SAECULUM
Vol. 53, nr. 1, 2022, pp. 39 - 47
Online ISSN 2601-1182

EMOJI – GLIFA EREI DIGITALE

RADU STĂNESE
Universitatea „Lucian Blaga" din Sibiu
radu.stanese@ulbsibiu.ro

DOI: 10.2478/saec-2022-0004

Title: "Emoji – the Digital Age Glyphe"

Abstract: The "global village" predicted by Marshall McLuhan referred among others, to the individual's sense of intimate belonging to a planetary collective identity. Compared to the informational content of writing on social media, the emotional component has at least the same importance, which is why completing the text with suggestive icons has become more than a trend. The transition from emoticon to *kaomoji* and then to emoji captures an important evolution in terms of the individual's identity in online media. The widening of the iconic register with objective and corporeal details indicates an articulation of the hybrid language with a reminiscent figurative morphology of ancient glyphs. Further on, bitmoji foresees the need for individual identity in the virtual world of Metaverse, where the NFT avatar will represent, most likely, the unique and idealized version of the user.

Keywords: *online; emoticon; kaomoji; emoji; bitmoji; identity; corporeality; 3D avatar; NFT; Metaverse;*

Introducere

Prezicerile din anii '60 ale lui Marshall McLuhan privitoare la „era electronică" și „satul global" sunt confirmate azi de atotcuprinzătorul Internet.[1] Oamenii din toate colțurile lumii își transmit saluturi cotidiene și sporovăiesc într-o intimitate „rurală", aduși laolaltă de miraculosul World Wide Web, prin efortul minimal de a tasta într-un anumit limbaj. În cadrul acelorași cercetări, filosoful canadian a reușit să anticipeze până și unele componente logografice ale noului sistem de scriere, întrucât literatura și alfabetul fonetic, specifice identității individuale, urmau a fi înlocuite de o „re-tribalizare", adică de o formă de comunicare caracteristică identității de grup.[2]

În prezent, platformele social media reprezintă infrastructura acestor identități colective, respectiv mediul în care se stabilesc relații între utilizatori, se solicită și se acceptă prietenii, se opinează cu argumente mai mult sau mai puțin pertinente, se conturează sfere de influență prin creșterea numărului de urmăritori. La fel ca în mediul offline, comunicarea online presupune un melanj între aspectele subiective

[1] Cele două sintagme sunt lansate de teoreticianul canadian în lucrările *Galaxia Gutenberg*, Ed. Nemira, București, 2015 și *Understanding Media: The Extensions of Man*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 1994.

[2] Raquel M. Briggs, *The Evolution of Emoticons: Web 1.0 Invention, or Communications Tradition?,* pp.43-44, https://www.researchgate.net/publication/309426787_The_Evolution_of_Emoticons_Web_10_Invention_or_Communications_Tradition, accesat în data de 14.04.2022.

și cele obiective ale participanților la dialog. Personalitatea fiecăruia în mai marele puzzle al identității de grup se manifestă pe aceleași două coordonate fundamentale ale comunicării: cea informațională și cea emoțională. Echilibrul dintre cei doi parametri este, desigur, dinamic, însă scopul suprem de a împărtăși, adică de a da "share", indică valoarea predominant afectivă a mesajelor din social media, ceea ce a determinat o articulare a limbajului în acest sens prin emoticoane și emoji.[3] Utilizatorii își exprimă sentimente declanșate de conjuncturi, evenimente, activități și interacțiuni cu obiecte sau ființe. Așadar, rigoarea semantică a cuvintelor a ajuns să fie completată, în mod recurent, de aceste pictograme simpatice și sugestive, cu scopul de a augmenta emoția mesajului.

