçlarını belli etmekte ve böylece ebeveynleri ile iletişim kurabilmektedir. İki veya daha fazla kişi tarafından kurulan iletişimler kişilerarası iletişim olarak adlandırılmaktadır. İnsan hayatının temelinde bulunan kişilerarası iletişim, bireyler arasındaki etkileşim ile sosyal hayatı anlamlı kılmaktadır. Sosyalleşme ihtiyacı ile insanlar kişilerarası iletişimlerini sözlü veya sözsüz türde gerçekleştirmektedir. Herhangi bir bilgi, düşünce ya da bir durum paylaşımında sözlü iletiler vasıtasıyla etkileşim sağlayabilirken duygu ve hisleri paylaşma noktasında sözlü iletişim eksik kalabilmektedir. Bu noktada devreye giren sözsüz iletişim; yüz ve beden hareketleri, bedensel temas, mekân kullanımı ve araç unsurlarından oluşmaktadır. Kişi karşı tarafa bir duygu aktarmak istediğinde bahsedilen unsurlardan yararlanmaya kendini daha anlaşılır, doğru ve etkili anlatma konusunda mutlaka ihtiyaç duymaktadır. Literatürde sözsüz iletişim unsurlarının ilişkilerde çok daha etkili olduğu vurgulanmaktadır.

Kişilerarası iletişime aracılık eden araçlar teknolojinin gelişimi ile mekân ve zaman kavramını yitirerek iletişim kurmak kolaylık ve hız kazanmıştır. İnternet, 1990'lı yıllarda bilgisayar aracını olabildiğince yaygınlaştırmış ve iletişim boyutunda bir yükseliş yaşatmıştır. 2000'li yıllarla beraber farklı bir gelişme olan cep telefonu kendini göstermiş ve kişilerarası iletişime olanak vermesiyle yaygınlığı artarak iletişime büyük bir hız kazandırmıştır (Uluç ve Yarcı, 2017: 89). Cep telefonları her geçen gün yeni özellikler eklenerek geliştirilmiş ve akıllı telefon olarak adlandırılmaya başlamıştır. Tüm bu gelişmelerle beraber devasa bir paylaşım ortamı sosyal medya adı altında kullanıma sunulmuştur (Atalı ve Çoknaz, 2014: 137). Ocak 2022 verilerine göre dünya nüfusunun %58,4'üne karşılık gelen 4.62 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır (WeAreSocial, 2022). Etkileşim ve iletişim boyutlarının farklılaştığı günümüzde sosyal medya kavramı insanlar için özgün yapısı ile kişilerarası iletişimde kullanılan bir araç haline gelmiştir. Web 2.0 teknoloji tabanına sahip olan sosyal medya, bireyler arası iletişimi hızlı bir şekilde gerçekleştiren büyük bir iletişim ağıdır (Karaca, 2018: 50). Sosyal medya kullanıcılara içerik üretimi fırsatı veren, fikir, düşünce hatta duygu aktarımına olanak sağlayan sınırsız iletişim ortamı sunan geniş bir mecradır.

Twitter, Facebook, Youtube, Whatsapp sosyal mecralardan bazılarıdır. Bu mecraların geleneksel iletişim araçlarından ayrılan en belirgin niteliği geribildirim



almaya olanak vermesidir (Çağlak, 2019: 627). Böylece karşılıklı iletişim kurulabilmektedir. Bu çalışma Whatsapp uygulaması üzerinde gerçekleştirilmektedir. Whatsapp kullanımının kolay ve pratik olması ile kendini diğer platformlardan ayırmaktadır. Bu platformun tercih edilme sebepleri; iki veya daha fazla kişi ile karşılıklı iletişim kurulabilmesi, iletişimlerde ses, görüntü, video, belge paylaşımı imkânının bulunması, akıllı telefonlar, dizüstü bilgisayarlar aracılığıyla kullanılması gibi etkenler olmuştur. En önemli belirleyici etken ise kullanıcılarına sunduğu emoji kategorileridir.

Emoji mobil cihaz kullanıcılarının yazılı iletişimlerine ekledikleri emotikonların yenilenmiş ve çağa uydurulmuş biçimleridir (Torun, 2018: 616). Birçok platform emojielerin önemini kavramış ve bünyesine emoji ekleyerek kullanıcıya sunmuştur. Emoji, ağ tabanlı ortamlar aracılığıyla iletişimi destekleyen ve farklı his, duygu ve düşünceleri ifade etme amacıyla kullanılmakta olan grafik bazında belirli simgelerden oluşmaktadır. Whatsapp aracılığıyla da sürekli kullanılabilen emojieler kişilerarası iletişim kavramına bir yenilik kazandırmıştır. Kişinin duygularını anlatmaya yarayan yüz ifadelerinden, el kol hareketlerine, doğayla ilgili ifadelerden ülkelerin bayraklarına kadar uzanan pek çok yelpazesi bulunmaktadır. Emojieler tek başına kullanıldığında bir kelime yerine, bütünüyle ise görsel bir dil yerine geçmiştir. Sosyal platformlarda beğenilerek neredeyse çoğu iletişimde kullanılan emoji, küresel bir iletişim biçimi olarak kendini göstermektedir (Bilge, 2020: 2).

Özellikle tüm dünyada yaşanan korona virüs sebebiyle insanların iletişimlerini daha yoğun bir şekilde sosyal mecralara taşıması bu çalışmanın ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Kişilerarası iletişimin bu ve benzeri mecralara kaymasıyla platformların insanlara yüz yüze iletişim noktasında eksiklik hissettirmemek maksadıyla pek çok yeniliğe gittiği dikkat çekmektedir. Bu tez çalışmasında Whatsapp uygulaması temel alınmış ve içerisinde bulundurduğu emoji özelliği sözsüz iletişim unsurları ile kıyaslanmıştır. Yapılan kıyaslamaya göre emoji kategorilerinin sözsüz iletişim unsurları olan yüz ve beden hareketleri, mekân kullanımı, bedensel temas ve araçlar bakımından bir benzerlik olduğu göze çarpmıştır. Böylece kişilerin emoji kullanım durumları, bu kullanımdan ortaya çıkan etkileri ve günlük hayatta kullanılan yüz ve beden hareketleri ile emojieler arasındaki tutarlılığı saptamak amaçlanmıştır.

Çalışmada öncelikle kişilerarası iletişim kavramı daha sonra alt başlıkları olan sözlü ve sözsüz iletişim öğeleri ele alınmıştır. Devamında ise sosyal medya ve bir sosyal medya platformu olan Whatsapp uygulaması ile ilgili bilgilere yer verilecektir.

Araştırma kısmında ise kişilerarası iletişimde emoji kullanımı: Whatsapp rneği ile ele alınacak daha sonra elde edilen bulgular ve sonuçları irdelenecektir.

Çalışmanın evreni Türkiye’de yaşayan Whatsapp kullanan bireylerdir. Örneklemini ise 18 yaşından büyük 13 kadın ve 12 erkek olmak üzere toplamda 25 kişiden oluşmaktadır.



## 2. KİŞİLERARASI İLETİŞİM KAVRAMI

İletişim insanlığın varoluşuna kadar uzanan bir kavramdır. İki veya daha fazla insanla, diğer canlılar veya farklı olgular arasındaki etkileşim olarak açıklanan iletişim kavramının literatürde oldukça fazla tanımı bulunmaktadır (Çalışır, 2019: 224). İletişim; duygu, düşünce, bilgi, kültür ve daha artırılabilir birçok ögenin karşı tarafa aktarılmasıdır (Özkan, 2010: 16). Farklı yol ve yöntemlerle gerçekleşen aktarım, insan yaşamının ve diğer canlı varlıkların yaşamında gerekli ve vazgeçilmez bir unsurdur. Sosyal bir varlık olan insan kurduğu iletişim ile kendini başkalarına karşı ifade etmek, yeni ilişkiler kurmak istemektedir. Bu sebeple iletişim yapısı gereği çift taraflı bir aktarım gerektirmektedir. Yapılan tanımlamalar incelendiğinde, iletişimin bir gereklilik olduğu ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın konusu doğrultusunda tanımlamaların devamında kişilerarası iletişim ele alınmaktadır.

Literatürde iletişim farklı sınıflara ayrılmaktadır. Bu sınıflandırmalardan biri olan kişilerarası iletişim, gönderici ve alıcının insan olduğu iletişim türüdür. Aralarında çift yönlü bir iletişimin gerçekleştiği kişiler ürettikleri bilgi veya sembollerini birbirlerine aktararak anlamlandırmaktadır (Dökmen, 2005: 23). Erdoğan (2008: 179)'a göre birey toplum içerisinde hayat bulur ve kendisi dışındakilerle iletişim halindedir. Birey kendini ve etrafını tanımaya başladığında, öncelikli olarak kişilerarası iletişime başvurmaktadır. Her birey yaşamının her anında kişilerarası iletişim gerçekleştirmektedir. İnsan iletişiminin temeli olan kişilerarası iletişim (Lazar, 2009: 52), iki veya daha fazla kişi arasında gerçekleşen bir iletişim türüdür. Gerçekleştirilen iletişimin amacına bağlı olarak sohbetler, mülakatlar vb. şekillerde yüz yüze olabileceği gibi (Aziz, 2010: 87), posta veya telefon yoluyla yapılan yazışmalar vasıtasıyla yüz yüze olmadan, sözlü ya da yazılı şekilde de olabilmektedir (Erdoğan, 2011: 75).

Kişilerarası iletişimi gerçekleştirebilmek için iki veya daha fazla kişinin katılımına ihtiyaç duyulmaktadır. Rastlantısal ya da planlı olarak gerçekleştirilen bu katılım hiçbir yönlendirmeye gerek kalmadan bireyler arasında günlük bir yaşam rutini olarak gerçekleştirilmektedir (Güngör, 2018: 153-154). Kişilerarası iletişimi kısaca farklı ifadelerle tanımlamak gerekirse; insanlar arasında gelişen ve sürekli değişim gösteren etkileşimlerin paylaşımı olarak açıklanmaktadır (Kaya, 2015: 89). Karşılıklı bir etkileşimin olduğu kişilerarası iletişim, herhangi bir amaca yönelik veya amaçsız bir biçimde de oluşturulabilmektedir. Böylece kişilerarası iletişim, aralarında duygusal bağlar olan tarafların bireysel yaşantılarının paylaşımlarından meydana gelmektedir

(Karaca, 2016: 633). Farklı bir taraftan aralarında değişim gösteren roller ve ilişkileri kapsayan kişilerarası iletişim (Hartley, 2014: 41); aile bireyleri arasındaki gibi resmi olmayan veya özel alanlarda gerçekleşen iletişim ya da öğretmen-öğrenci, doktor-hasta aralarındaki gibi resmi olan ve daha geniş ortamlarda olabilmektedir (Anık, 2014: 178).

Kişilerarası iletişimde kaynağın veya alıcıların sayısı değişmesine rağmen etkinliğin planı, süresi, zorunlu olup olmama durumu, doğrudan ya da dolaylı olması, uyumlu veya çatışma hali, kişi veya ileti odaklı olma, sözlü-sözsüz vb. özellikleri (Güngör, 2018: 154-170) aynı kalmaktadır. Sonrasında kaynak tarafından sembollerle yüklü iletiler alıcıya iletilmekte, alıcının iletiyi alıp, yorumlayıp, geribildirimde bulunmasıyla da iletişim eylemi gerçekleştirilmiş olmaktadır (Aziz ve Dicle, 2017: 43). Bu anlamda iletişim sürecine katılanlar arasında karşılıklı bir döngünün varlığından söz etmek olasıdır.

Bir iletişimin kişilerarası iletişim olarak adlandırılabilmesi için gerekli birtakım özelliklere sahip olması gerekmektedir. Söz konusu özellikleri Tubbs ve Moss (1974: 76) şu şekilde belirtmişlerdir:

i. Kişilerarası iletişimi gerçekleştirenlerin yüz yüze olmaları zorunluluğu bulunmaktadır (Tubbs ve Moss, 1974: 76). Ancak gelişen teknoloji sayesinde sosyal paylaşım ağları üzerinden gerçekleştirilen iletişim de kişilerarası iletişim olarak değerlendirilmektedir (Devito, 2013: 4).

ii. Kişiler arasında tek yönlü değil, karşılıklı bir etkileşim olmalıdır.

iii. İletilen ve alınan mesajlar, sözlü veya sözsüz şekilde iletilmelidir. Aynı zamanda adı geçen iletişim türü, sözlü ve sözsüz olabileceği gibi yazılı olarak da gerçekleşmektedir (Bıçakçı, 2003: 71).

Kişilerarası iletişimin belli başlı ilkeleri ve varsayımları bulunmaktadır. Bu unsurlar çalışmanın devamındaki bir sonraki başlıkta yer almaktadır.

## **2.1. Kişilerarası İletişimin İlkeleri ve Varsayımları**

Hartley (2010: 39-51), Kaya (2013: 5) ve DeVito (2013: 5-8)'a göre ise kişilerarası iletişimin farklı ilkeleri bulunmaktadır. Adı geçen ilkeler şunlardır:

- i. İki yönlüdür,
- ii. Yüz yüze olma zorunluluğu barındırmaz,
- iii. Süreçtir,
- iv. Zaman içinde birikerek çoğalır,
- v. Sözlü ya da sözsüz olabilir,
- vi. Amaca yöneliktir.

Kişilerarası iletişim kavramıyla ilgili alanda birçok araştırma olmakla birlikte, incelenen söz konusu araştırmalarda kavramın yukarıda aktarıldığı biçimde genellendiği görülmektedir.

Kişilerarası iletişim, bireyin yaşantısının her anına dokunmasıyla birlikte disiplinler arası bir çalışma haline dönüşmüştür (Krauss ve Fussell, 1996: 658). Konuyla ilgili olarak Schramm (1954: 6), insan hayatını konu edinen tüm disiplinlerin mutlaka iletişim ile yakından ilişkili olması gerektiğini ileri sürmüştür. Bu anlamda kavram, iletişim bilim dalındaki araştırmacılarla birlikte sosyoloji, psikoloji ve sosyal psikoloji gibi birçok bilim alanında insan ve insan topluluklarının davranışlarını anlamak, açıklamak ve yorumlayarak çözüme kavuşturmak gibi farklı amaçlara sahip bilim dallarındaki araştırmacıların da ilgi odağına yerleşmiştir (Koçak, 2020: 10). Örnek olarak, bir sosyolog kişilerarası iletişimi “sosyal kuramlar, normlar, roller açısından ele alırken” (Gürüz ve Temel Eğinli, 2012: 49); farklı alandan olan bir psikolog ise kişilerarası iletişimi kuran bireylerin, kurdukları iletişime etki eden bilişsel yapıları açısından değerlendirmektedir (Gökdağ, 2016: 17). İletişim bilim dalına göre kişilerarası iletişim; insan iletişimini içeren, etkileşim halindeki bireyler arasında zaman içinde değişen ve gelişen ilişkileri ve bunların sonuçlarını ele alınmaktadır (Gürüz ve Eğinli, 2008: 49). Kişilerarası iletişim farklı bilim dallarında incelenmekte ve birbirinden ayrı anlamlar içermektedir. Özdemir (2012: 48)’e göre kişilerarası iletişim, insanların arzularına göre birbirleriyle duygu ve düşüncelerini paylaşım süreçleri anlamına gelmektedir.

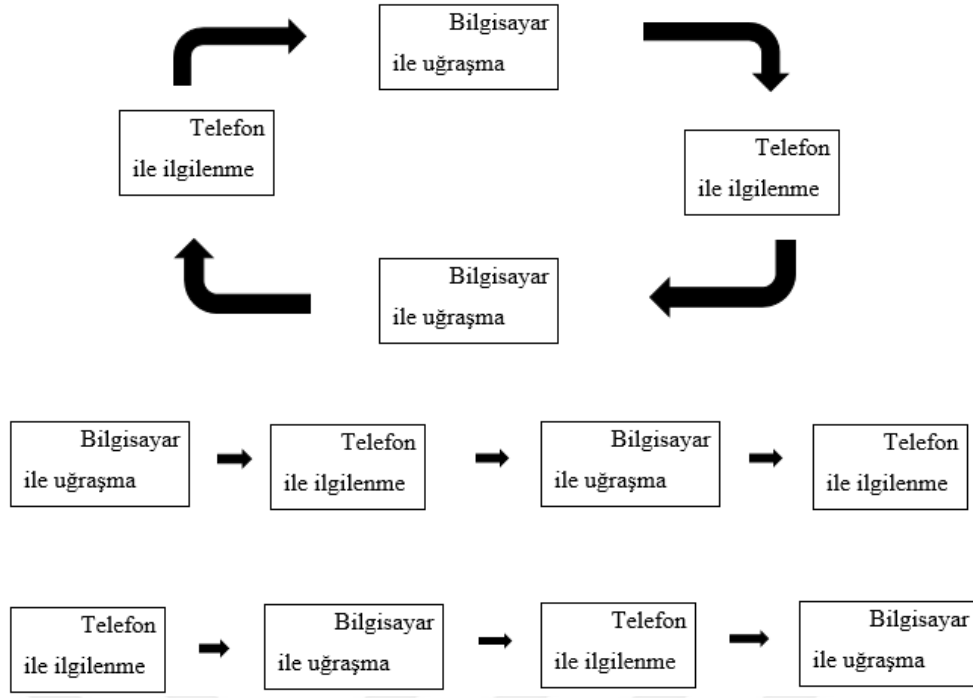
Kişilerarası iletişimin genel çerçevesini belirlemek için araştırmacılar Watzlawick vd., (1967) tarafından önemli bir yaklaşım geliştirilmiştir. Adı geçen yazarların “Pragmatics of Human Communication” adlı kitaplarında temel iletişim varsayımları ileri sürülmüş ve bu yolla insan etkileşimlerinin yapısı açıklanmıştır (Watzlawick, Jackson ve Beavin, 1967: 48-71; Cüceloğlu, 1994: 7). Söz konusu varsayımlar 5 temel başlıktan oluşmaktadır: İletişim kurmamak olanaksızdır, iletişimin ilişki ve içerik düzeyleri bulunmaktadır, mesaj alışverişindeki dizgesel yapın kendi başına bir anlama sahiptir, mesajlar sözlü ve sözsüz olmak üzere ikiye ayrılmaktadır ve iletişim kuran kişiler eşit veya eşit olmayan etkileşime sahiptirler.

- İletişim kurmamak olanaksızdır: Watzlawick, Beavin ve Jackson, davranış kavramının zıttı bir kavram olmadığını, hareket etmenin ya da etmemenin, iletişim halinde olmanın ya da susmanın bile bir davranış olduğunu açıklamaktadır. İçerisinde bulunduğumuz herhangi bir ortamda karşımızdaki insanlara susarak da birçok duygu, düşünce veya fikir aktarmak mümkündür (Cüceloğlu, 1994: 8). Örneğin; bir yolculuk

esnasında yanımıza oturan ve iletişime geçmek isteyen birine karşı gözlerimizi kapatarak “seninle iletişime geçmek istemiyorum” mesajını iletme mümkündür. Böylelikle karşımızdaki kişiye bir mesaj iletimi gerçekleştirebiliriz.

- İletişimin ilişki ve içerik düzeyleri vardır: Bu varsayıma göre iletişim, ilişki ve içerik olarak iki düzey ile açıklanmaktadır. İlişki düzeyi, insanların kurmuş oldukları iletişimin içeriğinde önemli bir role sahiptir (Cüceloğlu, 1994: 9). İlişki düzeyleri günlük yaşam içerisinde insanlar arasındaki birbirlerine karşı olan konumlarını ifade etmekte ve böylelikle birbirlerini nasıl tanımladıklarını ortaya çıkarmaktadır. Böylece bireyler gönderdikleri mesajların içeriklerini, söz konusu kişiyle sahip olduğu ilişki düzeyine göre belirlemektedir. Aynı anlama gelen herhangi bir ileti, farklı ilişki düzeylerine göre yorumlanmaktadır. Örnek olarak öğretmen-öğrenci, patron-personel, doktor-hasta gibi birçok farklı ilişki biçimleri, iletişim şeklinin içeriği üzerinde yüksek derecede öneme sahiptir. Derlega, Wilson ve Chaiki’e (1976: 578) göre; ilişki bakımından birbirlerine daha yakın kişiler, kendilerini açma konusunda daha rahat davranmaktadır (Derlega vd., 1976: 578). Bu nedenle ilişki düzeyleri, kişilerarası iletişimde belirleyici olmaktadır.

- Mesaj alışverişindeki dizgesel yapının kendi başına bir anlamı vardır: Başlangıcı ve bitişi bilinmeyen iletişim süreci, devamlılık gösteren bir süreçtir. İletişim halindeki bireyler, iletişimsel davranış parçalarını küçük bölümlere ayırırlar ve daha sonra iletişimsel parçaların sebeplerini, uyarılarını, etkileri ve tepkileri etiketlerler. Örneğin; A kişisi B kişinin ofisine ziyarette bulunmaktadır. B kişisi bu ziyaret sırasında önündeki bilgisayar ile ilgilenmektedir. A kişisi ise o sırada telefon görüşmesi yapmaktadır. A kişisi bilgisayarla uğraşan B kişisine kendisiyle konuşmak yerine neden bilgisayarla uğraştığını sormaktadır. A kişisi burada, B kişinin telefonla ilgilendiği sebebiyle bilgisayarla uğraştığını ifade etmiştir. B kişisi ise zıttı bir ifade ile A kişinin bilgisayarla uğraşmasını sebep göstererek telefon ile ilgilendiğini söylemiştir. Böylece karşılıklı konuşma, iletişim çatışması ile sonuçlanacak bir hale dönüşmektedir (Koçak, 2020: 12). İletişim sürecinin başlangıç ve bitişi noktasındaki belirsizliği, örnekte verilen A ve B kişinin arasında gerçekleşen konuşma sürecini kendilerine göre nasıl sıraladıkları ve anlamlandırdıkları Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. İletişimsel sürecin başlangıç, bitiş ve sıralaması (DeVito, 2013: 24).

- Mesajlar sözlü ve sözsüz olmak üzere ikiye ayrılmaktadır: İçerik iletişimde, sözlü olan mesajlar; ilişki iletişimde ise evrensel anlaşılabilirliğinden yararlanılan jest ve mimiklerden; yani sözsüz iletişimden oluşmaktadır. Bir bakış, vücut hareketi, pozisyonu ya da bir dokunma duyguları daha net şekilde anlatmaktadır (Cüceloğlu, 1994: 11).

- İletişim kuran kişiler eşit veya eşit olmayan etkileşime sahiplerdir: Bu varsayımda kişilerarası iletişimin simetrik ve tamamlayıcı bir etkiye sahip olduğuna dikkat çekilmektedir. Simetrik ileti alışverişi, insan etkileşimlerinde eşitlik olduğunda gerçekleşmektedir. Böylelikle bireyler, etkileşim sırasında birbirlerinin davranışlarını yansıtmaktadır (Bateson, 1972: 77-78). Tamamlayıcı ileti alışverişinde bireyler farklı iletişim eylemleri sergilemektedir. Eşitliğin bulunmadığı tamamlayıcı iletişimde taraflar arası farklılıklar en yüksek düzeye çıkmaktadır (DeVito, 2013: 20-21).

İnsanların doğumu ile başlayıp yaşamının son anına kadar ihtiyaç duyduğu kişilerarası iletişim kavramının gerekliliği ile ilgili literatür taraması yapılmıştır. Elde edilen bilgiler bir sonraki başlıkta detaylı bir şekilde açıklanmaktadır.

## 2.2. Kişilerarası İletişimin İnsan Hayatındaki Gerekliliği

İnsan bu dünyada hiçbir zaman kendine yeterli değildir ve kendisiyle sınırlı bir hayat sürmesi olanaksızdır. Tüm canlı ve cansız varlıkların bir bütün olarak birbirlerine her zaman ihtiyaçları bulunmaktadır. Bu sebeple tüm varlıklar arasında iletişim kurma zorunluluğu kendini hissettirmektedir (Zıllıoğlu, 2007: 288).

Bir bireyin bebeklik dönemlerinde yemek yeme ihtiyacı, onun en hayati gereksinimidir. Bu ihtiyacın giderilmesi için bir araç gerekmektedir. Bebek, ilerleyen süreçte yemek yiyebilmek amacıyla kişilerarası iletişime ihtiyaç duymaktadır. Kendi istek ve ihtiyaçlarını giderme konusunda dünyada diğer canlılarla iletişim kurma gerekliliğini algılamaktadır. Bu durum bebeğin çevresindekilerle kişilerarası iletişim kurma eğilimine girmesine yol açmaktadır (Zıllıoğlu, 2007: 291). Bebeklik döneminde dahi yalnızca beslenme ihtiyacının giderilmesiyle yaşam sürdürülemediği gibi insan hayatının tüm dönemlerinde iletişim olgusu da beslenme ihtiyacı kadar önemli bir yere sahiptir.

İnsanlar birbirleri ile başlatacağı ilişkiler içerisinde yakın bir ilişki kurma, geliştirme ve devam ettirme isteği duyarlar (Dickson ve Hargie, 2003: 1). Bir birey için iletişim önce yaradılış gereği daha sonra sosyallik açısından bir gereksinimdir. Kişilerarası iletişim isteği evrenseldir. Genç-yaşlı, kadın-erkek ya da bir bebek için, kısaca tüm bireyler açısından gerekli ve vazgeçilmezdir (DeVito, 2013: 234).

Kişilerarası iletişim, çok sayıda istek ve ihtiyacın giderilmek için başvurulduğu, tüm dünyada bulunan bir olgudur. Söz konusu ihtiyaçlar; duygusal, sosyal, biyolojik ve düşünsel olabilmektedir. Bu nokta, kişilerarası iletişimin ne denli önemli olduğunu göstermektedir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 55).

Kişilerarası iletişim, insan hayatının devamlılığı için gerekli bir unsurdur ve kaçınılmaz bir bağımlılığı bulunmaktadır. Bir sonraki başlıkta kişilerarası iletişim tanımlarında sıkça söz edilen ve iletişimin gerçekleşmesinde gerekli olan kaynak, alıcı, mesaj, kodlama, kanal ve geribildirim terimleri açıklanmıştır.

### **2.3. Kişilerarası İletişim Unsurları**

Genel anlamda iletişimin beden dili, işaretler, duygu ve düşünceleri yazılı, sözlü ve sözsüz aktarma gibi birçok ögesinden söz edilmektedir (Stenly, 2019: 5). Aşağıda 5 temel öge ele alınmıştır:

- Kaynak, herhangi bir mesajı gönderen birey, grup ya da aygıt (Mutlu, 2012: 182) olabilir ve iletişim sürecini başlatandır (Sezgin, 2019: 25). İletişim sürecini ilk olarak başlatan kaynak, başlattığı iletişimi de kendi isteğine göre belirlemektedir (Koçak, 2020: 22). İletilecek olan iletiyi belirleyen gönderici, alıcının kim olacağına karar vermektedir. Bireyler gündelik yaşamları içerisinde hem kaynak hem de alıcı olabilmektedirler (Zıllıoğlu ve Gürgen, 2001: 92).

- Alıcı, kendisine iletilen mesajları algılayan ve bu mesajların içeriğindeki anlamların çözümünü yaparak yorumlayan, iletişimde temel amaç olan anlam



paylaşımını gerçekleştirir (Gökçe, 2015: 43). Kaynaktan almış olduğu iletiye, kendi duygu ve düşüncelerine göre anlam vermektedir. Her iletişim kuran kişi birbirinden farklı, eşsizdir. Bunun için kurulan iletişimler de birbirine benzememektedir.

İletişimin başarılı bir şekilde sürdürülebilmesi için kaynak ve alıcının bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Söz konusu özellikler; karşılıklı saygı, empati, etkin bir dinleme becerisi, beden dilini iyi kullanma ve kendini açabilmedir (Hartley, 2010: 89-90). Bu özelliklere sahip olmayan bireyler, iletişim sırasında birtakım sorunlar yaşayabilmektedir.

- Mesaj, kaynak ve alıcı arasındaki sözlü ve sözsüz ifadelerin karşılıklı aktarılmasıdır (Gökçe, 2006: 28). Mesajların anlaşılır bir biçimde oluşturularak iletilmesi, gerçekleştirilen iletişimin başarısı için önemlidir. Mesajlar genel olarak alıcıdan beklenen davranışlara göre oluşmaktadır. Bu noktada alıcının mesajda bulunan beklentileri algılaması ve buna göre davranması beklenmektedir. Böylece etkili bir iletişim gerçekleştiği açıklanmaktadır (Mısırlı, 2004: 5). Mesaj, sözlü ve sözsüz olmakla birlikte fiziksel özelliklerle de oluşturulmaktadır. İnsanın yürüyüşü, saç şekli ve kişisel bakımları, giymiş olduğu kıyafetleri vb. örnek olarak açıklanabilmektedir (Devito, 2013: 12). Ancak gündelik hayatta hiçbir şey yapmamak dahi bir mesaj oluşturmaktadır. Örnek olarak; bir ortamda bulunan iki kişiden birinin diğerine söylediği sözü cevapsız bırakması ile karşıdaki kişinin zihninde “*seni umursamıyorum*” algısına yol açmaktadır. Başka bir örnekle; telefon aracılığıyla gönderilen bir iletinin cevapsız bırakılması da kendi içinde bir anlam barındırmaktadır.

- Kanal, iletilerin kaynaktan alıcıya ya da tersi şekilde aktarımını, ulaşımını sağlayan bir yoldur. Kaynağın kime, hangi amaçlar doğrultusunda, neler söyleyeceğine göre uygun bir kanal; yani araç seçmesi gerekmektedir (Cüceloğlu, 2002: 73). Kişilerarası iletişimde yüz yüze olma zorunluluğu yoktur. İletişim kurmak isteyen kişiler, birbirlerinden ayrı ortamlarda olsalar bile mektup, internet veya mobil aracılığı ile iletişim kurabilirler. Bu noktada mesaj içeriğinin tercih edilen kanala uygun olması beklenmektedir (Kaya, 2013: 9). Kaynak ve alıcı arasında köprü görevinde olan 2, 3 ya da daha fazla kanal ortak bir şekilde kullanılabilir. Yüz yüze iletişimde hem konuşur hem de dinlersiniz burada sözlü-ışitsel kanal bir aradadır. Konuşma ve dinleme haline beden diliyle görsel sinyallerde eklenilebilir. Çevrim içi iletişim kurulduğunda ise taraflar birbirlerine fotoğraf, ses veya video göndermektedir (DeVito, 2013: 13).

- Geribildirim, kaynaktan gelen mesajı alıcı kişinin anlayıp yorumlaması ve tekrar kaynağa anladıkları doğrultusunda bir dönüt oluşturmaktır. Geribildirim sayesinde karşılıklı anlaşmazlıkların oluşup oluşmaması da ortaya çıkmaktadır. Ayrıca

geribildirim sayesinde alıcı taraf, kaynak durumuna geçebilmektedir. Bu durum kişilerarası iletişim sırasında yüksek derecede öneme sahiptir. Böylelikle iletişimin sürdürülebilirliği belirlenmektedir (Aziz, 2012: 30). Bir iletişimin kişilerarası olduğunun kanıtıdır. Zira kişilerarası iletişimde geribildirim gerçekleşmemesi, iletişimin tek taraflı olduğu anlamına gelmektedir. Kişilerarası iletişimde çift taraflı bir aktarım söz konusudur.

Küçük (2012: 10)'e göre geribildirim, olumlu-olumsuz, kişi odaklı ve mesaj odaklı, anında-gecikmeli, düşük-yüksek kontrollü ve destekleyici ve eleştirel olarak beş farklı biçimde iletilmektedir. Adı geçen farklı geribildirim biçimleri aşağıda açıklandığı gibidir:

➤ Olumlu-olumsuz geribildirim: Kaynak tarafın alıcıya ilettiği mesajın alıcı tarafından olumlu bir şekilde algılandığını ve bu sayede iletişimin devamlılığını sağlayabilecek bir geribildirim şeklidir. Olumsuz geribildirim ise yine kaynağın göndermiş olduğu mesajın alıcı tarafından bu kez olumlu görülmediği ve istemediği içerikleri barındırdığı bir geribildirimdir. Olumsuz geribildirim, olumlu geribildirime göre iletişim halinin çatışmalara maruz kalmasına ve sürecin devam etmemesine yol açmaktadır (Koçak, 2020: 31).

➤ Kişi odaklı ve mesaj odaklı geribildirim: Gerçekleşen geribildirim odak noktasına göre belirlenmektedir (Koçak, 2020: 31). Örneğin; bir bireye yapılan iyilik sonucunda o bireyin iyiliği yapan tarafa teşekkür etmesi kişi odaklı bir geribildirim, görme engelli bir bireyin mesajları sesli ya da dokunsal olarak istemesi ise mesaj odaklı bir geribildirim olduğunu göstermektedir.

➤ Anında-gecikmeli geribildirim: Kişilerarası iletişimde geribildirimlerin çoğunlukla anında yapıldığı görülmektedir. Çünkü genel olarak kişilerarası iletişim aracılı ve yüz yüze biçimiyle anlık yapılmaktadır. Bu sebeple geribildirimler daha hızlı ilerlemektedir. Bu durum her zaman olmamakla birlikte gecikmeli geribildirimler de olasıdır. Gönderilen bir mailin ya da postanın anında geribildirim almaması da muhtemeldir.

➤ Düşük-yüksek kontrollü geribildirim: Gönderilecek olan geribildirimlerin zayıf ve sınırlı bir biçimde kontrol edilmesi düşük kontrollü geribildirimdir. Bu duruma aile veya arkadaşlarla kurulan iletişimlerdeki geribildirimler örnek göstermek mümkündür. Yüksek kontrollü geribildirim ise; kontrol mekanizmasının olabildiğince yüksek şekilde denetleyici olması ile oluşan geribildirimdir. Genellikle resmi bir görüşmede yaşanan yüksek kontrollü geribildirim, planlı hazırlanmaktadır.

➤ Destekleyici ve eleştirel geribildirim: Gönderilen bir mesaj onay aldığında destekleyici geribildirim; fakat mesaj yargılayıcı bir şekilde ise eleştirel geribildirim olarak adlandırılmaktadır. Bu geribildirim türü olumlu ve olumsuz geribildirime benzerlik göstermektedir (Koçak, 2020: 32). Bazen mesaj kabul görebilir; fakat eleştirilme ihtimali ortadan kalmaz. Eleştirel geribildirim, olumsuz geribildirim olgusunun bir tık önündedir (Aziz, 2010: 28).

Literatürde kişilerarası iletişime etki eden faktörler yer almaktadır. Bu faktörlerden başlıca olanları algı, benlik, duygu faktörleridir. Konuyla ilgili diğer faktörler ve açıklamalar alt başlıkta yapılmaktadır.

## **2.4. Kişilerarası İletişimi Etkileyen Faktörler**

Kişilerarası iletişime etki eden faktörler listesinde algı ilk sırada yer almaktadır. Algı, bireylerin dış dünyalarında gerçekleşen tüm olaylar, durumlar ve diğer bireylerle ilgili bilgileri sağlamaktadır. Bireyler algıları yoluyla bilgiler topladığı bu süreçte, sürekli olarak birçok insan, olay ve durumları algılar, algıladıkları üzerinde bir kanaat, yorum ve varsayım oluştururlar (Gürüz ve Eğinli, 2012: 209). Bu durumda algının, bireylerin davranışları ile oluşabileceğini ifade etmek mümkündür.

Bireylerin algıları; kişilik özellikleri, tutumları, amaçları, tecrübe ve bilgi birikimleri, hobileri gibi birçok özellikten etkilenmektedir. Ayrıca algılanan herhangi bir durumun özelliği, içerisinde bulunduğu mekân, zaman ve durumdan dolayı değişiklik göstermektedir (Robbins ve Judge, 2012: 168). Kişilerarası iletişim, karşılıklı davranışları algılama şekillerini belirlediği için farklı algılamalar sosyal etkileşimlerde olumlu veya olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Telman ve Ünsal, 2005: 51). Buradan hareketle algı, kişilik özellikleri ile bağlantılı olmaktadır. Bu sebeple algı, kişilik kavramı ile iç içe bir ilişki içerisinde (Usal ve Kuşluyan, 2002: 73).

Kişilik, bireyin hem öznel hem de nesnel yönlerinin diğer bireylerden ayrı olmasını sağlayan duygu, düşünce, davranış ve tutumların tümünü işaret etmektedir (Köknel, 1999: 19). Çok boyutlu olan kişilik, insanın kendi açısından kendini ölçerek kendine yarar ve doyum sağlayacak bir duruma geçmek istemesi ile belirli bazı rol ve planlara sahip olması bakımından yapılanmış bir bütündür (Eren, 2008: 83). Dolayısıyla insan, kişiliği ile bağlantı kurabildiğinde kendini kolayca ifade edebilmekte ve diğerleri tarafından daha net anlaşılmaktadır.

Kişilerarası iletişimi etkileyen faktörlerden bir diğeri de benliktir. Bu kavram, kişinin kendi adına sorduğu “ben kimim?” sorusunun cevabıdır (Myers, 2015: 39). Kişiliğimizin bütünü temsil eden benliğimiz, kendimiz hakkında ne düşündüğümüz

ve hissettiğimizdir (Soncu, 2012: 36). Ayrıca sosyal yaşantılarımız sonucunda diğerleriyle kurduğumuz ilişkiler sonucunda ortaya çıkan yönümüzü açıklamaktadır (Mead, 2017: 165).

Benlik duygusunun gelişimi ile birey, çevresindeki diğer bireylerle kendini merkez alarak sınıflandırmakta ve onları kendisi ve birbirleriyle ilişkilendirmektedir. Böylece her durumda diğer insanlarla iletişimini planlama becerisine sahip olmaktadır (Güngör, 2018: 155). Aynı zamanda benlik, kişinin kim olduğunu fark etmesiyle, neler yapabileceğinin de farkına varmasına neden olmaktadır. Birey ne kadar çok kendine uyarladığı benliğe yakın bir benlik sergiliyorsa, o kadar mutluluk ve haz duymaktadır. Bu durum çevresindekilerle olan iletişimde etkin olmasını ve etkili bir iletişim kurmasını da mümkün kılmaktadır. Ancak kişi kendisi için idealize ettiği benliğe olan uzaklığından etkilenerek bunu çevresindekilerle kurduğu iletişimlere yansıtırsa, bunun sonucunda olumsuz sonuçlarla karşılaşması muhtemeldir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 252).

Kişinin benlik algısını şekillendirme gücü olan ve diğerleriyle olan iletişimlerinde önemli etkileri bulunan unsurlardan biri de duygudur. Duygu, insan yaşantısında dış dünyayı algılama biçimini ve algıladıklarına nasıl tepki vereceğini göstermektedir. Böylelikle birey dış dünyaya karşı nasıl davranması gerektiğini tayin etmektedir (Cirhinlioğlu vd. 2017: 253).

Algılarla bağımlı olarak kendini belli eden yargılarımız, duygularımızı yönlendirerek şahsımızın ve diğerlerinin duygularını fark etmemize yol açmaktadır (Tutar, 2016: 411). Kişi duygularının farkında olarak kendini daha iyi tanımanın ve nasıl tutum sergilemesi gerektiğini bilirken, diğerlerinin de duygularının farkına vararak onların nasıl bir tutum sergileyeceklerine dair bir ön bilgide bulunarak iyi bir iletişim kurma şansına sahip olmaktadır (Telman ve Ünsal, 2005: 53-55). İletişim, hem bilgi hem de duygu aktarımı şeklinde gerçekleşmektedir. Buna göre iletişim süreci içerisinde tutum ve davranışlar, bilgi ve duygu aktarımının bir arada olmasıyla daha etkili ve sağlıklı olmaktadır (Tarhan, 2010: 169).

Kişilerarası iletişime tutum kavramı da doğrudan etki eden faktörlerden biridir. Tutum, bireyin herhangi bir nesne ile ilgili duygu, fikir ve davranış şekillerini etkilemektedir (Yüksel, 1994: 15). Tutum, bireyin gelişim süreci içerisinde kurduğu ilişkiler aracılığıyla içinde bulunduğu durumlardan, olaylardan oluşmaktadır. Sonrasında ise karşılaştığı benzer durum veya olaya karakteristik bir tepki vermesini sağlamaktadır (Şerif ve Şerif, 1996: 491). Herhangi bir ilişki onu meydana getiren bireylerin etkileşimleri sayesinde oluştuğundan, karşılıklı tutumları ilişkiye etki etmektedir (Hortaçsu, 2003: 43).

Kişilerarası iletişimde görülen önemli amaçlardan biri karşı tarafı etkilemektir. Bu noktada tutum kendini göstermektedir. İletişim halinde olan taraf, muhatabının konu hakkında sahip olduğu tutumları bildiğinde kendi davranışlarını ona göre sergiler, diğerinin davranışları hakkında çıkarımda bulunabilir. Bu da etkili bir iletişim için önemli olmaktadır (Gürüz ve Eğinli, 2012: 261).

Tutumları şekillendiren değerler ve normlar, bir diğer önemli faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Birey ve toplumu birbirlerinden ayıran duygu ve inanç toplamı değer olarak adlandırılmaktadır (Gürüz ve Eğinli, 2012: 277). İnsanlarca toplumsal yaşamda kılavuzluk etmesi sebebiyle hangi şeyleri tölere edileceği, nelerin istendiği ve iyi olduğu ya da hangilerinin istenmediği ve kabul edilmediği yönünden kültürel olarak tanımlanmış, bireyin tutum ve davranışını yönlendiren bir standarttır (Tutar, 2016: 118-119).

Bireyin kalıcı hale gelen inançları ile buna bağımlı davranışların belirmesiyle oluşan değerler, kişisel olarak tercih edilen bir davranış biçimine dönüşerek onların yaşamlarına yön verip, dünyayı tanımaları, anlamaları, yaşanan olayları yorumlamaları sonucunda değişip gelişmektedir (Newman, 2016: 19). Aynı zamanda bireyi toplum içinde tanımlayan ve bu sayede diğerleri tarafından değerlendirilmesini sağlayan bir olgudur (Gürüz ve Eğinli, 2012: 277).

Normlar ise, kişilerin toplumsal bir ortamda nasıl davranmaları gerektiğine rehberlik eden belli başlı kural ve davranış ölçütleridir (Tutar, 2016: 132). Değerler, soyut ve geneldir; fakat normlar açıktır ve yol gösterici özelliğine sahiptir (Sabuncuoğlu ve Vergiliel Tüz, 2013: 50). Birey, içinde bulunduğu toplumun kabul ettiği normları bildiği zaman diğerleriyle ilişkisinde onlara karşı tahminlerde bulunmakta ve daha etkili bir iletişim gerçekleştirebilmektedir.

Bir araya getirilerek açıklanan kavramlar, aslında kültürün birer parçalarıdır. Kültür, insanlar tarafından oluşturulan ve kalıplaşarak nesiller boyu aktarılan, toplumdan bireye eklemlenen bir yaşam biçimidir (Eroğlu, 2011: 142). Bireyin kimliği konumunu alan kültür, insanların çevreyi algılama şekillerine, giyim tarzlarına, duygularına, düşüncelerine, davranışlarına ve hatta varoluşlarıyla ilgili bütün her şeye nüfuz etmektedir (Hogg ve Vaughan, 2017: 628).

İçinde bulunduğu kültürde doğan bir kişi, yaşamı boyunca belirli normlar, kurallar ve kültürünü gösteren gerçeklikleri öğrenmektedir (Aranson vd., 2012: 217). Bir kültürün barındırdığı tüm özellikler; hikâye, tören, davranış, kutlama ve anlatılardan faydalanılarak o kültüre katılan kişilere aktarılmaktadır. Bireyler, yaşamlarına büyük ölçüde etki eden kültürü diğer bireylerle kurdukları iletişim, sosyal etkileşimler

yoluyla öğrenebilmektedir. Birbirleri ile kurdukları iletişim sayesinde bir toplumda; örf ve adetleri, gelenek ve görenekleri, yaşam biçimlerini, dini, ahlaki bilgileri, toplumun sanatı hakkındaki her şeyi kavramak mümkündür. Kavramış oldukları kültürle birlikte davranışları ve sosyal ilişkileri de öznel bir yapıda şekillenmektedir.

