

# Aumojiki

Weet jij wat je zegt?!



## Designbrief 1.4

## Introductie

Tijdens mijn afstudeerstage bij Jalt werd mij gevraagd om een onderzoek te doen naar de oorsprong van emojis en de regels omtrent het gebruik van deze iconische afbeeldingen binnen online marketing. Ik vond het onderzoek naar emojis erg interessant en kwam er al snel achter dat ik zelf eigenlijk niet zoveel wist over emojis. Tijdens mijn onderzoek ben ik er achter gekomen dat onze manier van communiceren de laatste paar jaren flink is veranderd. Uit het onderzoek van James R Flynn (2017) genaamd Beyond the Flynn Effect blijkt dat onze communicatie via het internet steeds visueler gemaakt wordt en hierbij komt een nieuwe term om de hoek kijken: Visuele Intelligentie. Deze vorm van intelligentie gebruiken we bijv. In het verkeer om verkeersborden te interpreteren. (afbeelding 1.1, 1.2, 1.3, 1.4 © verkeerborden.com )



De gemiddelde intelligentie op dit gebied is de afgelopen 100 jaar aanzienlijk gestegen, wat veel mogelijkheden biedt voor onze visuele communicatie. Met beelden kun je sneller communiceren dan met woorden, met snel schakelende consumenten op het internet kun je met het gebruik van afbeeldingen meteen aangeven wat je in huis hebt. "De explosieve toename in het gebruik van emojis en andere emoticons zijn hier de eerste zichtbare gevolgen van" zegt Chris Hall van Bynder (2016).

Er is momenteel een generatie op komst die vanaf hun eerste levensjaren al in contact komen met social media zoals Facebook, Youtube, Instagram, Snapchat. Jonge kinderen tussen de 10 en 13 jaar die zelfstandig gebruik maken van social media zijn zich niet bewust van de gevaren van deze vorm van communiceren zoals online pesters, pedofielen en foto's en video's die ongewenst via social media gedeeld worden.

Volgens Larry Rosen, psycholoog aan de Cal State Domingues Hills University (© 2013 - 2018) neemt social media een steeds grotere rol in, in het leven van kinderen en jongeren. Rosen deed onderzoek naar de effecten van social media en kwam er achter dat er zowel positieve en negatieve effecten aan verbonden zijn. Aan de negatieve kant hebben kinderen door het gebruik van social media een grotere kans op angstaanvallen, depressies en lichamelijke klachten zoals maag- en slaapproblemen, daarnaast krijgen ze vaker te maken concentratieproblemen en spijbelen die jongeren eerder. Aan de positieve kant kunnen ze gemakkelijk dingen met elkaar delen en communiceren met vrienden waarbij ze even de tijd kunnen nemen om over hun reactie na te denken, wat fijn is voor verlegen jongeren.

Het effect dat beelden langer blijven hangen dan woorden, oftewel picture superiority effect, toont aan dat mensen zich na drie dagen slechts 10 procent herinneren van een gesproken boodschap. In combinatie met beeld blijft er echter 60 procent hangen (© 2016 - Chris Hall, Bynder) Doordat onze manier van communiceren steeds visueler en digitaal wordt en er steeds meer gebruik wordt gemaakt van beeldtaal wil ik een applicatie ontwerpen die kinderen tussen de 10 - 13 jaar op een speelse wijze de kennis en het gebruik van emojis, een vorm van digitale visuele communicatie kan toetsen en verbeteren. Gezien het onderzoek dat ik heb gedaan zal de applicatie die ik ga ontwerpen de vaardigheden van jongeren rondom online communicatie verhogen.

Bij face-to-face communicatie gebruiken we non-verbale hulpmiddelen zoals: gebaren, intonatie, lichaamstaal en gezichtsuitdrukkingen. We gebruiken deze om onze boodschap nauwkeuriger over te brengen bij de andere persoon. Bij online of mobiele communicatie ontbreekt dit. De behoefte om onze emoties te kunnen uiten wordt gedeeltelijk vervuld door emojis of emoticons. Deze kunnen we gebruiken om dubbelzinnigheid te verminderen en onze emotionele expressie te verzachten of te intensiveren. "Een berichtje maak je net iets leuker of duidelijker door er een bijpassende emoji aan toe te voegen.