De la *emoticon* la *emoji*

Când clericul anglican Robert Herrick apela, în anul 1648, la semnul „:)" pentru a evidenția un zâmbet smerit în poemul său "To Fortune", nimeni nu putea întrezări viitorul unui asemenea efect ortografic.[4]

Deși utilizarea deliberată a primei „fețe zâmbitoare" rămâne ipotetică în cazul poetului englez, mult mai convingătoare pare prezența unui emoticon din transcriptul discursului susținut de Abraham Lincoln în 1862.[5] Aici, secvența „;)" este folosită într-o paranteză referitoare la aplauzele și râsetele din partea publicului, ceea ce demonstrează caracterul intenționat al formațiunii ortografice. Cu toate acestea, există și păreri contrare, iar dezbaterile pe tema autenticității emoticonului din 1862 rămân deschise.[6]

Este importantă distincția între spiritul ludic și cel pragmatic în elaborarea unor asemenea secvențe de caractere, fapt subliniat și de Philip Seargeant a cărui cercetare evocă un alt moment din istoria emoticonului, atunci când *arta tipografică* reușea, în 1881, să ofere cititorilor revistei *Puck* patru expresii

[3] Alison Duncan Kerr, Kevin Scharp, *The Information in Emotion Communication*, p.7, https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2002/2002.08470.pdf, accesat în data de 14.04.2022.

[4] Editorul Levi Stahl, manager de publicitate la University of Chicago Press, a preluat câteva poezii de Robert Herrick, când a observat o alcătuire tipografică destul de neobișnuită în al doilea rând al poemului "To Fortune":
"Tumble me down, and I will sit
Upon my ruins, (smiling yet:)"
Profesorul Alan Jacobs consideră că, în secolul 17, punctuația ca și întreaga ortografie erau arbitrare, deci intenționalitatea efectului este echivocă.
https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/04/the-first-emoticon-may-have-appeared-in-1648/360622/, accesat în data de 14.04.2022.

[5] Textul conține următorul fragment: "… there is no precedent for your being here yourselves, (applause and laughter ;) and I offer, in justification of myself and you, that I have found nothing in the Constitution against."
https://www.labnol.org/internet/did-abraham-lincoln-invent-emoticon/6682/, accesat în data de 14.04.2022.

[6] https://cityroom.blogs.nytimes.com/2009/01/19/hfo-emoticon/, accesat în data de 14.04.2022.

faciale diferite, obținute prin structurarea semnelor de punctuație.[7] Bucuria, melancolia, indiferența și uimirea sunt stări emoționale exprimate aici prin diverse paranteze, cratime și puncte alăturate simetric pe orizontală și pe verticală. Autorul semnalează în mod justificat asemănarea formală dar nu și funcțională a structurilor tipografice, deoarece nu există nicio dovadă a utilizării acestor „chipuri" în scrierea curentă.

Paternitatea incontestabilă a emoticonului este atribuită lui Scott Elliott Fahlman, profesor emerit la Carnegie Mellon University din Pittsburgh, cel care, în 1982, a combinat două puncte, cratima și paranteza rotundă la dreapta pentru a marca într-un anumit text o glumă, după care a juxtapus două puncte, cratima și paranteza rotundă la stânga pentru indică o informație ce nu constituie o glumă.[8]

Termenul *emoticon (emoticoană)* este compus din perechea de cuvinte *emoție - icon (icoană)* și reprezintă o față umană stilizată grafic, adică o pictogramă ce exprimă diferite stări afective, prin utilizarea exclusivă a caracterelor ASCII (American Standard Code for Information Interchange), regăsindu-se frecvent în comunicarea prin e-mail, chat, blog, Instant Messaging (IM), social networking services (SNS), Short Message Service (SMS).[9]

La începutul anilor 2000, James Marshall a editat un dicționar online de emoticonuri, ce cuprinde peste două mii de expresii faciale corespunzătoare unui număr similar de emoții.[10]