İletişim esnasında kültürler arası farklılıklar, bir kültürün içinde yer alan alt kültürlerle özgü özellikler, gelenek ve görenekler, iletişim kurmak için yararlanılan dil ve sembol ağırlıklı bir etkiye sahiptir. Bu kültürel farklılıklar ile iletişim eylemi içinde olumlu ve olumsuz görüntülere rastlanılmakta ve kurulan iletişim anlaşma yerine anlaşmamaya yol açmaktadır (Telman ve Ünsal, 2005: 58). Kişilerarası iletişimde karşılıklı övgü, destek, beğeni, onay belirten mesajlar ya da bunların karşıtı olumsuz mesajlar gönderilebilmekte, ağırlıklı olarak negatif unsur taşıyan mesajlar kişilerarası iletişimlerde çatışmalara maruz kalabilmektedir (Kaya, 2013: 23).

Kişilerarası iletişimde etkisi bulunan faktörlerden biri de eğitimidir. Bireyin hayatı boyunca devam eden, deneyimlerle öğrendiği, zihni, karakteri ve fiziksel yeteneği üzerinde biçimlendirici etkiye sahip, davranış ya da durum (Yıldırım, 2010: 13); eğitim alan ve eğitim veren arasındaki etkileşime dayanan yönlendirici faaliyetler bütünüdür (Çelikkaya, 2011: 14). Eğitim; bireyin sosyal, fiziksel ve psikolojik açılardan gelişmesine ve sahip olduğu nitelikleri güçlendirerek kullanmasına zemin hazırlamaktadır (Şişman, 2008: 27).

İnsan hayatının tüm alanlarında eğitim ve iletişim, vazgeçilemez unsurlardır. İnsan, dünyaya geldiği andan itibaren çevresi ile iletişim ve etkileşim halindedir. Sürekli olarak hayat ile ilgili noktalarda eğitilmekte, ait olduğu toplumun kurallarını kavramakta, kavradığı girdileri ise yaşamı boyunca kullanmaktadır. İletişim, eğitimle kazanılan dil ile devam ettirilmektedir. Dolayısıyla eğitim, iletişime bir yön vererek, birey için birçok işin etkili şekilde yapılabilmesini sağlayan önemli sosyal bir yetiye dönüşmektedir (Telman ve Ünsal, 2005: 72-75).

Kişilerarası iletişimin verimli bir şekilde yerine getirilmesi için bazı noktalara dikkat edilmesi gerekmektedir. Bu noktalar müteakip başlıkta yer almaktadır.

## **2.5. Kişilerarası Etkili İletişim**

Etkili iletişim kurma becerisi bir insana hayatının her döneminde kolaylık sağlamaktadır. Etkili iletişim kurma yetisine sahip olan birey; sosyal ilişkilerinde ikna becerisi, yönlendirme, motive edebilme, sorumluluk verme, problem çözme ve bilgi derleme, paylaşma, organizasyonu sağlama, bir arada hareket etme gibi pek çok etkinliği gerçekleştirme konusunda başarılı olmaktadır (Türk ve Aydoğan, 2008: 174-

175). Etkili iletişim kurma becerisine sahip olmak demek; sözlü, sözsüz, yazılı gibi birçok unsuru aktif bir şekilde bir arada kullanmak anlamına gelmektedir. Birey hem kendi iç dünyasıyla hem de çevresindekilerle etkili bir iletişim kurarak kendini gerçekleştirebilmektedir.

Etkili iletişimde öncelikle anlamak, sonrasında da karşıdakine kendini etkili şekilde ifade edebilmek önemli olmaktadır. İnsan önce kendini, sonra muhatabını anlayarak duygu, düşünce ve hislerini uygun bir şekilde açıklamalıdır (Koç, 2014: 11). Etkili bir iletişimde anlaşılabilirlik için kişi açık, net, dolaysız ve somut ifade biçimlerinden yararlanmalıdır. Böylelikle muhatap olunan tarafın, aldığı mesajların kod açımını yapması kolaylaşmakta, bu da karşılıklı anlaşmaların sağlanmasını hızlandırmaktadır. Bunların yanı sıra iletişimin belli başlı öğelerle yerine getirilerek etkili olması noktasında bazı unsurlar bulunmaktadır (Dökmen, 2005: 29; Tayfun, 2014: 45). Bu unsurlar aşağıda belirtilmektedir:

i. Sözsüz İletişim: Duygu ve düşünce aktarılırken anlatılanlar kadar nasıl anlatıldığı da önemlidir. Dolayısıyla kişilerarası iletişim sırasında yararlanılan sözcükler ve cümleler kadar ifade anındaki jest ve mimikler, duruş, beden dili de iletişimin etkisini arttırmaktadır (Eroğlu, 2013: 23). Kişi, dil yolu ile dakikada 40.000 sinyal gönderebilirken, beden dili ile 750.000 sinyal gönderebilmektedir (Yaman, 2012: 41). Mehrabian; iletişimde sözel kullanımların %7, dil ötesi unsurların %38, duygusal yüz ifadelerinin ise %55 oranında bir paya sahip olduğunu belirterek (Dökmen, 2005: 29) iletişimde sözsüz unsurların ne denli önemli olduğuna vurgu yapmaktadır. Tanımlardan yola çıkılarak etkili bir iletişimin sözlü ve sözsüz unsurların bir arada kullanılmasıyla zenginleştirilebileceğini ifade etmek mümkündür.

ii. Etkili Dinleme: Etkin bir dinleme, kişinin muhatabını daha iyi anlamasını kolaylaştırmaktadır. Yapılan bir araştırmanın bulgularında; normal bir bireyin 24 saat içerisindeki iletişim eylemlerinin %9'luk kısmının yazmak, %16'lık bölümünün okumak, %30'unun konuşmak ve geriye kalan %45 oranındaki payın ise dinlemekten oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır (Bıçakçı, 2008: 32). Dinlemek sadece sesleri algılamak değil, iletişim halinde olduğu kişiye saygı duymak, değer verdiğini hissettirmek, iletişim halinde olduklarını hissettirmektir (Eroğlu, 2013: 10).

iii. Kendini Açma: Bireyin sözlü-sözsüz yollarla duygu ve düşüncelerini, arzu, gereksinim ve beklentilerini, olumlu ya da olumsuz yanlarını, yetenek ve yetilerini, özel olanlarını kendince en uygun gördüğü kişi ya da kişilerle paylaşımı olarak tanımlanmaktadır (Çetinkaya, 2013: 137). Bu şekilde kurulan iletişimlerde bir yakınlık ve samimiyet gözetilmekte ve bu sayede etkili bir iletişim beklenmektedir. Bir iletişim

ortamında kendini açma durumu gerçekleşmediğinde kişi karşısındakine “sana güvenmiyorum” mesajını vermiş olur. Bu durum da etkili bir iletişimin gerçekleşmesi durumunu sekteye uğratar (Cüceloğlu, 2002: 119). Kişinin bir başkasına kendini açma eğiliminin temelinde güven duygusu gibi paylaşma gereksinimi de yatmaktadır. Bu sebeple kişiler birbirleri ile iletişim kurarken, bu iletişimden kaynaklı duygu ve düşüncelerini paylaşabildikleri oranda etkili bir iletişim gerçekleştirmiş olmaktadır (Cüceloğlu, 2002: 118).

iv. Kendini Karşı Tarafın Yerine Koyma (Empati): Empati, kişinin kendini iletişim kurduğu kişinin yerine koyması; diğer bir deyişle onun bakış açısını, duygu, düşünce ve hislerini doğru bir şekilde anlaması, sözleri ve beden dili ile onu anladığını hissettirmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Keskin, 2015: 230). İnsanlar muhataplarının kendilerine karşı empati kurduğunu hissettiklerinde, anlaşıldıkları ve önemsendiklerini düşünerek birbirlerine yaklaşmakta ve söz konusu iletişim etkili şekilde gerçekleşmektedir (Dökmen, 2005: 146).

Kişilerarası iletişim sürecinin etkili olmasını engelleyen birtakım faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler devamındaki başlıkta açıklanmaktadır.

## **2.6. Kişilerarası İletişim Sürecinde Engelleyiciler**

Toplumu oluşturan kişilerin kurduğu iletişimin kimler arasında, nasıl gerçekleştirileceği ve nelerle sonuçlanacağı önemli ölçüde o toplumun kültürüne ve toplumsal niteliklerine bağlı olmaktadır. Bir toplumda davranış kuralları, aile, yetişilen çevre, alınan eğitim, dâhil olunan gruplar iletişim biçimlerinde ve davranışlarda etkileyici ve belirleyici unsurlardır. İletişim; insanlara, farklı rollere sahip kişileri, inançları, değerleri, ayrı tutum ve davranışları olan birey ve grupları, onlarla nasıl ilişkiler kurup geliştirilmesi gerektiğini öğretmektedir. Bu yönüyle iki yönlü bir süreç olan iletişim sayesinde insan, karşılıklı bir mesaj alışverişinde bulunmakta, etkilenmekte ve değişimlere uğramaktadır. Bunun yanı sıra iletişim, her zaman anlaşma ve paylaşma eylemlerini içermemektedir. Bireylerin birbirlerinden farklı özelliklere sahip olmasıyla, kültürel farklılıklarıyla vb. birçok nedenle iletişim süreçlerinde çeşitli çatışmalar ve engeller ortaya çıkmaktadır. Bireyler, iletişim gereksinimlerini fark etmediğinde, iletişimin önemli olduğunu yeteri kadar kavramadıklarında, iletişimde etkin olacak yöntemleri bilmediklerinde ya da bunları uygulamadıklarında bazı engellerle karşılaşmaktadırlar (Orta, 2009: 123-124). Söz konusu engellere ilişkin bilgiler aşağıda aktarılmıştır.



İletişime engel olan durumlardan biri iletiyi anlamadan önce onu yargılamak ve değerlendirme yapmaktır. İleti ilk olarak açık bir şekilde aktarılmalı, alıcı ise gelen iletiyi etkin bir dinleme ile algılamalıdır (Sabuncuoğlu ve Gümüş, 2008: 176). İletiyi reddetme, olumsuz geribildirimde bulunma, herhangi bir katkıda bulunmadan geri gönderme ya da bunların zıttı olarak alınan iletiyi her zaman olduğu gibi kabul etmekte iletişime bir engel koymaktadır.

Kişilerarası iletişime engel oluşturan bir başka etmen, iletinin sözcüklere boğulması durumu olarak bilinmektedir. Bir başka ifade ile kaynak, muhatabı ile paylaşmayı arzuladığı iletinin, alıcının anlayacağı biçimde iletmemesi durumunda engel oluşmaktadır. Sözcüklere bağlı bir başka engel ise, iletide yer alan kelimelerin karşı tarafça anlamının bilinmemesi ile ortaya çıkmaktadır (Erdoğan, 2008: 123). Aynı zamanda iletilerin peş peşe, hızlı ve süregelen şekilde iletilmesi sonucu oluşan kopukluk algının düşmesine yol açmakta ve bir çeşit engel olarak görülmektedir.

Kişilerarası iletişimde birçok engel bulunmaktadır. Bu engeller arasında, taraflar arasında geçen konunun bilinmemesi durumu ile oluşan ilgi duymama, çeşitli rahatsızlık verici durumların yaşanması (gürültü, kötü koşullar vb.) ya da kişinin herhangi bir psikolojik durumda olması (üzüntü, stres vb.) gibi etmenler iletişim engeli olarak kabul edilmektedir (Orta, 2009: 124-125).

Fiziksel ve teknolojik engeller de kişilerarası iletişime önemli ölçüde etkilemektedir. Fiziksel ve teknolojik etkiler iletişim kanallarından doğmaktadır. Kaynak tarafından hazırlanan iletinin mekanik olarak iletilmesine engel oluşturmaktadır. Teknolojinin gelişmesiyle beraber iletişim süreçlerinde şifreler, çeşitli filtreler, değişen kanal ve geribildirim gibi olgular iletişimin teknik açıdan engellerini kapsamaktadır (Orta, 2009: 125).

Kişi, kendi inancı ile çatışan iletiyi genellikle reddetmekte ya da inkâr etmektedir. Kaynağın hazırlamış olduğu mesaj, alıcı tarafından istenmediğinde iletişim engellenmiş olmaktadır. Alıcının benliği orada olsa bile psikolojik olarak iletişim halinde bulunmamaktadır. Dolayısıyla bir geribildirimde bulunmayarak iletişimi tıkanık bir hale getirmektedir. Karşılıklı iletişimde kişilerin duygusal tutum ve konuşmaları iletinin aktarılma, dinlenme, anlaşma veya anlaşılma boyutlarına etki etmektedir. Dikkat dağınıklığı ise bir başka engel boyutudur. Gelen mesaja odaklanamayan alıcı, iletiyi anlamaz ve gerekli geribildirimi yerine getiremez. Bu engeli ortadan kaldırabilmenin en etkili yöntemi ise etkin dinleme alışkanlığı kazanmaktır (Orta, 2009: 125).

Kişilerarası iletişimde yüz yüze bulunmamak ve farklı ortamlarda olmak da iletişim engeli olarak değerlendirilmektedir. Kişilerin birbirlerini iletişim halinde iken

görememeleri, görüşme sırasında kendilerini rahat ifade edemeyecekleri, gibi bir izlenim oluşturmaktadır. Fakat teknolojinin gelişmesiyle birlikte sözlü, yazılı ya da görüntülü görüşme ünündeki engeller ortadan kalkmıştır (Orta, 2009: 126).

İletişim sırasında hızlı gerçekleştirilen konuşmalar karşı tarafta zamanın kısıtlı olduğu algısını yaratmaktadır. Bu sebeple zaman açısından bir baskı oluşturulmakta ve bu baskı iletişim yönünden engel teşkil etmektedir. İletişim kurma amacıyla herhangi bir ortamda zamanında bulunmadığımızda veya o yere gecikmeli ulaştığımızda, iletişim kuracağımız kişiye önem vermediğimiz gibi bir sonuç ortaya çıkmaktadır. Özellikle resmi ilişki ve görüşmelerde zaman kullanımı konusunda önemli derecede duyarlılık gerekmektedir. Aksi halde iletişim engeli ile karşılaşmaktadır (Açıkoz, 2005: 72).

İletişimi engelleyen daha birçok farklı etmenden söz etmek mümkündür. Örnek olarak; herhangi bir toplantıda veya ders sırasında çalan bir telefon sesi kişilerin dikkatini dağıtmakta ve mesajların istenilen şekilde alıcılara yönlendirilmesini aynı zamanda anlaşılmasını engellemektedir (Bayrak, 1995: 104). Bir başka örnek olarak, iletişim halindeki iki kişi arasına bir başkası girdiğinde o anki ilgiyi dağıtarak konudan uzaklaştırabilir ya da bir konferans sırasında konuşmacı katılımcılardan birinin söz hakkı istemesiyle konuyu kesintiye uğratabilmektedir. Böylece gönderilmek istenen ileti, alıcıya gerektiği gibi ulaştırılamamaktadır.

Kişilerarası iletişimde yapıcı olarak adlandırılan engeller de bulunmaktadır. Adı geçen engeller çeşitli tehlikelerden koruyan, bariyerler olarak nitelendirilmekte ve yapıcı özelliklere sahip olmaktadır. Birey olarak içinde yaşadığımız toplumda çeşitli yanlışların yapılmasına engel olan, kişilerin daha mutlu olmasına imkân tanımaya dönük ve diğerleri ile daha iyi iletişim kurulmasını sağlayan engeller yer almaktadır. Toplum içerisinde uyulması gereken belli başlı kurallar vardır. Bahsi geçen kurallar; evde, okulda, iş hayatında kısaca toplumun her kesiminde olan görgü, saygı, davranış kuralları gibi ahlaki kurallardır. Benliğimiz ile harmanladığımız bu kurallar, iletişimize etki ettiği gibi istenilen davranışın istenilen yer ve zamanda yapılmamasını da engellemektedir. Kurum ve örgütlerde iletişim, karışıklık ve düzensizlik yaşamamak adına birtakım kurallara bağlanmaktadır. Bunlar da yapıcı iletişim engelleri diye adlandırılmaktadır. Örneğin resmi protokol kuralları, yapıcı özellikte olan engellerden birisidir (Mısırlı, 2004: 23-35).

Kişilerarası iletişim, bahsedilen çeşitli engellerin dışında iletişimde kolaylık sağlayacak, geliştirecek, iletişimin sağlıklı sürdürülmesine yardım edecek bazı destekleyicilere sahiptir. Söz konusu destekleyicileri bilmek ve onları dikkate alarak

kullanmak daha etkili bir iletişime zemin hazırlamaktadır. Bir sonraki başlıkta kişilerarası iletişimin destekleyicilerinin neler olduğu açıklanmaktadır.

## **2.7. Kişilerarası İletişim Sürecinde Destekleyiciler**

İletişim sürecinde destekleyici unsurlar farklı kaynaklarda farklı şekillerde açıklanmaktadır. Bu konuda daha iyi bir iletişim ve insani ilişkiler kurabilmek adına pozitif izlenimler oluşturacak olan beden dili özellikleri Baltaş ve Baltaş (2006: 157-164) tarafından şu şekilde açıklanmaktadır:

İnsanlarla iletişim halinde iken onları dinlediğini vurgulamak ve daha sağlıklı bir iletişim kurmak amacıyla karşıdaki kişiyi rahatsız edecek boyutta olmamak şartı ile göz teması kurmak etkili bir iletişimin önünü açmaktadır. Aynı zamanda yüz ifadesi, kişinin dinamik ve canlı olması, samimi bir gülümsemesi karşısındaki insanı olumlu yönde etkileyeceği gibi etkili bir iletişim sağlayacaktır. Kişilerarası iletişim sırasında tarafların yüz ifadeleri donuk, gülümsemeden yoksun ise bu durum onların iletişimlerine bir engel oluşturacaktır (Baltaş ve Baltaş, 2006: 157).

Konuşan kişiye, baş hareketleri ile onu dinlediğini ve anladığını ifade etmek mümkündür. Kişinin söylediklerini onaylamaktan öte onun anlattıklarının dinleniyor olması bir haz vermekte ve iletişim açısından destekleyici bir rol üstlenmektedir. El ve kol hareketlerinin aşırılık oluşturmadan kullanılıyor olması, net ve anlaşılır jestlerin sergilenmesi iletişimi desteklemektedir. Beden duruşu ve yöneliş gibi unsurlar ise iletişime aynı etkide olumlu bir anlam kazandırmaktadır. Konuşmacıya karşı sırt çevirmek ya da konuşma esnasında farklı odaklarla ilgilenmek, konuşmacı kişinin önemsenmediği, ona saygı duyulmadığı ve onunla iletişim kurmak istenmediği mesajını iletmektedir. Oysa konuşmacı kişiye karşı dönük olmak ve ilgiyi konuşmacıya ve konuya vermek iletişimi desteklemektedir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 69).

İletişim halinde olunan kişilere belli mesafe içerisinde yakın durarak konuşmak, işitme sorununu yok edeceği gibi samimi bir yaklaşım oluşturmaktadır. Bedensel temaslar ise kişileri tedirgin etmeden yerine getirildiğinde iletişimde bir güven olduğunu belirtmektedir. Olumsuz bir amaç bulunmadan yapılan dokunuşlar sevgi ve saygı durumunun pekişmesini aynı zamanda yakınlaşmayı, insan psikolojisi ve iletişime destek sağlayan noktalardandır (Lafolilette, 2008: 153).

Bir toplumda kabul edilmek ve saygınlık kazanmak amacıyla toplumsal rollere, bulunulan ortamlara uyumlu olmaya ve giyim gibi dış görünüşe ait unsurlara uyum sağlamak gerekmektedir. Toplumu oluşturan bireyin, yer ve zaman fark etmeksizin iletişim halinde olabileceği ihtimali düşünülerek kişisel bakım konusunda dikkatli

olmanın önemi anlaşılmaktadır. Kişinin kendisine gösterdiği özen ile etrafındakilerden geri dönüt olarak alacağı saygı ve itibar paralellik göstermektedir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 72).

Konuşma sırasında; konuşma hızı, anlaşılır olması, konuşulan kişilerle aynı ölçüde ve zamanda konuşma, sesin tonu, yüksekliği, şiddeti, vurgusu ve benzeri birçok kavrama dikkat ve gayret gösterilmesi gerekmektedir. Gerekli kavramlarla iletişim daha etkin ve destekleyici nitelikte olmaktadır (Baltaş ve Baltaş, 2006: 158). Kişilerarası ilişkilerde insanın anlaşılma gereksinimine bakarak onları dinlemenin ve anlaşılmasının çeşitli söz ve beden dilinden yararlanarak yerine getirilmesi gerektiği birçok kaynakta vurgulanmaktadır. Bir başka destekleyici etken ise kişilere isimleri ile hitap etmektir (Baltaş ve Baltaş, 2006: 164).

Kişinin herhangi bir mesaja verdiği sözel ya da sözsüz geribildirimlerin alınmaması durumunda, iletişimde yanlış anlaşılımlar, anlaşmazlıklar ve bu yolla iletişim kopukluğu ortaya çıkmaktadır. Alıcının, mesaj ile alakalı düşünceleri, hisleri ve tutumlarının anlaşılması için beden dilinin gözlemlenmesinde fayda olduğu düşünülmektedir. Kaynak, göndereceği mesajı alıcısının durum, düşünce, his ve tutumlarına duyarlı biçimde hazırlamalıdır. Bununla birlikte gönderilen mesajın alıcıda nasıl bir izlenim ve etki bırakacağı düşünülmeli ve anlaşılabilirlik durumu göz önünde bulundurulmalıdır. Bunun için kaynak, empatik bir bakış açısı ve davranışına sahip olmalıdır. Mesajı hazırlamada alıcının dünyasına karşı duyarlı halde bulunmak, aynı zamanda mesajın sade bir dil kullanarak anlaşılabilirliğini artırmak kişilerarası iletişimde etkileşimi sağlıklı kılmaktadır (Paksoy, 2004'ten aktaran Orta, 2009: 129). Etkili bir iletişim kurabilmek için kişilerarası iletişim türlerini bilmenin gerekli olduğu öngörülerek bir sonraki başlıkta yüz yüze iletişim türleri olan sözlü ve sözsüz iletişim başlıklarından ve bu iletişim türlerinin öneminden bahsedilmektedir.

## **2.8. Kişilerarası İletişim Türleri**

Söz konusu başlık altında yüz yüze iletişim şekli, mekân ve zaman, roller, etkileşim, anlam, amaç ve süreç öğeleri beraberinde ise sözlü ve sözsüz iletişim türü anlatılmaktadır.

### **2.8.1. Yüz Yüze İletişim**

İki veya daha fazla katılımcının bir araya gelerek yüz yüze gerçekleştirdiği görüşmeler kişilerarası iletişim olarak adlandırılmaktadır. Kişilerarası iletişim, kişilerin bir araya gelerek etkileşim kurmaları olarak da tanımlanmaktadır. Çok eski dönemlerde

-yazının icat edilmediği dönemler, insanların seslerini söze çeviremediklerinde mimik, jest ve benzeri eylemlerinin anlam kazanamadığı zamanlarda- bir araya gelen kişilerin çığlık, koşma, bağırma, dokunma, bakışma ve ağlaşma vb. yöntemlerle iletişimlerini sürdürdükleri bilinmektedir (Tekmen, 2019: 11).

Yüz yüze iletişim; aynı ortamda bir arada bulunan kişilerin kurduğu sözlü iletişim şekli olarak açıklanmaktadır. Örneğin bir mağazada çalışan kişiden yardım istemek rastlantısal bir yüz yüze iletişim türüdür (Bıçakçı, 2008: 29-30). Kişilerarası iletişim, yüz yüze bir arada bulunan bireylerin aralarında herhangi bir aracının olmadığı iletişim şekli olarak betimlenmektedir. İnsanlar telefon, televizyon, radyo, bilgisayar gibi iletişim araçları bulunmadan iletişim kurabilmektedir. Söz konusu iletişim iki ayrı şekilde gerçekleşmektedir. İlki sözlü biçimde kurulmaktadır. Sözlü iletişimde kişiler konuşarak kelimelerin güçlerinden faydalanarak kısaca dil ile bir iletişim halinde bulunmaktadır. İkinci yol ise sessiz ya da sözsüz olarak adlandırılan iletişim, dil kullanımı dışında beden hareketlerinden yararlanarak yapılmaktadır (Dizdar, 2018: 7).

İnsanlar bir arada oldukları ortamda birbirlerine mesaj göndermekte ve bu döngüsel şekilde gerçekleşmekte ise kişilerarası iletişim düzleminde yüz yüze iletişim oluşmaktadır. Buradaki en önemli nokta ise yüz yüze iletişimde geribildirim unsurunun kaçınılmaz olmasıdır (Çamlıdere, 2015: 88-89). Yüz yüze olan iki birey arasındaki etkileşim, sürdürülebilir bir iletişimin ilk izlenimidir. İnsanlar birbirleri ile ilgili daha önceden bilgi sahibi olmasa bile ilk görüşmelerinin etkisi ile zihinlerinde bir izlenim oluşturmaktadır. Bireylerin birbirleriyle ilgili kanaat oluşturmalarının ilk nedenlerinden biri bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde yaptıkları davranışlardır. Birey, ilk kez tanıştığı kişinin tutum ve davranışlarına daha çok dikkat etmekte ve o kişilere karşı temkinli yaklaşmaktadır (Tayfun, 2014: 24-25).

### **2.8.2. Sözsüz İletişim**

Sözsüz iletişim, karşılıklı iletişimin devamlı olduğu; fakat bu süreçte en az bir kişinin söz konusu iletişimi sessizlik ile devam ettirdiği bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Kelimelerden faydalanmadan, sözcükler ağızdan çıkmadan gerçekleştirilen ve bazı zamanlarda sözlü iletişimden daha fazla etkiye sahip olan iletişim türüdür. Sessizlik ve susma ile karşı tarafa aynı anda birçok mesaj iletelebilmektedir. Bazı durumlarda karşı tarafa duygu, düşünce ve hisleri beden hareketlerimizle iletmek, sözlü bir şekilde iletmekten daha etkili olmaktadır. Örneğin, kişinin haklı veya haksız olduğu, kişiye karşı kırgınlık ya da kızgınlık hissettiği hatta bazen bir zaferin kazanılması mesajlarını sözsüz bir biçimde yansıtmak daha etkili görünmektedir (Dizdar, 2018: 8).

Sözel olmayan iletişim, istenilen ve gerekli olan durumlar haricinde bireye bazı zamanlarda zorluk çıkaran bir iletişim şeklidir. İletişim sırasında fazlasıyla sessiz kalmak ya da muhatabın uzun bir süre susması gerilim oluşturabilmektedir. Psikologlar, çiftlerin uzun süre suskun kalarak birbirlerine tartışmaktan daha çok zarar verdiklerini belirtmektedir. Bazen insanlar muhatabının ne söyleyeceğini bilmediğinden, kendini bir şeyler bulup söylemek zorunda hissetmektedir. Sözsüz iletişimde devamlılık önemli bir ilkedir. Sözlü iletişim esnasında birey konuşur ve durur, o anda sözlü iletişim bitse de sözsüz biçimde devam etmektedir. Sözel olmayan iletişim türünde mesajlar sürekli ve birey beden dilini kullanarak iletilerini göndermeye devam etmektedir (Uluyağcı ve Karadaş, 2013: 84). Aynı zamanda materyallerden faydalanmak, yer ve zaman kullanımı da sözsüz iletişim konusunda önemlidir. Sözsüz iletişim insanlığın var olduğu günden bugüne varlık göstermektedir (Tutar, 2003: 70).

Kelimeler kullanılmadan iletilen her bilgi veya duygu, sözsüz iletişim olarak değerlendirilmektedir. Sözlü iletişimde kullanılan kelimeler sadece duyma duyusuna hitap etmektedir. Fakat sözsüz iletişimde; görme, tatma, koku alma, dokunma duyuları da harekete geçebilmektedir. Birden çok duyguya hitap eden sözsüz iletişim, doğal olarak daha çok duygusal tepkilere neden olmaktadır (Kaypakoğlu, 2008: 93).

Sözsüz iletişim; yüz, baş, kol, bacak, el ve ayak hareketlerinden vücudun duruşuna, kişinin giyim tarzına, tercih ettiği renklere kadar birçok unsuru içinde barındırmaktadır (Aziz, 2010: 46). Sözsüz iletişimin başlangıcı kişilerin birbirlerini fark ettiği ana uzanmaktadır. Taraflar sözlü iletişimi başlatmasalar bile göz göze gelerek, bir baş hareketi ile birbirlerine selam verebilir ya da göz göze gelmeden birbirlerini gördükleri anda farklı bir yöne dönerek birbirlerini umursamadıkları mesajını iletmekte ve sözsüz iletişim kurmaktadır. Bazı zamanlarda bir gülümseme, kızgın bakışlar ya da el sallama ile iletişim kurulabilmektedir (Gürüz ve Eğinli, 2012:71). Bu şekilde alınan veya gönderilen mesajlar çok açık olmakla birlikte iletişimimizi beden dili ile ifade etmektir.

Beden dilinin iletişime etkisinin olumlu yönde büyük olmasının dışında oluşturduğu bazı engeller de bulunmaktadır. Değişen kültürlerin değişen özelliklerde beden dili tanımlamaları bulunmaktadır. Bu durum dikkate alındığında sergilemiş olduğumuz herhangi bir beden dili muhatabımızca yanlış veya farklı anlaşılabilir. Bu nedenle etkin bir iletişim kurmak amacıyla sözlü ve sözsüz mesajların birbirlerine uyumlu bir şekilde sürdürülmesi önem arz etmektedir. Farklı bir iletişim engeli olarak sözlü ve sözlü olmayan iletilerin birbirine uygun kullanılmaması ortaya çıkmaktadır (Gürüz ve Eğinli, 2012: 66). Bir ebeveynin “Tamam bundan sonra

sürekli ders çalış diye baskı yapmayacağım” demesi üzerine sürekli olarak saate bakması, dersi ile ilgilenmeyen çocuğa karşı sinirli, kızgın bakışlarla birlikte derin derin iç çekmesi bu duruma örnek verilebilir (Hartley, 2014: 25). Söz konusu örnekte kişinin ne dediğinden ziyade, nasıl dediğine adapte olunmaktadır. Sözsüz iletişim, sese dayalı ve ses dışındakiler olarak ikiye ayrılmaktadır.

Sese dayalı olanlar, konuşma sırasında duraksama, ses tonu, ses yüksekliği, kişisel alan, duygusal tonlamalar, tekrarlamalar, yer ve zaman kullanımı, mesafeli ya da yakın durma, gereksiz sözcük kullanımı, akıcı ve doğal konuşma gibi noktalar örnek olarak verilmektedir (Kocasavaş, 2007: 51). Ses dışındaki noktalar ise; göz hareketleri ve teması, vücut duruşu, çeşitli yüz ifadeleri, el-kol hareketleri, giyim, bedensel temas, oturuş şekilleri, jest ve mimikler olarak belirtilmektedir (A. Baltaş ve Z. Baltaş, 2006: 157).

Sözsüz iletişimin iletişim sırasında bazı işlevleri bulunmaktadır (Uluyağcı ve Karadaş, 2013: 85-86). Bu işlevlerden biri kimliği fark etme işlevidir. Tercih edilen bir kıyafet, seçilen aksesuar hatta yenilen yemek ve içilen içecekten daha ötesi bireyin kimliği hakkında bilgi sunmaktadır. Örnek olarak, sokakta yalnız yürürken başımıza gelen bir tehlikeden korunmak amacıyla en yakınımızda bulunan sivil bir bireye yaklaşmak yerine bir polis ya da güvenlik güçlerinden olan birine yaklaşmayı tercih etmekteyiz. Bir diğer işlev, duygu durumunu anlamaktır. İletişim esnasında kişinin beden dili, ses tonu, jest ve mimikleri yaşadığı herhangi bir olaydan duyduğu heyecan, öfke, sevinç, şaşırma gibi duygularını karşı taraflara yansıtabilmektedir. Böylece hem kişinin hem de muhatap olduğu kişilerin duyguları üzerinde etki oluşturmaktadır. Üzgün, morali bozuk ya da ağlamaklı olan birini yüz ifadesinden anlayabilir ve yaşadığı duygu durumunu göz önünde bulunduracak şekilde iletişime geçmek mümkündür. Başka bir işlev olarak karşımıza güç ve statü göstergesi çıkmaktadır. Vücut duruşu, jest ve mimikler, giyim ve aksesuar, el-kol hareketi, oturuş şekli gibi birçok gösterge kişinin sahip olduğu güç ve statüyü belirtmektedir. Bu göstergeler kişilerarası iletişimde muhataplarının davranışlarını yönlendirmede etkili olmaktadır. Örneğin, insanlar genel olarak polis üniformalı bir kişinin söylediklerine itaat etme eğilimi göstermektedir. Düzenleme ya da yön verme olarak adlandırılan işlev, tarafların karşılıklı iletişimlerinde sırasında onay verme, reddetme, durdurma ya da devam ettirme anlamına gelen baş, göz ve el hareketleriyle iletişime yön vermeleri olarak açıklanmaktadır. Tarif etme işlevi ise genelde sözlü iletişimi destekleme niyetiyle anlatılan bir durumda durumu tarif etme ya da büyük, küçük olduğunu gösterme niyetiyle yapılan el kol hareketlerini kapsamaktadır. Karşıtlık işlevi, sözlü iletişim esnasında kasıtlı yapılan zıt davranışları

içermektedir. Örnek olarak çocuğuna kızgın olduğunu gülerek dile getiren ebeveynin beden dili sözlü iletişiminin dikkate alınmamasına sebep olmaktadır. Dikkat çekme işlevinde beden dilinin, duruş ve bakışların ilgi çektiği ve etki sağladığı görülmektedir. Mesela dersi dinlemeyen bir öğrencinin öğretmen tarafından kızgın bakışlarla uyarılması öğrencinin dikkatini toplamayı sağlamaktadır. Uyarı işlevi ile iletişim esnasında muhataplarımıza ilişkin bilgiler edinmek mümkündür. Örnek bir durum olarak karşı tarafın esnemesi, gözlerini kaşınması ya da farklı bir obje ile ilgileniyor olması o kişinin sıkıldığını veya uykulu halde olduğunu belirtmektedir. Söz konusu durumu fark eden kişi iletişim kopukluğunun yaşanmaması adına ilginç bir konu açarak iletişimi devamlı kılabilir. Ritüelleri yerine getirme ve devamlılığını koruma da bir işlev olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu işlev içerisinde selamlaşma, tokalaşma gibi ritüeller bulunmaktadır. Bayram günlerinde bir büyüğün elini öpmek buna bir örnektir. Kültürel değerlerin önemli görüldüğü ve her yeni nesle geçtiğini göstermektedir. Ek olarak yaşça büyük bir kişinin elini öpmek, ona saygı duyulduğu ve sözlerine itaat edildiği mesajını taşımaktadır. Sözsüz iletişimdeki her bir sembol içinde bulunduğu kültürün parçasını taşımaktadır. Örneğin, bir Türk, Avrupa’da karşılaştığı bir bireyi selam verme biçiminden Türk olduğunu anlayabilmektedir (Uluyağcı ve Karadaş, 2013: 85-86).

Sözsüz iletişimde kaynak ve alıcı arasında meydana gelebilecek yanlış anlaşılmalara ya da algılayamama durumları en düşük seviyeye indirilmektedir (Baltaş ve Baltaş, 2006: 157). Örneğin, sevgi duyan bir kişinin sevgisini söylediklerinden ziyade beden dilinden anlamak mümkündür. Başka bir örnekte taraflardan birinin anlaşılması durumunda konuşması kesilmeden, el-kol hareketleri, yüz ifadeleri ile anlaşılması açıklanabilmektedir. O kişi bu durumu fark ederek konuşmasını daha anlaşılır şekilde değiştirebilmektedir.

Sözsüz iletişim önemlidir; fakat iletişim içerisindeki yerine ilişkin yapılan incelemelerde kesin bir noktaya rastlanmamaktadır. Örneğin bazı araştırma sonuçlarına bakıldığında sözsüz unsurların aktarılan mesajın etkisindeki payı %93’e çıkmaktadır. Farklı araştırma sonuçlarında ise bu yüzdenin 70’lerde olduğu görülmektedir. Oranlara bakarak sözsüz iletişimin sözlü iletişime nazaran güçlü olduğunu söylemek mümkün görülmektedir (Kaypakoğlu, 2008: 95). Sonraki başlıkta sözsüz iletişimin öneminden söz edilmektedir.



### 2.8.2.1. Sözsüz İletişimin Önemi

Kişilerarası iletişimde bilgi akışı, doğrudan sözlerle ifade etme ya da dolaylı yoldan belirli kanallar ile gerçekleşmektedir. Bahsedilen bu iletişim fazlaca sözlü ve yazılı simgeler kullanarak oluşturulmaktadır. İnsanları diğer varlıklardan ayırtıran en temel özellik genler ve içgüdüler dışında, çok miktarda iletişim biçimini sonradan öğrenme imkânına sahip olmaları şeklinde bilinmektedir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 68).

Kişilerarası iletişimde konuşulan kelimeler kadar vücut duruşu, ses tonu, jest ve mimikler de önemli bir noktadır. Kişilerarası iletişimde sözsüz unsurlar ile sözcüklerle ifade edilmeyen mesajlar hal ve hareketlerle karşı tarafa verilmektedir. Konuşarak yapılan iletişimde karşı tarafa gönderilen iletinin yalnızca kelimelerle sınırlı içeriğinin ötesinde başka verilen iletilere de süreç denir. Süreç, sözcüklerle ifade edilemeyen alt mesajın nasıl bir mesajı kapsadığını muhataba göstermektir. Farklı bir anlatımla kişilerarası iletişimde içerik ve süreç bulunduğu kabul edilmektedir. Karşılıklı olarak kurulan iletişimde birbirine verilen mesajlar yalnızca kelimelerin anlamları ile sınırlı kalmayarak, kelimelerle ifade edilmeyene; yani sözlü olarak aktarılmayan diğer iletişim yollarıyla birbirine uyumlu bir hale gelerek daha zengin bir noktaya gelmektedir (Gürüz ve Eğinli, 2012: 69).

Bir şeyleri dile getirme amacıyla yararlanılacak olan ifade biçimi, sesin tonu, yer ve zaman, jest ve mimikler gibi sözsüz bir şekilde karşı tarafa mesaj olarak verilen bu tür iletişim araçları asıl ifade edilmek istenen mesajın karşı tarafça farklı anlaşılmasına, algılanmasına veya yorumlanmasına sebep olabilmektedir. Bu nedenle kişilerarası iletişimde süreç, içerik kadar önemli bir yere sahiptir (Tekmen, 2019: 22-23).

Ulusal ve uluslararası yapılan araştırmalarda beden dilinin önemi açıklanmaktadır. Özellikle kişilerarası iletişim noktasında beden dilinin öneminin; gizli kalan sözcükleri, kelimelerle ifade edilmeyen ya da edilemeyen duyguları, düşünceleri ve ifadeleri yansıtma konusunda gizli olduğu anlaşılmaktadır. Nitelikli bir okuyucu, beden dilinin gizli kalan sırlarını çözümleyerek iletişim noktasında değerli bir hazineye ulaşabilmektedir. Böylelikle etkili bir kişilerarası iletişim gerçekleşmektedir (Çalışır, 2015: 513).

Sözsüz iletişim, bilinçli olarak ya da olmayarak kurulsa bile iletişimin devamlılığı ve muhataba aktarılan duygu bağlamında değerlendirildiğinde önemli görülmektedir. Örneğin bir doktor hastasını muayene ettiği sırada ufak bir gülümseme ile bulundukları ortamı yumuşatabilmektedir (Tayfun, 2014: 137). Sözün özü sözsüz iletişim, kısaca karşımızdaki kişilerin hislerini, duygu ve düşüncelerini en doğru şekilde bize

aktarmasına fırsat tanıyan, benzer şekilde bizim de duygu, düşünce ve hislerimizi muhataplarımıza yansıtabildiğimiz bir iletişim türüdür.

### 2.8.3. Sözlü İletişim

İnsanlar dil aracılığı ile sesli bir biçimde birbirlerine duygu, düşünce, istek ve bilgi paylaşımında bulunmaktadır. Sesli olarak gerçekleştirilen bu iletişim türü, sözlü iletişim olarak adlandırılmaktadır. Sözlü iletişimde, kişilerin birbirlerine aktardıkları sözcüklerin yanında bu kelimeleri gönderirken ses tonları, ses hızları, şiddeti ya da vurgusu gibi çokça sözel kodun önemi bulunmaktadır. Sözsüz iletişim gibi sözlü iletişimde de bazen kişinin ne söylediğinden çok nasıl söylediği etkili olmaktadır (Işık ve Biber, 2010: 34). Bu nedenle sözel kodların birbirleri ile tamamlanmış biçimde değerlendirilmesi gerekmektedir. Bazı durumlarda sadece söylenene odaklanmak bir yanılgıya sebep verebilmektedir. Örneğin, kişi farklı bir olaya sinirlenmiş bir şekilde eşi ile muhatap olduğunda ses tonu yüksek ve kızgın olabilir ve bu durum eşler arasında bir iletişim engeline neden olabilmektedir.

Farklı bir ifade ile konuşma dili olarak da bahsedilen sözlü iletişim, yüz yüze görüşme, konferans, toplantı, telefon üzerinden yapılan konuşma gibi fazlaca şekilde gerçekleşmektedir (Tutar, 2003: 67). Kişiler arasında sözlü devam eden ve tarafların birbirlerine sözlü yollarla mesaj aktardıkları iletişim türüdür. Kısaca tanımlamak gerekirse; kaynak ve alıcı arasında sözlü şekilde gerçekleştirilen iletişime sözlü iletişim denmektedir (Dizdar, 2018: 13).

Kişiler arası iletişimde sözlü dilden faydalanırken iki ayrı kişiye aynı sözler ifade edildiğinde birinin çıkardığı anlam diğerinin çıkardığı anlam ile farklılık gösterebilir. Buradan çıkarılacak önemli noktalar şu şekildedir:

- Duygular ile aktarılan iletiler, kişiden kişiye farklılık gösterebilir.
- Alınan mesajdaki anlam, kişinin anlam kabiliyeti ile ilgilidir.

Diğer bir ifade ile mesaj iletiminde tercih edilen sözcükler aynı olsa da alıcının bu sözcükleri nasıl algıladığı önemlidir. Diğer nokta ise, kişinin geçmiş deneyimleri ile şekillenen konuyu nerede konumlandığı, aklına ilk gelenler ve benzer durumlar farklı olabileceği için anlamda da farklılıklar oluşabilmektedir (Kaypakoğlu, 2008: 78).

Sözlü iletişimin gerçekleşebilmesi için sesin varlığına ve işitilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Dil ile etkileşime geçilen bu iletişim türünde insanlar kendilerini alıcı tarafa kelimeler yoluyla açıklamaya ve mesajlarını bu yöntemle iletmeye çalışmaktadır. Sözlü iletişimde önemli bir unsur olan kelime seçimidir, diğeriyse bu kelimeler

kullanılırken etkin olan ses tonudur (Çamlıdere, 2015: 51). Kişi anlatmak istediği her şeyi birçok sözcük ve cümle ile taraflarına aktarabilir.

Sözlü iletişim türü “dil ve dil ötesi” olarak ikiye ayrılmaktadır. Yüz yüze konuşma, telefon üzerinde konuşma, toplantı, konferans konuşmaları gibi süreçler dil ile iletişim olarak adlandırılmaktadır. Dil ötesi iletişim ise söz konusu iletişimlerde kullanılan sesin niteliği ile alakalı bir ögedir. Ses tonu, hızı ve şiddeti, vurgu yapılan sözcükler, duraksama gibi nitelikler dil ötesi olarak tanımlanmaktadır. Dil ile iletişimde söylenen, dil ötesi iletişimde ise söylenenin nasıl söylendiği temel alınmaktadır. Ses; insanın tutumu, duygusu, düşüncesi, hisleri gibi iç dünyasında taşıdığı birçok kavramı dışa vurma yoludur (Tutar, 2003: 67). Bu sebeple kişilerarası iletişim kurarken dil ötesi iletişim büyük önem taşımaktadır. Kişi karşısındakinin ne söylediğinden öte, söylediği şeyi nasıl söylediğine bakarak iletişimin devamına buna göre karar vermektedir.

