

DIPLOMADOLGOZAT

Bereczki Barbara Gabriella

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Budai Campus

Emberi erőforrás tanácsadó mesterszak

**A hangulatjelek használatának és értelmezésének vizsgálata olasz
nyelvterületen, eltérő korú és iskolai végzettségű személyek
körében**

Belső konzulens:

Dr. Kenderfi Miklós Máté

Tanszékvezető egyetemi docens
Emberi erőforrás tanácsadó MA szakvezető

**Belső konzulens
Intézet/Tanszék:**

MATE, Vidékfejlesztés és Fenntartható
Gazdaság Intézet
Humántudományi és Szakképzési
Tanszék, Szent István Campus

Készítette:

Bereczki Barbara Gabriella

**Budapest
2024.**

Tartalomjegyzék

1	Bevezetés	2
2	Szakirodalmi áttekintés	3
2.1	A KOMMUNIKÁCIÓ	3
3	Kommunikáció története	5
3.1	A BESZÉD KIALAKULÁSA.....	5
3.2	ÍRÁS KIALAKULÁSA	5
3.3	A NYOMTATÁS	6
3.4	TÁVKÖZLÉS.....	6
3.5	INFORMATIKA	6
3.6	A KOMMUNIKÁCIÓNAK VANNAK KÜLÖNBÖZŐ KORLÁTOZÓ OKAI.....	6
3.7	A KOMMUNIKÁCIÓ TÍPUSAI	7
4	A metakommunikáció.....	9
5	A technológiai determinizmus.....	9
6	Mi az emoji.....	10
6.1	AZ EMOJI TÖRTÉNETI ÁTTEKINTÉSE.....	10
7	Generációk a globalizáció kibontakozásáig	13
7.1	MIKÉNT HASZNÁLJUK AZ EMOJIKAT AZ ÉLETBEN	14
8	Vizsgálat	15
8.1	A VIZSGÁLAT CÉLJA, HIPOTÉZISEK BEMUTATÁSA.....	15
8.2	A VIZSGÁLAT MÓDSZEREINEK BEMUTATÁSA.....	15
8.3	EREDMÉNYEK.....	31
9	Következtetések és javaslatok	32
10	Összefoglalás	33
	IRODALOMJEGYZÉK	34
	KÜLFÖLDI IRODALOMJEGYZÉK.....	36
	ÁBRÁK ÉS TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE.....	38
	MELLÉKLET	39
	FÜGGELÉKEK.....	53
	FÜGGELÉKEK 2	ERRORE. IL SEGNA LIBRO NON È DEFINITO.

1 Bevezetés

Ahogy az már a címből is kiderül, egy nemzetközi, azon belül Olaszországra való kitekintést teszek a non verbális kommunikáció (emoji/ hanglulatjelek) területén. Amióta Milánóban élek, a tapasztalataim és a tanulmányaim során szerzett tudással szemlélem a generációk közötti kommunikációs különbségeket és hasonlóságokat, amelyekre a későbbiekben részletesen kitérek. Ezek után felmerült bennem a gondolat, hogy hasznos, és érdekes volna az emberek non verbális kommunikációját kutatni, tudományos szemszögből vizsgálni. Az internet használók köre exponenciálisan nő, így az emberek közötti párbeszéd jelentős része is áthelyeződik az online térbe, melynek következtében az emoji jelenléte áthatja a mindennapjainkat. Azért érdemes vizsgálni, mert a különböző generációk nagyon eltérő kommunikációs kultúrával rendelkeznek. A szakirodalom, s kutatásaim révén betekintést nyújtok az Olaszországban használt írott és íratlan, direkt és indirekt nyelv jelentőségeiben. Ebben a rohanó világban azt tapasztalom, hogy az emberek 60-80%-a nem beszélnek egymással, elmennek egymás mellett csupán, csak non verbális úton tájékoztatják egymást. A szakdolgozatomban azt fejtem ki, hogy van - e különbség a korosztályok, illetve a férfiak és nők között emoji (hanglulatjelek) használatában.

Remélem, hogy kutatási eredményeim rávilágítanak arra, hogy a generációk közötti szakadék milyen mély, s hogy lehet-e még változtatni ezen. A jelenlegi generáció ugyanis egy új, jeleket használó nyelvet próbál elsajátítani a beszédben is alkalmazni.

Témaválasztásomban a szakmai kíváncsiság motivált, amikor az emoji elemzését tűztem ki célként, hogy mélyebben megismerjem a fiatalok kommunikációs viselkedését.

Azt tapasztaltam, hogy a kutatásomhoz gazdag irodalom tartozik, ami segítette a munkámat.

2 Szakirodalmi áttekintés

2.1 A kommunikáció

A kommunikáció a technika világában is szoros kapcsolatban van a kultúrával. Kommunikáció nélkül nem tudnánk információt cserélni egymással, nem kapnánk megfelelő tájékoztatást.

A kommunikáció legjobb meghatározását Lundberg (1939) fogalmazta meg, szimbólumok segítségével. (Gerbner, 1947:430)

„A kommunikáció üzenetek segítségével történő [társas]' interakció. Az üzenetek alakian kódolt képletes vagy reprezentatív események, amelyek jelentését többen osztják egy kultúrában, s amelyeket épp azért hoznak létre, hogy ezt a jelentést hordozzák" (magyar fordítás: Fülöp, 1996)

Ez alapján a kommunikációnak a lényege esetleg az üzenet a meghatározója. Átadja a gondolatokat, kódolt jeleket és üzeneteket közvetít. Itt nemcsak a nyelvtanra, a szöveg összetettségére vagy a nyelvhelyességre gondolunk. Foglalkozik a kódoknak és jeleknek a hatásával, megtanulhatóságával, megértésével más tudományágak, például a pszichológiai és a pedagógiai kutatás is. A különböző jeleket közösen, együttműködve tanuljuk meg tudatosan vagy akaratlanul.

A kommunikáció eredetét nézve latin eredetű szó, amely a következőket jelenti:

- communicatio / főnév/
 1. közzététel
 2. teljesítés
 3. gondolat közlése
- communicare /ige/
 1. valamit közössé tenni
 2. közösen tanácskozni
 3. valamit átadni egymásnak

