

**Üniversitesi** : İstanbul Kültür Üniversitesi  
**Enstitüsü** : Lisansüstü Eğitim Enstitüsü  
**Dalı** : İletişim Sanatları  
**Programı** : İletişim Sanatları  
**Tez Danışmanı** : Dr. Öğr. Üyesi Ceren BİLGİCİ OĞUZ  
**Tez Türü ve Tarihi** : Yüksek Lisans / Mayıs 2020

## ÖZET

Gelişen yeni medya teknolojileriyle birlikte internetin ortaya çıkışı ve ardından Web 2.0 teknolojilerinin sosyal medya kavramını doğurması, iletişim alanında önemli bir rol oynamaktadır. Sosyal medya, bireylerin iletişim alışkanlıklarını ve kullanım alanlarını dijital olarak dönüştürürken dijital kültürün yeni oyuncularının da ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda, görsel bir oyuncu olarak ortaya çıkan “emojiler” bireylerin sosyal medya aktivitelerinin ve bu platformlarda gerçekleşen iletişim faaliyetlerinin merkezinde önemli bir yer edinmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Y ve Z kuşaklarının sosyal medya aktivitelerinde emojilerin yeri ve önemi hakkında detaylı bulgulara ulaşmaktır. Literatürde Y ve Z kuşaklarının sosyal medya aktivitelerinde emojiler hakkındaki görüşleri kapsamında kısıtlı çalışmalar bulunduğu gözlemlendiğinden, bu alanda araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı ön görülmektedir. Çalışmanın amacı doğrultusunda, gerçekleştirilen odak grup çalışması sonucunda, Y ve Z kuşakları arasında emojileri kullanım amaçları bakımından temel farklılıklar görülmektedir. Bu bağlamda, Z kuşağı katılımcıları sosyal medya aktivitelerinde emojilerin olması gerektiğini savunurken, Y kuşağı katılımcıları ise deneyimlerine dayanarak yokluğu durumunda iletişim faaliyetlerinin normal akışında devam edeceğini belirtmektedir. Bunun yanı sıra, çalışmada sosyal medya alanında çalışan uzmanlar ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilerek Y ve Z kuşaklarının sosyal medya aktivitelerinde emoji kullanımları ve davranışlarına dair bilgiler edinilmiştir. Bu araştırmanın sonucunda çıkan bulguların iletişimciler ve uzmanlara yol gösterici olması amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Yeni Medya, Sosyal Medya, Emoji, Kuşaklar, İletişim.

**University** : Istanbul Kultur University  
**Institute** : Institute of Graduate Studies  
**Department** : Communication Arts  
**Programme** : Communication Arts  
**Supervisor** : Dr. Lec. Member Ceren BİLGİCİ OĞUZ  
**Degree Awarded and Date** : Master / May 2020

## **ABSTRACT**

The emergence of the Internet together with the development of new media technologies and the introduction of the concept of social media with Web 2.0 technologies have an important role in the field of communication. While social media changes the communication habits of individuals and the area of usage digitally, it allows the emergence of new actors of digital culture. Within this context, “emojis” emerging as visual actors, have a crucial place in social media activities of individuals and the center of communication activities that occurred in these platforms. The aim of the study is to reach detailed findings about the place and importance of emojis in social media activities of generations Y and Z. Since there are limited studies regarding the views about emojis in social media activities of generations Y and Z, it is predicted that the research will contribute to the literature in this field. In line with the aim of the study, as a result of the focus group study, there are main differences regarding the use of emojis in generations Y and Z. Within this context, while participants of generation Z argue that emojis should be used in social media activities, participants of generation Y states that, based on their experiences, even in cases where emojis are not available, their communication activities would continue in their normal flow. In addition, in the study, in-depth interviews were made with experts working in the field of social media, and information about the use and behavior of emoji in the social media activities of the Y and Z generations were obtained. The findings of this research are intended to guide communicators and experts.

**Keywords:** New Media, Social Media, Emoji, Generations, Communication.