

Duyguların İfade Aracı Olarak WhatsApp İletişiminde Emoji Kullanımı: Türk Üniversite Öğrencileri ile Yarı Deneysel Bir Çalışma*

The Usage of emojis in WhatsApp text interactions in the context of expression of the emotions: A quasi-experimental study

Yunus Pinar, Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi Eğitim Fakültesi, E-Posta:yunus_pinar@hotmail.com

Nihal Kubilay Pinar, Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, E-Posta:nkpinar@hotmail.com

Anahtar Kelimeler:

Emoji, Whatsapp,
Türk Öğrenciler, Tabu
Kelime.

Öz

Bu araştırmada amaç, üniversite öğrencilerinin WhatsApp yazışmalarında birbirinden farklı durumsal bağlamlarda ve duygulanım durumlarında ne türden tepkiler verip, hangi emojilere başvurduklarını, emoji tercihlerindeki örtüşme derecesini ve emoji kullanımında cinsiyet değişkeninin rolünü deneysel olarak incelemektir. Araştırma grubunu, seçkisiz olmayan örnekleme yöntemi ile belirlenen Akdeniz Üniversitesi'nde öğrenim gören 87 üniversite öğrencisi (N= 87, 35 erkek ve 52 kız) oluşturmaktadır. Katılımcıların tepkisel davranışlarını ve kendilerine sunulan uyaranlar karşısında nasıl ve ne türden tepkiler verdiklerini inceleyebilmek için Anlık Mesaj Faaliyetlerinin İncelenmesi (AMFİ) adlı ampirik bir araştırma aracı geliştirilip, uygulanmıştır. AMFİ'den elde edilen bulgular, cinsiyet değişkeninin emoji kullanımında anlamlı bir rol oynadığına işaret etmiştir. Çalışmada, aynı uyaranlar karşısında kız öğrencilerin erkek öğrencilere kıyasla daha çok emoji kullandıkları izlenmiştir. Birbirinden farklı; pozitif, negatif ya da ambivalans durumsal bağlamlarda kız öğrencilerden oluşan örnekleme grubunda %51 ile %84,6 aralığında seyreden emoji kullanımı olduğu, erkek öğrencilerde ise kullanım oranının yine çeşitli kategorilerde %14,3 ile %45,7 aralığında seyrettiği görülmüştür. Yapılan araştırmada, stres içeren ve çeşitli olumsuz duygusal çağrışımları tetikleyebilecek uyaranlar karşısında emoji kullanımının düştüğü bu gibi durumlarda tabu kelime (sövgü, argo vb.) kullanımında artış olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. AMFİ'den elde edilen sonuçlar, katılımcıların pozitif duyguların açığa çıktığı sosyal etkileşim durumlarında daha çok pozitif emojilere, negatif sosyal etkileşim durumlarında da negatif emojilere yöneldiklerine işaret etmektedir.

Keywords:

Emoji, Whatsapp,
Turkish Students,
Taboo Words.

Abstract

The aim of this research is to investigate and evaluate the usage of emojis in WhatsApp text interactions and examine the role of gender, impulsive reactions and preferences of students towards the use of emojis with particular focus on situational contexts and affect situations. The final sample consisted of 87 undergraduate students, including 52 women and 35 men of Akdeniz University. In order to investigate emotional impulsive reactions of students in WhatsApp text interactions we have developed an innovative empirical research tool called "Investigation of spontaneous Messaging Activity" (AMFI). The results revealed a significant interaction between emoji usage and gender variable. The study indicates that the use rates of emojis in WhatsApp are generally higher for female students than for male students under the same stimulus conditions. Also, it was observed that the use rates of emojis in positive, negative and ambivalent affective situations varied between 51% and 84,6% for female students and between 14,3% and 45,7% for male students. Our results show that the participants have a tendency to use taboo words to regulate the stressful and burdensome situational contexts and the participants used more positive emojis in positive affect situations and in positive situational contexts, more negative emojis in negative contexts.

*Bu çalışma, araştırma projesi kapsamında Akdeniz Üniversitesi BAP Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir (Proje No: SBA-2016-1859).

Giriş

Emojiler 1998'den günümüze kendi özgül tarihselliği içerisinde evrimleşen ve gelişimini sürdüren, bireylerin sosyal medyada ve kitle iletişim araçlarında; duygu, düşünce ve isteklerini yazı dilinde ifade ederken başvurdukları (Blagdon, 2013; Kelly&Watts, 2015) sınırlı bir görsel göstergeler dizgesine ait unsurlardır. Emojiler öznenin duygusal durumunu gösterme iddiasında olan görsel karakterler olarak ele alınabileceği gibi (Yang ve Brown, 2015: 404), yine duygusal hal ya da duygulanım (affect) süreçlerini de kısıtlı bir takım ideogramlar ile aktarmak işlevini taşıyan unsurlar olarak da değerlendirilebilir (Danesi, 2016: 23, 54, 62).

Elinizdeki bu çalışmanın temel amaçlarından biri, başta online iletişim olmak üzere yazılı iletişimde büyük bir yer kaplayan emoji olgusunun üniversite öğrencileri tarafından kullanım amacını, kullanım sıklığını, ve buradaki cinsiyet faktörünün bir değişken olarak rolünü araştırmaktır. Bunun dışında evrensel olarak kabul gören; korku, endişe, kaygı, üzüntü, sevinç, mutluluk gibi duyguların (Linhuber, 2006:140; Koole&Rothermund, 2019: 2f) ifade bulduğu yazışmalarda öğrencilerin emoji kullanıp kullanmadığı, kullanıyorsa, daha çok hangi emojilere başvurdukları konuları da çalışmanın bir diğer araştırma sorularını oluşturmaktadır. Bu amaçlara ulaşabilmek için “anket” ya da bir “ölçek” kullanılmamış, gönüllü katılımcıların tepkisel davranışlarını ve kendilerine sunulan uyaranlar (impuls) karşısında nasıl ve ne türden tepkiler verdiklerini inceleyebilmek için Anlık Mesaj Faaliyetlerinin İncelenmesi (AMFİ) adlı ampirik bir araştırma aracına başvurulmuştur.

Uluslararası alanyazında “WhatsApp” ya da “Emoji” kullanımı ile ilgili deneye dayalı çalışma sayısının yok denecek kadar az olduğu görülmektedir (Rodrigues et al 2017: 1532-1534; Al Rashdi, 2018: 117-125). Mevcut diğer çalışmaların ise büyük bir çoğunluğunun anket veya ölçek kullanımına dayalı nitel araştırmalar oldukları ifade edilebilir (Kelly, 2015; Özant ve Kelleci, 2017; Prada et al. 2018: 1925f.; Vatian et al. 2018).

Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin yazılı iletişimde duygularını ne derece kelime kullanımı yoluyla ve hangi ölçüde emojiye başvurmak suretiyle betimledikleri araştırılacak, bir görsel gösterge olarak “Emoji”nin gösterileni yani içeriği ne oranda temsil kabiliyetine sahip olduğu konusu araştırılacaktır. Araştırmada kullanılacak olan AMFİ (Anlık Mesaj Faaliyetlerin İncelenmesi) adlı nitel araştırma aracı büyük gruplardan kısa zamanda veri toplamayı mümkün kılacak bir özellik arz etmektedir. AMFİ bu haliyle salt yetişkinlere yönelik bir özellik ve nitelikte olsa da, çeşitli uyarılma ve modifikasyonlar ile geç çocukluk ya da ergenlik dönemindeki bireylere de hitap eden bir formda tasarlanabilir.