Sözel iletişim, kişilerarasında alıcı tarafından bir anlam oluşturma ve onu pekiştirme niyetiyle kullanılırken, sözel olmayan iletişim, göndericinin bir mesaj ilettiğinde onu tüm algıları, hisleri ve duyguları ile anlamlandırmak adına kullanılmaktadır. Bundan dolayı sözel olmayan iletişim pek çok kez alıcı nezdinde sözel iletişime göre büyük bir etkiye ulaşmaktadır (Tutar, 2003: 72).

Sözel iletişimde muhatabımızla konuşurken niyet edilmiş ve niyet edilmemiş dil davranışı olarak iki ayrı şekilde mesaj iletilmektedir. Niyet edilmiş dil davranışı; kendi arzumuzla farkında olarak gerçekleştirdiğimiz konuşmalara denmektedir. Niyet edilmemiş dil davranışı ise; konuşma sırasında dil sürçmeleri, kekelemelerin yaşanması, ses titremesi oluşması gibi durumlardır (Dökmen, 2005: 27-28).

Sözel iletişim biçimleri, insanın yaşadığı toplumdan direkt etkilenmektedir. Kültür, bu konuda kendine önemli bir yer ayırmaktadır. Kültür, dili etkileyecek bir etken olmakta ve dil ise hitap şeklinden sözcükleri bir araya getirerek cümle kurma noktasına kadar etki oluşturmaktadır. Bu da iletişimde sözlü olan farklılıkları ortaya çıkarmaktadır (Devito, 2013: 90).

Sözlü iletişimde birçok biçim bulunmaktadır. Gürüz ve Eğinli (2012: 61)’ye göre sözlü iletişim biçimleri aşağıda gösterildiği gibidir:

- i. Doğrudan ve dolaylı,
- ii. Kişisel ve bağlamsal,
- iii. Ayrıntılı ve öz,
- iv. Araçsal ve etkisel,
- v. Onaylayan ve onaylamayan,
- vi. Dışlayan ve dâhil eden,

- vii. Kendine ve diğer kişilere odaklı,
- viii. Destekleyici ve savunucu,
- ix. Aşağılayıcı,
- x. Övücü ve
- xi. Eleştirel sözel iletişim tarzıdır.

Kişilerarası iletişim sürecinde bireylerin rolleri de iletişim yolunda etkiye sahiptir. Bu rollerle ilgili bilgiler çalışmanın devamında yer almaktadır.

## 2.9. Roller

Toplum tarafından belirli değer yargılarına göre oluşan statüler için belli başlı davranışlar bulunmaktadır. Bireylerin sergilemiş olduğu bu davranışlara rol denilmektedir (Güney, 2009: 77). Kişilerarası iletişim, kendi içerisinde farklılık gösteren ilişkileri ve rolleri olan iki kişiyi işaret etmektedir (Hartley, 2010: 41). Bireyin rolleri çerçevesinde sergilediği tutumlar, çoğu zaman karakterinin dış dünyasına yansıyan görüntüsüdür. Kişi, bazı durumlarda karakterinin belirli kısımlarını gizleyerek etrafındakiler tarafından kendinden beklenen davranışları sergileyebilmekte ve kendine yer edindiği ortama, iletişimini devam ettirdiği kişi ya da topluluklara, içerisinde olduğu zamanın koşullarına göre pek çok farklı role bürünebilmektedir. Büründüğü farklı rollerden dolayı gösterdiği tutumların hepsi kendine ait olan karakter özelliklerinin bir yansıması olarak ortaya çıkmamaktadır. Örnek olarak katılım sağlanmış bir yarışma programında rakiplerden birinin elenmesi ile elenen yarışmacının, kalan yarışmacılara başarılar dilemesi pek de samimi karşılanmamaktadır. Sonuçta tüm yarışmacılar birbirine rakiptir ve bulundukları ortam dolayısıyla birbirlerine söylemek zorunda kaldıkları birtakım sözler vardır. Farklı bir örnek olarak alışveriş yapılan süpermarketlerdeki kasiyerlerin tüm müşterilere güler yüzle “hoş geldiniz, yine bekleriz, teşekkür ederiz, güle güle” gibi sözler sarf etmesi de kasiyerin aidiyeti bulunan firmaya karşı bir gerekliliği olarak bilinmektedir. Söz konusu davranışlar ve iletişim şekilleri, kişinin toplum içerisindeki rollerine göre oluşmaktadır. Bir kişinin toplum içinde bulunan statüsü, konumu onu örneklerdeki gibi davranışlara yönlendirmektedir (Güney, 2009: 77).

Kişilerarası iletişim herhangi bir amaç doğrultusunda ya da amaçsız olarak kurulabilmektedir. Literatüre göre ise genellikle bir amaca bağlı kalarak oluşturulmaktadır. Devam eden başlıkta konuya açıklık getirilmektedir.

## 2.10. Amaç

Kişilerarası iletişim süreci, genelde belirli bir amaca sahip olan iletileri aktarmak için devam ettirilmektedir. Bireyin yazarken ve konuşurken yararlandığı kelimeler veya tercih ettiği göstergeler, kısmi olarak ya da tamamıyla bir niyetten etkilenmektedir. Bireyin ulaşmayı arzuladığı amaç veya bu amaca ulaşma nedeni fark etmeksizin, kendisine diğerlerince gösterilecek tepkiler ve kendisine karşı sergilenecek tutum üzerinde denetleme ayrıcalığının bulunması avantaj oluşturmaktadır (Goffman, 2012: 17). Çalışma koşullarında düzenlemeler talep eden sigortasız bir işçinin patronu tarafından gördüğü “benim sayemde ekmek yiyorsun” tepkisi patron-işçi ilişkisinin hiyerarşik biçimde hatırlatıldığı niyetini göstermektedir (Demir, 2013’ten aktaran Tekmen, 2019: 15).

Kişinin kendini anlatması durumunu Goffman (2012: 22) yaydığı izlenim ve aksettiği izlenim olarak iki farklı şekilde gerçekleştirdiğini savunmaktadır. Bireyin kendisi ile ilgili oluşturmayı amaçladığı izlenimi çoğunluk olarak tasarlanmış davranışlar ve ortaya çıkaracağı etkileri daha öncesinden düşünülerek seçilmiş sözcüklerle süslenirken, zaman zaman da asıl karakterinin, duygu ve davranışlarının kasti olmadan etkileşim esnasında sergilenmesi sonucunda, dinleyicinin dolaylı yoldan edindiği algılar nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Kişilerde bulunan farklı görünme çabası mesleğe, içinde yer alınan ortama, rollere ya da etkileşim içerisinde bulunan öznel özelliklerine istinaden meydana gelmekte ve bu durumun oluşması halinde kişi, bir iç denetim mekanizması kullanmaktadır (Goffman, 2012: 22).

Kişilerarası iletişimde mekân ve zaman kavramının bulunduğu bilinmektedir. Devam eden konuda mekân ve zaman kavramı açıklanmaktadır.

## 2.11. Mekân ve Zaman

Mekân kullanım biçimleri, bireylerin birbirlerini tanıma ve sevmeleri gibi bulundukları konumlardan da etkilenmektedir. Protokol sıralamalarının statüye bağlı olarak oluşturulması konuya bir örnektir. Ayrıca düğün ve özel günler gibi etkinliklerde ön sıralarda yakın ve sevilen kişilerin bulunması da örnek olarak verilebilir (Işık ve Biber, 2010: 36). Açıklanan durum kültürlerle göre değişiklik göstermektedir.

Zaman, kişilerarası iletişimin devamlılığında önemli bir etkidir. İletişim sürecinde işlenen zaman gibi iletişimin geçmişi de belirleyici bir unsur olarak açıklanmaktadır. Geçmiş zamanlardaki görüşmelerde ortaya çıkan izlenimler, bireyle ilgili kalıp yargılar ve etiketlemelerin ortaya çıkmasına sebep olabilir. Dedikodu ve söylentilerin olduğu bir ortamda bulunma ve benzeri durumlar, bireyle alakalı ön fikirler

veya sosyal algının ortaya çıkardığı ön yargılar edinmeye ortam hazırlamaktadır. Bu gibi durumlar ardından gerçekleştirilen iletişimler esnasında, öznenin tasarlanan şekilde tutumlarda bulunması beklenmektedir. Bahsi geçen husus göz önünde bulundurulduğunda, içinde bulunulan zamana dek etkileşimin ivme kazanarak artış göstermesi sonucunda, kişilerarası iletişimin zaman penceresinden bir noktada sınırlandırılmadığı ispatlanmaktadır (Tekmen, 2019: 16).

Verimli ve doğru bir kişilerarası iletişim gerçekleştirmek için doğru bir etkileşim sağlamak ve bu yolda iletişim sürecine dikkat etmek gerekmektedir. Bir sonraki başlıkta konuyla ilgili bilgiler verilmektedir.

## **2.12. Etkileşim**

Kişinin kendini çevresine ifade etme niyetiyle, günlük yaşamında uyguladığı farklı yöntemler bulunmaktadır. Bir kişinin, diğerleri ile karşılıklı ilişkisinin başlangıcı sırasında, bilinçli ya da bilinç dışında oluşan tutumlarda, kendisiyle ilgili olan anlayışı etkin bir görev üstlenmektedir (Goffman, 2017: 225). Aracılı veya karşılıklı etkileşimle beraber, kişilerarası ilişkilerin adımları da birbirine paralel olmaktadır. Bir kişi tarafından kullanılan yüz ifadeleri, dış görünüş, faydalanılan dil, giyim, davranış şekli, tutum ve benzeri etkenler, kişinin etrafındakiler ile etkileşiminin nasıl olacağı ve hangi aşamada olacağını belirlemektedir.

Kişilerarası iletişimin çift yönlülüğü etkileşimin tamamlanması noktasında önem arz etmektedir. İletişim süreci, öğelerden hiçbirinin bir diğerinden soyutlanamadığını ama kendi içlerinde oluşan etkileşimin nihayetinde değerlerinin arttığı karmaşık bir bütün olarak meydana gelmektedir (Yücel ve Bourse, 2012: 248). Herhangi bir kelime, bakış veya davranış iletişimi başlatabilir. Etkileşimi, mesajların aktarılma süreçleri olarak nitelendirmek doğru fakat yeterli bulunmamaktadır. İletişimin sürekliliğini sağlayan etkileşimin şekli kalıplarla kısıtlanması, etkileşim kapsamının hareketli olan bölümünün arka plana atılmasına sebep olmaktadır. Kaynaktan alıcı tarafa iletilmesi hedeflenen her bir verinin yolculuğu doğrusal bir şekilde olmayabilir. Daha da ötesinde, iletilerde pek çok bozulma oluşabilir. Dolayısıyla kişilerarası iletişimin farklı bir kapsamı bulunmaktadır (Kaypakoğlu, 2008: 6).

## **2.13. Süreç**

Kişilerarası iletişim, olay ve olaylar dizisinden öte devamlılığı bulunan bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Hartley, 2014: 47). Kişi, yaşanan bir olayı göz önünde bulundurduğunda, olayın ne biçimde gerçekleştiğini tanımladığında, olayın başlangıç ve

sona erişini hatırlamakla kalmayıp kişilerarası iletişime anlamlar yüklemektedir (Eğimli ve Gürüz, 2012: 53).

İletişimin canlı hali ele alındığında, devamını biçimsel bir kalıpta sınırlandırmak mantıklı görülmemektedir. Etkileşim sürecinin başlangıç ve son anının belirlenme çabası, çözümleme ve anlama durumlarında, yanıltıcı sonuçlar elde etmeye sebep olmaktadır. Etkileşim ile ilgili, yalnızca başlangıç ve bitişin hangi biçimde meydana geldiği hususlarının cevaplanma çabası, etkileşimi sonuca ulaştıran en önemli kısmı göz ardı etme anlamı taşımaktadır. Oysa iletişim esnasında gelişen birçok etkileşim, başlangıç ve sonucunun tamamında etkiye sahiptir. Sürece ilave olan yeni durumların hepsi, iletişim konusunda yeni bir başlangıç özelliği göstermenin yanı sıra devamı olan işleyişe katılmaktır (Güngör, 2018: 56).

Çalışmamın devamında iletişim alanında yer alan yeni teknolojiler başlığına yer verilmiştir. Bu başlık altında tez konusunun önemli bir bölümünü oluşturan sosyal medya kavramına ve önemine ayrıyeten kullanım oranının yüksek olduğu bilinen Facebook, Whatsapp gibi uygulamalara açıklık getirilmektedir.

#### **2.14. İletişim Alanında Yer Alan Yeni Teknolojiler**

Daha önceleri soyut olan bilim, günümüzde teknik bir hale girerek somut ve yararlanılan araçlar halini aldığında insan yaşamını net bir biçimde etkisi altına almıştır. 18. yüzyılda Sanayi Devrimi ile birlikte bilimsel bilgi, veri ve sonuçlar teknoloji haline dönüştürülmüştür. Bu dönüşüme bağlı olan teknoloji, bilimsel bilgi ve buluşların bir türevi haline gelmiştir (Yaka, 2011: 82).

Teknoloji; sanayinin farklı bir alanında katma değer yaratan üretim, donanım ve yöntemlerin yanı sıra üzerinde uzlaşılmış özel sahada, bilimsel ilkeler ışığında birbiriyle tutarlı bilgi ve uygulamaların varlığını işaret etmektedir (Sözen, 1995'ten aktaran Ünal, 2019: 34). Bu anlamda teknolojinin ilk adımının mikro elektronik alanında gerçekteşen gelişmeler olduğundan söz etmek mümkündür. Teknolojinin yeni iletişim teknolojilerine evrilmesi ise, sadece birkaç milimetrekarelik bir zemindeki levha üzerinde yüz binlerce irtibatı kapsayan, bütünleşik ve yarı iletken özelliğe sahip olan çip sayesinde olmuştur. Telekomünikasyonun icadı da veri akışı ve kitle iletişiminde bir mikro elektronik teknolojisi ile mümkün hale gelmiştir (Dijk, 2016: 79).

İletişim, planlı ya da plansız gerçekteşen bir süreçtir. Kitle iletişimi ya da kişilerarası ilişkiler de iletişimdir. Teknolojik gelişimlerin dünü ve bugününe ilişkin iletişim, teknoloji anlamını taşımaktadır (Usluata, 1991: 9). Söz konusu teknolojik

gelişimlerin sonucunda “yeni iletişim teknolojileri” denilen bir kavramın varlığı ortaya çıkmıştır.

### **2.15. İletişimde Kullanılan Yeni Teknolojiler**

Günümüzde insanlar eskiye oranla daha fazla alanda hareket eder hale gelmiştir. İnternetin hızlı gelişimi ve mobil iletişim araçlarının kullanımının artması söz konusu hareket alanını genişletmiştir. Kullanım kolaylığı yanı sıra kolay ulaşılabilme ve taşınabilme özelliği gösteren yeni iletişim teknolojileri, internet erişiminin yaygınlaşmasıyla birlikte iletişimin hız kazanmasına yol açmıştır.

İnternette yaşanan baş döndürücü hız, kişilerarası iletişimde de kendini hissettirmiştir. Gelenen süreçte kullanımı kolay olan yeni iletişim teknolojilerinin adı geçen iletişim türüne katkı sağlaması, tüm insanlar tarafından kabul görmesine yol açmıştır. Yeni iletişim teknolojilerinin sadece bilgiye ya da habere erişim için değil, kişilerarası iletişimde de bir araç olarak kullanılması bu anlamda internetin ne denli önemli olduğunu da göstermektedir (Tekmen, 2019: 28).

İnternet, iki ve daha fazla bilgisayar ya da mobil cihazın birbiri ile bağlantı kurması anlamına gelen cihazların aralarında bir kez daha bağlantı kurmasıyla olan, cihaz ağlarına dayalı bir iletişim sistemidir (İçel, 1998: 407). Dünya üzerindeki ağların birbirleriyle iletişimine belirli elektronik dil ve kurallar bağlamında imkân sunan internet, aynı zamanda çok yönlü bir kitle iletişim aracıdır (Morris ve Ogan, 1996). Var olduğu günden bugüne de evrensel manada olabildiğince hızlı bir gelişme sergilemiştir.

İnternet; kullanıcılarına bilgi içeriklerinde kontrol sağlama, istediği bilgiyi seçme fırsatı sunarken, geleneksel olan tek yönlü iletişimin yerini çift yönlü iletişim modeline de çevirmiştir. Adı geçen bu yeni sistemin dikkat çekici özellikleri arasında birden fazla kişinin iletişimine izin vermesi, kitlesel iletişimde kişiye yeni olanaklar tanınması, kitle iletişim araçlarına da önemli yararlar sağlaması gösterilmektedir (Tokgöz, 2003: 77). İnternet, çok sayıda kaynağa erişim fırsatı sunmakta, en kısa sürede bilgiye ulaşım sağlamakta ve iletişim halinde bulunmaya olanak tanımaktadır.

Bilgi, haber ve teknolojinin gündelik hayatın bir parçası olma fikrinden hareketle, günümüzde kitlesel iletişim araçlarının önemli bir kısmını oluşturan bu teknolojiler, alıcı konumunda olan okuyucu ve izleyiciye erişme noktasında da birçok görevi yerine getirmektedir. Bu bağlamda yeni iletişim teknolojileri, kişilerin hayatını etkilemektedir (Gezgin, 2002: 81). Bilgi toplumunun yeni teknolojiler sayesinde çığ gibi büyüdüğü net bir şekilde görülmektedir. Çünkü eskisinden daha fazla miktarda bilgiye erişim şansını yakalayan alıcı konumunda olan okuyucu, giderek artan ve istediği zaman bilgiyi temin



etme olanağına kavuşmaktadır. Alt başlıklarda bahsedilen olanağı sağlayan mecralara yer verilmiştir.

### **2.15.1. Elektronik Posta**

Bir zamanlar kâğıt üzerinde yapılan birçok işlem bugün teknolojik cihazlar aracılığıyla kolayca yapılmaktadır. Zamanla yazışmaların da şekli değişmiş ve internet tabanlı ortamlarda yer alan e-posta (e-mail) insan hayatına girmiştir.

E-posta kavramını kısaca; bilgisayar, mobil ve tablet gibi cihazlardan faydalananak internet yardımıyla alıcıya dijital ve elektronik ortamda iletilen mektup olarak tanımlamak mümkündür. Sözü edilen sistem “elektronik posta” olarak ifade edilmekte ve bilinmektedir (Dündar ve Özel, 2012: 110). Bu sistemde görüşülen kişi ile yüz yüze iletişim biçiminden daha rahat şekilde görüşmek mümkündür. Zira yüz yüze iletişim sırasında taraflar birbirlerine karşı herhangi bir yanlış tavır, söz ya da davranış iletme durumundayken elektronik postalar özenle hazırlanmakta ve olumsuz durumları ortadan kaldırmaktadır (Ekinci, 2000: 26). İçeriğini hazırlamak tamamen kaynağın inisiyatifine kalmakta ve arzuladığı şekilde görsel süslemeler yapabilmektedir. Bu sayede kaynak, alıcıyı etkileme ya da duygu, düşünce ve hislerini kolayca aktarabilme olanağına sahiptir.

### **2.15.2. Anlık Mesajlaşma Uygulamaları**

Kişilerin birbirleriyle zaman ve mekan fark etmeksizin iletişim kurmalarına olanak tanıyan internet tabanlı uygulamalar (Li vd., 2005: 103) anlık mesajlaşma uygulamaları olarak adlandırılmaktadır. Gelişen teknolojiyle birlikte kurulan iletişim ve bilgi paylaşımları da değişiklik göstermiştir. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde iletişim biçimleri gün içerisinde anlık olarak kullanılmaya başlanmıştır. İletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler yeni pek çok iletişim aracının varlık kazanmasına yol açmıştır (Huang ve Li, 2013: 33). Bireyler artık istediği aracı, istediği bireylerle iletişime geçmek için kullanabilmektedir. Bu da bireylerarası iletişimin kolaylaşmasına zemin hazırlamıştır.

Anlık mesajlaşmalarda kaynağın mesajı istediği şekilde düzenleyebilmesi, tekrar okuma imkânı ile birçok kez gözden geçirebilmesi ve dolayısıyla oluşabilecek kusurları en aza indirmesi mümkündür. Ayrıca yazılı iletileri kopyalama ya da aynı anda birden çok kişiye gönderebilmek de başka bir kolaylıktır (Çiftpınar, 2011: 39). Tüm bunlara ek olarak mesajlaşmalarda herhangi unutulmuş bir söylemin hatırlanması muhtemel görülmektedir (Işık, 2014: 78). İletişim sırasında hata payını en aza indiren bu iletişim

şekli, sağlıklı bir iletişim kurabilme noktasında önemli olmaktadır. Ancak kalıcı olması, istenmeyen herhangi bir durumun kişinin karşısına çıkması, bazen geri bildirimin gecikmeli olması gibi olumsuzluklar söz konusu olduğu için daha fazla dikkat etmek gereklidir (Çiftçınar, 2011: 40).

Günlük hayatta kendini ifade etmek amacıyla kullanılan yüz hareketleri, mimik olarak tanımlanmaktadır. TDK tarafından mimik; “duyguları, düşünceleri belirtecek biçimde yüzde beliren kıvrımları, hareketler” olarak açıklanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2022). Anlık mesajlaşma uygulamalarında insanlar kendilerini günlük hayatta kullandıkları vücut hareketleri ile bağdaştırılmış olan emojiiler sayesinde daha rahat ifade edebilirler. Emojiiler, 1998 yılında Japonya’da mobil cihaz firmasında çalışan Shigetaka Kurita tarafından 176 farklı görsel ifade olarak tasarlanmıştır. 2010 yılında Apple’ın cihazlarında emojiileri desteklemesinden sonra, kullanımı küresel bakımdan bilinirlik ve popülerlik kazanmıştır (Toksöz ve Kahraman, 2017: 248). Emojiilerin yazışma platformlarında kullanılıyor olması birçok duygunun sözcüsü olduğunu belirtmektedir. Çalışmanın ileriki başlıklarında emojiilere ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

### **2.15.3. Çevrim İçi Mesajlaşma Ortamları ve Sosyal Medya**

İletişim, insan birlikteliğinin ağı olarak görülmektedir. İletişim ortamları arasında daha hızlı yaygınlaşmaya sahip olan açık ağ sistemi internettir. Günümüzde özellikle mobil cihazlar üzerinde kullanılan ağ bağlantıları, insan hayatında vazgeçilmez bir unsur olmaktadır (Yeşiltaş, 2010: 323). Mobil araçların internete bağlanabilme özellikleri bireylere her an her yerden kolaylıkla iletişim kurma kolaylığı sağlamaktadır.

Bilgi ve teknoloji çağı olarak bilinen 21. yüzyılda bilişim teknolojilerinde görülen gelişmeler kişilerarası iletişimi, sosyal, kültürel ve ekonomik hayatı farklı bir biçime taşımaktadır. Her geçen gün hızlı bir gelişme gösteren iletişim teknolojileri, bireylere duygu, düşünce ve hislerini paylaşacakları bir fırsat sunmaktadır. Sosyal medya olarak bilinen bu ortam, günümüzde önemli bir etki alanına sahiptir. Toplum tarafından yükselen bir değer olarak kabul görmektedir. Sosyal medya, sürekli güncellenmekte ve kolay erişilebilir olması ile en ideal ortam olarak yer edinmektedir. İnsanları cezbeden nokta, düşüncelerini rahatça ifade etmek, çeşitli fotoğraf ve videolar paylaşmak ve kendilerini bu sayede görünür kılarak iletişim kurma ortamı oluşturmasıdır (Taştan, 2020: 140-144).

Web 2.0 teknolojisinin varlığı ile birlikte ortaya çıkan paylaşım mecralarının nitelikleri Mayfield (2008: 5)’e göre 5 farklı başlık altında toplanmaktadır. Katılım,

açıklık, bağlantılı bulunma, toplum, iletişim kurma şeklinde tanımlanan başlıklar aşağıda açıklanmaktadır:

➤ Katılım: Kişilerarası iletişimde katılımcılara teknoloji sayesinde bir araya gelme imkânı tanınmaktadır. Kullanıcıların herhangi bir içeriği paylaşması, paylaşımlara yorum yapması ve diğer katılımcılarla iletişim kurması durumunu “katılım” olarak yorumlamak mümkündür (Mayfield, 2008: 6).

➤ Açıklık: Yeni teknolojilerle oluşan hizmet servisleri doğrudan ve dolaylı iletişimin öğelerinden olan geribildirim ve etkileşime açıktır. Kullanıcılar herhangi bir araç ya da kişiye ihtiyaç duymadan söz konusu ortamlar sayesinde yorum ve içerik paylaşımı yapabilmektedir. Genelde güvenlik ve gizlilik gerekçesiyle kullanıcıların içeriklere erişimlerine engeller konulabilmektedir (Kırık, 2017: 242).

➤ İletişim Kurma: Geleneksel iletişim araçlarında tek yönlü iletişim söz konusuyken teknolojinin gelişim gösterdiği iletişim ortamlarında çok yönlü iletişim gerçekleştirilmektedir. Sosyal medya, özel ve tüzel kişiliklerin kendilerini yansıttığı, bu sayede iletişim kurdukları bir platformdur (Özdemir, 2017: 7).

➤ Toplum: Teknolojinin sağladığı kolaylık sayesinde topluluk oluşumu ve kişilerarası iletişimin daha hızlı ve etkin bir şekilde gerçekleşmesi mümkün olmuştur. Oluşan topluluklar, çok yönlü iletişime olanak sağlamaktadır.

➤ Bağlantılı Bulunma: Teknolojinin sunduğu imkân ile kişilerarası iletişimin sağlıklı ve geniş ölçekli olmasını sağlayan sosyal medyanın farklı site bağlantılarına linkler yoluyla doğrudan bağlanması bir özellik olarak gösterilmektedir. Sosyal medya içeriğinde yer edinen web sitelerinde haber ve araştırma gibi insan unsurunu temel alan bir konu ile ilgili verilen linkler konuya örnek olmaktadır (Kırık, 2017: 242). İnsan hayatına dâhil olan sosyal medyanın önemine ilerleyen başlıkta yer verilmektedir.

### **2.15.3.1. Sosyal Medyanın Önemi**

Sosyal medya; sosyal hayat, ekonomi, kültür gibi pek çok alanda etki gösteren bir araçtır. Toplum hayatında önemli etkileri bulunan sosyal medyayı şu şekilde yorumlamak mümkündür: Yer ve zaman farkı olmadan toplantı, görüşme veya farklı bir amaçla kişilerarası iletişim gerçekleştirilebilir. Sosyal medya sayesinde kullanıcılar dünyada olan biten her olay ve habere en kısa zamanda kolaylıkla ulaşabilir ve ulaştığı her şey hakkında fikirlerini diğer kullanıcılar ile paylaşabilir. Aynı zamanda sosyal medyadaki reklamlar kişiler tarafından kolayca görülebilir ve yararlanılabilir. Sosyal medyanın tüm bunlar dışında olumsuz etkileri de bulunmaktadır; sosyal medya insanları

birçok konuda bağımlılığa sürüklemekte ve ne kadar iletişim olanağı sunsa da insanları yalnızlığa itmektedir (Çalışır, 2017: 165).

Sosyal medyanın barındırdığı bir kavram olan sosyalleşme, ilk olarak ailede başlamaktadır. Bir çocuğun sosyalleşme alanında yalnızca anne ve babası bulunurken, yaşı ilerleyen çocuğun sosyalleşme alanına yaşlıları eklenmeye başlamaktadır (Dökmen, 1995: 46). Gerçek hayatta arkadaş olarak kabul gören kişiler yüz yüze iletişim kurulan, tanınan, tarafların arasında herhangi bir bağ bulunan ve kendisinden haberdar olunan kişilerdir. Sanal ortama bakıldığında ise durum değişiklik göstermektedir. İnsanlar yalnızca birkaç kez gördükleri ve karşılaştıkları bireyleri sosyal medya üzerinden arkadaş listelerine eklemektedir. Hatta çoğu insan, sosyal medya hesabındaki arkadaş sayısının fazla olması ile övünmektedir. Bu haldeyken bile, gerçek hayatta bu arkadaşların çok azıyla iletişime geçmektedir. Gerçek hayatta insanlar hayatı yaşıyor durumdayken, sosyal medya ortamlarında o hayatı seyretmektedir. Sosyal medya sayesinde kullanıcılar hem sosyalleşme hem de bireyselleşmektedir. Bu tür sosyalleşme “hareketsiz sosyalleşme” olarak anılmaktadır (Binark, 2007: 23).

İnsanların kendini tanıtmaya fırsatını elde ettiği bir ortam olan sosyal medya; diğer kullanıcılarla tanışma ya da önceki zamanlarda tanıdıkları insanlarla iletişim ve etkileşimlerini devamlı kılma olanağı buldukları bir mecradır. Bu yönüyle değerlendirildiğinde sosyal medyanın kişilerarası iletişime katkı sağladığında söz etmek mümkündür. Keza sosyal medya platformu, kişilerin ilişki ve iletişimlerinin artmasına ve devam ettirilmesine olanak tanımaktadır (Çalışır, 2015: 119).

#### **2.15.4. Sosyal Ağlar**

Günümüzün yaygın kullanılan iletişim aracı internet olarak gösterilmektedir. İnsanları internet kullanımına sevk eden etkenler arasında toplumun ve hayatın gerekleri yer almaktadır. Günümüzde Facebook, Instagram, Whatsapp gibi ağlarda hesabı bulunmayanlar, toplum tarafından dışlanma vb. tepkilere maruz kalmaktadır. Bir kişinin gelişim düzeyini belirten önemli noktalardan biri, adı geçen ağlarda hesap bulundurma zorunluluğunun olduğu yönünde bir algının olmasıdır. Bu ağlarda hesap açmamış kişiler çağın gerisinde kalanlar olarak nitelendirilmektedir. Sosyal ağ, düğüm olarak isimlendirilmiş kişilerden meydana gelen ve bu düğümleri kullanıcılar arasında çeşitli ilişki ve etkileşimle birbirlerine eklemleyen yapı şeklinde anlatılmaktadır (Karcı ve Boy, 2011: 154). Bu platformlar, kullanıcıların kendine özgü bir ortam yaratarak ilgili mecrada farklı katılımcılarla bağlanmalarına, dijital olarak fotoğraf, video, bilgi vb.

paylaşımlarda bulunmalarına ve bunun sonucunda etkileşime geçmelerine olanak tanıyan sanal mecralar olarak adlandırılmaktadır (Özmen, 2009: 146).

Sosyal ağlar, yaş kısıtlaması bulunmadan her kişinin ilgili alanlarda iletişim kurmasına, vakit geçirmesine imkân sunmaktadır. Söz konusu ağların bireylere sunduğu bu avantaj bireyler üzerinde bağımlılık da oluşturabilmektedir. Uykudan uyanan bir kullanıcı, mobil cihazı ya da diğer internet tabanlı cihazları sayesinde sanalda edindiği arkadaşlarının paylaşımları ile etkileşime geçebilmektedir. Ayrıca sosyal ağlar, kullanıcılarına paylaşımlarının altına yorum yapabilme ve mesajlaşma özellikleri ile bir iletişim ortamı sağlamaktadır (Taştan, 2020: 140).

Yüz yüze kurulan iletişimlerin sosyal medya araçlarına taşınmasıyla iletişimde bazı farklılıklar oluşmuştur. Bu farklılıklar aşağıda açıklanmaktadır.

#### **2.15.5. Yüz Yüze İletişim ve İnternet Tabanlı İletişim Farklılıkları**

İletişim türleri arasında sözlü iletişimde kendini gösteren yüz yüze iletişim, diğer türlere göre en çok kullanılan türdür. Yüz yüze iletişimde kaynak, karşı tarafın algı, davranış ve mesaja olan tepkilerini iletişime eş zamanda öğrenebilmektedir. Yüz yüze iletişim diğerlerine göre daha etkili sonuçlar vermesi nedeniyle daha yaygın kullanıma sahiptir (Çiftınar, 2011: 34). Bunun sebebi ise alıcının iletişime anında dâhil olabilmesidir. Doğrudan yüz yüze gerçekleşen iletişimden başka kişilerarası iletişim başlığında bulunan bir başka öge ise “aracılı iletişim”dir. Bahsedilen iletişim türü yüz yüze iletişimden, eş zamanlı veya eş zamansız olarak gerçekleşmesiyle ayrılmaktadır (Gökdağ, 2016: 42).

Sosyal mecralar, ağ tabanlı toplumun yapılanmasında yeni iletişim teknolojilerinin en yetkin kullanıldığı ilkelerin başında gelmektedir. Ağlar, kullanıcılarının kişisel ve toplumsal gereksinimlerini karşılamak amacıyla kurulmuş, paylaşma, ilgi alanlarını keşfetme, yeni ilişki kurma ya da var olan ilişkiyi sürdürme gibi farklı birçok işlevi yerine getirme imkânı sunmaktadır. Yeni iletişim teknolojileri güçlü yapısı ile kullanıcılarının bir araya gelerek belirli gruplar oluşturabilecekleri bir yapıda tasarlanmıştır (Altunay, 2015: 421). Bu özelliği ile yüz yüze gelinmesi mümkün olmayan kişileri bir araya getirerek iletişimde bir kolaylık sağlamaktadır.

Bireylerin hızla ağ tabanlı bir dünyayla uyum sağlaması bir yana, insani ilişkilerin zayıflaması da ön plana çıkmaktadır (Şeker, 2012: 14). Bu sebeple kişilerarası iletişimi olması gerektiği gibi şekliyle yerine getirmek gerekmektedir. Mobil üzerindeki iletişimde yüz yüze iletişimde kullandığımız ulaşılmaması hedeflenen sonuç, sözcük, ses, jestler, yüz ifadeleri, algı, dış görünüm, koku ve temas etme etkenleri direkt ve dolaylı

etkenler şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Bu etkenlerden görünüş, yüz ifadeleri ve beden hareketleri dolaylı etken olarak adlandırılırken, diğerleri direkt etken olarak ifade edilmektedir. Çünkü bu etkenler ses tonuna yansıtıldığı sürece herhangi bir etki oluşturma gücüne sahiptir (Özçay, 2003: 15).

İnternet tabanlı iletişim, yüz yüze iletişimden farklı olmasının yanı sıra bazı değişimlere sebebiyet vermektedir. Aşağıda devam eden başlıkta bu değişimlerden söz edilmektedir.

#### **2.15.6. Yeni İletişim Teknolojilerinin Değişime Etkileri**

Yeni iletişim teknolojileri hayatta tüm alanlarda etkisini ortaya koymakta, toplumun değişimine katkı sağlamaktadır. McLuhan medyanın sosyal bir bağımlılık eğilimi ve kişisel yaşamın bütün eğilimlerini yeniden inşa ettiğini söylemektedir. Ağlardaki bu dönüşüm insanları, düşünce ve davranışlarını ile oluşturdukları düzeni yeniden gözden geçirmeye yöneltmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin insanların aile, iş, akrabalık, eğitim gibi pek çok ilişkilerini değişikliğe uğrattığı, hatta söz konusu değişikliğin fazlasıyla hızlı ve büyük bir biçimde gerçekleştiği belirtilmektedir (Tremblay, 2012: 564). Diğer yandan iletişim teknolojilerinin ülkenin yapısında ve dönüşümünde etkin bir rol oynadığı dillendirilmektedir. Innis'e göre yeni iletişim teknolojileri toplumsal örgütlenme şekillerinde de etkili olmaktadır. Kısaca toplumsal iletişim araçlarında kontrol sağlayan ve denetim yapan grup, hâkimiyeti kendilerinin üzerine alabilmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ortaya çıkarak yeni bir örgütlenmeye ve toplumun tamamında değişime yol açmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 142).

Teknolojinin gelişimi, internetin aktif bir etkileşim sağlayan iletişime dönüşmesine sebep olmaktadır. İnternet insan hayatına hızla nüfuz ederek anında geribildirim alma imkânını geleneksel medyadaki geribildirime kıyasla çok daha kolaylaştırmaktadır. Bir internet kullanıcısı, internet ortamı üzerinden herhangi bir paylaşım, mesaj ya da durum gibi iletişim kurabileceği noktalarda anında yanıt ve aynı şekilde karşılık alabilmektedir. Bu konu da insan hayatında aktif etkileşimli bir iletişim sağlamakla beraber geleneksel medya iletişimini değil, yeni iletişim teknolojilerinin kullanıldığı bir iletişimi tercih etmelerine neden olmaktadır (Karakaya, 2020: 14).

Yeni iletişim ortamları; mesajları olabildiğince fazla kişiye yayma imkânı, düşük maliyetli ve dünyanın her köşesine kolay erişim sağlaması gibi artırılabilir birçok özelliği sayesinde toplumsal hareketlerde de değişim ve dönüşüm sağlamaktadır. Toplumsal hareketlerin yüz yüze veya geleneksel medya kullanılarak yayılması oldukça güç olması sebebiyle yeni iletişim ortamlarından duyuruları yapılmaktadır. E-posta

servisleri, web siteleri, sosyal medya uygulamaları ve diğer internet tabanlı platformlar, fiziki olarak bir arada olmayan bireyleri örgütlenme noktasında güçlü bir araç olmaktadır (Karakaya, 2020: 15).

İnternet, sanalda yer edinmiş büyük bir etkileşimle birlikte büyümektedir. Gün geçtikçe söz konusu etkileşimler, insanlığın fiziki gerçekliğin aynı deneyimi yakalamayı kollayan fiziki olmayan internet tabanlı ortamlara geçişini sağlayan ve önemli başka yenilikler yaratmaktadır (İralı, 2016: 415). Bu bağlamda yeni iletişim teknolojilerinin daha aktif bir hal aldığını söylemek mümkündür. Sanal iletişime olanak sağlayan mecralar sayesinde kullanıcılar, farklı kültür ve toplumlarda yaşayan diğer kullanıcılar ile etkileşim halinde olabilmektedir. Yeni iletişim mecraları dünyanın her yerine ulaşım konusunda kolaylık sağlamış ve yüz yüze iletişim kurma şansının çok zor olduğu kişileri birbirlerine bir cihazdan ulaşabilecek kadar yakın kılmaktadır.

Yeni teknolojilerle birlikte yeni kültürel formlar ve ürünler meydana gelmiş, kültür dönüşüm geçirmiş ve yeni teknolojilerin oluşturduğu bir siber kültür alanı göze çarpmaktadır. Siber kültür kavramı 1990'lı yıllarda kullanılmaya başlamıştır. Gün geçtikçe genişleyen bir kavram olarak anlatılan siber kültürle ilgili araştırmalar birey ve dijital teknolojilerin birlikte, hangi şekilde var olduğunu ve etkileşime girdiğini düşünme yöntemi olarak görülmektedir (Bell, 2007: 52). Buna göre siber kültür bütünleşik temsil ve yöntemlerin matrisi olan siber ortamdaki ya da siber ortamın biçimlendirdiği yaşam şekli olarak görülmektedir. Siber kültür ortamı, yeni iletişim teknolojilerinin insan yaşamını ve bu yaşamdaki temsilleri, anlam ve imajları hangi tarzda değişim ve dönüşüme uğrattığı noktasında düşünmek anlamına gelmektedir.

Yeni iletişim teknolojilerinin kültür nezdinde etkilerini belirten “kültürün bilgisayarlaşması” şeklinde bir kavram yer almaktadır. Bu kavram; sanal dünyalar, web siteleri, çeşitli bilgisayar oyunları vb. yeni kültürel formaların ortaya çıkmasına yol açtığı gibi sinema ve fotoğraf gibi eski formları da dönüşüm ve değişime uğratmış, hatta yeniden tanımlamıştır. Yeni medyayla ilgili tüm ürün ve hizmetler yeni medyanın objeleri olarak tanımlanmaktadır. Söz konusu yeni medya objelerinin aynı zamanda kültürel objeler olduğu açıklanmaktadır. Bu nesneler fiziksel olarak dünyada hali hazırda bulunan objeleri temel alarak bu nesneleri temsil eder şekilde inşa edilmektedir (Manovich, 2001: 21). Kısacası yeni iletişim teknolojilerinin meydana getirdiği mecralarda yeni bir kültür de meydana getirilmektedir.

Yeni iletişim teknolojilerinin dönüşüm ve değişime uğrattığı bir diğer alan sanattır. Sanat yapıları da teknolojiye faydalanarak sanat eserleri dijitalize edilmiş ve çok geniş alanlara sergilenme şansı bulmuştur. 19. yüzyılda geliştirilen yeniden üretim

teknikleri sayesinde sanat eserlerinin sergilenme konusunda nitelikler artırılırken, çağımızda teknolojik imkânlarla sanat eserleri bilgisayar, mobil cihaz ve tablet gibi araçların ekranlarına taşınmaktadır. Bahsi olan konunun en uygun örneklerinden biri Avrupa Birliği'nce gerçekleştirilen “Europeana” projesidir. Proje, Avrupa kültürel mirasına insanların tek odaktan pek çok dil seçeneği ile erişimi sağlanan kültürel değeri bulunan sanat eserlerinin sanal bir ortamda sergilenmesini sağlamaktadır. Proje kapsamında kurulan web sitesinde kültürel ürünlerin ağ ortamında sergilendiği dijital sergiler de yer almaktadır. Proje Avrupa kültür ürünlerinin toplumun tamamına erişime sunulması, yeni iletişim teknolojilerinin sosyo-kültürel manada oluşturduğu değişim ve dönüşüme örnek olmaktadır (Başlar, 2013: 3). Bu konu McLuhan'ın yeni iletişim teknolojilerinin dünyayı küresel bir köye çevirdiği savunmasına bir örnek olarak göze çarpmaktadır. Bir birey dünyanın neresinde bulunursa bulunsun Avrupa'daki müzeye elinde bulunan dijital bir cihaz ile erişim sağlayabilmektedir.

Innis, yeni iletişim teknolojilerinin toplumsal dönüşümde etkiye sahip olduğunu ifade etmektedir. Bu bakış açısıyla bakıldığında özellikle internetin ve dijital teknolojilerin toplum üzerinde demokratik anlamda bir dönüşüm sağladığı ve bilginin tekel olmasının önüne geçtiği görülmektedir. Bu konu ise sosyal ve kültürel anlamda önemli değişikliklerin yaşanmasına neden olmaktadır (Comor, 2001: 286). 2013 yılında sosyal medya üzerinde bazı ülkelere yayılan “Arap Baharı” gibi toplumsal gelişmeler yeni iletişim teknolojilerinin etkisini ortaya koymaktadır (Tekmen, 2019: 36).

Kişilerarası iletişim olan yüz yüze iletişimin zamanla kaydığı teknolojik uygulamalar bulunmaktadır. Bu uygulamalar insanlara kişilerarası iletişim yolunda imkân tanımakla beraber yüz yüze iletişim eksikliğini kapatmak amacıyla bünyesine her an yenilik katmaktadır. Söz konusu uygulamalardan çalışmanın devamında bahsedilmektedir.

#### **2.15.7. Yeni İletişim Teknolojilerinde Yer Edinen Uygulamalar**

Devamlı olarak değişim ve gelişim sergileyen internet, sosyal medya ile kendi içinde altın devrini sürdürmektedir. İnsanların yaşamlarına nüfuz eden bu devirde pek çok insan tanıdıklarıyla görüşmek, onların paylaşımlarına bakmak, birbirlerine mesaj göndermek ve almak aynı zamanda boş zamanlarını değerlendirmek ve eğlenmek, bilgiye haberlere erişebilmek, gündemden haberdar olmak amacıyla sosyal medya uygulamalarını kullanmaktadır (Solmaz vd., 2013: 24). İletişim kurmaya yarayan belli başlı sosyal medya araçları konuyu takip eden başlıklarda açıklanmaktadır.



