

## GÖSTERGE NİTELİĞİNDE OLAN EMOJİLERİN KÜLTÜR AKTARIMINDAKİ ROLÜ ÜZERİNE

### On The Role Of Indicator Emoji In Culture Transfer

İlayda ÖZKAYA<sup>1</sup>

#### Öz

İnsanlar arasında aktarımın temel kaynağı olan dil, içerisinde barındırdığı birçok gösterge aracılığı ile çok katmanlı bir yapıya sahiptir. Türkçe, bu aşamada oldukça dinamik bir yapıya sahip olacak ki birçok belirti ve işareti bünyesinde barındırır. Bu araştırmanın amacı, sosyal medya kullanıcılarının tercih ettiği emojilerin analizini yaparak bunların kültürdilbilimine olan etkisini araştırmaktır. Hangi emojinin hangi sosyal medya ağında kullanıldığı tabloda gösterilerek görsellik ön plana çıkartılmıştır. Bunların temelinde “dil” ögesinin olduğu ve dijital çağın etkisiyle yeni bir “iletişim dili” yaratıldığı vurgulanmak istenmiştir. Araştırmanın temel odak noktası, emojilerin kullanım amacının sadece iletişim kurmak değil, kültür aktarımını da beraberinde getirdiğini belirlemektir. Bu çerçevede gösterge olarak kabul edilen yani bir “şey”i temsil etme görevi gören emojilerin kültürden kültüre; ülkeden ülkeye farklı anlamları karşılayabildiği ön plana çıkartılmıştır. Zaman içerisinde oluşan bu çeşitlilik kültür aktarımının yeni bir ivme kazanmasını sağlamıştır. Emojilerin analizinde Facebook, Twitter ve Instagram ağlarından istifade edilmiş ve bu emojilerin toplumdan topluma farklı anlamları karşıladığı dolayısıyla kültür aktarımına kaynaklık ettiği vurgulanmıştır.

*Anahtar Kelimeler: Gösterge, emoji, iletişim, dil, kültür aktarımı.*

#### Abstract

Language, which is the main source of transmission among people, has a multi-layered structure through many indicators it contains. Turkish will have a very dynamic structure at this stage that it contains many signs and signs. The aim of this research is to analyze the emojis preferred by social media users and to investigate their effect on cultural linguistics. Visuality is highlighted by showing which emoji is used in which social media network in the table. It is aimed to emphasize that there is a “language” element on the basis of these and a new “communication language” has been created with the effect of the digital age. The main focus of the research is to state that the purpose of using emojis is not only to communicate, but also to convey culture. In this context, emojis, which are accepted as indicators, that serve to represent a “thing”, vary from culture to culture; It has been brought to the fore that it can meet different meanings from country to country. This diversity, which has emerged over time, has enabled cultural transfer to gain a new momentum. In the analysis of emojis, Facebook, Twitter and Instagram networks were used and it was emphasized that these emojis meet different meanings from society to society, and therefore they are a source of cultural transfer.

*Keywords: Sign, emoji, communication, language, cultural transfer.*

<sup>1</sup>Marmara Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Yüksek lisans Öğrencisi, ilydozkaya29@gmail.com, ORCID: 0000 0003 3084 8750.

