

Pas op met aubergines!

(1) Superhelden, een lama en een gezicht met ijspegels. Het zijn slechts drie voorbeelden van de 150 nieuwe emoji die vorige maand werden aangekondigd. Later dit jaar zullen ze na updates in WhatsApp en Facebook verschijnen. Er zijn dan bijna drieduizend emoji in omloop en ze zijn een niet meer weg te denken communicatiemiddel. Niet alleen online, maar ook offline. Er zijn kussentjes in de vorm van de lachende drol, de klassieker ‘Moby Dick’¹⁾ is vertaald als ‘Emoji Dick’ en vorig jaar kwam de – overigens slecht ontvangen – animatiefilm ‘The Emoji Movie’ uit. Ook de wetenschap stort zich vol op het fenomeen. Wat weten we over emojicommunicatie?

(2) Denk niet dat je origineel bent als je een emoji gebruikt die huilt van het lachen. Het schaterlachende gezichtje met traantjes over de wangen, is met afstand de meest gebruikte emoji wereldwijd. Hij beslaat zo’n 15 procent van ons emoji-gebruik, analyseerden onderzoekers van de universiteiten van Beijing en Michigan in 2015. De Oxford Dictionary riep de ‘Face with tears of joy’-emoji dat jaar tot ‘woord’ van het jaar uit.

(3) De schaterlach staat in 2018 nog altijd met stip op één, blijkt uit emoji-tracker.com, die live het emoji-gebruik op Twitter volgt. De nummers twee en drie zijn het hartje en het gezicht met hartjesogen, gevolgd door meer gezichtjes, hartjes en enkele handgebaren. Landen wereldwijd verschillen daar weinig in, al zijn er wel kleine verschillen. De

top 20 van Frankrijk stond volgens de studie uit 2015 bijvoorbeeld vol hartjes in allerlei maten en kleuren. Nederlanders gebruikten de partypopper en de spierbal-arm meer dan andere landen.

(4) Aan zeemeerminnen, pizzapunten en kamelen hebben we in de praktijk minder behoefte. Logisch, want die voegen weinig toe aan gesprekken, zegt taalkundige Lieke Verheijen, die ‘digi-taal’ onder jongeren onderzoekt. “Wie appt dat hij een pizza gaat eten, denkt er meestal niet direct aan een pizzaplaatje erbij te zoeken. Het gebeurt soms voor de grap, maar het is niet echt relevant. Hartjes en gezichten voegen emotionele waarde toe.” We willen met emoji vooral communiceren wat we live met lichaamstaal uitdrukken. En wanneer heb je een inktvis of donut nodig om de lading van je boodschap duidelijk te maken?

(5) Slechts 17,5 procent van de tweets met emoji erin is negatief, concludeerden Sloveense onderzoekers in 2015 op basis van meer dan 69.000 tweets uit verschillende landen. Meestal waren dat droevige gezichtjes. In het positieve emoji-gebruik, zo’n 54 procent van de gevallen, zat meer variatie. Er wordt op Twitter gestrooid met lachende gezichten, hartjes, ingepakte cadeautjes, feestemoji en trofeeën.

(6) Gebruikt de jeugd meer emoji dan oudere generaties? Ja, maar het verschil is kleiner dan je misschien denkt. Facebook Messenger hield afgelopen jaar een enquête onder

85 ruim negenduizend gebruikers over
hun onlinecommunicatie. Van de
56- tot 64-jarigen zei 77 procent
emoji te gebruiken, tegenover
92 procent van de 13- tot 18-jarigen.
90 **(7)** Emoticons²⁾ kunnen
misverstanden voorkomen. Zet :-P
achter een zin en het is duidelijk dat
je een grap maakt. Maar in emojiland
is wel érg veel keuze in gezichts-
95 uitdrukkingen. Dat kan verwarrend
zijn. Wetenschappers van de
universiteit van Minnesota vroegen
proefpersonen naar de betekenis van
diverse emoji. Over het gezicht met
100 hartjesogen was het oordeel redelijk
unaniem: dat gaat over liefde. Maar
een gezicht dat bijvoorbeeld officieel
een ‘ongeamuseerde blik’ uitbeeldt,
leverde verschillende interpretaties
105 op: van teleurgesteld en
gedepimeerd tot niet onder de
indruk of argwanend. Een vervolgstudie
toonde afgelopen jaar aan dat
het amper verschil maakt of
110 verwarrende emoji los of in
zinscontext staan.
(8) Over ambigue afbeeldingen
gesproken: pas een beetje op met
groente en fruit. Tenzij u over
115 geslachtsdelen wilt praten, kunt u de
aubergine beter vermijden. En de
perzik staat vaak synoniem voor
billen. Slechts in 7 procent van de

tweets met het perzikplaatje gaat het
120 daadwerkelijk over fruit, ontdekte de
website Emojipedia in 2016.
(9) Of mensen grootverbruiker zijn of
niet, ze zijn het er meestal over eens
dat emoji niet thuishoren in e-mails,
125 zéker niet in zakelijke context. De
ouderwetse emoticon is tegen alle
adviezen in wel het bedrijfsleven
binnengedrongen. Een Scandinavische
studie vond in 2014 in
130 17,7 procent van de onderzochte
werkmails emoticons. Het leeuwendeel
betreft de lachende smiley.
Zeker in het eerste contact is dat
onverstandig, bleek vorig jaar uit
135 een studie waar Gerben van Kleef
van de Universiteit van Amsterdam
bij betrokken was. Proefpersonen
vonden een zakelijke e-mailer die
lachende smileys gebruikte
140 minder competent en stuurden
minder informatieve e-mails terug.
Van Kleef: “Onze resultaten
beperken zich tot eerste indrukken.
Als mensen elkaar kennen, maakt
145 het misschien minder uit, al kan ik
me voorstellen dat overmatig
smileygebruik ook dan negatieve
gevolgen kan hebben.” Lachende
drollen naar de baas of klanten
150 sturen is waarschijnlijk al helemaal
een slecht idee.

*naar een artikel van Anouk Broersma,
de Volkskrant, 7 april 2018*

noot 1 ‘Moby-Dick of de Walvis’ is een beroemd boek uit 1851 over de jacht op een witte walvis.

noot 2 Emoticons zijn met leestekens uitgebeelde emoties, zoals :-). Emoji zijn plaatjes die bijvoorbeeld een emotie uitdrukken, zoals 😊.