



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΜΟJΙΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

ΡΙΖΟΥ ΑΝΤΩΝΙΑ

5264

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΑΓΓΕΛΟΥ ΙΩΑΝΝΗΣ

ΚΑΣΤΟΡΙΑ

Περίληψη

Στον ψηφιακό χώρο της επικοινωνίας, τα emoji έχουν αναδειχθεί ως ισχυρά εργαλεία που ξεπερνούν τους περιορισμούς του απλού κειμένου. Αυτά τα μικρά, πολύχρωμα σύμβολα έχουν μεταμορφώσει τη γραπτή επικοινωνία προσθέτοντας βάθος, συναίσθημα και πλαίσιο στα μηνύματά μας. Τα emoji δεν είναι απλά διακοσμητικά, χρησιμεύουν ως μια μορφή στίξης, επιτρέποντάς μας να εμποτίσουμε τα λόγια μας με συναισθήματα και αποχρώσεις.

Ένα απλό emoji, όπως ένα χαμογελαστό πρόσωπο ή ένας αντίχειρας, μπορεί να μαλακώσει ένα μήνυμα ή να μεταφέρει συμφωνία με αξιοσημείωτη αποτελεσματικότητα. Λειτουργούν επίσης ως μη λεκτική επικοινωνία στον ψηφιακό χώρο, αντικατοπτρίζοντας τον ρόλο των εκφράσεων του προσώπου και της γλώσσας του σώματος στις συνομιλίες πρόσωπο με πρόσωπο. Τα emoji γεφυρώνουν το χάσμα δίνοντάς μας τη δυνατότητα να εκφράσουμε συναισθήματα και πρόθεση που μόνο οι λέξεις μπορεί να δυσκολεύονται να αποτυπώσουν με ακρίβεια. Πέρα από αυτό, τα emoji έχουν εξελιχθεί σε μια μοναδική μορφή γλώσσας. Διαθέτουν τη δική τους γραμματική και σύνταξη, επιτρέποντας στους χρήστες να κατασκευάζουν περίπλοκες εκφράσεις και αφηγήσεις. Ολόκληρες συνομιλίες μπορούν να πραγματοποιηθούν χρησιμοποιώντας μόνο emoji, προβάλλοντας τις δυνατότητές τους ως παγκόσμιο μέσο επικοινωνίας που υπερβαίνει τα γλωσσικά όρια. Αυτό που ξεχωρίζει τα emoji είναι η καθολικότητά τους. Δεν περιορίζονται σε μία μόνο γλώσσα ή πολιτισμό. Αντίθετα, παρέχουν μια κοινή οπτική γλώσσα που προάγει τη συμπερίληψη και τη διαπολιτισμική κατανόηση, φέρνοντας τους ανθρώπους πιο κοντά σε έναν όλο και πιο διασυνδεδεμένο κόσμο.

Συνοπτικά, τα emoji έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της ψηφιακής επικοινωνίας, προσφέροντας έναν δυναμικό και προσιτό τρόπο έκφρασης. Εμπλουτίζουν τις γραπτές συνομιλίες μας, καθιστώντας τις πιο ελκυστικές και εκφραστικές. Σε έναν κόσμο όπου κυριαρχεί το κείμενο, τα emoji μας υπενθυμίζουν τη δύναμη της οπτικής επικοινωνίας να μεταφέρει νόημα, συναισθήματα και σύνδεση σε ένα κατά τα άλλα απρόσωπο ψηφιακό τοπίο.

Λέξεις κλειδιά: emoji, γλώσσα, επικοινωνία, μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Abstract

In the digital realm of communication, emojis have emerged as powerful tools that transcend the limitations of plain text. These small, colorful symbols have transformed written communication by adding depth, emotion, and context to our messages.

Emojis are not mere decorations; they serve as a form of punctuation, allowing us to infuse our words with emotions and nuances. A simple emoji, such as a smiley face or thumbs-up, can soften a message or convey agreement with remarkable efficiency. They also function as non-verbal communication in the digital space, mirroring the role of facial expressions and body language in face-to-face conversations. Emojis bridge the gap by enabling us to express emotions and intent that words alone may struggle to capture accurately. Beyond this, emojis have evolved into a unique form of language. They possess their own grammar and syntax, enabling users to construct intricate expressions and narratives. Entire conversations can take place using emojis alone, showcasing their potential as a global means of communication that transcends linguistic boundaries. What sets emojis apart is their universality; they are not confined to a single language or culture. Instead, they provide a common visual language that fosters inclusivity and cross-cultural understanding, bringing people closer together in an increasingly interconnected world.

In summary, emojis have become an integral part of digital communication, offering a dynamic and accessible way to express ourselves. They enrich our written conversations, making them more engaging and expressive. In a world dominated by text, emojis remind us of the power of visual communication to convey meaning, emotions, and connection in an otherwise impersonal digital landscape.

Keywords: emoji, language, communication, social media


Περιεχόμενα

Περίληψη	2
Abstract.....	3
Εισαγωγή.....	6
ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1°	8
Εμφάνιση και ανάπτυξη των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης.....	8
1.1 Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	8
1.2 Κατηγορίες Μέσων Μαζικής Δικτύωσης	10
1.3 Δημοφιλέστερων Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης	13
1.3.1 Facebook.....	13
1.3.2 Youtube.....	13
1.3.3 Instagram.....	14
1.3.4 TikTok	14
1.3.5 Twitter.....	15
1.3.6 WhatsApp.....	16
1.4 Διαδίκτυο και εξέλιξη του Web 2.0	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°	18
Emoticons - Emojis.....	18
2.1 Η εξέλιξη των emojis	18
2.2 Παράγοντες Επιλογής Emoji	21
2.2.1 Παράγοντες Επιλογής για Ένταξη.....	21
2.2.2 Παράγοντες Επιλογής για Αποκλεισμό	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3°	27
Emojis και Επικοινωνία	27
3.1 Emoji στη γραπτή επικοινωνία	28
3.2 Emojis ως μη λεκτική επικοινωνία.....	30
3.3 Τα emojis ως μορφή γλώσσας	33
ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4°	35
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	35
4.1 Στόχος της έρευνας	35
4.1 Συμμετέχοντες.....	37
4.2 Μεθοδολογία	37

4.3 Συλλογή δεδομένων	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5°	40
Αποτελέσματα.....	40
5.1 Ανάλυση Αποτελεσμάτων Ερωτηματολογίου	41
Συμπεράσματα.....	63
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	68
ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	68

Εισαγωγή

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παίζουν έναν ενδυναμωτικό ρόλο. Μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οποιοσδήποτε είναι στο διαδίκτυο εξουσιοδοτείται από μία απεριόριστη ροή πληροφοριών τις οποίες μπορεί να προσθέσει στην τράπεζα γνώσεων τους. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα νέο φόρουμ που επιτρέπει στους ανθρώπους να ανταλλάσσουν ιδέες, να συνδέονται, να κινητοποιηθούν για έναν σκοπό, να ζητήσουν συμβουλές και να προσφέρουν καθοδήγηση. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατάργησαν εμπόδια επικοινωνίας και δημιούργησαν αποκεντρωμένο κανάλι επικοινωνίας και ανοίξαν την πόρτα ώστε όλοι να έχουν φωνή και να συμμετέχουν. (Amedie, Jacob 2015)

Μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δημιουργήθηκαν και τα emoji. Τα emoji έχουν χρησιμοποιηθεί ευρέως στα κοινωνικά δίκτυα για να εκφράσουν περισσότερα ευαίσθητα συναισθήματα πέρα από τις πληροφορίες κειμένου και να κάνουν την επικοινωνία μέσω υπολογιστή πιο αποτελεσματική. Μάλιστα σύμφωνα με το Λεξικό της Οξφόρδης το emoji  που σημαίνει ότι το άτομο έχει ένα εξαιρετικά καλή διάθεση, θεωρείται η λέξη της χρονιάς για το 2015.

Οι χρήσεις των emojis εξαρτώνται από πολλούς σύνθετους παράγοντες. Τα emoji αποτελούν αναπόσπαστο μέρος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και παίζουν σημαντικό ρόλο σε αυτό εκφράζοντας συναίσθημα, οι επιλογές των emoji επηρεάζονται από το περιεχόμενο του κειμένου. Όχι μόνο οι πληροφορίες κειμένου αλλά και οπτικές πληροφορίες μπορούν να εμπλουτίσουν την έκφραση συναίσθηματος. (Zhao, Jia, An, Liang, Xie, Luo, 2018)

Στη σύγχρονη εποχή της τεχνολογίας, η διεξαγωγή έρευνας για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα emoji δεν είναι μόνο κατάλληλη αλλά έχει και μεγάλη σημασία. Αυτό το ερευνητικό πεδίο δίνει μια ασυνήθιστη ευκαιρία να διερευνηθεί η σύγκλιση του πολιτισμού, της επικοινωνίας και της τεχνολογίας, με εξαιρετικές επιπτώσεις σε διάφορους τομείς. Αρχικά η εξέλιξη της επικοινωνίας, με τις πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι μέθοδοι επικοινωνίας έχουν υποστεί μια σημαντική επανάσταση. Συγκεκριμένα, τα emoji είναι μια συναρπαστική πτυχή αυτής της εξέλιξης, καθώς μπορούν να συνεισφέρουν συναισθηματικό νόημα στις αλληλεπιδράσεις που βασίζονται σε κείμενο. Τα πρότυπα επικοινωνίας και η

γλωσσική εξέλιξη είναι τομείς μελέτης που εξελίσσονται συνεχώς. Μια ιδιαίτερη πτυχή αυτής της εξέλιξης μπορεί να φανεί στη δυναμική χρήση των emoji σε πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Καθώς αυτές οι πλατφόρμες ενημερώνονται συχνά, η εξερεύνηση των τάσεων στη χρήση emoji είναι σημαντική τόσο για τους ερευνητές όσο και για τις επιχειρήσεις, προκειμένου να παραμείνουν ενημερωμένες.

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1°

Εμφάνιση και ανάπτυξη των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Σε πολύ γρήγορο χρονικό διάστημα τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έχουν εξελιχθεί από πλατφόρμα ανταλλαγής ηλεκτρονικών πληροφοριών, σε ηλεκτρονικά καταστήματα, στο βασικότερο εργαλείο του 21^{ου} αιώνα. Ο άνθρωπος που είναι από τη φύση του κοινωνικό όν, πάντα θα αναζητάει την κοινωνική επαφή είτε είναι πρόσωπο με πρόσωπο είτε είναι μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Κοινωνική δικτύωση είναι η συγκέντρωση ή συμμετοχή των ατόμων σε συγκεκριμένες ομάδες. Ορίζονται σαν ένα σύνολο από παράγοντες (άνθρωποι, οργανισμοί ή άλλες κοινωνικές ομάδες) και ένα σύνολο από τις σχέσεις τους – ή την έλλειψη αυτών (Brass, Daniel & Butterfield, Kenneth & Skaggs, Bruce. (1998)

1.1 Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης έχουν καταβάλει ένα πολύ μεγάλο κομμάτι από την ζωή των ανθρώπων. Η πλοήγηση στο διαδίκτυο αποτελείται σε μεγάλο βαθμό από τα social media τα οποία έχουν την δυνατότητα να παρέχουν πολλές δυνατότητες πληροφορίες και ευκαιρίες στους χρήστες.

Περισσότερα από τα δύο τρίτα του παγκόσμιου πληθυσμού χρησιμοποιεί κινητό τηλέφωνο σήμερα, με τους παγκόσμιους χρήστες να αυξάνονται κατά σχεδόν 100 εκατομμύρια (+1,9%) τους τελευταίους 12 μήνες για να φτάσουν τα 5,29 δισεκατομμύρια τον Οκτώβριο του 2021. Υπάρχουν τώρα 4,88 δισεκατομμύρια χρήστες του Διαδικτύου σε όλο τον κόσμο, που ισοδυναμεί με σχεδόν το 62 τοις εκατό του παγκόσμιου πληθυσμού. Τα τελευταία στοιχεία δείχνουν ότι οι παγκόσμιοι

αριθμοί χρηστών του Διαδικτύου αυξήθηκαν κατά περισσότερα από 220 εκατομμύρια (+4,8 τις εκατό) τον περασμένο χρόνο. Οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αυξήθηκαν κατά περισσότερα από 400 εκατομμύρια (+9,9 τις εκατό) τους τελευταίους 12 μήνες για να φτάσουν τα 4,55 δισεκατομμύρια τον Οκτώβριο του 2021. Η αύξηση των χρηστών επιβραδύνθηκε ελαφρά τους τελευταίους 3 μήνες, αλλά το παγκόσμιο σύνολο συνεχίζει να αυξάνεται με ρυθμό περισσότερο πάνω από 1 εκατομμύριο νέοι χρήστες κάθε μέρα. (We are social, 2021)

Οι ορισμοί για τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης ποικιλομορφούν. Σύμφωνα με τους Α. Βακάλη και Ζ. Παπαμήτσιου (2012) οι προσέγγιση κοινωνικής δικτύωσης στον Ιστό έχουν δημιουργήσει την πραγματικότητα των Social Media δηλαδή των περιβαλλόντων που είναι σχεδιασμένα ώστε να διασπείρουν την πληροφορία διαμέσου της κοινωνικής αλληλεπίδρασης. Τα κοινωνικά μέσα υποστηρίζουν την ανθρώπινη ανάγκη για κοινωνική διάδραση με χρήση τεχνολογιών του Διαδικτύου και του Παγκόσμιου Ιστού, μετασχηματίζοντας τους μονολόγους (ένας προς πολλούς) σε διαλόγους (πολλοί προς πολλούς) και βέβαια μπορούν να έχουν ένα εύρος τύπων και μορφής, μια ανάλογα με τις τεχνολογίες του Web 2.0 που αξιοποιούν.

Άλλος ένας όρος που χρησιμοποιείτε είναι πως τα Social Media είναι ένας όρος που αναφέρεται σε μια τεχνολογία που βασίζεται σε υπολογιστή που διευκολύνει την ανταλλαγή ιδεών, σκέψεων και πληροφοριών μέσω εικονικών δικτύων και κοινοτήτων. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βασίζονται στο διαδίκτυο και παρέχουν στους χρήστες γρήγορη ηλεκτρονική επικοινωνία περιεχομένου, όπως προσωπικές πληροφορίες, έγγραφα, βίντεο και φωτογραφίες. Οι χρήστες αλληλοεπιδρούν με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέσω υπολογιστή, tablet ή smartphone μέσω λογισμικού ή εφαρμογών που βασίζονται στον ιστό. (Investopedia 2021). Οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να μείνουν σε επαφή και να αλληλοεπιδρούν με φίλους, οικογένεια και διάφορες κοινότητες. Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν κοινωνικές εφαρμογές για την εμπορία και την προώθηση των προϊόντων τους και την παρακολούθηση των ανησυχιών των πελατών. Οι ιστότοποι επιχείρησης προς καταναλωτή περιλαμβάνουν κοινωνικά στοιχεία, όπως πεδία σχολίων για τους χρήστες. Διάφορα εργαλεία βοηθούν τις επιχειρήσεις να παρακολουθούν, να μετρούν και να αναλύουν την προσοχή που λαμβάνει η εταιρεία

από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συμπεριλαμβανομένης της αντίληψης της επωνυμίας και της γνώσης των πελατών. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν τεράστια έλξη παγκοσμίως. Οι εφαρμογές για κινητές συσκευές κάνουν αυτές τις πλατφόρμες εύκολα προσβάσιμες. (Techtarget 2022)

1.2 Κατηγορίες Μέσων Μαζικής Δικτύωσης

Κάπου εδώ αξίζει να αναφέρουμε πως υπάρχουν πέντε βασικές κατηγορίες μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

1. Συνεργατικά Έργα (Collaborative Projects)

Τα συνεργατικά έργα επιτρέπουν σε ομάδες ανθρώπων να συνεργάζονται για τη δημιουργία διαδικτυακού περιεχομένου. Δύο τύποι συνεργατικών έργων μπορούν να είναι ιδιαίτερα χρήσιμοι για προπτυχιακή έρευνα: Wikis και Social Bookmarking.

Το wiki είναι μια διαδικτυακή εφαρμογή που επιτρέπει στους χρήστες της να συνεργάζονται με άλλους για να προσθέσουν, να τροποποιήσουν ή να διαγράψουν το περιεχόμενό της. Σε ένα wiki, το κείμενο γράφεται χρησιμοποιώντας μια απλοποιημένη γλώσσα σήμανσης ή ένα πρόγραμμα επεξεργασίας εμπλουτισμένου κειμένου. Αν και ένα wiki είναι ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου, διαφέρει από ένα ιστολόγιο ή τα περισσότερα άλλα τέτοια συστήματα στο ότι το περιεχόμενο δημιουργείται χωρίς καθορισμένο κάτοχο ή ιδιοκτήτες και ένα wiki έχει ελάχιστη σιωπηρή δομή [δεν είναι σαφής], επιτρέποντας στη δομή να αναδυθεί ανάλογα με τις ανάγκες του χρήστη. Ένα από τα πιο γνωστά παραδείγματα wiki είναι η Wikipedia. (Wikipedia)

Το Social Bookmarking επιτρέπει στους χρήστες να συλλέγουν, να οργανώνουν, να μοιράζονται και να ανακαλύπτουν διαδικτυακούς πόρους. Τα άτομα δημιουργούν προφίλ σε ιστότοπους κοινωνικής σελιδοδείκτη και, στη συνέχεια, αποθηκεύουν και προσθέτουν ετικέτες σε ιστοσελίδες. Άλλοι χρήστες μπορούν να επισκεφτούν τον ιστότοπο κοινωνικών σελιδοδεικτών και να αναζητήσουν δημόσιους σελιδοδείκτες ανά δημοτικότητα, λέξη-κλειδί ή προφίλ χρήστη. Δύο από τους πιο δημοφιλείς ιστότοπους σελιδοδείκτη κοινωνικής δικτύωσης είναι το Diigo και το Delicious.

2. Ιστολόγια (Blogs)

Ένα ιστολόγιο, κοινώς γνωστό ως blog, είναι μια μορφή ιστότοπου. Είναι μια λίστα με καταχωρήσεις από το νεότερο προς το παλαιότερο. Οι λίστες μπορεί να είναι οτιδήποτε, από ειδήσεις, πολιτικά και κοινωνικά σχόλια, σχόλια μέσω και διασημοτήτων, προσωπικά ημερολόγια και θέματα όπως η τεχνολογία, η τέχνη, η μόδα, ο αθλητισμός και το φαγητό. Συνήθως δεν απαιτείται ενδελεχής επεξεργασία του κώδικα του ιστότοπου, καθώς συνήθως εγκαθίστανται αυτόματα συστήματα που επιτρέπουν στους διαχειριστές του ιστολογίου να γράφουν καταχωρήσεις σε πολύ λίγα βήματα.

Η λέξη blog στα αγγλικά προέρχεται από το weblog, το οποίο μεταφράζεται σε ιστολόγιο στα ελληνικά. Οι δύο όροι εμφανίζονταν αρχικά μαζί μέχρι να καθιερωθεί η συντομευμένη μορφή και τώρα χρησιμοποιούνται επίσης ως ξεχωριστός όρος. Το weblog είναι ένας επινοημένος όρος από τον Jorn Barger από τον Δεκέμβριο του 1997. Ωστόσο, στις αρχές του 1999, ο Peter Merholz ανακοίνωσε ότι θα προφερόταν "wee-blog", διατηρώντας έτσι το βραχυπρόθεσμο blog, όπως και οι συγγραφείς είναι γνωστοί ως bloggers.

3. Κοινότητες Περιεχομένου (Content Communities)

Οι κοινότητες περιεχομένου είναι ιστότοποι που επιτρέπουν στους χρήστες να μοιράζονται περιεχόμενο πολυμέσων. Αυτές οι κοινότητες περιλαμβάνουν ιστότοπους όπως το YouTube, το Daily Motion, το Imagr, το Tumblr και το Flickr. Οι χρήστες θα ανεβάζουν εικόνες, βίντεο, μουσική ή άλλο περιεχόμενο και θα παρέχουν μια περιγραφή, την οποία οι άλλοι χρήστες μπορούν στη συνέχεια να αναζητήσουν και να προβάλουν. Ένα κοινό χαρακτηριστικό αυτών των ιστότοπων επιτρέπει την προσθήκη σχολίων σε μια σελίδα που εμφανίζει το περιεχόμενο και την κοινή χρήση συνδέσμων προς τα πολυμέσα σε άλλους ιστότοπους κοινωνικών μέσων όπως το Twitter και το Facebook. (Michael Cross 2014)

4. Ιστοσελίδες Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Networking Sites)

Ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα διαδικτυακό μέρος όπου ένας χρήστης μπορεί να δημιουργήσει ένα προφίλ και να δημιουργήσει ένα προσωπικό δίκτυο που τον συνδέει με άλλους χρήστες. Το φαινόμενο της κοινωνικής δικτύωσης έχει εξαπλωθεί ραγδαία σε όλο τον κόσμο. Πολλοί χρήστες του Διαδικτύου έχουν δημιουργήσει το δικό τους προφίλ σε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. Facebook, Twitter ή MySpace). Το Facebook, ένας από τους κύριους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης, έχει πάνω από 500 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες, με επιπλέον 200.000 εγγραφές κάθε μέρα. Οι άνθρωποι στο Διαδίκτυο σχηματίζουν σχέσεις και κοινωνικές ομάδες που παρέχουν συναισθηματική υποστήριξη και την αίσθηση ότι ανήκουν. Αυτές οι ομάδες μπορούν να σχηματίσουν περίπλοκες μεθόδους επικοινωνίας, απαιτήσεις για συμμετοχή και σύνολα προτύπων και κωδίκων συμπεριφοράς για τα μέλη τους. (Echeburúa 2013)

1. Εικονικοί Κόσμοι (Virtual Worlds)

Οι εικονικοί κόσμοι υλοποιούνται από έναν υπολογιστή ή ένα δίκτυο υπολογισμών που προσομοιώνει ένα περιβάλλον. Ορισμένες αλλά όχι όλες οι οντότητες σε αυτό το περιβάλλον ενεργούν υπό τον άμεσο έλεγχο μεμονωμένων ανθρώπων. Επειδή πολλά τέτοια άτομα μπορούν να επηρεάσουν το ίδιο περιβάλλον ταυτόχρονα, ο κόσμος λέγεται ότι είναι κοινόχρηστος ή πολλαπλών χρηστών. Το περιβάλλον συνεχίζει να υπάρχει και να αναπτύσσεται εσωτερικά τουλάχιστον σε κάποιο βαθμό ακόμα και όταν δεν υπάρχουν άνθρωποι που αλληλοεπιδρούν μαζί του, αυτό σημαίνει ότι είναι διαρκής. Οι πρώτοι εικονικοί κόσμοι βασίζονταν σε κείμενο, καθώς τα περιβάλλοντά τους και τα γεγονότα που συμβαίνουν μέσα τους περιγράφονταν χρησιμοποιώντας λέξεις και όχι εικόνες. (Richard A. Batler 2004)

1.3 Δημοφιλέστερων Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

1.3.1 Facebook

Το Facebook είναι ο μεγαλύτερος ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης, με περισσότερους από τρία δισεκατομμύρια ανθρώπους να το χρησιμοποιούν κάθε μήνα. Περισσότερες από 200 εκατομμύρια επιχειρήσεις (κυρίως μικρές επιχειρήσεις) χρησιμοποιούν εργαλεία Facebook και περισσότεροι από επτά εκατομμύρια διαφημιστές προωθούν ενεργά την επιχείρησή τους στο Facebook, γεγονός που το καθιστά ένα αρκετά ασφαλές στοίχημα αν θέλετε να έχετε παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. (Meta)