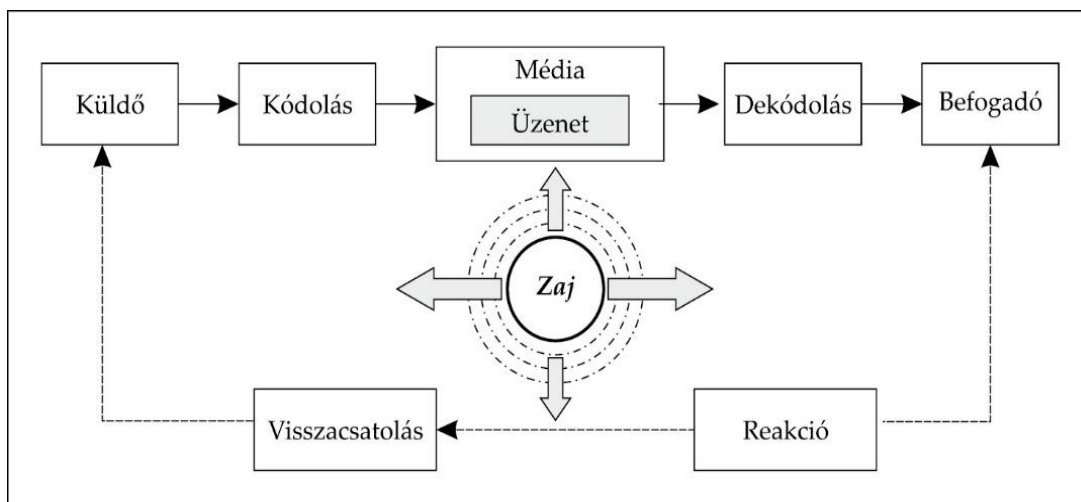
Az újlatin nyelvekben a jelentése

1. szállítás
2. összeköttetés
3. érintkezés
4. tájékoztatás
5. hírközlés

Kommunikáció akkor jön létre, ha megvannak az adott feltételek, ha a kommunikáló felek át tudják adni egymásnak az észrevételeiket, a híreket, az ismereteket, érzelmeket. Kicserélik tapasztalataikat egy jelrendszerrel vagy más eszközzel. Ma már ezt úgy nevezzük, hogy információáramlás, ami egy folyamat. Nem csak mi emberek, hanem az állatok is kommunikálnak egymással.

Tehát a folyamat a következő: 1. A feladó különböző jeleket küld át verbálisan vagy non verbálisan. 2. A befogadó vagy vevő megkapja, fogadja az információt. A közlést feldolgozza, értelmezi, majd 3. Visszaküldi az üzenetet az adónak vagy befogadónak.

1 ábra A kommunikáció modelljét be mutatom ezzel az ábrával:
(Forrás: Kotler et al, 2008.)



Ezt verbális kommunikációs körforgásnak is mondhatjuk.

Minden olyan helyzetet, ahol két vagy több egyed egymástól függetlenül szemben áll és irányítják egymás egy adott szituációban kommunikációnak nevezhetjük. Kommunikáció nélkül nem tudunk a mai világban létezni.

3 Kommunikáció története

3.1 A beszéd kialakulása

Az őskorban különböző természetes jelekkel beszéltek. Napjainkban is van, erre példa bizonyos afrikai törzsek füstjelekkel kommunikálnak. De egy hajó törött embernek sem árt, ha visszaidézi a tanultakat.

Kezdetben az ember csak a barlang falára rajzolta le történeteit. Különböző hangokat formáltak, melyeket a hang magasságával is megkülönböztették. Majd a letelepedésükkor kezdtek kialakulni a különböző törzsi nyelvek. Így jöttek létre a különböző nyelvcsaládok, később minden nemzetnek a saját nyelve. A beszélt nyelvből meg lehetett állapítani, hogy ki melyik társadalmi réteghez tartozik. A magasabb rendűek szókinccse bővebb volt, mint az alacsonyabb rendűké. Ez a jelenség a mai napig tapasztalható: észre lehet venni, a tanultabb emberek nyelvhasználata választékosabb, mint kevésbé olvasott társaiké. A kisgyermek is annyi szókinccsel rendelkezik, amennyivel kommunikálnak vele. A kortársi kapcsolatok révén később bővül a társasítól az óvodában, majd új ismeretekkel bővül a tudása és a szókinccse. A kommunikációnak belső és külső korlátai vannak. Egy beszédhibás egyén nehezen nyílik meg a társai felé, akár gyerek akár felnőtt. Zárkózottá, visszahúzódóvá válhat. Ezért jó, ha a szülő nem gagyog a gyermekének, hanem tisztán, érthetően ejti ki a szavakat. Ha mégis probléma adódik, akkor szakemberhez kell fordulni.

3.2 Írás kialakulása

Mint írtam már az ősember is kezdetleges jeleket hagyott a barlangjában. Az igazi betűket az ókorban alakították ki az egyiptomiak, a kínaiak és a görögök. Itt magasabb volt a műveltség. Ők kereskedelemmel foglalkoztak ezért kénytelenek voltak bizonyos jeleket rajzolni. Az egyiptomiak képrással jegyezték fel a mondanivalójukat, míg a kínaiak rajzolták a különböző betűket, amit a mai napig is sok helyen láthatunk. Ezekből a kalligrafikus betűkből csekély 3000 található. A görögök viszont kialakították a betűformákat, amit a rómaiak formáltak át a ma is használatos betűkre. A Kárpát-medencében az avarok éltek ők ékírással kommunikáltak. A települések határát jelző táblákon a latinbetűs írásmód mellett, rovásírással is olvashatók a településnevek. A szláv népek a cirill betűvel írnak a mai napig, de már alkalmazzák a latinbetűs írásmódot is. A németek gót betűvel írtak, csak a háború után tértek rá a szabvány betűk írására.

3.3 A nyomtatás

Az ókorban már alkalmazták a nyomtatás, mivel minden nemes ember mellett volt egy írás és olvasás tudó fiatal, aki feljegyezte a történeteket, majd többször leírta ugyanazokat. A középkorban a papokra hárult ez a feladat, ők tudtak írni, olvasni, és sok tudományágot kutattak, alkottak meg. Ők írták a kódexeket, ami még mai napig is látható múzeumokban. Magyarországon Hess András volt, aki először nyomtatott. Ő készítette az első nyomtatott iratokat. Majd Kner Izidor fejlesztette tovább ez a gépezetet, és megalapította a békéscsabai nyomdát, ami mai nevén: (Gyomai Kner Nyomda). Az írógép megjelenésével létrejöttek a gépíró hivatalok, ahol sokszorosítottak is indigóval. A huszadik század második felében mikor kezdett felgyorsulni az életünk, nem bírták a sokszorosítást a gépírók, így megalkották a feltalálók a másológépet és a nyomtató gépet.

3.4 Távközlés

Az ipar és a kereskedelem fejlődésével nem lehetett gyorsan elintézni valamit, mert a hajóút hónapokig tartott. A tizenkilencedik században létrehozták a távíró készüléket, amit a huszadik század végéig alkalmaztak a hadseregnél, a postánál és a vasútnál. Például ha táviratot adtunk fel, ilyen készülékkel továbbítottak. A távíró embernek ismernie kellett a különböző távirati jeleket. Bell volt, aki feltalálta a telefont, ezzel megkönnyítette a kommunikációt (például Angliából Amerikába való üzenet átadást).

3.5 Informatika

Már a második világháború után a tudósok Neumann Jánossal az élen megalkották a számítógépet. Ez a készülék akkor még egy egész szobát elfoglalt. Ezzel kezdetét vette az internet hálón való írás és kommunikáció. Az informatika napról- napra folyamatosan fejlődik, mint a telefon a mai napig. Itt már létrejönnek a mesterséges jelek, amiket egy csoport, vagy csak két személy használ.

3.6 A kommunikációnak vannak különböző korlátozó okai

Külső nehezítő tényező oka lehet a beszédhiba, amiről már fentebb említést tettem. De lehet egy rosszul megvilágított helyiség, akár egy rossz akusztikájú tér, vagy egy hideg terem is. Ugyanakkor bajok adódhatnak a helytelen nyelvtani kifejezések használata miatt is.