## Giriş

Dil, insanlar arasında çok eski çağlardan beri süregelen bir iletişim aracıdır. Çok ilkel çağlara bakıldığında insanlar yazıyı icat etmeden önce farklı yollara başvurarak bu ihtiyacını karşılamaya başlamıştır. İnsan, doğası gereği doğumundan ölümüne kadar iletişimin çeşitli evrelerine şahit olmuştur. Örneğin, atlı-göçebe kültüre sahip olan Türk devletleri doğayla iç içe bir yaşam sürmüş ve buldukları taş, ok, mızrak, ateş ve mağara duvarları ile kendi aralarında iletişimi sağlamıştır. Bu başarılı bir dönüşüm olacak ki gün geçtikçe bu eşyaların bulgusuna rastlıyor ve üzerinde disiplinlerarası çalışmalar yürütüyoruz. Yüzyıllar öncesinde iletişim için kullanılan araçlar farklı olsa da her zaman aynı amaç doğrultusunda gelişmeler olmuş ve iletişimin önemi gün geçtikçe daha da artmıştır. Toplumlar deneyimlerini ve geçmişlerini yani kısaca algıladıkları her şeyi çevresindekilere ve gelecek nesillere aktarmak için “dil”i araç olarak seçip hem dilin hem de etkileşimin gücünü ortaya koymuştur. “Konfüçyüs, dilin bu önemini şu şekilde anlatmaktadır: Bir memleketin idaresini ele alsaydım, yapacağım ilk iş, hiç şüphesiz dili gözden geçirmek olurdu. Çünkü dil kusurlu ise, kelimeler düşünceyi ifade edemez. Düşünce iyi ifade edilmezse, vazife ve hizmetler gerektiği gibi yapılamaz” (Aktaran Yazoğlu, 2005: 124).

İletişimin yoğun olarak hissedildiği bu çağda dilin işlevselliği ve çok yönlü oluşu dilin önemini koruduğunun bir göstergesidir. Bakıldığında özellikle “sosyal medya” platformları üzerinden “dil”in gelişimi, aktarımı, dönüşümü ve bir kitleye hitap ederek dilin daha özele indirgenmesi sonucunda “sosyal medya” çatısı altında yeni bir dilin oluşumuna zemin hazırlanmıştır. İnsanlar, temel gayeleri iletişim olduğu için bu doğrultuda hareket edip görsel iletişim modeli geliştirmiştir. Bu görsel iletişim modellerinden biri olan “emojiler” özellikle Instagram, Twitter ve Facebook gibi sosyal medya platformlarında kullanıcılar arasında görsel iletişim dili haline gelmiştir. “Emoji”nin kelime anlamına ve birleşimine bakıldığında Japonca’da “e” görseli, “moji” ise karakteri karşılar. Bu birleşimden hareketle emojiğin kelime olarak karşıladığı anlama “resim karakteri” demek yanlış sayılmaz (Aral, 2018: 439). Emojiğin temeline dikkat edildiğinde ana görevi belli duygu durumlarına, olaylara ve kişilere yönlendirme yapmak; kullanıcıların zihninde bir imge oluşumuna ortam hazırlamaktır. Bu sürece belli “göstergeler” eşlik eder. Çünkü insan zihninde imgelerin karşıladıkları anlamlar arasındaki bağlantının kurulması veyahut birey için bir şeyin bir şeyi temsil etmesi göstergenin anlam içerini açıkça gösterir. Yani, insan zihninde bir nesnenin canlanması için yerine başka temsili bir “şey” koymak göstergenin amacını ortaya koyar (Akerson, 2019: 16). Tüm bu anlatılanların ışığında bu araştırmanın amacı, emojilerin gösterge olarak kabul görmesinin nedenlerini belirterek kültür aktarımında ne gibi bir rol oynadığını gözler önüne sermektir. Araştırma, son zamanlarda üzerinde yapılan çalışmaların hız kazandığı “göstergebilim” alanına hizmet ediyor olması ve emojilerin kültür aktarımı bağlamında analiz edilmesi açısından önem arz etmektedir. Analiz sürecinde nitel araştırma yöntemlerinden biri olan “doküman analizi”nden yararlanılmıştır.