### 2.15.7.1. Facebook

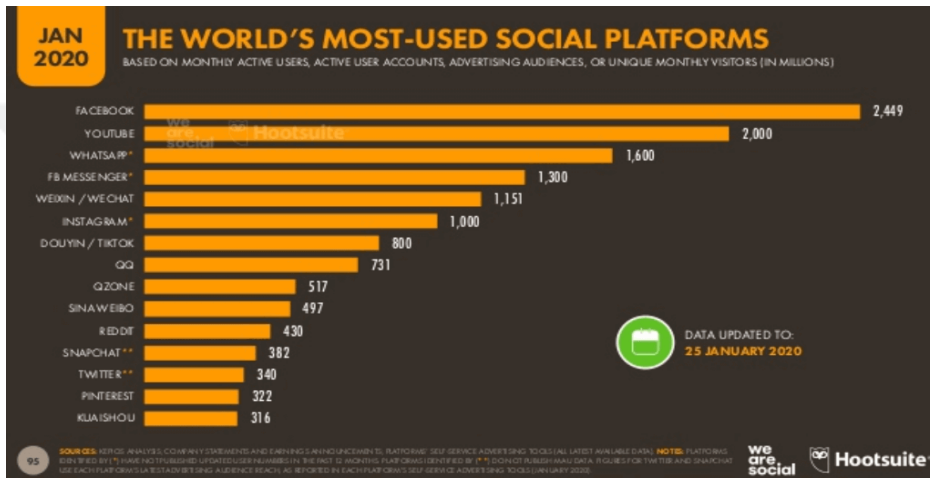
2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulan Facebook bugün 10.000'i aşkın çalışan barındırmakta ve "Sosyal Ağ" kavramının insan hayatında yer edinmesine sebep olan devasa bir şirket olmuştur. Facebook'un kuruluşu incelendiğinde ilk olarak eski zamanlarda üniversitelerde yürütülmüş olan sosyal ağ projeleri görülmektedir. Kolombiya Üniversitesi gibi üniversitelerde o zamanlarda öğrencilerin birbirleri ile kurdukları iletişimlerini kuvvetlendirmek amacıyla geliştirilen platformlar varken Zuckerberg bu noktada farklı fikirlerle kendini göstermemiş; fakat üniversitelerin ne denli güçlü olduğu düşünüldüğünde zincirin en güçlü halkası olması sebebiyle Harvard Üniversitesi'nde başlaması Facebook'a şans tanımıştır. Daha sonra Boston Koleji ve MIT gibi köklü üniversitelerde yaygınlaşması ile birlikte Facebook fazlasıyla güç almıştır. Zuckerberg, bir Avrupa ya da Uzakdoğu ülkesinde bulunan herhangi bir üniversitede öğrenci olsaydı eğer muhtemelen Facebook günümüz konumunda olamayacaktı (Ayan, 2016: 97).

Facebook'un kullanım amaçları genel olarak şu şekilde sıralanabilir: Yeni arkadaşlar kazanma, takipçisi olduğu kişileri denetleme ve gözetleme, fotoğraf, video, resim, müzik veya bir fikir düşünce ya da herhangi bir yazı paylaşma; tek ya da birçok kişiyle oyun oynama, siyasal, ticari, topluluk oluşturma veya ihbar amaçlarıyla kullanılabilir (Toprak vd., 2009: 44). Facebook milyonlarca kullanıcıya sahip bir platformdur. Şubat 2004 tarihinden yakın zamana kadar her yeni günde beş yüz bin kullanıcı bu uygulamaya kaydolmuştur. Farklı bir ifadeyle, her altı saniyede yeni bir hesap açılmıştır (Smith, 2019). Facebook hesabı bulunanlar sosyal ağlarda kendilerini daha iyi hissetmektedir (Kross vd., 2013: 3).

Sosyal medya uygulamalarına bakıldığında Facebook'un en fazla kullanıcı kitlesine sahip olduğu görülmektedir. Facebook ırk farkı gözetmeksizin dünyadaki tüm bireylere hizmet vermesi ve kuruluşundan bu yana hiçbir ücret bulundurmaması ve gelecekte de ücretsiz devam edeceğini bildiren sloganı ile gün geçtikçe kullanım ve tutulma oranını artırmaktadır. Kolay ve açıkça anlaşılır bir uygulama olmasıyla kendini önemli kılmaktadır. En gözde amacı da insanlara bir iletişim ortamı sunmak ve diğer sosyal medya uygulamalarına Facebook yoluyla ulaşım sağlamaktır (Karakaya, 2020: 24).

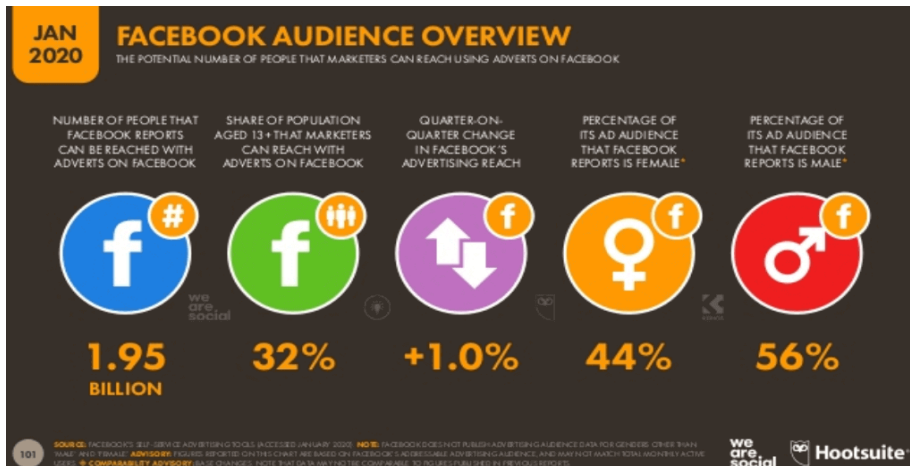
İletişim teknolojilerinde görülen gelişim zaman ve mekân kavramını ortadan kaldırmıştır. Teknolojinin gelişim ürünü ve sosyal medya mecralarından biri olan Facebook diğer mecralar gibi kullanıcıları arasındaki uzaklığı yok etmekte ve özgür bir iletişim ortamı sağlamaktadır. Facebook'un kullanım oranı arttıkça insanların gündelik

yaşamda iletişim süreçleri de değişiklik göstermektedir. İçerdiği çoklu ortamlarla, kullanıcısına sanal âlemde gerçek olan bir iletişim ve etkileşim gerçekleştirmelerini amaç edinmekte aynı zamanda kullanıcılarından kendileri hakkında oldukça detaylı bilgiler sunmalarını talep etmektedir. Böylece kullanıcılar diğerleri hakkında bilgilere erişim sağlayabilmekte ve gerçek hayatta konuşma ile edinemeyecekleri bilgileri Facebook aracılığıyla edinebilmektedir. Söz konusu durum insanlarda merak duygusunu dürtüleyerek aralıksız şekilde Facebook uygulamasında bulunma ve kalma hissini yaratmaktadır (Atan ve Işık, 2018: 221-222). Bu durum insanların Facebook'ta fazla zaman geçirdiklerini göstermektedir.



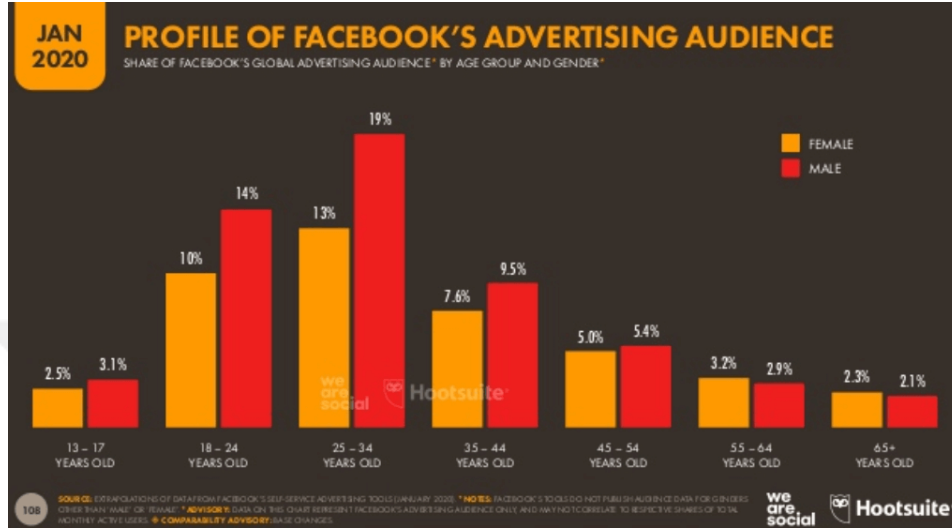
Şekil 2.Dünya'da en fazla kullanılan sosyal medya ağıları (We Are Social, 2020).

We Are Social tarafından yayınlanan, dünyada sosyal medya kullanım istatistiklerine bakıldığında Şekil 2.'ye göre en fazla kullanıma sahip olan Facebook'ta 2.49 milyar kullanıcı bulunmaktadır. Verilerde de görüldüğü üzere Facebook 2020 yılında da en fazla kullanıcıya sahiptir.



Şekil 3. Facebook katılımcı istatistiği (We Are Social, 2020).

Şekil 3.'te Facebook uygulamasının reklam yoluyla hedef kitlesine ulaşarak onların Facebook'a kaydolmasını sağlama amacıyla 2020 yılında hangi oranda başarılı olduğunu göstermektedir. Geçtiğimiz yıllara göre Facebook, reklam ile erişilen hedef kitle sayısını azaltmaktadır. Cinsiyete göre kullanım oranına bakıldığında ise %44 kadın, %56 payında da erkek kullanıcı barındırmaktadır.



Şekil 4. Facebook kullanıcılarının yaş dağılımları (We Are Social, 2020).

Şekil 4.'e göre Facebook'ta reklam kitlesine göre %32 oranında 25-34 yaş aralığında bir kitle bulunmaktadır. %24 oranında ise 18-24 yaş aralığına rastlanmaktadır. Buradan anlaşıyor ki Facebook pay olarak genç bir kitleye sahiptir. Fakat gün geçtikçe yaş oranında artış gözlemlenmektedir. Buna sebep olarak da teknolojik cihazların orta yaş ve üzerinde de kullanılmaya başlamış olması görülmektedir.

En fazla kullanıcı kitlesi bulunan Facebook; günümüzde sadece sosyal bir ağ olarak görülmeyip, tüketici toplumun oluşturduğu kimlik karmaşasında kendini gerçekleştirememiş bireylere, narkozu türevi bir dijital sakinleştirici rolü biçilmektedir (Ayan, 2016: 102). Facebook vb. ağlar iletişim kurma, araştırma yaparak bilgi sahibi olma, eğlenme, yeni bir çevre edinme gibi nedenlerle de kullanılmaktadır (Çalışır, 2017: 171). Yararları ve zararları çokça tartışma konusu olan Facebook, ne kadar iletişim kurmak, sosyal bir çevre edinmek gibi birçok sebep uğruna kullanıyor olsa da kullanımına özen gösterilmesi, dikkat edilmesi gereken bir sosyal mecraadır.

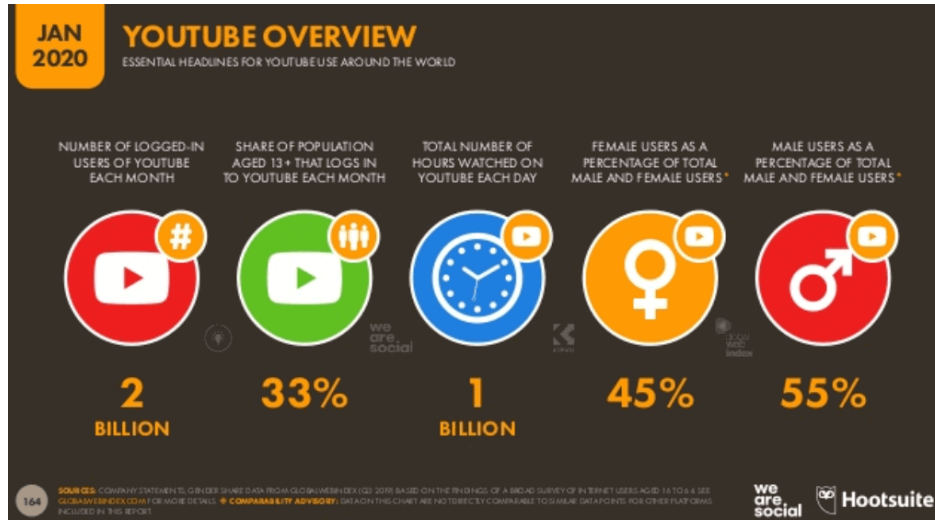
#### 2.15.7.2. Youtube

Youtube kullanıcıların video türünde içerikler yüklediği, kendilerine ait Youtube kanalı oluşturabildiği, video paylaşım temelli forumlar aracılığıyla topluluklara

katılabildikleri ve içeriğinin çoklu ortam olanaklarının niteliği bağlamında etkili bir medya olarak görülen, bu özellikleri ile sosyal ağlar içerisinde öne çıkan ve farklılaşan bir uygulamadır (Erişti, 2016: 4). Youtube, diğer uygulamalardan kullanıcılarına video içerik paylaşımı imkânı sunmasıyla ayrılmaktadır.

Youtube, çevrim içi bir firma olan PayPal’de görevli Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim tarafından 2005 yılı Haziran ayında kurulmuştur. Böylece yaygın bir şekilde çevrim içi olarak video paylaşım amacı bulunan birkaç rakipten biri olmuştur (Burgess ve Green, 2011: 1). Son zamanların popüler çevrim içi video sitelerinden biri olan Youtube, kullanıcılarına [www.youtube.com](http://www.youtube.com) adresinden istedikleri zaman, milyonlarca video izleme ve yükleme olanağı vermektedir. Youtube kelimesindeki “tube” Cathode Ray Tube diye bilinen televizyon tüpünden esinlenerek Youtube şekline getirilmiştir (Kırık, 2010: 7).

2006 yılında Google tarafından 1.65 milyar dolara satın alınarak işleyiş düzeni Google ekibince tazelenmiş ve daha fazla kişiye ulaşılmıştır. Youtube’ta ilk slogan “Dijital Video Deponuz” anlamında olan “Your Dijital Video Repository” olarak bilinmekteydi; fakat daha fazla kullanıcıya ulaşıldığında popülerlik kazanmış ve “Broadcast Yourself” şeklinde “Kendini Yayınla” olarak değişiklik göstermiştir (Burgess ve Green, 2011: 4).

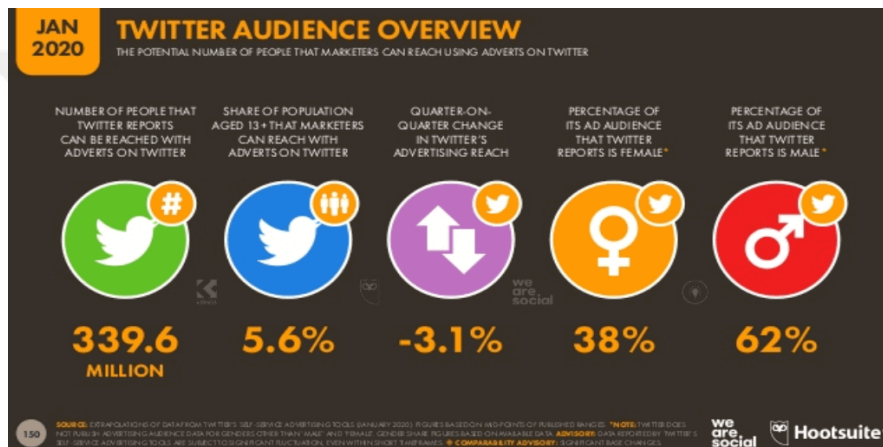


Şekil 5. Youtube katılımcı istatistiği (We Are Social, 2020).

İlgili görsel Şekil 5.’e bakıldığında 2020 yılında yapılan istatistiğe göre Youtube kullanıcı sayısı 2 milyar olarak görülmektedir. 2 milyar kullanıcı içerisinde %45 kadın , %55 ise erkek kullanıcı bulunmaktadır. 2020 yılı analizlerinde Youtube Facebook’tan sonra en çok ziyaret edilen ikinci platform konumundadır.

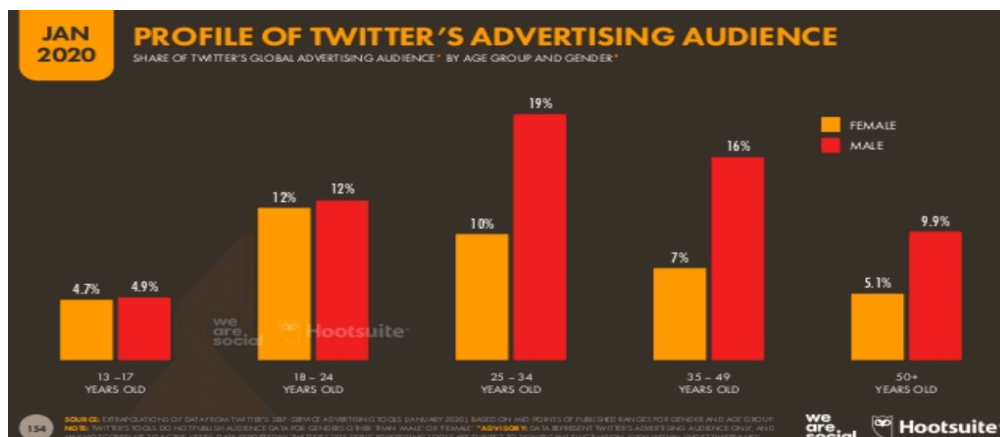
### 2.15.7.3. Twitter

Twitter, 2006 yılında Amerika’da 14 arkadaşın sohbet ettiği sırada Jack Dorsey’in o anda yaptıkları etkinliği diğer arkadaşlarına mesaj aracılığıyla iletme fikri ile ortaya çıkmıştır (<https://about.twitter.com/tr.html>, 2020). Sanal bir araç olan sanal mecra ağları Gürkaynak vd. (2016: 9) tarafından elde edilen araştırma sonuçlarına göre, Facebook ile Twitter insanlar tarafından daha çok sosyalleşme niyetiyle tercih edilmektedir. 2013 yılında “internetin sms’i” olarak anılan ve en fazla ziyarette bulunulan 10 ayrı internet sitesi içinde yerini almıştır (Karakaya, 2020: 31). Dünyanın en çok tercih edilen sosyal medya platformlarından olan Twitter; diplomasi, sokak hareketleri, çeşitli etkinlikler gibi birçok alanda yer alarak etkisini göstermektedir.



Şekil 6. Twitter kullanıcı istatistiği (We Are Social, 2020).

Şekil 6’da iletilen Twitter kullanım analizine bakıldığında 339.6 milyon kullanıcı içerisinde erkek kullanıcıların çoğunlukta olduğu görülmektedir. Facebook ve Instagram’a göre erkek kullanıcı sayısı yüksek olan bir diğer sosyal medya platformu Twitter’dır.



Şekil 7. Twitter kullanıcılarının yaş dağılımları (We Are Social, 2020).

Şekil 7'ye göre Twitter kullanıcılarının yaş dağılımlarına bakıldığında erkeklerde 25-34 arası yaş dağılımı fazlayken, kadınlarda 18-24 yaş arası çoğunluktadır. Twitter'da yaş arttıkça katılım seviyesi dikkate alınarak yaşlara göre eşit bir dağılım olduğu görülmektedir.

Twitter'ın dünyada bireyler ve kurumlar arasında da popüler şekilde kullanılmasının nedeni, haberleşme ve iletişim imkânlarını kolayca sağlamasıdır. Ayrıca şirketler için pazarlama ve reklam konusunda etkin bir rol üstlenmektedir (Karakaya, 2020: 35).

#### **2.15.7.4. Whatsapp**

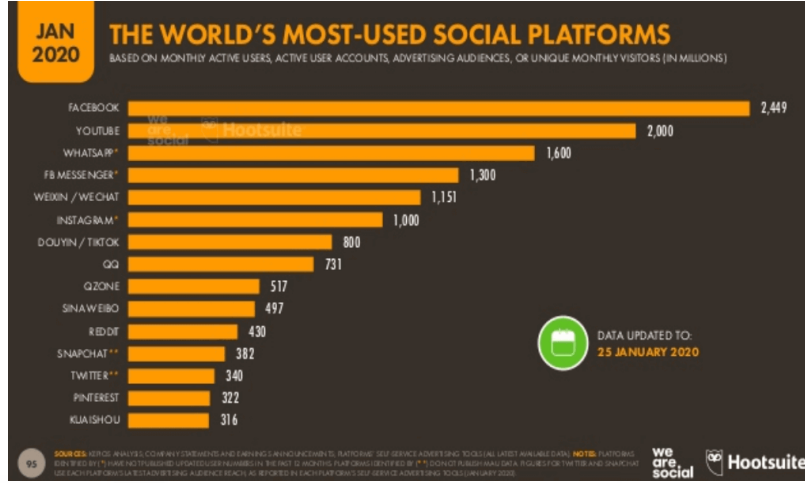
SMS'e alternatif olarak 2010 yılında kurulan Whatsapp platformunun kurucuları daha öncesinde 20 yıl Yahoo'da görev yapan Jan Koum ve Brian Acton'dır. 2014 yılında Facebook örgüsüne katılan Whatsapp, yazışma hizmetini geliştirme niyetine odaklanmak için başka bir platform olarak hizmet vermeye devam etmektedir (<https://www.whatsapp.com/about/>, 2020).

Whatsapp bire bir sohbet ortamı sunan, birden çok iletişim ve grup iletişimlerine de olanak sağlayan (Seufert vd. 2016: 17) sesli iletişime ek olarak metin, belge, görüntü, video ve konum gibi farklı türden birçok medyanın karşı taraflara gönderilmesi veya alınmasına imkân tanıyan, kullanıcılar arasında popülerliği artan bir mecraadır. Ücretsiz olması, farklı bir uygulamaya kaydolmayı gerektirmemesi, hızlı ve basit bir ileti gönderme imkânı ve emoji kullanımı gibi avantajlar Whatsapp'ı diğer mesajlaşma platformlarından ayırmaktadır. Whatsapp kullanımını artıran nedenlerden bir diğeri de kullanıcılarının telefon numaralarını kimlikleri gibi kullanabilmeleridir (Uzun ve Uluçay, 2017: 222).

Whatsapp 180'den fazla ülkede 2 milyardan çok kullanıcı kitlesine sahiptir. What's Up (ne haber) kelimesinden oluşturulan Whatsapp adı bir sözcük oyunu ile türetilmiştir (<https://www.whatsapp.com/about/>, 2020). Dünyanın tüm noktası ile internet aracılığıyla sesli ve görüntülü görüşme imkânı bulunmaktadır. Daha çok mobil cihazlar üzerinde kullanılan söz konusu uygulama Whatsapp Web sayesinde farklı ortamlarda da masaüstü cihazlarda kullanılabilir.

Göncü (2018: 608) tarafından 1977-1994 yıllarını kapsayan Y kuşağı üzerinde yapılan araştırmaya göre; katılımcıların mobil cihazlarına Whatsapp uygulamasını kullandıktan sonra arkadaş çevreleri veya aileleriyle önceki zamana kıyasla daha yakın bir iletişimde bulundukları görülmüştür. Diğer mesajlaşma uygulamalarına göre

kullanım oranının yüksek bir paya sahip olması iletişim kolaylığı sağladığını destekler niteliktedir.



Şekil 8. En çok kullanılan sosyal medya mecraları (We Are Social, 2020).

Şekil 8’den anlaşılacağı gibi en fazla kullanıma sahip olan sosyal medya uygulamalarına göre ilk sırayı Facebook alırken devamında Youtube ve Whatsapp gelmektedir. 1.6 milyar kullanıcı kitlesine sahip olan Whatsapp mesajlaşma uygulamalarına kıyasla en çok kullanıma sahiptir.

Branding Türkiye’nin 2019 istatistiklerine göre elde edilen veriler şu şekildedir (Branding Türkiye, 2020):

- 180’den fazla ülkede kullanılan Whatsapp’ın aktif kullanıcı sayısı 1,5 milyarı geçmektedir.
- Bir gün içerisinde 300 milyon kişi platforma giriş yaparken gün içerisinde kullanıcıları tarafından 23 kez giriş yapılmaktadır.
- Whatsapp, dünyada en fazla indirilen üçüncü uygulama olarak görülmektedir.
- Whatsapp’a her gün 1 milyon kişi yeni hesap oluşturmaktadır.
- Whatsapp’ta günde 65 milyar mesaj gönderimi ve 55 milyon görüntülü görüşme gerçekleşmektedir (Yıldız, 2019).

Bahsedilen sosyal ağlar üzerinde oluşturulan kişilerarası mesajlarda özellikle duygu durumunu ifade etmeye yardım eden “emojiler” bulunmaktadır. Emojilerin oluşumu, gelişimi ve günümüzde ki hali konuyu devam eden başlıklarda detaylı olarak ele alınmaktadır.



## 2.16. Hiyeroglifler ve Emojiler Arasındaki Bağ

Emojiler doğrudan nesneleri resmetme ve kelimelerin yerine geçme (logografik) işlevlerine sahiptir. Birçok yazı sistemi öncelikli olarak resimsel şekilde ortaya çıkmış ve sonradan logografik (bir kelimeyi temsil etmek için kullanılan harf, sembol veya işaret), ideografik (bir yazıda geçen kelimenin harflerinin gizlenip onun yerine doğrudan doğruya fikri ifade edebilen işaret) ve alfabetik sistemlere dönüşmüşlerdir. İlk olarak nesnelerin birebir karşılığının resmedildiği piktogramlar (Bir eşya, mekân, süreç veya kavramı resmetme yoluyla temsil eden semboldür) oluşmuş daha sonra bahsedilen resimler duygu ve düşünceleri açıklayan ideogramlara evrilmiştir (Danesi, 2016: 3).

İnsanlık tarihinde taş, mağara veya farklı nesneler üzerine çizilen şekillerle oluşturulan dil, günümüzde emoji olarak toplum içerisinde yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Genellikle dijital ortamlarda gelişen emoji, hızla dünyanın her bölgesinde kabul görmüştür. Bugün “emoji” olarak adlandırılan yazı-resim görselleri bir anda ortaya çıkmamış, çeşitli aşamalardan geçerek bugüne ulaşmıştır. Hiyerogliflerden başlayarak, piktogramlar olarak devamlılığını sağlamış ve bugün emoji olarak adlandırılmıştır (Aral, 2018: 435).



Şekil 9. Hiyeroglifler ve emojiler (Sev, 2018: 737).

Şekil 9’da görüldüğü üzere Mısır hiyeroglifleri ve emojilerin karşılaştırılması, emojilerin oluşumunun hiyerogliflere dayandığını daha net göstermektedir. Bu resimdeki bir fark, hiyeroglifler belirli kişilerce okunabilirken emojiler herkes tarafından anlaşılmaktadır. Semboller üzerine kurulu iletişim geçmişten günümüze



kadar köklü bir şekilde aktarılmıştır. Bu aktarımın en genel sebebi evrensel, hızlı ve anlaşılır olmasıdır. Örneğin, ayrı dilleri konuşan iki farklı birey birbirlerinin söylediklerini anlamayabilir; fakat aralarında gülen ya da ağlayan surat emojiyi paylaştıklarında duygusal durumlarına ilişkin bir çıkarımda bulunabilir (Yılmaz, 2017).

### **2.17. Emoticonların Ortaya Çıkışı**

Çalışmanın konusunu oluşturan emoticon teriminin genel kabul gören bir tanımına dikkat çekilmektedir. Emoticonlar Rezabek ve Cochenour tarafından yazarın yüz ifadesi veya içinde bulunduğu duygu durumunun metinsel bir yüzü olarak tanımlanmaktadır (Rezabek ve Cochenour, 1998: 201). Daha genel bir tanımla duygu ve simgenin birleşiminden oluşan (Gürçayır, 2009: 113), kelimeler olmadan duygular veya bilgilerin iletilmesi için belirli noktalama, sayı ya da harflerin bir araya getirilerek elde edildiği simgeler olarak açıklanmaktadır (Dresner ve Herring, 2010: 255).

Emojilerin bir önceki basamağı olan emoticon kavramı bilgisayar aracılı iletişimde yer alan gülen yüz ☺, asık surat ☹ gibi grafiksel işaretleri açıklamaktadır. Bu ifadeler çoğunlukla, dilbilimselle paralel bir iletişim kanalı ile iletilen duygu göstergeleri olarak tanımlanmaktadır. Emoticonlar yazılı metinlere ilk kez 1982’de Scott Fahlman tarafından eklenmiştir (Krohn, 2004: 323). Bu evreden sonra yüz ifadelerini taklit etmekle birlikte giderek artan farklı biçimlerde simgeler geliştirilmiş, bazı sözlük ve web sitelerinde kategorize edilmiştir (Dresner ve Herring, 2010: 249).

### **2.18. Emoji**

Son yüz yıla baktığımızda telefon, televizyon ve daha sonra internetin ortaya çıkmasıyla iletişim dijitalleşmiş toplumsal bir değişim ve dönüşüm başlatmıştır. İnternet kullanıcıları dili dijital ortamlarda aktif bir biçimde kullanarak bir başkasıyla iletişim kurabilmektedir. Yazı, fotoğraf ve video gibi iletişim araçlarının yanı sıra kelime ve resmin birleşimi olan emojiler de bu süreç içerisinde iletişim ihtiyacına ortak olmaktadır (Çakmak ve Çekiç, 2019: 15-16).

Emoji terimi resim ve karakter anlamına gelen iki Japonca kelimenin birleşmesiyle oluşmuş bir sözcüğün Latin alfabesine uyarlanmış şeklidir. Kelime tekil ve çoğul olarak kullanılmaktadır. Emoji görselleri hiyeroglif yazılara benzetilmektedir. Kavram olarak Japonya’da ortaya çıkan emojiinin temelleri Mısır hiyerogliflerine dayanmaktadır. Emojiler belirli bir duygu ve düşünceyi dile getiren aynı zamanda evrensel olarak Unicode tarafından kodlanan çizimlerden oluşmaktadır (Çakmak ve Çekiç, 2019: 23).

Bazı yazarlar emoji'nin Japonya'da ortaya çıktığını söylerken bazıları ise hiyeroglif şekillerin çağımızda dijital ortamlara aktarılması olarak açıklamaktadır. İlk emoji, manga karikatür kitaplarına düşkünlüğü ile bilinen Japon telekomünikasyon çalışanı Shigetaka Kurita tarafından 1998'de kullanılmıştır (Danesi, 2016: 2). Emojilerin ortaya çıkış sebebi her ne olursa olsun, dil ve iletişime etki ettiği bilinmektedir. Dijital ortamda kullanıcılar, bazen sözlü olarak ifade edemedikleri duyguları ifade edebilmek adına bazense zamandan tasarruf etmek adına emojilerden faydalanmaktadır (Büyüker İşler ve Demir, 2019: 468).

2015 yılında Unicode'da fazlaca resim-kelime repertuarının gelişmesiyle birlikte emojiler yeni bir yazma kodu haline gelmiştir. Unicode, birbirinden ayrı senaryolarla kullanım için uluslararası bir kodlama standardıdır. Daha açık bir ifade ile farklı programlarda uygulanan karakterlere benzersiz bir sayı değeri atayarak farklı dillerdeki kullanıcıların üniter bir font sistemi kullanmalarına olanak sağlar. Emojiler hazır ve genel itibarıyla standartlaşmış resim karakterleri biçiminde olmaları sebebiyle evrensel olarak geçerli bir yazma kodu oluşturmaktadır (Kurtoglu ve Özbölük, 2018: 698-699).

Dijital iletişimde yazının tekdüze olması nedeniyle renkli ve canlı resimlerin eklenmesi görsel kültürün gücüne işaret etmektedir. Emojiler dünyanın farklı dil ve kültür coğrafyalarında yaşayan bireylerce benimsenmiş ve dijital ortamlarda yazılı iletişimlere ek bir duygu kodu olarak kullanılmaktadır. Hiçbir farklılık gözetmeksizin her bireyin kolayca anlayabileceği emojiler farklı kültür ve diller arasında iletişime olumlu katkılar sağlamaktadır. Ayrıca emojiler hali hazırda olup bir tuşla seçilmesi nedeniyle de yazıya nazaran bir hız ve kolaylık kazandırmaktadır. Bu sebeplerden dolayı emoji dijital iletişimde uluslararası bir dil olma yolunda ilerlemektedir (Sakallı ve Bahadıroğlu, 2018: 136-140). Bahsedilen küçük görsel karakterler, sosyal medya kullanıcılarının hayatlarına hızla girmiş ve ilgili mecraların ayrılmaz bir parçaları olmuştur.

Hızla yükselişe geçen ve yayılan emojiler arasında “gülmekten gözyaşlarına boğulmak” emoji'si 2015 yılında Oxford sözlüğü tarafından “Yılın Kelimesi” olarak seçilmiş ve bu şekilde tanınmıştır (Öncel, 2015). Her geçen gün bir yenisini daha eklenen emojiler olabildiğince geliştirilmektedir.

Yüz yüze iletişimin yerini anlık mesajlaşmalara bırakmasıyla birlikte emojiler önemli bir noktaya gelmiştir. Bu sembollerin kullanımıyla bireyler hislerini karşı tarafa iletmede ve böylece emojilere karşı bir sempati oluşmaktadır. Bir emoji'nin tüm dünyada neredeyse aynı anlamda kullanılıyor olmasıyla tercih edilme durumu da artmaktadır. Özetle emojiler kişiler arasındaki iletişimi güçlendirmekte, eğlenceli ve

anlaşılır bir hale getirmektedir. Emojiler ayrıca dili de desteklemektedir (Karakaya, 2020: 68-69). İnsanların emojileri kullanım şekilleri literatürden yararlanılarak bir sonraki başlıkta açıklanmaktadır.

### 2.18.1.Emojilerin Kullanım Şekilleri

Emojilerin kullanım şekliyle ilgili Pohl, Domin ve Rohs tarafından beş farklı kategori oluşturulmuştur. Bu kategoriler şu şekilde sıralanmaktadır (Pohl vd., 2017: 6):

Dekoratif emoji kullanımı: bir çeşit süsleme ya da dekor amacıyla kullanılan emojileri kapsamaktadır (Pohl vd., 2017: 6). Örneğin, kutlama ve tebrik mesajlarında kullanılmaktadır. “İyi ki doğdun! 🎂🎁”

Metnin yerini alan emoji kullanımı: Bu kategoride emojiler metinde yer alan bir kelimenin yerini alabilmektedir (Pohl vd., 2017: 6). Örnek olarak “🚬 kullanıyor musun ?”

Duygu yüklü emoji kullanımı: Mesajı yalnızca dekor etmek yerine tonunu, anlamını ya da hissiyatını değiştirmek maksadıyla kullanılan emojilerdir (Pohl vd., 2017: 6). Örneğin, iki aynı mesaj farklı emojilerle iletildiğinde çıkacak anlam farklılık göstermektedir. “Test sonuçlarımı aldım. 😞” mesajı ile “Test sonuçlarımı aldım. 😂” mesajı farklı anlam taşımaktadır.

Tepki olarak emoji kullanımı: Burada mesajda yalnızca emoji kullanılmaktadır. Bir önceki mesaja karşılık olarak gönderilen emojilerdir (Pohl vd., 2017: 6). Bir önceki konuşmayı onaylama anlamında kullanılabilecek 👍 emoji örnek olarak verilebilir.

Bağımsız emoji kullanımı: Bu kategori herhangi bir metne bağımlı kalmadan aktarılabilecek olan mesajın yalnızca emojilerle ifade edilmesini kapsamaktadır (Pohl vd., 2017: 6). Örneğin, “damlaya damlaya göl olur” atasözünün tamamen “💧💧🌊✅” emojileriyle ifade edilmesidir.

Pohl vd. (2017: 17) semantik emoji benzerliği çalışmasında 21 milyon tweeti bir araya getirerek bunlarda kullanılan emojiler arasında bir uyum olduğunu saptamıştır. Örneğin dekor emojileri ile duygu yüklü emojilerin kullanımları aynı anda gerçekleşmiştir. Toplanan tweetlerin %66’sı duygusal emojilerden oluşurken, %34’ü dekor emojilerden oluşmaktadır. Tweetlerin %8’inde ise kelime değişimi yapmak amacıyla emojiler kullanılmıştır.

Emoji tasarımının gün geçtikçe artış göstermesi sebebiyle tek bir karede bir seferde görülmesi mümkün değildir. Bu sebeple Google klavyesi emoji topluluğunu beş ayrı kategoriye bölerek klavyesinde 825’ten fazla emoji bulundurmaktadır. Bu emojiler

düzenli bir satır ve sütun içerisinde düzenlenmekte ve yatay şekilde kaydırılabilen birden fazla sayfayı kapsamaktadır. Her kategori ayrı bir sayfa ile ilişkilendirilmektedir. Google emoji klavyesi kendini diğer emoji klavyelerinden sunduğu kategori kolaylığı ile ayırmaktadır. Kullanıcılara bu pratik kullanım açısından avantaj sağlanmaktadır (Pohl vd., 2017: 10).

Pohl vd'nin bahsettiğinden daha çok olan emoji kategorileri, evrensel bir metin kodlama platformu olarak bilinen Unicode'un v.12 şeklinde belirttiği kategorilerdir (Bozkurt, 2020: 48). Bu kategoriler; yüz ifadeleri, insan ve beden hareketleri, hayvanlar ve doğa, yiyecek ve içecek, seyahat ve mekânlar, nesneler, etkinlik ve aktiviteler, semboller ve bayraklar olarak ayrılmaktadır (<https://emojipedia.org/> , 2022).

- Yüz ifadeleri: genel olarak sarı renkte yüz ifadeleri bulunmaktadır. Şekil 10.'da görülen yüz ifadeleri emojiilerin ilk kategorisidir.



Şekil 10. Yüz ifadeleri (Bozkurt, 2020: 48).

- İnsan ve beden hareketleri: yüz ifadelerini takip eden ikinci kategori olan Şekil 11.'de ise çeşitli meslek grupları, farklı cilt tonları ve cinsiyetler, el kol hareketleri, kıyafetler ve eylemler yer almaktadır.



Şekil 11. İnsan ve beden hareketleri (Bozkurt, 2020: 48).



• Hayvanlar ve doğa: diğer kategorileri takip eden üçüncü kategori olan Şekil 12.'de çeşitli hayvan emoji'leri ve doğada bulunan farklı bitkilere yer verilmektedir. Aynı zamanda doğa olayları da bu kategoride bulunmaktadır.



Şekil 12. Hayvanlar ve doğa (Bozkurt, 2020: 49).

• Yiyecek ve içecek: dünyada ve kültürel manada tanınıp popülerlik kazanmış belirli yiyecekler bu kategoride bulunmaktadır. Ek olarak Şekil 13.'te yer alan dünyaca bilinen çay ve alkol gibi içeceklere de yer verilmektedir.



Şekil 13. Yiyecek ve içecek (Bozkurt, 2020: 50).

• Seyahat ve mekânlar: bu kategoride çeşitli ulaşım araçları yer almaktadır. Aynı zamanda dini ve kültürel mekânlar da Şekil 14.'te bulunmaktadır.



Şekil 14. Seyahat ve mekânlar (Bozkurt, 2020: 50).

•Nesneler: günümüzde kullanılan telefon, kamera, bilgisayar gibi teknolojik araçlar; finansal kullanıma sahip kredi kartları ve para; manevi inançları temsil eden nazar boncuğu ve tespih gibi objeler bu kategoriye ayrılmaktadır. Yine bahsedilen kategoriye ait olan Şekil 15.'te kitap, defter ve benzeri eşyalar da bulunmaktadır.



Şekil 15. Nesneler (Bozkurt, 2020: 51).

•Etkinlik ve aktiviteler: bu kategoride spor dalları ve müzik aletlerine yer verilmektedir. Örneğin, piyano, mikrofon, davul gibi müzik aletleri ve top, tenis, ok gibi spor aletleri Şekil 16.'da görülmektedir.



Şekil 16. Etkinlik ve Aktiviteler (Bozkurt, 2020: 52).

•Semboller: günlük hayatta karşılaşılan kuralları ifade eden çeşitli emoji'ler yer almaktadır. Örnek olarak, sigara yasak uyarısı ve video duraklatma, oynatma sembolleri vardır. Ayrıca zaman ifade eden saat, farklı renklerde kalpler ve burç ifadeleri de Şekil 17.'de bulunmaktadır.





Şekil 17. Semboller (Bozkurt, 2020: 52).

- Bayraklar: son kategori olan Şekil 18 ise Türkiye ve diğer ülkelerin bayraklarına ayrılmaktadır. 240 ve üzeri bayrak bu ayırımda bulunmaktadır.



Şekil 18. Bayraklar (Bozkurt, 2020: 53).

Swiftkey (2015) raporunda emoji kategorilerinin kullanımını içeren sonuçlara bakılarak yüz ifadeleri kategorisinde yer alan “mutlu yüz” kullanımı en fazla kullanılan emoji olarak seçilmiştir. Rapor sonuçlarına göre Bayrak emojiilerini içeren kategori ise hiç kullanılmamaktadır. Yapılan araştırmada katılımcılara yöneltilen hangi emojiinin hangi kategoride olduğu sorusuna alınan yanıtlara göre %43’ünün son kullanılan emojiileri ve genelde aynı emojiileri tercih ettikleri bilinmektedir. Son kullanan emojiiler kişilerin kullanımlarına göre değişiklik oluştursa da bütün emojiilerin yaklaşık olarak

%2'sini kapsamaktadır. Bu orana bakarak bütün emojiiler kullanılan emojiilerden 50 kat fazladır (Çeken vd., 2017: 103).

Emojiiler ile ilgili hazırlanan bu çalışma bağlamında literatür araştırması yapılmıştır. Ulaşılan bilimsel çalışmaların konusu ve bulguları detaylı bir şekilde bir sonraki başlıkta açıklanmaktadır. Yapılan literatür araştırmasının neticesinde hazırlanan çalışmanın önceki çalışmalardan farklı yönleri ortaya koyulmaktadır.

### **2.19. Emojiilerle İlgili Dünyada ve Türkiye’de Yapılan Çalışmalar**

Emojiilerle ilgili literatürde yer alan ve çalışmaya konu edinen ilk araştırma Ren-Whei Harn tarafından “Emojiilerin Görsel Dili: Üniversite Öğrencilerinin Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Sosyal Destek İletişimi Üzerine Bir Çalışma” yapılmıştır. Çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinin emojiileri nasıl kullandıklarını ortaya koymaktır. Bu amaca yönelik iki farklı yöntem kullanılmıştır. İlk yöntem ile instagram gönderileri ve emojiilerin görselliği içerik analizi ile irdelenmiştir. İkinci yöntemle ise üniversite öğrencilerinin emoji kullanımının sebebini ortaya koymaktır ve bu amaçla odak grup görüşmesi tercih edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgulara göre emojiilerin duyguları ifade etmek, şakalaşma ve alaycı tavırları iletmek için tercih edildiği ortaya konmuştur (Ren-Whei Harn, 2017: 1-113).

Tilburg Üniversitesi’nde Tim Roijackers tarafından “Emojiilerin İsim ve Fiillerin Yerine Kullanıldığında Cümlelerin Anlamına Etkisi” isimli bir tez çalışması yapılmıştır. Roijackers 28 yaş ortalamasına sahip 72 katılımcıyı dâhil ettiği araştırmasında, emojiileri kelimelerin yerine koyarak cümlelerin akıcılığına etkisi olup olmadığını ölçmüştür. Sonucunda ise emojiilerin isim ve fiillerle değiştirilebileceği bulgusunu elde etmiştir (Roijackers, 2017: 1-51). Aynı üniversitede Elian G. Stamatov tarafından “Emoji Dilbilgisi Kullanıyor mu? Sözsüz Dijital İletişimde Ortaya Çıkan Yapı” isimli bir başka çalışma yapılmıştır. Yüz yüze görüşme tekniği kullanılan çalışmada yaşları 21-31 aralığında olan 16 katılımcıdan yararlanılmıştır. Görüşmeler neticesinde elde edilen bulgular; emojiiler jest ve mimiklerin yerine geçebilir, kelime ve oluşturulan cümleleri takiben eklenebilir, iletişimde kolaylık sağlayabilir ve iletişimi geliştirir şeklindedir (Stamatov, 2017: 2-54).