Actualmente, asemenea chipuri creative au fost preluate în comunicarea online din spațiul cibernetic japonez și se numesc *kaomoji,* 顔文字 însemnând tocmai personaje faciale. În timp ce emoticonul este orientat orizontal și nu presupune mai mult de patru caractere ASCII, kaomoji este orientat vertical și rezultă din combinarea a cel puțin 20 de caractere. Emoticonurile occidentale se bazează pe expresivitatea gurii în compoziția feței, spre deosebire de *kaomoji,* unde atenția privitorului este atrasă de ochi. În plus, imageria *kaomoji* implică și alte părți ale corpului, diferite accesorii sau chiar mai multe personaje.[11] Specialiștii japonezi numesc această arhivă extinsă *wide kaomoji.*

În varianta lor inițială, glifele *kaomoji* îndeplineau (1) funcția de contextualizare, ce oferea un nivel superior de explicații și implicații, (2) funcția de a contro-

---

[7] Philip Seargeant, *The Emoji Revolution. How Technology is Shaping the Future of Communication*, Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom, New York, NY, 2019, pp. 45-46.

[8] *Ibidem,* p. 45. Preocupat de problema ca intenția ironică în scriere să nu fie trecută cu vederea, Scott Fahlman a propus două convenții:

următoarea secvență de caractere pentru a marca glumele :-)

A se citi lateral. De fapt, probabil că este mai economic să se marcheze lucruri care NU sunt glume, având în vedere tendințele actuale. Pentru aceasta, se utilizează :-(

(tr.a.)

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 :-(

[9] Elena Giannoulis, Lukas R.A. Wilde, *Emoticons, Kaomoji and Emoji: The Transformation of Communication in the Digital Age*, Routledge - Taylor & Francis Group, New York, 2020, p. 3.

[10] Philip Seargeant, *op. cit.*, p.47.

[11] Elena Giannoulis, Lukas R.A. Wilde, *op.cit.,* p. 3.

la și a menține prezentă fața utilizatorului și (3) funcția de a controla și a menține prezentă fața interlocutorului. Prin lărgirea registrului, *wide kaomoji* reprezintă relația de dialog în integralitatea sa, mai precis, situația de comunicare devine vizibilă datorită completării limbajului cu elemente corporale și obiectuale menite să exprime nonverbal interacțiuni fizice sau psihice.[12]

Picturalitatea și antropomorfismul sunt caracteristicile principale care au dus la crearea unui întreg univers *emoji,* ca o fază superioară în evoluția limbajului *kaomoji. Emoji* este compus din două cuvinte japoneze, *e* (絵, „imagine") și *moji* (文字, „personaj"), ceea ce arată că asemănarea fonetică a *emoticonului* cu emoji este o simplă coincidență, fără justificare etimologică.

Corporealitatea[13] emoji a devenit tridimensională, urcând chiar și pe marele ecran prin filmul lui Teo Leondis *The Emoji Movie* (2017), unde personajul Gene dobândește suplimentar o dimensiune ontologică.[14] Trebuie menționat faptul că varianta tridimensională a „feței zâmbitoare" datează din 1964 și este invenția artistului grafician Harvey Ross Ball, care a creat nasturi cu acest design pentru angajații unei agenții de asigurări, cu scopul de-a optimiza astfel atmosfera de lucru. La începutul anilor '70, halbe, tricouri și stickere (inscripționate cu *emoji* și mesajul „să ai o zi fericită") erau produse de doi antreprenori din Philadelphia, frații Bernard și Murrey Spain. Ca urmare, Smiley a intrat în conștiința globală.[15]

Relația dintre corpul uman și *emoji* a devenit atât de apropiată încât a ajuns chiar la sugerarea contactului epidermic. Numeroase nuduri din mediul online sunt acoperite în zonele intime de pictograme, pentru a satisface condiția așa-zisei pudori fizice, deși efectul scontat este buna dispoziție a privitorului.[16]

Însă nu întodeauna „fața zâmbitoare" are rolul de a asigura decența unei fotografii. În bodypainting, unde contactul epidermic este propriu-zis, se urmărește adesea efectul contrar.[17] Nudurile fotografice realizate de rusul Exey Panteleev surprind o corporealitate în care trupul devine suportul ostentativ al unor mesaje

---

[12] Risa Matsuda, Cap. *Construction of Iconicity in Scenes of Kaomoji*, Vol. *Emoticons, Kaomoji and Emoji: The Transformation of Communication in the Digital Age,* Routledge - Taylor & Francis Group, New York, 2020, pp. 199-206.