## Göstergebilime Giriş

Göstergebilim, her ne kadar yeni bir bilim dalı olarak görülse de bu alanla alakalı yapılan çalışmaların 1950’li yıllara dayandığı görülür. Bu dönemde önemli isimler ile birlikte “gösterge” terimi bir bilim dalı hâline gelir. Göstergebilim ise Avrupa dillerinde semiotik, semiotique, semiotics ve semiologie terimleri ile karşılanır. Bu terimlerin dayandığı ortak kaynak Eski Yunancadır. Bu dildeki “semeion” sözcüğü, gösterge ve işaret anlamına gelir (Akerson, 2019: 49). Günümüzde bu terimi karşılamak amacıyla belirti ve im kelimelerinin kullanım sıklığına rastlanır. Bu alanda belli çalışmalarıyla ön plana çıkan önemli isimlerin başında Ferdinand de Saussure gelmektedir. Kendisi dilbilim alanında yaptığı çalışmalar ile tanınan önemli bir filolog olmakla birlikte göstergebilim konusuna da titizlikle eğilmiştir. Saussure’ün dil ile ilgili görüşleri “göstergebilim” konusu ile paralel ilerler. Saussure, dil olgusunun zihnimizde var olduğunu ve bununla birlikte her şeyin zihnimizde yer edindiğini savunur. Yani, çağrışımsal olarak insan zihnindeki şeye gönderme yapan olgu “gösterge” terimini karşılar. “Kavramla iştirim imgesinin birleşimine gösterge diyoruz” (Saussure, 1916: 111). Saussure’e göre iştirim imgesi, duyularımızın tanıklık ettiği seslerin zihnimizde oluşan soyut tasarımıdır (Saussure, 1916: 109). Saussure göstergeyi iki yapı tuşuna oturtur: Gösteren ve gösterilen. İnsan zihninde var olan bir kavram, sözcük aracılığı ile dışa vurulur. Bu dışa

vurum soyut ve somut kavramlar ile şu şekilde açıklanır: İnsan zihnindeki soyut kavram “gösterilen; somut kavram ise “gösteren”dir (Akerson, 2019: 17-90). Bu tanımdan hareketle gönderici ve alıcı arasındaki iletişimde gönderici zihnindeki kedi kavramını çağrıştırabilmek için kedi (k-e-d-i) kelimesini söyler. Buna “gösteren” denir. Alıcının zihninde ise bu kavramın oluşmasına “gösterilen” denir (Akerson, 2019: 18). “Dil göster-gesinin içerdiği her iki ögenin de anlaksal nitelikli olduğunu ve bunların beynimizde çağrışım yoluyla birbirine bağlandı-ğını gördük” (Saussure, 1916: 109).

Göstergebilim alanıyla ilgili üzerinde durulması gereken bir diğer isim Charles Sanders Peirce’dir. Her ne kadar eserleri Türkçeye çevrilmemiş olsa da Avrupa’da ününü duyuran isimler arasındadır. Peirce, bir bilgiyi öğrenmenin, kavramanın ve düşünmenin göstergesel biçimde gerçekleştiğini ileri sürer (Akerson, 2019: 61). Peirce, gösterge kavramına eş değer sözcükler olduğunu öne sürer. Bunların başında belirtke, belirti, görüntüsel gösterge, simge ve alegori kavramları gelir. Saussure gösterge terimini; Jung ve Peirce ise görüntüsel gösterge ve alegori terimlerini tercih eder. Gösterge, Peirce’nin ifade ettiğine göre kişiyi “şey”e yönlendirir. Göstergenin iki bileşeni olan “gösterilen ve gösteren”in kelime tanımı hakkında tartışmalar devam etmektedir. “Ne var ki, bütün bu tartışmalarda, gösteri-lenin bir “nesne” değil de, “nesne”nin zihinsel bir tasarımı olduğu vurgu-lanmıştır” (Barthes, 1993:41). Barthes, gösteren ile gösterilen kavramlarını tanım olarak birbirinden ayırmaz fakat şu noktaya değinir: “Tek ayrım gösterenin bir aracı ol-masıdır” (Barthes, 1993: 44).

Bu araştırmada gösterge niteliğinde değerlendirilen “emojiler” dil içinde araç görevini üstlenmiştir. Emojilerin kullanım alanlarından “Whatsapp” da dahil olmak üzere insanlar üzüntülerini, sevinçlerini, şaşkınlıklarını vb. duygu durumlarını göstermek için gösterge olarak adlandırılan emojiye başvururlar. Emojilere odaklanan sanal dünya, dünyanın bir ucunda yaşayan bireyleri göstergeler aracılığı ile bir arada tutmayı hedefler. Belli bir duygu durumunun işareti olan emojilerin sahip olduğu anlam dünyası ülkeden ülkeye çeşitlilik gösterse de emojiler sayesinde milletler arası kültürlenme süreci de hız kazanmıştır.