Stark ve Crawford tarafından yapılan “Emojiilerin Muhafazakârlığı: Çalışma, Etki ve İletişim” isimli çalışmada emojiiler kapitalizmin duygusal sembolleri olarak görülmektedir. Emojiiler bu makalede tarihsel, kültürel ve sosyal semboller olarak incelenmiştir. Sonucunda ise emojiilerin duygusal yaratıcı güçleri temsil ederek dijital



platformlardaki iş ve iletişim ağlarına büyük katkı sağladığı ortaya konmuştur (Stark ve Crawford, 2015: 2-11).

Literatürde yer alan bir diğer çalışma ise Minnesota Üniversitesi'nde Hannah Miller tarafından hazırlanan "Emojilerle Yanlış İletişim Kurmanın Riskleri" isimli doktora tezidir. Araştırmada Twitter kullanıcısı olan 18-25 yaş arası 710 öğrenciye anket uygulanmıştır. Araştırma esnasında Miller Unicode emojilerin anlamlarında standartlık oluşturmaya rağmen araştırma sonucunda emojilerin farklı mecralarda farklı anlamlarda anlaşıldığı bilgisini elde etmiştir. Miller araştırma sonucuna göre emojilerin yoruma açık semboller olduğunu söylemektedir (Miller, 2018: 1-88).

"Olumlu veya Olumsuz: Çevrimiçi Medyada Emoji Kullanımı" isimli araştırmasında Lin Feng insanların dilsel ve dilsel olmayan birçok bilginin emoji ile ifade edilebileceğini açıklamıştır. Buna göre Feng, insanların duygusal mesajlarını emojilerle yansıtmaya durumlarını araştırmıştır. 120 katılımcı ile anket çalışması yaparak olumlu duyguların emojilerle daha fazla anlatıldığı ve bu konuda katılımcıların daha istekli olduğu sonucuna varmıştır (Feng, 2019: 512-519).

Bir başka çalışma Burhanuddin Arafah ve Muhammad Hasyim tarafından hazırlanan "Sosyal Medyada Emojinin Dili" isimli makaledir. Bu makalede katılımcıların Whatsapp konuşmaları temel alınarak iletişimlerinde emoji kullanım durumları araştırılmıştır. Araştırma sonucunda ise emojilerin sosyal medyada sıklıkla tercih edilen bir görsel dil olduğu ve iletilerinin sonuna herhangi bir noktalama işareti eklemek yerine emoji ekleyerek duygu ve düşüncelerini aktarabildikleri semboller olduğu elde edilmiştir (Arafah ve Hasyim, 2019: 494-504).

Türkiye'de yapılan emojilerle ilgili bir araştırma Özlem Hürkan'ın "Yeni Medya Söyleminde Tarihsel Öncülleriyle Emojiler" isimli tez çalışmasıdır. Bu çalışmada emojiler tarihsel serüveninde insanların iletişim kurma yolu olarak mağaralara çizdikleri resimlerden günümüze kadar incelenmiştir. Hürkan, insanların tarih boyunca her an iletişim ihtiyacı duyduğunu ve bunun için birden fazla yol keşfettiğini söylemektedir. Günümüzdeki yolunun ise emojiler olduğu ve emojilerin dil becerisini genişletme konusunda fayda sağladığı öne sürülmektedir (Hürkan, 2018: 65-67).

Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada emoji kullanımlarını içerik, alışkanlık ve trendler kapsamında karşılaştırmalı olarak analiz eden Karaca konuyla ilgili 538 öğrenci üzerinde anket çalışması yapmıştır. Emojilerin günlük hayatta sunduğu kolaylıklar, insanların emoji kullanım amaçları, emoji kullanmanın sosyal iletişimlere etkisi ve emoji kullanmanın olumsuz yönleri araştırılmıştır. Sonucunda ise emojilerin sosyal çevreyle olan ilişkilerde engel ve samimiyetsizlik oluşturduğu görülmüştür. Yazı

dilinin kullanımını daralttığı gözlemlenmiş ve bireylerin anadilini kaybedeceklerine dair görüşleri olduğu saptanmıştır (Karaca, 2018: 1-104):

Literatürde yer alan emoji ile ilgili bir başka çalışma ise Anık vd. tarafından hazırlanmıştır. “Sosyal Medyanın Göstergebilimsel Dili: Emojiler” isimli makalede sosyal mecralar göstergebilim çerçevesinde değerlendirilmiş ve bu mecralardaki emojilerin anlamları incelenmiştir. Makalede emojilerin özellikle Türkiye’de gençler tarafından daha fazla kullanıldığı elde edilmiştir. Dijital platformun bir ürünü olan emojilerin dünyanın her yerindeki gençleri ortak paydada topladığı savunulmaktadır. Bireylerin sanal ve reel ayrımı yapmadığı, kimlik ve kültür inşası sürecinde emojilerin büyük öneme sahip olduğu açıklanmaktadır (Anık vd., 2017: 41-53).

Tebrike Kaya’nın “Yeni Medyada Emoji Kullanımının Anlamı” isimli makalesinde sosyal medyada emoji kullanımı araştırılmıştır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi olan odak grup görüşmesi tercih edilmiştir. Bulgularında Facebook ve WhatsApp ağındaki emojilere farklı anlamlar yüklediği saptanmıştır. Bireylerin sosyal medyayı gerçek toplumsal alan gibi algılayarak sanal ve reel ayrımı yapmadıkları gözlemlenmiştir. Whatsapp üzerindeki iletişim yüz yüze iletişim biçimi olarak görülmekte ve kullanılan emojilerin karşılıklı samimiyete göre tercih edildiği bilgisine ulaşılmıştır (Kaya, 2017: 567-583).

Bir başka araştırma Bozkurt tarafından 2020 yılında gerçekleştirilmiştir. Sosyal medya aktivitelerinde emojilerin yeri Y ve Z kuşakları üzerinde irdelenmiştir. Araştırmaya göre iki kuşak arasında emoji kullanım amaçları doğrultusunda temel farklılıklar bulunmaktadır. Y kuşağı olarak değerlendirilen katılımcılar emojilerin yokluğunda iletişimlerinin aksaklık göstermeden devam edeceğini belirtirken, Z kuşağı katılımcıları sosyal medyada emojilerin mutlaka olması gerektiğini savunmaktadır (Bozkurt, 2020: 116-119).

Z kuşağı üzerinde yapılan bir diğer çalışma akıllı telefonlarda yapılan yazılı iletişimlerde emoji kullanım durumlarına yöneliktir. 27 lise öğrencinin katılımıyla gerçekleşen çalışmada elde edilen sonuca göre Z kuşağının, emojilerin duyguları ifade etmeye yaradığını belirttiklerini ancak kullanmaktan uzak durdukları vurgulanmaktadır. Torun, Z kuşağı bireylerinin gelecekte iletişim ve duyguların ifade edilmesi konusunda zorluklar yaşayacağını öngörmektedir (Torun, 2018: 614-629).

Çeken vd. tarafından hazırlanan makalede ise iletişimlerde emojilerin kullanımı incelenmiştir. Dünyada en sık kullanıldığı bilinen Whatsapp platformu üzerinde emoji sayısı araştırılmış ve son yıllarda beş kat artış gösterdiği gözlemlenmiştir. Buna dayanarak araştırmaya Whatsapp uygulaması dâhil edilmiştir. Anket çalışması tercih

edilerek 18-29 yaş aralığında 390 katılımcıya yer verilmiştir. Alınan cevaplara göre Whatsapp kullanan her bireyin emoji de kullandığı, emojiilerin genel olarak “Son kullanılanlar” kategorisinden tercih edildiğı ve kendi kültürüne uzak olan emojiilerin kullanılmadığı tespit edilmiştir (Çeken vd., 2017: 91-104).

Yapılan literatür araştırmasına göre Dünyada ve Türkiye’de emojiilerle ilgili birden fazla çalışma yapıldığı bilgisine ulaşılmaktadır. Fakat araştırmalar içerisinde Whatsapp platformu göz önünde bulundurularak emojiilerin sözsüz iletişim unsurları ile bağdaştırıldığı ve kıyaslandığı nitel bir araştırma bulunmamaktadır. Bu bağlamda tez çalışmasına ışık tutan literatürdeki bu çalışmalarla Whatsapp uygulamasında kullanılan emojiiler ve bu emojiilerin günlük hayatta kullandığımız sözsüz iletişim unsurları ile kıyaslaması yapılmış olup devam eden alt başlıklarda açıklamalı bir şekilde yer verilmektedir.

### **3. EMOJİLERİN SÖZSÜZ İLETİŞİM UNSURLARI YERİNE KULLANILMASI: WHATSAPP ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

#### **3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Söz konusu çalışmada bireylerin günlük hayatlarında yüz yüze kurdukları kişilerarası iletişimde, sözsüz iletişim boyutunda kullandıkları yüz ve beden hareketlerini Whatsapp mesajlaşma uygulaması üzerinde gerçekleştirdikleri kişilerarası iletişim sırasında emojiyle de destekleyip desteklemediklerini ortaya çıkarmak, çalışmanın asıl amacını oluşturmaktadır. Böylece bu çalışma ile günlük hayatta kullanılan jest ve mimiklerin sosyal medya ortamında da kullanılıp kullanılmadığı bilgisi elde edilecektir. Araştırma sonucunda saptanan bulgular ile dünyada ortak bir dil olma yönünde ilerleyen emojiyle, sözsüz iletişimdeki önemini de tespit etmek hedeflenmektedir. Aynı zamanda bu çalışmanın bundan sonraki çalışmalar için yol gösterici olması ve literatüre katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

Yüz yüze kurulan kişilerarası iletişimde sözlü iletişimin %7, dil ötesi unsurların %38, duygu yüklü yüz ifadelerinin ise %55 oranında büyük bir paya sahip olduğu Mehrabian tarafından ortaya konulmuştur (1968: 248). Yüz ve beden hareketleri iletilmek istenen mesaja paralel olan artı bir anlam kazandırarak etkili bir iletişime katkı sağlamaktadır. Buna göre yüz yüze iletişimin günümüzde sosyal medya mecralarına geçiş yapmasıyla birlikte, sözü edilen duygusal yüz ifadelerinin gerekliliği emojiyle karşılanmaktadır. Ancak insanların günlük hayatlarında kullandıkları bu yüz ifadelerinin ve beden hareketlerinin Whatsapp uygulaması üzerindeki iletişimlerinde de kullanım durumları, tutarlılığı ve önemine dair literatürde herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu sebeple çalışma özgün ve ilk olması ile önem arz etmektedir.

#### **3.2. Araştırmanın Yöntemi**

Literatürde konu ile ilgili daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde yöntem olarak çoğunlukla anket tekniği kullanıldığı görülmüştür. Buna göre bu çalışmada görüşme tekniğinin bir alt kategorisi olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır.

Araştırma yapan kişi, yararlandığı görüşme tekniği ile görüşmeyi gerçekleştirdiği katılımcıların iç dünyasına nüfuz ederek, olayları onun gözünden anlamaya ve kavramaya çalışmaktadır (Patton, 1987: 109). Görüşme tekniği ile araştırmacı, olaylara

görüştüğü kişinin düşüncelerini yine o kişinin dilinden dinlediği için onun perspektifinden bakabilmektedir. Bu durumun diğer araştırma yöntemlerinde olanaklı olmadığı düşünülmektedir (Türnüklü, 2000: 545). Diğer araştırma yöntemleri ile araştırma yapılan kişi hakkında özel sayılabilecek bilgilerin ortaya çıkarılması mümkün görünmemektedir (Kvale, 1996: 1).

Görüşme tekniğinin temel amacı, herhangi bir hipotezi analiz etmekten öte diğer insanların deneyimlerini ve bu deneyimleri nasıl anlamlandırdıklarını ortaya çıkarmak (Seidman, 1991: 3) ve araştırma yapılan kişinin zihnini mümkün olduğunca kazımdır (McCracker, 1988: 17). Yapılandırılmış, yapılandırılmamış, yarı yapılandırılmış ve odak grup görüşme tekniği olarak 4 ayrı türü bulunmaktadır (Patton, 1987: 109; Robson, 1993: 230; Wragg, 1994: 272; Gall vd., 1996: 310; Holstein ve Gubrium, 1997: 113).

Yapılandırılmış görüşme tekniğinde katılımcı kendisine ait bilgileri belli kategorilere ayrılan yanıtlar doğrultusunda cevaplamaktadır. Bu yönüyle anket çalışmasına ya da tutum ölçeklerini çağrıştırmaktadır (Robson, 1993: 231). Bu yöntemde elde edilen yanıtlar açık uçlu olmamaktadır. Yapılandırılmamış görüşmede ise katılımcı ile araştırmacı arasında sözel etkileşim bulunur ve bu etkileşim doğal bir akış içerisinde gerçekleşmektedir. Herhangi bir protokole bağlı kalmadan yapılır ve böylece katılımcı görüşmede olduğunu dahi fark edememektedir (Gall vd., 1996: 310). Odak grup görüşme tekniğinde araştırmacı önceden belirlenen yönergeler ışığında katılımcıların davranışlarının altında yatan nedenleri aramaktadır. Küçük bir grup ve araştırmacı arasında yapılan görüşmede katılımcılara kendini rahat hissederek doğru ifade edebileceği bir tartışma ortamı sunan tekniktir (Çokluk vd., 2011: 97-98).

Tez çalışmasına uygun görülen görüşme tekniği yarı yapılandırılmış görüşme tekniğidir. Bu teknikte, araştırmacı önceden sormayı planladığı soruları hazırlar. Buna karşın araştırmacı görüşmenin akışına bağlı olarak değişik yan ya da alt sorularla görüşmenin akışını etkileyebilir ve kişinin yanıtlarını açmasını ve ayrıntılı açıklamasını sağlayabilir. Eğer kişi görüşme esnasında belli soruların yanıtlarını başka soruların içerisinde yanıtlamış ise araştırmacı bu soruları sormayabilir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin araştırmacıya sağladığı en önemli kolaylık, görüşmenin önceden hazırlanmış görüşme stratejilerine bağlı olarak sürdürülmesi nedeniyle daha sistematik ve karşılaştırılabilir bilgi sunmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 1999: 283). Bunun dışında yarı yapılandırılmış görüşme sonucunda elde edilen sonuçlar, evrenin tamamını temsil etmeyebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2006'dan aktaran Çalışır ve Alban, 2021: 765-766). Söz konusu teknikte görüşme yapılacak kişilerle ortalama yarım saat civarında

görüşülmesi ve görüşmelerin ses kaydı biçiminde kayıt altına alınması gerekmektedir (Güçlü, 2021: 89). Buna göre katılımcılarla görüşmeler yapılmadan önce çalışmayla ilgili araştırma soruları hazırlanarak, görüşmenin gerçekleştirileceği tarih ve çalışmaya dâhil edilecek katılımcılar belirlenmiştir. Araştırma, 01.04.2021-01.06.2021 tarihleri arasında yapılmıştır. Araştırmaya katılmayı kabul eden kişilerle ortak bir karar verilerek görüşme tarihi belirlenmiştir. Tüm dünyayı ve ülkemizi etkisi altına alan Covid-19 süreci ve bu sürecin getirdiği bulaş olasılığı sebebiyle görüşmeler WhatsApp uygulaması üzerinde görüntülü arama şeklinde gerçekleştirilmiştir. Her bir görüşme sırasında katılımcının ses kaydı kişinin izni dâhilinde alınarak elektronik ortamda (Microsoft Word Programı) yazıya dökülmüştür. Bulgular, yararlanılan araştırma tekniğine uygun bir şekilde gruplara ayrılarak çalışmaya eklenmiştir. Tez çalışmasında, katılımcıların ad ve soyadları kodlanarak verilmiştir. Çalışmanın sonuç bölümü ise katılımcılardan elde edilen bilgiler ve literatürde yer edinen çalışmaların harmanlanarak yorumlanması biçiminde hazırlanmıştır.

### **3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi**

Çalışmanın evrenini Türkiye’de yaşayan Whatsapp kullanan bireyler oluşturmaktadır. Örneklemi ise 18 yaşından büyük olan 25 farklı bireydir. Katılımcıların cinsiyeti, 13 kadın ve 12 erkekten oluşmaktadır.

### **3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Bu çalışmaya dâhil edilen kişiler 18 yaşını doldurmuş aktif Whatsapp kullanımında bulunan bireyler olarak sınırlandırılmıştır. Araştırma tekniği olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği çalışmaya uygun görülmüş ve bir sınırlılıkta bu şekilde oluşturulmuştur. Ayrıca araştırmanın 2021 yılı Nisan ve Haziran ayları arasında yapılmasıyla ek bir sınırlılık belirlenmiştir.

Whatsapp uygulaması pek çok kitleye nüfuz etmeyi başarmış bir mecradır. Bu sebeple araştırmada katılımcıların demografik (eğitim seviyesi, meslek grubu, gelir düzeyi) özellikleri göz önünde bulundurulmamıştır.

### **3.5. Verilerin Toplanması**

Söz konusu tez çalışmasında nitel araştırma yöntemi olarak bilinen yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu bağlamda araştırmacı katılımcılarla yaptığı görüşmeler neticesinde elde ettiği bilgileri veri kaynağı olarak işlemiştir. Çalışmanın amacına bağlı oluşturulan sorular şu şekildedir:

1. Emojilerin kişilerarası iletişimde rolü ve önemi nedir?
2. İnsanların günlük hayatta kullandıkları sözsüz iletişim unsurları ile Whatsapp üzerindeki iletişimlerinde kullandıkları emojiler arasındaki bağlantı nedir?

Yapılan görüşmeler sonucunda cevaplarına ulaşılmak istenen sorular ise aşağıda yer almaktadır.

1. Kişilerarası iletişimlerinizde sözsüz iletişim unsurlarından (yüz ve beden hareketleri, bedensel temas, mekân kullanımı ve araçlar) yararlanma durumunuz nedir?
2. Whatsapp uygulamasını kullanarak ilettiğiniz mesajlarda emoji kullanım durumunuz nedir?
3. Kullandığınız emojileri günlük hayatta kurduğunuz iletişimlerde yararlandığınız sözsüz iletişim unsurları ile kıyasladığınızda söyleyecekleriniz nelerdir? Benzerlik, farklılık ya da aynı olma durumu bulunmakta mıdır?
4. Emojiler kurduğunuz kişilerarası iletişimi nasıl etkilemektedir?
5. Kullandığınız emojiler iletişimlerinizde ne gibi kolaylıklar sağlamaktadır?

### **3.6. Verilerin Analizi**

Araştırmada farklı illerde yaşayan 25 katılımcı ile Whatsapp uygulaması üzerinde görüntülü görüşmeler yapılarak görüşme esnasında ses kayıtları alınmıştır. Daha sonra araştırmacı ses kayıtlarını deşifre ederek, Word programına aktarmış ve analiz etmeye uyarlanan veri metinlerine dönüştürmüştür. Bu tür analizlerin amacı, elde edilen ses kayıtlarının düzenlenmesi ve yorumlanarak sunulmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 1999: 45).

### **3.7. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Tekniği İle Elde Edilen Bulgular**

Bu başlık altında katılımcıların isim kodlamaları, yaş bilgileri ve cinsiyetlerine tablo halinde yer verilmiştir. İlerleyen başlıklarda ise katılımcılara yöneltilen sorular ışığında ulaşılan bilgiler alt başlıklar halinde eklenmiştir.

#### **3.7.1. Katılımcıların Demografik Bilgileri**

Araştırma, Whatsapp uygulamasını aktif olarak kullanan ve uygulama üzerindeki iletişimlerinde emojilerden faydalanan 20 ile 44 yaşları arasındaki katılımcılarla gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılım sağlayan kişilerin ad ve soyad kodlamaları, yaş ve cinsiyetleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik bilgileri

| Katılımcılar | İsim-Soyisim | Yaş | Cinsiyet |
|--------------|--------------|-----|----------|
| Katılımcı 1  | BY           | 37  | E        |
| Katılımcı 2  | EK1          | 33  | E        |
| Katılımcı 3  | EK2          | 35  | E        |
| Katılımcı 4  | EŞ           | 39  | E        |
| Katılımcı 5  | FP           | 24  | E        |
| Katılımcı 6  | HE           | 28  | E        |
| Katılımcı 7  | HRE          | 29  | E        |
| Katılımcı 8  | KÇ           | 44  | E        |
| Katılımcı 9  | SD           | 32  | E        |
| Katılımcı 10 | KC           | 20  | E        |
| Katılımcı 11 | ST           | 26  | E        |
| Katılımcı 12 | ÖH           | 38  | E        |
| Katılımcı 13 | SK           | 36  | E        |
| Katılımcı 14 | AI           | 33  | K        |
| Katılımcı 15 | EB           | 24  | K        |
| Katılımcı 16 | DG           | 20  | K        |
| Katılımcı 17 | CY           | 22  | K        |
| Katılımcı 18 | KE           | 26  | K        |
| Katılımcı 19 | MK           | 31  | K        |
| Katılımcı 20 | NA           | 23  | K        |
| Katılımcı 21 | ÖD           | 27  | K        |
| Katılımcı 22 | SA           | 32  | K        |
| Katılımcı 23 | YK           | 26  | K        |
| Katılımcı 24 | YY           | 27  | K        |
| Katılımcı 25 | ZY           | 27  | K        |

Araştırmaya katılan tüm katılımcıların Tablo 1.'de isim ve soyisim kodlarına, yaş ve cinsiyet bilgilerine yer verildikten sonra araştırmanın amacı bağlamında hazırlanan görüşme sorularından elde edilen cevapların analizi ve bulgular aşağıda açıklanmıştır.

### 3.7.2. Katılımcıların Kişilerarası İletişimlerinde Sözsüz İletişim Unsurlarını Kullanmalarına İlişkin Görüşleri

İnsan hayatının her anında mevcut olan kişilerarası iletişim (Çalışır ve Alban, 2021: 759) çalışmanın ana konusu sayılmaktadır. Bu sebeple çalışmanın konusuna ve amacına bağlı olarak kişilerarası iletişimin bileşenlerinden olan sözsüz iletişim unsurlarının katılımcılar tarafından kullanılıp kullanılmadığı bilgisine ulaşmak için katılımcılara ilk olarak “Kişilerarası iletişimlerinizde sözsüz iletişim unsurlarından yararlanma durumunuz nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Yöneltilen bu soru neticesinde katılımcıların sözsüz iletişim unsurlarını kullanım durumlarını ve bunun neye göre değiştiğini öğrenmek amaçlanmıştır. Katılımcılardan elde edilen bilgiler aşağıda sıralı olarak ve birbirine yakın olan cevaplar bir arada verilmektedir.



Çalışmanın birinci sorusuna; EK1 (33), “Bir olayı veya bir konuyu karşımdakine anlatırken veya sohbet esnasında yüz ve beden hareketlerimi sıklıkla kullanırım. Aşırıya kaçmadığı sürece söz konusu hareketlerin iletişimi kuvvetlendirdiğini düşünüyorum.” diye cevap verirken, EK2 (35), “...işim pazarlama alanında ve pazarlamada beden dilinin ikna etme yöntemlerine mutlaka etkisi olduğunu düşünürüm. Beden dilini yalnız kullanmak yerine sözcüklerime ekleme yaparım. Bunun sebebi de ikisi bir araya geldiğinde daha etkili olacaktır.” şeklinde yanıtlamıştır. Bir diğer katılımcı olan HE (28), “Sözcüklerimi daha anlaşılır kılmak için kullanıyorum.” derken, SD (32), “Beden dilini mutlaka kullanırım. Bunu daha anlaşılır olmak için yaparım; ama kişiden kişiye göre değişiklik gösterir.” sözleriyle kullandığı beden dilinin kişiden kişiye değişiklik gösterdiğini, her iletişimde aynı beden dillerinden yararlanmadığını ifade etmiştir. EB (24), “İnsanlarla iletişim kurarken sözsüz iletişim unsurlarını oldukça sık kullanıyorum. Çünkü jest ve mimiklerin, yüz ifadelerinin insanın kendini ifade etmesinde en etkin rol olduğunu düşünüyorum. Bu yollarla kendimi daha iyi ifade edebildiğimi düşünüyorum.” diyerek beden dilinin gerekliliğini ve önemini açık bir şekilde dile getirmiştir.

Beden dilini oluşturan el kol hareketleri ile kendini ifade ederken daha açıklayıcı olduğunu açıklayan ve bu konuda sözsüz iletişim unsurlarının sözlü iletişime yardımcı olduğunu anlatan CY (22)’ye benzer bir cevap KE (26)’den şu şekilde gelmiştir: “Zaten jest ve mimikler sözsüz iletişime yardımcıdır. Kendimi daha açıklayıcı konuşmuş gibi hissediyorum.” Bu konuda MK (31), “Kişilerarası iletişimde yüz ve beden hareketlerinin çoğu zaman kelimelerden daha etkili olduğunu düşünürüm ve sıklıkla kullanırım.” şeklinde düşünceye sahipken, NA (23)’da benzer ifadelerini, “Sadece sözlerimle anlaşılır olduğumu düşünmüyorum. O yüzden konuşmalarımda beden dili kullanıyorum, anlaşılır olmak için.” şeklinde dile getirmiştir. Bu soruda benzer cevapları veren SA (32), “Yüz ve beden hareketlerinden oldukça yararlanırım. Özellikle çocuklarımla iletişim kurarken jest ve mimiklerimden mutlaka yararlanırım. Onlara söylemek istediğim şeyleri daha anlaşılır kılmak istediğim için.” diyerek aile içi iletişimlerinde de sözsüz iletişim unsurlarının anlaşılabilirliği artırdığından bahsetmektedir. ZY (27), “Kişilerarası iletişimimde çoğunlukla mimiklerimden faydalanırım. Bir şeyler anlatırken el kol hareketlerimi kullanırım. Bunu bir tık daha anlaşılır olmak için yaparım.” derken, YK (26), “Günlük konuşma sırasında yüz ve beden hareketlerini oldukça fazla kullanırım. Kullanmamın sebebi ise karşıdaki insanın beni daha kolay anlayabilmesi için.” şeklinde konu ile ilgili düşüncelerini belirtmiştir. Elde edilen

bilgilere göre yukarıda sıralanan katılımcıların sözsüz iletişim unsurlarını kişilerarası iletişimlerinde daha anlaşılır olmak adına tercih ettiği görülmektedir.

Bu konuda literatürde de yer alan çalışmalar bağlamında beden dili ile aktarılan mesajların insanlar arasındaki anlaşmayı artırdığı bilinmektedir. Daha önce yapılan araştırmalar neticesinde beden dilinin, ses tonu (%38) ve sözcüklere (%7) oranla %55 oranında büyük bir paya sahip olduğu görülmektedir (İzgören, 2000: 6). Verilere göre ortaya konulan oranın, katılımcıların cevapları doğrultusunda önemli bir paya sahip olduğu bir kez daha anlaşılmaktadır.

Literatür taramasında ulaşılan bir diğer nokta, sözlü iletiler haricinde tercih edilen sözsüz iletiler, anlamı belirleme ve paylaşmada çoğu kez bilinçsiz olarak devamlı bir şekilde kullanıldığı yönündedir (İzgören, 2000: 6). Bu bağlamda SK (36), “Beden dili kullanıyorum. Bir süre sonra hatta alışkanlık haline geliyor ve sürekli kullanıyorum. İnsanlarla iletişim halindeyken yapıyorum.” ifadelerini kullanırken, KÇ (44), “Beden dili aslında her insanın kullandığı bir dildir bence. Bu bazıları için farkında olarak bazılarının ise olmadan yaptıkları bir şeydir.” diyerek iletişimlerinde sürekli tercih ettiklerini ve bunun bir alışkanlık haline geldiğini söylemişlerdir. Benzer bir yanıt olarak EŞ (39), beden dilini karakteriyle bağdaştırdığını ve neredeyse her kurduğu iletişimde bu dilden yararlandığını, bir zaman sonra alışkanlık olarak gördüğünü açıklamıştır. Yine benzer bir yanıt elde edilen ÖH (38) katılımcısı, kullanmaya başladığı ilk zamanlarda kendini daha rahat ifade etmek için tercih ettiğini ve yaşamının bugünlerinde ise alışkanlık oluşturduğunu anlatmıştır. Ayrıca bu konuda insanların farkında olmadan da günlük iletişimlerinde beden dillerini etkin bir şekilde kullandıkları (Baltaş ve Baltaş, 2017: 13) bilgisi literatürde yer almaktadır. Alınan cevaplar ile bilimsel verilerin desteklendiği görülmektedir.

İlk soru için farklı yanıtlar alınan KC (20), iletişim halindeyken coşkulu yaşadığı duygularını ifade etmek amacıyla sözsüz iletişim unsurlarından yararlandığını belirtmiştir. DG (20) ise, “Konuşmamın heyecanına göre el kol hareketlerimi kullanıyorum.” diye açıklamıştır. Bu cevaplar doğrultusunda sözsüz iletişimin iletişim esnasında hissedilen yoğun duygu durumlarının insan vücuduna yansarak ortaya çıkardığı iletişimsel davranışlar olduğu (Deniz, 2020: 19) düşüncesi desteklenmektedir.

Sözsüz iletişimden duygularını ifade etmek amacıyla yararlandıklarını dile getiren katılımcılar ise şu ifadeleri kullanmıştır: ÖD (27) “Bir kişiyle konuşurken şaşırıyorsam, yüz ifademle belli ederim. Sevindiğimde ya da üzüldüğümde, karşımdaki kişiyle temasta bulunmak isterim. İçinde bulunduğum duygu durumumu ifade etmek ve bu duyguyu karşı tarafa aktarabilmek için kullanırım.” demiştir. BA (23), iletişim

halindeyken hissettiği duyguları karşı tarafa aktarmak amacıyla kullandığını belirtirken, FP (24)'de önceki katılımcılara benzer bir ifade kullanarak "...konuşma anındaki duygu ve hislerimi daha net ifade etmek için jest ve mimiklerimden yararlanırım." diye soruyu cevaplamıştır. YY (27) bu konuda, "Jest ve mimiklerimi çokça kullanırım; fakat bu kiminle ne konuştuğuma bağlıdır. Mesela arkadaş ortamlarımda olduğum gibi davranır ve içinde bulunduğum duygu durumunu mutlaka hissettiririm." demiştir.

Tüm bu cevaplar sonucunda duygu ve düşüncelerin nasıl anlatıldığının önemli olduğu, dolayısıyla insanların kişilerarası iletişim esnasında jest ve mimiklerinin, duruşlarının ve vücut dillerinin avantajlarından yararlandıkları görülmektedir. Yaman (2012: 41)'ın araştırma sonucuna göre birey iletişimi sağladığı dil ile 40.000 sinyal gönderirken, beden dili ile 750.000 sinyal gönderebilmektedir. Bu sonuç, beden dilinin iletişime katkısını güçlendirir niteliktedir.

Sözsüz iletişim konusunda farklı bir bakış açısı sergileyen BY (37) ve ST (26) ise sırasıyla şu sözleri dile getirmiştir: BY (37), "Kişilerarası iletişimimde beden dilini samimiyet dereceme göre kullanırım. Aynı zamanda güçlü iletişim kurabildiğim insanlarla da kullanırım." ve ST (26), "Kullanıyorum; fakat tüm ilişkilerimde diyemem. Samimiyet derecesine ve karşımdaki insanın tavırlarına bağlı değişiklik gösterir." demiştir. Literatürde ise elde edilen cevapları onaylayan nitelikte bir ifade yer almaktadır. Beden dili duyguları anlatma niyetiyle kullanıldığı gibi gizli ifadeler de taşıyarak bireyler arasındaki iletişimin kuvvetini, tutumları belirler ve iletişim halindeki kişiler hakkında bilgi verebilir (Yazıcı, 2013: 159).

Tüm katılımcılardan farklı bir cevap veren Aİ (33) kelimelerinin kendini ifade etme konusunda yeterli olduğunu ve sözsüz iletişimden nadiren yararlandığını belirtmektedir. Bu cevabın diğer katılımcıların oluşturduğu çoğunluğa göre farklılık oluşturması nedeniyle evren üzerinde belirleyici bir sonuca sahip olması mümkün değildir.

Katılımcılardan sözsüz iletişim unsurları hakkında alınan cevaplar yukarıda verilmiştir. Aşağıda ise cevaplar doğrultusunda katılımcıların sözsüz iletişimden yararlanma durumları kısa ifadelerle oluşturulan tablo ile sunulmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların sözsüz iletişim unsurlarını kullanım durumu

|                |                              |               |                   |
|----------------|------------------------------|---------------|-------------------|
| <u>EK1(33)</u> |                              | <u>ÖD(27)</u> |                   |
| <u>EK2(35)</u> |                              | <u>BA(23)</u> |                   |
| <u>HE(28)</u>  | Anlaşılır olmak ve iletişimi | <u>FP(24)</u> | Duygularını ifade |
| <u>SD(32)</u>  | güçlendirmek                 | <u>YY(27)</u> | etmek             |
| <u>EB(24)</u>  |                              | <u>KC(20)</u> |                   |
| <u>CY(22)</u>  |                              | <u>DG(20)</u> |                   |

Tablo 2. (Devamı)

|               |               |                    |
|---------------|---------------|--------------------|
| <u>KE(26)</u> | <u>SK(36)</u> |                    |
| <u>MK(31)</u> | <u>KÇ(44)</u> |                    |
| <u>NA(23)</u> | <u>EŞ(39)</u> | Alışkanlık         |
| <u>SA(32)</u> | <u>ÖH(38)</u> |                    |
| <u>ZY(27)</u> | <u>BY(37)</u> |                    |
| <u>YK(26)</u> | <u>ST(26)</u> | Samimiyet          |
|               | <u>AI(33)</u> | Nadiren kullanıyor |

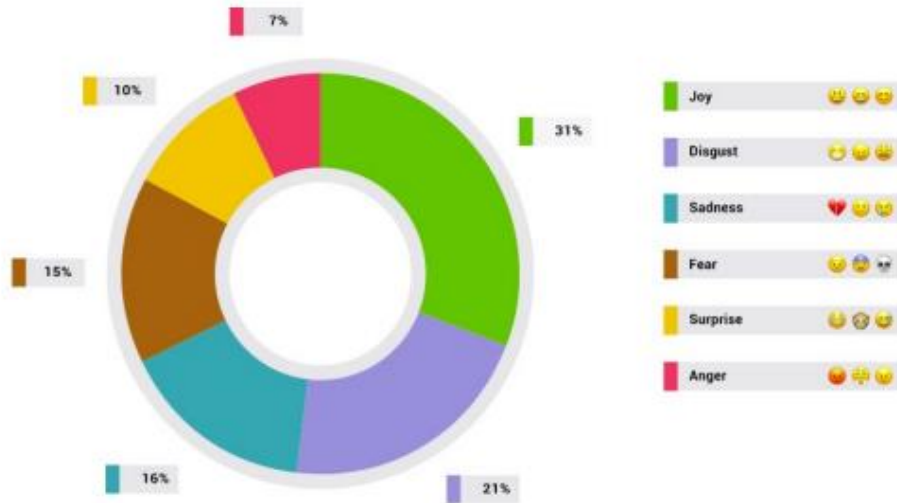
Katılımcıların sözsüz iletişim unsurlarını kullanım durumlarını açıklarken yararlandıkları ifadelerin Tablo 2.'deki kısa dağılımlarına göre; yalnızca 1 katılımcının nadiren kullandığı, 2 farklı katılımcının samimiyet derecelerine göre tercih ettikleri, 4 diğer katılımcının kullanımlarının alışkanlık halinde olduğu, 6'sının ise ortak bir ifade olarak duygularını ifade etmek amacıyla kullandıkları görülmektedir. Çoğunluğu oluşturan 12 farklı katılımcı ise anlaşılır olmak, iletişimi kuvvetlendirmek için sözsüz iletişim unsurlarından yararlanmaktadır. Sonuçlardan anlaşılıyor ki sözsüz iletişim, insan hayatında mutlaka yer almaktadır. Neredeyse tüm katılımcılar için sözsüz iletişimin farklı da olsa bir etkisi bulunmaktadır.

Literatür taramasında beden diliyle ilgili elde edilen bir başka bilgiye göre gerçek duygular sözcüklerin arkasında kalabilir; fakat beden dili çoğu zaman gizli kalan hisleri ortaya çıkararak anlaşılmasını sağlamaktadır (A. Baltaş ve Z. Baltaş, 2017: 13). Bu bilgi ile sözsüz iletişimin gerekliliği tekrar edilmektedir. Çalışmanın devamında konuya bağlı kalarak ve amaca uyarak oluşturulan bir diğer soruya yanıt aranmıştır. Ulaşılan yanıtlar bir sonraki başlıkta açıklanmaktadır.

### 3.7.3. Katılımcıların Whatsapp İletişimlerinde Emoji Kullanma Durumlarına İlişkin Görüşleri

Whatsapp uygulaması gün geçtikçe yenilenmek ve güncel olabilmek amacıyla bünyesine yenilenen özellikler eklemektedir. Bu yeni özelliklerle mevcut kullanıcı sayısını korurken, bu sayıya her yeni gün daha fazlasını katmaktadır. Yüz binlerce insanın bu mecraada olmasıyla birlikte kişilerarası iletişim de bu mecra üzerinden gerçekleşmektedir (Uzun ve Uluçay, 2017: 222). Günlük hayattaki kişilerarası iletişimler incelendiğinde sözsüz iletişim unsurları sıkça görülmektedir. Whatsapp ise bu konuda etkili bir yol izleyerek, kullanıcılarına sözsüz iletişim unsurlarını andıran emoji kategorileri sunmaktadır. Buna göre katılımcılara emoji kullanım durumlarını öğrenmek maksadıyla “Whatsapp uygulamasını kullanarak ilettiğiniz mesajlarda emoji kullanım durumunuz nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Sorulan bu soru sonucunda elde edilen yanıtlara aşağıda yer verilmiştir.

Alınan yanıtlar birbirlerine olan yakınlıklarına bağlı olarak gruplandırılmıştır. Söz konusu grubun ilk yanıtı şu şekildedir; BY (37) “Emojileri mesajlarımı eğlenceli hallere getirmek için kullanıyorum. Emoji benim için eğlenceyi ifade ediyor. Özellikle gülücük, kahkaha emojilerini kullanıyorum.” diyerek emojilerle ilgili düşüncelerini ifade etmiştir. Buna benzer bir başka yanıt, FP (24) “Emoji kullanmayı pek tercih etmiyorum. Yalnızca eğlence katmak adına kullanabilirim.” şeklindedir. KC (20), SK (36), NA (23) ve BA (23)’da “Emoji kullanıyorum. Özellikle arkadaşlarımla olan iletişimimde emojileri çok kullanıyorum. Orada amaç daha çok eğlence katmak. Gülmek, şakalaşmak amacıyla mesajlarıma emojiler ekliyorum.” şeklinde cevaplayarak, birbirlerinin aynını söylemişlerdir. Cevaplardan da anlaşılacağı üzere emojiler farklı kullanım durumları ile beraber, mesajları eğlenceli kılmak adına da kullanılmaktadır. Bu konuda Twitter uygulaması temel alınarak yapılan bir araştırmaya denk gelinmiştir. Araştırmada duygulara göre emoji kullanımı kategorileri ve kullanım oranı belirlenmiştir. Konu hakkındaki şekil aşağıda paylaşılmaktadır.



Şekil 19. Twitter üzerinde kullanılan emojilerin duygu kategorileri ve kullanım oranları

Yukarıdaki Şekil 19.’da %31 oranında eğlence ifade eden emojilerin %21 tikslenme, %16 hüznün, %15 korku, %10 oranında sürpriz ve son olarak %7 öfke emojilerinin kullanım durumu görülmektedir. Bu bağlamda Twitter’a kıyasla elde edilen cevaplar doğrultusunda Whatsapp üzerindeki mesajlarda da eğlenceli emojilerin tercih edildiği görülmektedir (Swiftkey, 2017).

DG (20) ve KC (20) katılımcıları ise emojileri; DG (20) “Emoji kullanıyorum. Hatta gülücük emojisini mutlaka her mesajımın sonuna ekliyorum. O emojiyi eklemediğim zaman soğuk bir konuşma oluyor gibi hissediyorum o yüzden her mesaja ekliyorum.” ve KC (20) “Emoji benim için bir nevi eğlence, sohbeti yumuşatmadır da

aslında.” şeklinde tanımlamıştır. Bu ifadeler doğrultusunda emojiilerin eğlence amaçlarının yanı sıra muhabbet edilen kişiler arasında da bir sıcaklık oluşturduğu söylenebilir. Ayrıca bu konuda SA (32) emojiileri; “Emojiiler o kadar hayatımızın içine girmiş ki ben samimiyet olgusu olarak kullanılması gerektiğini düşünüyorum.” diye tarif ederek emojiilerle samimi bir konuşma gerçekleştirmenin de mümkün olduğunu belirtmiştir.

Emojiileri kullanma durumlarını daha farklı açıklayan katılımcılardan biri EK2 (35):

Emojiileri genelde duygularımı anlatmak için kullanıyorum; ama mesela bir emtia pazarlayacağım zaman emoji kullanmayı daha ciddi bir ortam olmasını istediğim için tercih etmiyorum. Emojiileri samimiyetsiz bulduğum için değil, karşımdaki kişinin yüz ifadesini göremediğimden ben de duygularımı ve yüz ifadelerimi belli etmek istemiyorum.

diyerek, emoji kullanımının duygularını ifade etmek maksadıyla olduğunu belirtmiştir. Aynı soruya benzer bir diğer yanıt ST (26) tarafından şu şekildedir, “Emoji kullanıyorum. Karşımdaki insanla yüz yüze olmadığım için bir emoji ile duygu durumumu ifade edebiliyorum.” Bu soruya birçok katılımcı emojiileri duygularını ifade etmek amacıyla kullandığını söyleyerek benzer cevaplar vermiştir. EK1 (33) “İletişim kurduğum insanda kullandığım emojiilerin tebessüm bıraktığını ve o an ki duygumu ifade ettiğini düşünüyorum.” derken, HE (28) “Yüz yüze görüşemediğim insanlarla mesajlaşırken o anki içinde bulunduğum duygu durumunu iletmek amacıyla kullanıyorum. Genelde duygu durumumu ifade eden emojiiler kullanıyorum.” demiştir. KÇ (44) ise “Emoji kullanıyorum. Mesajlarımın ne anlama geldiğini neyi kastettiğimi daha anlaşılır kılmak maksadıyla ve duygularımı ifade etmek için kullanıyorum.” diye cevap vermiştir. Bir sonraki katılımcı ÖH (38) “Emojiilerden faydalaniyorum. Mesajlarıma genelde emoji ekliyorum. Bu içinde bulunduğum duygu durumlarımı anlatmak için oluyor. Yani o an sinirliysem mesajımı da buna göre yazıyorsam kızgın bir emoji ekliyorum.” derken diğer katılımcı EB (24):

Emojiiler insanın iletmek istediği mesajı destekler, eksikliklerini giderir bence. Mesela gönderdiğimiz bir mesajda bazen karşı tarafa duygumuzu aktaramıyor olabiliyoruz. Bu durumda emojiilerin karşı tarafa duygu ve düşüncelerimizi aktarmakta oldukça başarılı olduğunu düşünüyor ve kullanıyorum.

diyerek emojiileri kullanım sebebini detaylı olarak açıklamıştır. YK (26) ve KE (26) ise mesajlaşma esnasında içinde bulundukları ruh halini emojiilerle yansıttıklarını belirtmektedir. SD (32) “İletişim kurduğum kişiye duygu durumumu anlatmak için emoji kullanırım. Benim için çoğu zaman kurtarıcıdır. Çünkü duygularımı ifade etmeme

sözcükler yeterli gelmeyebiliyor. Karşımdaki insana hissettiğim duyguları emojiyle belli edebiliyorum.” demiştir. Aİ (33) ise emojiyi günlük hayattaki beden diline göre daha fazla kullandığını bunun sebebini ise insanlarla yüz yüze olamadığında duygularını yüz ifadeleri yerine emojiyle belli edebildiğine bağlamıştır. Aİ (33)’ye en yakın cevabı MK (31) şu şekilde ifade etmiştir: “Mesajlaşmalarda emoji kullanımı benim için hissedilen duyguyu ifade etmektir. Yüz yüze olamadığımız iletişimlerimizde karşı tarafa hislerimizi doğru şekilde aktarmak zor olduğu için bu hislerimizi emojiyle sayesinde karşıladığımızı düşünüyorum.” CY (22) “Emoji kullanarak duygularımı ifade ediyorum. Karşımdaki insana şirinlik yapmak istediğimde de kullanıyorum.” diyerek emoji kullanımını birden fazla sebebe bağladığını açıklamıştır. ÖD (27) ve YY (27) ise sırasıyla şu cevapları vermiştir: ÖD (27) “Bazen kullanıyorum yani bunu seviye olarak açıklayacaksam ortanın bir tık üzerinde kullanımım olur. Mesajlaşma sırasındaki duygularımı anlatabilmek için kullanırım. Mesajıma göre seçerim yine aynı beden dili gibi yani. Alakasız bir emoji de atmam.” ve YY (27) “Kullanırım tabii yoğun bir şekilde. Mimiklerime uygun çokça emoji var. Şaşkınsam ona uygun kahkaha atıyorsam ona uygun yani içinde olduğum durumlara duygulara uygun emojiyle mutlaka kullanırım.” Açıklanan son iki katılımcının cevabından yola çıkarak emoji, kullanıcılara göre daha az ve daha çok tercih edilse bile duygu durumunu karşı tarafa aktarma konusunda mutlaka tercih edilmektedir. Duygu durumunu ifade etme konusunda gruplandırılan cevapların son katılımcısı olan EŞ (39) “Yazılı mesajımın arkasına ekleyerek, o anki duygularımı belli etmek adına kullanıyorum. Detaylandırmam gereken bir mesajım varsa onu daha açıklayıcı kılmak adına da emoji kullanıyorum.” şeklinde cevap vermiştir. Elde edilen cevaplar Cowie (2001: 37)’nin, emojiyle sözsüz bir dil gibi mobil iletişimlerde duyguları ifade etmek niyetiyle kullanılabilir ifadesi ile örtüşmektedir. Ayrıca Jaeger ve Ares’in ifadeleri ile emojiyle duyguları ifade etmekte ya da daha yoğun bir şekilde ifade edilmesine yardımcı olmaktadır. Jaeger ve Ares 33 farklı yüz ifadesi olan emojiyi analiz ederek birçok emojiye birden fazla duygu ifade edebildiğini bulmuştur (Jaeger vd., 2017).

