

Federica Mariani, Paolo Mariani

Come ti senti oggi? Un'indagine sulle metonimie simboliche nei disegni tra emoticon, emoji e meteo*

ABSTRACT: In written communication, with the advent of the digital age, social and online messaging often make use of symbols that not only represent animals or objects, but even claim to depict emotions through yellow faces that attempt to reproduce in a stylized manner our facial expressions. In this study, participants were asked to communicate their mood through figurative and abstract drawings: a large number of these drawings depicted symbols conventionally used in long-distance communication, such as emoji and emoticons or weather symbols. It was pointed out that, at the linguistic level, emoji/emoticons are used almost universally and standardized to communicate moods (especially positive ones), as other studies had already pointed out (Novak et al, 2015; Amalathan and Anouncia, 2015; Danesi, 2017). Given the massive use of weather symbols, it has been observed in the drawings that an association is given between meteorological states and moods that traces the common linguistic attribution: that is, conveying one's mood with symbols depicting the sun often corresponds to positive moods.

KEYWORDS: emoji; emoticon; metaphors; emotions; weather symbols.

L'utilizzo di simboli, o *metonimie simboliche* (Lakoff e Johnson 1998, pp. 55-60) si è reso sempre più necessario nella comunicazione scritta con l'avvento dell'era digitale. La comunicazione a distanza, venendo meno il linguaggio prossemico e delle espressioni facciali, ha sopperito a tale mancanza con la creazione di emoji, che saranno analizzate in relazione alla loro struttura e funzione comunicativa. I social e la messaggistica online propongono continuamente simboli che non solo rappresentano animali o oggetti, ma raffigurano anche le emozioni, attraverso faccine gialle che cercano di riprodurre in maniera stilizzata e grossolana le nostre espressioni facciali¹.

Per poter analizzare l'influenza dei social e della messaggistica online nel comunicare le emozioni, è stata condotta un'indagine che ha visto i partecipanti comunicare il proprio stato d'animo sotto forma di disegni figurativi e astratti.

* L'articolo è frutto di una ricerca iniziata nel 2021 da Federica Mariani con la supervisione della parte statistica a cura di Paolo Mariani. Si ringraziano gli anonimi referee che con le loro preziose osservazioni hanno contribuito al miglioramento di questo contributo.

¹ Per dati sull'uso e la tipologia delle emoji esistenti visitare <https://emojipedia.org>

Alle evidenze si affiancheranno delle considerazioni più generali sull'influenza tra metafore e percezione, e una riflessione sull'utilizzo di metafore atmosferiche nella comunicazione emozionale. Seguiranno indicazioni sull'indagine, il metodo e la modalità di lettura delle evidenze, e si proporranno considerazioni sulla presenza, nel campione analizzato, di simboli convenzionalmente utilizzati nella comunicazione a distanza, come le emoji e le emoticon, o di simboli meteorologici.

Emoticon ed emoji: come l'era digitale esprime le emozioni

Le emoji e le emoticon, le cosiddette faccine che popolano la messaggistica online dai Tweet ai post su Facebook, sono sempre più popolari. Con un patrimonio di 3521 emoji codificate dall'Unicode Standard nell'ottobre 2020, è stato stimato che, a luglio 2021, il 20,69% dei tweet includeva almeno una emoji. L'utilizzo di volti stilizzati nella comunicazione contemporanea ebbe avvio con Franklin Loufrani, giornalista che a partire dal 1972 propose l'utilizzo dello smiley (creato nel 1964 da Harvey Ross Ball) negli articoli giornalistici (Danesi 2017, pp. 2-5). Con l'avvento di Internet e la messaggistica online, queste si sono evolute in emoticon, espressioni facciali realizzate con i segni di punteggiatura, proposte per la prima volta negli anni '80 da Scott Fahlman, computer scientist al Carnegie Mellon.

19-Sep-82 11:44 Scott E. Fahlman :-)
 From: Scott E. Fahlman <Fahlman at Cmu-20c>
 I propose that the following character sequence for joke markers: :-)
 Read it sideways. Actually, it is probably more economical to mark things that are NOT jokes, given current trends. For this, use :-(
 (Fahlman, 1982)².

L'esordio di Internet vedeva partecipi e coinvolgeva per lo più ricercatori e ingegneri che lo utilizzavano per ragioni di studio e lavoro. Da subito si rese necessario trovare degli escamotage per limitare fraintendimenti nella comunicazione a distanza, dovuti al fatto che venivano meno indicatori importanti come il linguaggio prossemico. Si iniziarono quindi a utilizzare dei *softeners*, indicatori intenzionali di proprietà prossemiche o paralinguistiche, usando solamente caratteri e lettere. Successivamente nacquero le emoji, che si aggiunsero e in parte sostituirono alle emoticon. Il termine "emoji" viene dal giapponese: "e" sta per "immagine" e "moji" per "lettera", "carattere". Furo-

² Informazioni su Scott Fahlman su <https://www.cs.cmu.edu/~sef/Orig-Smiley.htm>


no inventate nel 1998 da Shigetaka Kurita, impiegato nelle telecomunicazioni a cui era stato chiesto di disegnare 176 emoji per la NTT DOCOMO (Danesi 2017, pp. 1-16). Le emoji nacquero con l'intento di essere il più culturalmente neutre possibili: si scelse il colore giallo della pelle, niente capelli né naso. Con la loro crescente popolarità e utilizzo però, è aumentata la richiesta di emoji più specifiche, legate all'inclusione³. Acquisirono grande fama soprattutto nel 2011, quando Apple lanciò il nuovo sistema operativo iOS5 che includeva nella tastiera un apposito spazio anche per le emoji; ma fu la decisione dell'Oxford dictionary nel 2015 di indicare come parola dell'anno l'"emoji con lacrime di gioia" (😂)⁴, a mostrare il cambiamento irreversibile che queste avevano attuato nella comunicazione. Un pittogramma era stato eletto come parola dell'anno, un'immagine equivaleva a una parola a livello di trasmissione dell'informazione. L'era di internet ha incoraggiato la scrittura, scoraggiando dall'altra parte la comunicazione dal vivo; lo scrivere ha così acquisito molte delle funzioni del parlare faccia a faccia, e l'introduzione delle emoji assolve ad alcune di queste esigenze. Marcel Danesi individua le funzioni e caratteristiche principali delle emoji: vengono utilizzate in testi informali, per enfatizzarne il tono, esprimere emozioni, soprattutto se queste sono positive (Novak *et al.* 2015, pp. 3-12), e limitare i fraintendimenti, rischio che si corre nelle conversazioni che avvengono a distanza (Danesi 2017, pp. 95-116). Le emoji e le emoticon sostituiscono infatti il volto della persona che scrive, operando per semplificazioni, e mimando l'espressione che (forse) accompagnerebbe il messaggio se questo fosse pronunciato in una conversazione faccia a faccia.