[13] Radu Stănese, *Introducere în antropometria comparată*, Editura ULBS, Sibiu, 2014, p. 52. Aici, Antichitatea egipteană indică o dublă ipostază a corporealității, de artă plastică hieratică și de hieroglife, ambele apelând în mod esențial la corpul-icon.
Radu Stănese, *Corpus Media. Gimnosofii ca propedeutică pentru o antropologie a nudului*, Editura Eikon, București, 2017, p. 232.
Din perspectivă comunicațională, corporealitatea reprezintă cazul unei semioze particulare, în care corpul emițător transmite către corpul receptor un mesaj/vehicul ce constă, la rândul său, într-o imagine a corpului uman.

[14] Lukas R.A. Wilde, Cap. *The Elephant in the Room of Emoji Research. Or, Pictoriality, to what Extent?*, Vol. *Emoticons, Kaomoji and Emoji: The Transformation of Communication in the Digital Age,* Routledge - Taylor & Francis Group, New York, 2020, pp. 174-175.

[15] Marcel Danesi, *The Semiotics of Emoji*, Bloomsbury Academic, London, New York, 2017, p. 3.

[16] https://www.dailystar.co.uk/pics/celebrity-photos/gallery/emojis-instead-of-underwear-18344234, accesat în data de 14.04.2022.

[17] https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Smiley_body.jpg, accesat în data de 14.04.2022.

de tip *emoji*[18] [19] sau chiar al unor sintagme și acronime specifice mediului online.[20]

Odată cu lansarea standardului Unicode 8[21], în 2015, *emoji* a devenit un veritabil nou cod de scriere, prin intermediul internetului și al dispozitivelor mobile. Campanii electorale și publicitare conțin mesaje *emoji* tocmai datorită popularității în continuă creștere a acestui tip de limbaj nonverbal. În comunicarea mediată de calculator sau de telefonul mobil, *emoji* poate fi considerat glifa erei digitale, deoarece inscripționarea și codificarea sunt condiții fundamentale pentru utilizarea acestui tip de pictogramă. Amalgamarea scrierii alfabetice cu *emoji* într-un cod hibrid poate constitui un proces evolutiv ce va depăși actualele limite ale contextualizării mesajelor informale.[22]

Era Internetului stimulează dialogul prin scriere, preluând funcțiile comunicării față în față. În acest sens, srierea emoji nu este nici sacră nici profană, ci reprezintă un cod adnotativ utilizat pe scară largă în comunicarea informală, cu scopul de a completa conținutul conceptual al unui mesaj.

Deși există unele opinii critice privitoare la această formă de exprimare, întrucât scrierea și citirea într-un asemenea sistem ar crea dependență și ar lenevi capacitatea de aprofundare ori reflecție asupra informației, alți specialiști sunt de părere că scopul evident al noului limbaj este de a fi rapid și eficient, și nu de a genera o amplă contemplare literară.[23]

Scrierea hibridă text-*emoji* s-a dezvoltat din motive sociale și psiho-emoționale, prin urmare trebuie analizată din această perspectivă. Astfel, se constată că utilizarea semnelor emoji îndeplinește trei funcții fatice:

1. Formulă de inițiere. „Fața zâmbitoare” (sau *emoji* similare) este utilizată în locul salutului inițial pentru a deschide dialogul într-o notă de bună dispoziție. Acest tip de emoji este proiectat pentru a întări sau a menține legături prietenoase între interlocutori, chiar și atunci (sau mai ales atunci) când mesajul urmează a conține și unele aspecte negative.