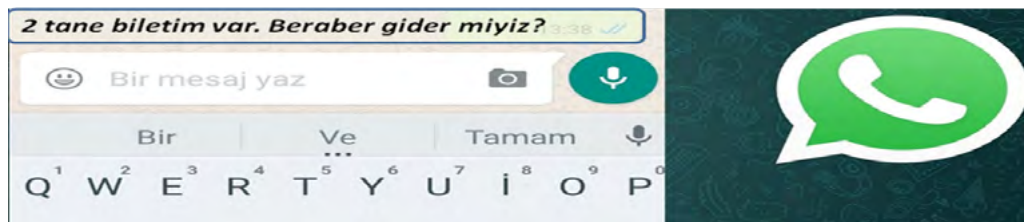
Araştırmanın bir başka özgün yanı; WhatsApp gibi kitle iletişiminde kullanılan bir aracı özgün bir araştırma aracının hizmetine koşması, bu yolla çok kısa sürelerde çok denek ile araştırma yapma olanağını beraberinde getirmesidir. Son olarak, yukarıda da değinildiği üzere, bireylerin çevrimiçi iletişimde giderek daha fazla ağırlık kazanan emojilere yönelik bilimsel araştırma sayısı yok denecek kadar azdır. Bu çalışmanın mevcut araştırma boşluğunu (research gap) bir nebze de olsa doldurması, özgün ve özgül (spesifik) bir paradigma olarak alanyazında dikkat çekmesi beklenmektedir.

Yöntem

Anlık Mesaj Faaliyetlerinin İncelenmesi (AMFİ)

Akdeniz Üniversitesi Edebiyat Fakültesi öğrencileri arasından seçilen 87 öğrenci (55 kız, 32 erkek) en çok indirilme oranına sahip iPhone ve Android uygulaması olan WhatsApp aracılığıyla bir grup oluşturmak kaydıyla bir araya getirilmiştir. Erkek öğrenciler oluşturulan bu WhatsApp grubunda: E1, E2, E3..., kız öğrenciler ise: K1, K2, K3... şeklinde kodlanıp, anonimleştirilmiştir. Bunu takiben, araştırmanın yapılabilmesi için bir tarih belirlenmiş, katılımcılar ve araştırmacılar fakülteye ait bir amfide bir araya gelmişlerdir. Gönüllü katılımcıların uygulamaya bireysel olarak değil, bir grup olarak, başka bir ifadeyle WhatsApp grubu üyeleri olarak toplu halde alınmasının zaman tasarrufu sağladığı ortadır. Araştırmada bu türden bir yol izlenmesinin bir diğer nedeni ise öğrenciler için bir sosyal kolaylaştırma - social facilitation- (Lawrence et al., 1990; Claypoole et al. 2016: 1169f.) atmosferi yaratabilmek ve uygulamanın mülâkat benzeri bir yapıya dönüşmesinin önlenmesidir. Başka bir neden ise öğrenciler arasında topluluk hissinin -sense of community- (Stephenson, 2014) görece ortaya çıkmasını sağlayarak araştırmacılar karşısında kendilerini rahat hissedebilmelerini, daha doğal tepkiler verebilmelerini sağlamaktır.

Uygulama sırasında öğrencilere araştırmacılarından biri tarafından projektör aracılığıyla ardışık olarak uyarıcı (impuls) niteliğinde 12 ayrı yönerge aktarılmıştır. Bu yönergeler, uzman görüşü alınarak; anlaşılır, açık ve net ifadeler ile formüle edilmiştir. Uygulama esnasında, öğrencilerden kendilerine aktarılan yönergelere cep telefonları ile gündelik hayatlarındaki WhatsApp yazışmalarında olduğu haliyle yanıtlar vermeleri istenmiştir. Katılımcılara, uyarıcı niteliğindeki yönergeler sırasıyla aktarılırken, eşzamanlı olarak ilgili yönergenin uyarıcı etkisini artırmak için bilgisayar projektörü aracılığıyla WhatsApp uygulamasının bir simülasyonu ile zaman zaman da sanal iletiler aktarılmıştır. Aşağıda yer alan resim AMFİ uygulaması esnasında bu amaca hizmet etmek için tasarlanmıştır.



Şekil 1 Uyarıcı (impuls) etkisini artırmak için projektörden yansıtılan 1 numaralı simülasyon ve sanal ileti.

Katılımcıların uygulama esnasında sosyal beklenti ve normlara bağlı kalmak adına otosansüre başvurmalarını asgari düzeye indirmek ve bu yönde itinalı tepkiler vermelerini bir ölçüde azaltmak için belirli aralıklarla:

*" Bu bir sınav değil. Gündelik hayatta nasıl tepkiler veriyorsanız benzer tepkiler verin.
Bu konuda özgürsünüz..."*

ifadesinde olduğu şekliyle hitap edilmiştir.

Araştırmada; video, resim ya da karikatür vb. medya kullanımını dikkate alınmamıştır. İlgili yönergenin aktarılmasından sonra birden çok ileti ile yanıt veren öğrencilerin ilk gönderdikleri iletiler dikkate alınmış, diğer iletiler emoji içerse dahi dikkate alınmamıştır. Buradaki amaç anlık tepkimeler ile ilgili bilgi sahibi olabilmektir.

Araştırmanın ikinci evresi elde edilen verilerin incelenmesi aşamasıdır. Katılımcılardan elde edilen iletiler, WhatsApp'ın kullanıcılara sunduğu bir olanak olan "Sohbeti e-postala" özelliği ile "TXT" formatında araştırmacıların e-posta adreslerine gönderilmiştir. Elde edilen metinlerde yer alan emojiler Office 2016 uygulamaları tarafından desteklenmediği için, katılımcılar tarafından kullanılmış olan her bir emoji "<http://emojipedia.org>" sitesinden taranıp, bulunmuş ve metin içerisindeki ilgili yere eklenmiştir. Verilerin istatistik analizleri için SPSS Statistics 22.0 programına başvurulmuştur.

AMFİ'de Kullanılan Yönergeler

Yönerge 1 ve Yönerge 4'de gönüllü katılımcılar gitmek veya birlikte yapmak konusunda arzu, istek ve sevinç duyacakları varsayılan bir etkinliğe davet edilmiş ve sanal iletiler ile yanıt vermeye teşvik edilmişlerdir.

Yönerge 2 ile katılımcıların yoğun stres ve kaygı barındıran bir süreci deneyimlerken bu olumsuz tabloyu belirli oranlarda hafifletecek iyi bir haber iletisi almaları durumunda nasıl tepkiler verip, hangi emojilere başvuracakları irdelenmek istenmiştir.

Yönerge 3'de ekonomik olarak zor bir süreçten geçen yakın bir arkadaşın yardım talebinde bulunması halinde, yine benzer nedenlerden dolayı olumlu cevap verilememesi durumunda nasıl bir karşı ileti yazılacağı ve iletilerdeki emoji kullanımı araştırılmak istenmiştir.

Yönerge 5'te katılımcılara: "*Arkadaşın final sınavından kaldığı için epey üzgün. Bu durumu sana iletmiş. Tepkin ne olur, ona nasıl karşılık verirdin?*" şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Burada stresi, üzüntüyü paylaşma ve katılımcıların üzücü bir durum karşısında sergileyecekleri olası tepkilerin neler olacağı konuları ile ilgili bilgi edinmek amaçlanmıştır.

Yönerge 6 ve Yönerge 7'de örneklem tarafından sık kullanılan klişe bir takım emoji kalıplarının olup olmadığını sınamak amacıyla katılımcılardan sırasıyla: "doğum günü kutlama mesajı" yazmaları ve nüktedan ve esprili bir ileti karşısında çok eğlendiklerini varsayarak yanıtlar vermeleri istenmiştir.

Yönerge 8'de katılımcılardan ilk olarak "*vize haftasında bulduklarını ve masa başında çalıştıklarını*" varsayımları istenmiş, bu koşullar altında iken bir arkadaşlarından davet mesajı almaları durumunda ne tür tepkiler verecekleri kayıt altına alınmak istenmiştir. Buradaki amaçlardan biri de öğrencilerin ambivalans bir durum karşısında nasıl tepkiler vereceklerini inceleyebilmektir.

Yönerge 9'da katılımcılarda minnettarlık duygusunu açığa çıkarabilecek bir olay/hikâye kurgulanmış, öğrencilerin karşı tarafa iyi hislerle ne türden bir teşekkür veya övgü mesajı yazacakları ve bu bağlamda emojilere ne oranda başvuracakları hususlarında bilgi toplanmak istenmiştir.