## Kültürdilbilim

Disiplinlerarası alanlarla doğrudan ilişkili olan ve son yıllarda yeni bir bilim dalı olarak anılıp literatüre kazandırılan “kültürdilbilim”, kültürel kodların belli göstergeler aracılığı ile farklı kültürlerin ortak bir paydada buluşmasına imkan verir. “Kültürdilbilim” terimine dikkatle bakıldığında kültür ve dil olgularının bir arada faaliyet gösterdiği fark edilir düzeydedir. Bu terimin literatüre kazandırılmasına öncülük eden kişi Humboldt’tur. W. Humboldt, milli ruh bilincinin, dünya görüşünün ve kültürel kodların dile yansıdığını savunur.

Bir diğer önemli isim ise kültürel öğelerin ancak dil verileri ile çözümlendiğini savunan E. Sapir’dir (Kozan, 2014: 1). Sapir’in görüşü daha önce bahsedilen dil-kültür ilişkisini somut bir şekilde ortaya koyar. Kültürel öğelerin farklı toplumlar arasında aktarılması, yayılması ve çözümlenmesi işlemi ancak dil aracılığı ile mümkündür. Maslova’nın da kültürdilbilim hakkındaki düşünceleri göstergebilim ile kültürdilbilim arasındaki güçlü ilişkiyi gözler önüne serer. Kendisi dil ve kültürü iki ayrı zemine yerleştirerek değerlendirilmesi gereken iki ayrı olgu olarak kabul eder. Fakat altını çizdiği nokta şudur: Bu iki olgunun etkileşimi yeni bir araştırma alanının doğmasına ortam hazırlar (Aktaran Kozan, 2014: 4). Bu açıklamadan da anlaşılacağı üzere Maslova tarafından dil ve kültür her ne kadar iki farklı gösterge olarak kabul görse de bu iki göstergenin etkileşimi sonucunda “kültürdilbilimi” adıyla yeni bir çalışma alanı doğar. Çünkü her kültür, bir kültür aktarımı için çözümlenmeyi de beraberinde getirir ve ancak bu şekilde anlamlı bir hal alır. Bilhassa dikkat çeken husus şudur ki, kültürdilbilim, hem kendi içerisinde hem de diğer alanlar ile etkileşimini arttırarak disiplinlerarası çalışmalara ortam hazırlayan bir alandır.

Sanal dil hâline gelen emojiler, insanlar arasında belli durumları ve olayları temsil ettiği veya yerini tuttuğu için önemli “gösterge” araçlarındandır. Özellikle kullanım alanı olarak görülen sosyal medyada iletişim akışı daha hızlı ilerlediği için en çok tercih edilen ağlar, Instagram, Twitter, Facebook ve Whatsapp’tır. Dilin aktif kullanım alanlarından olan bu ağlarda dil, iletişimin ötesinde aynı zamanda farklı kültürel

kodların da aktarımına ortam hazırlar.

Bu noktada dijital dünyamızda mesajlaşma ve sohbet süreçlerinde farklı karakterlerle önemli bir yere konumlanan emojiler, iletişim çatısı altında yaşam pratiklerimizin içerisindeki işlevlerini arttırmaya devam etmektedir. Böylesi bir dijital ortamda bireyin, görsel, işitsel ve diğer duyu organlarının uzantısı haline gelen emojiler iletişim dilinin göstergesel bir biçimi olarak modern insanın hayatında hızlı iletişim kurmanın aracı haline gelmiştir (Batar ve Kavuran, 2019: 309).