EŞ (39) emoji kullanımını duygularını ifade etme dışında hız kazanmak amacıyla da kullandığını açıklamıştır. Uzun yazılı mesajlar yazmanın zaman alabileceğini belirterek bu konuda emojiyle kolaylık sağladığını ve daha hızlı iletişim kurabildiğini belirtmiştir. Bu konuda Kliegman (2015) emojiyle insanın kendini ifade etmesi için hızlı ve küresel bir iletişim kurma noktasında anlamlı yeni yollar gösterdiğini söylemektedir.

Farklı bir bakış açısı geliştiren ZY (27) katılımcısı emojiyi sohbeti bitirmek istediği zaman kullandığını belirtmiştir. Bu konuda HE (28) ise “Genellikle mesaj yazmak istemediğim zamanlarda konuşmayı bitirmek amacıyla bir emoji gönderebiliyorum. Bu bana zamandan tasarruf etmemi sağlıyor.” şeklinde açıklamada bulunmuştur.

KC (20)’nin “Aşırı tepkileri belli eden emojiyi insanlara göndermiyorum. Daha yumuşak duygularımı hissettirecek emojiyi tercih ediyorum. Konuşmanın seyrine göre de değişiklik gösteriyor. Güzel bir sohbet esnasında emojiylerden faydalανırım. Ama tam tersi sıkıcı bir sohbetse emoji kullanmam.” sözü ile Cheng (2017: 210)’in kullanıcılar olumlu iletişimlerde daha çok emoji kullanırken üzgün ve öfke dolu mesajlarında daha az tercih etmektedir bulgusu uyuşmaktadır.

Emojiylerin kültürel değeryleri yozlaştırmaya yatkın olduğunu ve insanların bu noktada kullanımlarına dikkat etmesi gerektiğini savunan EK2 (35):

Şunu da söylemek istiyorum dilime, dinime, ahlaki kurallarıma ters gelen bir emojiyi de asla kullanmam. Bana karşı kullanan olursa da mutlaka uyarır ve bunun kırmızıçizgim olduğunu ifade ederim. İnsanlar yaşamında her önüne geleni tüketmemelidir. Kullanırken sorgulamalıdır bu benim kişiliğime, ahlakıma ya da kısaca değerylerime uyuyor mu uymuyor mu diye.

EK2 (35) bu ifadeleriyle Özkaya’nın (2019: 38) emoji kullanımının hız, kolaylık ve fayda sağladığı kabul edilebilir; fakat dil için tehlike oluşturma durumunun es geçilmemesi gerekmektedir, görüşünü desteklemektedir. Örnek olarak, birbirine birleştiren iki el emojiyi (🙏) Müslümanlıktan başka din ve inançlarda dua simgesi olarak kullanılmaktayken teşekkür, dua ve şükretme amacıyla kullanılmasının gün geçtikçe artması dil açısından ciddi bir sorun oluşturmaktadır. Buna benzer bir örnekte bazı ülkelerin onay verme, beğenilerini ifade etme anlamında kullandıkları (👍) ifade, bir başka ülkede hakaret olarak algılanmaktadır. Emojiylerin dildeki milli ve yerel unsurları tehdit eden riskler barındırdığı bilinmektedir.

Katılımcılardan Whatsapp üzerindeki iletişimlerinde kullandıkları emojiyler ile ilgili elde edilen cevaplar yukarıda verilmiştir. Aşağıda ise bu cevaplar doğrultusunda katılımcıların emoji kullanım durumları kısa ifadelerle oluşturulan tablo üzerinde gruplandırılmıştır..



Tablo 3. Katılımcıların emoji kullanım durumu

|               |                    |                |                        |
|---------------|--------------------|----------------|------------------------|
| <b>BY(37)</b> |                    | <b>EK2(35)</b> |                        |
| <b>FP(24)</b> |                    | <b>ST(26)</b>  |                        |
| <b>KC(20)</b> | Eğlence            | <b>EK1(33)</b> |                        |
| <b>SK(36)</b> |                    | <b>HE(28)</b>  |                        |
| <b>NA(23)</b> |                    | <b>KÇ(44)</b>  |                        |
| <b>BA(23)</b> |                    | <b>ÖH(38)</b>  |                        |
| <b>ZY(27)</b> | Sohbeti bitirmek   | <b>EB(24)</b>  |                        |
| <b>DG(20)</b> | Sohbeti yumuşatmak | <b>YK(26)</b>  |                        |
| <b>SA(32)</b> | Samimiyet katmak   | <b>KE(26)</b>  | Duygularını ifade etme |
|               |                    | <b>SD(32)</b>  |                        |
|               |                    | <b>AI(33)</b>  |                        |
|               |                    | <b>MK(31)</b>  |                        |
|               |                    | <b>CY(22)</b>  |                        |
|               |                    | <b>ÖD(27)</b>  |                        |
|               |                    | <b>YY(27)</b>  |                        |
|               |                    | <b>EŞ(39)</b>  |                        |

Katılımcıların emoji kullanım durumlarına göre ortaya çıkan ifadelerin dağılımı Tablo 3.'e göre şu şekildedir: 16 katılımcı çoğunluğu oluşturmakta ve duygularını ifade etmek amacıyla emojiyi tercih etmektedir. Diğer 6 katılımcı emojiyi eğlence amacıyla kullanmaktadır. 1 katılımcı konuşmayı bitirmek, diğer 1 katılımcı soğukluğu gidermek ve son 1 katılımcı ise samimiyet olgusu için emojiilerden yararlanmaktadır. Tüm cevaplardan ve oluşturulan tablodan yola çıkarak insanların farklı nedenlerle emojiyi kullandığı; fakat en çok duyguları ifade etmek amacıyla kullanıldığı ortaya çıkmaktadır.

Bu konuda yapılan literatür taramasında emojiiler duyguların ifade edilmesi haricinde farklı amaçlarla da kullanılmaktadır bilgisi yer almaktadır. Bu bilgi Kelly ve Watts (2015'ten aktaran Çeken vd., 2017: 93) tarafından 3 ayrı madde altında açıklanmaktadır. Bu maddeler aşağıda yer almaktadır.

1. İletişimin korunması manasında sohbeti sürdürecekt herhangi bir şey kalmadığında sohbeti sürdürmek adına kullanılan emojiiler,
2. İletişimi eğlenceli kılmak adına kullanılanlar,
3. Konuşmaya katılan kişilerin kendi aralarında bir gizlilik ve benzersizlik oluşturma sebebiyle yine kendi aralarında şifreli olarak kullandıkları emojiiler (Kelly ve Watts, 2015'ten aktaran Çeken vd., 2017: 93) olarak sıralanmaktadır.

Yüz yüze iletişim kapsamında yer alan sözsüz iletişim, yüz ifadeleri ve beden dili gibi unsurlar yazı diline eklenerek, alıcısının mesajı daha doğru ve net bir biçimde anlamasına yardımcı olmaktadır (Lemonnier, 2012'den aktaran Çeken vd., 2017: 92).

Bu konuda bazı dilbilimciler, renkli sembollerin yazılı bir dile göre daha mantıklı olduğunu belirtmektedir.

Çalışmanın devamında bir diğer soruya yanıt aranmıştır. Ulaşılan yanıtlar bir sonraki başlıkta açıklanmaktadır.

#### **3.7.4. Katılımcıların Kullandıkları Emojiler ve Sözsüz İletişim Unsurlarının Kıyaslanmasına Yönelik Görüşleri**

Günlük hayatta yararlanılan sözsüz iletişim unsurlarının alt başlıkları olan, yüz ve beden hareketleri, bedensel temas, mekân kullanımı ve araçlar göz önünde bulundurularak Whatsapp uygulaması üzerinde bir inceleme yapılmıştır. Bu incelemede Whatsapp'ın bünyesinde emoji kategorileri olduğu ve bu kategorilerin sözsüz iletişim unsurlarına olan benzerliği dikkat çekmiştir. Emojilerin bu kategorik yerleşimi ve sözsüz iletişim unsurları ile benzerlik göstermesi araştırma konusunun ortaya çıkmasında bir sebep olmuştur.

Kişilerin birbirlerine ilettikleri mesajlara birtakım semboller ekleme gayretlerinin temelinde yatan sebep, dijital platformdaki iletişimlerine sözsüz iletişim öğelerini de katarak iletişim pürüzlerinden kurtulmak istemeleridir. Bu sebebe hizmet eden semboller ise emojiler olmaktadır (Torun, 2018: 616). Tüm bu nedenlere bağlı olarak katılımcılara “Kullandığınız emojileri günlük hayatta kurduğunuz iletişimlerde yararlandığınız sözsüz iletişim unsurları ile kıyasladığınızda söyleyecekleriniz nelerdir? Benzerlik, farklılık ya da aynı olma durumu bulunmakta mıdır?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan alınan cevaplar ise aşağıda aktarılmıştır.

Bahsedilen konu hakkında BY (37) “Evet, benim günlük hayatta kullandığım yüz ifadelerimi, el kol hareketlerimi karşılayan emojiler var bu konuda benzerlik sağlıyor diyebilirim.” şeklinde düşüncelerini belirtirken, EK1 (33) “Aslında kullandığımız o anki emojiler ruh halimizi yansıtan veya mesaj ile sohbet ettiğimiz esnada yaptığımız beden hareketlerini temsil edebilirler. Belki de o an bedenimizin hareketini emoji ile yansıtıyor olabiliriz. Kullandığım emojileri ve beden dilimi düşündüğümde de benzerlik olduğunu görüyorum.” diyerek günlük hayata kıyasladığı emojiler arasında bir benzerlik olduğunu ifade etmiştir. Devamında EK2 (35) ise “Sözsüz iletişime kıyasla evet, benzerlikler var diyebilirim. Özellikle yüz ve beden hareketlerini kendi ifadelerime çokça benzetirim.” derken, FP (24) “Günlük hayatla kıyasladığımda emojilerle genel anlamda benzerlikler var özellikle el kol ve yüz hareketlerini düşünecek olursam çokça benzerlik var. Ama tabii günlük hayatta gerçekleştirdiğim bir konuşmaya iletişime bakarsam faydalandığım beden dilinin yerini benim nezdimde emojiler tutamaz.”

diyerek emojilerle beden dili arasında bir benzerlik kurmasına rağmen emojilerin yeteri kadar ifade yeteneği olmadığını savunmuştur. Bir diğer katılımcı HE (28) “Benzerlik var. Yüz ifadelerimle emojileri kıyasladığımda benzerlikler var. Mesela gülücük ifadesi yüzümüzde de aynıdır emojilerde de karşılığı vardır ve günlük hayattaki gibi de kullanabilirim. Bence emojiler beden dilimizi yansıtıyor.” derken, ST (26)’de “Günlük hayatta kullandığım yüz ifadelerim ile emojilerde ki yüz ifadeleri benim için çok benzer. Benim günlük hayattaki kullandığım beden dilimi emojiler karşılayabiliyor.” diyerek HE (28)’nin düşüncelerine benzer sözler söylemiştir. DG (20) “Benzerlik olabilir mesela günlük hayatta görmediğim bir arkadaşına gönderdiğim emoji ile o an ki duygu durumumu ifade edebiliyorum. O an karşı karşıya olsak yüz ifademle belli edebileceğim üzgünsem üzümlüğümü, sevinçliysem sevincimi yüz yüze olamadığımız için emojilerle belli edebiliyorum.” diyen DG (20)’ye yakın olan cevap KE (26) tarafından şu şekilde ifade edilmiştir: “O an gerçekten ne hissediyorsam bu bir üzüntü veya mutlulukta olabilir, onu karşılayan emojiler gönderirim. Bahsettiğim şey günlük iletişimimde de böyledir. Bu açıdan baktığımda emojiler sözsüz iletişime benzerlik gösteriyor.” Diğer katılımcı MK (31) “Emojiler sözsüz iletişim unsurlarının yerini tamamen alamazlar. Ancak yazışma esnasında jest ve mimiklerimizi kullanamayacağımız için bu açığı kapatırlar. Ben kendi iletişimimde hangi beden dilini kullanıyorsam onu emojilerle ifade etmeye çalışıyorum. Bu anlamda benzerlikler vardır.” şeklinde düşüncelerini belirtirken, ÖD (27) “Evet benzerlik var günlük hayatımda ki konuşmalarımda yaşadığım duyguları ifade ederken yaptığım yüz ifadeleri ve el kol hareketlerim emoji kullanımında da aynıdır. Şaşkınlık, üzüntü, mutluluk, gülücük gibi duyguları günlük hayata benzer şekilde yansıtırım.” ve bir başka katılımcı olan ZY (27)’nin ifadeleri şu şekildedir:

Whatsapp’ta kullandığım emojiler günlük hayatta kullandığım yüz ifadeleri ile tamamen aynı. “şaşıрма, gülme, kızma” gibi duygu durumlarımda emojilerde karşılığı var. Konuşurken bazen söyleyecek bir şey bulamadığımda ya da konudan uzaklaşmak istediğimde iki elimi yana açıp kaşlarımı kaldırırım. Yine aynı şekilde benzer durumlarda hiçbir şey yazmadan yaptığım hareketi temsil eden emojiyi kullanırım.

ZY (27) yukarıda yaptığı açıklamada emoji ve sözsüz iletişim dilinin benzerliği hakkındaki düşüncelerini dile getirmiştir. KÇ (44) ise “Günlük hayatla benzerliği bulunuyor. Günlük hayatta üstünkörü bir beden dili kullanıyorum aynı şekilde hislerimi ifade ederken emojilerde de abartılı olmayan beden dilime uygun olanları tercih ediyorum.” diyerek konu hakkındaki düşüncelerine açıklık getirmiştir.

Elde edilen cevaplar doğrultusunda literatürde konuyu destekleyici bir bilgi Albayrak (2020) tarafından şu şekilde ifade edilmektedir. Kişilerarası iletişimin temel basamaklarından birini sözsüz iletişim oluşturmaktadır. Gündelik hayatta gerçekleşen kişilerarası iletişimlerde yararlanılan simgesel kodlar bir anlam çıkarma ve bunu aktarma konusunda devamlı kullanılmaktadır. Bu kodlar günümüzde emojiyle karşılanarak sosyal mecralarda kullanılmaktadır (Albayrak, 2020: 74). Emojiler çağın gerekliliği olarak kabul görmekte ve özellikle pandemi sürecinde iletişimlerin mesajlaşma platformlarına kaymasıyla (Albayrak, 2020: 76) beden dilini ifade edebilme yolu olarak görülmektedir. Kısaca emoji kullanımı, yazılı iletişim platformları ile gerçek hayat arasında bir bağ oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında söz konusu soruya farklı cevap veren katılımcılar da bulunmaktadır. Bu katılımcılardan ilki EŞ (39) şunları söylemektedir:

Emojilerle sözsüz iletişim arasında benzerlik olabilir fakat emojiler tamamen karşılıyor diyemem. Mutlaka geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum. Bir de emojiler yanlış anlaşılmalara da sebep oluyor diye düşünüyorum. Emoji eklerken yanlışlıkla elimiz başka bir emojiye değerse o da iletişim bozukluğu oluşturabilir bence. Bir de emojiler çok gerçekçi olmayabilir yazılı iletişimde düşünme fırsatımız var bu yüzden karşımızdaki insanın tepkisine göre emoji kullanabiliriz böyle olduğu zaman daha yanıltıcı olabiliyor. Emojilerin jest ve mimiklerimizle anlattığımız duyguları anlatabilecek yeterlilikte olduğunu da düşünmüyorum eksik kalacağını düşünüyorum.

Yazılı iletişimin insanlara mesajı oluştururken düşünme fırsatı sunduğu için gerçekçi olmayacağına vurgu yapan EŞ (39)'ye benzer bir diğer yanıt SK (36)'dan gelmiştir:

Emojiler yazışmada bir beden diliyken sözsüz unsurlarda yüz yüze konuşmalarda aynı şeydir. Ama emojilerle sözsüz iletişimi kıyaslarsam emojileri düşünerek ekleyebiliriz. Beden dilini ise o anki konuşmaya bağlı kalarak anlık bir şekilde kullanırız. Yüz ifadelerini düşündüğümde de gülmek mesela emoji olarak karşılığı birebir var. Ağlamanın karşılığı var. Fakat hissettiğimiz duyguları bence emojilerle ifade edemeyiz. Beden dilimiz hissettiğimiz duyguları daha belirgin halde ortaya koyar bence.

NA (23) ise bu konuda “İkisi ayrı dünyalarda olduğu için tamamen aynı diyemem. Biri gerçek dünyadayken bir diğeri sanal âlemde var olduğundan verdiği mesaj bile benim için farklı olabilir...” diyerek mesajlaşma ortamlarında düşünerek yazma fırsatı olduğunu ve bu fırsatı emojilerde de kullandığını belirtmiştir. Bir mesaja emoji eklerken o an ki konuşmaya bağlı kalarak gerçekte hissetmediği duyguları karşı tarafla olan ilişkisine uygun bulduğu için de kullandığını ifade etmiştir. Ancak NA (23) yüz yüze iletişimlerinde bu durumun pek mümkün olamayacağını ve ne hissediyorsa onu aynen yansıttığını dile getirmiştir. Katılımcıların cevapları doğrultusunda emojilerin belli başlı

sözsüz iletişim unsurlarını karşılayabildiğini fakat duygu ve düşünceleri aktarma konusunda yanıltıcı bir paya sahip olduğunu söylemek mümkündür. Konu hakkında benzer sonuca varan diğer katılımcı YK (26) “Örneğin sinirli olduğumuzda yüz yüze iken bunu belli ediyorken Whatsapta göstermek istemeyebilir ve gizleyebiliriz. Her mesaja emoji koyarak sahte duygu gösteren insanlarda çoktur. Düşünsenize bu da sahte bir iletişim olmaz mı?” diyerek insanların emoji kullanımının herhangi bir sebep dışında da olabileceğini ve bunun gerçek bir iletişimden uzak kalacağına vurgu yapmıştır. Tüm bu cevaplara ek olarak EŞ (39), SK (36), NA (23) ve YK (26) günlük hayatta kullandıkları beden dili ile Whatsapp iletişimlerindeki emoji kullanımlarının arasında bir farklılık olduğunu ve bu farklılığın gerçeği yansıtmama noktasında olduğunu ifade etmişlerdir. Bu konuda benzer bir yanıt diğer katılımcı tarafından şu şekilde açıklanmıştır: SA (32) şunları söylemiştir:

Ben günlük hayatla Whatsapp görüşmelerimi kıyaslarsam günlük hayatta beden dilinden faydalandığının daha fazlasını emojilerden faydalaniyorum. Herhangi bir mesajımın sonuna bile emoji ekleme ihtiyacı duyuyorum. O an gönderdiğim emojiğin hissi bende var olmasa bile emoji ekliyorum. Bunun iletişim bozukluğu olduğunu da kabul ediyorum.

Emojilerin etkisinin, göndericinin tercihin ve amacına göre bir duyguyu açığa çıkarma ya da gizleme niyetiyle seçmesine bağlı olarak alıcı tarafından farklı anlamlar yüklenebilecek nitelikte olduğu bilinmektedir (Fridlund vd., 1987’den aktaran Özant ve Kelleci, 2017: 402). Böylece emojilerin hisleri karşı tarafa aktarma konusunda beden dili kadar doğru olmadığı bu sebeple de insanlar arasındaki iletişimlerde pürüzler yaratabileceğini söylemek mümkündür. Global bir dil olma yolunda ilerleyen emojilerin varlığı hem bir duyguyu daha net ifade etmeye hem de olmayan bir duyguyu var gibi yansıtmaya ya da olan duyguyu gizlemeye imkân tanımaktadır.

Kullandıkları sözsüz iletişim öğeleri ve emojiler arasında hem farklılık hem de benzerlik olan katılımcıların birbirlerini destekler nitelikteki düşünceleri ise şu şekildedir: KC (20) “Kullanımlarım arasında benzerliklerde bulunuyor farklılıklarda. Yüz ifadeleri günlük hayatta kullandıklarım göre çok benzer ama diğer emojiler kendi adıma konuşuyorum beden dilime çokta hitap etmiyor.” demiştir. YY (27) “Ne benzer diyebilirim ne de farklı. Duygularımızı tamamen karşılamakta eksik kalıyor. Mesela kendimize özel kendi resimlerimizden emojiler oluşturmak iyi bir şey bence. Yüz yüze konuşmalarımız gibi olur.” şeklindeki düşüncesiyle emojilerin farklı bir biçime getirilerek geliştirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu konuda bir başka katılımcı EB (24), “Kullandığım emojiler ve sözsüz iletişim unsurları bana göre birbirleriyle hem benzerlikler hem de farklılıklar gösterir. Beden dilini istemsizce aktarabilirim fakat

emojilerle herhangi bir duygumu aktarmak benim elimdedir.” diyerek emojiilerin düşünerek iletme fırsatı sunduğuna dikkat çekmiştir. Aİ (33) katılımcısı ise, “Kısmen benzer kısmen farklı. Gündelik yaşamda ki durumları evet, basit şekilde emojiilerle ifade edebiliriz ama daha ayrıntılı olayları anlatmaya yetmez. Ama günlük hayatta öyle değildir. Yüz yüzeyken detaylı bir açıklama yapma imkânımız varken emojiilerde yoktur. Skala daha da artırılmalı yani.” demiştir. ÖH (38) “Ufak benzerlik ve farklılıklar var tabii ki. Yüz yüze iletişimlerle kıyaslırsam yüz yüze daha belirgin beden dili kullanırken emojiilerde o kadar belirli ifadeler kullanmıyorum.” diyerek emoji kullanırken belirli duygu ve hislerini açığa çıkarmadığını söylemiştir. SD (32) “Farklılıklar var mutlaka. Neden dersiniz günlük bir aktivitemi evet, emojiilerle ifade edebilirim ama daha detaylı bir aktiviteyi emojiilerle ifade etmem mümkün görünmüyor bana. Sözsüz iletişimimin ise karşılığını bulabilirim emojiilerde. Bu nedenle benzerlik olduğunu söyleyebilirim.” diyen SD (32) ise sözsüz iletişimlerinin karşılıklarını bulabildiğini ancak detaylı aktivitelerini emojiilerle anlatmasının mümkün olamayacağını belirtmiştir. Buna göre denilebilir ki emojiiler kişilerarası iletişimlerin derinlerine inerek insan yaşamının her anını, durumunu, aktivitesini anlamlandırabilecek boyuta getirilmelidir. CY (22) ise kullandığı yüz ifadelerinin gerçek hayattaki yansımalarını emojiilerle karşılayabildiğini; fakat daha yoğun duygularının ve daha farklı beden dillerinin emojiilerde bir karşılığını bulamadığını ve buna bağılı olarak gerçekleştirdiğı sözsüz iletişimlerle ile kullandığı emojiiler arasında bazen benzerlik bazense farklılık olduğunu açıklamıştır. BA (23)’da emojiiler ve beden dili arasında bir bağı kurmaktadır. Beden dilini emojiilerin karşılayabildiğini, bu yönden bir benzerlik oluşabileceğini ancak insanlarla anlaşma konusunda bazı durumlarda yetersiz kaldığını ve bu şekilde de yararlandığı beden dilinin emojiilere göre bir farklılık oluşturduğunu ifade etmiştir.

Saptanan bulgulara göre katılımcılar emojiilerin beden dili kadar etkili bir ifade yöntemi olmadığını, geliştirilmesi gerektiğini ve şaşkınlık, mutluluk, üzüntü gibi basit duyguların ifade edilebildiğini; fakat daha yoğun duygularının emoji anlamında bir karşılığı olmadığını belirtmektedir. Ayrıca kullandıkları beden dilinin diğere bireyler tarafından daha anlaşılır olduğunu, emojiilerin ise bu konuda daha kısıtlı kaldığını vurgulamaktadır. Katılımcılar bu ve benzeri nedenlerden dolayı emoji kullanımları ve beden dilleri arasında tamamıyla bir tutarlılık sergilemediklerini ortaya koymaktadır. Ancak yukarıda bahsedilen diğere cevaplara göre emoji ve beden dili kullanımlarında tutarlılık olduğunu ifade eden katılımcı sayısı 12, tutarlılık olmadığını ifade eden katılımcısı sayısı ise 8’dir. Buna göre 12 katılımcının çoğunluk oluşturmasıyla emojiiler

ve beden dili kullanımı arasında bir tutarlılık tespit edildiğini söylemek görece mümkündür. Aşağıda elde edilen cevaplar neticesinde birbirine benzer ifadeler kullanan katılımcılar kendi aralarında gruplandırılarak tablo halinde sunulmaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların kullandıkları emoji ve sözsüz iletişim unsurlarının kıyaslamasına yönelik ifadeleri

|                |                       |               |                        |
|----------------|-----------------------|---------------|------------------------|
| <b>BY(37)</b>  |                       | <b>EŞ(39)</b> |                        |
| <b>EK1(33)</b> |                       | <b>SK(36)</b> |                        |
| <b>EK2(35)</b> |                       | <b>MA(23)</b> | Günlük hayattan farklı |
| <b>FP(24)</b>  |                       | <b>YK(26)</b> |                        |
| <b>HE(28)</b>  |                       | <b>SA(32)</b> |                        |
| <b>ST(26)</b>  | Günlük hayatla benzer | <b>KC(20)</b> |                        |
| <b>DG(20)</b>  |                       | <b>YY(27)</b> |                        |
| <b>KE(26)</b>  |                       | <b>EB(24)</b> |                        |
| <b>MK(31)</b>  |                       | <b>AI(33)</b> | Hem benzer hem farklı  |
| <b>ÖD(27)</b>  |                       | <b>ÖH(38)</b> |                        |
| <b>ZY(27)</b>  |                       | <b>SD(32)</b> |                        |
| <b>KÇ(44)</b>  |                       | <b>CY(22)</b> |                        |
|                |                       | <b>BA(23)</b> |                        |

Tablo 4.’teki 12 katılımcıya göre kullandığı emoji ve beden dili arasında bir benzerlik olduğu seçtiği emoji ve beden dilinin günlük hayata bağlı belirlendiği, 5 katılımcıya göre emoji ve beden dilinin aralarında tamamen fark bulunduğu gerçek hayatı yansıtmadığı anlaşılmaktadır. 8 katılımcıya göreyse hem benzer hem farklılıkların olduğu ve gerçek hayatı bazı durumları yansıtabildiği bazı durumlarda ise yansıtamadığı görülmektedir.

Katılımcıların sözsüz iletişim unsurları ve emoji ve beden dili kıyaslamalarına yönelik ifadeleri ve konuyla ilgili açıklamalar yukarıda sunulmuştur. Devamındaki başlıkta ise bir diğer soru ve sonucunda elde edilen yanıtlara yer verilmiştir.

### 3.7.5. Katılımcıların İletişimlerinde Emoji ve Beden Dili Etkisine Yönelik Görüşleri

İçerisinde bulunduğumuz çağın yazılı dilinde emoji kavramı sıklıkla görülmektedir. Öyle ki artık insanlar emoji kullanılmayan bir mesaj hakkında olumsuz tutumlar içerisinde girebilmektedir. Günlük hayatta jest ve mimiklerin konuşma diline destek verdiği, emoji ve beden dilinin ise yazılı iletişime destek verdiği bilinmektedir. Emoji ve beden dili bu konuda yalnızca görsel temsiller olarak ele almak doğru değildir. Emoji ve beden dili yalnız veya yazıya ek olarak kullanıldıklarında kendilerine özel mesajlar verme niteliğine sahiptir (Highfiel ve Leaver, 2016: 52). Emoji ve beden dilinin verdiği mesajlar neticesinde oluşturduğu etkiler hakkında katılımcılara “Emoji ve beden dili kurduğunuz kişilerarası iletişimi nasıl

etkilemektedir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan gelen cevaplar ise aşağıda gösterildiği şekliyledir.

Konuşmanın seyrini belirlemede söz sahibi olan emojiiler hakkında BY (37) “Mesajdaki emojiye göre iletişimimi sürdürür veya bitiririm. Mesela kızgın bir emoji varsa konuşmayı bitiririm aksine gülücük veya pozitif bir emoji varsa sohbete açık olduğunu düşünerek yazışmaya devam ederim. Bu gibi etkiler sağlar.” ifadelerini kullanmıştır.

EK1 (33) bu konuda, “Doğal bir iletişim olduğunu, bazı cümleleri yumuşattığını ve özellikle karşımızdaki insanla karşılıklı sohbet edencesine bir iletişim doğurduğunu, olumlu etkileri olduğunu düşünüyorum.” diye cevaplarırken, EŞ (39) “Emojiiler söyleyeceğim konuları daha anlaşılır ve hoş kılabilir. Mesela bir teşekkür mesajıma çiçek ekleyerek hoş bir mesaj oluşturabiliyorum. Bu açılardan pozitif etkileri olduğunu düşünüyorum.” demiştir. Bir başka katılımcı SD (32) ise “Gönderdiğim ya da aldığım emojiili mesajlar iletişimimi daha anlaşılır hale getiriyor. Şöyle ki yüz yüze görüşemediğim için mesajımın hangi anlama geldiği emojiilerle daha anlaşılır oluyor. Bu sayede olumlu etki sağlıyor.” diye düşüncelerini açıklamıştır.

Kendi kullandığı emojiilerin dışında karşı taraftan aldığı emojiilerin de etkilerini anlatan KC (20) konuyu şu şekilde yorumlamıştır: “Yaptığım bir şakaya gülücük emojiisi atılınca mutlu oluyorum. Bu da demek oluyor ki emojiilerle karşıdaki insanın duygu durumunu anlayabiliyorum. Duygu durumunu anlamakta o kişiyle olan iletişime bir heyecan ya da güzellik katıyor. Olumlu yönde etkiliyor yani.” Benzer bir diğer görüş ise KÇ (44) tarafından “Pozitif bir ortam ve enerji sağlıyor. Mesela günaydın mesajına kırmızı yanaklı bir emoji eklediğinde karşıdaki insanın mutlu uyandığını düşünüp iletişimimi ona göre sürdürüyorum. Yüz yüze olamadığım insanların o an ne hissettiğini emojiilerle tahmin edebiliyorum.” şekliyle ifade edilmiştir. YY (27)’de “Mesela bir şaka yaptığımda arkadaşım gülücük emojiisi göndermediğinde aklıma geliyor şaka hoşuna gitmedi mi başka bir şey mi düşünüyor hemen bunları düşünüyorum.” diyerek aynı düşüncelere farklı bir ışık tutmuş ve “Emoji, iletişimin kurtarıcısıdır” ifadelerini kullanmıştır. Emojiilerin sıcaklık, eğlence, enerji ve samimiyet katarak iletişimleri olumlu etkilediğini ifade eden diğer katılımcılar ise, ST (26) “Daha anlaşılır ve eğlenceli kıldığı için hoş bir iletişim kurabiliyorum. Bu yönden de olumlu bir etki oluşturuyor.” sözlerini kullanırken, Aİ (33) şunları söylemiştir:

İyi yönde etkiliyor. Nasıl dersin, konuyu daha basit bir şekilde anlatmama yardımcı oluyor. Konuştuğum konuyu da daha çarpıcı yapıyor bence. Yani mesajlarda bir sevgi dolu aktarım varsa ve bunu kalp emojiileriyle destekliyorsam daha heyecan verici olur bence. Bu anlamda



da bir etki yaratıyor. Bir de daha sert söyleyeceğim şeyleri emojiyle yumuşatabiliyorum. Karşımdaki kişiyle aramda bir sorun oluşmasını da engelliyor bu yolla.

CY (22) “Mesajlaşmada ifadelerimizin tam anlamıyla oluşmadığını düşünerek emoji kullanıyorum. Şaka yaptığım bir mesajda emoji kullanmasam karşımdaki insan bunu ciddiye alıyor. Yüz yüze olsak anlayacak fakat beni göremediği için emojiyle anlatabiliyorum.” diyen katılımcı emojiğin olumlu bir etkisinden söz etmiştir. KE (26)’de olumlu etkileri olduğunu düşündüğünü ve “...çok samimi olduğum bir kişiyle yazışıyorsam çokça emoji kullanırım. Sohbet sıcaklık katacağına inanırım. Çok samimi olmadığım bir insanla konuşuyorsam daha az kullanırım. Bu kullanımında araya bir soğukluk girmesin maksadıyla oluyor.” demiş ve samimiyet olgusuna etki ettiğini belirtmiştir. MK (31) da “Olumlu yönde etkiliyor. Bazen sıradan geçen bir konuşmayı hareketlendirebiliyor, eğlenceli hale getirebiliyor. Bunların dışında samimi bir iletişim de oluşturabiliyor. Konuşmaları daha anlaşılır kılıyor gibi etkiler sayabilirim.” diyerek KE (26) katılımcısını destekler nitelikte konuşmuştur. Yine benzer bir konuşma NA (23) tarafından şöyle dile getirilmiştir: “Bence olumlu bir etkiye sahip. Eğlenceli ve zamandan tasarruf edebiliyorum. Hissettiğim durumları uzun uzun yazmak yerine emojiyle kısaltabiliyorum. Karşımdaki kişi bana yazdığı mesajlarda emoji kullanmazsa aramızda bir sorun varmış gibi hissediyorum çok gergin ve soğuk bir konuşma gibi geliyor.” ÖD (27) ise karşılıklı iletişimlerinde herhangi bir emoji olmadığında mesajlaşmanın gergin bir şekilde gerçekleştiğine vurgu yaparak emoji kullanımının olumlu bir etkiye sahip olduğunu belirtmektedir. SA (32)’da “İletişimlerimin daha samimi ve sıcak olduğunu hissediyorum.” diye gerekli soruyu cevaplamıştır. YK (26) ise “Emojiler kurmuş olduğumuz iletişimi bence olumlu etkiliyor. Mesajın sonuna eklenen bir emoji o mesajın içeriğini tam olarak değiştirebilir. Bazı konuşmalarında emoji kullanmadığımda karşımdaki kişinin moralimi bozuk olarak algıladığı durumlarda olmuştur.” diyerek emojiğin iletişimlerine olan etkisini yaşadığı bir örnekle tarif etmiştir.

Elde edilen cevaplar doğrultusunda Bozkurt’un (2020: 9) yaptığı araştırmaya göre Y kuşağı da emojileri duygularını karşı taraflara belli etmek amacıyla kullanmaktadır. Katılımcıların cevaplarına ve literatüre göre emojiğe duygu, eğlence ve hız kazanma olguları üzerinden bakılmaktadır. Bireylerin bahsedilen olguları yerine getirmek amacıyla emoji kullandıkları görülmektedir (Sayar, 2018: 50-56). Ayrıca insanlar sosyal mesajlaşma platformlarındaki iletişimlerinde bir kolaylık sağlamak, yakın ve samimi ilişkiler kurarak bu ilişkilerde sempatik görünmek, şakalaşmak ve bazı durumlara vurgu yapmak amacıyla da emoji kullanmaktadır (Wiseman ve Gould, 2018: 7). Saptanan

bulgular ve literatür taraması neticesinde emoji kullanımının insan hayatında pozitif bir etkisi olduğu ve bu etkinin emoji kullanımını daha çekici hale getirdiği sonucuna varılmaktadır (Çakmak ve Çekiç, 2019: 32).

Konuyla ilgili soruya katılımcılar emojiilerin duygularını ifade etmeye katkıda bulunduğu için olumlu etkileri olduğunu belirtmişlerdir. ÖH (38) “Olumlu yönde etkiliyor. Yazdığım mesajın duygusunu emojiilerle daha anlaşılır kılabilirim.” diyen katılımcıyı EB (24) “Emojiiler kurduğumuz iletişimi olumlu olarak etkilemektedir. Emojiiler kurduğumuz iletişimde göndermek istediğimiz iletiyi duygularımızla desteklemektedir.” diyerek desteklemiştir. BA (23)’da konuulla ilgili benzer düşüncelerini “Yazarak anlatamadığım duygularımı anlatabiliyorum. O yüzden iletişimlerini duygusal manada etkileyebiliyor.” şeklinde açıklamıştır.

Olumlu etkilere sahip olduğunu belirten katılımcılar dışında farklı çıkarımlar yapan katılımcılarda bulunmaktadır. Kendi iletişimlerine göre açıklamalarda bulunan FP (24) “Kurduğum cümleye hiçbir şey düşünmeden sadece ekleme yapabiliyorum bu da oldukça nadir tercih ettiğim bir şeydir. İletişimimi daha etkili veya etkisiz yapmıyor.” demiş ve SK (36) ise emojiiler içinden gülücük emojisini tercih ettiğini ve bunu yalnızca alışkanlık edindiği için kullandığını belirtmiştir. Bu bakımdan emoji kullanımının doğal olmadığını ifade ederek gerçekçi olmadığını yinelemiştir. Ayrıca karşı taraftan aldığı emojiiler hakkında da doğallık görmediğini bu konuda bir önyargıya sahip olduğunu ve böylece emojiilerin iletişimlerinde bir etki oluşturmadığını açıklamıştır. Bu konuda DG (20) de bir üst katılımcıyı destekler nitelikte şunları ifade etmiştir: “Gülmesem de gülücük emojisini gönderebiliyorum. Biraz da sahte olabiliyor aslında ve olumsuz etkiliyor.” Katılımcıların bu sözlerini ise Özkaya’nın (2019: 36) kişilerin karşısındakinin beklentileri doğrultusunda emoji kullanmayı tercih ettiklerini, şeklindeki açıklamasıyla yorumlamak mümkündür. Özkaya (2019: 37) ayrıca Birey gülücük emojisini kullandığı anda gerçekten gülmüyor olabilir örneğini vererek emojiilerin gerçekleri maskeleyen bir tarafının da olduğunu söylemektedir.

Katılımcı EK2 (35) ise “Kurduğum iletişimlere bağlı olarak bazen olumlu etkiliyor bazen olumsuz etkiliyor. Müşterilerimle kullanırsam beni yanlış anlaşılmalara sokacaktır. Bu anlamda olumsuz ama eşimle olan yazışmalarımda kullansam olumlu etkiler yaratır. Duygumu daha iyi ifade edebilir ve daha anlaşılır bir mesaj gönderebilirim.” diyerek kullandığı emojiilerin etkisini bir kıyaslama yaparak anlatmıştır. Benzer bir diğer yanıt HE (28) “İnsanların duygularını anlayabildiğim için olumludur. Emojiilerin gerçekçi olmadığını da düşünüyorum. Mesaj yazarken düşünme fırsatımız var ve insanlar o anki duygularını belli etmemek için rastgele emoji de

kullanabilir. Bu da bence yanıltıcı. Bu açıdan düşündüğümde olumsuzlukta oluşturuyor aslında.” diyerek farklı bir bakış açısı sergilemiştir. Emojilerin oluşturduğu etkilerin iletişime geçilen kişiye ve konuya göre değişiklik gösterebileceğini aynı zamanda insanların emoji kullanımında seçme hakkına sahip olmalarıyla içinde bulundukları duyguları gizleyebileceğini de çıkarmak olanaklıdır. Böylece emojilerin yüz yüze iletişimin yerini tam anlamıyla alamadığını ancak yazılı iletilerin veremediği duyguları vermesiyle de daha etkili olduğunu belirtmek mümkündür. Bu konuda ZY (27) şöyle bir yorum yapmıştır:

Mesajlaşmanın üst düzeylere geldiği bu zamanda insanlar; kızarken, şaşırırken, düşünürken, sevgisini gösterirken yaptıkları bedensel hareketlerini, mesajlaşırken de benzer emojiler üzerinde hislerini karşı tarafa aktarmak isterler. Yani kullanılan emojiler, söylenmek istenen şeyi tek bir emoji ile karşı tarafın ne demek istediğini ya da hissettiğini belirtir. Yazma işinin yerini yavaş yavaş emojiler aldığını söyleyebiliriz. Fakat bu pekte doğru bulmadığım bir şeydir. Çünkü yazışmalar yaygın olmaya başladıkça yüz yüze konuşmalar azaldı, emojiler yaygınlaştıkça da yazışmalar azalıyor bence. Ama emojilerin sözcüklerimiz kadar etkili olmayacağı düşünülüyor ve bu beni çok üzüyor.

ZY (27) bu yorumuyla emojilerin günümüzde yüz yüze iletişim ve yazılı iletişime nazaran oluşturduğu baskınlığından bahsetmiştir. Mete (2020: 1046) ise vurgulanan bu noktayı şöyle detaylandırmıştır: Gün geçtikçe yazılı iletişim yerini emojilere bırakmaya başlamıştır; fakat emoji bir dilin gücüne güç katan deyim ve atasözünden, esnekliğinden ve sanatsal anlatım yeteneğinden uzak kalmaktadır. Mete’nin bu sözleri doğrultusunda emojilerle ilgili son dönemlerde yaygınlaşan bir etkinlik göze çarpmaktadır. Whatsapp görüşmelerinde insanların birbirlerine gönderdiği yalnızca emojilerle oluşturulan atasözü ve deyimler dikkat çekmektedir. Örneğin damlaya damlaya göl olur sözünün karşılığı (💧💧🌊✅) emojileriyle rahat bir şekilde ifade edilebilmektedir. Buna göre emojilerin dili tam anlamıyla yozlaştırdığını söylemek pekte mümkün görünmemektedir.