Yönerge 10'da bir arzunun gerçekleşmemesi, bir olay karşısında hoşnutsuzluk duyulması gibi durumlarda açığa çıkması olası tepkiler izlenmek istenmiştir. Yönerge 11'de ise bu kez katılımcılar açısından bir arzu gerçekleşmesinin yaşandığı, haz ve sevinç duygularının ön planda olduğu bir durum karşısında gösterecekleri tutumlar incelenmek istenmiştir.

Yönerge 12'de ise mahcubiyet hissinin ortaya çıktığı bir durumda verilecek tepkilere odaklanılmış, bağlam içerisindeki emoji kullanımı araştırılmıştır.

Araştırmanın çalışma grubunun kimlerden oluştuğu bu bölümde belirtilebilir. Araştırmanın çalışma grubunun kimlerden oluştuğu bu bölümde belirtilebilir. Araştırmanın çalışma grubunun kimlerden oluştuğu bu bölümde belirtilebilir.

İşlem ve Araştırmanın Kısıtlılıkları

Araştırma için Akdeniz Üniversitesi'nden Etik Kurul İzni alınmıştır. Çalışmaya katılım tamamen gönüllülük ilkesi çerçevesinde yürütülmüş, katılımcılar Onam Formu doldurulmak koşuluyla araştırmaya dâhil edilmişlerdir. Araştırmada seçkisiz olmayan örnekleme yöntemi ile -Non- random sampling, Convenience / Incidental Sampling- (Orcher, 2017: 60-63) Akdeniz Üniversitesi Edebiyat Fakültesi öğrencilerinden 100 kişi seçilmiş, ancak katılımcıların bir kısmı araştırmaya dâhil edilememiştir. Uygulama sırasında üç ve daha fazla yönergeye kayıtsızlık gösteren ve video, resim ya da karikatür vb. medya kullanımının yönerge sayısının dörtte birini geçtiği vakaların (11 katılımcı: 3 kız, 8 erkek) verileri veri setinden çıkartılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın nihai örnekleme 87 öğrenciden oluşmuştur. Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğini artırmak için 2 aşamalı öntest çalışması yapılmıştır. İlk aşamada aynı fakültede öğrenim gören 8 öğrenci ile (4 kız, 4 erkek) odak grup çalışması yürütülmüş ve bu çalışmada AMFİ uygulaması ilk kez denenmiş ve çalışma sonunda yöntem ve kullanılan yönergeler üzerine değerlendirmeler ve gerekli revizyonlar yapılmıştır. İkinci aşamada bu sefer 10 öğrenci (5 kız, 5 erkek) ile bireysel olarak "Cevaplayıcının Sorgulanması" -Respondent Debriefing- (Peterson et al. 2017) yolu ile çalışılmış, burada yönergelerin doğru algılandığı, yorumlama hatalarının veya zorluklarının olup olmadığı bir kez daha sınanmıştır.

Tablo 1 Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin cinsiyete göre dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplamlı Yüzde
Erkek Öğrenci	35	40,2	40,2	40,2
Kız Öğrenci	52	59,8	59,8	100,0
Toplam	87	100,0	100,0	

Anlık Mesaj Faaliyetlerinin İncelenmesi (AMFİ) uygulamasına 24.02.2017 tarihinde Akdeniz Üniversitesi Edebiyat Fakültesi 502 numaralı salonda saat 14.36'da başlanmış, uygulama son iletilerin elde edildiği saat olan 15.24 itibarıyla sonlandırılmıştır.

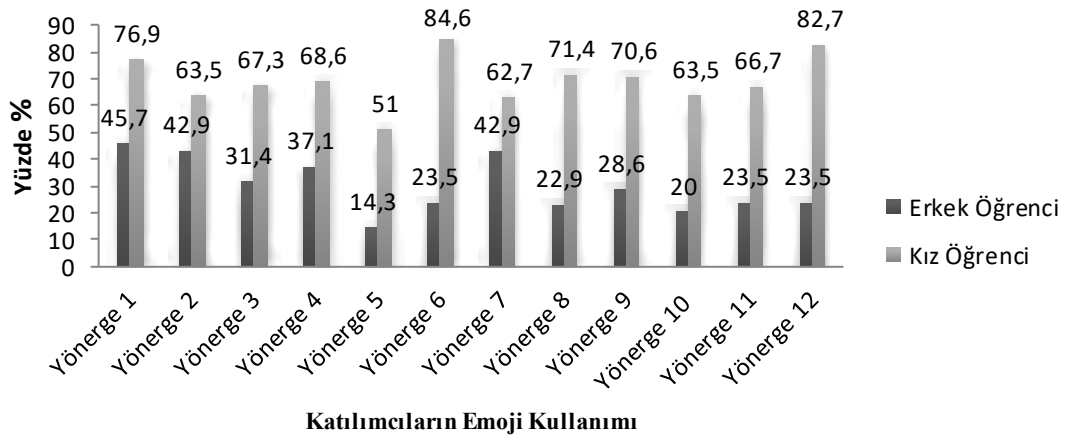
Katılımcılar arasında kız-erkek sayısının eşitlenememesi araştırmanın bir kısıtlılığı olarak düşünülebilir. Diğer bir kısıtlılık ise davranış denen karmaşık yapının ve duygusal faktörlerin ve bunların emoji bağlantısının bir etki-tepki mekanizması (Pötter, 2004: 6)

üzerinden incelemeye alınıyor oluşudur. Her ne kadar bir takım kısıtlılıklar mevcut olsa da, araştırma deseninin anket ya da ölçek gibi veri toplama araçlarından ayrılan ampirik bir yapı arz ediyor oluşu ve katılımcıların otantik uyarılar karşısında anlık tepkimelerini inceleme olanağı sunuyor olması göz önünde bulundurulmalıdır.

Bulgular

Emoji Kullanımı ve Cinsiyet Değişkeni

Araştırma çerçevesinde, çeşitli duygulanım durumlarına göre emoji kullanımının cinsiyet değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla bağımsız grup t testi uygulanmıştır. Buna göre cinsiyet değişkeni ile: “stres ve üzüntüyü paylaşma” -Yönerge 5 [Yön.5]- (P=,000<,05), “doğum günü kutlama mesajı” -Yön.6- (P=,000<,05), “bir davet karşısında ambivalans (kararsızlık) duygular yaşamak -Yön.8-, “minnettarlık duygusu yaşayarak, birine teşekkür etmek” -Yön.9- (P=,000<,05), “bir arzunun gerçekleşmemesi” -Yön.10- (P=,000<,05), “Bir arzunun gerçekleşmesi” -Yön.11- (P=,000<,05) ve “mahcubiyet, utanma hissi” -Yön.12- (P=,000<,05) alt boyutlarında emoji kullanımı açısından anlamlı (significant) ve önemli farklılıklar izlenmiştir. Diğer bulgulara göre, cinsiyet değişkeni ile “istek ve sevinç duyulacak bir etkinliğe davet edilme” -Yön.1- (P=,003<,05), “bir arkadaşın yardım talebine yanıt verememek” -Yön.3- (P=,001<,05) ve “hoşa gidecek bir akşam yemeği daveti” -Yön.4- (P=,004<,05) kategorilerinde emoji kullanımı açısından anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Cinsiyet değişkeninin emoji kullanımında anlamlı bir fark göstermediği 2 kategoriden biri “yoğun stres ve kaygıyı hafifletecek iyi bir haber iletisi alma” -Yön2- (P=,059>,05) ve “nüktedan ve esprili bir iletiye yanıt vermek” -Yön.7- (P=,070>,05) alt boyutlarıdır. Gönüllü katılımcıların cinsiyete göre emoji kullanım yüzdeleri aşağıdaki grafikte yer almaktadır.