Poiché l'osservazione dell'azione e la sua esecuzione coincidono nello stesso substrato neurale (Gallese 2001, in Gozzano 2020 p. 10), ci si è interrogati se osservare le emoticon attivasse le stesse regioni del cervello che si attivano nell'osservare i volti, e se osservare le emoticon producesse micromovimenti nel volto dell'osservatore a imitare l'espressione dell'emoticon osservata. Composta da 6 face patch, 6 aree che rispondono solo ai volti, l'area fusiforme delle facce (posta nel lobo temporale inferiore) si attiva quando una persona osserva

³ Sono state inserite diverse carnagioni, capelli, ecc. Le emoji non raffiguranti smiley sono diventate sempre più specifiche delle culture dei diversi paesi, raffiguranti sport tradizionali (come il cricket per gli inglesi), simboli di preghiera, emoji di coppie omosessuali, e altre ancora.

⁴ Su www.emojipedia.org l'emoji con lacrime di gioia viene descritta come segue: "A yellow face with a big grin, uplifted eyebrows, and smiling eyes, each shedding a tear from laughing so hard. Widely used to show something is funny or pleasing. / Named the Oxford Dictionaries 2015 Word of the Year, and the most used emoji on all platforms from 2011-2021. Briefly overtaken as the top emoji on Twitter in 2021 by 🤔 Loudly Crying Face, though as of January 2022 it has reclaimed its top position on the platform. / See also: 🤪 Rolling on the Floor Laughing which expresses more intense laughter; or cat variant: 🐱 Cat Face With Tears of Joy."

un volto o anche solo lo immagina. Volti umani, mani e corpi sono percezioni gestaltiche, le percepiamo come un tutto unitario: invece di elaborare un volto da un modello di linee, come avviene per altre immagini visive, il cervello utilizza un approccio di corrispondenza a un modello (Kandel 2016, pp. 281-301). Ricostruisce il viso da un figurale primitivo più astratto: un ovale contenente due punti (per gli occhi), una linea tra quei due punti (il naso), una linea orizzontale sotto di essi (la bocca). La caricatura di un volto è infatti spesso più facile da riconoscere del volto stesso (Gombrich 1960, in Kandel 2016, p. 286), teoria dimostrata in alcuni esperimenti con le scimmie, i cui face patch rispondevano anche a immagini di volti stilizzati e/o esagerati. Si attivano risposte come movimenti facciali anche a osservare le emoticon: lo dimostra con un'esperimento O'Neill [2013], disponendo stimoli visivi a studenti canadesi e filmando le loro reazioni (questo studio presenta comunque numerosi limiti, nonché quello dell'essere osservati ed esserne consapevoli: le espressioni facciali assumono quindi anche un ruolo comunicativo). O'Neill formula la sua ipotesi a seguito della ricerca di Chaminade *et al.* [2010] che descrive come le persone mostrano una risposta da simulazione motoria nel cervello anche solo nell'osservare un robot che performa espressioni facciali, le quali (semplificate come per le emoji) sono riconosciute come espressioni emotive dal 50% circa degli esseri umani (Fornaro 2021, p. 12). Poiché le emoji-smiley e le emoticon riproducono espressioni facciali, queste ci pongono degli interrogativi: le persone le interpretano tutte allo stesso modo? Le emoji veicolano espressioni facciali emotive in maniera universale? Il fatto che un dizionario elegga l'"emoji con lacrime di gioia" come parola dell'anno, indica che probabilmente è recepita allo stesso modo in tutto il mondo, ma è davvero così?

L'emoji-dictionary, nello stilare la lista e classificazione delle emoji, non si limita a descriverne le caratteristiche pittografiche, ma le connota emotivamente, legandole a specifici stati d'animo. Prendiamo ad esempio l'emoji  ("Beaming Face with Smiling Eyes"), che viene descritta su www.emojipedia.org come segue:

A yellow face with smiling eyes and full-toothed grin, as if saying Cheese! for the camera. Teeth may be smoothed-over or crosshatched. Often expresses a radiant, gratified happiness. Tone varies, including warm, silly, amused, or proud.

Nella descrizione fornita il legame con la felicità è rilevato in relazione all'uso che gli utenti ne fanno online, e su questo assunto si basano anche gli studi di Amalanathan e Anuncia [2015], i quali tentano di dimostrare l'universalità nell'uso delle emoji per esprimere determinati stati d'animo. Partendo dal

presupposto che le persone esprimono le stesse emozioni in modo identico, elaborano 9 emozioni di base (love, happiness, wonder, heroism, peace, anger, sadness, fear, disgust)⁵, a cui associano una serie di emoji, poi dimostrata con 2000 tweet e un'accuratezza dell'83%. Le emoji, le espressioni facciali digitali, assumono una funzione semantica standardizzata e convenzionale, condivisa da molti⁶: poiché il soggetto apprende, tramite esperienza, che la maggior parte delle persone utilizzano l'emoji "😊" ("Beaming Face with Smiling Eyes") per indicare uno stato d'animo positivo, solitamente felicità, allora lo stesso la utilizzerà con il medesimo significato, perché funzionali a far meglio comprendere il contenuto e il tono del proprio messaggio. Il metodo dell'*Emoji Sentiment Ranking* (Novak 2015, pp. 3-11), determina dal contesto se una emoji esprime stati d'animo positivi, negativi o neutri, mettendo in luce come alla maggior parte delle emoji venga attribuito un significato positivo.

Gli utenti web parlanti la stessa lingua e appartenenti alla stessa sfera culturale utilizzano e leggono le emoji raffiguranti espressioni facciali in modo quasi universale⁷, le emoji assumono quindi, all'interno delle medesime culture, un ruolo di simbolo, di metafora visiva condivisa. Come le metafore "verbali", le emoji vengono utilizzate per descrivere il funzionamento di entità, in questo caso astratte come le emozioni, nei termini di qualcosa che tutti i parlanti comprendono empiricamente, manifestando le emozioni come espressioni facciali stilizzate.

La metafora, appartenente tanto alla sfera del linguaggio quanto a quella della percezione, è da sempre stata strumento utile ed indispensabile per comunicare, per relazionare fenomeni apparentemente distanti e per reificare concetti astratti; ne sono un esempio la sinestesia, la facoltà di trovare un legame tra sfere sensoriali separate (come percepire forme, colori nell'ascoltare

⁵ Diversi studiosi tentarono di definire quelle che per loro erano le emozioni di base: Tomkins ne identificò 8 (interesse, gioia, sorpresa, angoscia, paura, vergogna, disgusto, rabbia) a cui fece seguire i suoi esperimenti; Ekman invece ne scelse 6 (disgusto, paura, tristezza, felicità, rabbia, sorpresa) (in Russell e Fernández-Dols 1998, pp. 15-43).