A kommunikációt befolyásoló belső tényező lehet pozitív, amikor egy nagyon kedves személlyel kommunikálunk, de lehet negatív, ha olyan személlyel kell beszélni, aki nem rokonszenves személy. Adódhat lámpalázunk, amikor izgulunk. Sokszor egészen másra gondolunk, amikor hirtelen megszólítanak. Minden emberrel előfordulhat, elkalandozik a figyelme, ilyenkor a gondolataink messze járnak, így a kommunikációink korlátozottak.

Ezeket a korlátozó okokat ki lehet küszöbölni. Ha nehezen halljuk megkérjük, hogy ismétlje meg. Mikor kérdez tőlem egy más nyelven beszélő, megkérdezem, hogy beszél-e azon a nyelven, amit én is beszélek. A szelektív figyelmet próbálom összpontosítani. Ha nagyon sokat beszél valaki, azt udvariasan le kell állítani, mert sok beszédnek sok az alja, vagyis nem a lényegre törekszik. A durvaságot, hazugságot el kell hárítani határozottan. Kérdéseikkel visszajelzést kaphatunk, hogy megfelelően értelmeztük az üzenetet.

3.7 A kommunikáció típusai

3.7.1 Verbális

Gondolatainkat szavakba rendezzük és beszédben fejezzük ki. Eszköze a nyelv, ami lehet közvetett, ez az írás vagy közvetlen, ami a beszéd. A szavaknak csak összefüggésükben van értelmük, a beszéd kifejezi a beszélők viszonyát. Amikor üzleti beszélgetést folytatunk akkor átlagos, ha ünnepélyeken választékos, kötetlen, ha barátokkal beszélünk. Vannak különböző nyelvrétegek, ahol megfelelő szakszavakat használunk. Például a jogászok, amikor egymás között beszélnek, nehezen lehet megérteni őket, de ugyanezt elmondhatjuk a katonákról, az orvosokról, vagy a még egy kőművesekről is. Van aktív és passzív szókincs. Aktív szókincsnek nevezzük, amit mindig használunk, passzívnak, amit már hallottunk, de nem használjuk, csak elraktározzuk. Egy átlagos magyar ember 200000 szót ért meg, egy háromévesnek 150- 1000, egy ötévesnek 2000, s egy iskolába készülő gyermeknek 3000 a szókincs.

3.7.2 Non verbális

A non verbális kommunikációnál a tudati kontrol nem érvényesül, minden reflexszerűen működik. A hanggal sok mindent kifejezhetünk. Érzelmünket kimutathatjuk, ha örülünk lágyabb, bánatunkban halkán motyogva beszélünk. Általában a magas hangok és az erőteljesebbek az agresszivitást fejezi ki. Minden embernek más a hangszíne, a beszédtempója. Van, aki kimérten, lassabban beszél, mások hadarnak, sőt olyan is van, aki dadog. Az ember születésétől való adottsága a hangja. Ezek a vokális jelek. Ha előadást tartunk nem mindegy, hogy milyen hangszínnel adunk elő. Egy monoton előadás unalmas és érdektelen, nem köti le a figyelmet. Viszont megfelelő hangsúlyokkal, hanglejtéssel, szünetek tartásával felkelti, az érdeklődést, s így szívesen végig hallgatják az előadót.

3.7.3 A tekintet

Montágh Imre írta, hogy a tekintettel sok mindent ki lehet, fejezi. A szemöldökünket, a szemhéjunkt izmokkal tudjuk mozgatni. A tekintet visszajelzést ad az adónak, hogy

megértettük, amit közölni szeretett volna. Kifejezhetjük rosszállásunkat, egyetértésünket vagy, kétkedésünket. Örömünket vagy bánatunkat is tükrözi a tekintet, amely öntudatlan mozgás. Beszélgetésnél mindig nézzünk a másik félre, mert könnyen azt feltételezheti, hogy nem mondunk igazat. Viszont ha egy idegen hosszasan tekint ránk, fixíroz, óvatossá kell lennünk.

3.7.4 Mimika

Az arcizmok mozgása adja a mimikát. A kommunikációban jelentős szerepe van az érzelmek kifejezésében a szemnek, a szájnak, a szemöldöknek van, jelentős szerepe, az orrnak ebből a szempontból jelentéktelen, nem tulajdonítanak szerepet a mimikában. Viszont érdekes, hogy szólásainkban, közmondásainkban az orr is „beszédes” pl.: Lógatja az orrát – szomorú, Magasan hordja az orrát- gőgös, lenéző, Felhúzza, az orrát- megsértődik. Eklam szerint hét érzelem tükröződik az arcon. Az öröm, meglepetés, félelem, szomorúság, harag, undor, érdeklődés. A mimikával kapcsolatban Szondi is végzett kísérleteket. Ez egy állandó közlési csatorna, nagy szerepe van a kommunikációban. Ezek a jelzések minden embernél megtalálhatók, de minden kultúrában más jelentéssel bír.

3.7.5 Mozgásos testbeszéd

A kommunikáció e része a mozgásról, a helyváltoztatásról ad jelzést. A fej, kéz, láb mozgása a kommunikációban a mimikánál is kifejezőbb. Ezek a mozgások általában tudatosak, de előfordulhat önkénytelenül is. Az olaszok gyakran használják ezt a non verbális kifejezést, főként a kezükkel gesztikulálnak. Ezeket a mozgásokat már nagyon régóta használják, apáról fiúra száll. A fej ingatásánál a bolgároknál vigyázni kell, mert ami nálunk igent jelent, náluk az a nemet jelenti. A kérést az olaszok összetett kézzel erősítik meg. A mutató ujj forgatása az arcon az azt jelenti, hogy nagyon finom az étel ez is Olaszországban jelenik meg.

3.7.6 Testtartás térköztartás

Hall Edward írja azt, hogy a távolságtartást a kultúrák szabályozzák. A bizalmas távolság 0-50 cm, személyes 50-120 cm, társasági 120- 330 cm, nyilvános 330 cm. Nem véletlenül szokták azt mondani, hogy tartsuk be a három méter távolságot. Ezek a szabályok függenek a partneri viszonytól is. A déli népek közelebb állnak egymáshoz mikor beszélgetnek. A testtartásból is következtetni lehet, hogy milyen szándékkal vagy állapotban közelítenek felénk: együttműködő, szorong, feszélyezve, esetleg sértő módon.

3.7.7 Emblémák

Meg kell említeni olyan eszközöket, melyek bemutatják a másik személyt anélkül, hogy megszólalna. Már a megjelenésnél látjuk azt, hogy ki lesz a kommunikációs partnerünk. Nagyon sok függ attól, hogy milyen az öltözéke, a hajviselete, mennyi és milyen ékszert visel, milyen autóval érkezik. Már messziről lehet látni az utcán ki hol dolgozik. Egy titkárnő általában magassarkú cipőben, divatosan szolidan kifestve jár. Egy banki dolgozó öltönyben, egy légikisasszony formaruhában és kitűzővel közlekedik. A szállodaiparban mindenkinek más az öltözéke. Egy recepciósnő kosztümben, a szakács fehér ruhában, a szobalány világoskék ruhában dolgozik. Az a legjobb, ha az adott kultúrának és kornak megfelelően öltözködünk.