Grafik 1 Cinsiyete göre emoji kullanımı

Aşağıda yer alan Tablo 2’de daha ayrıntılı bir biçimde görüleceği üzere, emoji kullanımının cinsiyet değişkeninden bağımsız olarak en çok artış gösterdiği kategoriler (yönergeler): Yön.1 ($f=56$), Yön.2 ($f=48$), Yön.4 ($f=48$) ve Yön.12 ($f=51$) şeklinde sıralanabilmektedir. Emoji kullanımının en düşük olduğu kategoriler ise: Yön.5 ($f=31$), Yön.10 ($f=40$) ve Yön.11 ($f=42$) şeklindedir.

Tablo 2 Yönergelere göre emoji kullanımı - ortalama değerler

	YÖN.1	YÖN.2	YÖN.3	YÖN.4	YÖN.5	YÖN.6	YÖN.7	YÖN.8	YÖN.9	YÖN.10	YÖN.11	YÖN.12
Geçerli Katılımcı	87 (35E,52K)	87 (35E,52K)	87 (35E,52K)	86 (35E,51K)	86 (35E,51K)	86 (34E,52K)	86 (35E,51K)	84 (35E,49K)	86 (35E,51K)	87 (35E,52K)	85 (34E,51K)	86 (34E,52K)
EKEÖ	16(45,7%)	15(42,9%)	11(31,4%)	13(37,1%)	5(14,3%)	8(23,5%)	15(42,9%)	8(22,9%)	10(28,6%)	7(20,0%)	8(23,5%)	8(23,5%)
EKKÖ	40(76,9%)	33(63,5%)	35(67,3%)	35(68,6%)	26(51,0%)	44(84,6%)	32(62,7%)	35(71,4%)	36(70,6%)	33(63,5%)	34(66,7%)	43(82,7%)
Kayıp Değer	0	0	0	1	1	1	1	3	1	0	2	1
Sig. (2-tailed)	,003	,059	,001	,004	,000	,000	,070	,000	,000	,000	,000	,000
Ortalamalar	1,36	1,45	1,47	1,44	1,64	1,40	1,45	1,49	1,47	1,54	1,51	1,41
Standart Sapma	,482	,500	,502	,500	,483	,492	,501	,503	,502	,501	,503	,494
25	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Yüzdelik 50	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00
75	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00

Gösterge: YÖN: Yönerge, E: Erkek, K: Kız,

EKEÖ: Emoji Kullanan Erkek Öğrenci, EKKÖ: Emoji Kullanan Kız Öğrenci

Değer etiketi (value labels): 1: Emoji İçeren İleti, 2: Emojisiz İleti, 3: Geçersiz Değer olarak kodlanmıştır.

Katılımcıların Emoji Tercihleri

Birinci yönergenin ve sanal iletinin kendilerine aktarılmasından sonra tepki verip, ileti ile karşılık veren ve değerlendirmeye alınan katılımcı sayısı 87'dir ($N=87$, 52 kız, 35 erkek). Kız öğrencilerin %76,9'u ($f=40$) ilettikleri mesajlarda en az bir kez emoji kullandığı izlenmiştir. Erkek öğrencilerin ise %45,7'si ($f=16$) ilk yönerge sonrası yazdıkları iletilerde en az bir kez emoji kullandığı görülmüştür. Kız öğrencilerin: “İki tane biletim var. Beraber gider miyiz?” sanal iletisi karşısında en çok başvurdukları emojiler:

👍 ($f=7$), 😂 ($f=7$), 🍷 ($f=6$),

Erkek öğrencilerin bu kategoride en çok başvurdukları emojiler ise:

👍 ($f=4$), 😂 ($f=2$), 😎 ($f=2$) şeklinde izlenmiştir.

İkinci yönergenin kendilerine iletilmesinden sonra tepki verip, ileti ile karşılık veren ve değerlendirmeye alınan katılımcı sayısı 87'dir ($N= 87$, 52 kız, 35 erkek). Kızların %63,5'inin ($f=33$) ikinci yönergeye verdikleri yanıtlarda en az bir kez emoji kullandıkları tespit edilmiştir. Erkeklerin ise %42,9'unun ($f=15$) ikinci yönerge sonrası yazdıkları iletilerde en az bir kez emoji kullandığı görülmüştür. Kız öğrencilerin iletilerinde toplamda 20 ayrı emoji kullandıkları görülmüştür. Kız öğrencilerin “Sınav 1 hafta sonrasına ertelenmiş haber vereyim dedim...” sanal iletisi karşısında en çok başvurdukları emojiler:

🍷 ($f=11$), 😂 ($f=5$), 😍 ($f=4$), 🍷 ($f=4$),

Erkek öğrencilerin bu kategori çerçevesinde iletmış oldukları mesajlarda toplamda 17 ayrı emoji kullandıkları görülmektedir. Erkek öğrencilerin en çok başvurdukları emojiler:

😂 ($f=2$), 🍷 ($f=2$), 🍷 ($f=2$) şeklindedir.

Üçüncü yönergenin kendilerine iletilmesinden sonra tepki verip, ileti ile karşılık veren katılımcı sayısı 87'dir ($N= 87$, 52 kız, 35 erkek). Kızların %67,3'ünün ($f=35$) üçüncü yönergeye verdikleri yanıtlarda en az bir kez emoji kullandıkları tespit edilmiştir. Erkeklerin ise %31,4'ünün ($f=11$) üçüncü yönerge sonrası yazdıkları iletilerde en az bir kez emoji kullandığı görülmüştür. Kız öğrencilerin bu kategorideki “Bana biraz borç para verebilir misin?” sanal iletisi karşısında en çok başvurdukları emojiler:

😞 ($f=9$), 😞 ($f=4$), 😞 ($f=2$), 😞 ($f=2$) şeklindedir.

Erkek öğrencilerin “Bana biraz borç para verebilir misin?” sanal iletisi karşısında ilettikleri mesajların geneline bakıldığında, emoji kullanımı noktasında anlamlı (significant) bir benzerlik ya da homojen bir dağılımın olmadığı izlenmektedir. Kız öğrenciler “düşünceli yüz” (pensive face) emojisi ($f=9$) ve “göz bebeklerinin altına doğru uzandığı” (face with rolling eyes) emojisinde ($f=4$) belirli oranlarda birleşirken, erkek öğrenciler ise bu kategoride emoji tercihlerinde bir ortaklık sergilememektedirler.

Dördüncü yönergenin kendilerine iletilmesinden sonra tepki verip, ileti ile karşılık veren katılımcı sayısı 86'dır ($N= 86$, 51 kız, 35 erkek). Kızların %68,6'sının ($f=35$)

dördüncü yönergeye verdikleri yanıtlarda en az bir kez emoji kullandıkları tespit edilmiştir. Erkeklerin ise %37,1'inin ($f=13$) dördüncü yönerge sonrası yazdıkları iletilerde en az bir kez emoji kullandığı görülmüştür. Kız öğrencilerin "Akşama ev yemeği yaptım, gelir misin?" sanal iletisi karşısında en çok başvurdukları emojiler:

😍 ($f=5$), 😂 ($f=4$), 😊 ($f=4$), 😏 ($f=3$), 🍷 ($f=2$) şeklindedir.

Uygulamanın 3. kategorisine paralel bir biçimde, erkek öğrencilerin "Akşama ev yemeği yaptım, gelir misin?" sanal iletisine genellikle birbirinden farklı emojiler ile karşılık verdikleri görülmektedir.

Kız öğrencilerin çeşitli frekanslarda aynı emojiye başvurdukları görülürken, erkek öğrencilerde ise 2 kez kalp gözlü gülen emoji: 😍, 2 kez de gülümseyen gözler ve kızaran yanaklar emojisinde: 😊 çakışma izlenmiştir.

Beşinci yönergenin kendilerine iletilmesinden sonra tepki verip, ileti ile karşılık veren katılımcı sayısı 86'dır ($N= 86$, 51 kız, 35 erkek). Kızların %51'inin ($f=26$) beşinci yönergeye verdikleri yanıtlarda en az bir kez emoji kullandıkları tespit edilmiştir. Erkeklerin ise %14,3'ünün ($f= 5$) beşinci yönerge sonrası yazdıkları iletilerde en az bir kez emoji kullandığı görülmüştür. Kız öğrencilerin "Hajım finalden kalmışım, moral sıfır!" sanal iletisi karşısında en çok başvurdukları emojiler:

😞 ($f=6$), 😂 ($f=5$), 🍷 ($f=2$), 😏 ($f=2$) şeklindedir.