⁶ Anche nello studio di O'Neill [2013] viene dimostrata l'"universalità semantica" delle emoticon. Attraverso la somministrazione di questionari online a 23 partecipanti residenti in Canada, propone 9 frasi "neutre" (senza connotazioni emotive esplicite), 3 di queste accompagnate dall'emoticon :), 3 dall'emoticon :(, e tre senza emoticon. Agli intervistati viene richiesto di utilizzare una scala a 5 punti per indicare diversi parametri, tra cui la positività dello statement e la felicità dello scrivente che viene percepita. Nella scala da 1 a 5 dove 5 è il massimo della positività, le frasi con l'emoticon :) hanno un punteggio di 4.54/5, le frasi con l'emoticon :(hanno un punteggio di 1.63/5 e quelle senza emoji 2.97/5. Inoltre, nell'indicare la felicità percepita dello scrivente, dove 1 corrispondeva a infelice e 5 a felice, le frasi con l'emoticon :(hanno un punteggio di 1.71/5, le frasi con l'emoticon :) hanno un punteggio di 4.15/5 e quelle senza emoji 2.93/5. (O'Neill 2013, pp. 25-37).

⁷ Esistono delle differenze illustrate da Danesi [2017] sull'uso delle emoji da parte di persone parlanti lingue diverse, ma tra queste non figurano le smiley-emojis, le emoji rappresentanti espressioni facciali (Danesi 2017, pp. 118-125).

un suono), ma anche la *physiognomic perception*, un tipo di metaforizzazione che ci permette di percepire ad esempio oggetti scuri come malinconici o tristi ed oggetti bianchi come felici. Questa viene descritta da Schlessinger [1980] (in Marks 1966, pp 44-45) come «Perception whereby the perceiver tends to suffuse percepts with an emotion, affective, or expressive quality».

Le emoji possono essere lette alla luce di quelle che Lakoff e Johnson [1998] chiamano “metonimie simboliche”, dove tramite un simbolo visivo si possono rappresentare altri concetti o entità. Anche le stesse espressioni facciali potremmo concepirle così, come metafore visive: nella comunicazione faccia a faccia, se nel salutarti ti sorrido, questo sorriso, anche se non rappresenta necessariamente la mia disposizione d’animo nel vederti, viene convenzionalmente interpretato e utilizzato come alternativa al dichiarare a parole “sono felice di vederti”. Alle espressioni facciali vengono attribuite etichette in modo da poterle leggere quasi inequivocabilmente quali metafore delle diverse disposizioni d’animo.

Metafore atmosferiche per la comunicazione emozionale

[...] metaphor is typically viewed as characteristic of language alone, a matter of words rather than thought or action. For this reason, most people think they can get along perfectly well without metaphor. We have found, on the contrary, that metaphor is pervasive in everyday life, not just in language but in thought and action.

(Lakoff e Johnson, 1998, p. 3)

Secondo l’interpretazione fornita da Lakoff e Johnson [1998], le metafore sono pervasive, il nostro sistema concettuale (nei termini del pensare e dell’agire) è fondamentalmente metaforico di natura. L’essenza della metafora è quella di capire e fare esperienza di una determinata cosa nei termini di un’altra (Lakoff e Johnson 1998, pp. 3-6). Nella comunicazione quotidiana usiamo metafore e strutture metaforiche continuamente, anche per parlare delle nostre emozioni e personalità: “Che persona solare che sei!”, “Sono una persona dall’animo freddo”, “Sono un po’ lunatico”, “Hai un sorriso raggianti”, “Che esperienza agghiacciante!”. Sono citate come esempi, anche se ce ne sono molte altre, metafore che legano emozioni, stati d’animo a indicatori legati alla temperatura o a fenomeni atmosferici. Questo tipo di legame sembra essere molto radicato a livello comunicativo, ma trova delle effettive basi nella realtà? Esistono prove del fatto che il meteo condizioni lo stato d’animo delle persone, o è solo un mero espediente comunicativo?

I processi linguistici possono interferire con quelli percettivi (Marks 1966, pp. 68-69).

In some distant and dim past, says Vico, groups of men huddled together and identified a sudden and loud clap of thunder as anger. Thus was created the first metaphor (Haskell 1987, in Marks 1966, p. 69).

Secondo quando riferito da Haskell, le associazioni metaforiche in genere (in questo caso particolare è significativo che come esempio utilizzi proprio il legame tra condizioni atmosferiche e stati d'animo), sono create dall'uomo arbitrariamente, alla base non c'è nessun tipo di relazione causa-effetto ontologicamente comprovata, ma solo, forse, la necessità di creare una base linguistica e concettuale comune attraverso cui comunicare e comprendersi meglio. Spesso le persone dicono di essere influenzate emotivamente dalle condizioni meteo, tanto da affermare di sentirsi più felici nei giorni soleggiati (Denissen *et al.* 2008, p. 663). Esistono anche delle condizioni di disturbo mentale che derivano dalle fluttuazioni stagionali di meteo e temperatura, il cosiddetto *Seasonal Affective disorder* (SAD) (Lucht e Kasper 1999, pp. 83-89). Numerose sono state le ricerche che hanno cercato di decifrare, qualora esistesse, l'influenza che le fluttuazioni meteorologiche giornaliere esercitano sullo stato d'animo delle persone, ma senza risultati significativi (Keller 2005, pp. 724-725).

Un'interessante ricerca fu condotta da Watson [2000], il quale raccolse report diaristici di 8 diversi campioni di 478 studenti del Texas tra il 1985 e il 1993, dove questi appuntavano quasi quotidianamente la propria condizione emotiva. Dalla ricerca di Watson si evinse come la quantità di luce solare giornaliera fosse in grado di influenzare l'intensità degli stati d'animo, piuttosto che la tipologia. Uno studio condotto negli Stati Uniti tra il 2008 e il 2013 evidenzia, in base alle risposte riportate su dei questionari, che, comparate a temperature giornaliere di 10-16°, le temperature sopra i 21° (e soprattutto sopra i 32°C), riducono significativamente le emozioni positive e aumentano quelle negative (Noelke 2016, pp. 13-14).

L'origine dell'associazione tra temperatura ed emozioni può trovare una spiegazione servendosi della teoria delle emozioni costruite di Lisa Barrett [2006], secondo cui le emozioni vengono create come concetti dal cervello (queste non esistono come entità autonome e universalmente comprovate) che le elabora attraverso l'analisi delle informazioni sensoriali e dei cambiamenti corporei. Il cervello lavorerebbe quindi basandosi su informazioni ed esperienze passate, da dove impara cosa comportano gli stati emozionali. Ogni volta che il cervello riceve informazioni sensoriali le codifica e classifica: se ritiene

che queste possano provocare cambiamenti fisiologici in noi, e si attivano pattern che abbiamo un tempo riconosciuto come parte dell'emozione "gioia", il cervello gli inferisce il significato di "gioia". Questo tipo di approccio si inserisce all'interno del cognitivismo classico, in cui le emozioni sono guardate come processi interni o stati dell'organismo, e sono indipendenti dall'ambiente. Un altro tipo di approccio, detto delle 4E (embodied, embedded, extended and enacted), supera la posizione privilegiata del cervello nell'elaborazione delle emozioni, sostenendo invece come i processi cognitivi siano alimentati dalle caratteristiche biologiche, fisiologiche e morfologiche dell'organismo, dall'ambiente naturale, sociale in cui l'organismo è situato e dall'interazione stessa tra organismo e ambiente (Campeggiani 2023, pp. 134-144). Nella ricerca si considererà l'approccio cognitivista classico.