Ο Mark Zuckerberg ίδρυσε το Facebook στις 4 Φεβρουαρίου 2004 ως μέλος του Πανεπιστημίου του Χάρβαρντ. Αρχικά, μόνο φοιτητές του Χάρβαρντ μπορούσαν να εγγραφούν στη εφαρμογή, αλλά αργότερα επεκτάθηκε για να συμπεριλάβει το Ivy League (μια ομάδα οκτώ ελίτ πανεπιστημίων των ΗΠΑ). Το όνομα του ιστότοπου προέρχεται από τα εισαγωγικά έγγραφα των μελών της κοινότητας των κολεγίων σε ορισμένα πανεπιστήμια και σχολές προετοιμασίας στις Ηνωμένες Πολιτείες για να γνωριστούν οι νέοι μαθητές. Το 2005, επεκτάθηκε η πρόσβαση σε μαθητές επιλεγμένων λυκείων και μέλη ορισμένων μαθητών κοινοτήτων. Στις 26 Σεπτεμβρίου 2006, η υπηρεσία έγινε διαθέσιμη σε όλους τους ανθρώπους στη Γη άνω των 13 ετών. (David Kirkpatrick)

1.3.2 Youtube

Το YouTube είναι μια πλατφόρμα, όπου υπάρχει η επιλογή συνδρομής, κοινής χρήσης βίντεο όπου οι χρήστες παρακολουθούν ένα δισεκατομμύριο ώρες βίντεο κάθε μέρα. Εκτός από το ότι είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος ιστότοπος μέσων κοινωνικής δικτύωσης, το YouTube συχνά αναφέρεται ως η δεύτερη μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης μετά την Google, τη μητρική του εταιρεία. Κυκλοφόρησε στις 14 Φεβρουαρίου 2005, από από τρεις πρώην υπαλλήλους της Pay Pal τους Chad Hurley, Steve Chen και Jawed Karim. Είχαν την ιδέα ότι οι απλοί άνθρωποι θα απολάμβαναν να μοιράζονται τα βίντεο που γυρνούσαν σπίτι τους. Η εταιρεία έχει την έδρα της στο

San Bruno της Καλιφόρνια. Το YouTube έχει περισσότερους από 2,5 δισεκατομμύρια μηνιαίους χρήστες που παρακολουθούν καθημερινά περισσότερες από ένα 1 δισεκατομμύριο ώρες βίντεο. Από τον Μάιο του 2019 , τα βίντεο μεταφορτώνονταν με αρκετά γρήγορο ρυθμό, περισσότερες από 500 ώρες περιεχομένου ανά λεπτό. (William L. Hosch/ Youtube)

1.3.3 Instagram

Instagram, διαδικτυακή πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης και υπηρεσία κοινωνικού δικτύου για κοινή χρήση φωτογραφιών και βίντεο. Η εφαρμογή επιτρέπει στους χρήστες να ανεβάζουν μέσα όπως φωτογραφίες, βίντεο, Instagram stories, Reels, ζωντανά βίντεο και IGTV για βίντεο με μεγαλύτερη διάρκεια, που μπορούν να επεξεργαστούν χρησιμοποιώντας φίλτρα και να προσθέσουν hashtags και geotags.) (Meta/ Instagram)

Αρχικά η εφαρμογή αυτή κυκλοφόρησε μόνο για iOS τον Οκτώβριο του 2010 από τους συνιδρυτές Kevin Systrom και Mike Krieger και τώρα ανήκει στη Meta Platforms, Inc., τη μητρική εταιρεία του Facebook. Το Instagram συνάντησε γρήγορα απήχηση, με ένα εκατομμύριο εγγεγραμμένους χρήστες σε δύο μήνες, 10 εκατομμύρια σε ένα χρόνο και ξεπέρασε τα δύο δισεκατομμύρια ενεργούς χρήστες μηνιαίως το 2022. (Alison Eldridge)

1.3.4 TikTok

Το TikTok (γνωστό ως Douyin στην Κίνα) πλατφόρμα κοινωνικών μέσων που έχει σχεδιαστεί για τη δημιουργία, την επεξεργασία και την κοινή χρήση σύντομων βίντεο διάρκειας από 15 δευτερόλεπτα έως τρία λεπτά. Το TikTok παρέχει τραγούδια και ήχους, καθώς και φίλτρα και ειδικά εφέ που μπορούν να προσθέσουν οι χρήστες στα βίντεο τους. Οι χρήστες έχουν επίσης την επιλογή να ανεβάζουν βίντεο από τις δικές τους συσκευές στο TikTok.. Παρά το γεγονός ότι κυκλοφόρησε μόλις το 2017, είναι μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες εφαρμογές στον κόσμο και πρόσφατα ξεπέρασε την Google ως ο ιστότοπος με τις περισσότερες επισκέψεις στο Διαδίκτυο.

Τον Οκτώβριο του 2018, στις ΗΠΑ η εφαρμογή TikTok είχε τον μεγαλύτερο αριθμό λήψεων από οποιαδήποτε άλλη εφαρμογή.

Το 2017, η μητρική εταιρεία της εφαρμογής, ByteDance, αγόρασε το musical.ly για 1 δισεκατομμύριο δολάρια. Το TikTok συγχωνεύτηκε με το musical.ly στις 2 Αυγούστου 2018 και οι λογαριασμοί χρηστών και τα δεδομένα του musical.ly συγχωνεύτηκαν σε μια νέα εφαρμογή που ονομάζεται TikTok. Τα παγκόσμια κεντρικά γραφεία της TikTok βρίσκονται στο Λος Άντζελες και τη Σιγκαπούρη (TikTok/ Britannica)

1.3.5 Twitter

Το Twitter είναι ένας ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης που επιτρέπει στους χρήστες του να στέλνουν και να διαβάζουν σύντομα μηνύματα έως 280 χαρακτήρες (140 για τα Ιαπωνικά, τα Κορεάτικα και τα Κινέζικα), που ονομάζονται tweets. Οι συνδεδεμένοι χρήστες μπορούν επίσης να διαβάζουν μηνύματα, αλλά μόνο οι συνδεδεμένοι χρήστες μπορούν να δημοσιεύουν κείμενο και να σχολιάζουν ή να κάνουν retweet. Δημιουργήθηκε από τον Jack Dorsey στις 21 Μαρτίου 2006 και δημοσιεύτηκε τον Ιούλιο του ίδιου έτους. Η υπηρεσία έγινε γρήγορα δημοφιλής και αυτή τη στιγμή έχει 305 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες (2015). Είναι ένας από τους δέκα πιο δημοφιλείς ιστότοπους στο Διαδίκτυο. (Heather J. Logghe)

Από τις 23 Σεπτεμβρίου 2016, το Twitter βρισκόταν στη διαδικασία εξαγοράς. Στις 25 Απριλίου 2022, ο Elon Musk ανακοίνωσε την εξαγορά του Twitter.

Οι χρήστες του Twitter αγαπούν να δημοσιεύουν ειδήσεις, ψυχαγωγία, αθλήματα, πολιτική και πολλά άλλα. Αυτό που κάνει το Twitter διαφορετικό από τους περισσότερους άλλους ιστότοπους μέσω κοινωνικής δικτύωσης είναι ότι δίνει έμφαση στις πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο - πράγματα που συμβαίνουν και είναι σε τάση αυτή τη στιγμή. (Twitter/ Britannica)

1.3.6 WhatsApp

Το WhatsApp Messenger είναι μια ιδιόκτητη εφαρμογή ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων που χρησιμοποιείτε σε περισσότερες από 180 χώρες. Εκτός από την ανταλλαγή μηνυμάτων κειμένου, οι χρήστες μπορούν επίσης να στέλνουν εικόνες, βίντεο, ήχους και μηνύματα πολυμέσων μεταξύ τους. Σταδιακά, οι άνθρωποι άρχισαν να επικοινωνούν με επιχειρήσεις μέσω του WhatsApp. Η επιχειρηματική πλατφόρμα του WhatsApp επιτρέπει στις επιχειρήσεις να παρέχουν υποστήριξη πελατών και να υπάρχει η δυνατότητα για ενημερώσεις με τους πελάτες σχετικά με τις αγορές τους. Η WhatsApp Inc ιδρύθηκε το 2009 από δύο βετεράνους της Yahoo, τον Brian Acton και τον Jan Koum, και έχει την έδρα της στη Σάντα Κλάρα της Καλιφόρνια. Το όνομα WhatsApp είναι ένα λογοπαίγνιο με τη φράση What's Up. (Roland Martin / WhatsApp)

1.4 Διαδίκτυο και εξέλιξη του Web 2.0

Σύμφωνα με τους Α. Βακάλη και Ζ. Παπαμήτσιου (2012) η ιστορία του Διαδικτύου ξεκινά με την εφεύρεση των υπολογιστών στα μέσα της δεκαετίας του 1950. Αρχικά, οι υπολογιστές επικοινωνούσαν μεταξύ τους από σημείο σε σημείο χρησιμοποιώντας mainframes δηλαδή υπολογιστές μεγάλης ισχύος και terminals δηλαδή τερματικά. Πίσω στις πρώτες μέρες των υπολογιστών, οι υπολογιστές ήταν συνδεδεμένοι μεταξύ τους με καλώδια. Αργότερα, οι ερευνητές ανακάλυψαν πώς να συνδέουν υπολογιστές μέσω πακέτων (packet switching), γεγονός που έκανε την επικοινωνία μεταξύ των υπολογιστών πολύ πιο γρήγορη. Στα τέλη της δεκαετίας του 1960 και στις αρχές της δεκαετίας του 1970, διαφορετικά δίκτυα χρησιμοποιούσαν διαφορετικά πρωτόκολλα επικοινωνίας για να τα συνδέσουν. Ένα πρωτόκολλο, που ονομάζεται ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network), επέτρεπε σε πολλά διαφορετικά δίκτυα να συνδεθούν και να σχηματίσουν ένα δίκτυο δικτύων. Το 1982, το Internet Protocol Suite (TCP/IP) τυποποιήθηκε, γεγονός που βοήθησε στη δημιουργία της ιδέας ενός παγκόσμιου δικτύου διασυνδεδεμένων δικτύων.

Το Διαδίκτυο είναι ένα μεγάλο δίκτυο διασυνδεδεμένων υπολογιστών που επιτρέπει στους ανθρώπους να επικοινωνούν και να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες από όλο τον κόσμο και μπορεί να θεωρηθεί ως ένα Δίκτυο Ευρεία Κάλυψης (WAN).

Αποτελείται από πολλά μικρότερα δίκτυα ή τοπικά δίκτυα (LAN), που μπορούν να βρεθούν σε σπίτια, σχολεία, επιχειρήσεις και άλλες τοποθεσίες. Ο όρος Διαδίκτυο αναφέρεται στα διασυνδεδεμένα δίκτυα υπολογιστών που συνθέτουν τον σύγχρονο κόσμο. Αυτά τα δίκτυα περιλαμβάνουν τον Παγκόσμιο Ιστό, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, το Πρωτόκολλο μεταφοράς αρχείων (FTP) και άλλες εφαρμογές. (Α. Βακάλη και Ζ. Παπαμήτσιου (2012))

Σύμφωνα με τον Nova Spinack η ανάπτυξη του διαδικτύου και του Ιστού εξελίσσονται σε κύκλους των δέκα χρόνων ο καθένας.

Η πρώτη δεκαετία ανάπτυξης του Διαδικτύου (1990-2000) είδε την ανάπτυξη της βασικής υποδομής που απαιτείται για τη δημιουργία ιστοσελίδων και λειτουργιών Διαδικτύου. Αυτή η υποδομή περιλάμβανε πρωτόκολλα και γλώσσες προγραμματισμού, που επέτρεπαν τη δημιουργία ιστοσελίδων και τη χρήση του διαδικτύου. Τη δεύτερη δεκαετία (2000-2010) ήταν μια εποχή που ο παγκόσμιος ιστός άρχισε να παρουσιάζει μια νέα γενιά περιήγησης στο διαδίκτυο, γνωστή ως Web 2.0. Αυτό το νέο στύ λ περιήγησης χαρακτηρίζεται από τη χρήση διαδραστικών λειτουργιών και πλουσιότερων παρουσιάσεων πληροφοριών. Στην τρίτη δεκαετία 2010 και μετά, βλέπουμε την εμφάνιση τεχνολογιών και υπηρεσιών που επικεντρώνονται στη σημασιολογία και στη χρήση πολλαπλών τύπων πληροφοριών. Αυτή η τάση επιταχύνεται από την ευρεία χρήση συσκευών και το συνεχώς διαθέσιμο περιβάλλον.

Η ιδέα του Web 2.0 ξεκίνησε με συνεδρία μεταξύ του O'Reilly και της Medialive International. Ο Dale Dougherty, ο Web Pioneer και ο αντιπρόεδρος της O'Reilly, σημείωσε ότι το να μην καταρρεύσει ο ιστός είναι πιο σημαντικό από ποτέ, καθώς νέες συναρπαστικές εφαρμογές και ιστότοποι εμφανίζονται καθημερινά. Το Web 2.0 έχει αναλάβει σαφώς πάνω από 9,5 εκατομμύρια αναφορές στο Google. Αλλά εξακολουθεί να υπάρχει μια τεράστια διαφωνία σχετικά με το τι σημαίνει το Web 2.0, με μερικούς ανθρώπους να το αποδοκιμάζουν ως μία άσκοπη λέξη μάρκετινγκ και άλλοι να το δεχτούν ως μια νέα συμβατική σοφία (O'Reilly, 2009). Το Web 2.0 είναι ένας όρος που χρησιμοποιείτε για να περιγράψει τη μετάβαση από στατικές ιστοσελίδες σε έναν δυναμικό Παγκόσμιο Ιστό που βασίζεται στη σύνδεση των χρηστών μεταξύ τους και στην παροχή υπηρεσιών στους χρήστες. (Α. Βακάλη και Ζ. Παπαμήτσιου (2012)) Τα emojis ανήκουν στην οικογένεια των emoticons

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°

Emoticons - Emojis

Τα emoji είναι δημοφιλή ψηφιακά εικονογράμματα που μπορούν να εμφανίζονται σε μηνύματα κειμένου, email και σε πλατφόρμες κοινωνικών μέσων. Αυτοί οι χαρακτήρες είναι γενικά κατανοητοί ως μια ανάλαφρη, σχεδόν κωμική μορφή επικοινωνίας, αλλά έχουν μια πλούσια και περίπλοκη κοινωνικοοικονομική ιστορία που προηγείται του φάσματος των κινητών συσκευών όπου εμφανίζονται συνήθως. Ξεκινώντας με την άνοδο του εμβληματικού «smiley» προσώπου στο δεύτερο μισό του εικοστού αιώνα, το emoji ως πολιτιστική μορφή αναδύθηκε από τυπογραφικές συνήθειες, εταιρικές στρατηγικές, αξιώσεις πνευματικών δικαιωμάτων, διαδικτυακές αίθουσες συνομιλίας και διαφωνίες τεχνικών προτύπων. Ως ευγενική και ευρέως διαδεδομένη δημοτική μορφή, τα emoji χρησιμεύουν τώρα για να εξομαλύνουν τις τραχιές άκρες της ψηφιακής ζωής. Αυτά τα σύμβολα κάνουν σημαντική δουλειά για να τονίσουν τον τόνο, να εισάγουν χιούμορ και να προσφέρουν στα άτομα έναν γρήγορο και αποτελεσματικό τρόπο να φέρουν χρώμα και προσωπικότητα σε κατά τα άλλα μονόχρωμους δικτυωμένους χώρους κειμένου. Ωστόσο, τα emoji κάνουν περισσότερα από αυτό. Πέρα από την αξιολάτρευτη πληθωρικότητά τους, τα emoji μπορούν να λειτουργήσουν ως μια στρατηγική συναισθηματικής αντιμετώπισης και μια νέα μορφή δημιουργικής έκφρασης, ακόμα κι αν, και στις δύο περιπτώσεις, λειτουργεί εντός πραγματικών ορίων. Τα Emojis δημιουργούν νέους δρόμους για ψηφιακή αίσθηση, ενώ παράλληλα παραμένουν τελικά στην υπηρεσία της αγοράς. (Stark και Crawford 2015)

2.1 Η εξέλιξη των emojis

Τα emojis ανήκουν στην οικογένεια των emoticons. Σύμφωνα με την παγκόσμια βιβλιογραφία τα emoticon χρησιμοποιούνται σε επικοινωνίες με τη μεσολάβηση υπολογιστή που προορίζεται να αναπαριστά μια έκφραση του προσώπου προκειμένου να επικοινωνήσει τη συναισθηματική κατάσταση του συγγραφέα. Όταν το Διαδίκτυο βασιζόταν εξ ολοκλήρου σε κείμενο, μεταξύ του τέλους της δεκαετίας του 1960 και

των αρχών της δεκαετίας του 1990, τα emoticon αποδίδονταν σε ASCII και διαβάζονταν στο πλάι, όπως υποδηλώνει το "smiley" :-). Η λέξη emoticon προέρχεται από συνδυασμό των λέξεων συναίσθημα και εικονίδιο. Αν και έχει υποστηριχθεί ότι το πρώτο emoticon εμφανίστηκε το 1979, η πρώτη τεκμηριωμένη χρήση ενός emoticon προήλθε από τον Αμερικανό επιστήμονα υπολογιστών Scott E. Fahlman στις 19 Σεπτεμβρίου 1982. Πρότεινε ότι :-) θα μπορούσε να υποδεικνύει χιουμοριστικές αναρτήσεις σε έναν πίνακα μηνυμάτων και :-(θα μπορούσε να υποδηλώνει σοβαρές αναρτήσεις.

Η χρήση emoticon έχει προκαλέσει διαμάχη στο διαδίκτυο. Οι επικριτές των emoticons υποστηρίζουν ότι διαβρώνουν την ικανότητα των ανθρώπων να επικοινωνούν καθαρά και να χρησιμοποιούν τη γλώσσα δημιουργικά στον κυβερνοχώρο, καθώς και σε άλλες μορφές γραφής. Κάποιοι είπαν ότι είναι ένα τεμπέλικο μέσο επικοινωνίας. Άλλοι σημειώνουν ότι επηρεάζουν αρνητικά την αξιοπιστία του συγγραφέα σε ένα ηλεκτρονικό μήνυμα. Οι υποστηρικτές των emoticon επιμένουν, ωστόσο, ότι περισσότερο βοηθούν την διαδικτυακή επικοινωνία παρά την βλάπτουν. Στο πιο βασικό τους επίπεδο, τα emoticons είναι ίσως οι πιο “ωμές” απόπειρες αντιμετώπισης του ζητήματος των συναισθημάτων και των συναισθημάτων μεταξύ των χρηστών σε περιβάλλοντα υπολογιστών όπου η απουσία της δυνατότητας ζωντανής πρόσωπο με πρόσωπο επαφής είναι εμφανής. Αντιπροσωπεύουν τη μη λεκτική επικοινωνία στην επικοινωνία κειμένου και διευκρινίζουν τον τόνο του μηνύματος χωρίς την ανάγκη μακροσκελής έκθεσης. (Scott E. Fahlman 2002)

Τώρα θα μπορούσαμε να αναλύσουμε τι είναι ακριβώς τα emoji. Η λέξη «emoji» κυριολεκτικά σημαίνει «χαρακτήρας εικόνας» στα Ιαπωνικά. Τα emoji εμφανίστηκαν στην Ιαπωνία στις στα τέλη του 20ου αιώνα για τη διευκόλυνση της ψηφιακής επικοινωνίας. Ένας αριθμός ιαπωνικών αερομεταφορέων (Softbank, KDDI, DoCoMo) παρείχαν τις δικές τους υλοποιήσεις, με ασυμβίβαστα κωδικοποιημένα συστήματα. Τα emoji τυποποιήθηκαν για πρώτη φορά στο Unicode 6.0, το βασικό σύνολο emoji αποτελούνταν από 722 χαρακτήρες. Ωστόσο, η υποστήριξη της Apple για emojis στο iPhone, το 2010, οδήγησε σε παγκόσμια δημοτικότητα. Ένα επιπλέον σύνολο περίπου 250 emoji συμπεριλήφθηκε στο Unicode 7.0 το 2014. Από τον Αύγουστο 2015, το Unicode 8.0 ορίζει μια λίστα με 1281 σύμβολα emoji ενός ή δύο

χαρακτήρων. Το 2022 συστήθηκαν 107 νέα emoji με το σύνολο τους να φτάνει τα 3.460.

Τα emoji μπορούν να εισαχθούν μεμονωμένα ή μαζί δημιουργήστε μια συμβολοσειρά. Αυτές οι οπτικές αναπαραστάσεις λέξεων ή κατασκευών προσφέρουν βελτιωμένο νόημα στα μηνύματα αποστέλλονται σε δημιουργική και άκρως εκφραστική μορφή. (Channary Tauch 2016) Σε ορισμένες περιοχές, υπάρχει η πεποίθηση ότι η αυξημένη χρήση emojis είναι ένα σημάδι ότι η γλώσσα μεταβιβάζεται και επιστρέφει την κοινωνία στις εικονογραφικές αναπαραστάσεις στην αρχαία ιστορία η οποία θεωρείται λιγότερο διανοητική ή ευφυείς. Αυτό που οι επικριτές των emojis δεν αναγνωρίζουν είναι ότι τα emoji είναι σημάδι της εξέλιξης και της φύσης της γλώσσας. Αυτό που είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον όταν κοιτάμε τα emojis είναι η συσχέτιση μεταξύ 40.000 ετών σπηλαιογραφίες που έλεγαν ιστορίες σε εικόνες χρησιμοποιώντας ανθρώπους, ζώα και άλλες εικόνες και όχι λέξεις, και στο Αιγυπτιακό ιερογλυφικό σύστημα επικοινωνίας, που χρησιμοποιείται για την καταγραφή της ιστορίας. (McIntyre 2016)

Όταν έγινε για πρώτη φορά η αποστολή μηνυμάτων δημοφιλής, η χρήση της γλώσσας με συντομευμένο κείμενο ήταν δημοφιλής, δημιουργώντας ανησυχία για απώλεια της σωστής χρήσης της γλώσσας και δεξιότητας της επικοινωνίας. Ωστόσο, δεν υπάρχουν συγκεκριμένα και αποδεδειγμένα ευρήματα ότι αυτό συνέβη, καθώς και πράγματι η χρήση των Emojis θεωρείται πλέον πιο συχνά ως μια εξαιρετικά δημιουργική μορφή γλώσσας. Τα μηνύματα που δημιουργούνται με emojis μπορεί να είναι πολύ προηγμένα και πολύπλοκα, και επίσης να αντικατοπτρίζονται ως σημειώσεις. Πράγματι, όχι μόνο οι Αιγύπτιοι, αλλά και ο Ντα Βίντσι, ακόμη και ο Λιούις Κάρολ, ο συγγραφέας της Αλίκης στη Χώρα των Θαυμάτων, χρησιμοποίησαν εικονογράμματα όταν γράφουν, καθώς το θεωρούσαν όχι μόνο δημιουργικά εκφραστικό, αλλά και αποτελεσματικό ως μέσο μετάδοσης ιδεών. (Crystal, D. 2001)

Πράγματι, μπορεί να υποστηριχθεί ότι τα emoji στην πραγματικότητα επεκτείνουν τη γλωσσική ικανότητα και ανοίγουν νέες δυνατότητες για καινοτόμα κανάλια επικοινωνίας και επέκταση της παραδοσιακής γραφής, κάνοντας τη γλώσσα πιο οπτική και παιχνιδιάρικη και επιστρέφοντας έτσι σε πιο δημιουργικές μορφές γλώσσας. Ωστόσο, μια από τις προκλήσεις της αποδοχής των Emojis ως γλωσσικής μορφής από μόνα τους και ως συμπλήρωμα στα αλφαβητικά συστήματα είναι ότι η

ευρεία χρήση των Emojis προήλθε από την εφηβική και εμπορική κουλτούρα, και αρχικά χρησιμοποιήθηκε ένα ευρύ φάσμα εικόνων, λόγω των διαφορετικών δικτύων και πλατφορμών. (Thurlow, C. and Brown, A., 2003) Τόσο η Google όσο και η Apple αναγνώρισαν την αξία της τυποποίησης των συμβόλων και χρησιμοποιώντας την Unicode για να εντάξουν τα emoji. Συχνά κοινωνικές ομάδες αναπτύσσουν τη δική τους παραγλώσσα για να αναγνωρίσουν τον εαυτό τους και τους συνομηλικούς τους ως διαφορετικούς από το mainstream. Αυτά είναι παραγλώσσες που οδηγούν στην εξέλιξη της γλώσσας με την πάροδο του χρόνου, και σίγουρα αυτό συνέβη με τα Emojis, περαιτέρω ενισχύοντας το επιχείρημα ότι είναι μια παλιά γλώσσα προσαρμοσμένη σε μια νέα κοινωνία και για να ανταποκριθεί στις προκλήσεις του μηνύματος όπως περιορισμοί μεγέθους, ταχύτητας εύρους ζώνης και γραπτών μηνυμάτων. (Gamble and Gamble, 2016) Τα emojis μπορούν επομένως να θεωρηθούν ως ένας τρόπος για να μεταφέρουμε πραγματικές πληροφορίες σε ένα σύντομο κείμενο μέσω εικόνων, όπως και αρχαία εικονογραφικά τα συστήματα επικοινωνίας έκαναν. Επιπλέον, η γλώσσα emoji δεν είναι κάτι που μπορεί να διδαχθεί, μάλλον είναι αποκτάται με την πάροδο του χρόνου, μέσω της χρήσης και της κοινής χρήσης. Τα emoji έχουν εμφανιστεί ως μέσα ένδειξης ευφημισμού, σαρκασμού, υπαινιγμού και στοργής που προηγουμένως ήταν δύσκολο να μεταφερθούν μέσα σε ένα κείμενο και η οπτική τους φύση είναι μέρος της μεγαλύτερης παράδοσης της χρήσης εικόνων για τη μετάδοση νοήματος στη γραφή.