4 A metakommunikáció

A meta görög eredetű szó jelentése: valamin túl. Kommunikáció nincsen metakommunikáció nélkül, hiszen a kommunikáció folyamatában használjuk a non verbális jeleket. Van direkt, vagy indirekt kommunikáció. Az indirekt kiegészíti az indirektet. Tehát egyszerre kifejezhetjük a rokonszenvünket és az ellenszenvünket, vagy valami igazat vagy hamisat. Ugyanakkor a humorunkat is megmutathatjuk. A direkt kommunikációt párbeszédeknel szoktuk használni, ezek konkrétak, előre tudjuk a célját. Az indirekt nagyon kedveskedő, udvarias nem célirányos beszéd.

5 A technológiai determinizmus

A technológiai determinizmusra jellemző, hogy már mindenhol, például a munkánkban is, csak akkor felelünk meg, ha ismerjük az informatikai nyelvezetét. Az informatikai- digitális technika állandó változásban, újulásban van. Meglátásom szerint a digitális szöveg az írott nyelvhez viszonyítva hiányokat mutat a kifejezés sokszínűségének tekintetében. Ezt a nyelvet lazább kifejezés mód jellemzi, ezért előfordul, hogy konfliktusok adódhatnak. A beszédnél a szókincs elszegényesedése figyelhető meg, nem tudják választékosan kifejezni magukat a fiatalok. Ugyanakkor el kell ismerni, hogy a társadalom és a világ a digitális kommunikáció és szöveg felé irányul, átalakul.

Közösségi oldalak jöttek létre, ami az ismereteket bővíti, új közösségeket alakít ki. Megörökíthetik a kirándulásaikat, különböző tevékenységüket, gyorsan kapnak információt eseményekről és értékelhetik az emoji jelekkel. A változatlan emotikonok többségében valamilyen jelentéssel bírnak.

„Nyíri Kristóf szerint a mobilkommunikációt kiegészítő ikonikus nyelvnek a következő szempontoknak kell megfelelnie: könnyen előállítható, gyorsan felismerhető, hasonló legyen a létező világ elemeihez.” (Nyíri, 2001: 77)

6 Mi az emoji

Az emoji hangulatkifejező grafikus jel. Ezek a képek sokszor helyettesítik a szöveget. Olyan emotikonok vannak, amelyek mozgathatók és nem mozgathatók is lehetnek. A fiatalok körében egyre többen otthonról dolgoznak, de még munka után is a számítógép előtt játszanak vagy chattelnek. Az informatikának köszönhetően sok mindent már a neten tudunk megkapni vagy rendelni: gyógyszer, jegyek, okmányok stb. A telefonnal lehet vásárolni az üzletekben vagy otthon. A vásárlást otthonról is intézhetjük az okostelefonunk, s néhány alkalmazás segítségével, az üzletekben készpénz és bankkártya nélkül fizethetünk okoseszközünk használatával.

Mindent gyorsabban lehet elintézni, mint 10 – 20 évvel ezelőtt. Mivel a Baby- boom generáció tagjai lassan eléri vagy már elérte a 80 évet, így az Y, Z, alfa generáció között egyre nagyobb a kommunikációs szakadék.

6.1 Az emoji történeti áttekintése

„Az emoji, ezek a kis ikonok képesek kifejezni érzelmeket, hangulatokat, melyeket közvetlenül nehezen tudnánk közvetíteni. Az ikonokat széles körben alkalmazzák a szöveges üzenetekben, különböző posztokban és netes kommunikációban. Keszler Borbála az „internetes nyelvhasználat új írásjelei”-nek nevezi, amelyek leginkább a beszéd szupraszegmentális a nemverbális jellegzetességeit jelölik (Keszler, 2004: 85), és a többféle írásjel iránti igényt elégítik ki.” (Keszler, 2004: 151)

A világban elterjedt smiley, magyarul szmájli mellett sokszor előfordul még a mosolyszimbólum, az emotikon kifejezés használata is.

„Farkas Judit és Lajos Veronika Előszó című művében így ír: Az internetet és a világhálót (World Wide Web, www) lehet dicsőíteni vagy kárhóztatni, csupán egyet nem lehet: figyelmen kívül hagyni azt a tényt, hogy az infokommunikációs technológia (information and communication technology, ICT) rendkívül gyors fejlődése milyen jelentős mértékben alakította át az emberek életét az utóbbi két-három évtizedben. Ma már szinte senki nem ütközik meg azon, hogy a társadalmi tájkép jellegzetes figurája a lépten-nyomon telefonáló vagy internetező, az okostelefonját nyomogató ember, aki természetesen, mondhatnánk, életvitel szerűen

használja az elektronikus és közösségi médiát, a különböző kommunikációs eszközöket, és termel a felhasználó által létrehozott tartalmakat.”

1963-ban Harvey Ball grafikust bízta meg egy biztosító társaság egy gomblyukjelvény tervezésével, ami akkora sikert aratott, hogy képeslap poszterre is nyomtatták, és később 1982-ben a neten is alkalmazták.

Shigetaka Kurita gondolatai által: *Japánban jelent meg először ez a kifejezés, jelentése „e” kép, „moji” írásjel. Ezt a két szót összevonták, így jött létre ez az emoji. Eleinte nagyon egyszerű képek voltak, ezekkel fejezték ki a hangulatukat.*

A nemzetközi használata a 2000-es években terjedt el, amikor a színes ikonokat már láttuk az iPhone-okon.

Az évek során az tapasztaljuk, hogy folyamatosan növekedik a figurák száma és gazdagodik a jelentésük. Minden évben újabb és újabb jellemek jelennek meg, más - más kultúrákra, hangulatokra utalnak.

Az ábrák nem mindig azt az érzelmet fejezik ki, mint amit közvetlen beszélgetéssel kimondanánk. Viszont több olyan képecske van, melyek visszaadják az érzelmeinket. Pl: boldogság, szomorúság vagy bosszúság. Ezek az emoji-k különböző formában jelennek meg, más-más stílusban, sőt jelentésük is különböző lehet. Nem mindegy, hogy melyik elektronikai vállalat Samsung, Apple, Xiaomi, Huawei bocsátja közzé. Pl: az egyik készüléken a mosolygós arc barátságos, vidám, míg a másikinál gúnyos cinikus érzelmet tükröz. A gyakori emoji használat során úgy érezhetjük, mintha egy géppel beszélgetünk, személytelenné teszik a kommunikációt. Így mindenkinél más jelentése, más értelme lehet egy-egy ikonnak. Nem lehet általánosítani nemzetközi szinten, még egy kultúrán belül sem. Ezért fontos, hogy tisztában legyünk azzal, kinek mit jelentenek az emoji-k, illetve ismerjük, milyen helyzetekben illendős a kommunikáció során használni őket, hiszen így elkerülhetjük a kellemetlen szituációkat.

