

פרשנות של מסרים לא מילוליים בהודעות מיידיות (פוסטר)

חגית מישר-טל
מכון טכנולוגי חולון HIT
hagittmt@hit.ac.il

אור שמאי
מכון טכנולוגי חולון HIT
ors9495@gmail.com

סתו לחייני נעים
מכון טכנולוגי חולון HIT
stavi303@gmail.com

Interpreting Nonverbal Communication in Instant Messaging (Poster)

Stav Lahayni Naim
Holon Institute of Technology
stavi303@gmail.com

Or Shamay
Holon Institute of Technology
ors9495@gmail.com

Hagit Meishar-Tal
Holon Institute of Technology
hagittmt@hit.ac.il

Abstract

Online textual communication lacks the ability to convey facial expressions and voice. In order to support the textual message and its meaning, various means are used by instant messaging users, such as: emojis, emoticons, punctuation marks and other means of internet language. The purpose of this study is to examine how messages are interpreted in instant messages and how different nonverbal means help to interpret messages by the recipient. The research tool was a survey questionnaire filled out by 64 WhatsApp users. The respondents had to rate the extent to which various means support the message on a 1-5 Likert scale. In addition, the questionnaire included open questions in which the respondents had to write their interpretations to messages presented to them. The messages contained nonverbal means of all types mentioned above. The findings of the study indicate that emojis are the most accurate mean to support conveying the meaning of the message.

Keywords: Instant Messages, WhatsApp, Online communication, Effective communication, Internet language, Emoji.

תקציר

עם המעבר לתקשורת המבוססת טקסט, נוצר פער תקשורתי שלא קיים בשיח פנים אל פנים. פער זה נוצר מכיוון שאין נוכחות פיזית במרחב הווירטואלי, דבר המשפיע רבות על הדרך בה מקבל ההודעה מפרש את כוונת השולח. התקשורת המבוססת על טקסט בלבד לא מאפשרת קבלת מידע לא-מילולי כמו: טון דיבור, שפת גוף, הבעת פנים ומחוות גוף. על מנת להתגבר על חסמים אלה ובמטרה לדייק את המסר ואת כוונת ההודעה, התפתחה "שפה אינטרנטית" שבה משולבים אמצעים לא מילוליים בגוף ההודעה כמו: אימוג'י, אמוטיקון, סימני פיסוק, הכפלת אותיות ועוד. במצב זה, נשאלת השאלה כיצד משתמשים מפרשים את המסרים המתקבלים בהודעות מיידיות? מטרת מחקר זה היתה לבדוק כיצד מפרשים מסרים בהודעות מיידיות וכיצד אמצעים שונים מסייעים לפירוש המסרים על ידי מקבל ההודעה. המחקר הינו מחקר איכותני. כלי המחקר הוא שאלון סקר שהופץ ל-64 נשאלים. אוכלוסיית המחקר הם גברים ונשים בני 18+ (הגיל הממוצע 30), אשר פעילים באפליקציית המסרים המידיים WhatsApp. בסקר שולבו הודעות טקסט זהות שחזרו על עצמן מספר פעמים לאורך השאלון, אשר להן נוספו אמצעים לא מילוליים כמו אימוג'י, אמוטיקונים, סימני פיסוק וסימנים נוספים של השפה האינטרנטית.

בכל פעם ההודעה שילבה אמצעי שונה, על מנת להשוות באיזו מידה הוא תרם להבנת המסר. על הנשאלים היה לדרג באיזו מידה ההודעה מעבירה רגש מסוים, באמצעות סולם ליקרט שנע בין 1-5. בנוסף, השאלון כלל שאלות פתוחות עליהן השיבו הנשאלים ובהן התבקשו לפרש את המסרים שהוצגו להם, מסרים ששולבו בהם אמצעי הבעת הרגשות הנזכרים לעיל. ממצאי המחקר העידו כי לאמצעי העברת המסר הלא מילולי תפקיד חשוב בפרשנות המסר. אימוג'י היה האמצעי שתרם במידה הרבה ביותר להעברת מסר ההודעה, לעומת האמצעי אמוטיקון שתרם להעברת המסר במידה הנמוכה ביותר.

למחקר השלכות על השדה החינוכי שעושה שימוש רב בתקשורת מקוונת ללמידה. מורים ותלמידים צריכים להיות מודעים למסרים הלא-מילוליים שהם מעבירים ומפרשים במרחב האינטרנטי ולדעת לעשות שימוש אפקטיבי בתקשורת זו.

מילות מפתח: מסרים מידיים, WhatsApp, תקשורת מקוונת, תקשורת אפקטיבית, שפה אינטרנטית, אימוג'י.

מקורות

- הכט, יי (6 במרץ 2005). מלחמת השפות הדיגיטאלית: מקומה של ה"שפה הכתובה" בשיח המקוון. איגוד האינטרנט הישראלי. אוחר מתוך <https://www.isoc.org.il/internet-il/articles-and-research/magazine/digital-language-war-the-role-of-the-written-language-discourse-online>
- וייסמן, כ' וגונן, א' (2011). *עברית אינטרנטית*. כתר ספרים.
- Adebola, O. A. (2017). Semiotics in the Whatsapp conversations of undergraduate students of Obafemi Awolowo University, Ile Ife, Osun State, Nigeria. *International Journal of English and Literature*, 8(5), 43-62.
- Ahad, A. D., & Lim, S. M. A. (2014). Convenience or nuisance?: The 'WhatsApp'dilemma. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 155, 189-196.
- Appan, P., Shevade, B., & Sundaram, H. (2004). Interactive Visualization and Content Analysis of Instant Messaging Networks. *Arts Media and Engineering Program*.
- Danesi, M. (2016). *The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the internet*. Bloomsbury Publishing.
- Derks, D., Bos, A. E., & Von Grumbkow, J. (2007). Emoticons and social interaction on the Internet: the importance of social context. *Computers in human behavior*, 23(1), 842-849.
- Ip, A. (2002). The impact of emoticons on affect interpretation in instant messaging. Retrieved April 26, 2012 from <http://www.amysmile.com>.
- O'Hara, K., Massimi, M., Harper, R., Rubens, S., & Morris, J. (2014). Everyday dwelling with whatsapp. *Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing* (pp. 1131-1142). ACM, Baltimore, MD, USA.
- Soliman, D. A., & Salem, M. S. (2014). Investigating intention to use mobile instant messenger: The influence of socialibility, selfexpressiveness, and enjoyment. *The Journal of American Academy of Business*, 19(2), Cambridge, 286-293.
- Soranaka, K., & Matsushita, M. (2012, November). Relationship between emotional words and emoticons in tweets. In *Technologies and Applications of Artificial Intelligence (TAI), 2012 Conference on* (pp. 262-265). IEEE.
- Xu, L., Yi, C., & Xu, Y. (2007). Emotional expression online: The impact of task, relationship and personality perception on emoticon usage in instant messenger. *PACIS 2007 Proceedings*, 79.