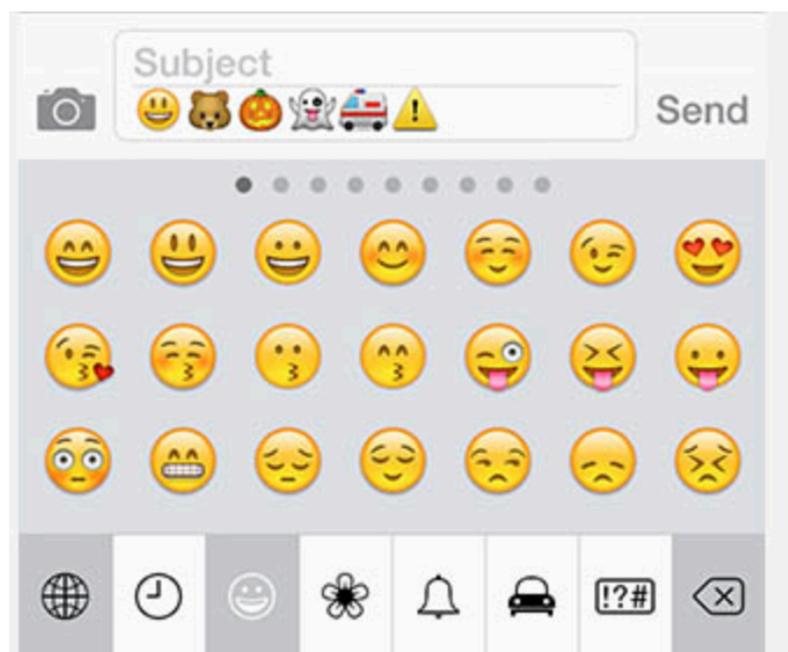


# Zum Wandel der Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung

Prof. Dr. Elena Giannoulis und Tom Bieling im Gespräch

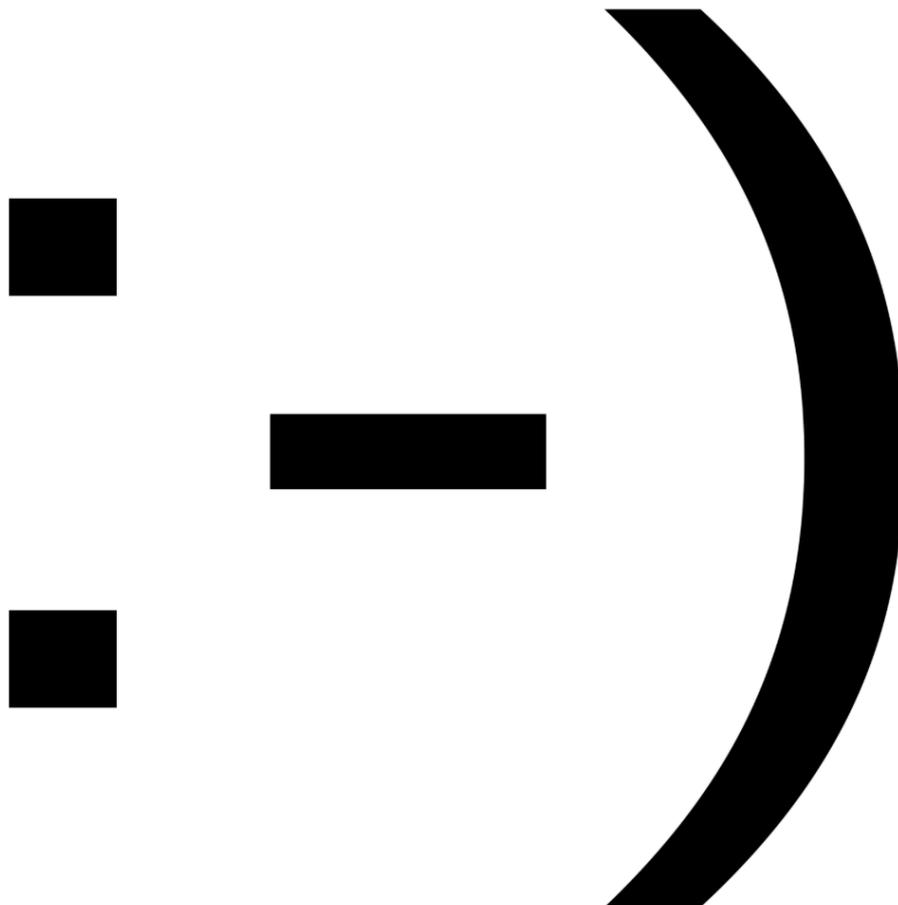
*Am Donnerstag (23. Juni 16) startet eine zweitägige, interdisziplinäre Konferenz über die fortlaufenden Transformationsprozesse von Sprache, Literatur, Medien, Kunst und Alltagskultur am Beispiel der kleinen, heimlichen Globalisierungsgewinner digitaler Kommunikation: den Emoji und Emoticons (sowie deren japanischer Sonderform, den Kaomojis). Tom Bieling sprach mit Elena Giannoulis, der Organisatorin der Veranstaltung.*



