

עמדות מבוגרים כלפי שימוש ב-Emoji בהודעות ווטסאפ (פוסטר)

גילה לוי עצמון	חדוה לוי	איילה צור
המרכז ללימודים אקדמיים	המרכז ללימודים אקדמיים	המרכז ללימודים אקדמיים
gila_la@mia.ac.il	hedvalevy1972@gmail.com	ayalatsur7@gmail.com

Adult's Positions Towards Using Emoji in WhatsApp Messages (Poster)

Ayala Tsur	Hedva Levy	Gila Levi Atzmon
The College for Academic Studies	The College for Academic Studies	The College for Academic Studies

Abstract

In recent years Emoticon and Smiley have become an inseparable part of communication in WhatsApp. This study examined the attitudes of adults regarding the use of Emoji to transmit verbal and emotional messages in WhatsApp. Accordingly, three main questions were asked: (1) What are the characteristics of using Emoji by adults? (2) How do adults value the contribution of Emoji to understanding a nonverbal emotional message? (3) What are the attitudes of adults towards using Emoji as a substitute for language? 110 participants answered an online questionnaire during May 2017. The data analysis reveals that most adults regard Emoji as a fundamental part of digital conversation. They use Emoji to convey nonverbal messages as well as emotional messages, assuming that their message will be understood. This finding correlates to Mayer's Principle of Multimedia (Mayer, 2009), claiming that a combined visual and verbal message is easier to comprehend. Half of the participants claim that Emoji can replace a verbal message, but most of them disagree that Emoji can entirely replace written text. Therefore, despite the growing use of Emoji, it is still difficult to accept the idea that it can be regarded as a new digital language, however it can be a part of written text.

Keywords: Emoji, WhatsApp, adults, visual language.

תקציר

לאורך ההיסטוריה האנושית, ייצוגים חזותיים שימשו ככלי רב עצמה להעברת מסרים ומשמעויות, והיוו אבני בנייה למערכות סמלים תרבותיות או כאובייקטים בזכות עצמם (מיודוסר ואחרים, 2008). כאשר התקשורת האלקטרונית הפכה לחלק משמעותי בחיינו, קיבלו הייצוגים החזותיים מעמד דומיננטי מחודש. בטקסט הדיגיטלי סמלי ההבעה, אמוטיקונים וסמילי קיבלו בהדרגה משמעות רבה (Jibril & Abdullah, 2013). מחקרים מצאו, כי שימוש באמוטיקונים מעשיר את הטקסט, נותן תחושת קרבה הדומה למפגש פנים אל פנים, מוסיף הומור, מפשט מסרים מילוליים ומרמז על מצב רוחו ומאפייניו האישיותיים של כותב המסר (Wolf, 2000). ה-Emoji משמש ייצוג חזותי להבעות פנים, מושגים ורעיונות (Jibril & Abdullah, 2013 ; Salló, 2011).

המחקר התמקד באופן שבו מבוגרים עושים שימוש ב-Emoji בהודעות WhatsApp, יישום שבו משתמשים יותר ויותר אנשים בשנים האחרונות, להעברת הודעות טקסט (Aal et al., 2014). המחקר בחן 3 סוגיות: א) מאפייני השימוש

ב-Emoji בהודעות WhatsApp בקרב מבוגרים. (ב) כיצד מבוגרים מעריכים את תרומת ה-Emoji להבנת מסר רגשי לא מילולי. (ג) מהן עמדותיהם כלפי השימוש ב-Emoji כתחליף לשפה. על השאלון השיבו 110 משיבים בטווח גילאים שבין 20-55.

מן הממצאים עולה כי צירוף ה-Emoji להודעות ב-WhatsApp הפך לחלק בלתי נפרד מהדרך בה מבוגרים מתקשרים כיום. מרבית האנשים נעזרים ב-Emoji על מנת להעביר מסרים רגשיים באופן לא מילולי ולהגיב בקצרה, וכמחציתם משתמשים בהם לקישוט ההודעה ולהרחבת המסר המילולי. ממצא זה תואם לעיקרון המולטימדיה של מאייר (2009), לפיו קל יותר להבין מידע המועבר באמצעות שילוב של תמונות ומילים יחד. כמו כן, מרבית מהמשיבים מעידים כי הם מבינים את המשמעות הלא מילולית של ה-Emoji הנשלח אליהם. בשאלה האם ניתן לייחס ל-Emoji מעמד של שפה חדשה, נמצא שמחצית מהמשיבים מסכימים כי ה-Emoji המשולב בתוך הטקסט יכול להוות תחליף למילה כתובה, אך לא ניתן לייחס לטקסט המורכב אך ורק מאייקונים של Emoji מעמד של שפה העומדת בפני עצמה. לא התקבלה תוצאה חד משמעית לשאלה האם להערכת המשיבים השימוש ב-Emoji גורם לרידוד השפה. לפיכך, נותרה להערכת החוקרות שאלה פתוחה האם השימוש התדיר ב-Emoji עלול לגרום למשתמש להתרגל לתקשר בקודים ובקיצורים, באופן אשר יגרום לרידודה של השפה לטווח הארוך.

מילות מפתח: WhatsApp, Emoji, מבוגרים, שפה חזותית.

מקורות

- מיודוסר, ד', נחמיאס, ר' ופורקוש-ברוך, א' (2008). אוריינויות חדשות בחברת הידע. **אאוריקה**, 31, 1-13.
- Aal, L. B., Parmar, J. N., Patel, V. R., & Sen, D. J. (2014). WhatsApp, Skype, Wickr, Viber, Twitter, and Blog are ready to asymptote globally from all corners during communications in latest fast life. *Research Journal of Science and Technology*, 6(2), 101.
- Jibril, T. A. & Abdullah, M. H. (2013). Relevance of Emoticons in Computer-Mediated Communication Contexts: An Overview. *Asian Social Science*, 9(4), 201.
- Mayer, R. E. (2009). *Cognitive Theory of Multimedia Learning* (2nd ed). University of California, Santa Barbara.
- Salló, S. (2011). The faces of messenger emoticons in the virtual communication. *Acta Universitatis Sapientiae. Social Analysis*, 1(2), 307. <http://acta.sapientia.ro/acta-social/C1-2/social12-11.pdf>
- Wolf, A. (2000). Emotional expression online: Gender differences in emoticon use. *CyberPsychology & Behavior*, 3(5), 827-833. <http://dx.doi.org/10.1089/10949310050191809>.