2. Formulă de încheiere. Mesajele sunt scurte, de obicei, și se termină brusc, ceea ce poate crea senzația că emițătorul respinge receptorul. Astfel, aceeași „fața zâmbitoare” este folosită cu rolul de a transmite mesajul „la revedere”, evitând astfel pericolul percepției greșite prin reafirmarea legăturii de prietenie între interlocutori.

3. Formulă de a evita tăcerea. În cadrul conversațiilor față în față, mulți oameni au tendința de a interpreta momentele de tăcere ca fiind incomode sau ciudate. Soluția tipică pentru asemenea situații de liniște apăsătoare constă în expresii

[18] https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Smilies?uselang=ro#/media/File:Crazy_Face_or_U+1F61C_(33409553861).jpg, accesat în data de 14.04.2022.

[19] https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Smilies?uselang=ro#/media/File:Confounded_Face_or_U+1F616_(35005997050).jpg, accesat în data de 14.04.2022.

[20] https://exeypanteleev.com/, accesat în data de 14.04.2022.

[21] Unicode este un standard internațional de codificare pentru utilizarea diferitelor scripturi. Acesta atribuie o valoare numerică unică fiecărui caracter care se aplică pe diverse platforme și programe, făcând posibilă folosirea un sistem unitar de fonturi pentru utilizatori de limbi diferite.

[22] Marcel Danesi, *op. cit.*, p. 91.

[23] *Ibidem,* p. 11.

lipsite de sens precum „vremea se va schimba, nu-i așa?", ori „parcă timpul într-adevăr zboară" etc. În mesajele scrise, aceste goluri de tăcere apar atunci când receptorul așteaptă informații suplimentare pe un anumit subiect, în timp ce emițătorul dorește să ocolească aceste detalii. Introducerea de emoji în asemenea goluri indică intenția emițătorului de a evita un posibil disconfort.[24]

Ambiguitatea este o trăsătură importantă a codului emoji, ce implică potențiale pericole în interpretarea pictogramelor. Asemenea riscuri se fac simțite chiar și între persoanele ce împărtășesc aceeași limbă, dar acestea cresc considerabil în contextul intercultural al „satului global". Codificarea culturală este importantă atât în polisemia cuvintelor, cât și în cea a gesturilor și expresiilor. Din perspectiva limbajului *emoji,* s-a observat că unele pictograme au conotații nedorite și chiar ofensatoare în țări nevorbitoare de limba engleză. Astfel, semnul pentru lăcuirea unghiilor și cel de ridicare a degetului mare fac trimitere la mesaje sexuale insultătoare în țări din Orientul Mijlociu, Africa de Vest, Rusia sau America de Sud.[25]

Practica demonstrează că atât universalitatea cât și identitatea culturală sunt caracteristice dezvoltării limbajului *emoji.* Caracterul global este dat mai degrabă de larga răspândire a platformelor Unicode, și nu de compatibilitatea universală a glifelor *emoji.* În timp ce extinderea lexiconului iconic pentru fiecare spațiu cultural în parte are loc din considerente identitare. De exemplu, finlandezii au completat registrul vizual cu un set național de *emoji* precum sauna.[26]

Ceea ce nu a reușit să prevadă Marshall McLuhan, este nevoia de identitate vizuală a utilizatorului în mediul online. Confruntat cu vastitatea rețelelor de comunicare și a modalităților diverse de socializare, „săteanul global" are tentința firească de a-și crea o identitate individuală cât mai prietenoasă și mai interactivă. Paradigma corporealității pornește și închide ciurcuitul feedback-ului informațional/emoțional prin corpul emițătorului. Utilizatorul apelează la *emoji* tocmai pentru a satisface intuitiv condiția arhetipală a glifelor antropomorfe, anume aceea de a implica interlocutorul într-un dialog cu argumentele nonverbale dar organic empatice ale corporealității.