Le emozioni sono inoltre legate ai processi che aiutano il corpo a raggiungere l'omeostasi, una situazione di equilibrio (Barbosa Escobar *et al.* 2021, pp. 3-4). Se gli individui creano le categorie delle emozioni in base alla loro esperienza, queste emozioni potrebbero essere utilizzate per categorizzare a loro volta le sensazioni che occorrono in associazione a diverse temperature. Si potrebbe quindi riconoscere un legame tra emozione e temperatura nel fatto che entrambe lavorano per mantenere il corpo a una temperatura ottimale. Le emozioni infatti o, meglio, i cambiamenti corporei a cui noi diamo il nome di specifiche emozioni, possono modificare la temperatura corporea dell'individuo che poi i processi omeostatici riassestano. Ad esempio, vengo sgridato davanti a una persona di cui ho particolarmente stima e mi imbarazzo, arrossisco: questo è un meccanismo attraverso cui il corpo tenta di abbassare la temperatura corporea; il sangue affluisce alle guance, una zona di pelle particolarmente estesa e adatta a scambiare temperatura con l'esterno per raffreddare il corpo. In questo modo l'aumento di temperatura viene associato dall'individuo alla situazione che l'ha scatenato, ossia l'imbarazzo: si potrebbe creare così un'associazione temperatura-emozioni nella mente del soggetto.

Diversi studi però, piuttosto che trovare un'ontologica associazione tra meteo/temperatura e modalità di stati emotivi, mostrano come questa si posizioni solidamente solo a livello linguistico, come ad esempio prova Bergman [2012], il quale studia l'associazione semantica tra temperatura ed emozioni. Egli prova che parole legate ad alte temperature e al calore fisico, vengono associate a parole con valenza positiva e, al contrario, parole legate a basse temperature e al sentire freddo, vengono associate a termini con valenza negativa. I termini da associare forniti agli intervistati erano: warm, boil, heat, steam, burn, cool, ice, chill, frozen, freeze, e stati emotivi quali joy, happy, pleasure, love, peace, agony, evil. A livello linguistico si è tentato di provare questa associazione anche

da un punto di vista transculturale in uno studio condotto da Barbosa Escobar *et al.* [2021], in cui, a un campione molto vasto di persone di 4 diverse madrelingue (inglese, spagnolo, cinese e giapponese), è stato richiesto di associare 5 temperature (0°C, 10°C, 20°C, 30°C, 40°C) a 12 stati emotivi (not well at all, slightly well, moderately well, very well, extremely well): ne risulta che, a prescindere dalla lingua parlata, gli intervistati associavano al range tra i 0-10°C stati d'animo negativi e a basso eccitamento, ai 20°C stati d'animo positivi e a basso-medio eccitamento, ai 40°C grandi emozioni e forte eccitamento, sia in positivo che in negativo. È necessario evidenziare che le diverse lingue prese in esame dallo studio di Barbosa propongono tutte strutture metaforiche che legano stati d'animo a temperature: in inglese si usano espressioni come “warm love”, “chilled with fear”; in spagnolo si usa l'espressione “abrazo cálido” equivalente all'italiano “caldo abbraccio”; anche in giapponese “温かい心”, ossia “cuore caldo” è un'espressione molto utilizzata.

Studi come questo, piuttosto che provare l'effettiva esistenza di un rapporto tra temperatura ed emozioni, sembrano suggerire la comune attribuzione linguistica che ne viene fatta. Non è infatti detto che una persona che descrive uno stato d'animo negativo con una metafora sul temporale, quando si trova a vivere un'effettiva tempesta, si senta male. Proprio l'uniformità delle risposte sembrerebbe mostrare che la base è linguistica, perché molti si esprimono convenzionalmente con queste associazioni. Secondo Lakoff e Johnson [1998], i nostri stessi concetti (e quindi le metafore che concorrono a strutturarli) sono le fondamenta del nostro modo di percepire.

Così, se linguisticamente si è abituati a dire di una persona che è fredda, per attribuirgli un'etichetta negativa, si assoceranno temperature basse a emozioni negative, non perché vengano provate con il freddo, ma perché si è abituati a pensarle così linguisticamente. Sempre secondo Lakoff e Johnson, i concetti metaforici possono nascondere aspetti della nostra esperienza. Tale concezione è stata ampliata dalla teoria del “conceptual blending” introdotta da Turner e Fauconnier. Inoltre, l'approccio di Lakoff e Johnson non considera il ruolo delle “conceptual metaphors” come fenomeno storico e la frequente inconsapevolezza metaforico-etimologica degli individui (Zanker 2019, pp. 14-21).

Descrizione dell'indagine e metodo

L'indagine ha lo scopo di osservare su un campione di popolazione l'influenza che l'utilizzo delle emoticon e delle emoji, e quindi in ultima analisi di metafore simboliche, ha nella produzione di un disegno astratto e uno figurativo che veicolano l'informazione “Come ti senti oggi?”.

Il metodo di campionamento scelto è non probabilistico, non rappresentativo della popolazione di riferimento. Gli intervistati sono persone residenti nella provincia di Milano individuati utilizzando le reti relazionali sociali di un gruppo di persone inizialmente contattate attraverso rapporti personali, a ciascuna delle quali viene chiesto di indicare altre unità che appartengono alla stessa popolazione, per più stadi successivi. La metodologia è nota come metodo a “valanga/palla di neve” (Goodman 1961, pp. 148-170; Heckathorn 1997, pp. 174-199). La somministrazione del questionario è avvenuta dal 20/05/2021 al 4/6/2021, i rispondenti sono stati 76.

Le informazioni sono state raccolte tramite questionario cartaceo autosomministrato (metodo PAPI - Paper And Pen Interview). Il questionario è stato presentato in due fogli solo fronte pinzati tra loro. Le domande “COME TI SENTI OGGI? Rispondi con un disegno astratto (non figurativo)” e “COME TI SENTI OGGI? Rispondi con un disegno figurativo” sono state poste su due diversi fogli al fine di rendere i disegni più autonomi e indipendenti tra loro, in maniera alternata attraverso la produzione di due modelli di somministrazione, nel primo si richiede di realizzare il disegno figurativo sulla prima pagina e sulla seconda il disegno astratto, e viceversa per il secondo modello. A seguire è stato richiesto all'intervistato di fornire altre informazioni apponendo un segno sulla scelta corrispondente: “COME TI SENTI OGGI? Indica la tua scelta” con le modalità di risposta su una scala Likert (Likert 1932, pp. 5-55) a 4 punti: Molto male, Male, Normale, Bene, Molto Bene; “Indica il tuo sesso”: Femmina, Maschio; “A quale fascia di età appartieni?>”: <25 anni, 26-35 anni, 36-45 anni, 46-55 anni, 56-65 anni, >66 anni. L'analisi condotta è di tipo descrittivo e riguarda esclusivamente gli individui partecipanti all'indagine.