Katılımcılara yöneltilen soru neticesinde kullandıkları emojilerin iletişimlerine olan etkileri ile ilgili görüşleri alınmış ve bu görüşler yukarıda açıklanmıştır. Aşağıda ise elde edilen görüşler sonucunda katılımcıların iletişimlerine emojilerin etkilerini belirten tablo sunulmaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların iletişimlerinde emojilerin etkisi

| <b>BY(37)</b>  | <b>FP(24)</b>  |                        |
|----------------|----------------|------------------------|
| <b>EK1(33)</b> | <b>SK(36)</b>  | Olumsuz etkiliyor      |
| <b>EŞ(39)</b>  | <b>DG(20)</b>  |                        |
| <b>SD(32)</b>  | <b>EK2(35)</b> | Hem olumlu hem olumsuz |
| <b>KC(20)</b>  | <b>HE(28)</b>  |                        |

Tablo 5. (Devamı)

|               |               |
|---------------|---------------|
| <b>KÇ(44)</b> | <b>ZY(27)</b> |
| <b>YY(27)</b> |               |
| <b>ST(26)</b> |               |
| <b>AI(33)</b> |               |
| <b>CY(22)</b> |               |
| <b>KE(26)</b> |               |
| <b>MK(31)</b> |               |
| <b>NA(23)</b> |               |
| <b>ÖD(27)</b> |               |
| <b>SA(32)</b> |               |
| <b>YK(26)</b> |               |
| <b>ÖH(38)</b> |               |
| <b>EB(24)</b> |               |
| <b>BA(23)</b> |               |

Tablo 5'e göre 19 katılımcı olumlu etki sağlar diyerek emojiilerin kişilerarası iletişimlerde olumlu bir etki oluşturduğu sonucunu ortaya koymaktadır. 3 katılımcıya göre emojiilerin etkileri hem olumlu hem olumsuzken diğer 3 katılımcıya göreyse olumsuz olmaktadır.

Katılımcıların kullandığı emojiilerin iletişimlerine olan etkilerine yönelik alınan görüşleri yukarıda belirtilmiştir. Çalışmanın devamında ise katılımcılara bir başka soru yöneltilerek alınan yanıtlar aşağıda desenlenmiştir.

### **3.7.6. Katılımcıların Emojiilerin İletişimlerine Sağladığı Kolaylıklar Hakkındaki Görüşleri**

Emojiilerin insan hayatına fazlaca girmiş olmasıyla birlikte getirdiği birtakım kolaylık da bulunmaktadır (Sayar, 2018: 53). Bu kolaylıkları ortaya çıkarmak amacıyla katılımcılara “Kullandığınız emojiiler, iletişimlerinizde ne gibi kolaylıklar sağlamaktadır?” şeklinde bir soru sorulmuştur. Her bir denekten gelen cevap ise aşağıda verilmektedir.

Katılımcı BY (37) “İletişimlerimde bir eğlence oluşturarak gergin bir ortam oluşmaması noktasında kolaylık sağlıyor. Bir de benim sempatik olmamı sağlıyor eğlence katarak.” diyerek emoji kullanımıının karakterine de olumlu yönde katkı sağladığını belirtmiştir. Benzer olarak DG (20)'de iletişimlerine emojiilerle eğlence katabildiğini ifade etmiştir. Bu yanıtlara göre Karaca (2018: 81)'nin çalışmasında emoji kullanımıının eğlenceli olduğu sonucunun en yüksek ortalamaya sahip olması göze çarpmaktadır.

EK1 (33) “Hızlı, doğal, samimi iletişim kurmada kolaylık sağlar.” demiştir. KE (26) “Emojisiz konuşmayı pek sevmiyorum ve yazışmalarına emojiiler eklendiğinde

daha samimi olduğumu belirtmek istiyorum bu yüzden kolaylık sağlıyor.” demiştir. Yanıtlara göre emoji kişilerarası iletişime kattığı samimiyetle de tercih edilme sebebi olmaktadır. YK (26)’da “Mesajları samimi hale getirmeyi sağlar. Bazen mesaja, sözcüklere gerek duymadan gönderilen bir emoji yeterli olabilir. Bu da kişinin zamandan tasarruf etmesiyle kolaylık sağlar.” ifadelerini kullanmıştır. EŞ (39) “Benim için en çok kolaylık hız kazandırmasıdır.” diyerek emojielerin hız konusunda sağladığı kolaylığı onaylamaktadır. NA (23) “Uzun uzun cümleler kurmak yerine bir emojiyle durumu izah ederek zamandan tasarruf edebiliyoruz.” derken BA (23)’da “Uzun uzun yazmak yerine emojiyle kestirip atabiliyorum mesajlaşmayı. Bu yönüyle kolaylık sağlıyor.” diyerek NA (23)’nın düşüncelerinin aynısını dile getirmiştir. Aynı düşüncede olan bir başka katılımcı ise EB (24) “Bazen uzun uzun cümleler kurmak yerine bir emojiyle anlatmak istediğimiz şeyi anlatabiliyor olmamız büyük bir kolaylık sağlar.” ifadelerini kullanmıştır. SK (36) ise emojieleri çok fazla kullanmadığı için pek bir kolaylık göremediğini fakat kullanıyor olsaydı da sözcükleri tek tek yazmak yerine emojielerle ifade edebilecek durumunun olmasını bir kolaylık olarak göreceğini belirtmiştir. SD (32)’de “Uzun uzun cümleler yazmak yerine birkaç emoji ile kendimi ifade edebildiğim için zamandan da tasarruf edebiliyorum.” sözlerini eklemiştir. Karaca (2018: 82)’nın üniversite öğrencilerinin sosyal medyada emoji kullanım alışkanlıklarına yönelik yaptığı çalışmada elde edilen sonuç ile katılımcıların yanıtları arasında bir özdeşleşme bulunmaktadır. Elde edilen bulgulara göre emojielerin zamandan tasarruf etme imkânı sunduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca karşılıklı iletilere eklenerek arada bir samimiyet oluşturması da göz ardı edilmemesi gereken bir diğer unsurdur.

FP (24) ise emojielerin mesajlarına bir açıklık kazandırdığını ve bu sayede yanlış anlaşılmaktan kurtulabildiğini söylemektedir. ÖH (38) de “Söylemek istediklerimi daha anlaşılır kılmaları açısından kolaylık sağlıyor. Yüz yüze olmadığım için sözlerimle açıklayamadığım şeyleri emojielerle tamamlayabiliyorum. Bu gibi yönleriyle kolaylıklar sağlıyor.” diyerek FP (24)’yi desteklemektedir. Kişilerin gizli kalan veya ortaya çıkarmasında sözcüklerin yetersiz kaldığı duygu, düşünce ya da hislerini belli etmesinde kullanılan emojieler kişilerarası iletişime bu konuda da bir kolaylık sunmaktadır.

EK2 (35) duygu durumunu ifade edebildiği için kolaylık sağladığını ifade etmiştir. HE (28) de “Duygu durumumu aktarabildiğim için kolaylık sağlıyor.” diyerek EK2 (35)’yi desteklemektedir. KC (20) ise konu hakkında “Karşımdaki insanın yüzünü göremesem de duygularını anlıyorum. Böylece muhabbetimize bir yön verebiliyoruz. İletişimimi daha akıcı kılıyor.” ifadelerini kullanmıştır. KC (20) duygu durumunu anladığı kişilerle olan iletişimlerinin daha akıcı olduğunu ve bunun bir kolaylık

sağladığını belirtmektedir. Bu soruya çok benzer bir yanıt KÇ (44) tarafından şu şekilde verilmiştir: “Karşımdaki insanın duygu durumunu anlamam konusunda kolaylık sağlıyor. Duygu durumunu anladığım insana nasıl davranacağım konusunda da bana yön veriyor diyebilirim.” Katılımcılar duygu durumunu anlayabildikleri iletişimlerine anladıkları duygular doğrultusunda yön verdiklerini açıklamaktadır. YY (27) ise “Duygumu ifade etmemi kolaylaştırıyor daha ne olsun. Yazışmalarımı anlaşılır kılıyor. Karşımdakinin duygularını anlamamda kolaylık sağlıyor.” demiştir. MK (31) “Duygularımı desteklediği için bu yönde kolaylık sağlıyor. Bazen bir kalp emojişi anlatamayacağım önemli bir hissime duyguma çare olabiliyor. Ya da yazacağım bir sürü cümlelerin yerini kolaylıkla alabiliyor.” diyerek mesajlarında uzun sözcükler yazmak yerine emoji kullanarak söyleyeceklerini aktarabildiğini ve bunun da bir kolaylık olduğunu vurgulamaktadır. ÖD (27) “Yani konuşma sırasında ne hissediyorsam onu ifade edebiliyorum. Bu açıdan kolaylık sağlıyor. Yüz yüze olsam direk anlar karşımdaki kişi ne düşündüğümü hareketlerimden ama mesajlaşma ortamlarında bu imkân olmadığından emojiler bu konuda kolaylık sağlıyor. İfade edemediğimiz duyguları açıklıyor budur sağladığı kolaylık.” diyerek emojilerin internet tabanlı iletişimlerde yüz yüze iletişim kuruyor gibi aktarmak istediğimiz ifadelerin temsilinde fayda sağladığını belirtmektedir. SA (32) “Evet, duygularımı ifade etme konusunda kolaylık sağladığını düşünüyorum. Yazdığım mesajda hangi duyguyu barındırıyorsam onu yazılı olarak anlatmam mümkün olmadığında emoji kullanarak açık bir şekilde aktarabiliyorum.” şeklindeki ifadeleriyle konuya benzer bir ışık tutmuştur. Çakmak ve Çekiç (2019: 18) de emojilerle duyguların çok rahat ifade edilebildiğini ve böylece emojilerin sürekli artan bir hızla yazılı dile eklemelendiğini belirtmektedir. Emojiler bu yolla iletişime katkı sağlamaktadır. Çevikyigit (2018: 88)’in yaptığı tez çalışmasının sonucuna göre de insanların sosyal platform üzerinde gerçekleştirdikleri iletişimlerinde emojilerin, duygularını ifade etmeye fayda sağladığı bilgisi elde edilmiştir. Günlük hayatta gerçekleşen kişilerarası iletişimlerde insanlar birbirlerinin yüz ve beden hareketlerini görme imkânına sahiptir. Böylece iletişim esnasında birbirlerinin veya konu edinen olayların yansıttığı ifadeleri görme olanakları bulunmaktadır. Whatsapp aracılı yazılı iletişimlerde ise bu olanak emojilerle giderilmeye çalışılmaktadır. Emojiler yüz ve beden hareketleri ile iletilecek duyguları aktararak kişilerarası iletişime bir katkıda bulunmaktadır. Birbirleri arasında duygu aktarımında bulunan insanlar birbirlerini daha iyi anlayarak iletişimlerinde anlaşılabilirlik kazanmaktadır.

ST (26), SD (32), Aİ (33), EB (24), BA (23), NA (23) ve YK (26) da emojiilerin duygularını ifade edebilme konusunda kolaylık sağladığını ifade etmiştir. Bu katılımcılar emojiilerin sağladığı farklı kolaylıklardan da bahsetmiştir.

Katılımcı CY (22) “Emojiiler tamam, benim duygularımı anlatabiliyor ama yüz yüze olduğu kadar duygularımı anlatamıyorum sonuçta ne kadar belli edebiliyor olsam da yüz yüze olmak daha farklıdır benim için.” sözleriyle emojiilerin sözsüz iletişim unsurlarının yerine geçemediğini dile getirmiştir. Ancak bu konudaki düşüncelerini ifade eden kesimin daha önceki araştırmalarda azınlıkta olması ve bu çalışmada da tek bir katılımcının bu ifadeleri dile getirmesiyle söz konusu düşünce geçerli görülmemektedir.

HE (28) ve ZY (27) bu konuda HE (28) “Biri ile mesajlaşırken muhabbeti sürdürmeye devam etmek istemiyorsam bir emoji göndererek mesajlaşmayı bitirebiliyorum. Bu benim için bir kolaylıktır.” derken, ZY (27) “Kullandığım emojiilerin sağladığı kolaylık yazmak istemediğim zaman tek bir emoji ile konuyu sonlandırabiliyor olmamdır.” diyerek sohbeti bitirmek istemelerini sözlü ifadelerle dile getirdiklerinde kırıncı olabileceklerini ve emojiilerin bu noktada devreye girerek ortamı yumuşatarak karşı tarafı incitmeden yapabildiklerini açıklamıştır. KE (26) de konuşmanın seyrine göre biteceğini anladığını ve sonlandırmayı karşı tarafın da kendinin de sözlü ifadelerle yapamadığını bu sırada bir emoji göndererek mesajlaşmayı sonlandırdığını böylece de bir kolaylık olduğunu ifade etmiştir. DG (20) de “Mesajlaşmayı sonlandırmak istiyorsam bir emoji ile sohbeti bitirebiliyorum. Bu konuda bana kolaylık sağlıyor.” sözleriyle Aİ (33) katılımcısının şu sözlerine destek vermiştir: “Benim için çokça kolaylık sağlıyor. Önceki sorularda söylemedim galiba ama bana bir de konuşmayı bitirme anlamında zamandan tasarruf sağlıyor. Mesela bakıyorum mesajlara konuşma sonlara gelmiş bir emoji ile kapatabiliyorum.”

Katılımcıların emoji kullanımlarının sağladığı kolaylıklar konusundaki söylemleri yukarıda açıklanmıştır. Elde edilen bu söylemler neticesinde belirlenen her bir kolaylık kendi arasında gruplandırılarak tablo haline getirilmiştir. Söz konusu tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların kullandığı emojiilerin kişilerarası iletişimlerinde sağladığı kolaylıklar

|                |         |                |                     |
|----------------|---------|----------------|---------------------|
| <b>BY(37)</b>  | Eğlence | <b>FP(24)</b>  | Anlaşılrlık         |
| <b>DG(20)</b>  |         | <b>ÖH(38)</b>  |                     |
| <b>EK1(33)</b> | Hız     | <b>EK2(35)</b> | Duygularını Aktarma |
| <b>KE(26)</b>  |         | <b>HE(28)</b>  |                     |
| <b>YK(26)</b>  |         | <b>KC(20)</b>  |                     |

Tablo 6. (Devamı)

|               |                          |               |
|---------------|--------------------------|---------------|
| <b>EŞ(39)</b> |                          | <b>KÇ(44)</b> |
| <b>NA(23)</b> |                          | <b>YY(27)</b> |
| <b>BA(23)</b> |                          | <b>MK(31)</b> |
| <b>EB(24)</b> |                          | <b>ÖD(27)</b> |
| <b>SK(36)</b> |                          | <b>SA(32)</b> |
| <b>SD(32)</b> |                          | <b>ST(26)</b> |
| <b>ZY(27)</b> | İletişimi<br>Sonlandırma | <b>Aİ(33)</b> |
|               |                          | <b>CY(22)</b> |

Tablo 6'ya göre 2 katılımcı eğlence yaratmada kolaylık sağladığını, 2 diğer katılımcı anlaşılabilirlik kazandırdığını, 1 katılımcı iletişimlerini sonlandırabildiğini, 9 katılımcı hız kolaylığı bulunduğunu ve 11 katılımcı ise duygularını aktarma konusunda kolaylık sağladığını ifade ettiği görülmektedir.

Yukarıda yer alan bilgilere bakılarak katılımcılardan alınan yanıtların literatürde de var olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda araştırmada kapsamında saptanan bulgular literatür ile desteklenmedir. Bu durum ise araştırma bulgularını değerli kılmaktadır. Bir sonraki başlıkta çalışmayla ilgili sonuç ve değerlendirme bölümüne yer verilmektedir.



#### 4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

İletişim kavramı ilk olarak kişinin kendini gerçekleştirme amacına ve daha sonra sosyal toplumlara katılmasına hizmet etmektedir. Kişilerarası iletişim, bireyler arasındaki etkileşimi ve ilişkiyi tanımlamaktadır (Deniz, 2020: 143).

Yalnızlığın mümkün görünmediği insanoğlu için kişilerarası iletişim mecburi bir davranıştır. Sürekli gelişen ve gelişmelere ayak uyduran insanlar, yaşamları boyunca her süreçte olduğu gibi iletişim süreçlerinde de değişimler yaşamıştır. Özellikle internet ve akıllı cihazlar evrensel boyutta bir etkileşim oluşturmuştur. İçerisinde bulunduğumuz çağda ise yeni medya adı altında kullanılan teknolojiler iletişim olgusunda bir değişim ve dönüşüm başlatmıştır. Kùltürler arası bazı farklılıkları bulunan iletişim gerçekleştirme süreci söz konusu değişimlerle beraber evrensel bir seviyeye ulaşmıştır.

Kullanıcılarına her an her yerden ulaşma imkânı tanıyan yeni medya ortamları geleneksel kitle iletişim araçlarının kısıtlamalarını yok etmiştir. Böylece geleneksel medyanın pasif konuma yerleştirdiği insanlar yeni iletişim ortamları ile aktif hale getirilmiştir. Herhangi bir bilginin ulaşımı ve paylaşımı yeni medya ile oldukça kolay bir hale getirilmiştir. Değişimin bir ürünü olan internet tabanlı anlık mesajlaşma servisleri günlük hayatta iletişim temelinde sıklıkla kullanılmaktadır. Yoğun kullanıcı kitlesini etki altına alan ve her geçen gün yeni özelliklerle kullanıma sürülen ortamlar ile ilgili yapılan her çalışma insan hayatını konu edinmesi sebebiyle değerli bulunmaktadır.

Eski dönemlerde mağaralara çizdikleri figürler aracılığıyla iletişim kuran insanlar, bugün mesajlaşma uygulamalarında yazılı iletilerine ya da bu iletilerden bağımsız bir şekilde emoji adıyla anılan sanal figürlerle iletişim kurmaktadır. Kişilerarası iletişimlerde beden dilinin katkısını göz önünde bulunduran yazılımcılar kullanıcılara jest ve mimiklerini aktarabilecekleri görsel semboller sunmaktadır. Neredeyse her yaş aralığının yararlandığı emojiler mesajlaşma uygulamalarında görsellik kavramının eksikliğini gidermektedir (Bilge, 2020: 136). Farklı dile sahip insanların dahi sevinç, üzüntü, ağlama gibi belli başlı duygularının aktarılmasında evrensel olarak kabul edilen emojiler, kelimelerin taşıdığı anlamları güçlendirirken bazı durumlarda ise kelimelerin yerine de kullanılabilir.

Bu minvalde Karakaya'nın (2020: 9) yaptığı araştırmada elde ettiği sonuçlara göre emoji iletişimlerde sıklıkla kullanılmakta ve iletişimi kolaylaştırdığı gerekçesiyle olumlu bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Özdemir vd.'nin (2019: 441) yaptığı

“Sosyal Medyada Emoji Kullanımı ve Anlamlandırılması” isimli araştırmada ise emojielerin cinsiyet, yaş, kültür unsurlarına göre algı farklılığı ele alınarak iletişim kaybına sebep olup olmadığı araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlar ise birbirine benzer olmakla birlikte emojielerin iletişimi güçlendirdiğinin yanı sıra nadiren de iletişim kayıplarına sebep olduğu sonucu çıkmıştır. Yelken (2019: 86)’in çalışmasına göre emojieler kişilerin kendileri ile özdeşleştirdikleri ve kişisel imaj haline çevirdikleri, anlamının ve tasarımının ne olduğundan öte birçok duyguyu aynlarıyla yansıttıkları semboller olarak ortaya çıkmaktadır. Özant ve Kelleci (2017: 412-413) tarafından yapılan araştırmada ise sözsüz iletişim öğelerinin etkileşime katkı sağlamak amacıyla kullanılmasından yola çıkılmış ve emojielerin sözsüz iletişim dili olarak kullanıldığı araştırma ile doğrulanmış ve emojielerin yalnızca yüz ifadeleri ile sınırlı olmadığı, evrensel bir dil olma yolunda ilerlediği belirlenmiştir.

Tez çalışması üç ayrı bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde iletişim kavramı ve kişilerarası iletişim kavramı literatürden elde edilen bilgilerle eşliğinde açıklanmıştır. Alt başlıklarda ise kişilerarası iletişimin bileşenlerinden olan sözlü ve sözsüz iletişim anlatılmış ve ilgili kavramın insan hayatındaki önemine yer verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise iletişim alanında yeni teknolojilerle ilgili detaylı açıklamalar aktarılmıştır. Alt konuları olan yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı, insan hayatındaki yeri ve önemi anlatılmıştır. Sonrasında yeni iletişim teknolojilerinden biri olan anlık mesajlaşma uygulamaları detaylandırılmış ve sosyal medya konusuna açıklık getirilmiştir. Sosyal medya platformu olan Facebook, Youtube, Whatsapp uygulamalarına kullanım oranları ile birlikte yer verilmiştir. Takibindeki başlıklarda ise çalışmanın asıl konusunu oluşturan emojieler hiyerogliflerden başlayarak günümüzdeki hallerine kadar açıklanmıştır. Aynı zamanda emoji görselleri ve gruplandırıldığı kategorileri ve kullanım alanları da çalışmaya eklenmiştir.

Çalışmada üçüncü bölüm ise araştırma aşamasından oluşmaktadır. Bu bölümde kişilerarası iletişimde emoji kullanımı, sözsüz iletişim unsurları özelinde Whatsapp platformu üzerinden incelemeye alınmıştır. Çalışmada nitel bir araştırma yöntemi olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır.

Sosyal ağların ortaya çıkmasıyla beraber geleneksel kişilerarası iletişim yerini bu mecralara bırakmaya başlamıştır. Bu dönüşüm doğrultusunda kişilerarası iletişim Whatsapp uygulamasında da kendini göstermektedir. Buna göre çalışmada kişilerarası iletişim bileşenlerinden olan sözsüz iletişim unsurlarının konu edinen uygulamada kullanımı ile ilgili detayları araştırılmıştır. Bu detay ilk önce kişilerarası iletişimde sözsüz iletişim unsurlarının kullanım durumuyken, bir diğeri Whatsapp kullanıcılarının

iletişimlerinde emoji kullanım durumlarıdır. Bir başka detay ise kullanılan emojiilerin szsz iletişim unsurları ile benzerlik ya da farklılık gösterme durumudur. Daha sonra emojiilerin kişilerarası iletişime sağladığı katkılar, iletişimlerdeki etkileri ve kişilerarası iletişime sağladığı kolaylıklarla ilgili detaylara ulaşmak hedeflenmiştir. Söz konusu detaylara ulaşmak için 18 yaşından büyük 25 katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden faydalananarak bir analiz gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılım sağlayan kişiler Whatsapp uygulamasını aktif olarak kullanan 13 kadın ve 12 erkek bireyden oluşmaktadır. 25 kişinin katıldığı bu araştırmada katılımcılara 5 farklı soru yöneltilmiştir. Bu sorular ışığında elde edilen veriler kişilerarası iletişim, sosyal medya ve emoji başlıklarıyla ilişkili literatür taramalarıyla desteklenmiştir.

Tez çalışmasının araştırma kısmında öncelikle katılımcıların isim kodlamalarına, yaş ve cinsiyet bilgilerine yer verilmiştir. Araştırma, aracılı iletişimlerinde Whatsapp uygulamasını aktif olarak kullanan 20 ile 44 yaşları arasındaki katılımcılarla gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmeler ülkemizde yaşanan salgın hastalık ve bulaş riskinin bulunması sebebiyle katılımcılarla tarihi ve saati belirlenerek Whatsapp uygulaması üzerinde görüntülü arama şeklinde yapılmıştır. Görüntülü görüşme esnasında katılımcıların izni ve bilgisi dâhilinde ses kayıtları alınmıştır. Alınan ses kayıtları bir Word dosyasında araştırmacı tarafından deşifre edilmiştir. Deşifre edilen veriler tez çalışmasında uygun başlıklar altında yer almaktadır.

Bu alışmada Whatsapp kullanıcılarının emoji kullanımı incelenmiştir. Konu ile ilgili literatür tarandığında Whatsapp kullanıcılarının emoji kullanım durumları ve bu kullanımın szsz iletişim unsurları ile bağdaştırılmasına ilişkin bir çalışma görülmemiştir. Elde edilen sonuçlar neticesinde literatüre bilimsel bir katkı sağlamak amaçlanmıştır.

İnsanların kişilerarası iletişimlerinde szsz iletişim unsurlarından yararlanma durumları incelendiğinde tüm katılımcıların yüz ve beden hareketleri, bedensel temas, mekân kullanımı ve araçlardan yararlandığı ortaya çıkmaktadır. Çalışkan ve Karadağ'ın (2010'dan aktaran stnsel, 2011: 42) söylediği gibi en etkili iletişim tüm unsurların bir araya getirilerek kullanılmasıyla olabilmektedir. Beden dilinden yararlanma sebepleri ise “anlaşılır olmak ve iletişimi güçlendirmek”, “duygularını ifade etmek”, “alışkanlık” ve “samimiyet” olarak elde edilmiştir.

Bulgulardan elde edilen sonuçlara göre beden dili insanlar için özel hayatta, iş hayatında ve farklı yaşam tarzlarında yararlandıkları iletişimi etkili bir hale getirmek amaçıyla kullandıkları iletişim biçimidir. Beden dilinin duyguları ifade etme konusunda kullanımı dışında bilinçsiz olarak da kullanılabildiği çalışmada elde edilen bir başka

sonuçtur. İnsanlar beden dilinin hayatlarında yaşadıkları herhangi bir olay, şok, korku, sevinç, şaşkınlığa bağlı olarak istemsiz bir şekilde yansıyabildiğini ifade ederek beden dilinin amaçsız kullanıma da sahip olduğunu belirtmektedir. Ayrıca sonuçlara göre beden dili insanların belli süre sonunda bir alışkanlık olarak kullanıldığı sonucuna varılmaktadır. Beden dili içerisinde yer alan bedensel temas kavramının insanlar nezdinde samimiyete göre kullanılıyor olması, elde edilen bir başka sonuç olmaktadır. Bir diğer sonuca göre ise insanların jest ve mimikleri heyecanlı ve coşkulu durumları anlatmada tercih ettiklerini söylemek mümkündür. Duyguları ifade etme konusunda beden dilinin önemli olduğu uzun yıllardan beri vurgulanmış ve alanda çok fazla araştırma yapılmıştır. (Kuhnke, 2007; James, 2009; Müller vd., 2013: 539) beden dilinin insan yaşamına etkisini yaptıkları çalışmalarla ortaya koyan araştırmacılar elde edilen sonuçlara paralel olan bazı unsurlara dikkat çekmektedir:

- Beden dili insanların duygularını katarak iletişim halinde oldukları insanlara aktarmak için yararlandıkları iletişim biçimidir.
- Beden dili neredeyse her birey için iletişimi daha nitelikli, net ve güçlü kılmaktadır.
- Beden dili insanların bazı durumlarda gizli kalan duygularını ortaya çıkaran ve bilinçli veya bilinçsiz kullanılan bir dildir.

Çalışmanın ilk soru bölümünden elde edilen bulgular ışığında kişilerarası iletişimde sözsüz iletişim unsurlarının kullanılma durumu; insanların sıklıkla sözsüz iletişim unsurlarından yararlandığı, bu yararlanmanın iletişimlerini daha etkili kıldığı, bir süre sonra alışkanlık halini alarak sözlü iletişimle bir arada kullanıldığını söylemek mümkündür.

Katılımcıların emoji kullanımını öğrenmek amacıyla ilgili soru sorulmuş ve tüm katılımcıların kullandığı belirlenmiştir. Bu sonucun Çeken vd.,'nin (2017: 103) yaptığı araştırmadan elde ettikleri %73 oranında Whatsapp uygulamasında emoji kullanılıyor olması ile örtüşmektedir. Tüm katılımcıların emoji kullanmasıyla bağlantılı olarak kullanım durumlarına ilişkin görüşleri alınmıştır. Bu sayede elde edilen sonuçlara göre emojiler; “duyguları ifade etmek”, “eğlence katmak”, “sohbeti bitirmek”, “sohbeti yumuşatmak” ve “hız kazanmak” amacıyla kullanılmaktadır. İnsanlar yazılı iletişimlerine emoji ekleyerek kişilerarası ilişkilerine eğlence katmaktadır. Ren-Whei Harn (2017: 110) tarafından yapılan araştırmada emoji kullanımının iki amaca bağlı gerçekleştiği ve bu amaçlardan birinin mesaja mizah ve alay gibi gülünç durumların katılması olarak sonuçlandırıldığı bilinmektedir. Yapılan tez çalışmasında da benzer bir sonuç olarak emojiinin eğlence amacıyla kullanıldığını söylemek mümkündür. Ayrıca

emojiler Whatsapp'ta karşılıklı sohbeti bitirmek ve devam eden bir sohbete sıcaklık katmak amaçlarıyla da kullanılmaktadır. Danesi (2016'dan aktaran Çekiç ve Çakmak, 2019: 26)'nin emoji kullanım durumları ile ilgili yaptığı çalışmasında öğrenciler arasındaki yazışmalarda emoji kullanımını incelemiş ve emoji'nin sohbete başlama ve bitirme işlevinin yanı sıra sohbet halindeyken sessiz kalmamak adına kullanıldığını ortaya koymuştur. Görülüyor ki tez çalışmasından elde edilen sonuçta da insanlar emoji'leri söze başlama ve bitirme nedenlerinden dolayı kullanmaktadır.

Söz konusu soru ile ilgili elde edilen bir diğer sonuç, emoji'lerin sempatik olması ve bu yolla da kullanan kişiyi "şirin" göstermesi maksadıyla tercih edilmesidir. Ayrıca Whatsapp kullanıcıları hoş ve güzel iletilerle ilerleyen yazılı iletişimlerinde emoji kullanırken gergin sohbetlerinde emoji kullanmayı tercih etmemektedir. Üniversite öğrencilerinin Whatsapp yazışmalarında emoji kullanım durumlarını inceleyen Pınar ve Pınar da (2017: 2710) öğrencilerin stresli ve gergin duygularını emoji'lerle ifade etmediklerini belirtmektedir. Literatürde yer edinen bu çalışmadan ve yapılan tez çalışmasından elde edilen sonuç birbirini doğrular niteliktedir.

En yüksek orana sahip olan önemli bir diğer sonuç ise emoji'lerin duyguları ifade etmek niyetiyle kullanılmasıdır. Daha önce yapılmış bir araştırmada 323 metin incelenerek emoji kullanımları araştırılmıştır. Elde edilen sonuç ise emoji'lerin %94 oranında duyguları ifade etmek için kullanıldığı yönünde olmuştur (Çakmak ve Çekiç, 2019: 27). Yapılan bir başka araştırma Adelaiade Üniversitesi'nde Dr. Churches tarafından gerçekleştirilmiştir. Çalışmada ulaşılan bilgiye göre karşı karşıya iletişim halindeyken görülen yüz ifadeleri ile emoji'lerin görülmesi beyin hareketlerinin aynı bölgede olması sonucunu göstermektedir. Buna göre birçok psikolog yaptığı incelemeler doğrultusunda emoji'lerin duygusal manada farkındalığa sebep olduğu ve bunu artırdığını böylece karşı tarafa duygu aktarırken daha bilinçli davranıldığını ortaya koymaktadır (Zeybek, 2018: 414).

Pınar ve Pınar'ın (2017: 2717) 10 katılımcı üzerinde gerçekleştirdiği derinlemesine görüşmelerde emoji'lerin kullanıcılara iletişim esnasında zamandan tasarruf etmelerine olanak tanır, sonucu elde edilmiştir. Bu çalışmada da elde edilen sonuç Whatsapp kullanıcılarının iletişimlerinde emoji kullanarak hız kazandıkları, söylemek istediklerini ifade ederken uzun cümleler yazmak yerine emoji'lerle karşılayabildikleri elde edilmiştir. Daha önce yapılan çalışmalarda ulaşılan sonuçlarla benzer olması, bu tez çalışmasından elde edilen bilgileri ve bulguları güçlü kılmaktadır. Günümüz toplumunun üretim, tüketim ve hız temelli olduğu emoji kullanımıyla da doğruluk kazanmaktadır.

Tüm bunların yanı sıra emojiilerin evrensel bir dil olma yönünde ilerlediği birçok çalışmada belirtilmektedir. Şu anki haliyle bazı kültürel farklılıkları bulunan emoji, iletişim platformlarını kullanan tüm dünyadaki insanlar arasında evrensel bir yakınlığa sebep olmaktadır (Akçay, 2021: 211). Bu konuda çalışmada elde edilen sonuca göre emojiilerin kültürel farklılıklara sahip olması ve insanların kendi kültürüne uygun emoji kullanmaması nedeniyle kültürel yozlaşmaya sebep olabileceğini söylemek mümkündür.

Emoji kullanımının ve sözsüz iletişim unsurlarının kullanılma durumunun kıyaslanmasına yönelik elde edilen veriler ışığında kullanılan emojiiler ile sözsüz iletişim unsurları arasında bir benzerlik ve tutarlılık bulunduğunu söylemek doğru olacaktır. Bulgulara göre insanlar günlük hayatta kurdukları kişilerarası iletişimde yararlandıkları yüz ve beden hareketlerinin karşılığını emojiilerde bulabilmekte ve günlük hayatta kullandıkları gibi mesajlaşma platformlarında da sözsüz iletişimi emojiiler aracılığıyla kullanmaktadır. Özellikle şaşırma, gülme, üzülme gibi duyguların günlük hayattaki beden dili ile ifade edilebildiği gibi Whatsapp üzerindeki iletişimlerde de emoji kullanarak karşı tarafa aktarılmaktadır. Emojiilerin sözsüz iletişim unsurlarını karşılar nitelikte olduğu fakat insanların hislerinde olan daha derin duyguları aktarma konusunda eksik kalabildiği ve daha da geliştirilmesi gerektiği sonucuna varılmaktadır. Ayrıca sarılma, dokunma gibi bedensel temas unsurlarının emojiilerle ifade edilebildiği; ancak gerçek hayattaki gibi etkili olmadığı ve emojiilerin bu konuda herhangi bir hissiyatı gerçekleştirmediği elde edilmiştir. Bireyler yaptıkları herhangi bir aktiviteyi Whatsapp iletişimlerinde aktarırken kısmen zorluk çekmektedir.

Ek olarak yüz yüze iletişimde beden dilinin istemsizce aktarıldığı bir düşünme fırsatının olmaması nedeniyle o an ki duyguları net ve gerçek bir şekilde ifade edebildiği bilinmektedir. Emojiilerin ise yazılı iletişimlerdeki düşünerek yazma fırsatı ile aslında hissedilen bir duygunun gizlenmek maksadıyla ifade edilmediği ve böylece gerçekçilikten uzak kaldığı elde edilen sonuçlar içerisinde yer almaktadır. Tüm katılımcılar emojiilerin duyguları ifade edebildiği konusunda hemfikir olmakla beraber istenilen duyguları açığa çıkarma ya da gizleme konusunda yanıltıcı bir payının olduğunu da belirtmektedir. Dikkate alınması gereken bir başka sonuç ise insanların hiçbir duygu ya da düşünceye bağlı kalmadan yalnızca kullanmış olmak niyetiyle emoji kullanımında bulunduğu ve böylece karşı tarafı yanılttığı elde edilmektedir. Bu yönüyle emojiili iletişim sözsüz iletişim unsurları ile kurulan kişilerarası iletişimden kendini ayırmaktadır.

Aynı zamanda katılımcılar Whatsapp üzerindeki yazılı iletişimlerini yüz yüze iletişime daha yakın kılmak adına kendilerine ait yüz ifadelerinden emoji simgeleri oluşturulması gerektiğini böylece iletişimlerinin daha etkili olacağını belirtmektedir. Pandemi dönemi ile birlikte Whatsapp iletişimlerinde artış olan katılımcıların yüz yüze iletişimin verdiği imkânlarla sosyal mecralarda daha çok ihtiyaç duyduklarını söylemek mümkündür.

Emojilerin iletişimlerdeki etkisine yönelik görüşleri alınan katılımcılardan elde edilen sonuca göre emojiler etkili bir iletişim konusunda olumlu etkiye sahiptir. Karakaya'nın (2020: 92-93) emojilerin iletişime etkisi konulu çalışmasında da elde edilen sonuç emojilerin etkili iletişime olanak tanıdığı yönündedir. Çalışmada elde edilen sonucun doğruluğu bir başka çalışma ile desteklenmektedir. Konuşmanın gergin olduğu anlarda pozitif duygular taşıyan bir emoji ile seyrinin değiştirilebildiğini ifade eden katılımcılar etkili bir iletişim kurabildiklerini açıklamaktadır. Aynı zamanda emojiler yazılı iletişimin ve sözcüklerin veremediği pek çok duyguyu vererek insanlar arasındaki duygusal bağı kuvvetlendirmektedir. Emojiler Whatsapp'taki kişilerarası iletişimlere sıcaklık katarak kişiler arasında samimiyet oluşturmada etkili olmaktadır. İnsanlar emojileri yüz yüze iletişime yakın olması sebebiyle güvenli ve samimi bulmaktadır (Işıl, 2018: 404).

Torun (2018: 625)'un Z kuşağı üzerinde yaptığı emoji kullanımına yönelik çalışmasında emojilerin olumlu bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada elde edilen bilgilere göre de insanlar kendi gönderdikleri emojilerin etkili olmasının yanı sıra karşı taraftan aldıklarında da olumlu bir etkiye sahip olmaktadır. Çalışmada saptanan bir başka bulguya göre azınlıkta olan bazı katılımcılar nezdinde emojiler, insanın duygularını aktarmaktan öte sahte duyguları da iletebilmektedir. Bu düşünce göz önünde bulundurularak insanların iletişimlere önyargı ile yaklaştığı ve böylece emojilerin kişilerarası iletişimlerde olumsuz bir etki oluşturduğu görülmektedir.

Emojilerin Whatsapp temelinde sağladığı kolaylıklar incelendiğinde sonuçlara göre sırayla “duyguları aktarma”, “hız”, “anlaşılabilirlik”, “eğlence” ve “iletişimi sonlandırma” olarak belirlenmiştir. Yazılı iletişimlerinde sözcüklerin karşılayamadığı duyguları emojilerin karşılamasıyla insanlar emojileri genellikle duygularını ifade etmek için kullanmaktadır. Kişiler özellikle ikili ilişkilerinde emojilerin faydalarından yararlanmaktadır. Bunun dışında internet tabanlı iletişim ortamlarının uzakları yakın ettiği ve insanların yüz yüze iletişim imkânı bulamadığında en iyi çözüm olarak sosyal mecralardan iletişime geçtiği ve birbirlerine olan hisleri emojilerle karşıladıkları gerekçesiyle iletişime kolaylık sağladığı görülmektedir.

Bu tez çalışmasından elde edilen sonuçları kısaca açıklamak gerekirse; emojiiler iletişimin etkililiğini artırmada güçlü semboller olmakla birlikte, iletişim sırasında karşı tarafa duygu aktarımında önemli role sahiptir. Emojiiler insanların duygularını ifade etmekten çekindiklerinde ya da karşı tarafın tepkisine göre emoji seçimi yaptığıında, hatta bazen hiçbir düşünce barındırmadan ilettiğinde kurtarıcı bir güç olurken, yanıltıcı da olabilmektedir. Aynı zamanda emojiiler iletişim sürecindeki monotonluktan sıyrılmak adına eğlence katan semboller olarak da kullanılmaktadır. Karşılıklı iletişime eğlence katmak amacıyla kullanılan emojiiler, kişinin karakteristik özelliğine de etki ederek sepmatik, şirin algısı da yaratmaktadır. Emoji kullanımı tüm bu olumlu etkiler yanında olumsuz birtakım etkilere de sahiptir. Sözcüklerin yerini almaya başlayan emojiiler, insanlar arasındaki iletişimleri azaltmaya neden olabilmektedir. Yalnızca görsel sembollerle iletişim kurmaya çalışmak, iletişimde anlaşmazlıklara yol açabilmektedir. Emojilere herkes tarafından farklı bir anlam yüklenmesiyle iletişimde kargaşa meydana gelebilmektedir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar ışığında emoji kullanımıında dikkat edilmesi gereken bazı hususlar olduğu görülmektedir. Bu hususlar; yazılan mesajın içeriğine uygun ve o an hissedilen duyguya en yakın olan emojiyi kullanmak, iletişim halinde olunan kişinin değer yargıları ve kültürünü göz önünde bulundurmak, sözcükleri azaltmak veya tamamen yok etmek yerine sözcüklere ekleme yaparak duyguyu pekiştirmek, ihtiyaç duyulmayan iletişimlerde ise emoji kullanmamak gerektiği yönündedir. Sözü edilen hususlar dikkate alındığında Whatsapp üzerindeki kişilerarası iletişimin daha etkili olacağı öngörülmektedir.

Araştırma sürecinde ve sonucunda ulaşılan bilgilerle literatürde konuyla ilgili daha önce gerçekleştirilmiş çalışmaların sonuçları karşılaştırılmış ve benzer sonuçlar elde edilmiştir. Böylece bu tez çalışmasının geçerlik ve güvenilirlik açısından yeterli olduğunu ifade etmek mümkündür, şeklinde bir yorum yapılabilir.

Bu çalışmada kişilerarası iletişim türlerinden olan sözsüz iletişimin Whatsapp uygulamasında emojiiler ile kullanıp kullanılmadığı, aralarındaki tutarlılığı, emojiilerin sözsüz iletişim konusundaki yeterliliği, emojiilerin iletişimlere etkisi ve sağladığı kolaylığı irdelenmiştir. Bu soruların sonuçlarına ise Whatsapp kullanan 18 yaşından büyük 25 katılımcı ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılarak ulaşılmıştır. Hazırlanan tez çalışması daha sonra yapılması planlanan araştırmalara fikir vermesi bakımından değerli görülmekte ve ilgili alana katkı sağlaması umut edilmektedir. Bu çalışma bundan sonra daha geniş kitlelere ve farklı platformlara uygulanarak tekrarlanabilir. Emojilerin sözsüz iletişimlerdeki yeri ve önemine dair farklı kuşaklar nezdinde bir



başka çalışma yapılabilir ve farklı araştırma yöntemleri ile tekrarlanarak bu çalışmadan elde edilen bilgiler kıyaslanabilir. Böylelikle de bilgi anlamında çeşitliliğe ulaşılarak literatür zenginleştirilebilir.



## KAYNAKÇA

- Açıköz, M. H. (2005). *Etkili İletişim*. Ankara: Elis yayınları.
- Akcay, E. (2021). Bir tekno-dil analizi: Emoji örneği. *Uluslararası Kültürel Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 7(1), 203-213.
- Albayrak S., E. (2020). Pandemi sürecinde sözsüz iletişim dili: Yeni emoji tasarımları. *Rumelide Dil Ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 20, 64-76.
- Altunay, A. (2015). Bir sosyalleşme aracı olarak yeni medya, *Selçuk İletişim*, 9 (1): 410-428.
- Anık, C. (2014). *İletişim Sosyolojisi Kuramsal Temeller*. İstanbul: Der yayınları.
- Arafah, B. ve Hasyim, M. (2019). The language of emoji in social media in the second annual international conference on language and literature, *The Second Annual International Conference On Language And Literature*, pages 494–504. doi:0.18502/kss.v3i19.4880.
- Aral, E. (2018). Ortak dil olarak tinlemler (Emojiler). *Uluslararası Türk Lehçe Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 434-451.
- Aranson, E., Wilson, T. D., ve Akert, R. M. (2012). *Sosyal Psikoloji*. (O. Gündüz, Çev.) İstanbul: Kaknüs yayınları.
- Atalı, L. ve Çoknaz, D. (2014). Türkiye futbol federasyonu spor toto süper ligi spor kulüplerinin facebook kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(4), 136-148.
- Ayan, B. (2016). *Sosyal Ağlar Tarihi*. İstanbul: Abaküs kitap.
- Aziz, A. (2010). *İletişime Giriş*. (3. Baskı). İstanbul: Hiperlink yayınları.
- Aziz, A. (2012). *İletişime Giriş*. İstanbul: Hiperlink yayınları.
- Aziz, A. ve Dicle, Ü. (2017). *Örgütsel İletişim*. İstanbul: Hiperlink yayınları.
- Baltaş, A. ve Baltaş, Z. (2006). *Bedenin Dili*. (5. Baskı). İstanbul: Remzi kitabevi.
- Baltaş, A. ve Baltaş, Z. (2017). *Bedenin Dili*. (51. Baskı). İstanbul: Remzi kitabevi.
- Başlar, G. (2013). Yeni medyanın gelişimi ve dijitalleşen kapitalizm. Akademik Bilişim Konferansı, 23-25 Ocak 2013, Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Bateson, G. (1972). *Steps To An Ecology Of Mind*. New York: Ballantine books.
- Bayrak, S. (1995). *Örgütlerde etkili iletişim ve yönetimi*. Yayınlanmamış doktora tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Bedir E., S. D. (2016). *Yeni Medya Ve Görsel İletişim Tasarımı*. Ankara: Pegem akademi.