Dacă în mediul offline individului i se certifică identitatea prin simpla oglindire, în online, propria imagine se conturează doar prin răspunsurile primite din partea celorlalți. Practic, alteritatea este cea care determină existența unei identități în social media. Imaginea de sine nu există pur și simplu, ci se manifestă printr-o activitate susținută ce menține trează atenția urmăritorilor. Prezența pe platformele de socializare se obține prin frecvența mesajelor postate, și nu prin conținutul acestora, iar emoji facilitează aplicarea unui asemenea principiu.

[24] *Ibidem,* pp. 19-20.
[25] *Ibidem,* pp. 30-31.
[26] *Ibidem,* p. 45.

În anul 2014, compania canadiană Bitstrips a lansat o aplicație ce permite utilizatorului realizarea de *bitmoji*[27], adică de *emoji* cu propria identitate. Cererea și oferta au evoluat rapid, astfel încât, azi, numărul site-urilor producătoare de *bitmoji* se află în plină creștere.[28]

Însă identitatea virtuală presupune o trăsătură fundamentală echivalentă cu identitatea biologică - unicitatea. Pentru atingerea acestui scop pretențios, sistemul financiar digital a generat conceptul de NFT[29], alocând astfel oricărei valori reale o replică virtuală unică.

Preconizatul Metavers[30] va fi locul 3D în care avatarurile NFT ale utilizatorilor se vor întâlni, vor face cumpărături, se vor juca, vor lucra, vor socializa în spațiile unei realități virtuale interconectate (VR). De vreme ce unele platforme actuale utilizează deja asemenea componente 3D, iar dezvoltatorii jocurilor video oferă asemenea experiențe și interacțiuni virtuale, este evident că lansarea Metaversului nu poate fi departe. Identitatea acestor avataruri vor reflecta realitatea biometrică a indivizilor sau, dimpotrivă, vor reprezenta proiecția ideală a acestora? Unii specialiști opinează că, în multe cazuri, răspunsul se va afla undeva la mijloc: imaginea identitară virtuală va însemna o interferență a realității fizice cu idealitatea proprie utilizatorului.[31]

Concluzii

Analiza observațională și interpretarea tendințelor în evoluția recentă a iconurilor utilizate pe platformele de socializare au constituit, laolaltă, metoda de cercetare în studiul de față. Trecerea de la emoticonul occidental la variantele orientale kaomoji și emoji indică polii unui real dialog global în elaborarea glifelor digitale. Însă tentația de a considera acest cod de pictograme ca fiind premisa unui limbaj universal ce va cuceri scrierea în mediul online, se dovedește a fi hazardată atâta timp cât permeabilitatea utilizatorului este jalonantă de matricea identității sale culturale. Cu toate acestea, identitatea individuală manifestată prin postări

[27] Sticker personalizat, ce constă într-o ilustrare detaliată a unui personaj, sentiment sau acțiune, prin mixarea manierei caricaturale cu cea a figurilor zâmbitoare japoneze de tip *emoji*.
[28] https://www.bitmoji.com/, accesat în data de 14.04.2022.
https://www.digitaltrends.com/mobile/what-is-bitmoji/, accesat în data de 14.04.2022.
https://apps.apple.com/us/app/bitmoji/id868077558, accesat în data de 14.04.2022.
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bitstrips.imoji&hl=ro&gl=US, accesat în data de 14.04.2022.
[29] *NFT (Non-Fugible-Token*), tradus „jeton nefungibil", este o unitate de date unică dintr-un registru contabil informatic denumit *blockchain* (o bază de date distribuită ce este partajată între nodurile unei rețele de calculatoare).
https://www.latimes.com/business/technology/story/2021-03-11/nft-explainer-crypto-trading-collectible, accesat în data de 14.04.2022.
[30] Pentru simplificare, Eric Ravenscraft propune înlocuirea termenului „metavers" cu „cyberspace" (spațiu cibernetic). Eric Ravenscraft, *What Is the Metaverse, Exactly?*
https://www.wired.com/story/what-is-the-metaverse/, accesat în data de 14.04.2022.
[31] Andrew Clemens, *Metaverse For Beginners: A Guide To Help You Learn About Metaverse, Virtual Reality And Investing In NFTs*, 2022.