Il modello di tipo a (disegno figurativo, disegno non figurativo) ha visto 38 rispondenti, così come quello di tipo b (disegno non figurativo, disegno figurativo). Dei 76 rispondenti 37 sono femmine e 39 maschi. Le classi di età hanno visto una predominanza dei giovani fino a 25 anni con 43 rispondenti, nei 26-35 anni sono 4, nei 36-45 anni sono 11, nei 46-55 anni sono 4, nei 56-65 anni sono 13 e oltre i 66 anni un solo rispondente. Alla domanda come ti senti oggi in 12 hanno risposto molto male, 8 male, 26 bene e 12 molto bene.

Inoltre, dai disegni sono state tratte le informazioni sulla presenza di:

- emoji/emoticon nel disegno astratto;
- emoji/emoticon nel disegno figurativo;

- simboli metereologici nel disegno astratto;
- simboli metereologici nel disegno figurativo.

Attraverso commenti che riguardano:

- la tipologia delle emoticon e delle emoji;
- la tipologia di simboli metereologici.

Metodo di individuazione delle emoticon e delle emoji

Sono stati individuati dei criteri per indicare la presenza delle emoticon e delle emoji nelle immagini prodotte dagli intervistati basati sull'individuazione di segni grafici assimilabili a occhi e bocca (*infra* figg. 1 e 2).

- Per riconoscere un emoji è necessario almeno individuare i due occhi e la bocca, con i criteri spiegati di seguito;
- Occhi e bocca devono essere individuabili con facilità, e quindi posti in un contesto non ambiguo: non verranno considerati se inseriti ad esempio come parte di un pattern, un motivo decorativo che si ripete.

Vengono considerate emoji anche quelle immagini i cui segni grafici che le circondano ne facilitano la riconoscibilità (ad esempio la presenza di un cerchio che racchiude occhi e bocca, e quindi un volto; la presenza di un naso, come linea retta, curva, aperta o chiusa posta tra occhi e bocca; altre determinazioni tipiche di un volto come lacrime);

- Gli occhi devono essere due, quanto più simmetrici, uguali tra loro e posti uno accanto all'altro. Vengono riconosciuti come occhi: cerchi (pieni, vuoti, riempiti parzialmente), linee (rette, curve, con orientamento orizzontale o verticale).

Vengono anche considerati occhi i simboli facenti parte della cultura pop dei media, quali ad esempio cuori;

- Gli occhi vengono considerati tali solo se accompagnati da una bocca e viceversa;
- La bocca viene riconosciuta da una linea continua, curva, spezzata, retta, chiusa, aperta posta al di sotto di quelli riconosciuti come occhi.

Viene anche considerata bocca una linea chiusa, nella quale sono riconosciuti dei denti (raffigurati come righe verticali parallele intersecate nel mezzo da una perpendicolare orizzontale);

- Caso particolare: raffigurazione di emoticon o emoji esistenti.

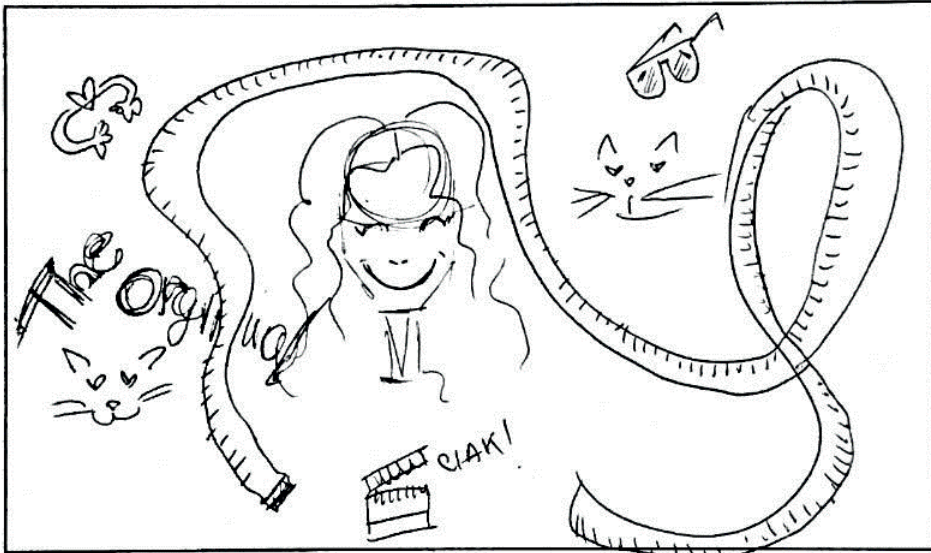


Figura. 1. Esempio di disegno figurativo in cui è stata identificata almeno una emoticon o una emoji in risposta alla domanda "Come ti senti oggi?".

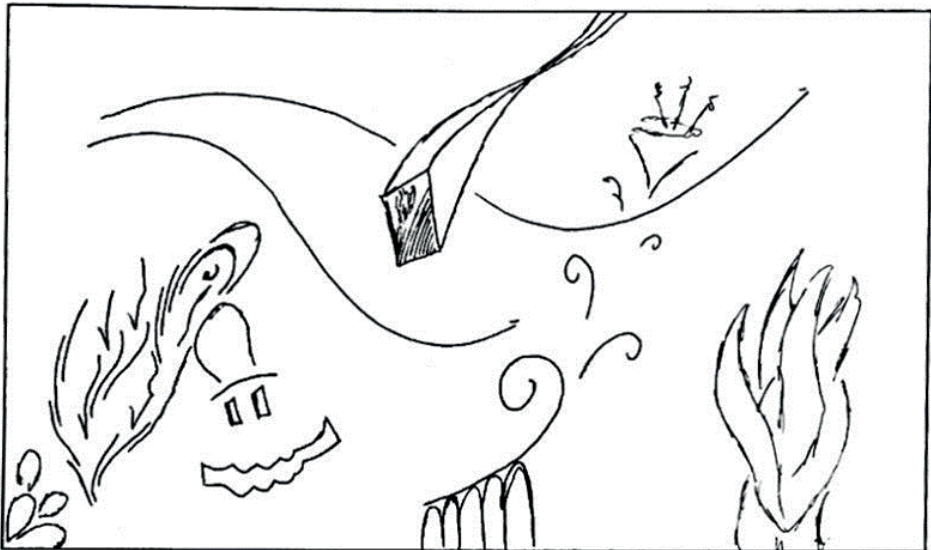


Figura. 2. Esempio di disegno non figurativo in cui è stata identificata almeno una emoticon o una emoji in risposta alla domanda "Come ti senti oggi?".

Uno dei questionari mostra nel disegno figurativo un volto di maiale stilizzato, in questo caso non era stata indicata la bocca, ma è stata comunque considerata emoji in quanto ne esiste una simile, 🐷 la cosiddetta "Pig Face", codificata dall'Unicode standard (*infra* fig. 3).