Buna karşın, erkek öğrencilerin 5'inin verdikleri karşı tepkilerde emoji kullandıkları, bunların ise birbirinden farklı olduğu, birbiriyle çakışmadığı gözlenmiştir.

Altıncı yönergenin kendilerine iletilmesinden sonra tepki verip, ileti ile karşılık veren katılımcı sayısı 86'dır ($N= 86$, 52 kız, 34 erkek). Kızların %84,6'sının ($f=44$) 6. talimata verdikleri yanıtlarda en az bir kez emoji kullandığı görülmüştür. Erkeklerin ise %23,5'inin ($f=8$) altıncı yönerge sonrası yazdıkları iletilerde emoji kullandığı görülmüştür. Kız öğrencilerin kendilerine yöneltilen 6. yönerge sonrası verdikleri yanıtlarda en çok başvurdukları emojiler: 🎉 ($f=17$), 😍 ($f=15$), 🍷 ($f=11$), 📺 ($f=11$), 🍰 ($f=10$), 🍷 ($f=6$), ❤️ ($f=6$), 🍷 ($f=4$) şeklindedir.

Bu kategoride 4 ayrı erkek öğrenci "doğum günü pastası" emojisini kullanmıştır. Bunun dışında emoji kullanımında bir çakışma gözlenmemiştir.

Yedinci yönergenin kendilerine iletilmesinden sonra tepki verip, ileti ile karşılık veren katılımcı sayısı 86'dır ($N= 86$, 51 kız, 35 erkek). Kızların %62,7'sinin ($f=32$) 7. yönergeye verdikleri yanıtlarda en az bir kez emoji kullandığı görülmüştür. Erkeklerin ise %42,9'unun ($f= 15$) yedinci yönergenin kendilerine iletilmesi sonrasında verdikleri yanıtlarda emoji kullandığı görülmüştür. Kız öğrencilerin kendilerine yöneltilen 7. yönerge sonrası verdikleri yanıtlarda en çok başvurdukları emojiler:

😂 ($f=26$), 😊 ($f=4$) şeklindedir. Bu aşamada emoji kullanan erkek öğrencilerin "sevinçten ağlayan" emoji figürüne yöneldikleri görülmektedir. Erkek öğrencilerin iletilerinde en çok başvurdukları 2 emoji:

😂 ($f=11$) ve 😊 ($f=2$) şeklindedir.

Sekizinci yönergenin kendilerine iletilmesinden sonra tepki verip, ileti ile karşılık veren katılımcı sayısı 84'tür ($N=84$, 49 kız, 35 erkek). Kızların %71,4'ünün ($f=35$) 8. yönergeye verdikleri yanıtlarda en az bir kez emoji kullandığı görülmüştür. Erkeklerin ise %22,9'unun ($f=8$) sekizinci yönerge sonrası yazdıkları iletilerde emoji kullandığı görülmüştür. Erkek öğrencilerin emoji tercihleri birbirlerinden farklı olup, tercihlerde bir çakışma görülmemektedir. Kız öğrencilerin ise iletilerinde belirli oranlarda aynı emojileri tercih ettikleri izlenmiştir. Kız öğrencilerin kendilerine yöneltilen 8. yönerge sonrası verdikleri yanıtlarda en çok başvurdukları emojiler:

😞 ($f=6$), 😭 ($f=5$), 😢 ($f=3$) olarak gözlenmiştir.

Dokuzuncu yönergenin kendilerine iletilmesinden sonra tepki verip, ileti ile karşılık veren katılımcı sayısı 86'tır ($N=86$, 51 kız, 35 erkek). Kızların %70,6'sının ($f=36$) bu uygulamada verdikleri yanıtlarda en az bir kez emoji kullandığı görülmüştür. Erkeklerin ise %28,6'sının ($f=10$) dokuzuncu yönerge sonrası yazdıkları iletilerde emoji kullandığı görülmüştür. Erkek öğrencilerin emoji tercihleri genellikle birbirlerinden farklı olup, tercihlerde çakışma “baş parmak yukarı” 👍 emojisinde ($f=3$) ve “sevinçten ağlayacak kadar mutlu” 😂 ($f=2$) emojisinde görülmektedir. Kız öğrenciler ise: 8 kez “kalp gözlü” 😍 ($f=8$) emojiyi, 7 kez “kalpli öpücük” 😘 ($f=7$) emojisini, 4 kez “kalp” ❤️ ($f=4$) ve onun varyasyonlarını, 3 kez dans eden kadın 💃 ($f=7$) emojisini 2 kez de “sevinçten ağlayacak kadar mutlu” 😂 ($f=2$) emojisini tercih etmişlerdir.

Onuncu yönergenin kendilerine iletilmesinden sonra tepki verip, ileti ile karşılık veren katılımcı sayısı 87'dir ($N=87$, 52 kız, 35 erkek). Kızların %63,5'inin ($f=33$) bu uygulamada verdikleri yanıtlarda en az bir kez emoji kullandığı görülmüştür. Erkeklerin ise %20'sinin ($f=7$) onuncu yönerge sonrası yazdıkları iletilerde emojiye başvurdukları görülmektedir. Erkek öğrencilerin emoji tercihleri genellikle birbirlerinden farklı olup, tercihlerde çakışma “memnuniyetsizlik belirten” 😞 emojide ($f=2$) ve “kızgınlık, öfke ifade eden” 😡 ($f=2$) emojide görülmektedir. Kız öğrenciler ise: 9 kez “memnuniyetsizlik belirten” 😞 ($f=9$) emojisine en az bir kez olmak üzere iletilerinde yer verirken, 3 kez de “kızgınlık, öfke ifade eden” 😡 ($f=3$) emojisine başvurmuşlardır.

On birinci yönergenin kendilerine iletilmesinden sonra tepki verip, ileti ile karşılık veren katılımcı sayısı 85'dir ($N=89$, 51 kız, 34 erkek). Kızların %66,7'sinin ($f=34$) bu uygulamada verdikleri yanıtlarda en az bir kez emoji kullandığı görülmüştür. Erkeklerin ise %23,5'inin ($f=8$) on birinci yönerge sonrası yazdıkları iletilerde emojiye başvurdukları görülmektedir. Erkek öğrencilerin emoji tercihleri genellikle birbirlerinden farklı olup, tercihlerde çakışma sadece “baş parmak yukarı” 👍 emojisinde ($f=2$) görülmektedir. Kız öğrencilerin kendilerine yöneltilen 11. yönerge sonrası verdikleri yanıtlarda en çok başvurdukları emojiler ise:

💃 ($f=4$), 😍 ($f=4$), 😂 ($f=3$), 😞 ($f=2$), 😘 ($f=2$), 😊 ($f=2$) şeklindedir.

On ikinci ve son yönergenin kendilerine iletilmesinden sonra tepki verip, ileti ile

karşılık veren katılımcı sayısı 86'tır ($N= 86$, 52 kız, 34 erkek). Kızların %82,7'sinin ($f=43$) bu uygulamada verdikleri yanıtlarda en az bir kez emoji kullandığı görülmüştür. Erkeklerin ise %23,5'inin ($f=8$) on ikinci yönerge sonrası yazdıkları iletilerde emojiye başvurdukları görülmektedir. Erkek öğrencilerin emoji tercihleri genellikle birbirlerinden farklı olup, tercihlerde çakışma "Face With Rolling Eyes" 🙄 emojisinde ($f=2$), ve "Hayat tarafından örselenmiş, hüzünlü" 😞 ($f=2$) emojide görülmektedir. Kız öğrencilerin kendilerine yöneltilen 12. yönerge sonrası verdikleri yanıtlarda en çok başvurdukları emojiler:

🙏 ($f=11$), 😞 ($f=8$), 🙇 ($f=4$), 🙄 ($f=4$) şeklindedir.