[Bild Quelle: Tweaking4All.com]

*[Tom Bieling]* **Emoji und Emoticons scheinen (nicht nur) in der digitalen Kommunikationskultur allgegenwärtig. Sie sind somit längst fester Bestandteil unserer Alltagskultur. Die Formen und Funktionen dieser Piktogramme und Ideogramme sind dabei mindestens ebenso vielfältig wie ihre sprachlichen und kulturellen Funktionen. Wie kam's?**

*[Elena Giannoulis]* Der Terminus „Emoticon“ setzt sich aus „Emotion“ und „Icon“ zusammen und kann als ein – oft aus mehreren Zeichen bestehendes – „Zeichen“ verstanden werden, das in Instant Messaging, Social Networking Services (Facebook, Twitter), E-Mails oder Blogs verwendet wird. Vorläufer der Emoticons, so genannte „Strichmännchengesichter“, die aus Satzzeichen und Buchstaben zusammengesetzt wurden, existieren bereits seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Zwar waren Emoticons im analogen Zeitalter eine Randerscheinung, jedoch wurden sie bereits damals verwendet, um verbale Kommunikation humorvoll und erklärend zu ergänzen. Das am häufigsten eingesetzte Emoticon ist ein Smiley. Werden Smileys aus mehreren Zeichen zusammengesetzt, sind sie meist um neunzig Grad gedrehte, also liegende, Strichbilder von Gesichtern.



[Smiley Emoticon]

Emoji („Bildschriftzeichen“) gelten als eine Weiterentwicklung von Emoticons und wurden Ende der 1990er Jahre von dem Japaner Shigetaka Kurita erfunden, der für den Mobilfunkanbieter NTT DoCoMo an dem „i-mode Project“ gearbeitet hatte. Mit Beginn der digitalen Kommunikation durch SMS und E-Mail ab etwa der zweiten Hälfte der neunziger Jahre fanden Emoticons auch in die Kommunikation breiter Bevölkerungsschichten Einzug. Ihren weltweiten Siegeszug verdanken Emoji dem Unicode-Konsortium, dem zahlreiche Softwarefirmen wie Apple, Microsoft und Google angehören, denn dieses verwaltet Emoji und den zu den Emoji gehörenden Computercode, damit diese auf den Endgeräten überall auf der Welt gleich aussehen. Laut der Webseite „[emojitracker.com](http://emojitracker.com)“ sind weltweit seit Sommer 2013 mehr als acht Milliarden Emoji allein auf Twitter verschickt worden.

Eine kreative japanische Sonderform der Emoticons heißt Kaomoji (Gesichter aus Schrift- und Satzzeichen, die Emotionen ausdrücken). Während bei „konventionellen“ westlichen Emoticons das Bild um neunzig Grad gedreht ist, ist dies bei Kaomoji meist nicht der Fall. Da sie nicht nur aus Zeichen des *American Standard Code for Information Interchange* bestehen, sondern auch aus der zweiten japanischen Silbenschrift „Katakana“, erweitern sie die Ausdrucksformen des westlichen Zeichensystems. Diese japanischen Versionen von Emoticons sind aufgrund ihrer Darstellungsweise für westliche Betrachter, die nicht mit deren Gebrauch vertraut sind, teilweise kaum zu verstehen. Es scheint also universal verständliche und kulturell kodierte Emoticons zu geben.