Emojilerde çeşitlilik yoluna gidilmesiyle birlikte artık neredeyse her duruma özgü emojiler kullanılır vaziyettedir. Bakıldığında her bir emoji bir durumun, olayın veyahut kavramın bir göstergesi haline gelmiştir. Bu bağlamda emojiler, bir şeyi temsil etme amacı güttüğü için en önemli dil göstergeleri arasında sayılabilirler. Teknolojinin bir ürünü olan akıllı telefonların hızla gelişmesi ve sosyal medya kullanıcılarının sayısının artış göstermesi ile emoji adı verilen göstergeler ortaya çıkmış ve çeşitlilik kazanmıştır. Araştırma verilerine göre ilk emoji, 1998 yılında NTT DOCOMO isimli firma tarafından mobil cihazda kullanılmıştır (Anık vd., 2017: 49). “Dünyanın önde gelen gazetelerinden The New York Times’ta bir haberin başlığında emoji kullanılması, Amerika’da mahkeme salonlarında kanıt olarak emojilerin gösterilmesi, İngiltere’nin Oxford Dictionaries (Oxford Sözlükleri) gözlerinden yaşlar gelene kadar gülmeyi ifade eden emojiyi yılın kelimesi seçmesi emojilerin tanınırlığına ve popülaritesinin yükselmesine katkı sağlamıştır” (Aktaran Batar ve Kavuran, 2019: 311). Sanal dünyanın ortak dili hâline gelen ve sembol olarak nitelendirilen bu emojilerin tam olarak neyi işaret ettiği ülkeden ülkeye farklılık gösteren bir konudur. Bunun temelinde bireyin ait olduğu toplumun ortak değerleri ve kültürel kodları vardır.



Şekil 1. (Mete, 2020: 1044)

Şekil 1’de sıralanan ve Japonya’daki şirket tarafından tasarlanan 176 adet emoji, şu an New York Modern Sanatlar Müzesi’nde sergilenmektedir. İlk tasarlanan emojilere bakıldığında yüz ifadesini gösteren herhangi bir tasarıya rastlanmamıştır. Teknoloji çağı ilerledikçe emojilerin tasarımında da çeşitlilikler artmıştır. Bu çeşitliliklerin başında ise yüz ifadelerini gösteren emoji tasarımları gelmektedir. Sıklıkla tercih edilen emojilerin anlam açısından ülkeden ülkeye farklılık gösterdiğini göz önünde bulundurursak emojiler aracılığı ile kültürler arası etkileşimin varlığından söz edilebilir. Emojilerin karşıladığı farklı göstergesel anlamlar doğrultusunda ülkelerde meydana gelen bazı olaylar tespit edilmiştir:

- 1) Fransa’da bir genç, eski sevgilisine mesaj yoluyla gönderdiği siyah kalp emojisinin kız arkadaşı ve hakim tarafından bir tehdit unsuru olarak algılandığı için üç ay hapis cezası almıştır.
- 2) Delaware’de görev yapan bir hakim göz kırpması emojisinin kullanımını cinsel taciz unsuru olarak kabul etmiştir.

3) Michigan'da hukuk öğrencisi olan bir genç, kız arkadaşına gönderdiği dil çıkartma emojisinden ötürü davalık olmuştur. Emojinin metne sadece esprili bir anlam kattığı ifade edilmesine rağmen haklılık payı bulunmamıştır (Bilge ve Kırık, 2021: 371).

### Araştırma Sorusu/ Soruları

- 1) Instagram, Facebook ve Twitter'daki kullanıcılara sağlanan emojiler hangisi/ hangileridir?
- 2) Emojilerin kültürdilbilimi çerçevesindeki rolü nedir?

Bu çalışmanın konusu kapsamında, sosyal medya mecralarından Instagram, Facebook ve Twitter'da kullanıcılara sağlanan emojiler tespit edilecektir. Kullanılan emojilerin temsil ettikleri gösterge anlamları üzerinde durularak kültürdilbilimi üzerindeki etkisi ortaya konulacaktır.