- Bell, D. (2007). *Cyberculture Theorists: Manuel Castells And Donna Haraway*. USA: Routledge
- Berk, O. ve Bayrak, T. (2019). Yıldız oyuncuların sosyal medya etkileşimi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 3(3), 226-236.
- Bıçakçı, İ. (2003). *İletişim ve Halkla İlişkiler*. (5.baskı). İstanbul: Mediacat yayınları.
- Bıçakçı, İ. (2008). *İletişim Ve Halkla İlişkiler Eleştirel Bir Yaklaşım*. (7. baskı). İstanbul: Kapital medya hizmetleri.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorunlar Ve Yöntem Sorunu*. M. Binark (Ed.). Yeni medya çalışmaları içinde (ss. 21-44). Ankara: Dipnot yayınları.
- Binark, M., Yıldırım, A., Aygöl, E., Börekçi, S., Toprak, A. ve Çomu, T. (2009) *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Bourse, M. (2012). *İletişim Bilimlerinin Serüveni*. (Yücel, H. Çev.). İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Bourse, M. ve Yücel, H. (2012). *İletişim Bilimlerinin Serüveni*. İstanbul: Ayrıntı yayınları.
- Bozkur, T. (2020). *Sosyal medya aktivitelerinde emojilerin yeri: Y ve z kuşakları üzerine bir inceleme*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul.
- Burgess, J. ve Green, J. (2011). *Youtube Digital Media And Society Series*. Cambridge, UK: Polity press.
- Büyüker İ., D. ve Demir, N. G. (2019). Markaların emoji kullanımına yönelik bireylerin tutumları: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(25), 466-484.
- Cangil E., B. (2004). Beden dili ve kültürlerarası iletişim. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 69-78.
- Cheng, L. (2017). Do I mean what I say and say what I mean? A cross cultural approach to the use of emoticons & emojis in CMC messages. *Fonseca J. Commun.* 15(15), 199–217.
- Cirhinlioğlu, F. G., Taşcıoğlu, G. ve Beyazıt U. (2017). *Duygular*. M. Zencirkıran (Ed.), Davranış bilimleri içinde (ss. 243-278). Bursa: Dora yayınları.
- Comor, E. (2001). Harold innis and 'the bias of communication. *Information, Communication & Society*. 4(2), 274-294.
- Cooper, K. (1989). *Sözsüz İletişim*. (Yalkı, T. Çev.). İstanbul: İlgi yayıncılık.

- Cowie, R., Cowie, E. D., Tsapatsoulis, N., Votsis, G., Kollias, S., Fellenz, W. ve Taylor, J. G. (2001). Emotion recognition in human-computer interaction. *IEEE Signal Processing Magazine*. 18(1), 32-80.
- Cüceloğlu, D. (1994). *Yeniden İnsan İnsana*. (3. Baskı). İstanbul: Remzi kitabevi.
- Cüceloğlu, D. (2002). *Yeniden İnsan İnsana*. (27. Baskı). İstanbul: Remzi kitabevi.
- Çakmak, V. ve Çekiç, A. (2019). *Dil ve iletişim çerçevesinde emoji*. F., Ş. İşliyen ve M. İşliyen (Ed.), *Emoji Küresel İletişim Dili içinde* (ss. 15-36). Konya: Literatürk akademi yayınları.
- Çalışır, G. (2015a). *Etkili bir kişilerarası iletişime beden dilinin katkısı*. International trends and issues in communication & media conference, 2-4 September, St. Petersburg, Rusia.
- Çalışır, G. (2015b). Kişilerarası iletişimde kullanılan bir araç olarak sosyal medya: Gümüşhane Üniversitesi iletişim fakültesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Nwsa-Humanities*, 10(3), 115-144.
- Çalışır, G. (2017). *Sosyal kuşakların kişilerarası iletişim aracı olarak sosyal ağları kullanma durumu*, A. M., Kırık (Ed.), *Medya Çağında İletişim Sokaktan Ekrana, Sanaldan Gerçeğe içinde* (ss. 141-173). İstanbul: Çizgi kitapevi.
- Çalışır, G. (2019). *Kültürlerarası iletişim ve beden dili*. S. B. Okmeydan ve M. Saran (Ed.), *Kültürlerarası İletişim: İletişim Odaklı Güncel Yaklaşımlar içinde* (ss.221-238). Konya: Eğitim yayınevi.
- Çalışır, G. ve Alban, M. Y. (2021). Kişilerarası iletişimin firmalara güven üzerinde etkisi: Gümüşhane örneği, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder)*, 9(2), 756-782.
- Çalışır, G., Uncu, G., (2018). Sözlü kültürün sözlü iletişimle harmonisi: şahmeran. *İnif E-dergi*, 3(2), 9-24.
- Çamlıdere, M. (2015). *İletişime Giriş* (2. Baskı). İstanbul: Dem yayınları
- Çeken, B., A. Arslan, A. ve Tuğrul. D. (2017). İletişimde emojilerin kullanımı ve incelenmesi, *21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum*, 6(16), 91-106.
- Çelikkaya, H. (2011). *Fonksiyonel Eğitim Sosyolojisi*. (3. Baskı). Ankara: Nobel akademik yayıncılık.
- Çetinkaya, B. (2013). *Kişilerarası ilişkiler ve etkili iletişim*. A. Kaya (Ed.). *Kişilerarası İlişkiler Ve İletişimde Kendini Açma içinde* (ss.135-156). Ankara: Pegem akademi yayıncılık.
- Çiftpınar, B. (2011). *Beden Dili*. Bursa: Ekin yayınevi.

- Çokluk, Ö., Yılmaz, K. ve Oğuz, E. (2011). Nitel bir görüşme yöntemi: Odak grup görüşmesi, *Kuramsal Eğitim Bilim Dergisi*, 4(1), 95-107.
- Danesi, M. (2016). *The Semiotics Of Emoji The Rise Of Visual Language In The Age Of The Internet*. Chennai, India: Bloomsbury academic.
- Deniz, Ş. R., (2020). *Efendi köle diyalektiği bağlamında kişilerarası iletişim*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Derlega, V. J., Wilson, M. ve Chaikin, A. L. (1976). Friendship and disclosure reciprocity. *Journal Of Personality And Social Psychology*. 34(4), 578-582.
- Devito, J. A. (2013). *The Interpersonal Communication Book*, New Jersey, USA: Pearson.
- Devito, J. A. (2010). *Kişilerarası İletişim*, (S. Vural, Çev.). Ankara: Gazi Üniversitesi iletişim fakültesi basımevi.
- Dickson, D. ve Hargie, O. (2003). *Skilled Interpersonal Communication: Research, Theory And Practice For*, London: Routledge books.
- Dijilopedi. (2020). 21 Kasım 2020 tarihinde, <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/> adresinden erişildi.
- Dijk, J. V. (2016). *Ağ Toplumu*. (Ö. Sakin, Çev.). İstanbul: Epsilon yayıncılık.
- Dinar Dizdar, T. (2018). *Kişilerarası iletişimde beden dilinin iknaya etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Dökmen, Ü. (2005). *İletişim Çatışmaları Ve Empati*, (34. Baskı). İstanbul: Sistem yayıncılık.
- Dresner, Eli ve Herring, S. C. ( 2010). Functions of the nonverbal in CMC: Emoticons and illocutionary force. *Communication Theory*, 20(3), 249-268.
- Dündar, P. ve Özel K., E. (2012). Kurum içi iletişimin kaliteye olan katkısı: yeni iletişim teknolojilerinin kurum içi iletişimin kalitesine olan etkisini incelemeye yönelik bir araştırma. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 3(6), 104-129.
- Ekinci, H. (2000). İşletmelerin halkla ilişkilerinde internetin önemi. *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 14 (4), 24-28.
- Erdoğan, İ. (2008). *İletişimi Anlamak*. (3. Baskı). Ankara: Erk yayıncılık.
- Erdoğan, İ. (2011). *İletişimi Anlamak*. (4. Baskı). Ankara: Seçkin yayıncılık.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram Ve Araştırmalarının Tarihsel Ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. Ankara: Erk yayınları.

- Eren, E. (2008). *Örgütsel Davranış Ve Yönetim Psikolojisi*. (11. Baskı). İstanbul: Beta basım yayım dağıtım.
- Eroğlu, E. (2013). *Etkili iletişim teknikleri*. E. Eroğlu ve A. H. Yüksel (Ed.), Etkili İletişim Ve Doğru Anlamak içinde (ss. 2-18). Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi açık öğretim fakültesi yayınları.
- Eroğlu, F. (2011). *Davranış Bilimleri*, (11. Baskı). İstanbul: Beta yayıncılık.
- Feng, L. (2019). Positive or negative: emoji usage in online social media, *Advances in social science, Education And Humanities Research*, 334, 512-516.
- Gall, M. D., Barg, W. R., ve Gall, J. P. (1996). *Educational Research: An Introduction*. NewYark: Longman.
- Gerçik, Z. İ. (2016). *Dikta Değil İkna İletişim Psikolojisi*. (4. Baskı). İstanbul: Küre yayınları.
- Gezgin, S. (2002). *Günümüzde Basın Özgürlüğü Kavramı*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi iletişim fakültesi yayınları.
- Goffman, E. (2017). *Etkileşimin Ritüelleri*. (A. Bölükbaşı, Çev.). İstanbul: Heretik yayınları.
- Gökçe, O. (2006). *İletişim Bilimi-İnsan İlişkilerinin Anatomisi*. Ankara: Siyasal kitabevi.
- Gökçe, O. (2015). *İletişim: Nasıl Daha İyi Anlar Ve Anlaşılım*. (3. Baskı). Konya: Çizgi kitapevi.
- Gökdağ, R. (2016). *Kişilerarası İletişim-İnsan İlişkilerinin Psikolojik Temelleri*, Ankara: Sınırsız yayıncılık.
- Göncü, S. (2018). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde y kuşağının whatsapp kullanımı üzerine bir inceleme. *TRT Akademi Dergisi*, 3(6), 590-613.
- Güçlü, F. (2021). *Stereotiplerin kişilerarası iletişime etkisinin ön yargılar bağlamında incelenmesi: Gümüşhane üniversitesi örneği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Güney, S. (2009). *Davranış Bilimleri*. (5. Baskı). Ankara: Nobel yayınevi.
- Güngör, N. (2018). *İletişime Giriş*. (5. Baskı). Ankara: Siyasal kitabevi yayınları.
- Gürçayır, S. (2009). İnternet çağının hiyeroglifleri ya da evrenselleşen sanal bedenler: MSN ifadeleri. *Milli Folklor*, 21(83), 111-115.
- Gürkaynak, Ş., Doğan, N., Barutçu, S. ve Haşiloğlu, S. B. (2016). Sosyal medya uygulamalarının kullanım sıklıklarına göre değişim süreci: akademisyenler ve öğrenciler üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma. *Pamukkale İşletme Ve Bilişim Yönetimi Dergisi*. 3(2), 1-10.

- Gürüz, D. ve Temel E., A. (2008). *Kişilerarası İletişim Bilgiler Etkiler Engeller*. Ankara: Nobel yayınları.
- Gürüz, D. ve Temel E., A. (2012), *Kişilerarası İletişim Bilgiler-Etkiler-Engeller*, (3. Baskı). Ankara: Nobel yayınları.
- Harn, R. J. (2017). *The visual language of emojis: A study on college students. Social Support Communication in Online Social Networks*. Yayınlanmamış doktora tezi, Kansas Üniversitesi, Kansas.
- Hartley, P. (2014). *Kişilerarası İletişim*. (2. Baskı). Ankara: İmge yayınları.
- Highfield, T. ve Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from Selfies and GIFs to Memes and Emoji. *Communication Research And Practice*, 2(1), 47–62.
- Hogg, M. A. ve Vaughan, G. M. (2017). *Sosyal Psikoloji*, (İ. Yıldız ve A. Gelmez, Çev.). Ankara: Ütopya yayınevi.
- Holstein, J. A, Gubrium, J. F. (1997). *Active interviewing*. D. Silverman (Ed.), *Qualitative Research: Theory, Method And Practise* içinde (ss.113-129). London: Sage Publications.
- Huang, P. ve Li, M. (2013). Analyzing mobile instant messaging user satisfaction and loyalty: An integrated perspective, (ECIS) Proceedings of the 21. European Conference on Information Systems.
- Hürkan, Ö. (2018). *Yeni medya söyleminde tarihsel öncülleriyle emoji*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul.
- Işık, M. (2014). *İletişim Ve Etik*, (3. Baskı). Konya: Eğitim yayınevi.
- Işık, M. ve Biber, L. (2010). *Genel ve teknik iletişim*, M. Işık (Ed.), *İletişim, İletişim Süreci Ve İletişim Çeşitleri* içinde (ss. 10-41). Konya: Eğitim akademi yayınları.
- İçel, K. (1998). *Kitle Haberleşme Hukuku*. (4. Baskı). İstanbul: Beta yayıncılık.
- İralı, A. E. (2016). *Sosyal medya araştırmaları 3*. A. Büyükaslan ve A. M. Kırık (Ed.), *İnteraktif Sanal Model Sistemlerinin Sosyal Medya Platform Bağlantıları* içinde (ss. 415-436). Konya: Çizgi kitabevi.
- İzgören, A. Ş. (2000). *Dikkat Vücudunuz Konuşuyor Türkiye'de Beden Dili, İş Yaşamı Ve Renkler*. Ankara: Academyplus yayınevi.
- Jaeger S. R., Roigard C. M., Jin D., Vidal L. ve Ares G. (2019). Valence, arousal and sentiment meanings of 33 facial emoji: insights for the use of emoji in consumer research. *Food Research International*, 119, 895-907.
- James, J. (2009). *The Body Language Rules*. Illinois, USA: Sourcebooks.

- Karaca, M. (2016). Sosyolojik perspektiften iletişim. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(57), 626-648.
- Karakaya, K. (2020). *Kitlesel kullanım açısından emojilerin iletişime etkisi*. Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Karcı, A. ve Boy, O. (2011). Sosyal ağların web madenciliği teknikleri ile ortak atıf analizi benzerlik tahmini, Elektrik Elektronik ve Bilgisayar Sempozyumu, 2011, Elazığ, ss. 154- 161.
- Kaya, A. (2013). *Kişilerarası ilişkiler ve etkili iletişim*. A. Kaya (Ed.), İletişime giriş: Temel Kavramlar Ve Süreçler içinde (ss. 2-28). Ankara: Pegem akademi.
- Kaypakoğlu, S. (2008). *Kişilerarası İletişim “Cinsiyet Farklılıklar, Güç Ve Çatışma”*. İstanbul: Derin yayınevi.
- Keskin, T. (2015). *Beden Dili Ve Hitabet*. İstanbul: Tutku yayıncılık.
- Kırık, A. M. (2010). *Etkileşimli Televizyon*. İstanbul: Anahtar kitaplar yayınevi.
- Kırık, A. M. (2017). Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: sosyal paylaşım ağlarında gençlerin konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 230-261.
- Kırık, A. M., Anık, C. ve Soncu, A. (2017). Sosyal medyanın göstergibilimsel dili emojiler, *Academic Journal Of Information Technologies*, 8(26), 42-53.
- Kliegman, J. (2015). The upside of emoji. 19 Mart 2022 tarihinde, <https://theweek.com/articles/574931/upside-emoji> adresinden erişildi.
- Kocasavaş, Y. (2007). Etkili iletişimin sözsüz adımı olan beden dili ve türkçe eğitimindeki rolü. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*. 7, 47-55.
- Koç, S. (2014). *İletişimde Ustalaşmak*, (10. Baskı). İstanbul: Kuraldışı yayıncılık.
- Koçak, Ö. F. (2020). *Kişilerarası iletişim bağlamında kültürleşme ve sosyokültürel adaptasyon: uluslararası öğrencilere ilişkin nicel bir araştırma*. Yayınlanmış doktora tezi, Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Köknel, Ö. (1999). *Kaygıdan Mutluluğa Kişilik*. (15. Baskı). İstanbul: Altın kitaplar yayınevi.
- Krauss, R. M. ve Fussell, S. R. (1996). *Social Psychological Models Of Interpersonal Communication*. New York: Guilford press.
- Krohn, F. B. (2004). A Generational approach to using emoticons as nonverbal communication. *J. Technical Writing And Communication*, 34(4), 321-328.
- Kross, E, Verduyn, P., Demiralp, E., Parkı J., Lee, D. S., Lin, N., ... Shablack, H., (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *Plos One*. 8(8), 1-6.



- Kuhnke, E. (2007). *Body Language For Dummies*. West Sussex, England: John Wiley & Sons, Ltd.
- Kurtoğlu, R. ve Özbölük, T. (2018). Üniversite öğrencilerinin emoji kullanımları ve emoji kullanan markalara karşı tutumları üzerine bir araştırma. *Business And Economics Research Journal*, 9(3), 697-713.
- Küçük, M. (2012). *İletişim bilgisi*. N. Orhon ve U. Eriş (Ed.), İletişim Kavramı Ve İletişim Süreci içinde (ss.3-19). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Kvale, S. (1998). *Interviews: An Introduction To Qualitative Research Interviewing*, Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Lazar, J. (2009). *İletişim Bilimi*. (Anık, C. Çev.). Ankara: Vadi yayınları.
- Li, D., Chau, P. ve Lou, H. (2005). Understanding individual adoption of instant messaging: an empirical investigation. *Journal Of The Association For Information Systems*, 6 (4), 102-129.
- Manovich, L. (2001). *The Language Of New Media*, Cambridge, England: Mit press.
- Mayfield, A. (2008). What is social media, 2 Ekim 2020 tarihinde, [http://crmexchange.com/uploadedFiles/White\\_Papers/PDF/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://crmexchange.com/uploadedFiles/White_Papers/PDF/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf) adresinden erişildi.
- Mead, G. H. (2017). *Zihin, Benlik Ve Toplum*, (Y. Erdem, Çev.). Ankara: Heretik yayınları.
- Mısırlı, İ. (2004). *Genel Ve Teknik İletişim*. (2. Baskı). Ankara: Detay yayıncılık.
- Miller, H. (2018). *Identifying the risks of miscommunicating with emoji*, Yayınlanmamış doktora tezi, Minnesota Üniversitesi, Minnesota.
- Morris, M., ve Ogan, C. (1996). The internet as a mass medium. *Journal Of Communication*, 46, 39-50.
- Mutlu, E. (2012). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Kıta basın dağıtım yayıncılık.
- Müller, C., Cienki, J.A., Fricke, E., Ladevig, S. ve Mcneil, D. (2013). *Body Language Communication*. Berlin: De gruyter mouton.
- Myers, D. (2015). *Sosyal Psikoloji*. (S. Akfırat, Çev.). Ankara: Nobel akademik yayıncılık.
- Newman, D. M., (2016). *Sosyoloji*. (A. Arslan, Çev.). Ankara: Nobel akademik yayıncılık.
- Orta, A. Z. (2009). *Etkili iletişim sürecinde kişilerarası iletişim becerileri ve yaratıcı drama uygulama örneği*, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi, İstanbul.

- Öncel, Ö. (2015). Oxford, 2015 yılının kelimesi olarak bir emojiyi seçti. 14 Eylül 2020 tarihinde, <https://sosyalmedya.co/oxford-2015-yilinin-kelimesi-olarak-bir-emojiyi-secti/> adresinden erişildi.
- Özant, N. ve Kelleci, M. (2017). Dijital iletişimde sözel olmayan ipuçları: Emojilerle etkileşim ve duygulanım. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 4(2), 396-417.
- Özçay, M. (2003). *Telefonda İletişim*, İstanbul: Soysal yayınları.
- Özdemir, A. (2012). *Beden Dili Etkili İletişim-Etkili Konuşma*, Ankara: Altınpost yayıncılık.
- Özdemir, G., Gökdağ, R. ve Neslihanoglu, S. (2019). Sosyal medyada emoji kullanımı ve anlamlandırılması: Anadolu Üniversitesi iletişim fakültesi örneği. *Selçuk İletişim*, 12 (1), 425-443.
- Özkan, M. (2010). *İnsan İletişim Ve Dil*, İstanbul: Akademik Kitaplar.
- Özkaya, M. (2019). Emojili iletişim, dile karşı ciddi bir tehdittir (Prof. Dr. Ebulfez Süleymanlı ile Röportaj). *Türk Edebiyatı Dergisi*, Sayı: 544, 37-41.
- Özmen, Ş., (2009). *Ağ Teknolojisinde Yeni Ticaret Yolu: E-Ticaret*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi yayınları.
- Patton, M. Q. (1987). *How To Use Qualitative Methods In Evaluation*, London: Sage Publications.
- Pınar K. ve Pınar, Y. (2017). Üniversite öğrencilerinin whatsapp metin yazışmaları ve emoji kullanım tutumları. *İdil Dergisi*, 6(38), 2709-2719.
- Pohl, H., Domin, C. ve Rohs, M. (2017). Beyond just text: Semantic emoji similarity modeling to support expressive communication. *ACM Transactions On Computer-Human Interaction*, 24(1), 1-42.
- Rezabek, L. ve Cochenour, J. (1998). Visual cues in computer-mediated communication: supplementing text with emoticons. *Journal Of Visual Literacy*, 18(2), 201-215.
- Robbins, P. S. ve Judge, T. A. (2012). *Örgütsel Davranış*. (İ. Erdem, Çev.). Ankara: Nobel akademik yayıncılık.
- Robson, C. (1993). *Real World Research*. Oxford: Blackwell Publisliers Ltd.
- Rodrigues, D., Prada, M., Gaspar, R. Garrido, M. V. ve Lopes, D. (2017). Lisbon emoji and emoticon database (LEED): Norms for emoji and emoticons in seven evaluative dimensions. *Behavior research methods- springer*,
- Roijackers, T. (2017). *The influence substitution of nouns and verbs in emoji on processing a sentence testing the comprehension, reading (time), accuracy and*

- perceived (fun)*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Tilburg Üniversitesi, Hollanda.
- Sabuncuoğlu, Z. ve Vergiliel T., M. (2013). *Örgütsel Davranış*. (5. Baskı). Bursa: Alfa.
- Sabuncuoğlu, Z., Gümüş, M. (2008). *Örgütlerde İletişim*. İstanbul: Arıkan yayıncılık.
- Sakallı, C. ve Bahadıroğlu, D. (2018). Dijital iletişim: Yeni bir dile doğru. *Turkish Studies Information Technologies & Applied Sciences*. 13(6), 129-146.
- Sayar, T. E. (2018). *İletişim çağında dijital kültür*. Genel, G. M. (Ed.), *Dijitalleşen Dil: Emoji Ve Kısaltmalar Dilimizi Değiş (Geliş) Tirecek Mi?* içinde (ss. 37-57). Konya: Eğitim yayınevi.
- Schramm, W. (1954). *How communication work*. W. Schramm (Ed.), *The Process And Effects Of Mass Communication* içinde (s. 3-26). Urbana: University of illinois press.
- Seufert, M., Hoßfeld, T. Schwind, A., Burger, V. ve Tran-Gia, P. (2016). Groupbased communication in whatsapp, IFIP Networking conference. Wurzburg, Germany.
- Sev, İ. G. (2018). Sözlükçülükte emojilerden yararlanma mümkün müdür? *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 7(2), 734-748.
- Sezgin, K. (2019). *Sosyal paylaşım ağlarındaki gerçeklik algısının kişilerarası iletişim süreci bağlamında incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Smith, K. (2019). 53 incredible facebook statistics and facts. 1 Ekim 2020 tarihinde, <https://www.brandwatch.com/blog/facebook-statistics/> adresinden erişildi.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z. ve Demir, M. (2013) İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 7(4), 23-32.
- Soncu, A. (2012). *Kimliklerin inşasında kurumsal dergilerin rolü: Türk yurdu ve ülku*. Yayınlanmamış doktora tezi. Ankara, Gazi Üniversitesi.
- Stamatov, E. G. (2017). *Do emoji use a grammar? Emergent structure in non-verbal digital communication*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Tilburg Üniversitesi, Hollanda.
- Stark, L. ve Crawford, K. (2015). The conservatism of emoji: Work, affect, and communication. *Social Media + Society*. 1(2). <https://doi.org/10.1177/2056305115604853>
- Stenly, E. (2019). *Sosyal medya kullanımının bireyin öz saygısı üzerindeki rolü: Kişilerarası iletişim açısından bir değerlendirme*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.

- Şeker, S. (2012). *Cep Tehlikesi*. (4. Baskı). İstanbul: Hayykitap yayınları.
- Şerif, M. ve Şerif, C. W. (1996). *Sosyal Psikolojiye Giriş*. (2. Baskı). (M. Atakay ve A. Yavuz, Çev.). İstanbul: Sosyal yayınlar.
- Şişman, M. (2008). *Eğitim Bilimine Giriş*. (4. Baskı). Ankara: Pegem akademi yayıncılık.
- Tarhan, N. (2010). *Toplum Psikolojisi Sosyal Şizofreniden Toplumsal Empatiye*. (1. Baskı). İstanbul: Timaş yayınları.
- Taştan, S. (2020). Sosyal medya üzerinde benlik inşası: instagram örneğinde bir inceleme. *Uluslararası Sosyal Medya Ve İletişim Araştırmaları Dergisi*. 1, 138-159.
- Tayfun, R. (2014). *Etkili İletişim Ve Beden Dili*. (5. Baskı). Ankara: Nobel yayınevi.
- Tekmen, T. (2019). *Kişilerarası iletişim bağlamında yeni iletişim teknolojilerinin rolü: Lise düzeyi öğrencileri örneğinde anlık mesajlaşma programları üzerine bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Telman, N. ve Ünsal, P. (2005). *İnsan İlişkilerinde İletişim*. (1. Baskı). İstanbul: Epsilon yayıncılık.
- Tokgöz, O. (2003). Türkiye’de iletişim eğitimi: Elli yıllık bir geçmişin değerlendirmesi. *Kültür Ve İletişim*, 6 (1), 9-32.
- Toksöz, L. ve Kahraman, C. (2017). Türk üniversite öğrencilerinin emoji algısı. *Humanitas Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9), 247-255.
- Torun U., B. (2018). Z kuşağının akıllı telefonlar üzerinden yazılı iletişimde emoji kullanma eğilimlerine yönelik bir araştırma, *Trt Akademi*, 3(6), 614-630.
- Tremblay, G. (2012). From marshall mcluhan to harold innis, or from the global village to the world empire. *Canadian Journal Of Communication*, 37(4), 561-575.
- Tubbs, S. L. ve Moss, Ş. (1974). *Human Communication: An İnterpersonal Perspective* New York: Random house.
- Tutar, H. (2003). *Örgütsel İletişim*. Ankara: Seçkin yayıncılık
- Tutar, H. (2016a). *Davranış Bilimleri Kavramlar Ve Kuramlar*. (3. Baskı). Ankara: Seçkin yayıncılık.
- Tutar, H. (2016b). *Sosyal Psikoloji Kavramlar Ve Kuramlar*. (3. Baskı). Ankara: Seçkin yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu (TDK). Güncel sözlük. 2 Ekim 2020 tarihinde, <https://sozluk.gov.tr/> adresinden erişildi.

- Türk, M. S. ve Aydoğan, E. (2008). *Kişilerarası iletişim ve empati*. M. Ş. Şimşek ve A. Çelik (Ed.). *Çağdaş Yönetim Ve Örgütsel Başarım içinde* (167-183). Konya: Eğitim kitabevi yayınları.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılabilecek nitel bir araştırma tekniği: Görüşme. *Kuram Ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 6(4), 539-559.
- Uluyağcı, C. ve Karadaş, N. (2013). *Sözlü Ve Sözsüz İletişim*. (5. Ünite). Eskişehir: TC Anadolu Üniversitesi yayınları.
- Usal, A. ve Kuşluvan, Z. (2002). *Davranış Bilimleri Sosyal Psikoloji*. (4. Baskı). İzmir: Barış yayınları fakülteler kitabevi.
- Usluata, A. (1991). *İletişim*. İstanbul: İletişim yayınları.
- Uzun, K. ve Uluçay, D. M. (2017). İş ortamında whatsapp kullanımı ve kesintiye uğrama. *Selçuk İletişim Dergisi*. 10(1), 216-231.
- Ünal, A. (2019). *Kişilerarası iletişim sürecinde samimiyet olgusu: cep telefonu ile arama ve mesajlaşma bağlamında bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Üstünel, G. (2011). *Etkili iletişim becerileri ve beden dili*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Namık kemal üniversitesi, Tekirdağ.
- Watzlawick, P., Jackson, D. D. ve Beavin, J. H. (1967). *Pragmatics Of Human Communication: A Study Of Interactional Patterns, Pathologies And Paradoxes*. London: Norton & Company.
- Whatsapp. (2020). 21 Kasım 2020 tarihinde, <https://www.whatsapp.com/about/> adresinden erişildi.
- Wiseman, S. ve Gould, S. J. (2018). Repursoding emoji for personalized communication: Whay means why means "I love you". CHI conference on human factors in computing system (s. 1-10). Montreal QC: ACM.
- Wragg, E. C. (1994). *Conducting and analysing interviewies*. N. Bennett, R. Glatte, R. Levacic (Ed.). *Improving Educational Management Through Research And Consultancy içinde* (ss. 267-282). The OpenUniversity.
- Yaman, E. (2012). *İnsan ve İletişim*. (4. Baskı). Ankara: Akçağ yayınları.
- Yelken, Y. S. (2019). *Türkiye’de en çok kullanılan emojilerin anlam ve duygusal karşılıklarının araştırılması*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Üsküdar üniversitesi, İstanbul.

- Yeşiltaş, E. (2010). *Bilim teknoloji ve sosyal değişme*, B. Ata (Ed.), II. Dünya Savaşı Sonrasında Dünyada Bilim, Teknoloji Ve Sosyal Değişme içinde (ss. 309-339). Ankara: Pegem yayınları.
- Yıldırım, A. (2010). *Eleştirel Pedagoji*. (1. Baskı). Ankara: Anı yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (1999). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin yayıncılık.
- Yıldız, B. (2019). Whatsapp istatistikleri. 2 Ağustos 2020 tarihinde, <https://www.brandingturkiye.com/whatsapp-istatistikleri-guncel/> adresinden erişildi.
- Yılmaz, O. (2017). Hiyerogliflerden emojiilere. 12 Eylül 2020 tarihinde, <https://medium.com/@onuryilmazpo> adresinden erişildi.
- Yüksel, A. H. (1994). *İkna Edici İletişim*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi eğitim sağlık ve bilimsel araştırma çalışmaları vakfı yayınları.
- Zeybek, I. (2018). Dijitalde duygu dili: Emojilerin sihirli dünyası. Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, “Dönüşen Dünyada İletişimin Rolü” Uluslararası Sempozyum Kitabı içinde. 398- 416.
- Zıllıoğlu, M. (2007). *İletişim Nedir?*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Zıllıoğlu, M. ve Gürgen, H. (2001). *İletişim Bilgisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi yayınları.

## **EKLER**

### **Ek 1. Tezde Kullanılan Görüşme Soruları**

1. Kişilerarası iletişimlerinizde sözsüz iletişim unsurlarından (yüz ve beden hareketleri, bedensel temas, mekân kullanımı ve araçlar) yararlanma durumunuz nedir?
2. Whatsapp uygulamasını kullanarak ilettiğiniz mesajlarda emoji kullanım durumunuz nedir?
3. Kullandığınız emojileri günlük hayatta kurduğunuz iletişimlerde yararlandığınız sözsüz iletişim unsurları ile kıyasladığınızda söyleyecekleriniz nelerdir? Benzerlik, farklılık ya da aynı olma durumu bulunmakta mıdır?
4. Emojiler kurduğunuz kişilerarası iletişimi nasıl etkilemektedir?
5. Kullandığınız emojiler iletişimlerinizde ne gibi kolaylıklar sağlamaktadır?

### Gönüllü Katılım Formu

**Sayın katılımcı,**

Bu çalışma, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR'ın danışmanlığında Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Öğrencisi Seval EROL tarafından yürütülmektedir. Çalışmanın başlığı, **Emojilerin Sözsüz İletişim Unsurları Yerine Kullanılması: Whatsapp Üzerinde Bir Araştırma'dır**. Çalışma, emojilerin sözsüz iletişim unsurları yerine kullanılmasını Whatsapp üzerinden araştırmaktır. Katılacağınız çalışmada görüşme süresince tarafınıza yöneltilen sorular, araştırmanın gerektirdiği bir düzendedir. Bu araştırmanın “tutarlı-tutarsız” yanıtlarınızı bulmak, “bir açığınızı yakalamak” veya benzeri bir başka amacı bulunmamaktadır. Dolayısıyla, araştırmamızın sağlıklı ve geçerli bilimsel bilgi üretebilmesi için sizden sadece görüşme sırasında sorulara samimi ve kendinizi en gerçekçi şekilde tanımlayacak cevaplar vermeniz beklenmektedir.

Çalışmaya katılım, tamamıyla gönüllülük temeline dayanmaktadır. Cevaplarınızın analizi için görüşme sırasında ses kaydınız alınacak ve tez çalışmasına aktarıldıktan sonra silinecektir. Cevaplarınız sadece bilimsel bilgi üretmekte kullanılacaktır.

Çalışma boyunca yanıtlayacağınız görüşme soruları, çalışmanın amacına hizmet edecek şekilde seçilmiş ve genel olarak kişisel rahatsızlık vermeyeceği öngörülen soruları içermektedir. Ancak, çalışma sırasında sorulardan ya da herhangi başka bir nedenden ötürü kendinizi rahatsız hissederseniz, araştırmayı yarıda bırakmakta serbestsiniz. Bunun için herhangi bir hak kaybına uğramayacaksınız. Böyle bir durumda uygulayıcıya araştırmadan çekilmek istediğini söylemeniz yeterlidir. Bu çalışmaya katıldığınız için şimdiden teşekkür ederiz.

**Bu çalışmaya tamamen gönüllü olarak katılıyorum ve istediğim zaman yarıda kesip çıkabileceğimi biliyorum. Verdiğim bilgilerin bilimsel amaçlı kullanılmasını kabul ediyorum.**

**Ad, Soyad**

**İmza**

**Tarih**

**.../ .../ 2021**

**FORMU DOLDURUP İMZALADIKTAN SONRA TESLİM EDİNİZ.**



## ETİK KURUL KARARI

|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                   |                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| T.C. GÜMÜŞHANE<br>ÜNİVERSİTESİ<br>Rektörlüğü                                          |                                                                                                                                                                                                                            |  | GÜMÜŞHANE<br>UNIVERSITY<br>Rector's Office |
| GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU<br>(Proje Onay Formu) |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                   |                                            |
| TARİH                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                   |                                            |
| YER                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                   |                                            |
| ÜYELER                                                                                | Prof.Dr. GÜNAY ÇAKIR (Başkan)<br>Prof.Dr. HASAN AYAYDIN (Üye)<br>Prof.Dr. MÜGE YILMAZ (Üye)<br>Prof.Dr. BAYRAM NAZIR (Üye)<br>Prof.Dr. EKREM CENGİZ (Üye)<br>Prof.Dr. HURİ İLYASOĞLU (Üye)<br>Prof.Dr. FERKAN SİPAHI (Üye) |                                                                                   |                                            |
| BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU PROJE ONAY FORMU                             |                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                   |                                            |
| Projenin Adı:                                                                         | Emojilerin Sözsüz İletişim Unsurları Yerine Kullanılması: Whatsapp Üzerinde Bir Araştırma                                                                                                                                  |                                                                                   |                                            |
| Projenin Niteliği:                                                                    | Yüksek Lisans Tezi                                                                                                                                                                                                         |                                                                                   |                                            |
| Proje Araştırmacıları:                                                                | Seval TAŞTAN                                                                                                                                                                                                               |                                                                                   |                                            |

|                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Araştırmanın Amacı:</b></p>     | <p>Bu çalışmanın ilk amacı; belirlenen konu içerisindeki kişilerarası iletişim, sosyal medya ve emoji başlıklarını tanımlamaktır. Daha sonra kişilerarası iletişimin unsurlarından biri olan sözsüz iletişim kavramı açıklanarak alt başlıklarını oluşturan yüz ve beden, bedensel temas, mekân kullanımı ve araçlar Whatsapp içeriğinde yer alan emoji ile karşılaştırarak incelemektir.</p> <p>Söz konusu çalışmada bireylerin günlük hayatlarında yüz yüze kurdukları kişilerarası iletişimde, sözsüz iletişim boyutunda kullandıkları yüz ve beden hareketlerini Whatsapp mesajlaşma uygulaması üzerinde gerçekleştirdikleri kişilerarası iletişim sırasında emoji ile de destekleyip desteklemediklerini ortaya çıkarmak çalışmanın asıl amacını oluşturmaktadır.</p> <p>Böylece bu çalışma ile günlük hayatta kullanılan jest ve mimiklerin sosyal medya ortamında da kullanılıp kullanılmadığı bilgisi elde edilecektir.</p> <p>Araştırma sonucunda saptanan bulgular ile dünyada ortak bir dil olma yönünde ilerleyen emoji ile sözsüz iletişimdeki önemini de ortaya çıkarmak hedeflenmektedir.</p> <p>Aynı zamanda bu çalışmanın bundan sonraki çalışmalar için yol gösterici olması ve literatüre katkı sağlaması amaçlanmaktadır.</p> |
| <p><b>Araştırmanın Gereksesi:</b></p> | <p>Yüz yüze kurulan kişilerarası iletişimde sözlü iletişimin %7, dil ötesi unsurların % 38, duyu yüklü yüz ifadelerinin ise %55 oranında büyük bir paya sahip olduğu Mehrabian tarafından ortaya konulmuştur (1968). Yüz ve beden hareketleri iletilmek istenen mesaja paralel olan artı bir anlam kazandırarak etkili bir iletişime katkı sağlamaktadır. Buna göre yüz yüze iletişimin günümüzde sosyal medya mecralarına geçiş yapmasıyla birlikte sözü edilen duygusal yüz ifadelerinin gerekliliği emoji ile karşılanmaktadır. Ancak insanların günlük hayatlarında kullandıkları bu yüz ifadelerinin ve beden hareketlerinin Whatsapp uygulaması üzerindeki iletişimlerinde de kullanım durumları, tutarlılığı ve önemine dair literatürde herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu sebeple çalışma özgün ve ilk olması ile önem arz etmektedir. Daha önceki çalışmalarda jest ve mimiklerin yüz yüze kişilerarası iletişimdeki önemi ortaya koyan çalışmaların varlığı dikkat çekerken; emoji ile Whatsapp tabanlı kişilerarası iletişimdeki yerini araştıran bir çalışmaya ulaşılmamıştır. Bu çalışmada elde edilmesi hedeflenen yeni sonuçlar ile</p>                                                                                 |



**Araştırmanın  
Yöntemi:**

Literatürde konu ile ilgili daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde, yöntem olarak çoğunlukla anket tekniği kullanıldığı görülmüştür. Buna göre hazırlanacak olan bu çalışmada görüşme tekniğinin bir alt kategorisi olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılacaktır.

**Yarı Yapılandırılmış Görüşme Tekniği**

Bu teknikte, araştırmacı önceden sormayı planladığı soruları hazırlar. Buna karşın araştırmacı görüşmenin akışına bağlı olarak değişik yan ya da alt sorularla görüşmenin akışını etkileyebilir ve kişinin yanıtlarını açmasını ve ayrıntılı açıklamasını sağlayabilir. Eğer kişi görüşme sırasında belli soruların yanıtlarını başka soruların içerisinde yanıtlamış ise araştırmacı bu soruları sormayabilir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin araştırmacıya sağladığı en önemli kolaylık, görüşmenin önceden hazırlanmış görüşme stratejilerine bağlı olarak sürdürülmesi nedeniyle daha sistematik ve karşılaştırılabilir bilgi sunmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 1999: 283).

**Araştırmanın Sınırlılığı, Evren ve Örneklemi**

Çalışmaya dâhil edilen kişiler 18 yaşını doldurmuş aktif Whatsapp kullanımında bulunan bireyler olarak sınırlandırılmıştır.

Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği, çalışmaya uygun görülmüş ve bir sınırlılıkta bu şekilde oluşturulmuştur. Ayrıca araştırmanın 2021 yılı Nisan ve Mayıs ayları arasında yapılması planlanarak, ek bir sınırlılık belirlenmiştir.

Bu kapsamda toplam 25 kadın ve erkek çalışmaya dâhil edilecektir. Kadın ve erkek katılımcı sayısı birbirlerine eşit şekilde belirlenecektir.

Çalışmanın evrenini Türkiye'de yaşayan Whatsapp kullanan bireyler oluştururken, örneklemi ise 18 yaşından büyük 25 farklı birey oluşturacaktır.

Whatsapp uygulaması, pek çok kitleye nüfuz etmeyi başarmış bir mecraadır. Bu sebeple araştırmaya dâhil edilecek olan katılımcıların demografik (yaş, eğitim seviyesi, meslek grubu, gelir düzeyi) özellikleri göz önünde bulundurulmayacaktır.

**Araştırma Soruları**

|                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                        | <p>durumunuz nedir?</p> <p>3.Kullandığınız emoji'leri günlük hayatta kurduğunuz iletişimlerde yararlandığınız sözsüz iletişim unsurları ile kıyasladığınızda söyleyecekleriniz nelerdir? Benzerlik, farklılık ya da aynı olma durumu bulunmakta mıdır?</p> <p>4.Emoji'ler kurduğunuz kişilerarası iletişimi nasıl etkilemektedir?</p> <p>5.Kullandığınız emoji'ler, iletişimlerinizde ne gibi kolaylıklar sağlamaktadır?</p> <p>6.Görüşmenin durumuna göre bu sorulara ek sorular da sorulabilir.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>Kullanılacak biyolojik, psikolojik ve teknik vb. tüm yöntemleri açıklayan etik ile ilgili özet:</p> | <p>Katılımcılarla yapılacak olan görüşmelerde ses kaydı alınacaktır ve bu kayıtlar araştırmacı tarafından deşifre edilecektir. Bu kapsamda bir ses kayıt cihazından veya ses kaydedici özelliği bulunan telefondan yararlanılacaktır.</p> <p>Tüm dünyayı ve ülkemizi etkileyen Covid-19 virüsü ve beraberinde gelen çeşitli kısıtlamalar nedeniyle çalışmanın seyrinde değişiklikler meydana gelebilir.</p> <p>Araştırma için uygun görülen yarı yapılandırılmış görüşme tekniğini kısıtlamalar sebebiyle yüz yüze gerçekleştirmek mümkün olmayabilir. Bu noktada araştırmanın, katılımcılarla Whatsapp uygulamasında bulunan görüntülü görüşme özelliğinden yararlanarak yerine getirilmesi planlanmaktadır. Görüntülü görüşmeler ses kaydı biçiminde kaydedilecektir.</p> |

Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi öğretim üyelerinden Sayın Doç. Dr. Gülsüm ÇALIŞIR'ın "EMOJİLERİN SÖZSÜZ İLETİŞİM ÜZERİNE KULLANILMASI: WHATSAPP ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA " adlı projesi değerlendirilmiştir.

Proje etik açısından uygun bulunmuştur.

Projenin etik açısından geliştirilmesi gerekmektedir.

Proje etik açısından uygun bulunmamıştır.

## ÖZGEÇMİŞ

Ön lisans eğitimini Bozok Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı bölümünde okudu. Lisans eğitimini Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümünde tamamladı. Aynı zamanda ikinci üniversite olarak Atatürk Üniversitesi, Çocuk Gelişimi ve Eğitimi bölümüne devam etmektedir. Yüksek lisans eğitimini Gümüşhane Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı'nda "Kişilerarası İletişimde Emoji Kullanımı: Whatsapp Örneğinde Bir İnceleme" isimli yüksek lisans tezi ile tamamlamaktadır. Yabancı dil olarak İngilizce bilmektedir.

TAŞTAN, Seval (2020). Sosyal medya üzerinde benlik inşası: Instagram örneğinde bir inceleme. *Uluslararası sosyal medya ve iletişim araştırmaları dergisi*, 1(1), 138-159.