**Inzwischen findet das ja nicht mehr ausschließlich nur im Kontext der digitalen Kommunikation statt, sondern auch in anderen Bereichen.**

Seit Mitte der 2000er Jahre sind Emoji, Emoticons und Kaomoji nicht mehr nur Bestandteil digitaler Kommunikation, sondern auch zunehmend in den Medien Literatur oder Kunst von Bedeutung. Vor allem Emoji und Kaomoji werden immer öfter Bestandteil von digitaler Literatur, Handyromanen aber auch konventionell publizierten Texten. Der Bestsellerroman *Densha Otoko* (2004) (Englisch: *Train Man*, 2006) von Nakano Hitori, der ursprünglich auf dem berühmten Internetforum „Nichanneru“ (Kanal 2) veröffentlicht wurde, enthält auf fast jeder Seite Kaomoji und ASCII-Art. 2014 veröffentlichte der chinesische Künstler Xu Bing das erste belletristische Werk nur aus Emoji. *Book from the Ground* schildert einen Tag im Leben eines typischen städtischen Angestellten. Ferner werden auf dem Blog „Narratives in Emoji“ Klassiker wie Herman Melvilles *Moby Dick* oder die Geschichte um den Untergang der Titanic in Emoji nacherzählt. In die Kunst haben Emoji im Rahmen so genannter ASCII-Art Einzug gefunden, die wiederum ASCII Comics entstehen ließ. In New York City fand 2013 die „Emoji Art and Design Show“ statt, worüber das *Wall Street Journal* berichtete.



[Emoji: Heul-vor-Glück-Smiley]

**Ein Teil des „Erfolgsgeheimnisses“ der Emoji, scheint darin zu bestehen, dass sie auf sehr plakative, kaum missverständliche und somit universal handhabbare Weise zu leisten im Stande sind, was Sprache allein nicht immer vermag: z.B. die direkte Übermittlung von Emotion oder Ironie. Eine Bereicherung der schriftsprachlichen Ebene? Oder deren Verkümmern?**

Das Heul-vor-Glück-Smiley ist laut Oxford Dictionaries das Wort des Jahres 2015. Begründet wurde dies mit der Tatsache, dass Emoji sprachliche Grenzen überwinden und eine universale Sprache seien. Für die einen war das ein Grund zur Freude und für die anderen – ihres Zeichens Kulturpessimisten – ein Zerfall oder Bedeutungsverlust von Sprache. Ich denke nicht, dass Emoji und Emoticons Sprache verstümmeln, sondern diese von Fall zu Fall sinnvoll ergänzen können. Im Zusammenspiel mit Textnachrichten verstärken, neutralisieren oder schwächen Emoticons das Geschriebene ab oder interpretieren den Text im Hinblick auf Ironie und geben ihm so eine bestimmte Melodie. Sie sind eine Hilfe für den Leser, den Text im Hinblick

darauf zu interpretieren, was der Linguist John Haiman als „un-plain speaking“ bezeichnet hat, zum Beispiel Sarkasmus, Höflichkeit, Codes, Euphemismen oder Pathos.