Er bestaan momenteel 2823 verschillende emojis en doordat deze oorspronkelijk uit Japan komen is er een verschil in de interpretatie van deze emojis in Westerse landen" (©Kirsten Beukers - froot.nl z.d). De impact die ik met mijn game wil maken is dat kinderen bewuster nadenken over hoe ze reageren op anderen via social media zodat ze sterker in hun schoenen staan en meer begrip voor elkaars gevoelens krijgen.

## Het probleem

De ontwikkeling op het gebied van technologie en online communicatie bevindt zich de afgelopen jaren in een sneltrein. Jongeren van de huidige generatie worden vanaf zeer jonge leeftijd blootgesteld aan social media. Doordat onze manier van communiceren via het internet steeds visueler wordt is het belangrijk dat kinderen weten wat ze daadwerkelijk zeggen als ze gebruik maken van deze vorm van beeldtaal. Emojis worden dagelijks verstuurd via Social Media om een boodschap bewust te versterken of te verzwakken. Als een emoji verkeerd geïnterpreteerd wordt kan dat een boodschap onbewust een andere betekenis geven.

Een grappige manier om emojis te gebruiken is om bijv.

1. Songteksten te herschrijven met het gebruik van emojis

(afbeelding 2: © Emoji Keyboard)

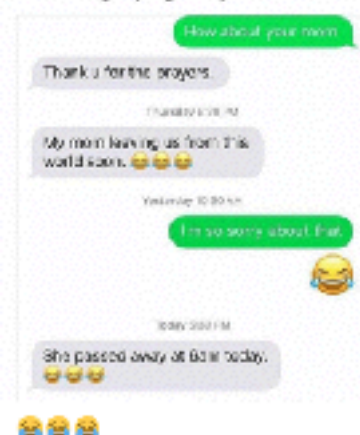
Een voorbeeld waarbij een emoji verkeerd wordt geïnterpreteerd is bijv.

2. De lach emoji wordt hierbij gezien als een huil emoji

(afbeelding 3: © Reddit)



This piece is called old people using the wrong crying emoji



## De Context: Stakeholders

### **Metis Montessori Lyceum (MML) - De opdrachtgever**

Het Metis Montessori Lyceum is een school in Amsterdam Oost en is onderdeel van de Montessori Scholengemeenschap Amsterdam (MSA). De school geeft les volgens de theorie van Maria Montessori. Een van de belangrijkste punten uit deze theorie is dat kinderen op hun eigen tempo het beste kunnen leren.

### **De leerlingen van het MML tussen de 10 - 13 jaar oud - De doelgroep**

De leerlingen van het MML is de doelgroep waarvoor ik mijn quiz / game ga maken. Door de komst van het internet communiceren we steeds vaker met vrienden en familie maar ook vreemden via social media. De manier van communiceren via social media wordt steeds visueler gemaakt door video's, iconen, GIFS en andere vormen van beeldtaal zoals emojis. De leerlingen van het MML maken ook gebruik van social media en zijn zich niet bewust van eventuele gevaren die hierbij aanbod komen zoals cyberpesten, pedofielen en bijv. foto's en video's die ongewenst op social media terecht komen.

## De Design Challenge

Hoe kan een game / Quiz het begrip van emojis op een speelse manier helder maken bij leerlingen van 12/14 jaar van het MML(Lyceum) zodat zij hun visuele communicatieve vaardigheden via social media kunnen versterken?

## Onderzoeksvragen

### Vraag 1 Beeldtaal

Wat is Beeldtaal en waarom is het zo populair?

- Waarom vallen emojis onder beeldtaal? En zo ja, wat voor invloed heeft dit op kinderen?
- Van welke theorieën wordt er gebruik gemaakt bij het ontwerpen van emojis
- Hoe worden emojis gebruikt op social media? Waarom worden deze gebruikt? Hoe zijn ze zo populair geworden en welke zijn het meest populair, en waarom?
- Heeft de oorsprong van emojis invloed op de interpretatie van deze beelden? En hoe komen deze precies tot stand?

### Vraag 2 Stakeholder

Wat houdt de visie van het Metis Montessori Lyceum precies in?