Az emoji-k a technológia fejlődésével együtt egyre bonyolultabbá váltak. A fiatalok többsége ma már képes történeteket elmesélni az emoji-k segítségével. Az X, Y, Z generációk nagyon kreatívak, így évről-évre újabb és újabb emoji-kat hoznak létre. Azok az emberek, akik az internetet használják, legyenek idősek vagy fiatalok, alkalmazzák emoji-k variációit, sok esetben figyelemfelkeltés céljából. Az online, digitális kommunikáció hozzátartozik a huszonegyedik században élő ember mindennapjaihoz. Ebben a században nagyon gyorsan átalakult a társadalom. Egyre inkább azt vesszük észre, hogy a digitális élet elválaszthatatlan a mindennapi élettől, kiegészítik egymást. Az internet és az okostelefon használata általános lett, korosztályonként eltérő módon.

Az olasz szakirodalomban az alábbiakat tapasztaltam

A hangulatjelek értelmezését és használatát Olaszországban is vizsgálták. Olasz olvasmányaim során ugyanazokat tapasztaltam, mint a magyar szakirodalmak írnak.

Nehéz teendő volt kiválasztani, az adott témakörhöz a jó dokumentumokat.

Mivel kutatásom az olasz egyének emoji használatáról szól, így a témához kapcsolódó olvasmányokat is igyekeztem tanulmányozni.

Leszögezendő, hogy a nemzetközi vizsgálatok nagyjából hasonlóak és megegyeznek.

Az elmúlt évek alatt történtek okán az internetes kommunikáció az egész világon felgyorsult, így az emoji jelek is sokat bővültek. Elsőként csupán négy jelet használtak a világban, majd 176-t. Manapság már ezernél is többet tudnak használni különféle hangulatjeleket az egyének. Előkerül a Facebook, az Instagram, a Youtube, valamint a Twitter mint internetes felület. Megjelentek az influencerek (média tartalomalkotó), akik különféle videókat töltenek fel, valamint kíváncsiak a nézettségükre. Olvasható, hogy a média tartalomkezelők mi módon maradnak fenn a neten. Akkor láthatóak sokáig, ha a blogban, posztban megmarad a személyiségük. A hangulatjelentések használata az internetes kommunikációban a kulturális különbségeket is áthidalja, amennyiben tisztában van mind a két fél a másik nemzet életvitelével. Következésképpen a vizsgálatok arra is kitekintést mutatnak, hogy nem mindegy, hogy melyik államban élvelek kommunikálunk. Az irodalmakból megtudható az is, hogy mely korcsoportok használják legtöbbször a hangulatjeleket, továbbá váltják ki a szóbeli, ezen kívül írásbeli beszédeket az emoji alkalmazásával. Átfogóan a társadalom 90 százaléka alkalmazza az okos telefont, továbbá órát, ahol lényegre törően fogalmazzák meg, továbbá adják át az információkat, üzeneteket, s küldik egymásnak szavak helyett a meghökkentő, ezen kívül szórakoztató vizuális jeleket.

Az írások felhívják a figyelmet, hogy mindig naprakésznek szükséges lenni. Mindenre rapidmódon kell reagálni röviden, továbbá tömören.

Gyakran komolytalannak tűnhetnek a használatuk, mégis azt kell tudomásul venni, hogy ez a természetes a mindennapi kommunikációban. Rengeteg instrumentumot használunk, mint Pl.: SMS, WhatsApp, Vibert, továbbá sorolhatnám még különböző féle internetes App-okat.

A szakirodalmak feldolgozásával és elolvasásával kaptam ihletet az emoji használatának kutatásához.

7 Generációk a globalizáció kibontakozásáig

Mi a generáció?

Egy adott korban született emberek, akik hasonló körülmények között éltek, beszéltek, szokásokat alakítottak ki. Minden nemzedékben van egy egyedi hiedelemrendszer és attitűd, ami irányítja a viselkedést.

1920-45 Veteránok generáció

Az első generáció akik a két világháború között nőttek fel. Legnagyobb gondjuk a bizonytalan világban, hogy életben maradjanak. Majd a háború után az újjáépítés. A bizonytalanság miatt a biztonságot keresték. Számomra a biztonság az jelentette, hogy munkás éveiket egy azon munkahelyen töltse le. Ők a következő generációnak nem tudtak mintát adni abban, hogy hogyan lehetne az életet élvezni és szeretetben, békességben leélni. Ők csak személyesen kommunikáltak. Együtt étkezett a család esténként.

1945- 1964 Baby-boom generáció

Ők már középkorúak voltak, amikor az internettel találkoztak. Mivel az elektronikus eszközökkel későn találkoztak, így ők nem mélyedtek el a használatukban, csak munkaeszközként alkalmazták. Viszont így óriási szakadék keletkezett köztük és az Y, Z nemzedék között. A baby boomerek nagy tudással és sok tapasztalattal rendelkeznek. Azok, akik tovább képezték magukat sikeresen veszik az akadályokat a munkában. Ők szinte munkamániások lettek. Nem szeretik változtatni a munkahelyüket. Szeretnek együtt dolgozni. Tiszteletbe tartják a főnök- beosztott hierarchikus viszonyokat.

1965- 1979 X generáció

Eszközként használja a netet, az oktatásban csak egy iskola foglalkozott komolyan az informatikatanítással. Viszont hamar alkalmazkodtak és ma már ugyanúgy alkalmazzák, mint az utánuk következő generáció. Önállóak, rugalmasak. Könnyebben váltanak munkahelyet. Bennük él a versenyszellem. Már nem hisznek a hierarchiában, felettesükkal szemben már kritikusak. Szeretik a rugalmas munkavégzést, és visszajelzést kérnek munkájukról.

1980 - 1995 Y generáció

Már gyermekkorukban ismerkedtek a világhálóval, ez a korosztály már a telefonon is játszott, de nem hiányoztak a közös találkozókat a kortársakkal, ebből kifolyólag élőszóban még viszont többet kommunikáltak egymással. Az Y generáció szülöttei előtérbe helyezi a felkészültséget és a teljesítményt. Szeretnek mindig feljebb jutni a ranglétrán. Figyelembe veszik, hol kapnak több fizetést. Szeretik a team munkát, de nagyra becsülik a szabadságot. A

különböző munkafolyamatokban előszeretettel használják a technika nyújtotta lehetőségeket. Mindent a technikában szeretnek végezni.

1996- 2009 Z generáció

A Z generáció tagjai kiválóan kezelik az elektronikus eszközöket. Ez a korosztály már jobban ismeri az informatikai kommunikációt, mint a magyar irodalmat és a nyelvtant, de még mindig keresi az élőlávás csevegést egymással. A Z generációnak nagyon komoly tudása van a digitális világban. Nem ismerik el a munkahelyi hierarchiát. Ők önállóságra és függetlenségre vágyanak. Határozottak, gyorsak, magasak az igényes elvárásaik. Munkájuk meghatározó részét az online térben végzik el.