Genel tabloya bakıldığında, kız ve erkek öğrencilerin en çok tercih ettikleri emojinin "sevinçten ağlayacak kadar mutlu olmak" anlamında kullanılan 😂 emoji olduğu görülmüştür. Elde edilen bulgular, kız öğrencilerin çeşitli duygulanım durumlarına göre emoji kullanımı noktasında benzer tercihlere başvurma eğiliminde olduklarını göstermektedir. Aşağıda yer alan tablo, araştırma çerçevesinde kız öğrencilerin ek sık başvurdukları emojileri göstermektedir.

Tablo 3 Kız öğrencilerin en sık kullandıkları emojiler

Emoji:	😊	😍	🏇	😞	🎉	😞	🙏	🍰	👍	
Frequency:	59	37	32	25	17	17	15	11	10	7

Erkek öğrencilerin emoji tercihlerinin ise heterojen bir özellikte olduğu söylenebilir. Emoji tercihlerinde çakışma eğiliminin daha çok "klişe bir takım emoji kalıplarının olup olmadığına sınındığı" 6. ve 7. kategorilerde belirginleştiği izlenmektedir. Tablo 4, erkek öğrencilerin iletilerinde en sık başvurdukları emojilere dair bir kesit sunmaktadır.

Tablo 4 Erkek öğrencilerin en sık kullandıkları emojilerden bir kesit

Emoji:	😊	👍	🍰	😎	🧐	😊	😊	😊	😞	🙄
Frequency:	17	9	4	2	2	2	2	2	2	2

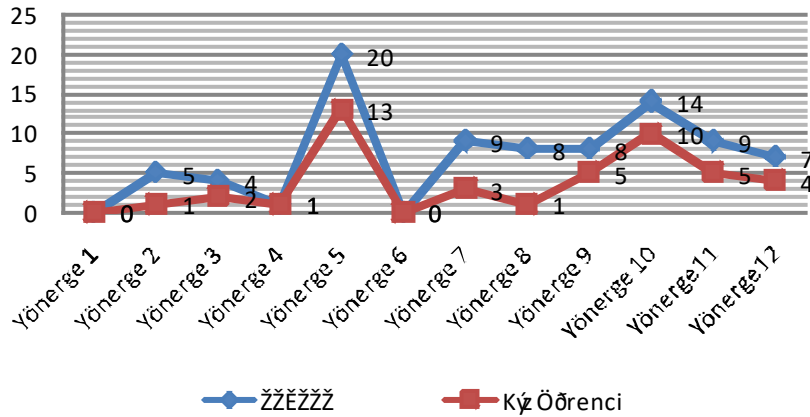
Tabu Kelime Kullanımına Dair Bulgular

Erkek öğrencilerin emoji kullanımının düşüş gösterdiği alanlar "stres ve üzüntüyü paylaşma" -Yön.5- ve "bir arzunun gerçekleşmemesi" -Yön.10- kategorileridir. Benzer bir biçimde, kız öğrencilerin emoji kullanımında en anlamlı düşüş yine YÖN.5'de görülmektedir. Kız öğrencilerin de YÖN.10'a verdikleri tepkilerde nispeten bir düşüş olduğu söylenebilir.

Yapılan incelemelerde, emoji kullanımında dramatik ve anlamlı bir düşüşün gözlemlendiği 5. kategoride duygusal bir uyarılma sonrasında kişide izlenen ve; vücudun bölümleri, cinsellik içeren eylemler, sövğu -profanity-, kaba söz -vulgarity-, argo -slang- gibi tabu kelime (Jay, 2000) kullanımının diğer kategorilere oranla önemli ölçülerde arttığı görülmüştür. İlgili kategoride kız öğrencilerin %25,5'inin ($f=13$) en az bir kez olmak üzere iletilerinde tabu kelime kullandığı, erkek öğrencilerde ise oranın %60,6 ($f=20$) olduğu görülmüştür.

Katılımcıların 10. yönergeye verdikleri yanıtlardaki tabu kelime kullanımında görece bir artıştan söz edilebilir. Bu kategoride, kız öğrencilerin %19,2'sinin ($f=10$) en az bir kez olmak üzere iletilerinde; tabu kelime kullandığı, erkek öğrencilerde ise oranın %43,8 ($f=14$) olduğu görülmüştür. 1. kategori olan "istek ve sevinç duyulacak bir etkinliğe davet edilme" ve 6. kategoride yer alan "doğum günü kutlama mesajı" yönergelerine verilen yanıtlarda tabu kelime kullanımına rastlanmamıştır.

10. Yönerge ile çağrışımları olan ve bu anlamda ilgili yönergeye bağımlı bir uyaran (stimuli) olarak ele alınabilecek Yönerge 11' e verilen yanıtlarda da belirli oranlarda tabu kelime kullanıma rastlanmaktadır. Erkek öğrencilerin %26,47'si ($f=9$) bu kategoride tabu kelime kullanırken, kız öğrencilerde kullanım oranı \approx %10 ($f=5$) civarındadır. Aşağıda yer alan çizgi grafik cinsiyet değişkenine göre tabu kelime kullanım frekanslarını vermektedir.



Grafik 2. Katılımcıların yönergelere göre tabu kelime kullanımı

Elde edilen bulgular, birbirinden farklı duygulanım durumlarında erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla daha sık tabu kelimeye başvurduğunu göstermektedir.

Katılımcılara 5. kategoride: "Arkadaşın final sınavından kaldığı için epey üzgün. Bu durumu sana iletmiş. Tepkin ne olur, ona nasıl karşılık verirdin?" yönergesi iletilmiş, projektörden eş zamanlı olarak aşağıda yer alan sanal ileti aktarılmıştır.



Resim 2 Uyarın (impuls) etkisini artırmak için projektörden yansıtılan 5 numaralı simülasyon ve sanal ileti.

Verilen yanıtlarda erkek öğrencilerin %60,6'sının, kız öğrencilerin ise %25,5'inin; vücudun bölümleri, cinsellik içeren eylemler, kaba söz, argo gibi tabu kelimelere başvurdukları görülmüştür. Katılımcılarda öfke ve hiddet gibi duyguların tabu kelimeleri aracılığıyla dışa vurulduğu izlenmiştir.

Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmada amaç, üniversite öğrencilerinin WhatsApp yazışmalarında birbirinden farklı durumsal bağlamlarda -situational context- ve duygulanım durumlarında ne türden tepkiler verip, hangi emojilere başvurduklarını, emoji tercihlerindeki örtüşme -çakışma- derecesini ve emoji kullanımında cinsiyet değişkeninin rolünü deneysel olarak incelemektir. Bu amaçlara erişebilmek ve bireylerin gündelik sosyal etkileşimlerinde önemli bir yer tutan WhatsApp yazışmalarındaki olası tepkisel davranış biçimlerine yönelik bilgi edinmek amacıyla Anlık Mesaj Faaliyetlerinin İncelenmesi -AMFİ- adlı özgün bir araştırma aracı tasarlanmıştır. AMFİ'den elde edilen sonuçlar, katılımcıların pozitif duyguların açığa çıktığı sosyal etkileşim durumlarında ve olumsuz duygulardan yalıtılmış durumsal bağlamlarda daha çok pozitif emojilere, negatif sosyal etkileşim durumlarında da negatif emojilere yöneldiklerine işaret etmektedir. Bu ampirik bulgunun, anketler aracılığıyla elde edilen mevcut araştırmalar ile örtüştüğü ifade edilebilir (örn. Daantje et al. 2007; Alismail&Zhang, 2018: 3366).