- Wie is Maria Montessori en hoe is haar visie ontstaan? Hoe wordt deze visie toegepast op het Metis Montessori Lyceum (MML)?
- Hoe past een game/quiz over het gebruik van emojis binnen hun curriculum en mentorles?

### Vraag 3 Doelgroep: Leerlingen MML 10-13 jaar

Hoe worden emojis momenteel gebruikt binnen de doelgroep en wat zijn hierbij eventuele valkuilen.

- Wie is de doelgroep?
- Hoe maakt de doelgroep gebruik van emojis?
- Welk beeld heeft de doelgroep bij het gebruik van emojis?
- Welke emojis worden er het vaakst verkeerd geïnterpreteerd en waardoor komt dit? Ik ga dit doen door een testplan op te stellen voor de kinderen van het MML (Montessori Lyceum) en door daarnaast apps over de betekenis van emojis met elkaar te vergelijken.

#### Vraag 4 Ontwerpfase

Sluit de grafische en interactieve game/quiz aan bij de behoeftes van de gebruikers?

- Welke behoeftes heeft de doelgroep bij het eindproduct?
- Welke eisen zijn hierbij van toepassing
- Welke look en feel sluit het beste aan op de wensen van de doelgroep?
- Hoe kan ik de beste keuze maken tussen het ontwerpen van een game / quiz?
- Welke design patterns zijn relevant bij het ontwerpen van een quiz/game?
- Op welke manier kan een game / quiz de keuze bij het kiezen van emojis bewuster laten verlopen?

#### Vraag 5 Ontwikkelfase

- Welk programma kan ik het beste gebruiken voor het programmeren van een game
- Indien dit niet mogelijk is, welk programma kan ik dan het beste gebruiken om mijn concept te visualiseren.

#### Focus

Tijdens mijn afstudeer project ga ik mijn voornamelijk focussen op Interaction Design en Visual Design. Ik wil aan het einde van mijn project een goed doordachte quiz hebben die op een speelse manier de kennis van emojis opbrengt bij de doelgroep. Ik vind het belangrijk dat ik aan het einde van mijn project op zijn minst een volledig uitgewerkt klikbaar en testbaar prototype heb. Ik zou graag mijn kennis van mijn minor Game Design willen toepassen.

#### Product Visie

De uitgewerkte versie van mijn project zal een quiz zijn waarin kinderen op hun eigen tijd hun kennis op het gebied van emojis kunnen testen. Omdat ik realistisch moet blijven nadenken ben ik mij er dan ook van bewust dat het mij alleen niet gaat lukken om een game als Duel Quiz te maken binnen 20 weken. Daarom houdt ik dit concept vast voor de toekomst. Binnen dit project wil ik op z'n minst een 1-player quiz maken met verschillende levels en een puntensysteem die zowel visueel aantrekkelijk is als werkend.

### Mogelijke impact product.

Een van de ongewenste consequenties zou zijn dat de interpretatie van emojis binnen vriendengroepen anders is dan de officiële betekenis van emojis, dit zou kunnen resulteren in kinderen die geen gebruik willen maken van deze quiz/game. Ik ga hier verder onderzoek naar doen en moet hierbij de keuze maken tussen welke betekenis ik aanhoud en dit doorzetten in het ontwerp van mijn app/game.

### Motivering

Ik ga het gebruik van emojis onderzoeken. Tijdens mijn stage heb ik onderzoek gedaan naar de herkomst van emojis en de wettelijke regels omtrent het gebruik van emojis bij advertenties via social media. In deze eeuw brengen steeds meer jongeren hun tijd door via social media. Kinderen van de huidige generatie groeien op in een wereld omringt door verschillende vormen van beeldtaal en een nieuwe manier van communiceren.

Het is belangrijk dat kinderen weten hoe ze zichzelf het beste kunnen verwoorden via social media en welke gevaren social media met zich meebrengt. Als kinderen de juiste betekenis van emojis begrijpen, kunnen ze zich beter uitdrukken via social media omdat ze op deze manier goed kunnen aangeven of ze iets wel of niet leuk vinden.