2009- napjainkig született gyermekek már azt tapasztalják, hogy a szülő nem ér rá velük beszélgetni, mert a telefont nyomogatja sétálás közben is, nehogy lemaradjon valamiről. Otthon oda ül a gép elé, mert dolgozik, játszik vagy chatel. Így a gyerekek magukra vannak hagyva és ők is inkább elektronikus géppel játszanak azon keresztül társalognak. Az első olyan nemzedék, amely már teljes egészében a digitális technika világában él, amelynek elengedhetetlen igénye, hogy nonstop jelen legyen az online térben. Ők már kevésbé kommunikálnak élőben, teljesen bezárkóznak a saját világukba. Ha valamit közölni szeretnének barátjukkal vagy osztálytársukkal, azt rövidítésekkel teletűzdelt üzenetben teszik meg. Sajnos beszédben is tapasztaljuk, hogy így kommunikálnak. Sokszor egy szép korú már meg sem érti, miről beszélgetnek. Ez a generáció érzelmileg nagyon labilis, hamar elkeseredik, sokszor süllyednek depresszióba, egyre gyakrabban menekülnek problémáik elől öngyilkosságba.

2010-től Alfa generáció

Ők szinte már bölcsődés koruktól a digitális világban élnek és nőnek fel. Számukra nem különleges az okos telefon és okos óra. Nem újdonság számukra az online tér, a mesterséges intelligencia által nyújtott szakirodalmak utána járása. Tudásukat is többségében az internetről fejlesztik. Ők természetesnek veszi, hogy a technika állandóan fejlődik. A szülők nem beszélgetnek a vacsora közben és nem olvasnak fel mesét a gyerekeknek.

7.1 Miként használjuk az emojiakat az életben

Az emoji közelebb áll a piktográfikus nyelvhez. Ha bemegyünk, egy üzletbe könnyen tudunk tájékozódni a piktogramok segítségével. A hétköznapi kommunikációt is felváltotta az emoji használata a különböző elektronikus gépeken. A különböző képecskék minden korosztálynak, minden kultúrában eltérő üzenetet hordozhat. Például az X generációnak egy adott smiley pozitív megerősítést jelent, míg az alfa generáció többsége inkább csak legyint a figurák láttán.

8 Vizsgálat

8.1 A vizsgálat célja, hipotézisek bemutatása

8.1.1 A vizsgálat célja

Célom, hogy bebizonyítsam azt, hogy Olaszországban a hangulatjelek használata inkább a férfiak írásbeli kommunikációját jellemzi; az emotikonok komoly érzelmi kifejezéssel, hatással bírnak; jelentésbeli többlettartalmuk miatt nemcsak könnyíthetik, de olykor bonyolíthatják is a kommunikációs folyamatot az esetleges félreértések miatt, amelyet például a nem adekvát jelentés is okozhat.

8.1.2 Hipotézisek bemutatása

A kutatásomhoz az alábbi hipotéziseket fogalmaztam meg:

1. Hipotézis - A válaszadó férfiak közül többen alkalmazzák a munkahelyi kommunikáció során a hangulatjeleket, mint a nők.

2. Hipotézis – Az írásbeli kommunikáció során több férfi használja a hangulatjeleket, mint nő.

3. Hipotézis – A hangulatjelek alkalmazását meghatározza, hogy milyen szoros a kommunikációs partnerek egymással való kapcsolata.

8.2 A vizsgálat módszereinek bemutatása

8.2.1 Kutatási módszer bemutatása

Kutatásom során kvantitatív online kérdőíves módszert alkalmaztam. A beérkezett adatokat SPSS statisztikai programmal elemeztem. Igyekeztem egyszerű és keresztezett összefüggéseket vizsgálni.

A kvantitatív kutatás mennyiségre az emberi hozzáállás kérdéseire keresi a választ. Akkor használjuk, ha főként statisztikai adatokra vagyunk kíváncsiak. A kvantitatív kutatásnál össztársadalmi eredmények jönnek létre. Ez egy széles körű kutatási módszer. Mindig számszerű eredményeket nyújt.

A kérdőíves kutatásom a dolgozatom elengedhetetlen része.

Előnye, hogy viszonylag könnyű utat biztosít az adatok begyűjtéséhez. A 31 kérdésből álló kérdőívet *Google Űrlap szerkesztő segítségével* készítettem el, kitöltése anonim formában történt. A kérdőív 5 szakaszból áll. Az első részben általános kérdéseket tettem fel. (pl.: neme, kora, iskolai végzettsége) a további részek vegyesen tartalmaznak zárt és nyitott kérdéseket.

A kérdőívet széles körben igyekeztem terjeszteni, így reményem szerint sikerült szóró életkor szerint képet kapni az emotikonok használókról. A kérdőívet meglehetősen tekinteni a **melléklet 1. szám** alatt.

A kérdőívet a barátokkal, ismerősökkel, különböző helyszíneken próbáltam kitölteni. Nem csak zárt kérdéseket alkalmaztam, hanem olyanokat is, melyekre nyíltan kellett válaszolni.

Úgy ítélt meg, hogy célra vezetőbb, ha bizonyos kérdéseket a vizuális érzelmi kifejezésekről nyitott kérdésként teszek fel. (Összesen 205 személy töltötte ki a kérdőívet).

Az SPSS (Statistical Package for Social Sciences) olyan statisztikai programcsomag, amelynek segítségével könnyedén elvégezhetők statisztikai számítások, elemzések, megkönnyíti az adatbázisok feldolgozását.

A hipotézisekben megfogalmazott összefüggéseket az SPSS segítségével elemeztem.

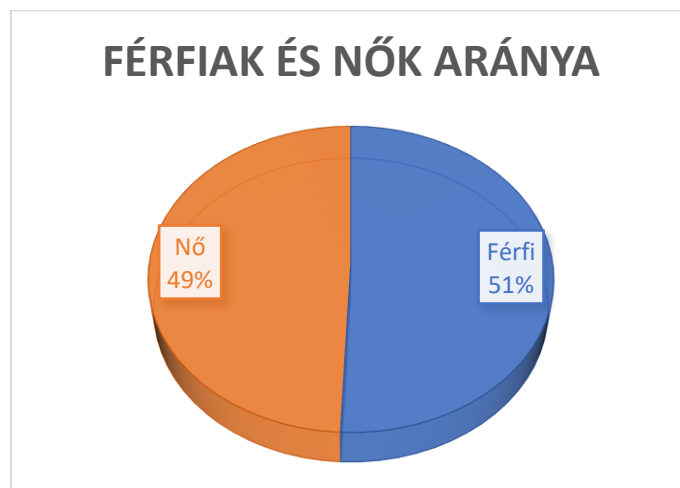
A hipotézisemet, a vonatkozó kérdésekre adott válaszok összesítése után, az alábbi módon vizsgáltam:

A. A keresztábra (Chi négyzet teszt) elemzést használtam.

B. Egy változós elemzésekkel mértem.

8.2.2 A vizsgálatok eredményeinek bemutatása

1) Vizsgálati minta nemi eloszlása szerint.