### Yöntem

Akademik araştırmalarda konunun hangi yönüne göre hazırlandığı araştırmanın niteliğini arttıran ölçütlerden biridir. Bu araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinin içeriğini nicel araştırma yöntemlerinden farklı olarak daha çok sözel açıklamalar oluşturur. Araştırmada, kullanıcı sayısının ve bilgi akışının günden güne hız kazandığı ve bireylerin ortak kullanım alanları olarak görülen sosyal medya ağlarından Instagram, Twitter ve Facebook'ta kullanıcılara sağlanan emojiler incelenip karşıladıkları anlamlar ile birlikte tabloya aktarımı yapılmıştır. Daha sonra tespit edilen emojilerin hangi sosyal medya ağında kullanıldığını belirtmek üzere bir sınıflandırma yoluna gidilmiştir. İsmi geçen sosyal medya araçlarının tercih edilme nedeni ise son yapılan araştırmalara göre sosyal ağlar arasında en çok emoji kullanılan ağ %53'lik bir oran ile Facebook olmuştur. Sırayı Instagram ve hemen sonra Twitter takip eder. (Anık vd., 2017). Bu veriler taranırken kullanılan yöntem "doküman analizi"dir. Doküman (belge) analizi yöntemi, bir araştırmada hangi materyal kullanılacaksa bu belgeyi titizlikle inceleyip değerlendirmesini yapan bir yöntemdir. Daha çok yorumlama ve sonuç odaklı ilerleyen doküman analizi ampirik bilgi geliştirmek için kullanılan yöntemlerin başında gelir (Aktaran Kırık, 2020: 173). Bu çalışmada "materyal" olarak sayabileceğimiz "emojiler" görüntü temelli dokümanlar olarak değerlendirilebilir.

### Verilerin Oluşturulması

Akademik alanlarda yapılan her bir araştırmanın bir önceki çalışmayı destekleyecek ya da yeni bir bakış açısı getirecek düzeyde olması gerekmektedir. Okuyucu kitlesinin bir araştırmacı olarak çalışmalarda görmek istediği içerik bu yönde olur. Gösterge denilince akla gelen iki isim; Saussure ve Peirce'nin söylemleri gerek Türkiye'de gerek ise faaliyet gösterdikleri ülkelerde büyük ses uyandırmıştır. Araştırmanın ana konularından biri olan emojilerin "gösterge" olarak kültür aktarımına katkısıyla alakalı birçok çalışma mevcuttur. Yapılan çalışmalarda tarama yapılan mekan olarak daha çok sosyal medya içeriğine odaklanıldığı görülür. Araştırmaya bakıldığında aynı durum söz konusudur. Fakat araştırmada diğer çalışmalardan farklılık olarak kültürlerarası değişen emojilere de yer verilmiştir. Daha önce yapılan çalışmalardan istifade edilmesi sonucunda isimlerine kaynakça kısmında ayrıca yer verilmiştir.

## Bulgular ve Bulguların Değerlendirilmesi

Instagram, Twitter ve Facebook'ta kullanıcılara sağlanan emoji ler aşağıdaki tabloda verilmiştir:

TWITTER, INSTAGRAM VE FACEBOOK'TA KULLANICILARA SAĞLANAN EMOJİLER	EMOJİLERİN KARŞILADIKLARI GÖSTERGE ANLAMLARI
❤️	Aşk ve sevgiyi temsil eder.
😞	Üzüntüyü ifade eder.
😡	Kızgınlığı ifade eder.
👍	Beğeni, kutlama ve takdir gerektiren durumlarda kullanılır.
😲	Hayret ve şaşırma ifade eder.
👏	Onaylama ifadesidir.
🎉	Kutlama ifadesidir.
😄	Heyecanlı kahkaha ifadesini gösterir.
😂	Gülme eyleminin aşırılığını gösterir.
👩🏻❤️👨🏻	Mutluluğu ve sevgiyi ifade eder.
🙌	Kutlama amacıyla el kaldırma ifadesidir.
🔥	Beğenin fazlalığını ifade eder.
🔥	Beğenme derecesini gösterir.