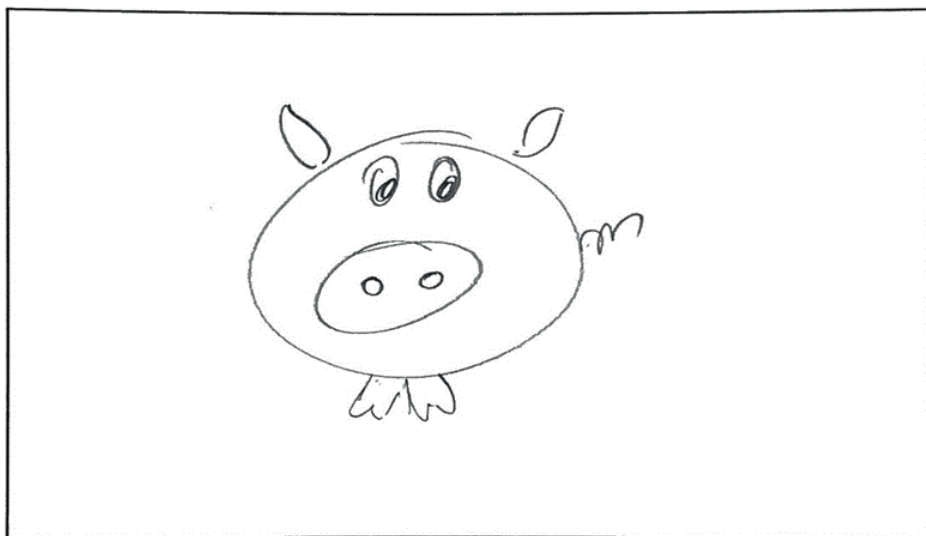


Figura 3. Caso particolare di raffigurazione di emoji esistenti nel disegno figurativo in risposta alla domanda "Come ti senti oggi?".



Figura 4. Esempi di classificazione in positivo/negativo/neutro delle emoticon o delle emoji raffigurate. I disegni sono stati classificati in base ai criteri elencati sopra nel seguente ordine: negativo (stato d'animo prevalente con due emoji lette come neutre e una come negativa), positivo, neutro.

Visto quanto detto in precedenza sul legame emoji-stati d'animo, nell'analisi dei questionari si è reso necessario classificare, in maniera linguisticamente e pittograficamente convenzionale, il tipo di emoji raffigurata in positivo/negativo/neutro per osservare l'effettivo legame tra il disegno e lo stato d'animo indicato tra le modalità proposte (Figura 4).

Nel commento, le emoji riconosciute sono state associate a tre tipologie di stato d'animo, positivo, negativo, neutro come segue:

- Positivo: se la linea della bocca presenta almeno una concavità rivolta verso l'alto (a indicare un sorriso);
- Negativo: se la linea della bocca presenta almeno una concavità rivolta verso il basso;
- Neutro: tutte le altre combinazioni di linee che definiscono la bocca che non rientrano nelle categorie di positivo e di negativo, e che possono rappresentare stati d'animo ambivalenti (ad esempio un'espressione di stupore può essere intesa sia in senso positivo che negativo).
- Nel caso fossero raffigurate più emoji, si indica lo stato d'animo prevalente.

Metodo di individuazione della simbologia metereologica

Sono stati legati a indicatori metereologici quei disegni in cui erano raffigurati sole, nuvole, pioggia, fulmini, luna, vento e altri, variamente combinati tra loro (*infra* figg. 5 e 6), riconosciuti secondo il linguaggio delle emoji:

- Sole: ☀️ “Sun”, 😄 “Sun with Face”;
- Nuvola: ☁️ “Cloud”;
- Pioggia: 💧 “Droplet”; ☂️ “Umbrella”, ☔️ “Umbrella with Rain Drops”;
- Fulmine: ⚡️ “High Voltage”;
- Neve: ❄️ “Snowflake”;
- Stella: ⭐️ “Star”;
- Luna: 🌑 “New Moon”, 🌒 “Waxing Crescent Moon”, 🌓 “First Quarter Moon”, 🌔 “Waxing Gibbous Moon”, 🌕 “Full Moon”, 🌖 “Waning Gibbous Moon”, 🌗 “Last Quarter Moon”, 🌘 “Waning Crescent Moon”, 🌙 “Crescent Moon”, 🌑 “New Moon Face”, 🌒 “First Quarter Moon Face”, 🌓 “Last Quarter Moon Face”, 🌕 “Full Moon Face”;
- Vento: 🌀 “Cyclone”; 🌪️ “Tornado”;
- Arcobaleno: 🌈 “Rainbow”.

Lettura delle evidenze

Il 44,7% degli intervistati ha utilizzato almeno un'emoticon o una emoji in almeno una delle due tipologie di disegni: nel 13,2% nel disegno astratto, nel 31,6% nel disegno figurativo e nel 7,9% in entrambe le richieste. Si è ridelineato il percorso ipotizzato e teorizzato da Novak [2015], anche in questo studio è emerso che le emoticon e le emoji nel disegno figurativo ed astratto vengono



Figura 5. Esempio di disegno figurativo in cui è stata identificato almeno un simbolo metereologico in risposta alla domanda "Come ti senti oggi?".

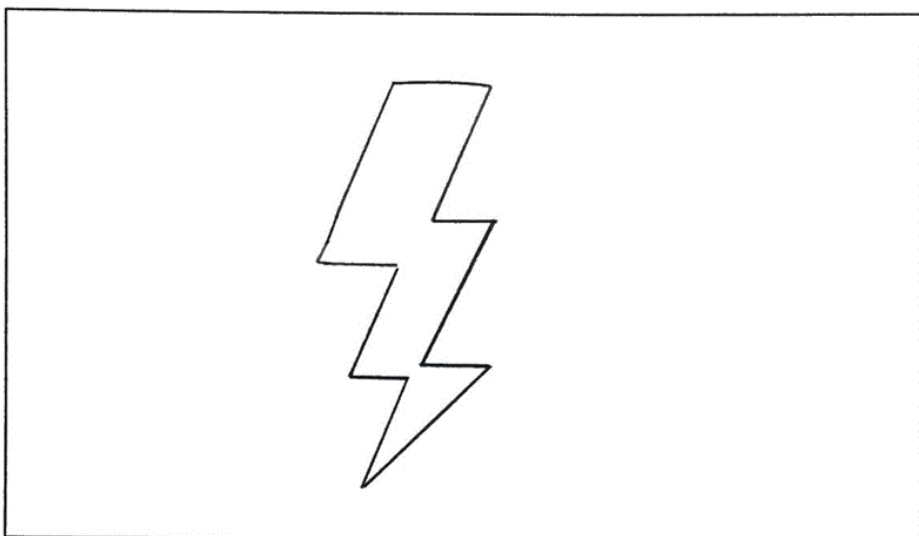


Figura 6. Esempio di disegno astratto in cui è stata identificato almeno un simbolo metereologico in risposta alla domanda "Come ti senti oggi?".

utilizzate soprattutto per indicare stati d'animo positivi o neutri. Delle interviste in cui era presente almeno una emoticon/emoji nel disegno figurativo, il 37,5% indicavano una emoticon associata a uno stato d'animo positivo, il 50% neutro e il 12,5% negativo; mentre nelle interviste in cui era presente almeno una emoticon/emoji nel disegno astratto, il 60% indicava una emoticon legata

a uno stato d'animo positivo, il 40% neutro e nessuno l'ha utilizzata con valenza negativa. È emersa poi una corrispondenza tra lo stato d'animo (positivo, negativo, neutro) inferito alle emoticon e alle emoji raffigurate nei disegni e lo stato d'animo indicato (Molto male, Male, Normale, Bene, Molto bene), il che dimostra l'uso convenzionale che ne viene fatto (risultato ottenuto già in precedenza nello studio di Amalathan e Anuncia 2015).