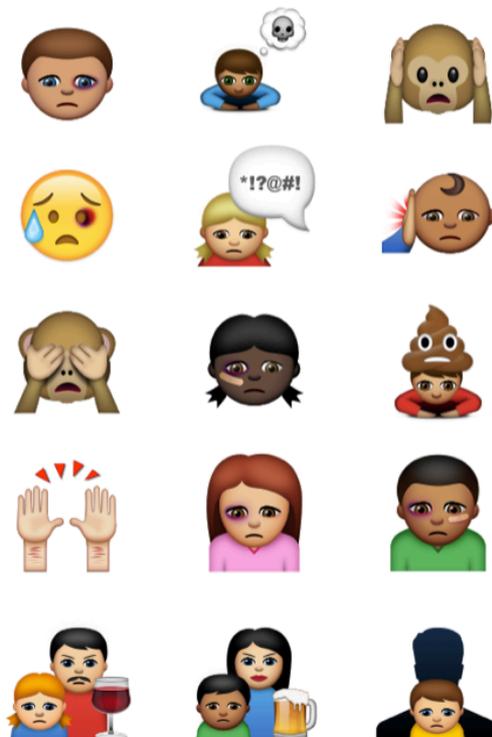
**Wobei dies ja auch immer kontextgebunden ist. Ironie, Humor, Höflichkeit oder Kränkung wird ja nicht immer überall gleich verstanden.**

Richtig, das heißt nämlich nicht gleich, dass etwa durch Emoji ergänzte Kommunikation in jedem Falle der Überbrückung kultureller Missverständnisse dienlich wäre, denn Emoji werden in verschiedenen Kulturen mit unterschiedlichen Konnotationen aufgeladen.

**Der direkte Einfluss auf Sprache und Literatur, sowie der unmittelbare Bezug zu Kultur liegen auf der Hand. Erfüllen Emoji und Co darüberhinaus noch weitere gesellschaftliche Funktionen?**

Das Thema „Emoji“ wird zunehmend in soziokulturellen und politischen Debatten relevant. Man denke etwa an die Diskussion um mögliche Diskriminierung, die zur Einführung unterschiedlicher Hautfarben von einzelnen Emoji geführt hat.

Oder nehmen wir das Beispiel der App „Abused Emojis“, die es Kindern ermöglichen soll, leichter auf häusliche Gewalt aufmerksam zu machen, wenn sie nicht in der Lage sind, die Ereignisse zu verbalisieren. Weitere solcher Beispiele würden für einen gesellschaftlichen Nutzen von Emoji sprechen.



[Abused Emojis]

**Die comicartige, verspielte Anmutung von Emoji mag bisweilen darüber hinweg täuschen, dass oft knallharte Marktmechanismen mit ihnen in Verbindung stehen.**

Sicherlich sollte man Emoji z.B. stärker auf ihr Potential im Rahmen von affective labor untersuchen und ihren Marktwert erforschen. Hersteller von Chat-Programmen wie Line in Japan oder Kakao Talk in Korea verdienen Millionen mit dem Entwerfen eigener „Emoji“ oder Sticker. Viele dieser Ideogramme und Piktogramme werden dann zu Merchandising-Artikeln.

🤯 Whaaaat?! 💰 🗑️ **OMG** 😬 😬

😂😂LOL!!😂😂

Die Konferenz **Emoticons, Emoji und Kaomoji** findet statt am Donnerstag, 23. Juni und Freitag 24. Juni 2016 im Henry-Ford-Bau der Freien Universität Berlin, Garystraße 35, Raum B und D, 14195 Berlin.

**Beginn** jeweils um 10.00 Uhr. **Programm** unter: [www.geschkult.fu-berlin.de/e/oas/japanologie/files/ProgrammAnkuendungEmoji.pdf](http://www.geschkult.fu-berlin.de/e/oas/japanologie/files/ProgrammAnkuendungEmoji.pdf)

Die Veranstaltung ist öffentlich, der **Eintritt frei**. Die Konferenzsprache ist Englisch.

©2016: Tom Bieling & Elena Giannoulis, DESIGNABILITIES Design Research Journal (ISSN 2511-6264) Authors retain the rights to their articles, which are published by DESIGNABILITIES Design Research Journal with their permission. Any use of these materials provide proper citation to the author and DESIGNABILITIES | [www.designabilities.org](http://www.designabilities.org)

**Citation Information:**

Bieling, Tom & Giannoulis, Elena (2016): Zum Wandel der Kommunikation im Zeitalter der Digitalisierung. In: DESIGNABILITIES Design Research Journal, (6) 2016. <https://designabilities.wordpress.com/2016/06/22/zum-wandel-der-kommunikation-im-zeitalter-der-digitalisierung/> ISSN 2511-6274