

شکلک‌ها، کائوجی‌ها و ایموجی‌ها

تحول ارتباطات در عصر دیجیتال

مترجم: نستین ناظری



شکلک‌ها، کائوجی‌ها و ایموجی‌ها: تحول ارتباطات در عصر دیجیتال / اوپرستانر الننا
جیانولیس، لوکاس ار. ا. وایلد؛ مترجم: نیتون ناظری. (ویراستار: فاطمه اسماعیل جماعت)

تهران: ناظری، ۱۳۹۹.
ص: ۵۰۰؛ مصور: ۵/۱۴ x ۵/۲۱ س.م.

978-622-718103-6

عنوان اصلی: Emoticons, kaomoji, and emoji : the transformation of communication in the digital age

کتابنامه

تحول ارتباطات در عصر دیجیتال

رسانه‌های گروهی -- نشانه‌شناسی

Mass media -- Semiotics

ارتباط دیداری -- روش‌های رسمی

Visual communication -- Digital techniques

سمبولیسم (ارتباط)

Symbolism in communication

ارتباط بین اشخاص -- نوآوری

Interpersonal communication -- Technological innovations

ارتباط -- نوآوری

Communication -- Technological innovations

جیانولیس، الننا

Giannoulis, Elea

وایلد، لوکاس ار. ا.

Wilde, Klaus K.

ناظری، ن. ۱۳۴۳ -- مترجم

Nazeri, Nafiseh

۲۳۱/۲۰۲

۶۰۲۱۴۷

نشان و نام پدیدآور

شخصات نشر

شخصات ظاهری

ناپک

ضمیمت فهرست نویسی

ادداشت

ادداشت

نشان دیگر

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع

موضوع



انتشارات ناظری

مترجم: نیتون ناظری

حروف‌نگاری: فاطمه اسماعیل جماعت

ویراستار: فاطمه اسماعیل جماعت

چاپخانه: صدف

لیتوگرافی: صدف

صحافی: صدف

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۹

شمارگان: ۵۰۰ عدد

قیمت: ۱۲۰۰۰۰ (تومان)

شماره استاندارد بین‌المللی کتاب (شابک دوره):

International Standard Book No. (ISBN):

978-622-7181-03-6

حق چاپ محفوظ است

فهرست مطالب

۵	۱- شکلک‌ها، کائوجی ها و ایموجیها : تحول ارتباطات در عصر دیجیتال النا جیانولیس از دانشگاه فری برلین و لوکاس آرای. وایلد از دانشگاه توپینگن آلمان
۴۳	بخش اول واسطه‌های بین فرهنگی
۴۵	۲- هیچ‌کس نیست یا ، مسئله ایموجی به‌عنوان ابزاری جهانی جانانان ای. آبل، دانشگاه پنسیلوانیا، ایالات‌متحده
۷۹	۳- سواد فرهنگی در امپراتوری نشانه‌های ایموجی : 😊 چه کسی است؟ لیزا فریدلند، دانشگاه اورگان، ایالات‌متحده
۱۲۱	۴- شکلک‌ها بین فرانسه دیجیتال یا یک محصول خاص فرهنگی آیا متفاوت ایجاد کنند؟ مرضیا کارستاد، انش، توکیو، ژاپن، پائولا کورزاسکا، دانشگاه فیلین آلمان و کاتارزینا روزانسکا، جامعه‌شناسی
۱۴۸	بخش دوم واسطه‌گری میان بخشی
۱۴۸	۵- تأثیر taiseitsu da ! استفاده از ایموجی و کائوجی در وبلاگ دانسی اسکورت ^۳ بین بیان جنسیت و کار عاطفی مارتا فناسکا، دانشگاه منچستر، انگلستان
۱۸۳	۶- شکلک‌ها در رسانه‌های اجتماعی: کاربران فیس‌بوک و رابندر مایکلا اوبرونکلر، دانشگاه توپینگن آلمان
۲۱۸	بخش سوم واسطه‌های زبانشناسی
۲۱۸	۷- ارتباط نمادین در رسانه‌های دیجیتال: ایموجی در اپلیکیشن های واتس آپ، توییتر، اینستاگرام، فیس‌بوک، از دیدگاه زبانی کریستینا مارگیت سیور: دانشگاه زوریخ ، سوئیس
۲۵۳	۸- اکتشاف فرهنگی در استفاده از کائوجی، ایموجی و کیگو در روایت‌های پست‌های وبلاگ ژاپنی برری کاواناک، دانشگاه توهوگو، ژاپن

³Dansō Escort Blogs

۲۸۹	بخش چهارم واسطه‌های تصویری ۹- فیل در اتاق تحقیقات ایموچی؛ با تصویر نمایی، تا چه اندازه؟ اوکاسی آرای. وایلد از دانشگاه توپینگن آلمان
۳۳۱	۱۰- ساخت آیکون در صحنه‌های کانوچی ریسا ماتسودا، دانشگاه تسکوبا، ژاپن
۴۰۲	بخش پنجم واسطه‌های مادی چه کسی از آقای یوک می‌ترسد؟ نمایش احساس اصلی انزجار در "پیش‌ساز نالوگ" نه ایموچی معاصر الکساندر کریستنسن، آلمان
۳۷۳	از دیجیتال تا آنالوگ: کانوچی در لوح‌های زیارتی انیمه" فیل ک. بندرو، دانشگاه توهوگو ماکوئین، ژاپن فهرس