Tra coloro che hanno utilizzato almeno una emoticon o emoji dal valore positivo nel disegno figurativo, la maggior parte ha indicato la modalità "Bene" (il 60%); chi ha utilizzato emoticon o emoji nel disegno figurativo con valore neutro ha indicato soprattutto la modalità "Normale" (il 75%); la modalità più scelta in associazione a emoji o emoticon negative nel disegno figurativo è "Male" (il 66,7%). Così per il disegno astratto, tra coloro che hanno utilizzato almeno una emoticon o emoji dal valore neutro, la maggior parte ha indicato la modalità "Normale" (il 50%); chi ha utilizzato emoticon o emoji nel disegno astratto con valore positivo ha indicato soprattutto la modalità "Bene" (il 66,7%); nessuno ha utilizzato una emoji o emoticon con valore negativo nel disegno astratto. Questi dati confermano la comune attribuzione di significato espressivo ed emotivo che noi facciamo delle emoji (Amalathan e Anuncia 2015, p. 4), ad esempio che la faccina "😊" ("Beaming Face with Smiling Eyes") rappresenta uno stato d'animo gioioso o almeno positivo; associazione che si crea a livello linguistico e di comunicazione.

Il 55,3% degli intervistati ha utilizzato simboli meteorologici in almeno una delle tipologie di disegni: questi sono presenti nel 40,8% dei disegni figurativi e nel 28,9% dei disegni astratti e nel 14,5% in entrambe le richieste. Sia per il disegno astratto, che per il disegno figurativo in questo studio emerge una relazione, tra stati d'animo positivi e stati meteorologici soleggiati o sereni e tra stati d'animo negativi e stati meteorologici temporaleschi, come nell'esperimento di Keller [2005], Barbosa Escobar [2021] o Bergman [2021]. Inoltre, in questa ricerca i dati osservati indicano una tendenza verso una correlazione comunicativa, a livello astratto e figurativo, tra il disegno del sole e stati d'animo positivi, o il disegno di stati temporaleschi e stati d'animo negativi.

La maggior parte degli intervistati che hanno utilizzato simboli atmosferici nel disegno figurativo ha indicato la modalità "Normale" o "Bene". I simboli più utilizzati per descrivere lo stato d'animo "Molto male" sono stati la pioggia e le nuvole, per lo stato d'animo "Male" è stata la nuvola, per lo stato d'animo "Normale", "Bene" e "Molto bene" è stato il sole. La maggior parte degli intervistati che hanno utilizzato simboli atmosferici nel disegno astratto ha indicato la modalità "Normale" o "Male". Il simbolo più utilizzato per descrivere lo stato d'animo "Molto male" è stata la pioggia, per lo stato d'animo "Male",

“Normale”, “Bene” e “Molto bene” è stato il vento. Inoltre, le variabili legate al sesso e all'età sono state analizzate in relazione ai dati riportati ma non hanno fornito evidenze significative nel provare una relazione tra queste e l'utilizzo di emoji/emoticon e di simboli metereologici in entrambe le tipologie di disegno.

Conclusioni

Le espressioni facciali, una forma di comunicazione a tutti gli effetti⁸, hanno trovato spazio anche nella messaggistica online, che le ha tradotte in faccine gialle stilizzate capaci di conferire il tono desiderato al messaggio da inviare. La popolarità e pervasività delle emoticon e delle emoji come forma linguistica hanno prodotto un cambiamento nella modalità con cui le persone raffigurano la propria disposizione d'animo e la comunicano all'altro, evidente alla lettura della ricerca. Il loro utilizzo nella messaggistica online per veicolare stati d'animo positivi è stato riscontrato anche nelle produzioni dei partecipanti all'indagine. Ma le emoji non sono le uniche metafore visive di cui si sono avvalsi gli intervistati per rappresentare il proprio stato emotivo: in entrambe le tipologie di disegno sono stati riscontrati simboli metereologici. Questi simboli visivi così comuni sono stati importanti persino nella creazione stessa delle prime emoji da parte di Shigetaka Kurita, che ha dichiarato di aver preso spunto dai manga giapponesi e dalle previsioni del meteo (Danesi 2017, p. 68). L'espressione del proprio stato d'animo tramite metafore, che marciano il legame emozioni-espressioni facciali e emozioni-stati atmosferici, è stato strumento dei partecipanti all'indagine nella produzione dei disegni, rivelando l'influenza che le strutture metaforiche verbali, quali ad esempio descrivere una persona gioiosa come solare o dal bel sorriso, hanno nella raffigurazione visuale degli stessi concetti emozionali.

Scopo della ricerca è stato dimostrare come l'uso delle emoticon e delle emoji, al pari dell'uso delle metafore simboliche e cognitive, possa avere una influenza nel produrre disegni astratti e figurativi per rappresentare il proprio stato d'animo. In questa indagine, che pure ha chiesto un'espressione figurata e non una descrizione con parole del proprio stato d'animo, si osserva che nel 55,3% dei casi l'intervistato ha risposto alla domanda sul suo stato d'animo

⁸ Le espressioni facciali sono messaggi che influenzano il comportamento degli altri: per vivere infatti è necessario mostrare i volti prima di tutto al servizio dei motivi sociali, non come emozioni quasi-riflesse. Le espressioni facciali manifestano ciò che voglio comunicare all'altro. Per la “prospettiva dell'ecologia comportamentale”, esistono due tipi di volti: quelli innati, ossia le espressioni facciali dell'emozione, e quelli appresi, come il sorriso di circostanza (Fridlund 1994, in Russell e Fernández-Dols 1998, pp. 123-152).

attraverso un simbolo o un'immagine metereologica. Viene dunque rilevata l'esistenza di un legame comunicativo, sia a livello concettuale-astratto che figurativo, tra il disegno del sole e uno stato d'animo positivo, oppure il disegno di atmosfere temporalesche e stati d'animo negativi. Dallo studio è emerso, inoltre, quanto la nostra costante esposizione a simboli (metafore visive) utilizzati per trasmettere informazioni, che siano informazioni sullo stato d'animo o sulle condizioni metereologiche, influenzi anche il nostro modo di produrre informazione. Si è osservato come i meccanismi verbali sono intimamente coinvolti nella modalità con cui codifichiamo, formuliamo e ricordiamo le *figures of thought* anche quando queste sono trasmesse in forma percettiva piuttosto che linguistica (Marks 1966, pp. 39-41).