Şekil 2. (Microsoft Excel)

Tespitler ışığında üç sosyal medya platformunda kullanılan emoji ler, karşıladıkları anlamlar ile birlikte verilmiştir. Verilen anlamlar, Microsoft tarafından geliştirilen ve uluslararası tablolama programı olan “excel”de her bir emoji nin karşıladığı anlamlar ve tarafımcı yorumlar ışığında derlenip yazılmıştır.

	KULLANILAN EMOJİLER
<b>TWITTER</b>	❤️
<b>FACEBOOK</b>	❤️ 👍 😞 😡 😲 🎉 😄
<b>INSTAGRAM</b>	❤️ 👍 😞 😡 🙌 🎉 🔥 100 🙌 🤔 😂

Şekil 3. (Microsoft Excel)

Şekil 3'e bakıldığında kullanıcıya “hızlı ifadeler” seçeneği ile en çok emoji tanımlayan sosyal medya platformu “Instagram”dır. Emoji ler göz önünde bulundurulursa daha çok sevgi, kahkaha, tebrik vb. gibi olumlu anlamdaki emoji lere yer verilmesi dikkat çekicidir. Bir başka dikkat çeken kısım ise “Twitter”da atılan tweetlere emoji seçeneği olarak sadece (❤️) emoji sinin tanımlanması sosyo-kültürel olarak üzerinde durulması gereken bir konudur. Daha önce de bahsedildiği üzere emoji ler, insanların duygu ve düşüncelerini daha pratik bir şekilde ifade eden göstergelerdir. Her bir göstergenin kullanıcı tarafından alıcıya ulaştırmak istediği “ileti” farklıdır. Sosyal medya esas alınarak bunun üzerinde durulduğunda temel emoji ifadelerinin olumsuz anlamdan çok olumlu bir anlam karşıladığı tespit edilmiştir. Bir Twitter kullanıcısının vefat içerikli bir tweeti emoji seçenekleri bağlamında sadece beğenerek karşılık vermesi ve bu kullanımın kullanıcılar arasında yerleşmesi aslında emoji lerin sadece bir anlamı karşılamadığının kanıtıdır. Yani emoji ler farklı kültürlerde farklı anlamlar ile kullanılabilirler. Bir diğer kullanıcılar arasında farklı anlamlar ile tercih edilen emoji, iki elin birleştirildiği (🙌) daha çok minnet, dua ve teşekkür gibi anlamları karşılamak için kullanılan bir emoji dir. Ancak anlamdan hareketle yapılan el hareketine bakıldığında düşünülen şey şudur ki bu hareket Müslüman olmayanların dua etme biçimi olarak kabul görmektedir. Ancak emoji lerin kültürlerarası iletişime etkisinden ötürü “ortak dil” haline

gelen emojiler şu sonucu doğurmuştur: (🙏) emojisini bir Budist, Müslüman veyahut Japon'un dua ve teşekkür niyeti ile aynı amaç doğrultusunda kullanması farklı dinden, dilden ve etnik kültürden olan insanların anlaşmasını ve iletişim kurmasını sağlamıştır.

### Sonuç ve Öneriler

Anlatılanların ışığında denilebilir ki kültür aktarımı birçok araç ile mümkün olabilmektedir. Kitaplar, dergiler, diziler, reklamlar, sosyal medya platformları vb. şeyler bu aktarımlara uygun ortam hazırlamaktadır. Belirtmeliyim ki bunların temelinde “dil” ögesi vardır. Yüzyıllar öncesinde de insanlar birçok yöntem geliştirerek bu elzem olan ihtiyacını karşılamıştır. Sosyal medyada “kültür dili” haline gelen emojiler günümüz çağında iletişimi sağlayan önemli görsel materyaller arasındadır. Ancak araştırmalar sonucunda bu kullanım ile sadece iletişim ihtiyacı karşılanmayıp aynı zamanda kültürlerin birer yansıması olarak görülen emojilerin kültürlerarası iletişime ve kültür aktarımına kaynaklık ettiği görülmüştür. Bu göstergelerin çözümlenme aşamasında hepsinin birer kavram ve bilgiye karşılık geldiği muhakkaktır. Bu bağlamda belirtilen emoji göstergeleri, toplumsal davranış açısından üstünde çalışılmış ve belli kalıplara sığdırılmış gösterge türleridir (Akerson, 2019: 226). Ne var ki bu araştırma sonucunda belli kalıp yargıları ifade eden emojilerin farklı ortamlarda farklı bir yorum kazandığı ve bu durumun da kültürel farklılık sebebiyle olduğu söylenebilir. İlk emojilerin 1999 yılında ortaya çıkması ve daha sonra içerik bakımından çeşitliliğe gidilmesi insan ihtiyacından ve talebinden doğan bir durumun sonucudur. Özetlemek gerekirse gönderici ile alıcı arasında hangi emojinin (göstergenin) tercih edildiği ait olunan toplumun konumuna, milli değerlerine ve yaşam biçimine göre farklılık arz etmektedir.