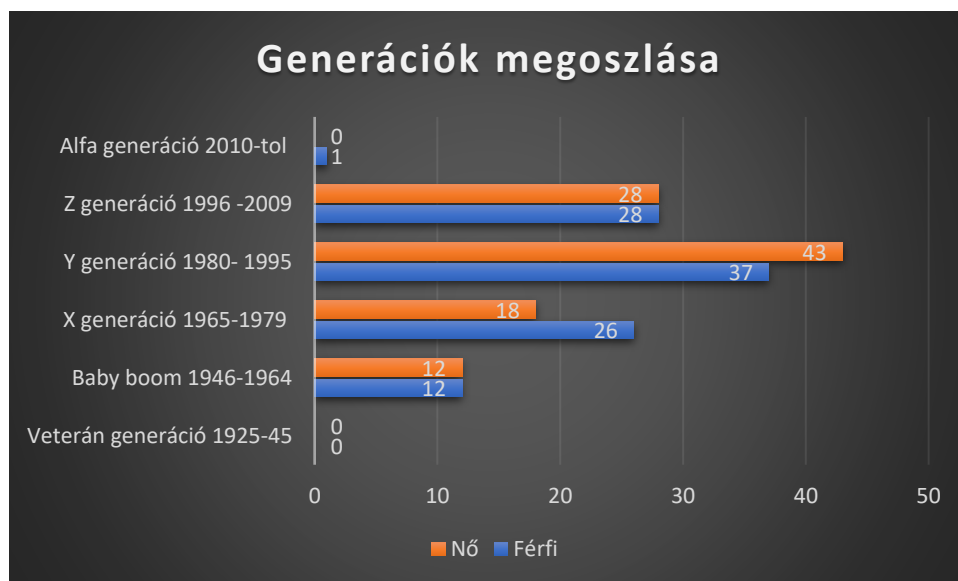


2 ábra Férfiak és nők aránya
(Forrás: Saját szerkesztés)

A nemek arányában a megoszlás a következőképpen alakul: a 205 válaszadó közül 104, vagyis 51% férfi, 101, azaz 49% pedig nő.

2) Vizsgálati minta életkori megoszlás szerint.

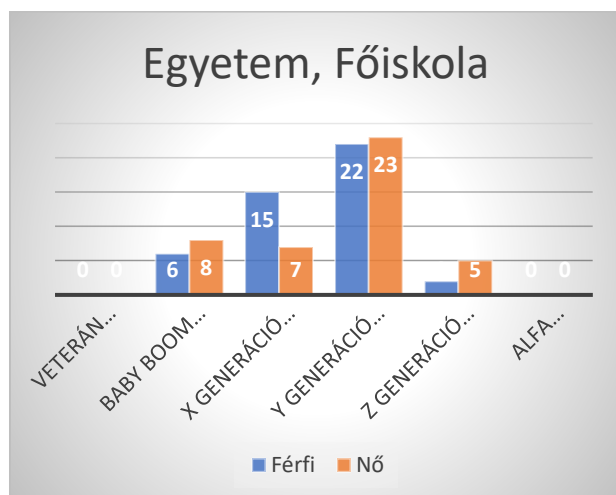
A válaszadók közül kimagasló arányba vannak az Y generáció azok közül is a nők.



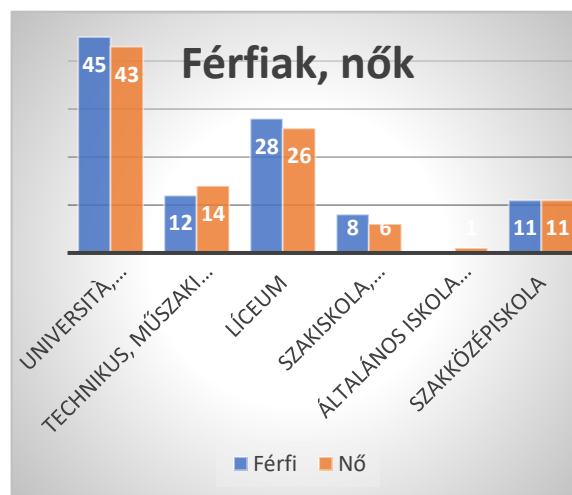
3 ábra A kor megoszlása
(Forrás: Saját szerkesztés)

3) Vizsgálati minta iskolai végzettség eloszlása szerint.

Az látszik, hogy a válaszadók zöme felsőfokú végzettséggel rendelkezik: 43%-ban, azaz 88 fő, illetve még említést érdemel a gimnáziumi válaszadók aránya, amely 26%, azaz 54 fő.



4 ábra Az iskolai végzettségek
(Forrás: Saját szerkesztés)



5 ábra Az iskolai végzettségek
(Forrás: Saját szerkesztés)

4) Vizsgálati minta a hangulatjelek írásbeli kommunikáció megoszlása szerint.

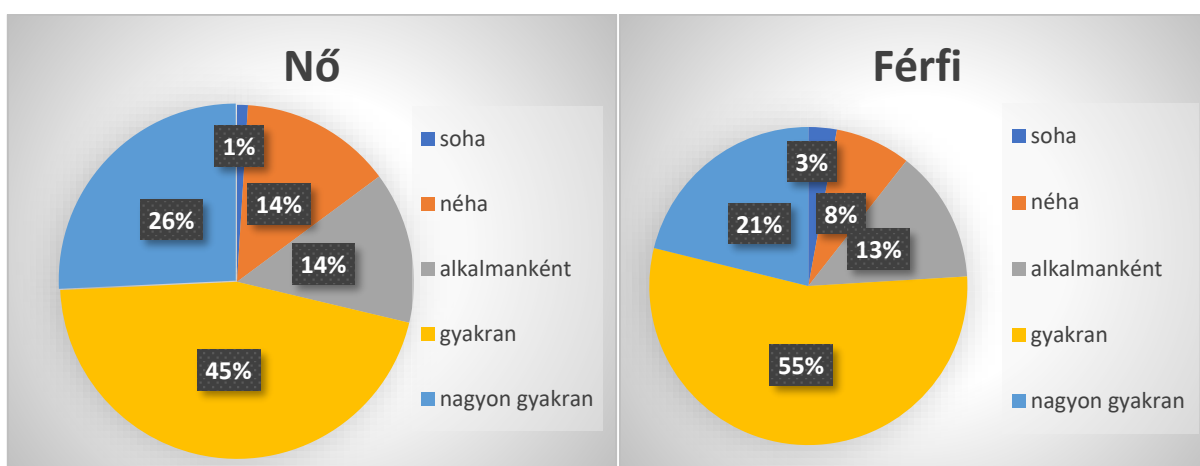
Mint ahogy az látszik is, a 205 válaszadó közül 96%, azaz 196 fő állítja azt, hogy kommunikációja során használja a hangulatjeleket.



6 ábra A 4-es kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

5) Vizsgálati minta hangulatjelek írásbeli kommunikációban használt megoszlása szerint.