Le emoticon e le emoji si sono rivelate una forma grafica efficace, mostrando una indiscussa capacità di creare un livello di comunicazione orizzontale, a portata di tutti e volto a trascendere le barriere linguistiche. Il linguaggio dei social media e della messaggistica influenza a tal punto il nostro immaginario che alla domanda posta dal questionario "come ti senti oggi?" la maggior parte degli intervistati ha risposto con un disegno che riprende i modelli figurativi stilizzati di emoticon ed emoji, ma non solo, è stato osservato come le metafore cognitive, che si basano su un'esperienza reale, come quelle atmosferiche, sono usate indifferentemente sia a livello linguistico che a livello figurativo per rappresentare uno stato d'animo o un'emozione. Alcuni tipi di rappresentazioni visuali, secondo Wittgenstein, possono avere significato di per sé, senza bisogno di parole (Nyíri 2011, p. 117). Risulta ragionevole aspettarsi una sempre maggiore diffusione di simboli "emotivi" nella comunicazione, perché efficaci e sintetici. In una cultura in cui l'uso dei social media è costante, la capacità dei simboli grafici di rappresentare le emozioni è destinata ad estendersi e a diventare sempre più complessa. Il lavoro si candida ad inserirsi nell'ambito di una ricerca più vasta su come si rappresentino e descrivano le emozioni, qualunque cosa si possa intendere con questo termine che non si presta ancora ad una sua definizione univoca⁹.

Bibliografia

- AMALATHAN A., ANOUNCIA S. M. 2015, *Social Network User's Content Personalization based on Emoticons*, «Indian Journal of Science and Technology» MMXV, 8, pp. 1-5.
- AZUMA J., EBNER M. 2007, *A Stylistic Analysis of Graphic Emoticons: Can they be*

⁹ Per una sintesi sulle diverse teorie dell'emozione si veda Campeggiani [2023].

- Candidates for a Universal Visual Language of the Future?*, «Proceeding of World Conference on Educational Media, Hypermedia and Telecommunications» MMVIII, pp. 972-977.
- BARBOSA ESCOBAR F. *et al.* 2021, *The temperature of emotions*. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0252408> (15/03/2024 16:48)
- BARRET L. F., 2006, *Solving the emotion paradox: Categorization and the experience of emotion*, «Personality and Social Psychology Review» MMVI, 10 (1), pp. 20-46. https://doi.org/10.1207/s15327957pspr1001_2 (15/03/2024 17:06)
- BERGAMAN P. *et al.* 2014, *The Pleasant heat? Evidence for thermal-emotional implicit associations occurring with semantic and physical thermal stimulation*, «Cognitive Neuroscience» MMXIV, 6 (1), pp. 1-7.
- CAMPEGGIANI P. 2023, *Theories of Emotion. Expressing, Feeling, Acting*, London.
- DANESI M. 2017, *The semiotics of emoji. The rise of visual language in the age of the internet*, London.
- DENISSEN J. J. A. *et al.* 2008, *The Effects of Weather on Daily Mood: A Multilevel Approach*, «Emotion» MMVIII, 8 (5), pp. 662-7.
- FORNARO S. 2021, *Le emozioni dei robot, l'arte, la letteratura. Qualche considerazione*, «Archivi delle Emozioni» MMXXI, 2 (1), pp. 5-22.
- GOODMAN L. A. 1961, *Snowball Sampling*, «Annals of Mathematical Statistics» 32, pp. 148-170
- GOZZANO N. 2020, *Ri/sentire le emozioni nell'arte, fra "moti dell'animo" e Embodied simulation*, «Archivi delle Emozioni» MMXX, 1 (2), pp. 99-116.
- HECKATHORN D. D. 1997, *Respondent-Driven Sampling: A New Approach to the Study of Hidden Populations*, «Social Problems» 44 (2), pp. 174-199.
- KANDEL E. 2016, *L'età dell'inconscio. Arte, mente e cervello dalla grande Vienna ai nostri giorni*, Milano (ed. or., *The Age of Insight, The Quest to Understand the Unconscious in Art, Mind, and Brain, from Vienna 1900 to the Present*, New York 2012).
- KELLER M. C. *et al.* 2005, *A warm heart and a clear head: The contingent effects of weather on mood and cognition*, «Psychological Science» MMV, 16 (9), pp. 724-731.
- LAKOFF G e JOHNSON M. 1998, *Metafora e vita quotidiana*, Milano.
- LIKERT R. 1932, *Technique for the measure of attitudes*, «Arch. Psycho» 22 (140).
- LUCHT M. J., KASPER S. 1999, *Gender differences in seasonal affective disorder (SAD)*, «Archives of Women's Mental Health» MCMXCIX, 2, pp. 83-89.
- MARKS L. E. 1996, *On Perceptual Metaphors*, «Metaphor and symbolic activity» MCMXCVI, 11 (1), pp. 39-66.
- NYÍRI K., *Image and Metaphor in the Philosophy of Wittgenstein*, «Image and Imaging in Philosophy, Science and the Arts, Proceedings of the 33rd International Ludwig Wittgenstein Symposium» MMXI, 1, pp. 109-129.
- NOELKE C. *et al.* 2016, *Increasing Ambient Temperature Reduces Emotional Well-Being* <https://doi.org/10.1016/j.envres.2016.06.045> (02/04/2024 21:33).

- NOVAK P. K. *et al.* 2015, *Sentiment of Emojis*. https://www.researchgate.net/publication/282270290_Sentiment_of_Emojis (28/11/2023 20:10).
- O'NEILL B. 2013, *Mirror, mirror on the screen, what does all this ASCII mean?: A pilot study of spontaneous facial mirroring of emoticons*, «The Arbutus Review» MMXIII, 4 (1), pp. 19-44.
- RUSSELL J. A., FERNÁNDEZ-DOLS J. M. (a cura di) 1998, *Psicologia delle espressioni facciali*, Trento (ed. or., *The psychology of facial expression*, Cambridge 1997).
- VESZELSKI Á. 2012, *Connections of Image and Text in Digital and Handwritten Documents*, «The Iconic Turn in Education, Visual Learning 2» MMXII, pp. 97-110.
- WATSON D. 2000, *Mood and temperament*, New York.
- ZANKER A. T. 2019, *Metaphor in Homer. Time, Speech, and Thought*, Cambridge, pp. 1-29.

Sitografia

- Uso delle emoji su <https://emojipedia.org> (3/7/2022 16:42).
- Shigetaka Kurita su <https://moma.org/collection/works/196070> (3/7/2022 16:42).
- Emoji su <https://www.unicode.org/emoji/> (3/7/2022 16:43).
- Scott Fahlman su <https://www.cs.cmu.edu/~sef/Orig-Smilely.htm> (22/1/2024 15:32).