## Belangrijkste mijlpalen

<https://trello.com/b/r6OQzshp/emojiki-planning-02> (Work in Progress)

Weken	Methodes	Deliverables
<b>Week 1 - 3</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Design Brief</li> <li>2. Planning</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Deskresearch</li> <li>2. Intro gesprek MML</li> <li>3. Feedback medestudenten &amp; Afstudeerbegeleidster</li> </ol>
<b>Week 4 - 6</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mindmap over emojis (Davida)</li> <li>2. Sketching</li> <li>3. Literatuur onderzoek UX met kinderen</li> <li>4. Planning voor het MML</li> <li>5. Gesprek behoeftes/wensen MML</li> <li>6. Trendanalyse</li> <li>7. Kennis Quiz Emojis (test 1) Toepassing emojis met film fragmenten (test 2)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mindmap</li> <li>2. Schetsen (lo-fi prototype 1)</li> <li>3. Aanpak UX met kinderen</li> <li>4. Planning MML</li> <li>5. Requirement vanuit opdrachtgever</li> <li>6. Resultaten trendanalyse</li> <li>7. Vergelijking uit de twee testen: Huidig begrip leerlingen en film..</li> </ol>
<b>Week 7 - 9 Feedback Frenzy</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Co-creatie met lo-fi versie 0.1 met kinderen</li> <li>2. User Requirements List</li> <li>3. Onderzoek gamification</li> <li>4. Testen Lo-fi prototype 0.2</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lo-fi prototype 2</li> <li>2. Requirement list vanuit de kinderen</li> <li>3. Keuze game/quiz + onderbouwing</li> <li>4. Test rapport lo-fi prototype 2</li> </ol>
<b>Week 10 - 12</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informatie architectuur</li> <li>2. Wireframes (klikbaar)</li> <li>3. MML Docent test</li> <li>4. MML leerlingen test</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wireflow - model</li> <li>2. Prototype 3</li> <li>3. Test rapport prototype 3</li> <li>4. Test rapport prototype 3</li> </ol>
<b>Week 13 - 15</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hi-Fi Prototype 4</li> <li>2. Moodboard, Lettertype, Kleur etc.</li> <li>3. Usability Lab leerlingen MML @CMD</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Test rapport prototype 4</li> <li>2. Styleguide (kleur, font etc)</li> <li>3. Test rapport prototype 4 (kleur font etc.)</li> </ol>
<b>Week 16 - 18</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Laatste aanpassingen Hi-Fi prototype</li> <li>2. Video</li> <li>3. Einddocumentatie</li> <li>4. Eindproduct (digitaal prototype)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Final Prototype</li> <li>2. Video over product</li> <li>3. Einddocumentatie</li> <li>4. Eindproduct</li> </ol>

## Bronnen

Kremer, W. (2015, 2 maart). Are humans getting cleverer? Geraadpleegd op 12 februari 2018, van <http://www.bbc.com/news/magazine-31556802>

Leannemunnik. (2013, 28 maart). Invloed van de media op de jeugd. Geraadpleegd op 15 februari 2018, van <https://mens-en-samenleving.infonu.nl/sociaal/112842-invloed-van-demedi-a-op-de-jeugd.html>

Hall, C. (2016, 16 december). Heeft visuele communicatie de toekomst? Geraadpleegd op 15 februari 2016, van <https://www.marketingfacts.nl/berichten/heeft-visuele-communicatie-detoekomst>

Beukers, K. (z.j.). 17 emoji's die bijna altijd verkeerd worden geïnterpreteerd. Geraadpleegd op 19 februari 2018, van <https://froot.nl/posttype/froot/17-emojis-die-verkeerd-wordengeinterpreteerd>

CJG Zuidplas. (z.j.). Veiligheid online. Geraadpleegd op 19 februari 2018, van <https://www.cjgzuidplas.nl/pagina/puber/media/veiligheid-online/539311>

CJG Zuidplas. (z.j.). Pubers en sociale media. Geraadpleegd op 19 februari 2018, van <https://www.cjgzuidplas.nl/pagina/puber/media/pubers-en-sociale-media/658220>

O'Reilly, B. (z.j.). Communicating in the Age of the Emoji. Geraadpleegd op 20 februari 2018, van <http://www.brittonmdg.com/the-britton-blog/emoji-and-emoticon-history-and-effect-oncommunication>