2.2 Παράγοντες Επιλογής Emoji

Υπάρχουν δύο είδη παραγόντων επιλογής. Κάποιοι τάσσονται υπέρ της κωδικοποίησης των emoji και άλλοι κατά. Αυτά παρατίθενται παρακάτω.

2.2.1 Παράγοντες Επιλογής για Ένταξη

Οι χαρακτηριστές emoji Unicode κωδικοποιήθηκαν αρχικά με βάση τη συμβατότητα. Πολλά emoji φαίνονται τυχαία ή είναι υπερβολικά συγκεκριμένα για την Ανατολική Ασία, επειδή το αρχικό σύνολο προήλθε από την Ιαπωνία. Σήμερα, υπάρχουν πρόσθετοι παράγοντες που λαμβάνει υπόψη η Υποεπιτροπή Emoji κατά την αξιολόγηση των προτάσεων. Κανένας από αυτούς τους παράγοντες από μόνος του

δεν καθορίζει την επιλεξιμότητα ή την προτεραιότητα: όλοι οι παράγοντες μαζί λαμβάνονται υπόψη.

A. Συμβατότητα.

Χρειάζονται αυτά για συμβατότητα με emoji που χρησιμοποιούνται συχνά σε δημοφιλή υπάρχοντα συστήματα, όπως το Snapchat, το Twitter ή το QQ;

Για παράδειγμα, πρόσωπο που γυρνάει τα μάτια. Για να είναι αυτός ένας θετικός παράγοντας, το προτεινόμενο emoji πρέπει επίσης να έχει στοιχεία χρήσης υψηλής συχνότητας σε αυτό το υπάρχον σύστημα. Επισημάνετε αυτό ως δ/υ εκτός και αν υπάρχουν επιτακτικά παραδείγματα.

B. Επίπεδο χρήσης.

Τα μέτρα που μπορούν να παρουσιαστούν ως αποδεικτικά στοιχεία περιλαμβάνουν τα ακόλουθα:

1. Συχνότητα.

Υπάρχει μεγάλη συχνότητα χρήσης;

Θα πρέπει να υπάρχει υψηλή χρήση παγκοσμίως. Θα πρέπει να υπάρχει απόδειξη συχνότητας παρακάτω:

Αναζήτηση Google, Αναζήτηση Bing, Αναζήτηση βίντεο Google, Google Trends: Αναζήτηση Ιστού, Google Trends: Αναζήτηση εικόνων

2. Πολλαπλές χρήσεις.

Το emoji έχει αξιοσημείωτες μεταφορικές αναφορές ή συμβολισμούς; Αυτό δεν περιλαμβάνει τα λογοπαίγνια.

Για παράδειγμα, μπορεί να παρέχονται αρχέτυπο, μεταφορική χρήση και συμβολισμός. Ο καρχαρίας δεν είναι απαραίτητα μόνο το ζώο, αλλά χρησιμοποιείται επίσης και για ένα κυνήγι, στο άλμα του καρχαρία, του δανεικού καρχαρία κ.λπ. ή «η αστυνομία». Οι λυγισμένοι δικέφαλοι χρησιμοποιούνται για να δηλώσουν τη δύναμη ή απλώς τον «αγκώνα».


3. Ανοίγοντας νέους δρόμους.



Αντιπροσωπεύει το emoji κάτι νέο και διαφορετικό;

Περισσότερο βάρος δίνεται στα emoji που μεταφέρουν έννοιες που δεν είναι απλώς παραλλαγές εννοιών που μεταφέρονται από υπάρχοντα emoji ή ακολουθίες υπάρχοντων emoji. Τα emoji είναι δομικά στοιχεία, σκεφτείτε πώς αυτός ο χαρακτήρας αντιπροσωπεύει μια συλλογή/ομάδα/οικογένεια αντί για μια πολύ συγκεκριμένη φυλή ή είδος. Για παράδειγμα, επειδή υπάρχει ήδη ένα emoji για σκούπα, ένα emoji για ηλεκτρική σκούπα δεν θα ανοίξει νέους δρόμους.

C. Διακριτικότητα.

Εξηγήστε πώς και γιατί το emoji αντιπροσωπεύει μια ξεχωριστή, οπτικά εικονική οντότητα.

Μια οπτικά εικονική οντότητα μπορεί να αναπαρασταθεί καθαρά από μια απόδοση σε στυλ emoji που είναι επαρκώς αναγνωρίσιμη. Οι εικόνες emoji είναι παραδείγματα, που αντιπροσωπεύουν σημασιολογικά μια κατηγορία οντοτήτων πολύ μεγαλύτερες από μια συγκεκριμένη εικόνα. Έτσι, μια κούπα μύρας  δεν αντιπροσωπεύει απλώς μια κούπα με ακριβώς το σχήμα που βλέπετε στην οθόνη, γεμάτη με μύρα ακριβώς αυτού του χρώματος, αλλά μάλλον μύρα γενικά. Ο όρος αναγνωρίσιμο σημαίνει ότι τα περισσότερα άτομα που είναι εξοικειωμένα με αυτήν την οντότητα θα πρέπει να είναι σε θέση να διακρίνουν ότι η αναπαράσταση προορίζεται να απεικονίσει ένα παράδειγμα αυτής της συγκεκριμένης οντότητας, χωρίς πρόγνωση. Η εικόνα που παρέχετε δεν θα χρησιμοποιηθεί σε προϊόντα, αλλά αντίθετα πρέπει να αποδείξει ότι το emoji είναι αρκετά διακριτό ώστε να είναι αναγνωρίσιμο σε τυπικά μεγέθη emoji, όπως 18×18 pixel σε οθόνες κινητών τηλεφώνων.

Ο όρος οντότητα περιλαμβάνει όχι μόνο συγκεκριμένα αντικείμενα, αλλά και πράξεις ή συναισθήματα. Ενέργειες ή δραστηριότητες μπορεί να αναπαρασταθούν με τη σύλληψη ενός ατόμου ή αντικειμένου στη μέση αυτής της ενέργειας. Έτσι, το  το άτομο που τρέχει αντιπροσωπεύει επίσης τη δράση του τρεξίματος και το  το πρόσωπο που κλαίει αντιπροσωπεύει επίσης το κλάμα. Τα συναισθήματα ή οι ψυχικές καταστάσεις μπορούν να αναπαρασταθούν από ένα πρόσωπο ή σώμα που εμφανίζει αυτό το συναίσθημα ή την κατάσταση. Έτσι, θυμωμένο πρόσωπο

αντιπροσωπεύει επίσης το να είσαι θυμωμένος ή θυμό. Μια αναπαράσταση μπορεί να χρησιμοποιεί ευρέως κατανοητά οπτικά στοιχεία τύπου "κόμικ", όπως ☹️ φούσκα σκέψης, γραμμές κίνησης όπως στο κουνώντας χέρι και κεφαλή ομιλίας ή άλλα σημαίνοντα όπως στο κοιμισμένο πρόσωπο.

D. Πληρότητα.

Καλύπτει το προτεινόμενο emoji ένα κενό στους υπάρχοντες τύπους emoji;

Στο Unicode 8.0, για παράδειγμα, προστέθηκαν πέντε emoji για να ολοκληρωθεί ο ζωδιακός κύκλος, συμπεριλαμβανομένου του σκορπιού. Αυτός ο παράγοντας έχει μικρό βάρος, σε σύγκριση με άλλους αντισταθμιστικούς παράγοντες, ιδιαίτερα χαμηλή αναμενόμενη συχνότητα. Ο στόχος είναι η εικονική αναπαράσταση μεγάλων κατηγοριών, όχι η πληρότητα με την έννοια της συμπλήρωσης των κατηγοριών ενός επιστημονικού ή ταξινομικού συστήματος. Οι προτάσεις δεν πρέπει να επιχειρούν να κάνουν διακρίσεις που είναι πολύ στενές. Για παράδειγμα, υπάρχει ένα emoji για την κορδέλα υπενθύμισης και δεν χρειάζονται πιο λεπτές διαβαθμίσεις χρώματος, όπως το μωβ.

2.2.2 Παράγοντες Επιλογής για Αποκλεισμό

A. Αιτήσεις ή «συχνές αιτήσεις».

Δεν συμπεριλαμβάνονται απλώς λίστες παραδειγμάτων από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ατόμων που ζητούν το emoji. Αυτά δεν είναι αρκετά αξιόπιστα δεδομένα για να είναι χρήσιμα και απλώς μειώνουν τη δύναμη της πρότασης. Ομοίως, οι αναφορές είναι αντιπαραγωγικές και δεν παίζουν κανένα ρόλο στην επιλογή emoji. Δεν θεωρούνται ως αποδεικτικά στοιχεία, καθώς παραμορφώνονται πολύ εύκολα:

- Οι αναφορές μπορεί να έχουν διπλότυπα. Τα αποτελέσματα θα μπορούσαν να αλλοιωθούν από την εμπορική ή την προώθηση ειδικού ενδιαφέροντος της αναφοράς. Για παράδειγμα, οι εμπορικές αιτήσεις για το taco emoji δεν έπαιζαν κανένα ρόλο στην επιλογή του. Το taco εγκρίθηκε με βάση στοιχεία στην πρότασή του, όχι με βάση τις αναφορές.

B. Υπερβολικά συγκεκριμένος.

Είναι ο προτεινόμενος χαρακτήρας υπερβολικά συγκεκριμένος;


Για παράδειγμα, το σουσι emoji αντιπροσωπεύει το σουσι γενικά, αν και οι εικόνες συχνά δείχνουν έναν συγκεκριμένο τύπο, όπως το maguro. Η προσθήκη saba, hamachi, sake, amaebi και άλλων θα ήταν υπερβολικά συγκεκριμένη.

Ένας περιορισμένος αριθμός emoji μπορεί να προστεθεί κάθε χρόνο. Έτσι, τα emoji που «ανοίγουν νέους δρόμους» ευνοούνται έντονα έναντι των emoji που είναι παραλλαγές άλλων. Επομένως, μια πρόταση για επιπλέον είδη κουκουβάγιας για παράδειγμα θα βαθμολογηθεί αρνητικά.

C. Ανοιχτού Τύπου.

Είναι μόνο ένα από τα πολλά emoji, χωρίς ιδιαίτερο λόγο να ευνοηθούν έναντι άλλων αυτού του τύπου emoji. Εάν προστεθεί αυτό το emoji, θα έχει ως αποτέλεσμα την ανάγκη προσθήκης άλλων παρόμοιων τύπων. Η προσθήκη ενός emoji είναι ο αποκλεισμός ενός άλλου.

D. Ήδη αντιπροσωπεύσιμο.

Μπορεί η έννοια να αναπαρασταθεί με άλλο emoji ή ακολουθία, ακόμα κι αν η εικόνα δεν είναι ακριβώς η ίδια. Για παράδειγμα, το πλύσιμο των χεριών μπορεί ήδη να αντιπροσωπεύεται από σταγονίδια νερού μαζί με σαπούνι και παλάμες. Ένα κτίριο που σχετίζεται με μια συγκεκριμένη θρησκεία μπορεί να αντιπροσωπεύεται από ένα  τόπο λατρείας emoji ακολουθούμενο από ένα από τα πολλά θρησκευτικά σύμβολα στο Unicode. Το Halloween θα μπορούσε να αντιπροσωπεύεται είτε με απλά jack-o-lantern, είτε με μια ακολουθία jack-o-lantern + φάντασμα.

E. Λογότυπα, μάρκες, άλλα δικαιώματα IP τρίτων, εικονίδια διεπαφής χρήστη, σήμανση, συγκεκριμένα άτομα, συγκεκριμένα κτίρια και ορόσημα, θεότητες.

Είναι οι εικόνες ακατάλληλες για κωδικοποίηση ως χαρακτήρες. Εικόνες όπως τα λογότυπα της εταιρείας ή εκείνες που δείχνουν τις επωνυμίες της εταιρείας ως μέρος

ή το σύνολο της εικόνας ή εικόνες προϊόντων που συνδέονται έντονα με μια συγκεκριμένη επωνυμία. Άλλες εικόνες ή σχέδια στα οποία τρίτα μέρη ενδέχεται να έχουν δικαιώματα, όπως εικόνες από έργα τέχνης μη δημόσιου τομέα, ταινίες, βιβλία κ.λπ. Εικονίδια διεπαφής χρήστη, όπως εικονίδια σχεδίασης υλικού, εικονίδια Winjs ή εικονίδια φοβερής γραμματοσειράς, τα οποία συχνά απορρίπτονται ή τροποποιούνται για να καλύψουν τις εξελισσόμενες ανάγκες διεπαφής χρήστη. Σήμανση όπως έξοδος-σήμανση. Λάβετε υπόψη ότι τα σύμβολα που χρησιμοποιούνται στη σήμανση ή στις διεπαφές χρήστη ενδέχεται να κωδικοποιούνται στο Unicode για λόγους που δεν συνδέονται με τη χρήση τους ως emoji. Συγκεκριμένοι άνθρωποι, είτε φανταστικοί, είτε ιστορικοί, ζωντανοί ή νεκροί. Συγκεκριμένα κτίρια, κατασκευές, ορόσημα ή άλλες τοποθεσίες, φανταστικές, ιστορικές ή σύγχρονες. Θεότητες.

F. Παροδικά Emoji.

Είναι πιθανό το αναμενόμενο επίπεδο χρήσης να συνεχιστεί στο μέλλον ή θα ήταν απλώς μια μόδα. Τα παροδικά ή μοντέρνα σύμβολα είναι κακοί υποψήφιοι για κωδικοποίηση.

G. Λανθασμένη σύγκριση.

Δικαιολογούνται οι προτάσεις κυρίως επειδή είναι παρόμοιες (ή πιο σημαντικές από) με τα υπάρχοντα emoji. Πολλά emoji προστέθηκαν μόνο για να υπάρχει συμβατότητα και δεν θα είχαν προστεθεί διαφορετικά. Η ύπαρξή τους δεν δικαιολογεί προτάσεις για emoji σαν κι αυτούς. Για παράδειγμα: Ο Πύργος του Τόκιο (ένα συγκεκριμένο κτίριο) δεν δικαιολογεί την προσθήκη του Πύργου του Άιφελ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3°

Emojis και Επικοινωνία

Η επικοινωνία είναι πολύπλοκη και η χρήση emoji μπορεί είτε να ξεκαθαρίσει είτε να μπερδέψει τον δέκτη, γιατί δηλώνουν παρουσία συναισθήματος αλλά απουσία ατόμου, λόγω της ψηφιακής τους φύσης. Επιπλέον, παραμένει ένα επίπεδο ερμηνείας, το emoji με χαμογελαστό πρόσωπο μπορεί να σημαίνει "Είμαι χαρούμενος" ή "Μου αρέσει αυτό", ανάλογα με το που εστιάζει το μήνυμα, τη σχέση μεταξύ των συνομιλητών και το πλαίσιο του μηνύματος. Το τεράστιο φάσμα πληροφοριών που προσφέρει ο κόσμος σήμερα μπορεί τώρα να συμπυκνωθεί και να γίνει συνοπτικό και σαφές μέσω της χρήσης οπτικοποιήσεων όπως emoticon και emoji. Όπως και με τις σπηλαιογραφίες, σφηνοειδή και άλλα εικονογραφικά γλωσσικά συστήματα ή άλλες οπτικές παραδόσεις πληροφοριών, όπως η τέχνη, η ερμηνεία και η κατανόηση παρέχουν ενδείξεις για το νόημα και την πρόθεση του συγγραφέα, καθώς και συναισθήματα. Υπογραμμίζει επίσης ότι τα emoji δεν είναι μια νέα γλώσσα, αποκλειστικά για τη χρήση της από νεότερες γενιές, αλλά ότι αντιπροσωπεύουν μια επιστροφή στη χρήση της οπτικοποίησης, και συνεπώς στην κωδικοποίηση των πληροφοριών. (Dresner and Herring, 2010)

Μια περαιτέρω πολύτιμη πτυχή των emoji είναι ότι μπορεί να είναι καθολικής φύσης και, επομένως, μπορούν ενδεχομένως να χρησιμοποιηθούν άτομα να επικοινωνούν ακόμα κι αν δεν μοιράζονται μια κοινή λεκτική γλώσσα, καθώς παρέχουν υποδείξεις ως προς την πρόθεση και τόνο. Για παράδειγμα, εάν μια επιστολή ληφθεί υπόψη ως προς τον τόνο, είναι προφανές ότι ο συγγραφέας είναι ευδιάθετος και τρέφει θερμά συναισθήματα προς τον παραλήπτη. Αυτό υποδηλώνει και πάλι ότι τα emojis, αντί να είναι καινούργια γλώσσα, είναι στην πραγματικότητα μια παλιά γλώσσα που έχει προσαρμοστεί στις εξελίξεις της τεχνολογίας των επικοινωνιών και μπορεί να προσφέρει πιο καθολικούς τρόπους επικοινωνίας από οποιοδήποτε αλφαβητικό γλωσσικό σύστημα. Αυτό έχει αναγνωριστεί με νέα δίκτυα και ολοένα και πιο δημιουργική χρήση των Emojis. (Alshenqeeti 2016)

Ένα νέο δίκτυο γραπτών μηνυμάτων για κινητά που ονομάζεται emoji κυκλοφόρησε το 2014, το οποίο επιτρέπει στους χρήστες να χρησιμοποιούν emojis αποκλειστικά

για επικοινωνία. Αν και απορρίπτεται από ορισμένους ως μόδα, η ύπαρξή του υποδηλώνει ότι αναγνωρίζει τη φυσική μορφή του επικοινωνία για τον άνθρωπο. Σίγουρα ως είδος, οι άνθρωποι έχουν επικοινωνήσει με εικόνες πολύ περισσότερο από ό,τι έχουμε με τις λέξεις, χρησιμοποιώντας εικονίδια, εικονογράμματα και άλλες οπτικές μορφές, με αφίσες, σύμβολα και άλλα οπτικά μέσα που παρέχουν το μεγαλύτερο μέρος της μαζικής επικοινωνίας μέχρι την εφεύρεση του τυπογραφείου. Όλα αυτά παρέχουν μια σαφή γενεαλογία για την ευρεία απήχηση και την ταχεία υιοθέτηση των emoji. Η σύγκριση emoji με μερικά από τα πρώτα συστήματα οπτικής επικοινωνίας υπογραμμίζουν αυτή την άποψη.

Τα emoji, όπως φαίνεται από τον παραπάνω ορισμό, είναι ουσιαστικά «μη λεκτικά υποκατάστατα» για εκφράσεις προσώπου στο διαδίκτυο, καθώς το στοιχείο αυτό απουσιάζει παντελώς στη συγκεκριμένη περίπτωση της επικοινωνίας. Μάλιστα, έχει αποδειχθεί ότι οι χρήστες τα χρησιμοποιούν πιο συνειδητά τα emoji στις συνομιλίες τους σε σύγκριση με τη μη λεκτική συμπεριφορά όπου εκδηλώνονται σε «αυθεντικές» επικοινωνιακές καταστάσεις, υποδηλώνοντας ότι υπάρχει περισσότερος έλεγχος από τον συντάκτη του μηνύματος για το μήνυμά που επιθυμεί να μεταφέρει.

Η μαντική φράση είναι μια κοινωνική φράση που περιλαμβάνει κοινωνικά κίνητρα. Μάλιστα, οι απεικονίσεις των προσώπων μας επηρεάζονται από κοινωνικούς και συναισθηματικούς παράγοντες. Ίδιο, επομένως, όταν οι χρήστες επικοινωνούν διαδικτυακά, θα επηρεαστούν από τα κοινωνικά. Κίνητρα κατά την εισαγωγή emoji στα email τους. Πιο συγκεκριμένα, η χρήση emoji υποδηλώνει ότι οι χρήστες θέλουν. Εκφράστε οποιοδήποτε συναίσθημα (χαρά, λύπη, σαρκασμό), ενισχύστε τη λεκτική έκφραση. Στείλτε πληροφορίες μηνυμάτων, χρησιμοποιήστε κατάλληλα emoji για να εκφράσετε υποστήριξη με στυλ και εκφράστε χιούμορ ή σαρκαστικά σχόλια.