Sosyal medya platformlarındaki kullanıcılara sağlanan emojiler gösteriyor ki en çok temsil edilen duygu durumu sevinç ve mutluluk ifade edici emojilerdir. Bu tercihin neden olduğuna dair kesin bir araştırma olmamakla birlikte toplumsal konular arasına incelemeye alınabilir. Türk kültürü dahil olmak üzere birçok millet için hassas konular olan ölüm, hastalık, kaza vb. olumsuz durumlara karşı sadece “beğenme” seçeneği geliştirilmesi dikkat çekicidir. Yeni bir kültür dili haline gelen “emojiler”in tek bir anlamı karşılamadığı ve zaman içinde kullanıcı çeşitliliğinden kaynaklı anlam değişmelerine ve çeşitliliğine uğradığı sonucuna varılmıştır. (🙏) emojisinin farklı dinlere mensup olan bir Budist, Müslüman veyahut Japon tarafından aynı anlam doğrultusunda kullanılması “ileti” açısından çeşitliliği; dil çıkarma emojisinin ise yabancı bir ülkede tehdit unsuru olarak algılanırken Türkiye’de herhangi bir sakınca olmadan kullanılması “anlam” değişimlerini kanıtlar niteliktedir.

**Kaynakça**

- Akerson, Fatma Erkman (2019). Göstergebilime Giriş. İstanbul: Bilge Yayıncılık.
- Anık, Cengiz; Kırık, Ali Murat; Soncu, Ayşe Gül (2017) “Sosyal Medyanın Göstergebilimsel Dili: Emojiler”. Online Academic Journal of Information Technology, Cilt/(8).
- Aral, Ezgi (2018) “Ortak Dil Olarak Tinlemler (Emojiler)”. Uluslararası Türk Lehçe Araştırmaları Dergisi, Cilt (2).
- Barthes, Roland (1993). Göstergebilimsel Serüven. Çeviren: Mehmet Rifat-Sema Rifat, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Batar, Hasan; Kamuran, Tamer (2019). “İnteraktif Medyada Duyguların Göstergesel Aktarımı: Emojiler”. İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, (INIJOSS), 8(1).
- Bilge, Ramazan; Kırık, Ali Murat (2021). “Dijital Çağın Evrensel İletişim Kodu: Emojilerin Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkisi”. İnif E-Dergi, 6(2).
- Çelebi, Gülcennet (2018). “Tarih Öncesi Dönemlerde İletişim”. Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademi Dergisi, (2).
- Kozan, Olena (2014). Kültürdilbilim Temel Kavramlar ve Sorunlar. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kıral, Bilge (2020). “Nitel bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman”. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (15).
- Mete, Filiz (2020). “Emoji Kullanımının Türkçe İletişim Kurmaya Etkisi”. Ana Dili Eğitim Dergisi, 8(4).
- De Saussure, F. (1916). Cours de linguistique generale. Çeviren: Prof. Dr. Berke Vardar, İstanbul: Multilingual Yayınları, 1998.
- Yazoğlu, Ruhattin (2005). “Dil-Kültür İlişkisi”. Muhafazakar Düşünce Dergisi, 2(5).