elaborate ori simple exprimări de opinie, reprezintă forța motrice a platformelor social media, acolo unde argumentele iconice ale emițătorului propun receptorului o extindere a registrului comunicațional printr-un limbaj figurativ, articulat de o corporealitate cu ecouri arhetipale. Bitmoji sugerează astfel următorul pas: însuși utilizatorul este stilizat iconic pentru intermedierea mesajului. Azi, limitarea 2D constituie pretextul noilor inovații. În acest sens, avatarul NFT al Metaversului va avea, foarte probabil, rolul de-a reprezenta identitatea unică și idealizată a utilizatorului la nivelul 3D al seducătoarei realități virtuale.

Bibliografie / Bibliography:

Clemens, Andrew, *Metaverse For Beginners: A Guide To Help You Learn About Metaverse, Virtual Reality And Investing In NFTs,* 2022.

Danesi, Marcel, *The Semiotics of Emoji, Bloomsbury Academic,* London, New York, 2017.

Giannoulis, Elena; Wilde, Lukas R.A., *Emoticons, Kaomoji and Emoji: The Transformation of Communication in the Digital Age,* Routledge - Taylor & Francis Group, New York, 2020.

Matsuda, Risa, Cap. *Construction of Iconicity in Scenes of Kaomoji, Vol. Emoticons, Kaomoji and Emoji: The Transformation of Communication in the Digital Age,* Routledge - Taylor & Francis Group, New York, 2020.

McLuhan, Marshall, *Galaxia Gutenberg,* Ed. Nemira, București, 2015.

McLuhan, Marshall, *Understanding Media: The Extensions of Man,* The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 1994.

Seargeant, Philip, *The Emoji Revolution. How Technology is Shaping the Future of Communication,* Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom, New York, NY, 2019.

Stănese, Radu, *Introducere în antropometria comparată,* Editura ULBS, Sibiu, 2014.

Stănese, Radu, *Corpus Media. Gimnosofii ca propedeutică pentru o antropologie a nudului,* Editura Eikon, București, 2017.

Wilde, Lukas R.A., Cap. *The Elephant in the Room of Emoji Research. Or, Pictoriality, to what Extent?, Vol. Emoticons, Kaomoji and Emoji: The Transformation of Communication in the Digital Age,* Routledge - Taylor & Francis Group, New York, 2020.

Webliografie / Webliography:

Briggs, Raquel M., *The Evolution of Emoticons: Web 1.0 Invention, or Communications Tradition?,* https://www.researchgate.net/publication/309426787_The_Evolution_of_Emoticons_Web_10_Invention_or_Communications_Tradition

Duncan Kerr, Alison; Scharp, Kevin, *The Information in Emotion Communication,* https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/2002/2002.08470.pdf

Ravenscraft, Eric, *What Is the Metaverse, Exactly?*
https://www.wired.com/story/what-is-the-metaverse/
https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/04/the-first-emoticon-may-have-appeared-in-1648/360622/
https://www.labnol.org/internet/did-abraham-lincoln-invent-emoticon/6682/
https://cityroom.blogs.nytimes.com/2009/01/19/hfo-emoticon/
https://www.dailystar.co.uk/pics/celebrity-photos/gallery/emojis-instead-of-underwear-18344234
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Smiley_body.jpg
https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Smilies?uselang=ro#/media/File:Crazy_Face_or_U+1F61C_(33409553861).jpg
https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Smilies?uselang=ro#/media/File:Confounded_Face_or_U+1F616_(35005997050).jpg
https://exeypanteleev.com/
https://www.bitmoji.com/
https://www.digitaltrends.com/mobile/what-is-bitmoji/
https://apps.apple.com/us/app/bitmoji/id868077558
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.bitstrips.imoji&hl=ro&gl=US
https://www.latimes.com/business/technology/story/2021-03-11/nft-explainer-crypto-trading-collectible