3.1 Emoji στη γραπτή επικοινωνία

Τα emoji είναι γραφικά σύμβολα που μπορούν να αντιπροσωπεύουν μια μυριάδα εννοιών (π.χ. εκφράσεις προσώπου, συναισθήματα, δραστηριότητες). Τα άτομα τείνουν να έχουν θετική στάση απέναντι στα emoji (π.χ., τα μηνύματα με emoji

θεωρούνται πιο παιχνιδιάρικα, υποστηρίζουν διαφορετικές προθέσεις για χρήση και χρήση emoji όταν θέλουν να κάνουν πιο εμφανείς τις προθέσεις τους, να εκφράσουν συναισθήματα ή να αποσαφηνίσουν ένα. Ο Sampietro αποκάλυψε μέσω μιας έρευνας ότι τα emoji χρησιμοποιήθηκαν με τρεις κύριους σκοπούς. Πρώτον, για να ενισχύσει ένα θετικό μήνυμα ή για να ελαφρύνει ένα αρνητικό μήνυμα. Δεύτερον, να ανοίξει μια νέα συνομιλία ανεπίσημα και χαρούμενα ή να κλείσει την αλληλεπίδραση με θετικό τόνο. Τρίτον, να προσαρμόσει το στυλ γραφής στο είδος του λόγου και στη σχέση μεταξύ των συνομιλητών. (Sampietro 2019)

Η χρήση emoji φαίνεται να εξαρτάται από τη σχέση μεταξύ των συνομιλητών. Για παράδειγμα, τα άτομα τείνουν να χρησιμοποιούν emoji πιο συχνά όταν επικοινωνούν με πιο στενούς τους ανθρώπους (π.χ. ρομαντικό σύντροφο, φίλο) και αντιλαμβανόμαστε ότι η χρήση emoji είναι ανεπαρκής όταν επικοινωνούν με ανθρώπους που δεν υπάρχει άνεση (π.χ. επιβλέπων, καθηγητής). Στις διαπροσωπικές σχέσεις, τα emoji μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να εξυπηρετήσουν διαφορετικές λειτουργίες και με διαφορετικές προθέσεις. Για παράδειγμα, τα άτομα τείνουν να επιλέγουν διαφορετικά emoji όταν επικοινωνούν με τους φίλους τους τους ρομαντικούς συντρόφους και τους σεξουαλικούς συντρόφους. Ωστόσο, η ερμηνεία και η ακαταλληλότητα των emoji φαίνεται να διαφέρουν ανάλογα με το πλαίσιο στο οποίο χρησιμοποιούνται. Ορισμένα emoji μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως άμεση (π.χ. γέλιο κυριολεκτικά) ή έμμεση (π.χ. γέλιο με σκωπτικό τρόπο) αντίδραση σε ένα σχόλιο. Επίσης, οι Kelly και Watts (2015) υποστήριξαν ότι ένα συγκεκριμένο emoji μπορεί να ερμηνευτεί διαφορετικά ανάλογα με τα συμφραζόμενα χαρακτηριστικά (π.χ. ξένος, φιλία, ρομαντικός σύντροφος). Το Emoji μπορεί να είχε σκοπό να διευκρινίσει συνοπτικά τους συνειρμούς στο διαδίκτυο επικοινωνιών, αλλά σήμερα παίζουν μεγαλύτερο ρόλο στις ψηφιακές επικοινωνίες. Το emoji μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως σημεία στίξης, ως έμφαση, ως αντικατάσταση για αρκετές λέξεις ή να αντικαταστήσει τις λέξεις εντελώς (Scall) Αυτό μπορεί να είναι ιδιαίτερα σημαντικό κατά την εξέταση του σχηματισμού σχέσης, καθώς το νόημα που μεταδίδεται από ένα συγκεκριμένο emoji δεν είναι πάντα συναινετικό. (Kelly and Watts, 2015)

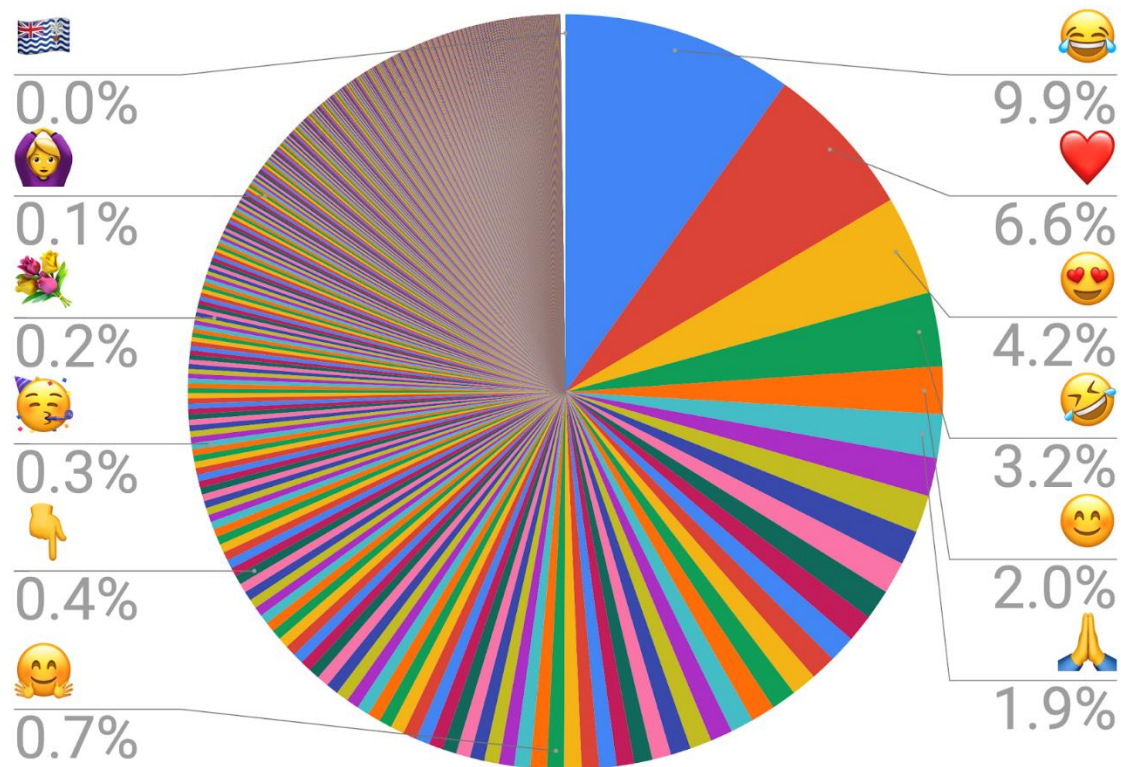
3.2 Emojis ως μη λεκτική επικοινωνία

Ο προφορικός λόγος, σε οποιαδήποτε γλώσσα, εκδίδεται σχεδόν πάντα με συναισθηματικές ή σωματικές ενδείξεις, είτε πρόκειται για τόνο φωνής, χειρονομίες των χεριών ή των ματιών και άλλα οπτικά στοιχεία. Σε ψηφιακό πλαίσιο, αυτά δεν υπάρχουν. Τα emoji κλείνουν αυτό το κενό σε ένα δημιουργικό και εξαιρετικά οπτικό πεδίο και διασφαλίζουν ότι οι σκέψεις και τα συναισθήματα των συγγραφέων εκφράζονται με συνοπτικό και διασκεδαστικό τρόπο. Δεδομένου ότι πολλές εκφράσεις του προσώπου είναι καθολικές, αυτό υπογραμμίζει επίσης την πιθανή καθολικότητα της γλώσσας του emoji. Στην πραγματικότητα, λειτουργούν ως μη λεκτικά υποκατάστατα, λέγοντας στον αναγνώστη του μηνύματος ποια είναι η έκφραση στο πρόσωπο του συγγραφέα, και την παροχή πρόσθετων κοινωνικών ενδείξεων για την υποστήριξη της κατανόησης του μηνύματος. (Azuma, 2012).

Η φυσική γλώσσα σπάνια συνοδεύεται από ομιλία χωρίς συναισθηματικό πλαίσιο ή σωματικές χειρονομίες, γεγονός που την καθιστά πολυτροπική. Τα emoji βοηθούν τους συγγραφείς να μεταφέρουν τις σκέψεις και τα συναισθήματα ψηφιακά, καλύπτοντας το κενό για τις εκφράσεις του προσώπου που ενισχύουν τη προφορική επικοινωνία. Ο Charles Darwin, ο διάσημος ανθρωπολόγος, διαπίστωσε ότι οι εκφράσεις του προσώπου που υποδηλώνουν συναίσθημα είναι καθολικές, δεν μαθαίνονται διαφορετικά σε κάθε πολιτισμό. Κατέληξε στο συμπέρασμα ότι όλοι οι άνθρωποι είναι ανατομικά όμοιοι και χρησιμοποιούν το δικό τους μύες παρομοίως για να εκφράσουν συναισθήματα.

Οι μη λεκτικές ενδείξεις και τα σήματα συναισθήματος είναι ένα διαπολιτισμικό χαρακτηριστικό της ανθρώπινης αλληλεπίδρασης και επικοινωνίας, με την ικανότητα παραγωγής και ανίχνευσης αυτών των σημάτων που είναι αναγκαστικά ριζωμένη στην εξελικτική μας κληρονομιά ως κοινωνικό είδος. Επειδή η επικοινωνία που βασίζεται σε κείμενο μπορεί να μην έχει πολλές από τις πληροφορίες που βρίσκονται στις πρόσωπο με πρόσωπο αλληλεπιδράσεις προάγουν τη συναισθηματική έκφραση και την ουσιαστική επικοινωνία. Τα χαρακτηριστικά των emoji (π.χ. χρώματα, σχήματα, ενέργειες, πρόσωπα) μπορεί να επιτρέψουν σε όσους επικοινωνούν να εκφράσουν εύκολα το συναίσθημα. (Gesselman)

Στη συνέχεια, είναι συχνά κοινές εκφράσεις του προσώπου και τα emoji που τα αντιπροσωπεύουν μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την καθολική επικοινωνία των συναισθημάτων. Αυτή η παγκόσμια κατανόηση των εικονογραφικών αναπαραστάσεων των συναισθημάτων μπορεί έτσι ξεκάθαρα να συμβάλει στην αποτελεσματική διαπολιτισμική επικοινωνία. Αυτός είναι ένας περαιτέρω παραλληλισμός με το αιγυπτιακό ιερογλυφικό σύστημα που έγινε κατανοητό σε όλους τους τομείς που ελέγχονται από τους Φαραώ, ανεξάρτητα από την κοινωνική τους θέση. Από αυτή την άποψη, η καθολικότητα των emoji αξιολογήθηκε από τη Unicode και το παρακάτω σχήμα δείχνει τη χρήση και τη συχνότητα αυτών των εικονιδίων σε ένα ευρύ φάσμα. Έτσι επιλέγει η Unicode ποιο νέο emoji θα προσθέσει. Ένας σημαντικός παράγοντας είναι τα δεδομένα σχετικά με το πόσο συχνά χρησιμοποιούνται τα τρέχοντα emoji. Τα μοτίβα χρήσης βοηθούν στη λήψη αποφάσεων σχετικά με μελλοντικά emoji. Η Unicode εργάζεται για τη συγκέντρωση πληροφοριών σχετικά με το πόσο συχνά χρησιμοποιούνται διάφορα emoji και καθιστά αυτά τα δεδομένα διαθέσιμα στο κοινό. (Unicode)



Τα πιο συχνά Emoji (Unicode 2019)

Αναγνωρίζοντας αυτή την ανάπτυξη και τις δυνατότητες των emoji ως γλωσσικής μορφής, οι Azuma και Maurer (2007) εξέτασε εάν αυτή η αυξημένη χρήση emojis σήμαινε μια νέα ή μια βοηθητική γλώσσα για την ψηφιακή επικοινωνία. Τα ευρήματά τους έδειξαν ότι τα emoji θα εξελιχθούν σε μια παγκόσμια συμβολική γλώσσα και σίγουρα το αυξανόμενο εύρος των emoji και η συχνότητα χρήσης τους φαίνεται να επιβεβαιώνουν αυτήν την άποψη. Ένας από τους λόγους για τη δημοτικότητα αυτών των μικρών συμβόλων είναι η ικανότητά τους να εκφράζουν τη συναισθηματική πολυπλοκότητα με λίγα λόγια και δημιουργικό τρόπο, που δεν μπορεί να αποδοθεί με προφορική γλώσσα, ειδικά στη γραπτή μορφή ως κλίση, τόνος και ρυθμός.

Αυτό υποδηλώνει, όπως σημειώνει ο Crystal ότι τα emoji, και πράγματι η γλώσσα κειμένου δεν είναι μεταβιβάζουσα γλώσσα, αλλά ενισχύοντας μάλλον τόσο τον γραμματισμό όσο και τη συναισθηματική έκφραση καθώς και καταδεικνύοντας την εξέλιξη της γλώσσας ως ζωντανή οντότητα που ανταποκρίνεται στην κοινωνική και πολιτισμική αλλαγή. Επομένως, για τους millennials, τα emoji και η γλώσσα κειμένου μπορούν να θεωρηθούν ως νέα μορφή γραφής, η άνοδος των αναρτήσεων ιστολογίου, των tweets και των άμεσα διαθέσιμων πληροφοριών σε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι μια απεικόνιση του πόσο διαδεδομένη έχει γίνει αυτή η γλωσσική μορφή. Αυτά τα νέα είδη γραφής προκαλούν το status quo των παραδοσιακών λογοτεχνικών συνθέσεων και αυτό μπορεί να είναι μία από τις αιτίες ανησυχίας για τους παραδοσιακούς. (Crystal, 2008). Ωστόσο, όπως ήδη αναφέρθηκε η γλώσσα δεν είναι στάσιμη, εξελίσσεται με την κοινωνία και υπάρχουν νέες μορφές και ορολογίες εμφανίζονται συνεχώς και τα emoji είναι απλώς μια άλλη πτυχή αυτού. Η απομάκρυνση από τους περιορισμούς που το σύστημα του αλφαβήτου τοποθετεί στη δημιουργική έκφραση, οι millennials χρησιμοποιούν emojis ως κοινωνικό-συναισθηματική επικοινωνία, προσφέροντας νέα επίπεδα κατανόηση και έκφραση σε οπτική και όχι ορθογραφική μορφή. Επιστρέφοντας πάλι στους παραλληλισμούς και στις συνδέσεις μεταξύ ιερογλυφικών ή κινεζικών χαρακτήρων, αυτά μπορεί να σημαίνουν διαφορετικά πράγματα ανάλογα με τους χαρακτήρες ή τα εικονογράμματα στο συμβολισμό. Αυτό είναι το ίδιο για τα emoji και δείχνει πώς υπογραμμίζουν τον τόνο και το νόημα ως νέα έκδοση μιας παλιάς γλώσσας και μορφής επικοινωνίας (Brisson, 2015). Αυτό στο οποίο οδηγεί είναι να εξετάσουμε πώς τα emojis μπορούν είτε να αντικαταστήσουν είτε να βελτιώσουν τη γλώσσα.

3.3 Τα emojis ως μορφή γλώσσας

Όπως έχει ήδη σημειωθεί, στο γραπτό κείμενο λείπουν μη λεκτικά στοιχεία και τα emoji μπορούν να τα παρέχουν. Ωστόσο, υπάρχει ένα επιχείρημα, λένε ότι ο ρόλος αυτών των εικαστικών εικονιδίων δεν ενσωματώνει πραγματικά γλωσσικά χαρακτηριστικά καθώς δεν περιέχουν γράμματα. Στην πραγματικότητα, εάν τα emoji δεν έχουν άμεση σύμβαση και σύνδεση με μία γλώσσα όπως της αγγλικής για παράδειγμα, μπορούν πραγματικά να θεωρηθούν ως γλώσσα;. Η απάντηση σε αυτό βρίσκεται στο γεγονός ότι ο χρήστης ενός emoji πρέπει έχουν κάποια κατανόηση των κανόνων της αγγλικής γλώσσας, όσον αφορά τον τόνο και την κοινωνικοπολιτισμική/πραγματική πρόθεση, προκειμένου να καθορίστε ποια emojis ανταποκρίνονται καλύτερα στο επιθυμητό πλαίσιο και την πρόθεσή τους. Από αυτή την άποψη, οι συμβάσεις της θεωρίας του λόγου ακόμα εφαρμόζονται, υποδηλώνοντας ότι υπάρχει μια γλωσσική βάση για τα emoji. Επιπλέον, τα emoji μπορούν να θεωρηθούν παρόμοια με λογογραφήματα, καθώς μπορεί να είναι αντιπροσωπευτικά ενός μοναδικού μορφώματος ή λέξης, αλλά μια εικόνα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να υποδείξει πολλαπλές συναισθηματικές αντιδράσεις. Ως τέτοιες είναι μια γλώσσα, αλλά μια με καθολικές έννοιες (Brisson, 2015) και ως εκ τούτου έχουν ευρύτερη δυνατότητα κατανόησης μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών.

Ταυτόχρονα, η θεωρία της πράξης του λόγου υποδεικνύει ότι οι πράξεις ομιλίας δεν είναι απλώς επικοινωνιακές πράξεις αλλά και ενδεικτικές της κατάστασης, τα συναισθήματα του ομιλητή και του ακροατή. Τα emoji μπορούν να παίζουν ρόλο ως μη λεκτικοί δείκτες στο συναισθηματικό πλαίσιο ενός μηνύματος, που λειτουργεί ως γέφυρα μεταξύ λεκτικών και γραπτών πράξεων ομιλίας (Dresner and Herring, 2014). Όπως δείχνει και η έρευνα του Arafah μεμονωμένοι χρήστες εκφράζουν σκέψεις και συναισθήματα μέσα από το emoji. Αυτό που υποδηλώνει είναι ότι στο μέλλον τα emoji είναι πιθανό να είναι πιο συνηθισμένα από τα προφορικά κείμενα και ακόμη και τα email. Αυτό τονίζεται από τη «λέξη της χρονιάς» του Oxford English Dictionary στο οποίο κέρδισε emoji το 2015. Από αυτή την άποψη, τα emojis είναι ξεκάθαρα μια γλωσσική μορφή, η οποία όμως σχετίζεται με παλαιότερες, πιο νατουραλιστικές μορφές επικοινωνίας από τη γραπτή λέξη, που στην πραγματικότητα χώριζε αυτούς που ήξεραν ανάγνωση και γραφή, από αυτούς που δεν μπορούσαν. Τα

emoji, ως γλώσσα έχουν ανοίξει ξανά αυτό το καπάκι, υπογραμμίζοντας ότι είναι μια παλιά, ανανεωμένη μορφή γλώσσας Lucas (2016).

Πράγματι, τα emoji προσφέρουν νέες δυνατότητες όσον αφορά την επικοινωνία. Η εφαρμογή τους ως σύστημα κωδικών που μπορεί συμπληρώνουν και αυξάνουν τον τόνο και το οπτικό λεξιλόγιο των μηνυμάτων κειμένου είναι πιθανό να είναι συνεχές και απεριόριστο. Σε αντίθεση με ένα τυπικό αλφαβητικό σύστημα, το οποίο γενικά ξεκινά με ένα σημαίνον (για παράδειγμα περιγράφοντας ένα αντικείμενο όπως π.χ. "σπίτι") για να υπονοήσει ένα σημεινόμενο αντικείμενο (ένα συγκεκριμένο σπίτι), τα emoji προσφέρουν τη δυνατότητα να μοιραστούν μια καθορισμένη εικόνα που υπονοεί σύνδεση με το σπίτι, πώς νιώθουν γι 'αυτό και τι σημαίνει στο μήνυμα, με ένα ή δύο εικονογραφικά αναπαραστάσεις, παρά μακροσκελής εξήγησης. Από αυτή την άποψη, ενισχύουν τον γραπτό λόγο αντί να τον αντικαθιστούν πλήρως. Επιπλέον, τα emoji μπορούν να ομαδοποιηθούν για να αυξηθεί η έμφαση και δημιουργούν απαντήσεις μεγαλύτερης δημιουργικότητας και φαντασίας από τις λέξεις μόνο. Ως εκ τούτου, επιδεικνύουν τη σύνδεσή τους με προηγούμενες γλωσσικές μορφές, αλλά με πιο εξελιγμένο, τεχνολογικά κωδικοποιημένο τρόπο (Brisson, 2015).

Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένες γενικεύσεις σχετικά με τη χρήση των emojis ως γλώσσα με την υπόθεση ότι τα χρησιμοποιούν οι γυναίκες τους περισσότερους από τους άνδρες και οι άνδρες είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιούν σαρκαστικά emojis. Καθώς υπάρχουν και αντιλήψεις για η χρήση τους ως θετική ή αρνητική που εξαρτάται από τη γενιά. Αυτές οι διαφορές δείχνουν ότι τα emoji μπορεί να χρησιμοποιούνται με διαφορετικούς τρόπους και να παίρνουν διαφορετικές σημασίες, αλλά δεν εξετάζετε εάν οι άνθρωποι συμφωνούν σχετικά με την έννοια ενός emoji σε μια δεδομένη περίπτωση χρήσης. (Miller). Ωστόσο, όταν εξετάζουμε το μέλλον της γλώσσας, είτε τα emoji είναι μια νέα γλωσσική μορφή, είναι επίσης σαφές ότι από τους millennials και μετά δεσμεύονται λιγότερο από κανόνες από τις προηγούμενες γενιές, και είναι πιο πιθανό να περιλαμβάνουν emoji στα κείμενά τους, ακόμη και στα email εργασίας τους. Μήπως αυτό ενισχύει την έννοια των emoji ως μια νέα γλωσσική μορφή ή απλώς αναγνωρίζει την εξελικτική φύση της γλώσσας και την επιθυμία για οπτικές πληροφορίες αυτό είναι μέρος της ανθρώπινης κατάστασης;

Η χρήση των emoji από τα μέσα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γίνεται ολοένα και πιο κοινή τα τελευταία χρόνια. Τα emoji είναι μικρές ψηφιακές εικόνες ή εικονίδια

που χρησιμοποιούνται για να μεταφέρουν συναισθήματα, ιδέες και έννοιες με οπτικό τρόπο. Έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της διαδικτυακής επικοινωνίας και πολλοί άνθρωποι τα χρησιμοποιούν στις αναρτήσεις, τα μηνύματα και τα σχόλιά τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Τα μέσα ενημέρωσης έχουν προσθέσει στην καθημερινότητα τους τη χρήση των emojis ως έναν τρόπο για να αλληλοεπιδράσουν με το κοινό τους και να μεταδώσουν το μήνυμά τους με πιο αξιόπιστο και προσιτό τρόπο. Τα emojis μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να προσθέσουν χιούμορ, να εκφράσουν εν συναίσθηση και να δημιουργήσουν έναν πιο συνομιλητικό τόνο στις αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Είναι επίσης χρήσιμα στη μετάδοση σύνθετων ιδεών και συναισθημάτων με απλό και συνοπτικό τρόπο.

Ωστόσο, η χρήση emojis στα μέσα μπορεί επίσης να είναι προβληματική. Τα emoji μπορεί να είναι διφορούμενα και η σημασία τους μπορεί να παρερμηνευθεί, οδηγώντας σε παρεξηγήσεις και κακή επικοινωνία. Η χρήση emojis σε άρθρα ειδήσεων και άλλα σοβαρά μέσα μπορεί επίσης να θεωρηθεί ως αντιεπαγγελματική ή ακατάλληλη. (Miller, Kluver, Thebault-Spieker, Terveen, Hecht, (2017))

ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4°

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Στόχος της έρευνας

Μετά από μια εκτενή ανασκόπηση της σχετικής βιβλιογραφίας, έγινε φανερό ότι η ενσωμάτωση ενός θεωρητικού πλαισίου στην ερευνητική διαδικασία ήταν απαραίτητη προκειμένου να διερευνηθεί και να κατανοηθεί πλήρως η χρήση των emojis στη σφαίρα της επικοινωνίας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Στο σημερινό διαρκώς εξελισσόμενο ψηφιακό τοπίο, η κατανόηση της σημασίας και της λειτουργίας των emoji στην επικοινωνία έχει καταστεί πρωταρχικής σημασίας. Καθώς το Διαδίκτυο συνεχίζει να διαμορφώνει και να επαναπροσδιορίζει τις αλληλεπιδράσεις μας, τα emoji έχουν ενσωματωθεί απρόσκοπτα στις διαδικτυακές

μας συνομιλίες, επηρεάζοντας βαθιά και αλλάζοντας τον τρόπο με τον οποίο μεταφέρουμε και εκφράζουμε τα συναισθήματά μας.