AMFİ'den elde edilen bulgular, birbirinden farklı; pozitif, negatif ya da ambivalans durumsal bağlamlarda kız öğrencilerden oluşan örneklem grubunda ($f=52$) %51 ila %84,6 aralığında seyreden emoji kullanımı olduğunu göstermektedir. Erkek öğrencilerde ($f=35$) ise kullanım oranının yine çeşitli kategorilerde %14,3 ila %45,7 aralığında seyrettiği görülmektedir. Kız öğrencilerin 12 ayrı durumsal bağlamda emoji kullanım yüzdelerine ait değerler: $\bar{X}=69,125$, $s=9,21$, $\sigma=8,82$, $Mod=63,5$ ($f=2$) şeklinde iken, erkek öğrencilerin 12 kategorideki emoji kullanım yüzdelerine ait değerler ise: $\bar{X}=29,69$, $s=10,25$, $\sigma=9,81$, $Mod=23,5$ ($f=3$) olarak hesaplanabilmektedir. Bununla birlikte yapılan varyans ve regresyon analizleri cinsiyet değişkeninin emoji kullanımında anlamlı bir rol oynadığına işaret etmektedir. Sonuçlar, aynı uyarınlar karşısında kız öğrencilerin erkek öğrencilere kıyasla daha çok emoji kullandıklarını göstermektedir. Elde edilen bu sonuç, emoji ve

benzeri unsurların kullanımında cinsiyet değişkeninin rolünün araştırıldığı mevcut bir takım yarı deneysel (Quasi-experimental) araştırmalar ile örtüşmektedir (Tossell, 2012; Chen et al. 2018: 763-772). Genel olarak, kız öğrencilerin emoji kullanımında erkek öğrencilere kıyasla daha faal oldukları yordandabilir. Öte yandan katılımcılar arasında kız-erkek sayısının eşitlenememiş olması ve örneklemin boyutu gibi kısıtlıklar dikkate alınmak durumundadır. Daha kesin ve net -explicit- çıkarımlarda bulunmak ve aceleci genelleme -hasty generalization- hatalarını asgari düzeye indirmek için bu kısıtlamaların giderileceği başka benzer çalışmalara da gereksinim olacaktır.

WhatsApp iletişimde “kahkaha” ve bunun karşılığı olan gülen yüz emojiileri kurucu ve önemli bir rol oynamaktadır (Petitjean & Morel, 2017: 1-3). Bu düşünceyle örtüşecek bir biçimde cinsiyet ayrımı gözetmeksizin katılımcıların AMFİ uygulaması esnasında en çok sevinçten ağlayacak kadar mutlu olmak anlamında kullanılan “😂” (Face With Tears of Joy) emojisine başvurdıkları görülmüştür. Erkek öğrencilerin emoji tercihlerinde örtüşme ya da çakışma eğiliminin son derece düşük olduğu, sevinçten ağlayan emoji ile beraber başparmak yukarı “👍” (Thumbs Up) emojisinin de erkek öğrenciler tarafından olumlu bir takım durumsal bağlamlarda tercih edildiği izlenmiştir. Erkek öğrencilerin emoji tercihlerinde izlenen bu heterojen tutum kız öğrencilerde izlenmemektedir. Kız öğrencilerin ağırlıklı olarak pozitif duygulanım durumlarında daha çok bir şeye ya da kişiye yönelik “sevgi” ifadesi olarak kullanılagelen “😊” (Smiling Face With Heart-eyes) emojisine ve “heyecan, coşku” gibi duyguları ifade etmek için kullanılan “💃” (Woman Dancing) emojisine yer verdikleri görülmüştür. Negatif duygu içeren durumsal bağlamlarda ise kız öğrencilerin “memnuniyetsizlik” bildiren “😞” (Unamused Face) emojisini sıklıkla tercih ettikleri bilgisine ulaşılmıştır. Genel tabloya bakıldığında, kız öğrencilerin: 59, 37, 32, 25, 17, 17, 15, 11, 10, 7... gibi frekanslar ile aynı emojilere başvurdıkları sonucuna ulaşılmaktadır. Bu durum, kız öğrencilerin duygularını ifade etmek ve emoji dizgesine ait unsurları kullanmak noktasında benzer davranışlar sergiledikleri ve görsel dizgenin kurallarına uyum gösterdikleri, erkek öğrencilerin ise daha dağınık (diffuse) tutumlar sergiledikleri şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmada dikkat çeken bir diğer unsur ise; katılımcıda olumsuz duygusal çağrışımları tetikleyebilecek, stres içeren iç karartıcı bir takım durumsal bağlamlarda her iki cinsiyet açısından emoji kullanımının dramatik ve anlamlı bir düşüş göstermesi, bu gibi durumlarda “tabu kelime” kullanımında bir artış meydana gelmesidir. Bu düşüncenin bir takım korelasyon araştırmaları tarafından desteklendiği ifade edilebilir. Buna göre stres düzeyindeki artış ile emoji kullanımı arasında negatif yönlü bir korelasyon ilişkisi saptanmıştır (Settanni ve Marengo, 2015: 1f). Bu durum, duygusal hal ya da duygulanım (affect) süreçlerini kısıtlı bir takım ideogramlar ile aktarmak işlevini taşıyan emojiilerin içsel gerilimleri betimlemek konusundaki yetersizliğine işaret ediyor olabilir. Vücudun bölümleri, cinsellik içeren eylemler, kaba söz, argo gibi unsurları kapsayan tabu kelimelerin kullanımına psişik acının ve stresin bastırılması ya da hafifletilmesinde başvurulmaktadır. Yapılan deneysel çalışmalar (Hadley et al. 2006; Jay et al., 2008) tabu kelimelerin; aşk, sevgi ya da arkadaşlık gibi kelimeler ya da nötr kelimelerden daha kolay hatırlandığını, alzheimer ya da demans hastalarının tanıdık kişilerin ve yakınlarının adlarını unutturken sövgü sözcüklerinin ise kelime dağarcıklarından silinmediğini (Jay,

2000) göstermektedir. Yine sinirbilimsel araştırmalar sövgü içeren ifadelerin kullanımının limbik sistemde meydana gelen duygusal gerilimi dengelediği tezini ortaya atmaktadırlar (Anderson ve Phelps, 2001). Katılımcılar stres içeren ve çeşitli olumsuz duygusal çağrışımları tetikleyebilecek uyarılar karşısında emoji kullanımından uzaklaşmış, dile ait unsurlar ile duygularını aktarma yolunu seçmişlerdir. Stres ve gerilim içeren bir durumsal bağlam karşısında erkek öğrencilerin %60,6'sının tabu kelimeye başvurması -kız öğrencilerde oran %25,5- ve böyle anlarda emoji kullanımında düşüş yaşanması dikkat çekmekle beraber, yine yukarıda aktarılan bilim kuramsal nedenler ile genelleme yapmak hususunda temkinli davranmak gerekmektedir. Öte yandan, bazı araştırmalar tabu kelime kullanımında erkek ve kadın arasındaki makasın daraldığına, tabu kelime ya da sövgü içeren sözcük kullanımının cinsiyetten çok sosyo-ekonomik statü ve diğer bazı değişkenler ile ilintili olduğuna işaret etmektedir (Klerk, 1990: 589-591; Jay, 1999: 81ff.). Erkek öğrencilerin kız öğrencilere kıyasla daha fazla tabu kelime kullanması çok nedenli bir olgu olarak görülebilir. Bu anlamda, yapılacak etnografik, ve transkültürel çalışmalar aydınlatıcı olabilecektir.

Emoji kullanımındaki düşüş ise stres ve gerginlik anlarında; emoji, sembol, ya da ideogramların duygulanım düzenleme süreçlerinde -affect regulation- dilin temel unsurları olan kelimeler kadar işlevsel olamadığı şeklinde yorumlanabilir. Diğer bir deyişle, bireylerin sahip oldukları çeşitli duyguların; türünü, şiddetini ve yoğunluğunu belirli bir doğrultuda şekillendirme girişimi (Lazarus. 1991; Berking, 2015) olarak ele alınabilecek "duygu düzenleme" süreçlerinde ideogram ya da emojilerin (temsil kabiliyeti açısından) sözcükler kadar etkili olamayacağı ifade edilebilir.