Το εάν τα emoji είναι αποτελεσματικά εξαρτάται από το πλαίσιο και τη σχέση μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών. Για περιστασιακές συνομιλίες, τα emoji μπορούν να βελτιώσουν την κατανόηση προσθέτοντας συναισθηματικό πλαίσιο που μπορεί να λείπει μόνο από το κείμενο. Μας δίνουν τη δυνατότητα να μεταφέρουμε σαρκασμό, χιούμορ ή εν συναίσθηση, γεφυρώνοντας το χάσμα μεταξύ της επικοινωνίας πρόσωπο με πρόσωπο και των περιορισμών του ψηφιακού κειμένου. Καθώς οι εκφράσεις του προσώπου που υποδηλώνουν συναίσθημα είναι καθολικές, δεν μαθαίνονται διαφορετικά σε κάθε πολιτισμό και οι άνθρωποι είναι ανατομικά όμοιοι και χρησιμοποιούν το δικό τους μύες παρομοίως για να εκφράσουν συναισθήματα. (Darwin) Ωστόσο, σε επίσημα ή επαγγελματικά πλαίσια, η υπερβολική χρήση ή και η απλή χρήση emoji μπορεί να υπονομεύσει τη σοβαρότητα του λόγου.

Η προσωπική χρήση emoji ρίχνει φως στο στύλ επικοινωνίας και τη συναισθηματική εκφραστικότητα ενός ατόμου. Κάποιοι μπορεί να ενστερνιστούν τα emoji ως φυσική επέκταση της έκφρασής τους, ενώ άλλοι μπορεί να τα εκλάβουν ως επιτόλαια ή αντιεπαγγελματικά. Η συχνότητα χρήσης τους υποδηλώνει άνεση με την ψηφιακή επικοινωνία, τον τεχνολογικό γραμματισμό και την προσαρμοστικότητα σε εξελισσόμενους τρόπους έκφρασης. Στην ουσία, δρουν ως μη λεκτικοί παράγοντες, μεταφέροντας στο άτομο που διαβάζει το μήνυμα την έκφραση του συγγραφέα και παρέχοντας κοινωνικές ενδείξεις για την κατανόηση του μηνύματος. (Azuma, 2012).

Η διερεύνηση της αποτελεσματικότητας και της προσωπικής χρήσης των emojis είναι απαραίτητη για την αποκωδικοποίηση των περίπλοκων στρωμάτων της σύγχρονης επικοινωνίας. Κατανοώντας τον αντίκτυπό τους, μπορούμε να πλοηγηθούμε πιο επιδέξια στις ψηφιακές συνομιλίες, προσαρμόζοντας την προσέγγισή μας ώστε να ευθυγραμμιστεί με τους κοινωνικούς κανόνες, τα πολιτισμικά πλαίσια και τη φύση της ανταλλαγής. Όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω τα emojis δεν είναι μια νέα γλώσσα που χρησιμοποιείται μόνο από τη νέα γενιά, αλλά μια επιστροφή στην οπτικοποίηση και επομένως στην κωδικοποίηση των πληροφοριών. (Dresner and Herring, 2010) Είτε κάποιος χρησιμοποιεί τα emoji με φειδώ είτε αφετηρία, η αναγνώριση της επιρροής τους βοηθά στην προώθηση της ουσιαστικότερης και αποτελεσματικότερης επικοινωνίας σε έναν όλο και πιο ψηφιακό κόσμο.

4.1 Συμμετέχοντες

Στην έρευνα συμμετείχαν συνολικά πενήντα άτομα ηλικίας 18+. Από το συνολικό δείγμα τα 30 άτομα ήταν γυναίκες, τα 19 ήταν άντρες και ένα απροσδιόριστο. Βασικό κριτήριο για την επιλογή του δείγματος αποτέλεσε η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και γνώση των emoji. Τα άτομα διαφοροποιούνταν μεταξύ τους ως προς την ηλικία τους, το εκπαιδευτικό τους επίπεδο αλλά ανεξαιρέτως ήταν όλοι γνώριζαν τι είναι τα emoji.

4.2 Μεθοδολογία

Το κεφάλαιο αυτό επιδιώκει να παρουσιάσει τις μεθοδολογικές επιλογές και τις ερευνητικές μεθόδους που επιλέχθηκαν λαμβάνοντας υπόψη το θέμα της παρούσας διατριβής. Ανάλογα με τους ερευνητικούς στόχους που παρουσιάζονται και τα ερευνητικά ερωτήματα που διατυπώνονται καθορίστηκαν η επιλογή του δείγματος, οι μέθοδοι συλλογής δεδομένων και οι μέθοδοι ανάλυσης του υλικού.

Ως μέθοδος επιλογής χρησιμοποιήθηκαν ποσοτικές μέθοδοι. Οι ποσοτικές έρευνες μετρούν πόσοι άνθρωποι επιλέγουν μια συγκεκριμένη γνώμη ή θέση μέσω αντικειμενικής μέτρησης και αριθμητικής ανάλυσης. Η ποσοτική ανάλυση στοχεύει στον έλεγχο υποθέσεων με αριθμητικά δεδομένα. Χρησιμοποιήθηκαν τυχαία δείγματα επειδή είναι τα πλέον κατάλληλα για εμπειρική επιστημονική έρευνα. Αυτό συμβαίνει επειδή το δείγμα είναι αντιπροσωπευτικό και οι νόμοι των πιθανοτήτων μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να συμπεράνουμε από το δείγμα στον πληθυσμό. (Παπαγεωργίου Γ.)

Υπάρχουν διαφορετικά είδη ποσοτικών μεθόδων. Αρχικά είναι η πειραματική όπου γίνεται έλεγχος συνθηκών, η δειγματολογική όπου γίνεται συλλογή δεδομένων μέσω κλειστών κατά κύριο λόγο ερωτηματολογίων. Είναι η δευτερογενής έρευνα με εξαγωγή πληροφοριών μέσω των υπαρχόντων δεδομένων που συλλέγονται από στατιστικές υπηρεσίες, κυβερνητικές υπηρεσίες, ερευνητικά κέντρα, ιστορικές πηγές, ακόμη και πανεπιστήμια. Τέλος, υπάρχει η ανάλυση περιεχομένου, όπου αναλύονται

τα έγγραφα κειμένου, το περιεχόμενο ποσοτικοποιείται και τοποθετείται σε συγκεκριμένες κατηγορίες μέσω ενός συστήματος ταξινόμησης. (Cears)

4.3 Συλλογή δεδομένων

Για τη συλλογή των δεδομένων επιλέχθηκε ως βασική τεχνική, η δειγματοληπτική τεχνική. Η τεχνική δειγματοληψίας είναι ένα σύνολο από δεδομένων προς συλλογή λαμβάνοντας υπόψη δεδομένα από υποομάδες από όλες τις πιθανές καταστάσεις. Οι ερευνητές που εφαρμόζουν ποσοτικές μεθόδους προσπαθούν να ανακαλύψουν κάτι για μια μεγάλη ομάδα ανθρώπων μέσω της μελέτης μιας πολύ μικρότερης ομάδας. Η μεγαλύτερη ομάδα, την οποία θέλουν να ερευνήσουν ονομάζεται πληθυσμός και η μικρότερη ομάδα και η μικρότερη ομάδα δηλαδή η τελική τους μελέτη ονομάζεται δείγμα.

Λίγο πιο αναλυτικά ο πληθυσμός είναι σαν μια μεγάλη ομάδα πραγμάτων που θέλουμε να μελετήσουμε. Ένα δείγμα είναι μια μικρότερη ομάδα που επιλέγουμε από τη μεγάλη ομάδα για μελέτη. Δεν είναι πάντα δυνατό ή πρακτικό να μελετήσουμε ολόκληρη τη μεγάλη ομάδα, επομένως επιλέγουμε μια μικρότερη ομάδα για να εξοικονομήσουμε χρόνο και χρήμα. Το δείγμα αναφέρεται σε μια περιορισμένη ομάδα ατόμων που επιλέγεται από έναν μεγαλύτερο πληθυσμό με σκοπό τη μελέτη των χαρακτηριστικών του. Η διεξαγωγή μεμονωμένων μελετών για κάθε αντικείμενο εντός ενός γεωγραφικού πληθυσμού θεωρείται η πιο αποτελεσματική προσέγγιση για την απόκτηση γνώσεων σχετικά με τις ιδιότητές του. Ωστόσο, σπάνια είναι εφικτή ή οικονομικά αποδοτική η συλλογή δεδομένων ή η συλλογή πληροφοριών από ολόκληρο τον πληθυσμό. Επομένως, ένα τμήμα, γνωστό και ως δείγμα, επιλέγεται για να αντιπροσωπεύει τον πληθυσμό προκειμένου να εξοικονομηθούν πόροι, συμπεριλαμβανομένου χρόνου, χρημάτων και προσπάθειας, ειδικά όταν η διεξαγωγή ολοκληρωμένων μετρήσεων ή αξιολογήσεων σε ολόκληρο τον πληθυσμό είναι ανέφικτη ή μη πρακτική. (Χαραλάμπου)

Η έρευνα δεν είναι απλώς μια συγκεκριμένη τεχνική συλλογής πληροφοριών: τα ερωτηματολόγια χρησιμοποιούνται ευρέως αλλά άλλες τεχνικές, όπως δομημένες και

σε βάθος συνεντεύξεις, παρατήρηση, ανάλυση περιεχομένου και ούτω καθεξής, μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί σε έρευνες. Τα διακριτικά χαρακτηριστικά των ερευνών είναι η μορφή των δεδομένων και η μέθοδος ανάλυσης.(D.A. de Vaus)

Στην ποσοτική έρευνα, η δειγματοληψία σημαίνει την επιλογή μιας μικρότερης ομάδας ανθρώπων ή πραγμάτων από μια μεγαλύτερη ομάδα για μελέτη. Αυτή η μικρότερη ομάδα θα πρέπει να είναι μια καλή αντιπροσώπευση της μεγαλύτερης ομάδας. Υπάρχουν δύο τύποι μεγαλύτερων ομάδων που έχουν σημασία όταν επιλέγετε τη μικρότερη ομάδα. Ο πρώτος τύπος είναι ο πληθυσμός-στόχος η ομάδα στην οποία οι ερευνητές θέλουν να εφαρμοστούν τα ευρήματά τους. Ο δεύτερος τύπος είναι ο προσβάσιμος πληθυσμός η ομάδα ανθρώπων ή πραγμάτων που μπορούν πραγματικά να συμπεριλάβουν στη μελέτη τους. (Τσακένη) Ποσοτική έρευνα έρευνας μερικές φορές παρουσιάζεται ως αποστειρωμένο και χωρίς φαντασία, αλλά κατάλληλο για την παροχή ορισμένων τύπων. (D.A. de Vaus)

Για την συλλογή δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η δημιουργία ενός ερωτηματολογίου. Τα ερωτηματολόγια δεν αποτελούν αποκλειστική ιδιοκτησία των ακαδημαϊκών. Έχουν πολλές χρήσεις, συμπεριλαμβανομένου τη διοίκηση και δημόσιες σχέσεις, καθώς και ο πιο οικείος τους ρόλος είναι στην έρευνα. Ένα ερωτηματολόγιο είναι ουσιαστικά ένα όχημα για την ανθρώπινη επικοινωνία. (D H Stone) Τα ερωτηματολόγια είναι μόνο ένας από τους τρόπους λήψης πληροφοριών από τους ανθρώπους συνήθως με την υποβολή άμεσων ή έμμεσων ερωτήσεων. Παρεμπιπτόντως, μια από τις αδυναμίες των ερωτηματολογίων είναι ότι επιδιώκουν να λάβουν απαντήσεις απλώς κάνοντας ερωτήσεις. Στα ερωτηματολόγια ο ερευνητής καθορίζει τις ερωτήσεις που τίθενται και το εύρος των απαντήσεων που μπορούν να δοθούν. Φυσικά, ο ερωτώμενος έχει μια επιλογή, ναι/όχι, συμφωνώ/διαφωνώ, σημειώνοντας μία απάντηση στις τέσσερις ή πέντε, και ούτω καθεξής. Αλλά ο ερευνητής έχει ήδη αποφασίσει για τις πιθανές απαντήσεις: το μόνο που θέλει να μάθει είναι ποιες απαντήσεις επιλέγονται. Αυτό το καθιστά πολύ εύκολο στην ανάλυση τον ερευνητή. Μπορεί επίσης να είναι βαρετό και απογοητευτικό για τον ερωτώμενο, αν και αυτό εξαρτάται σε κάποιο βαθμό από τον όγκο και το περιεχόμενο του ερωτηματολογίου. (Gillham)

Όταν ένα ερωτηματολόγιο χορηγείται ο ερωτώμενος ξεκινά μια περίπλοκη και λεπτή διαδικασία που προορίζεται να καταλήξει στη μετάδοση των χρήσιμων και ακριβείς πληροφοριών από τον ερωτώμενο στο ερωτών. Μία ερώτηση ή σειρά ερωτήσεων πρέπει να τεθούν με σαφή, κατανοητό και κατάλληλο τρόπο ώστε ο ερωτώμενος να μπορεί να διατυπώσει και να μεταδώσει τις απαντήσεις αποτελεσματικά. Αυτές οι απαντήσεις πρέπει να καταγράφονται, κωδικοποιούνται και αναλύονται χωρίς μεροληψία, σφάλματα ή λανθασμένη παρουσίαση των απόψεων των ερωτηθέντων. Ένα καλά σχεδιασμένο ερωτηματολόγιο εξασφαλίζει την ομαλή εξέλιξη αυτής της αλυσίδας γεγονότων από την αρχή μέχρι το τέλος.(D H Stone)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5°

Αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με τα emojis και την επικοινωνία αποκάλυψαν ορισμένες ενδιαφέρουσες πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται και χρησιμοποιούν τα emojis. Η πλειονότητα των ερωτηθέντων επιβεβαίωσε ότι χρησιμοποιεί emojis σε καθημερινή βάση, αναδεικνύοντας την παρουσία των emojis στη σύγχρονη επικοινωνία. Επιπλέον, ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων θεώρησε ότι τα emojis αποτελούν μια ξεχωριστή μορφή γλώσσας, γεγονός που δείχνει ότι τα σύμβολα αυτά έχουν εξελιχθεί πέρα από την απλή διακόσμηση και θεωρούνται πλέον νόμιμο μέσο έκφρασης.

Είναι ενδιαφέρον ότι οι απόψεις δίστανται σχετικά με τον αντίκτυπο των emojis στην επικοινωνία. Ενώ ορισμένοι ερωτηθέντες θεώρησαν ότι τα emojis ενισχύουν και εμπλουτίζουν την επικοινωνία προσθέτοντας συναισθηματικό βάθος και σαφήνεια στις συνομιλίες που βασίζονται σε κείμενο, άλλοι εξέφρασαν την ανησυχία ότι η υπερβολική χρήση emojis μπορεί να οδηγήσει σε παρεξηγήσεις και να εμποδίσει την αποτελεσματική επικοινωνία.

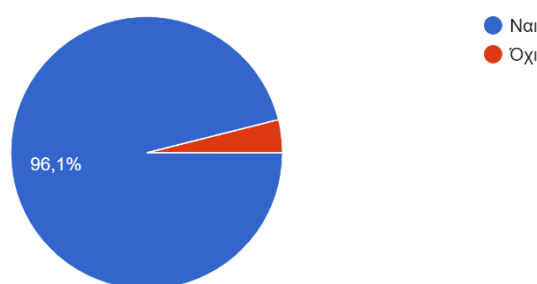
Τα ευρήματα αυτά αναδεικνύουν τον εξελισσόμενο ρόλο των emojis στις ψηφιακές μας αλληλεπιδράσεις. Ενώ τα emojis λειτουργούν ως οπτική γλώσσα για πολλούς ανθρώπους και διευκολύνουν την έκφραση συναισθημάτων, εγείρουν επίσης ερωτήματα σχετικά με τη δυνατότητά τους να ενισχύουν και να περιπλέκουν την

επικοινωνία. Καθώς τα emojis συνεχίζουν να διαμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο συνδεόμαστε στον ψηφιακό κόσμο, η κατανόησή τους γίνεται όλο και πιο σημαντική.

5.1 Ανάλυση Αποτελεσμάτων Ερωτηματολογίου

Χρησιμοποιείτε emoji;

Το παρακάτω γράφημα (Εικόνα 1) δείχνει ότι το 96,1% του συνολικού 100% των ερωτηθέντων στην ερώτηση "Χρησιμοποιείτε emojis;" απάντησε ότι τα χρησιμοποιεί ενεργά και μόνο το 3,9% απάντησε ότι δεν τα χρησιμοποιεί, γεγονός που δείχνει ότι τα emojis αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της σύγχρονης επικοινωνίας. Το αποτέλεσμα αυτό αναδεικνύει την ευρεία υιοθέτηση και αποδοχή των τους στην καθημερινή συνομιλία. Η τάση της υψηλής χρήσης των εικονογραμμάτων υπογραμμίζει τη σημασία των τους ως μέσο έκφρασης και υποδηλώνει τη συνεχή σημασία των τους στη σύγχρονη επικοινωνία. Ως εργαλείο για τη μετάδοση συναισθημάτων και τον εμπλουτισμό των συνομιλιών, τα emojis υπερβαίνουν τα γλωσσικά και πολιτισμικά όρια.



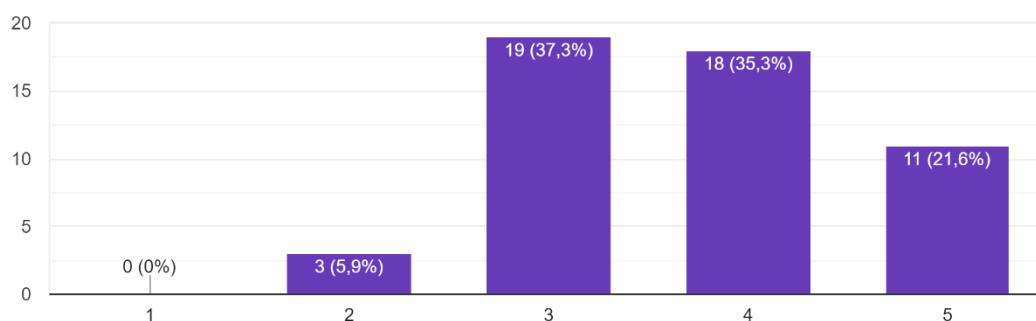
Εικόνα 1

Το παρακάτω γράφημα (Εικόνα 2) δείχνει τις απαντήσεις των συμμετεχόντων που κλήθηκαν να αξιολογήσουν την αποτελεσματικότητα των emoji στην ερώτηση

«χρησιμοποιείτε εmojis?» ως μέσο επικοινωνίας, σε πενταβάθμια κλίμακα από 1 (καθόλου αποτελεσματική) έως 5 (Πάρα πολύ αποτελεσματική)

Τα δεδομένα έδειξαν ότι ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων (37,3%) θεωρεί ότι τα εmojis είναι μέτρια αποτελεσματικά για την επικοινωνία. Ένα άλλο 35,3% θεωρεί ότι τα εmojis είναι πολύ αποτελεσματικά και το 21,6% θεωρεί ότι τα εmojis είναι πολύ αποτελεσματικά. Συνολικά, το 94,2% των συμμετεχόντων θεωρεί τα εmojis ως κάπως αποτελεσματικά. Ωστόσο, κανένας από τους ερωτηθέντες δεν θεωρεί τα εmojis εντελώς αναποτελεσματικά. Τα αποτελέσματα αυτά υποδηλώνουν ότι η πλειονότητα των ερωτηθέντων αναγνώρισε τα εmojis ως ένα πολύτιμο εργαλείο για τη βελτίωση της επικοινωνίας. Αυτό υποδηλώνει ότι τα εmojis διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη μετάδοση συναισθημάτων, αποχρώσεων και πλαισίου στις ψηφιακές συνομιλίες και αποτελούν σημαντικό στοιχείο των σύγχρονων στρατηγικών επικοινωνίας.

Πιστεύετε πως τα εmoji είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος επικοινωνίας;
51 απαντήσεις

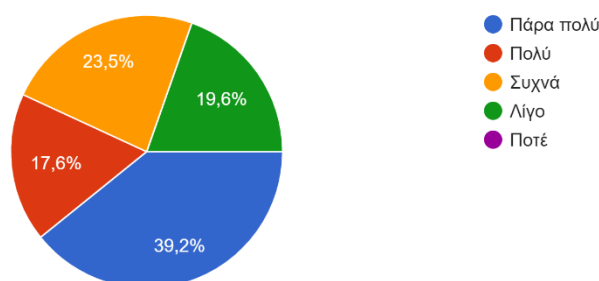


Εικόνα 2

Στην ερώτηση "Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε εmojis;" Τα δεδομένα (Εικόνα 3) δείχνουν ότι ένας σημαντικός αριθμός ερωτηθέντων (39,2%) δήλωσε ότι χρησιμοποιεί εmojis "πολύ συχνά" στην ψηφιακή του επικοινωνία. Επιπλέον, το 23,5% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι τα χρησιμοποιεί "μέτρια" και το 17,6% "συχνά". Αξίζει να σημειωθεί ότι κανένας από τους συμμετέχοντες δεν απάντησε ότι δεν είχε

χρησιμοποιήσει ποτέ emojis. Αυτό προκαλεί έκπληξη, δεδομένου ότι το 3,9%, απάντησαν "όχι" στην ερώτηση "Χρησιμοποιείτε emojis" (Εικόνα 1).

Ωστόσο, οι απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση υποδηλώνουν ότι τα emojis είναι ένας ευρέως διαδεδομένος και συχνά χρησιμοποιούμενος τρόπος έκφρασης μεταξύ των ερωτηθέντων. Η απουσία οποιασδήποτε απάντησης "δεν χρησιμοποιείτε καθόλου" υπογραμμίζει τη σχεδόν καθολική χρήση των emojis στη σύγχρονη ψηφιακή συνομιλία. Για ένα σημαντικό ποσοστό των ερωτηθέντων, τα emojis παίζουν σαφώς αναπόσπαστο ρόλο στην καθημερινή επικοινωνία, αναδεικνύοντας τη σημασία τους.

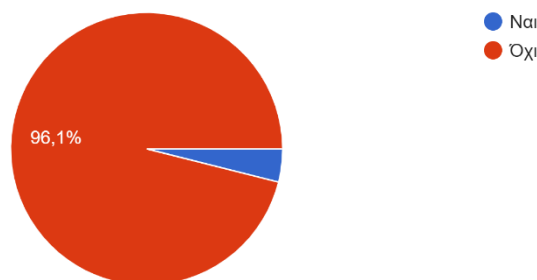


Εικόνα 3

Χρησιμοποιείτε emoji σε επίσημους τρόπους επικοινωνίας;(π.χ. email δουλειάς)

Η πλειονότητα των ερωτηθέντων στην ερώτηση «χρησιμοποιείτε emoji σε επίσημους τρόπους επικοινωνίας;(π.χ. email δουλειάς)» (96,1%) (Εικόνα 4) δήλωσε ότι δεν χρησιμοποιεί emojis στην επίσημη επικοινωνία, συμπεριλαμβανομένων των μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της εργασίας. Το αποτέλεσμα αυτό υποδηλώνει ότι τα emojis χρησιμοποιούνται λιγότερο συχνά σε επαγγελματικά ή επίσημα περιβάλλοντα. Μόνο μια μειοψηφία (3,9%) χρησιμοποιεί emojis σε αυτά τα περιβάλλοντα, υποδεικνύοντας ότι, ενώ μπορεί να είναι δυνατόν να βρεθούν συγκεκριμένες καταστάσεις όπου τα emojis προσθέτουν χαλαρότητα ή μεταφέρουν αποτελεσματικά τον τόνο, η πρακτική αυτή είναι σχετικά σπάνια. Στα περισσότερα επίσημα περιβάλλοντα επικοινωνίας, προτιμάται η διατήρηση ενός πιο παραδοσιακού και επαγγελματικού ύφους χωρίς emojis, τονίζοντας την ανάγκη για σαφήνεια, ακρίβεια και σεβασμό.

Συνολικά, τα δεδομένα υποδηλώνουν ότι τα emojis είναι μια πανταχού παρούσα μορφή έκφρασης στην περιστασιακή, προσωπική επικοινωνία, αλλά η χρήση τους περιορίζεται σημαντικά σε πιο επίσημα περιβάλλοντα, όπως τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που σχετίζονται με την εργασία.



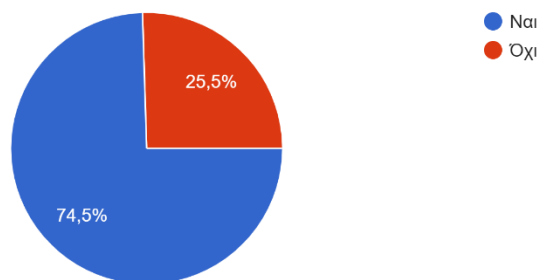
Εικόνα 4

Στην ερώτηση «Είναι τα emoji ένα είδος γλώσσας;» (Εικόνα 5) το 74,5% των ερωτηθέντων επιβεβαίωσε ότι θεωρεί τα emojis ως είδος γλώσσας. Το αποτέλεσμα αυτό υπογραμμίζει ότι οι αντιλήψεις για τα emojis εξελίσσονται. Τα emojis έχουν ξεπεράσει τον αρχικό τους ρόλο ως απλά διακοσμητικά στοιχεία στις ψηφιακές συνομιλίες. Πολλοί πλέον θεωρούν ότι τα emojis αποτελούν μια νόμιμη εκφραστική γλώσσα από μόνα τους.

Αντίθετα, το 25,5% των ερωτηθέντων δεν κατατάσσει τα emojis ως είδος γλώσσας. Ενώ ορισμένοι μπορεί να αναγνωρίζουν τα ίδια τα emojis ως συμπληρωματικά σύμβολα και όχι ως γλώσσα, η γενική άποψη των συμμετεχόντων υποδηλώνει ότι τα emojis έχουν πράγματι εξελιχθεί σε έναν αναγνωρισμένο τρόπο έκφρασης, καθιστώντας την ψηφιακή μας επικοινωνία πλουσιότερη και πληρέστερη.

Είναι τα emoji ένα είδος γλώσσας;

51 απαντήσεις



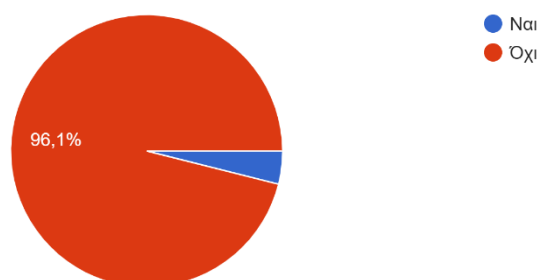
Εικόνα 5

Την πεποίθηση ότι τα emoji δεν θα κατακτήσουν τη γραπτή γλώσσα στο εγγύς μέλλον συμμερίστηκε η τεράστια πλειοψηφία των ερωτηθέντων, που ανέρχεται στο εκπληκτικό 96,1% (Εικόνα 6). Αυτή η συντριπτική συμφωνία υπογραμμίζει τη διαρκή σημασία και την προσαρμοστικότητα του γραπτού λόγου ως βασικού τρόπου επικοινωνίας, με την ικανότητά του να μεταφέρει αποτελεσματικά περίπλοκες έννοιες και να διευκολύνει ακριβείς και επίσημες συζητήσεις.

Μόλις το 3,9% των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα πίστευαν ότι τα emoji θα μπορούσαν ενδεχομένως να κυριαρχήσουν στον γραπτό λόγο στο μέλλον. Τα emoji αναμφισβήτητα ενισχύουν τη γραπτή επικοινωνία μεταφέροντας συναισθήματα και προσθέτοντας μια πινελιά εκφραστικότητας. Ωστόσο, φαίνεται ότι η γενική συναίνεση είναι ότι τα emoji θεωρούνται περισσότερο ως προσθήκη στη γραπτή γλώσσα παρά ως πλήρης υποκατάσταση.

Πιστεύετε πως θα αντικαταστήσουν κάποια στιγμή τη γραπτή γλώσσα;

51 απαντήσεις



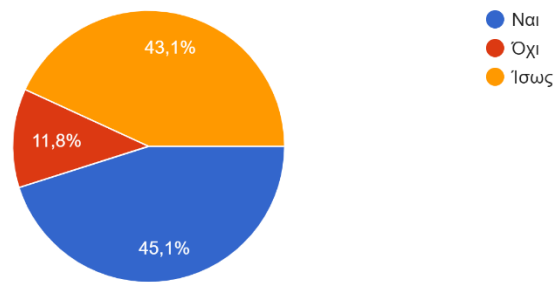
Εικόνα 6

Ένας σημαντικός αριθμός ατόμων, που ανέρχεται στο 45,1% των συμμετεχόντων, παραδέχτηκε ότι αντιμετώπισε καταστάσεις όπου οι προτάσεις παρερμηνεύτηκαν ως αποτέλεσμα της συμπερίληψης emoji (Εικόνα 7). Αυτή η ανακάλυψη υποδηλώνει ότι παρόλο που τα emoji έχουν σχεδιαστεί για να βελτιώνουν και να διασαφηνίζουν την επικοινωνία, υπάρχουν περιπτώσεις στις οποίες μπορεί να προκαλέσουν αβεβαιότητα ή σύγχυση, με αποτέλεσμα τελικά την παρεξήγηση.

Είναι απροσδόκητο ότι μόνο μια μικρή μερίδα, συγκεκριμένα το 11,8% των συμμετεχόντων, ισχυρίστηκε ότι δεν αντιμετώπισε ποτέ παρεξηγήσεις που προκλήθηκαν από τα emojis. Αυτή η υποομάδα μπορεί να έχει αποκτήσει σημαντικό βαθμό εξειδίκευσης στη χρήση emoji με τρόπο που αποδίδει με ακρίβεια το νόημα που επιδιώκεται ή μπορεί απλώς να χρησιμοποιεί emoji λιγότερο συχνά στις συνολικές πρακτικές επικοινωνίας τους.

Η κατηγορία που χαρακτηρίζεται ως "ίσως" περιλαμβάνει ένα σημαντικό ποσοστό του 43,1% των συνολικών απαντήσεων, υποδηλώνοντας ένα αξιοσημείωτο επίπεδο αβεβαιότητας μεταξύ των συμμετεχόντων. Σε αυτήν την ομάδα, τα άτομα μπορεί να έχουν βιώσει περιστασιακές περιπτώσεις όπου η κατανόηση ή η ερμηνεία τους δεν ήταν απολύτως σαφής, αν και αυτά τα περιστατικά δεν ήταν αρκετά συχνά ή σημαντικά ώστε να παρέχουν με σιγουριά μια οριστική απάντηση «ναι». Συνοψίζοντας, τα ευρήματα των δεδομένων δείχνουν ότι τα emoji, τα οποία χρησιμοποιούνται συνήθως για να ενισχύσουν τα μηνύματα, μπορεί μερικές φορές να οδηγήσουν σε παρερμηνείες. Αυτό φαίνεται από τον σημαντικό αριθμό των ερωτηθέντων που απάντησαν θετικά ή αβέβαια.

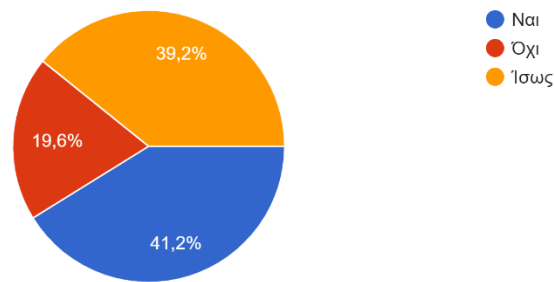
Έχετε ποτέ παρερμηνεύσει μια πρόταση λόγω των emoji;
51 απαντήσεις



Εικόνα 7

Σχεδόν οι μισοί από τους ερωτηθέντες (45,1%) στην ερώτηση «Έχετε νιώσει ποτέ ότι το μήνυμά σας παρερμηνεύτηκε λόγω της απουσίας emoji;» (Εικόνα 8) είπαν ότι όταν δεν χρησιμοποιούν emoji, τα μηνύματά τους μπορεί να παρεξηγήσουν το μήνυμα Αυτό σημαίνει ότι τα emoji είναι πραγματικά χρήσιμα στην ερμηνεία του μηνύματος και όταν δεν υπάρχουν μπορεί να προκαλέσει σύγχυση. Από την άλλη πλευρά, το 19,6% των ανθρώπων είπε ότι δεν ένιωσαν ποτέ ότι τα μηνύματά τους παρεξηγήθηκαν επειδή δεν χρησιμοποίησαν emoji. Η κατηγορία «ίσως», την οποία επιλέγει το 39,2% των ανθρώπων, σημαίνει ότι δεν είναι απόλυτα σίγουροι για την απάντησή τους. Μερικές φορές μπορεί να μην καταλαβαίνουν το μήνυμα επειδή δεν υπάρχουν emoji, αλλά αυτό δεν συμβαίνει συνέχεια. Με απλά λόγια, οι πληροφορίες δείχνουν ότι πολλοί άνθρωποι πιστεύουν ότι τα emoji είναι χρήσιμα για να διασφαλίσουν ότι τα μηνύματα γίνονται σωστά κατανοητά.

Έχετε νιώσει ποτέ ότι το μήνυμά σας παρερμηνεύτηκε λόγω της απουσίας emojis;
51 απαντήσεις



Εικόνα 8

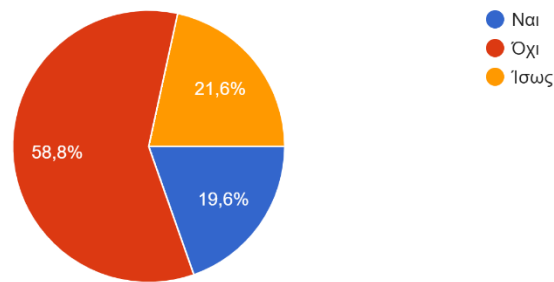
Στην επόμενη ερώτηση η οποία ήταν «Πιστεύετε πως τα emoji έχουν αρνητικές επιπτώσεις?» ένα μικρό ποσοστό των συμμετεχόντων, που αντιστοιχεί στο 19,6% των ερωτηθέντων, έχουν εκφράσει ανησυχίες σχετικά με την πιθανή αρνητική επίδραση των emoji στην αποτελεσματική επικοινωνία (Εικόνα 9). Αυτά τα άτομα αντιλαμβάνονται τα emoji ως ικανά να προκαλέσουν σύγχυση ή λανθασμένες αντιλήψεις, ιδιαίτερα εντός συγκεκριμένων πλαισίων.

Ένα σημαντικό τμήμα, που περιλαμβάνει το 21,6% των σχολίων, προτίμησαν την απάντηση "ίσως", υποδηλώνοντας έναν ορισμένο βαθμό αβεβαιότητας ως προς τις επιζήμιες επιπτώσεις των emoji. Αυτά τα άτομα μπορούν να αναγνωρίζουν τόσο τις ευνοϊκές όσο και τις δυσμενείς πτυχές που σχετίζονται με τη χρήση των emojis.

Το κυρίαρχο συναίσθημα μεταξύ των συμμετεχόντων, που αποτελείται από μια εντυπωσιακή πλειοψηφία 58,8%, υποστήριξε την πεποίθηση ότι τα emoji δεν έχουν επιζήμιες συνέπειες. Αυτά τα άτομα αντιλαμβάνονται τα emoji ως ανεκτίμητα εργαλεία για την αποτελεσματική έκφραση, την ενίσχυση των μηνυμάτων και την προώθηση της επικοινωνίας. Ουσιαστικά, αν και ένας μικρός αριθμός προκάλεσε ανησυχίες σχετικά με πιθανές αρνητικές συνέπειες, το κυρίαρχο συναίσθημα μεταξύ των συμμετεχόντων κλίνει προς την αντίληψη ότι τα emoji έχουν κυρίως θετική ή ουδέτερη επιρροή στην επικοινωνία.

Πιστεύετε πως τα emoji έχουν αρνητικές επιπτώσεις?

51 απαντήσεις



Εικόνα 9

Η επόμενη ερώτηση «Αν ναι ποιές είναι αυτές;» η οποία ήταν και ανοιχτού τύπου σχετίζεται με την προηγούμενη. Οι απαντήσεις που καταγράφηκαν επικεντρώνονται κυρίως στις ανησυχίες που περιβάλλουν την πιθανή παρερμηνεία των μηνυμάτων. Αυτό υποδηλώνει ότι τα άτομα μπορεί να έχουν γίνει πιο προσεκτικά σχετικά με τα emoji που χρησιμοποιούν, ιδιαίτερα εκείνα που θα μπορούσαν εύκολα να παρερμηνευθούν. Η έμφαση στην αποφυγή παρεξηγήσεων στην ψηφιακή επικοινωνία τονίζει τη σημασία της σαφήνειας και της ακρίβειας στη μετάδοση των σωστών μηνυμάτων μέσω emojis. Οι χρήστες δίνουν πλέον προτεραιότητα στην ακρίβεια και την κατανόηση. Με την αυξανόμενη επίγνωση του κινδύνου κακής ή απλά μπερδεμένης επικοινωνίας, τα άτομα γίνονται πιο συνειδητά στην επιλογή των emoji, διασφαλίζοντας ότι τα επιδιωκόμενα μηνύματά τους μεταδίδονται με ακρίβεια.

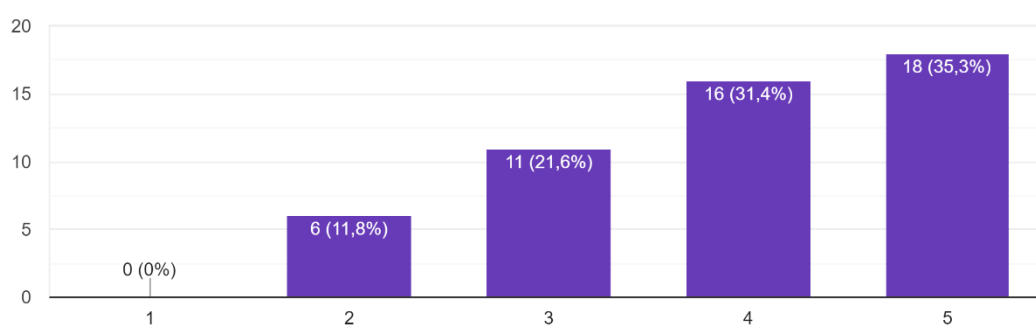
Η ερώτηση «Πιστεύετε πως τα emoji έχουν αλλάξει τον τρόπο επικοινωνίας των ατόμων στα social media;» (Εικόνα 10) καταγράφηκε σε κλίμακα από 1 (καθόλου)

έως 5 (Πάρα πολύ). Η απάντηση 1 (καθόλου) είχε 0%, η 2 (λίγο) 11,6%, η 3 (μέτρια) 21,6%, η 4 (πολύ) 31,4% και η 5 (πάρα πολύ) 35,3%.

Τα δεδομένα αποκαλύπτουν ξεκάθαρα ότι ένα σημαντικό ποσοστό των συμμετεχόντων, ένα αξιοσημείωτο 66,7% συλλογικά, έχουν εκφράσει ότι τα εμοji έχουν αναμφισβήτητα μεταμορφώσει το τοπίο της επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό περιλαμβάνει το 31,4% που ισχυρίζεται σταθερά ότι τα εμοji έχουν ασκήσει βαθιά επιρροή, ενώ ένα επιπλέον 35,3% υποστηρίζει σθεναρά ότι τα εμοji έχουν φέρει ουσιαστική επανάσταση στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αλληλοεπιδρούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Σε μεγάλη αντίθεση, μόλις το 11,8% των συμμετεχόντων θεώρησε την επιρροή των εμοji στην επικοινωνία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως ασήμαντη, ενώ ένα εντυπωσιακό 21,6% αναγνώρισε τη μέτρια επίδρασή τους. Συλλογικά, η επικρατούσα άποψη μεταξύ των συμμετεχόντων υποδεικνύει ότι τα εμοji έχουν αλλάξει σημαντικά το τρόπο της επικοινωνίας των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τονίζοντας τον κεντρικό ρόλο που έχουν αναλάβει.

Πιστεύετε πως τα εμοji έχουν αλλάξει τον τρόπο επικοινωνίας των ατόμων στα social media;

51 απαντήσεις



Εικόνα 10

Η συντριπτική πλειονότητα των συμμετεχόντων, που αντιστοιχεί στο 60,8% των ερωτηθέντων, εξέφρασε ότι δεν απέχουν από τη χρήση συγκεκριμένων εμοji από

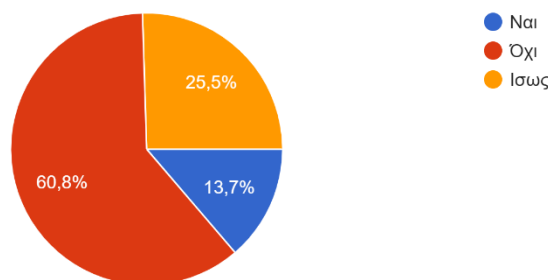
φόβο παρερμηνείας σε κάποιες κουλτούρες. Αυτή η συγκεκριμένη ομάδα θα μπορούσε είτε να γνωρίζει σχετικά με τις πολιτιστικές επιπτώσεις των emoji είτε να έχει υψηλό επίπεδο βεβαιότητας ως προς την ικανότητά τους να τα χρησιμοποιούν χωρίς να προκαλέσουν ακούσια προσβολή.

Αντίθετα, το 13,7% (Εικόνα 11) των συμμετεχόντων παραδέχτηκε ότι σκόπιμα απέφυγε συγκεκριμένα emoji ως μέσο για να μετριαστούν τυχόν πιθανές παρεξηγήσεις ή να αποφευχθεί η ακούσια προσβολή των άλλων λόγω πολιτισμικών διαφορών. Αυτά τα άτομα επιδεικνύουν μια συνειδητή προσπάθεια στην επιλογή των emoji, δίνοντας προτεραιότητα στην προώθηση μιας επιτυχημένης και προσεκτικής διαπολιτισμικής επικοινωνίας.

Ένα σημαντικό ποσοστό, που αποτελεί το 25,5% των ερωτηθέντων, ανήκε στην ταξινόμηση «ίσως». Αυτό το εύρημα υποδηλώνει ότι υπάρχει ένας ορισμένος βαθμός δισταγμού σχετικά με τις πολιτιστικές επιπτώσεις που σχετίζονται με τη χρήση των emoji. Τα άτομα που εμπίπτουν σε αυτήν την κατηγορία μπορεί να είναι προσεκτικά όταν χρησιμοποιούν συγκεκριμένα emoji, αλλά μην απέχουν εντελώς από τη χρήση τους.

Συμπερασματικά, μπορεί να σημειωθεί ότι ένας σημαντικός αριθμός ατόμων δεν αποφεύγει σκόπιμα τη χρήση emoji λόγω πολιτισμικών παραγόντων. Ωστόσο, αξίζει να αναφέρουμε ότι ένα συγκεκριμένο τμήμα των ερωτηθέντων εκδηλώνει ανησυχία σχετικά με την πιθανότητα παρεξήγησης ή πρόκλησης προσβολής των emojis. Αυτό τονίζει τη σημασία του να προσέχουμε διαφορετικά πολιτιστικά υπόβαθρα και να είμαστε ευαίσθητοι σε αυτά όταν ενσωματώνουμε emojis στην επικοινωνία. Είναι σημαντικό να διατηρηθεί η διαπολιτισμική επίγνωση και ευαισθησία προκειμένου να διασφαλιστεί η αποτελεσματική και σεβαστή χρήση των emoji.

Υπάρχουν εμοji που αποφεύγετε να χρησιμοποιείτε επειδή πιστεύετε ότι μπορεί να παρερμηνευθούν ή να είναι προσβλητικά σε ορισμένες κουλτούρες;
51 απαντήσεις



Εικόνα 11

Η ερώτηση «Αν ναι ποια είναι αυτά και γιατί; » αυτή ήταν ανοιχτού τύπου ως αποτέλεσμα οι ερωτευμένοι να εκφραστούν ευκολότερα. Κάποιοι συμμετέχοντες έκαναν μια παρατήρηση σχετικά με την απομάκρυνση των εμοji που σχετίζονται με το φύλο ή τον χορό (👯), ειδικά όταν συνομιλούσε με άτομα από ποιο συντηρητικές κουλτούρες όπως για παράδειγμα μουσουλμάνους. Αυτό δείχνει την πραγματοποίηση διαφορετικών πολιτισμικών προσδοκιών και ευαισθησιών σχετικά με ορισμένες συμβολικές αναπαραστάσεις. Για να διασφαλιστεί ότι η επικοινωνία παραμένει με σεβασμό και χωρίς αποκλεισμούς, οι συμμετέχοντες αποφασίζουν να αποφύγουν τη χρήση εμοji που θα μπορούσαν ενδεχομένως να προσβάλλουν.

Κατά την επικοινωνία σε ένα πολυπολιτισμικό περιβάλλον, ακόμα μια απάντηση ήταν η αποφυγή των εμοji που απεικονίζουν διαφορετικά χρώματα δέρματος (👉👉👉👉👉👉). Αυτή η απόφαση έδειξε συνειδητοποίηση της πιθανότητας πολιτιστικής έλλειψης ευαισθησίας ή παρερμηνείας που σχετίζεται με τη χρήση αυτών των εμοji. Παρά το γεγονός ότι τα εμοji με διαφοροποιημένους τόνους δέρματος δημιουργήθηκαν για να ενθαρρύνουν τη διαφορετικότητα και την ενσωμάτωση, η ανάπτυξή τους μπορεί να είναι ένα ευαίσθητο θέμα σε ορισμένα πολιτισμικά πλαίσια.

Η αποφυγή της χρήσης εμοjis που μπορεί να σχετίζονται με τη LGBTQ+ κοινότητα αναφέροντας την πιθανότητα προσβολής ή παρερμηνείας σε ορισμένα πολιτιστικά περιβάλλοντα. Η ουσία του LGBTQ+ που μεταφέρεται μέσω των εμοji μπορεί να έχει διαφορετικές επιπτώσεις ή ευαισθησίες ανάλογα με το υπόβαθρο, οδηγώντας

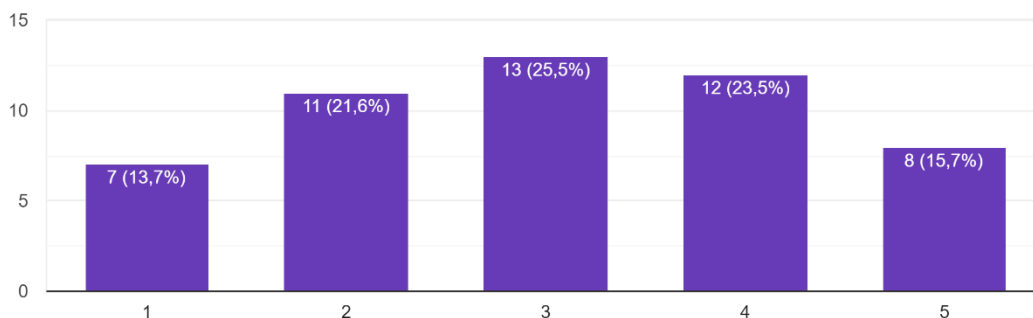
αυτόν τον συγκεκριμένο συμμετέχοντα να εκφράσει τη συνείδησή του για τη στοχαστική χρήση τους για την προώθηση της ενότητας και της προσοχής.