Son olarak, yazılı iletişimde emoji kullanımı ile ilgili birbirinden farklı düşüncelerin olduğu söylenebilir. Emojilerin kelimelerin yerini almasının iletişime zarar verdiği, dilin bu tür unsurlar ile biçiminin bozulduğu yönünde düşünceler ile beraber emojilerin yazılı iletişimde kullanılmasının iletişimi güçlendirdiğini ve emojilerin iletilerin "ezgisi/tonu" -intonation- olduğunu ve olası anlam kargaşalarını ortadan kaldırdığını savunan tezler de mevcuttur (Collister, 2015). Dikkat çeken bir diğer unsur ise konu güncelliğini korumakta iken ve akıllı telefon kullanımı çok çeşitli yaş aralıklarını kapsayacak bir biçimde sürekli artış gösterirken bu alanda yapılan çalışmaların çok sınırlı oluşu ve mevcut çalışmaların da soruna dolaylı -implicit- yanıtlar sunmasıdır.

Kaynaklar

Al Rashdi, Fathiya (2018). Functions of emojis in WhatsApp interaction among Omanis. *Discourse, Context & Media*. Volume 26, December 2018, Pages 117-126

Alismail, S., Zhang, H. (2018). The Use of Emoji in Electronic User Experience Questionnaire: An

Exploratory Case Study. Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences . Retrieved from: URI: <http://hdl.handle.net/10125/50315>

Anderson, A. K., Phelps, E. A. (2001). Lesions of the human amygdala impair enhanced perception of emotionally salient events. *Nature*, 411(6835):305-9.

Blagdon, Jeff “How Emoji Conquered The World”, The Verge, Vox Media, <http://www.theverge.com/2013/3/4/3966140/how-emoji-conquered-the-world>Erişim tarihi: 11.03.2017

Chen, Z., Lu, X., Ai, W., Li, H., Mei, Q., Liu, X. (2018). Through a Gender Lens: Learning Usage Patterns of Emojis from Large-Scale Android Users. Proceedings of the 2018 World Wide Web Conference. Retrieved from: <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=3186157>

Claypoole, V.L., Dewar, A.R., Fraulini, N., W., Szalma, J. L. (2016) Effects of Social Facilitation on Perceived Workload, Subjective Stress, and Vigilance-Related Anxiety. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*. Volume: 60 issue: 1, page(s): 1169-1173

Collister, Lauren B. (2015). Emoticons and symbols aren't ruining language – they're revolutionizing it. *The Conversation*.

Daantje Derks, Arjan E.R. Bos, Jasper von Grumbkow (2007). Emoticons and social interaction on the Internet: the importance of social context. *Computers in Human Behavior*, 23 842–849.

Danesi, M. (2016). The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the internet. London, UK: Bloomsbury Academic.

Gökaliler, E., Saatçioğlu, E. (2016). Reklamlara Yönelik Tüketicilerin Tutumlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, Cilt:19, Sayı:2 s.63-91.

Hadley, Christopher B.; MacKay, Donald G. (2006). Does emotion help or hinder immediate memory? Arousal versus priority-binding mechanisms. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, Vol 32(1), s.79-88.

Jay, T. (1999). Why we curse. A Neuro-Psycho-Social Theory of Speech. John Benjamins B. V.

Jay, T. (2000). Why we curse: A neuropsychosocial theory of speech. Philadelphia: John Benjamins

Jay, T., Caldwell-Harris, C., King, K. (2008). Recalling taboo and nontaboo words. *American Journal of Psychology*, 121:1, s. 83-103.

Kelly, C. (2015). Do you know what I mean >:(: A linguistic study of the understanding of emoticons and emojis in text messages (Dissertation).Retrieved from: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hh:diva-27611>

Kelly, R., & Watts, L. (2015). Characterising the inventive appropriation of emoji as relationally meaningful in mediated close personal relationships. In *Experiences of technology appropriation: Unanticipated users, usage, circumstances, and design*. Retrieved from: http://opus.bath.ac.uk/46780/1/emoji_relational_value.pdf [Google Scholar]

Klerk, Vivian. (1990). Slang: A male domain?. *Sex Roles*. 22. 589-606. 10.1007/BF00288237.

Lawrence, S. J., R. Lance, Shotland (1990). Valence of anticipated evaluation and social facilitation. *Journal of Experimental Social Psychology*, Vol 26(1) 82-92.

Lin-Huber, M. (2006). Sprache und Emotion: Sprache(n)-Lernen, eine Liebesaffäre. In: Bahr, R. Iven, C. (Eds.): *Sprache Emotion Bewusstsein. Beiträge zur Sprachtherapie in Schule, Praxis, Klinik*. Schullz-Kirchner: Idstein, 140-144.

M. Berking: *Training emotionaler Kompetenzen*. Springer, Heidelberg 2015.

Novak, Petra Kralji; Smailovic, Jasmina; Sluban, Borut; Mozetic, Igor (2015). "Sentiment of Emojis", *PloS ONE* 10 (12), 1-22. doi:10.1371/journal.pone.0144296

Orcher, L.T., (2017). *Conducting Research Social and Behavioral Science Methods* Second Edition. Routledge New York, USA

Özant, N., Kelleci, M. (2017). Dijital İletişimde Sözel Olmayan İpuçları: Emojilerle Etkileşim ve Duygulanım. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*. 2017, 4(2): 396-417

Peterson, C., H., Peterson, N.A., Powell, K.G. (2017). Cognitive Interviewing for Item Development: Validity Evidence Based on Content and Response Processes, *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 50:4, 217-223, DOI: 10.1080/07481756.2017.1339564

Petitjean, Cécile, Morel, Etienne (2017). "Hahaha": Laughter as a resource to manage WhatsApp conversations. *Journal of Pragmatics*. Volume 110, March 2017, Pages 1-19.

Pötter, C. (2004). *Mutter-Kind-Beziehung und Sprachentwicklung. Die Bedeutung des Mutterischen für die frühkindliche Sprachentwicklung*. Hamburg: Verlag Dr.Kovac.

Prada, M., Rodrigues, D., Garrido, M.V., Lopes, D., Cavalheiro, B., Gaspar, R. (2018). Motives, frequency and attitudes toward emoji and emoticon use. *Telematics and Informatics*. Volume 35, Issue 7, October 2018, Pages 1925-1934

Rodrigues, D., Lopes, D., Prada, M., Thomson, D., Garrido, M.V. (2017). A frown emoji can be worth a thousand words: Perceptions of emoji use in text messages exchanged between romantic partners. *Telematics and Informatics*. Volume 34, Issue 8, December 2017, Pages 1532-1543.

R. S. Lazarus: *Emotion and adaptation*. Oxford University Press, New York 1991.

Sander L. Koole, Klaus Rothermund. (2019). Revisiting the past and back to the future: Horizons of cognition and emotion research. *Cognition & Emotion* 33:1, pages 1-7.

Settani, M., Marengo, D. (2015). Sharing feelings online: studying emotional well-being via automated text analysis of Facebook posts. *Front. Psychol.*, 23 July 2015 |

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01045>

Stephenson, T. (2014). Gemeinschaftsgefhl reloaded: Communityorientierung und Schlsselkompetenzen Vom individualpsychologischen Grundbegriff zum Organisator pdagogischer Innovationen. *Zeitschrift fr freie psychoanalytische Forschung und Individualpsychologie*, 1. Jahrgang/Nummer 1.

Tossell, C. C.; Kortum, P.; Shepard, C.; Barg-Walkow, L. H.; and Rahmati, A. (2012). A logitudinal study of emoticon use in text messaging from smartphones. *Computers in Human Behavior*, 28:659–663.

Yang, C. C., & Brown, B. B. (2015). Online self-presentation on Facebook and self-development during the college transition. *Journal of youth and adolescence*, 45(2), 402-416.

Vatian A. et al. (2018). The Influence of Emoji on the Internet Text Perception. In: Alexandrov D., Boukhanovsky A., Chugunov A., Kabanov Y., Koltsova O. (eds) Digital Transformation and Global Society. DTGS 2018. *Communications in Computer and Information Science*, vol 859. Springer, Cham

Yazıcı, T. (2015). Place of Interpersonal Communication in the Instant Messaging Application: A Study on College Students Relating To the Whatsapp Applicatons. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (4), 1334-1356.