Στο πλαίσιο της κοινότητας LGBTQ+, είναι απαραίτητο να επιδεικνύεται πολιτιστική ευαισθησία, όπως και σε οποιοδήποτε άλλο πολιτιστικό περιβάλλον. Τα εμοji μπορούν να φορτωθούν με διαφοροποιημένα νοήματα και συναισθήματα που σχετίζονται με τη ζωή LGBTQ+ και τα άτομα που ασχολούνται τακτικά με αυτήν την κοινότητα φροντίζουν να χρησιμοποιούν εμοji με τρόπους που προάγουν τη διαφανή, ευγενική και ολοκληρωμένη επικοινωνία. Αυτό δείχνει πώς τα εμοji δεν αντανakλούν απλώς, αλλά παίζουν επίσης ρόλο στη διαμόρφωση της πολιτισμικής μας αντίληψης και αποδοχής διαφορετικών ομάδων, όπως οι LGBTQ+.

Συνδυάζοντας συνολικά το 64,7% (Εικόνα 12), μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα από τις πληροφορίες ότι μια σημαντική ομάδα ατόμων αισθάνεται ότι τα εμοji έχουν αλλάξει τον τρόπο που επικοινωνούν σε γραπτή μορφή. Από αυτό το ποσοστό, το 23,5% δήλωσε ότι η επιρροή των εμοji ήταν ισχυρή ενώ το 15,7% ισχυρίστηκε ότι η έκφρασή του είχε αλλάξει σημαντικά λόγω της χρήσης εμοji. Οι ερωτηθέντες ανέφεραν μια ελαφρά επίδραση στην έκφρασή τους λόγω των εμοji κατά 21,6%, με το 25,5% να σημειώνει μια μέτρια επιρροή.

Ως επί το πλείστον, είναι σαφές από τις απαντήσεις ότι πολλοί άνθρωποι έχουν επηρεαστεί από τα εμοjis και έχουν αλλάξει τον τρόπο που γράφουν. Τα εμοji, όσο μικρά κι αν είναι, μπορούν να κάνουν τη διαφορά στις αλληλεπιδράσεις. Αυτό επιτρέπει στα άτομα να βελτιώσουν και να εμπλουτίσουν τον τρόπο που εκφράζονται.

Έχει επηρεάσει η χρήση emoji πολύ τον τρόπο που εκφράζεστε στη γραπτή επικοινωνία;
51 απαντήσεις



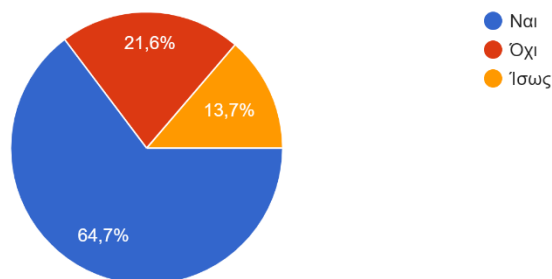
Εικόνα 12

Μια ουσιαστική συναίνεση, που περιλάμβανε το εντυπωσιακό 64,7% (Εικόνα 13) των ερωτηθέντων, υποστήριξε αποφασιστικά την ιδέα ότι η χρήση emoji σε πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης αναμφισβήτητα διευκολύνει συνδέσεις με τους άλλους. Αυτή η συναρπαστική αποκάλυψη υποδηλώνει ότι τα emoji καταλαμβάνουν πρωταρχική θέση στην υπέρβαση των περιορισμών της επικοινωνίας με βάση το κείμενο, ενισχύοντας έτσι την αποτελεσματικότητα με την οποία τα άτομα επικοινωνούν, τον τόνο που χρησιμοποιούν και το πλαίσιο τους κατά τη διάρκεια των διαδικτυακών αλληλεπιδράσεων.

Αντίθετα, ένα μικρότερο ποσοστό, συνολικά το 21,6% των ατόμων, έχει εκφράσει την άποψη ότι τα emoji μπορεί να μην διευκολύνουν πάντα τις απρόσκοπτες κοινωνικές συνδέσεις. Αυτά τα άτομα μπορεί αντ' αυτού να κλίνουν προς συμβατικές μεθόδους επικοινωνίας, όπως οι συνομιλίες που βασίζονται σε κείμενο, ή μπορεί να αντιλαμβάνονται τα emoji ως λιγότερο καθοριστικά για την προώθηση ουσιαστικών συνδέσεων. Ένα μέτριο αλλά αξιοσημείωτο κλάσμα, που αποτελείται από το 13,7% των ερωτηθέντων, βρέθηκε στην ταξινόμηση «ίσως», υπονοώντας έναν ορισμένο βαθμό δισταγμού ή ασάφειας σχετικά με την επιρροή των emoji στους κοινωνικούς δεσμούς. Αυτή η ομάδα μπορεί να αναγνωρίσει τα πιθανά οφέλη των emoji, αλλά επίσης να αναγνωρίσει ότι ο ρόλος τους στη διευκόλυνση των συνδέσεων μπορεί να ποικίλλει.

Πιστεύετε ότι η χρήση emojis στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σας βοηθά να συνδεθείτε με άλλους πιο εύκολα;

51 απαντήσεις

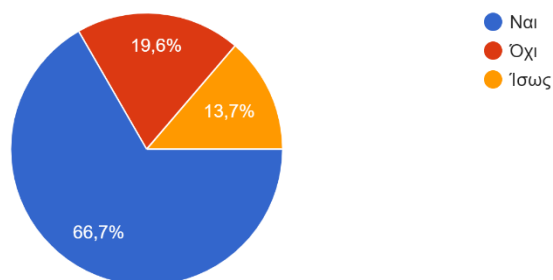


Εικόνα 13

Οι περισσότεροι από τους ανθρώπους που συμμετείχαν στην έρευνα, περίπου το 66,7% (Εικόνα 14) από αυτούς, δήλωσαν ότι έχουν δει emoji να χρησιμοποιούνται με κακό ή ακατάλληλο τρόπο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό σημαίνει ότι τα emoji, όπως και η ομιλία ή το γράψιμο, μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να δείξουν θυμό, αγένεια ή αδιαφορία για τους άλλους, γεγονός που μπορεί να κάνει τις διαδικτυακές αλληλεπιδράσεις αρνητικές. Από την άλλη πλευρά, μια μικρότερη ομάδα ανθρώπων είπε ότι δεν είδαν τα emoji να χρησιμοποιούνται με κακό ή λάθος τρόπο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτή η ομάδα είτε δεν το έβλεπε να συμβαίνει πολύ συχνά είτε συναναστρέφεται με άτομα στο διαδίκτυο που δεν χρησιμοποιούσαν τα emoji με κακό τρόπο. Μερικοί άνθρωποι δεν ήταν σίγουροι αν είχαν δει ακατάλληλα emoji ή όχι. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο ότι είδαν emoji που ήταν δυσνόητα ή δεν ήταν σίγουροι γιατί κάποιος τα χρησιμοποίησε. Πολλοί άνθρωποι χρησιμοποιούν emoji με αρνητικό ή όχι ωραίο τρόπο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα emoji υποτίθεται ότι μας βοηθούν να εκφράσουμε τα συναισθήματά μας, αλλά μερικές φορές οι άνθρωποι τα χρησιμοποιούν με ακατάλληλο τρόπο. Αυτό δείχνει ότι πρέπει να είμαστε προσεκτικοί και να σκεφτόμαστε πώς χρησιμοποιούμε τα emojis στο διαδίκτυο.

Υπάρχουν περιπτώσεις όπου έχετε δει emoji να χρησιμοποιούνται με αρνητικό ή ακατάλληλο τρόπο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

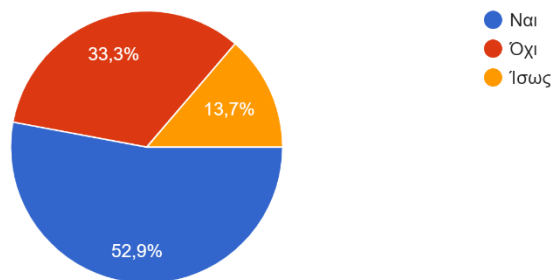
51 απαντήσεις



Εικόνα 14

Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες, το 52,9%,(Εικόνα 15) παραδέχτηκαν ότι χρησιμοποιούν emoji για να κάνουν ένα σοβαρό ή αρνητικό μήνυμα να φαίνεται λιγότερο σκληρό. Το κάνουν αυτό για να δείξουν τα συναισθήματά τους και να κάνουν το μήνυμα πιο κατανοητό και λιγότερο σοβαρό. Από την άλλη πλευρά, το ένα τρίτο των ανθρώπων είπε ότι δεν χρησιμοποιεί emoji για αυτόν τον λόγο. Μπορεί να τους αρέσει να μιλάνε με απλό και ξεκάθαρο τρόπο ή μπορεί να μην έχουν πολλή εξάσκηση χρησιμοποιώντας emoji όπως αυτό. Περίπου το 13,7% των ανθρώπων είπε ότι μερικές φορές χρησιμοποιούν emoji για να κάνουν τα μηνύματά τους λιγότερο σοβαρά ή για να δείξουν ότι δεν είναι απολύτως σίγουροι για κάτι. Μπορεί να χρησιμοποιούν emoji μόνο σε ορισμένες περιπτώσεις ή όταν θέλουν να επικοινωνήσουν κάτι συγκεκριμένο. Εν ολίγοις πολλοί άνθρωποι χρησιμοποιούν emoji για να δείξουν πώς αισθάνονται και να κάνουν τα μηνύματά τους πιο όμορφα. Τα emoji είναι σαν ειδικά εργαλεία που βοηθούν τους ανθρώπους να συνεννοούνται καλύτερα όταν μιλούν στο διαδίκτυο.

Έχετε χρησιμοποιήσει ποτέ emoji για να υποβαθμίσετε ή να αμβλύνετε τον αντίκτυπο ενός μηνύματος που μπορεί να εκληφθεί ως σοβαρό ή αρνητικό;
51 απαντήσεις



Εικόνα 15

Όταν ρωτήθηκαν για τα emoji που χρησιμοποιούν πιο συχνά, οι συμμετέχοντες πρόσφεραν μια ολοκληρωμένη εικόνα για τα ψηφιακά σύμβολα και τις εκφράσεις που προτιμούσαν. (Εικόνα 16) Το Laughing Emoji 😄 έχει πάρει το προβάδισμα ως το πιο ευνοημένο emoji μεταξύ των συμμετεχόντων, με 22 ερωτηθέντες να αποκαλύπτουν ότι είναι η πιο συχνή επιλογή τους. Γνωστό ως παγκόσμιο σύμβολο διασκέδασης και χαράς, αυτό το emoji χρησιμοποιείται συχνά για να εκφράσει το γέλιο ή μια παιχνιδιάρικη συμπεριφορά σε ψηφιακές συνομιλίες. Το γεγονός ότι έχει κερδίσει τόσο μεγάλη δημοτικότητα τονίζει περαιτέρω την αξιολογούμενη ικανότητά του να μεταδίδει αποτελεσματικά την αίσθηση του χιούμορ και τη συνολική θετικότητα.

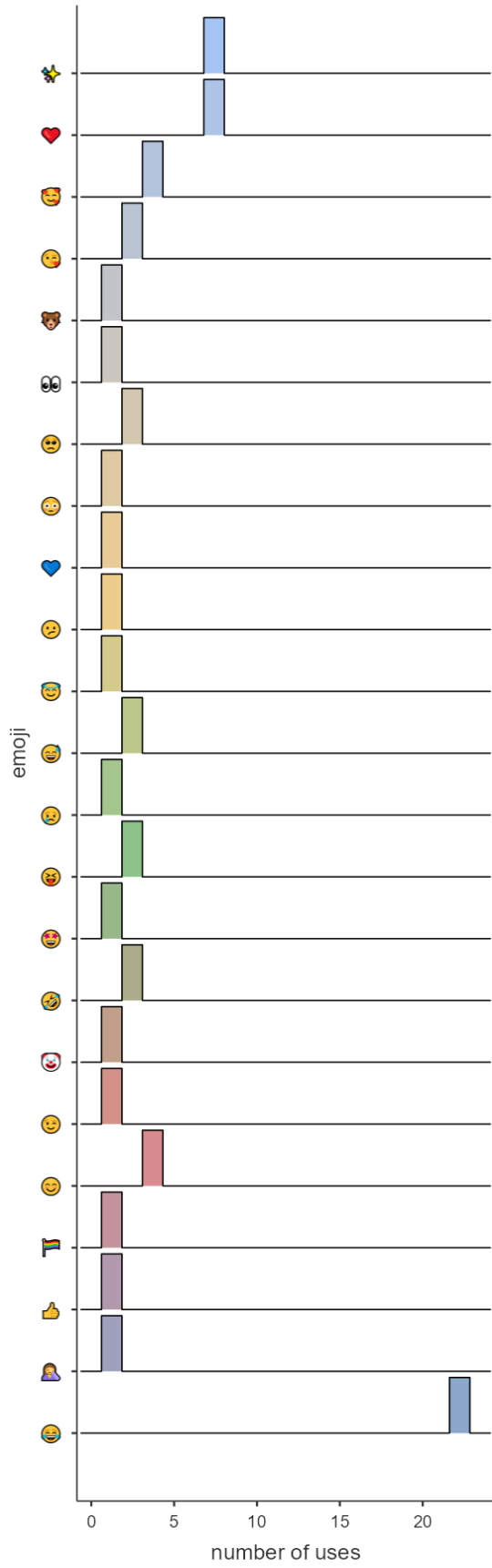
Το αστραφτερό emoji ✨ βρέθηκε να είναι ένα από τα πιο συχνά χρησιμοποιούμενα emoji μεταξύ των συμμετεχόντων, με συνολικά 7 απαντήσεις. Αυτό το συγκεκριμένο emoji είναι εξαιρετικά ευέλικτο και χρησιμοποιείται συχνά για να εκφράσει μια αίσθηση γοητείας ή ενθουσιασμού στα μηνύματα. Η συχνή χρήση του δείχνει μια προδιάθεση για ενσωμάτωση ενός υπαινιγμού λάμψης και γοητείας στις διαδικτυακές ανταλλαγές.

Το emoji καρδιάς ❤️ είναι εξίσου δημοφιλές με το αστραφτερό emoji, καθώς έλαβε επίσης 7 αναφορές ως το πιο συχνά χρησιμοποιούμενο. Αυτό το αγαπημένο σύμβολο αγάπης, στοργής και εκτίμησης έχει αντέξει στη δοκιμασία του χρόνου και παραμένει

μια καλή επιλογή για τη μετάδοση συναισθημάτων με έναν συνοπτικό αλλά βαθιά εγκάρδιο τρόπο.

Τα επόμενα emoji που επιλέχθηκαν όπως φαίνεται και στο γράφημα παρακάτω με 4 ψήφους είναι το emoji με τις καρδούλες στο πρόσωπο 🍷 και το χαμογελαστό emoji 😊. Με 3 ψήφους το στεναχωρημένο 🙄 και το γελαστό πρόσωπο με ιδρώτα 😄. Με 2 ψήφους το πρόσωπο που κάνει γκριμάτσα με γλώσσα απέξω 🙄 και το πρόσωπο που κυλιέται στο πάτωμα γελώντας 🤪 καθώς τα υπόλοιπα με μία ψήφο.

Οι διάφορες προτιμήσεις που παρουσιάζονται εδώ προσφέρουν πληροφορίες για τους μυριάδες τρόπους με τους οποίους τα άτομα χρησιμοποιούν emoji για να εμπλουτίσουν τις εικονικές τους αλληλεπιδράσεις. Είτε είναι μέσω της μετάδοσης διασκέδασης, λάμψης ή στοργής, τα emoji χρησιμεύουν ως ζωντανά και κινούμενα εργαλεία που διευκολύνουν τις συνδέσεις με άλλους στον διαδικτυακό κόσμο, εμποτίζοντας τις συνομιλίες κειμένου με μια αίσθηση βάθους και συναισθήματος.



Εικόνα 16

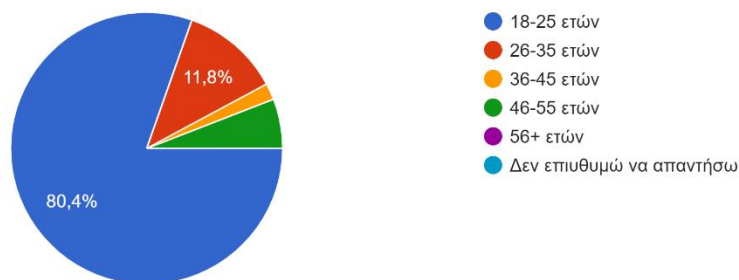
Οι απαντήσεις στην ερώτηση σχετικά με την ηλικία των ανθρώπων μας δίνουν μια καλή ιδέα για το ποιος συμμετέχει στο ερωτηματολόγιο (Εικόνα 17). Τα περισσότερα άτομα που απάντησαν στην έρευνα, που είναι ένα μεγάλο ποσοστό 80,4%, είναι μεταξύ 18 και 25 ετών. Πρόκειται για μια ομάδα νέων που χρησιμοποιούν πολύ την ψηφιακή επικοινωνία και τους αρέσει να χρησιμοποιούν emoji όταν μιλούν στο διαδίκτυο.

Περίπου το 11,8% των ατόμων που απάντησαν είπαν ότι ήταν μεταξύ 26 και 35 ετών. Αυτό σημαίνει ότι παρόλο που είναι λίγο μεγαλύτεροι, εξακολουθούν να τους αρέσουν και να χρησιμοποιούν τα emoji.

Υπήρχαν μερικά άτομα ηλικίας μεταξύ 36 και 45 ετών που συμμετείχαν στη μελέτη. Αποτελούσαν μια μικρή ομάδα, περίπου το 2% του συνόλου των ανθρώπων. Αυτό δείχνει ότι ακόμη και μερικοί ενήλικες στα τέλη της δεκαετίας των τριάντα έως τα μέσα των σαράντα τους αρέσει να χρησιμοποιούν emoji, αν και όχι τόσο όσο οι νεότεροι.

Υπήρχαν μερικοί ενήλικες ηλικίας μεταξύ 46 και 55 ετών που συμμετείχαν στη μελέτη. Αυτοί οι ενήλικες θεωρούνται πιο ενήλικες και έμπειροι. Στην τελική, πολλοί άνθρωποι όλων των ηλικιών χρησιμοποιούν emoji, αλλά οι νεότεροι τα χρησιμοποιούν πολύ. Τα emoji είναι σαν ένας διασκεδαστικός τρόπος για να δείξετε πώς νιώθετε και σε όλους αρέσει να τα χρησιμοποιούν, ανεξάρτητα από το πόσο χρονών είναι.

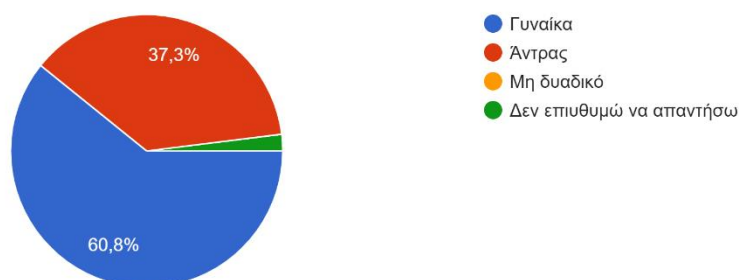
Ηλικία
51 απαντήσεις



Εικόνα 17

Οι απαντήσεις στην ερώτηση σχετικά με το φύλο μας δείχνουν λίγα για το φύλο των ερωτηθέντων (Εικόνα 18). Οι περισσότεροι από τους ανθρώπους που συμμετείχαν στην έρευνα είπαν ότι ήταν γυναίκες. Περίπου το 37,3% των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι είναι άνδρες. Μερικοί άνθρωποι που ρωτήθηκαν για το φύλο τους αποφάσισαν να μην απαντήσουν. Αυτή είναι μια επιλογή που έκαναν για να διατηρήσουν το φύλο τους ιδιωτικό και ανώνυμο. Μόνο λίγοι, περίπου το 2% όλων των ατόμων που ρωτήθηκαν, επέλεξαν αυτήν την επιλογή.

Φύλο
51 απαντήσεις

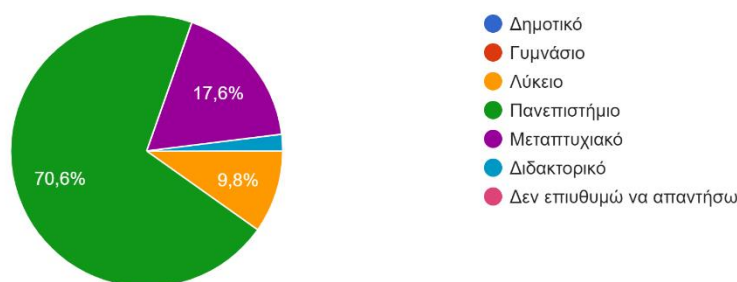


Εικόνα 18

Οι απαντήσεις στην ερώτηση σχετικά με το υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο που επιτεύχθηκε παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες για το εκπαιδευτικό υπόβαθρο των συμμετεχόντων (Εικόνα 19). Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες, περίπου το 70,6%, είπαν ότι τελείωσαν το πανεπιστήμιο. Αυτό σημαίνει ότι τα περισσότερα από τα άτομα που απάντησαν στην έρευνα διάλεξαν να συνεχίσουν στην μόρφωση μετά το σχολείο. Χρησιμοποιούν επίσης πολύ υπολογιστές και διαδίκτυο. Από το σύνολο των ερωτηθέντων, περίπου το 17,6% από αυτούς δήλωσε ότι έχει μεταπτυχιακό. Από όλα τα άτομα που ρωτήθηκαν, μόνο το 9,8% είπε ότι τελείωσε το γυμνάσιο ως το υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης. Δηλαδή τα εμοjί χρησιμοποιούνται από πολλούς διαφορετικούς ανθρώπους, όχι μόνο από αυτούς που έχουν πάει στο κολέγιο ή στο πανεπιστήμιο. Από όλα τα άτομα που συμμετείχαν στη μελέτη, μόνο λίγοι, περίπου το 2%, δήλωσαν ότι έχουν διδακτορικό. Συνολικά όλοι οι άνθρωποι με διαφορετικά επίπεδα εκπαίδευσης χρησιμοποιούν εμοjί. Αυτό δείχνει ότι τα εμοjί μπορούν να γίνουν κατανοητά από όλους, ανεξάρτητα από το μορφωτικό τους επίπεδο.

Ποιο είναι το ανώτερο εκπαιδευτικό σας επίπεδο?

51 απαντήσεις



Εικόνα 19

Συμπεράσματα

Σε όλη αυτή την έρευνα, άτομα που ανήκουν σε διαφορετικές ηλικιακές ομάδες και μορφωτικό υπόβαθρο εξέφρασαν τις αντίστοιχες απόψεις τους σχετικά με τον αντίκτυπο των emoji στην ψηφιακή επικοινωνία. Η έρευνα αποκάλυψε ότι τα emoji έχουν γίνει ένα πανταχού παρόν χαρακτηριστικό στη σύγχρονη επικοινωνία και θεωρούνται ευρέως ως χρήσιμο εργαλείο για την ενίσχυση των συνομιλιών με κείμενο και τη μετάδοση συναισθημάτων. Είναι ενδιαφέρον ότι τα αποτελέσματα έδειξαν επίσης ότι τα emoji χρησιμοποιούνται συχνά για να αμβλύνουν τα αρνητικά ή σοβαρά μηνύματα και να λειτουργούν ως γέφυρα μεταξύ ατόμων με διαφορετικό πολιτισμικό ή γενεαλογικό υπόβαθρο.

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα επέδειξαν μια λεπτή κατανόηση της επιρροής των emoji στη σεβαστή και ολοκληρωμένη επικοινωνία. Είχαν επίγνωση της πιθανότητας παρεξηγήσεων και πολιτιστικής αναισθησίας λόγω συγκεκριμένων emoji. Επιπλέον, η μελέτη υπογραμμίζει τη σημασία μιας κοινής κατανόησης και πλαισίου για τη βέλτιστη χρήση emoji.

Οι περισσότεροι άνθρωποι διστάζουν να χρησιμοποιήσουν emoji σε πιο επίσημα πλαίσια, όπως το email εργασίας. Η έρευνα δείχνει ότι αν και τα emoji χρησιμοποιούνται ευρέως στην προσωπική και επαγγελματική επικοινωνία, τα άτομα τείνουν να είναι πιο προσεκτικά όταν πρόκειται για καταστάσεις όπου πρέπει να εκφραστούν καθαρά και επαγγελματικά. Το emoji μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως σημεία στίξης, ως έμφαση, ως αντικατάσταση για αρκετές λέξεις ή να αντικαταστήσει τις λέξεις εντελώς σύμφωνα με τη Scall. Όμως παρά τη δημοτικότητά τους, τα emoji δεν έχουν ακόμη αντικαταστήσει πλήρως τις συμβατικές μορφές γλώσσας.

Τα emoji έχουν γίνει μια παγκόσμια γλώσσα που ξεπερνά τα όρια γενεών και πολιτισμών, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της πρόσφατης έρευνας. Έχουν αποδείξει ότι είναι ευέλικτα εργαλεία που μπορούν να μεταφέρουν συναισθήματα, να δημιουργήσουν συνδέσεις και να προσθέσουν βάθος στις ψηφιακές αλληλεπιδράσεις. Εν ολίγοις, τα ευρήματα καταδεικνύουν τον δυναμικό ρόλο των emoji στη σύγχρονη επικοινωνία.

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι ένας τεράστιος αριθμός ανθρώπων έχουν αποδεχτεί τον πολύχρωμο, εκφραστικό κόσμο των emoji για να βελτιώσουν τα μηνύματά τους όπως φαίνεται και από τα αποτελέσματα της έρευνας. Τα emoji δεν είναι απλώς μια παροδική τάση, έχουν γίνει θεμελιώδες μέρος του ψηφιακού μας λεξικού. Άνθρωποι κάθε ηλικίας, υπόβαθρου και πολιτισμού έχουν υιοθετήσει αυτά τα μικροσκοπικά εικονογραφικά σύμβολα ως μέσο για να εμφυσήσουν τις συνομιλίες τους που βασίζονται σε κείμενο με συναίσθημα, τόνο και πλαίσιο. Αναγνωρίζοντας αυτή την ανάπτυξη και τις δυνατότητες των emoji ως γλωσσικής μορφής, οι Azuma και Maurer (2007) εξέτασε εάν αυτή η αυξημένη χρήση emojis σήμαινε μια νέα ή μια βοηθητική γλώσσα για την ψηφιακή επικοινωνία. Τα emojis είναι ένα σημάδι ότι η γλώσσα μεταβιβάζεται και επιστρέφει την κοινωνία στις εικονογραφικές αναπαραστάσεις στην αρχαία ιστορία η οποία θεωρείται λιγότερο διανοητική ή ευφυείς. Τα ευρήματά τους έδειξαν ότι τα emoji θα εξελιχθούν σε μια παγκόσμια συμβολική γλώσσα και σίγουρα το αυξανόμενο εύρος των emoji και η συχνότητα χρήσης τους φαίνεται να επιβεβαιώνουν αυτήν την άποψη. Η πανταχού παρουσία των emojis είναι εμφανής όταν κοιτάζουμε οποιαδήποτε εφαρμογή ανταλλαγής μηνυμάτων ή πλατφόρμα κοινωνικών μέσων. Θα βρούμε μια τεράστια γκάμα emoji, συμπεριλαμβανομένων προσώπων, ζώων, τροφίμων, καιρικών συνθηκών και πολλά άλλα. Η δημοτικότητά τους είναι ακόμη εμφανής στο γεγονός ότι εισάγονται συνεχώς νέα emoji για να αντικατοπτρίζουν τις μεταβαλλόμενες πολιτιστικές τάσεις και ενδιαφέροντα.

Τα emoji είναι κάτι περισσότερο από απλά διακοσμητικά στα γραπτά μας μηνύματα. είναι ένα δυναμικό μέσο μετάδοσης σκέψεων, συναισθημάτων και προθέσεων. Όπως δείχνει και η έρευνα του Arafah μεμονωμένοι χρήστες εκφράζουν σκέψεις και συναισθήματα μέσα από το emoji. Να γιατί πολλοί άνθρωποι μαζί και με τους ερωτηθέντες βλέπουν τα emoji ως μια μορφή γλώσσας. Από αυτή την άποψη, τα emojis είναι ξεκάθαρα μια γλωσσική μορφή, η οποία όμως σχετίζεται με παλαιότερες, πιο νατουραλιστικές μορφές επικοινωνίας από τη γραπτή λέξη, που στην πραγματικότητα χώριζε αυτούς που ήξεραν ανάγνωση και γραφή, από αυτούς που δεν μπορούσαν. Τα emoji, ως γλώσσα υπογραμμίζουν ότι είναι μια παλιά, ανανεωμένη μορφή γλώσσας (Lucas 2016). Είναι κάτι περισσότερο από απλά διακοσμητικά στα γραπτά μας μηνύματα. είναι ένα δυναμικό μέσο μετάδοσης σκέψεων, συναισθημάτων και προθέσεων.

Η έννοια των emoji που αντιμετωπίζονται ως γλώσσα υποστηρίζεται περαιτέρω από τη συμπερίληψή τους σε λεξικά, την ενσωμάτωσή τους στα εκπαιδευτικά προγράμματα σπουδών και ακόμη και την αποδοχή τους στην επίσημη επικοινωνία. Τα emoji είναι ένα γλωσσικό σύστημα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που έχει γλωσσικές συναρτήσεις, συντακτικές και σημασιολογικές (Aafah). Η χρήση των emoji στην επίσημη επικοινωνία είναι ένα θέμα που προκαλεί ποικίλες απόψεις και πρακτικές. Ενώ ορισμένα άτομα έχουν αποδεχτεί θερμά την ενσωμάτωση των emoji σε επίσημους χώρους, άλλα ακολουθούν μια πιο συμβατική προσέγγιση. Έτσι, τελικά καταλήγει στην προσωπική προτίμηση, με τις δύο προοπτικές να έχουν τις δικές τους έγκυρους λόγους.

Τα emoji έχουν εξελιχθεί πέρα από απλούς οπτικούς στολισμούς για να γίνουν μια νόμιμη μορφή ψηφιακής επικοινωνίας και είναι κάτι που έχει απήχηση σε ένα σημαντικό μέρος του πληθυσμού. Καθώς συνεχίζουν να εμπλουτίζουν τις διαδικτυακές μας συνομιλίες και να αντικατοπτρίζουν τις αποχρώσεις των συναισθημάτων μας που λειτουργεί ως γέφυρα μεταξύ λεκτικών και γραπτών πράξεων ομιλίας (Dresner and Herring, 2014). Είναι όλο και πιο εμφανές ότι τα emoji έχουν κερδίσει τη θέση τους ως μια παγκόσμια γλώσσα της ψηφιακής εποχής (McIntyre). Επίσης είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι τα emoji διαθέτουν επίσης τη μοναδική δύναμη να προκαλούν παρερμηνείες που μερικές φορές μπορεί να οδηγήσουν σε χιουμοριστικές, άβολες ή ακόμα και ατυχείς καταστάσεις. Όπως υποστήριξαν οι Kelly και Watts (2015) ότι ένα συγκεκριμένο emoji μπορεί να ερμηνευτεί διαφορετικά ανάλογα με τα συμφραζόμενα χαρακτηριστικά, για παράδειγμα αλλιώς θα ερμηνευτεί σε έναν φίλο και αλλιώς σε ένα ξένο. Αυτό μπορεί να είναι ιδιαίτερα σημαντικό κατά την εξέταση του σχηματισμού σχέσης, καθώς το νόημα που μεταδίδεται από ένα συγκεκριμένο emoji δεν είναι πάντα το ίδιο.

Η αλήθεια είναι ότι πολλοί από τους ερωτώμενους έχουν παρερμηνεύσει μια πρόταση λόγω emoji και έχουν βιώσει στιγμές που τα emoji τους άφησαν ερωτήματα σε σχέση με τη σημασία τους. Ένας από τους κύριους λόγους που τα emoji μπορεί να είναι παραπλανητικά είναι η υποκειμενικότητά τους. Τα emoji μπορεί να χρησιμοποιούνται με διαφορετικούς τρόπους και να παίρνουν διαφορετικές σημασίες, αλλά δεν εξετάζετε εάν οι άνθρωποι συμφωνούν σχετικά με την έννοια ενός emoji σε μια δεδομένη περίπτωση χρήσης (Miller). Ενώ ένας απλός αντίχειρας (👍) ή ένα χαμογελαστό πρόσωπο (😊) μπορεί να φαίνεται απλό, η ερμηνεία εξαρτάται συχνά

από τις απόψεις του αποστολέα και του παραλήπτη, το πολιτισμικό υπόβαθρο και τις προσωπικές εμπειρίες. μπορεί επίσης να προκύψουν παρερμηνείες λόγω των περιορισμών των συνομιλιών που βασίζονται σε κείμενο. Τα emoji προορίζονται να συμπληρώσουν τη γλώσσα, αλλά μπορούν άθελά τους να γίνουν ο μοναδικός τρόπος έκφρασης. Όταν αντιμετωπίζετε ένα μήνυμα που αποτελείται σχεδόν εξ ολοκλήρου από emoji, η αποκρυπτογράφηση της αληθινής πρόθεσης του αποστολέα μπορεί να είναι σαν να συνδυάζετε ένα οπτικό παζλ χωρίς σαφή λύση. Η ταχεία εξέλιξη των emoji και η εισαγωγή νέων περιπλέκει περαιτέρω το θέμα. Ένα emoji με καλές προθέσεις μπορεί να μετατραπεί σε επικοινωνιακό ατύχημα όταν ξαφνικά αποκτήσει διαφορετικό νόημα.

Αντίθετα όμως αρκετοί ερωτηθέντες είπαν πως τα emoji τους βοηθάνε να κατανοήσουν το επιδιωκόμενο νόημα μιας πρότασης. Προσθέτοντας μια επιπλέον διάσταση στη γραπτή γλώσσα, τα emoji χρησιμοποιούνται συχνά παράλληλα με το κείμενο για να μεταφέρουν το πλαίσιο και το συναίσθημα. Όπως τονίζει και ο Crystal η γλώσσα δεν είναι στάσιμη, εξελίσσεται με την κοινωνία και υπάρχουν νέες μορφές και ορολογίες εμφανίζονται συνεχώς και τα emoji είναι απλώς μια άλλη πτυχή αυτού. Αποδεικνύονται εξαιρετικά πολύτιμα σε καταστάσεις όπου το κείμενο από μόνο του δεν μπορεί να συλλάβει το εύρος της ανθρώπινης έκφρασης και κατανόησης. Είναι βασικό όμως να υπάρχουν κάποιες γνώσεις για τη σωστή τους χρήση.

Μία από τις πιο σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις των emoji όπως καταγράφηκε και από την διεξαγωγή της έρευνάς είναι η παρερμηνεία. Όπως αναφέρθηκε και από τους Miller και Kluser τα emoji μπορεί να είναι διφορούμενα και η σημασία τους μπορεί να παρερμηνευθεί, οδηγώντας σε παρεξηγήσεις και κακή επικοινωνία. Ωστόσο, ενώ τα emoji φημίζονται για την ενίσχυση της επικοινωνίας μας, έχουν επίσης την πιθανότητα κακής επικοινωνίας. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι τα emoji δεν είναι εγγενώς προβληματικά. Εξυπηρετούν έναν πολύτιμο σκοπό προσθέτοντας συναίσθημα και πλαίσιο στα ψηφιακά μας μηνύματα. Ανάλογα με την αντίληψη τόσο του αποστολέα όσο και του παραλήπτη το emoji και περιπλέκεται περαιτέρω λόγω της διαφορετικής εμφάνισής τους σε διαφορετικές πλατφόρμες (Wiseman and Gould). Το κλειδί για τον μετριασμό της κακής επικοινωνίας είναι να χρησιμοποιούνται τα emoji προσεκτικά και να υπάρχει κατανόηση για το πλαίσιο και τις προτιμήσεις του παραλήπτη. Η ανοιχτή και σαφής επικοινωνία παραμένει ζωτικής σημασίας για την αποφυγή παρεξηγήσεων.

Συνοπτικά, τα emoji, ενώ ενισχύουν την ψηφιακή μας επικοινωνία, φέρνουν μαζί τους την πιθανότητα κακής επικοινωνίας. Η ασάφεια, τα εξελισσόμενα νοήματα, οι πολιτισμικές διαφορές και η υπερβολική χρήση των emojis μπορεί να οδηγήσουν σε ακούσιες παρεξηγήσεις. Ωστόσο, με προσεκτική χρήση και προσοχή στο κοινό, τα emoji μπορούν να συνεχίσουν να εμπλουτίζουν τις συνομιλίες μας, ελαχιστοποιώντας τον κίνδυνο κακής επικοινωνίας. Παρόλα αυτά έχει γίνει ένα νέο είδος γλώσσας με σκοπό να κινούνται παράλληλα και να βοηθούν τον γραπτό λόγο.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Alison Eldridge (2023) Instagram social networking service
<https://www.britannica.com/topic/Instagram>

Amedie, Jacob, "The Impact of Social Media on Society" (2015). Pop Culture Intersections. 2. https://scholarcommons.scu.edu/engl_176/2

Azuma, J., 2012. Graphic Emoticons as a Future Universal Symbolic Language. Approaches to Translation Studies
https://www.researchgate.net/publication/228750278_A_Stylistic_Analysis_of_Graphic_Emoticons_Can_they_be_Candidates_for_a_Universal_Visual_Language_of_the_Future

Bill Gillham Developing a Questionnaire
https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=EpKvAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=questionnaire&ots=A7IxGL3-Vb&sig=WnLdStfkuKdkCvUFvg7TEPeYaSI&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Brass, Daniel & Butterfield, Kenneth & Skaggs, Bruce. (1998). Relationships and Unethical Behavior: A Social Network Perspective. The Academy of Management Review. 23. 14-31. 10.2307/259097.
https://www.researchgate.net/publication/272171124_Relationships_and_Unethical_Behavior_A_Social_Network_Perspective

Burhanuddin Arafah and Muhammad Hasyim, (2019), "The Language of Emoji in Social Media" in The Second Annual International Conference on Language and Literature, KnE Social Sciences, pages 494–504. DOI 10.18502/kss.v3i19.4880
https://jipel.law.nyu.edu/wp-content/uploads/2016/05/NYU_JIPEL_Vol-5-No-2_3_Scall_EmojiAsLanguage.pdf

Brisson, (2015) Hieroglyphs at Our Fingertips: Language, Semiotics, and Communication through Emoji
https://www.academia.edu/12568625/Hieroglyphs_at_Our_Fingertips_Language_Semiotics_and_Communication_through_Emoji

Britannica <https://www.britannica.com/topic/Twitter>

Cears <https://cears.edu.gr/posotiki-vs-poiotiki/>

Channary Tauch (2016) The roles of Emojis in Mobile Phone Notifications
https://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/31601/1/PubSub9075_Kanjo.pdf

Crystal, D., (2001). Language and the Internet, Cambridge, Cambridge University Press.
<https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=88811301300702511811712101110202209403205900008505405411312408109711008609712511407502605006310410705>

[8097101094068000030025118058039008069063023030097123082012080105091003063002065004089124121090006116091117022092071077000097126006113066024113109007121&EXT=pdf&INDEX=TRUE](https://www.proquest.com/openview/4d61bad098ed6552ec70be09b958f0c7/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750)

Crystal, D., (2008). *Txting: The GR8 Db8*, Oxford: Oxford University Press.

D H Stone Design a questionnaire
<https://www.bmj.com/content/bmj/307/6914/1264.full.pdf>

D.A. de Vaus SURVEYS IN SOCIAL RESEARCH Fifth edition
<https://parsmodir.com/wp-content/uploads/2020/05/devaus.pdf>

David Kirkpatrick (2010) The Facebook Effect
https://books.google.gr/books?hl=el&lr=&id=PxTvbM-VCPEC&oi=fnd&pg=PA1&dq=facebook+history+and+background&ots=DVm8mSYVY-i&sig=D6WZKG06BfOKgEQ06oz3bIv489s&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Dresner, E. & Herring, S. C. (2010). Functions of the nonverbal CMC: Emoticons and illocutionary force. *Communication Theory*
<https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=888113013007025118117121011102022094032059000085054054113124081097110086097125114075026050063104107058097101094068000030025118058039008069063023030097123082012080105091003063002065004089124121090006116091117022092071077000097126006113066024113109007121&EXT=pdf&INDEX=TRUE>

Dresner, E. and Herring, S.C., (2014). Emoticons and illocutionary force. In *Perspectives on Theory of Controversies and the Ethics of Communication*
https://www.academia.edu/37318334/Emoticons_and_Illocutionary_Force

Enrique Echeburúa, in *Principles of Addiction*, 2013
<https://www.sciencedirect.com/topics/psychology/social-networking-site>

Gamble, T.K., and Gamble, M., (2016), *Non-Verbal Messages Tell More: A Practical Guide to Non-Verbal Communication*

Gesselman, A. N., Ta, V. P., & Garcia, J. R. Worth a thousand interpersonal words: Emoji as affective signals for relationship-oriented digital communication. *PLOS ONE*, 14(8), e0221297. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0221297>

Hamza Alshenqeeti (2016) *Are Emojis Creating a New or Old Visual Language for New Generations?*

Heather J. Logghe *Decoding Twitter Understanding the History, Instruments, and Techniques for Success*
https://journals.lww.com/annalsofsurgery/FullText/2016/12000/Decoding_Twitter_Understanding_the_History..5.aspx

Identifying the Risks of Miscommunicating with Emoji Miller, Hannah. University of Minnesota ProQuest Dissertations Publishing, 2018
<https://www.proquest.com/openview/4d61bad098ed6552ec70be09b958f0c7/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750>

Instagram <https://about.instagram.com/>

Investopedia, 2021 Social Media: Definition, Effects, and List of Top Apps
<https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp>

Kelly and Watts, (2015) Characterising the inventive appropriation of emoji as relationally meaningful in mediated close personal relationships.

Lucas, G., (2016), The Story of Emoji
https://prestelpublishing.penguinrandomhouse.de/leseprobe/The-Story-of-Emoji/leseprobe_9783791381503.pdf

McIntyre (2016) WHAT ARE EMOJI AND SHOULD I BE AFRAID?
<https://digital.library.txstate.edu/bitstream/handle/10877/6100/McIntyreEmily.pdf?sequence=1>

McIntyre, E.S., (2016). From Cave Paintings To Shakespeare And Back Again: What Are Emoji And Should I Be Afraid?
<https://digital.library.txstate.edu/bitstream/handle/10877/6100/McIntyreEmily.pdf?sequence=1>

Meta <https://about.meta.com/company-info/>

Michael Cross, in Social Media Security, 2014
<https://www.sciencedirect.com/topics/computer-science/content-community>

Miller, H., Kluver, D., Thebault-Spieker, J., Terveen, L. and Hecht, B. (2017) “Understanding Emoji Ambiguity in Context: The Role of Text in Emoji-Related Miscommunication”, Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14901/14751>

O'Reilly, Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, 2009

Peijun Zhao, Jia Jia, Yongsheng An, Jie Liang, Lexing Xie, and Jiebo Luo. 2018. Analyzing and Predicting Emoji Usages in Social Media. In Companion Proceedings of the The Web Conference 2018 (WWW '18). International World Wide Web Conferences Steering Committee, Republic and Canton of Geneva, CHE, 327–334.
<https://doi.org/10.1145/3184558.3186344>

Richard A. Bartle (2004) Designing Virtual Worlds
https://books.google.gr/books?hl=en&lr=&id=z3VP7MYKqalC&oi=fnd&pg=PR19&dq=Richard+Bartle+Virtual+Worlds&ots=FivQOdmrot&sig=9PNH7TI-UOu-Nz6quUWI5KyVwOo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Roland Martin <https://www.britannica.com/topic/WhatsApp>

Sarah Wiseman and Sandy J. J. Gould. 2018. Repurposing Emoji for Personalised Communication: Why 🍷 means “I love you”. In Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '18). Association for

Computing Machinery, New York, NY, USA, Paper 152, 1–10.
<https://doi.org/10.1145/3173574.3173726>

Scott E. Fahlman (2002) Smiley Lore [Smiley Lore :-\)](#) ([cmu.edu](#))

Stark και Crawford (2015)

Techtarget Network (2022) <https://www.techtarget.com/whatis/definition/social-media>

Thurlow, C. and Brown, A., 2003. Generation Txt? The sociolinguistics of young people's text-messaging.

TikTok <https://www.tiktok.com/about?lang=en>

Unicode <https://home.unicode.org/emoji/emoji-frequency/>

We are social , SOCIAL MEDIA USERS PASS THE 4.5 BILLION MARK,
<https://wearesocial.com/jp/blog/2021/10/social-media-users-pass-the-4-5-billion-mark/>

WhatsApp <https://www.whatsapp.com/about>

Wikipedia <https://el.wikipedia.org/wiki/Wiki>

William L. Hosch (2023) <https://www.britannica.com/topic/YouTube>

5 NYU J. Intell. Prop. & Ent. L. 381 (2015-2016) Emoji as Language and Their Place outside American Copyright Law https://jipel.law.nyu.edu/wp-content/uploads/2016/05/NYU_JIPEL_Vol-5-No-2_3_Scall_EmojiAsLanguage.pdf

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. Βακάλη και Ζ. Παπαμήτσιου (2012). Πληροφοριακά Συστήματα Παγκόσμιου Ιστού. σελ 17-21, 50, 210

Γιώτα Παπαγεωργίου (2023) Ποσοτική έρευνα https://sociology.soc.uoc.gr/pegasoc/wp-content/uploads/2014/10/Microsoft-Word-Papageorgiou_DEIGMATOLHPTIKH.pdf

Τσακένη Κωνσταντίνα (2021) Μεθοδολογία ποσοτικής έρευνας. Τεχνικές δειγματοληψίας και μέθοδοι επεξεργασίας ερωτηματολογίων. <http://repository.library.teimes.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/10128/%ce%a0%cf%84%cf%85%cf%87%ce%b9%ce%b1%ce%ba%ce%ae%20%ce%95%cf%81%ce%b3%ce%b1%cf%83%ce%b9%ce%b1%20%ce%a4%cf%83%ce%ad%ce%ba%ce%b5%ce%bd%ce%b7.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Χαραλάμπου Εργαλεία Δειγματοληπτικής Έρευνας
http://oceanis.lib.teipir.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/1593/de_00160.pdf?sequence=1