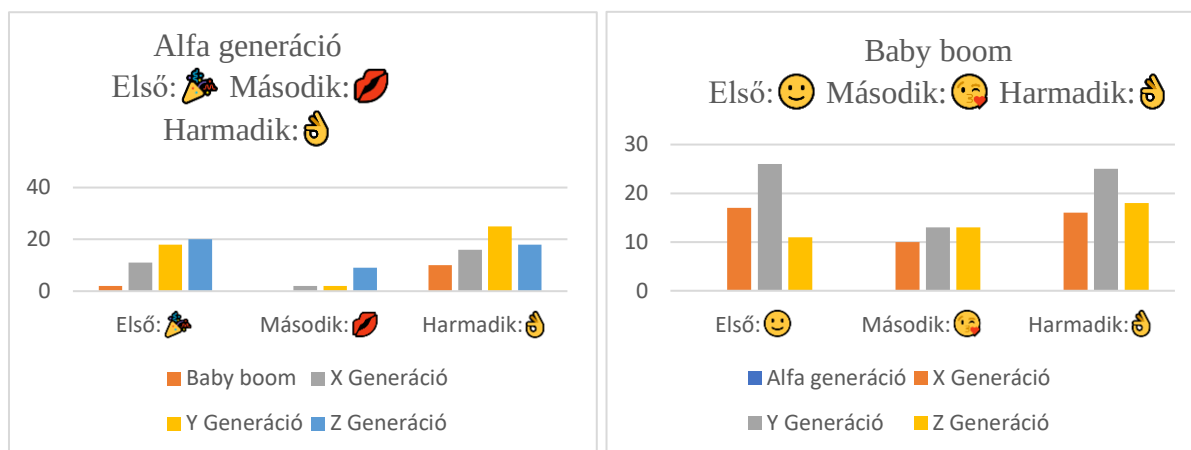
A digitális technika dinamikus fejlődése mellett várható, hogy az emotikonok használata egyre gyakoribb az írásbeli kommunikáció során, az viszont meglepő, hogy a 205 válaszadó közül mindenki él a hangulatjelek használatával, sőt 50 %, azaz 103 fő gyakran, míg 29 %, azaz 60 fő nagyon gyakran/leggyakrabban alkalmazza az emotikonokat kommunikáció során. A válaszadók között szinte ugyan az a százalék a nemek közötti különbségnél.



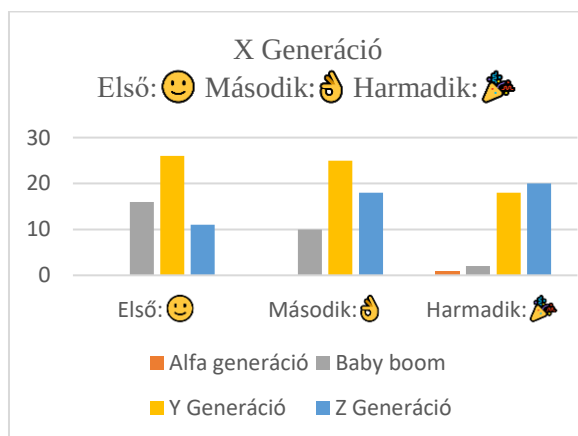
7 ábra Az 5-ös kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

8 ábra Az 5-ös kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

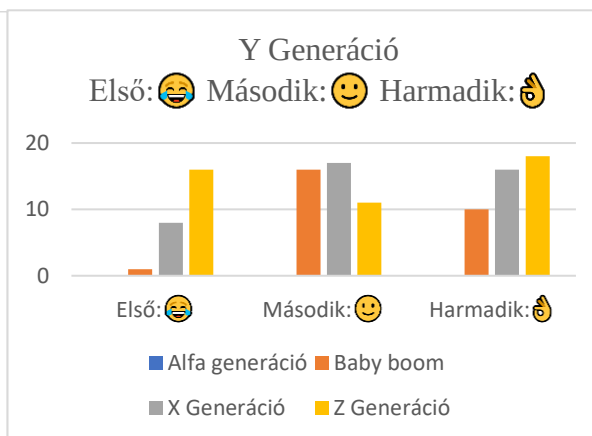
6) Vizsgálati minta leggyakrabban használt hangulatjelek megoszlása szerint.



9 ábra A 6-os kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)



10 ábra A 6-os kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)



11 ábra A 6-os kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

12 ábra A 6-os kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

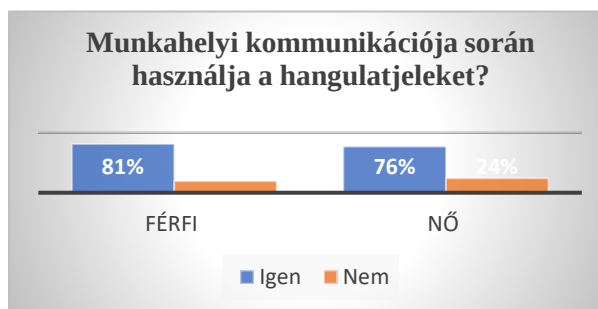
Az eredmény azt mutatja, hogy nagyon sokféle emotikont használnak a generációk.

7) Vizsgálati minta munkahelyi kommunikációban hangulatjeleket használók megoszlása szerint.

A válaszadók 79%-a igennel válaszolt, míg 21%-uk nemleges választ adott.



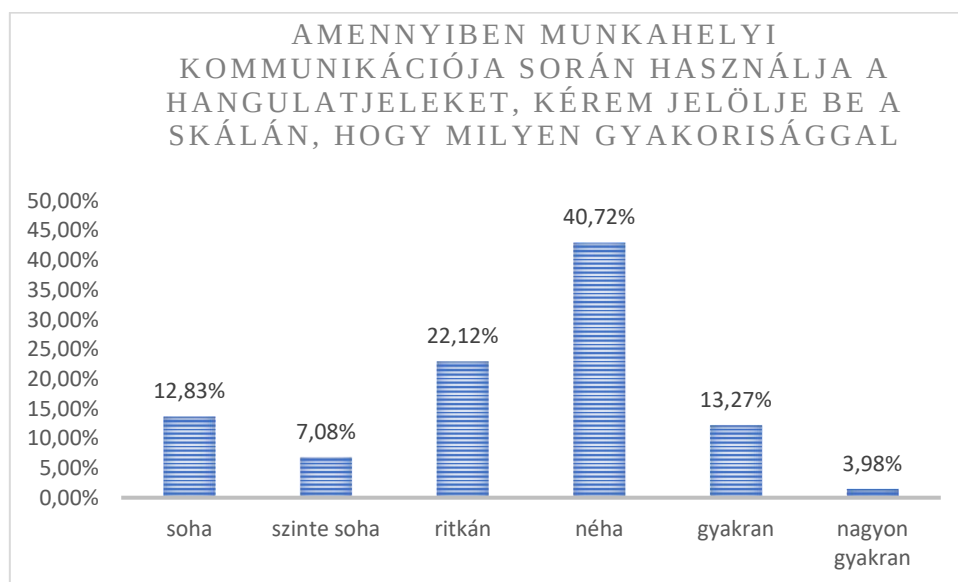
13 ábra A 7-es kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)



14 ábra A 7-es kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

8) Vizsgálati minta hangulatjel használatának gyakorisága megoszlása szerint.

Érdekes, hogy a megkérdezett 205 fő közül mindenki használja kommunikációja során az emotikonokat, jelentős részük nagy gyakorisággal, de ha hangulatjelek használatának gyakoriságát a munkahelyi kommunikáció területére szűkítjük, már egészen más adatokat kapunk, hiszen 12,8 % nyilatkozott úgy, hogy szinte soha, 40,7 % pedig néha/gyakran alkalmazza ezeket a jeleket.

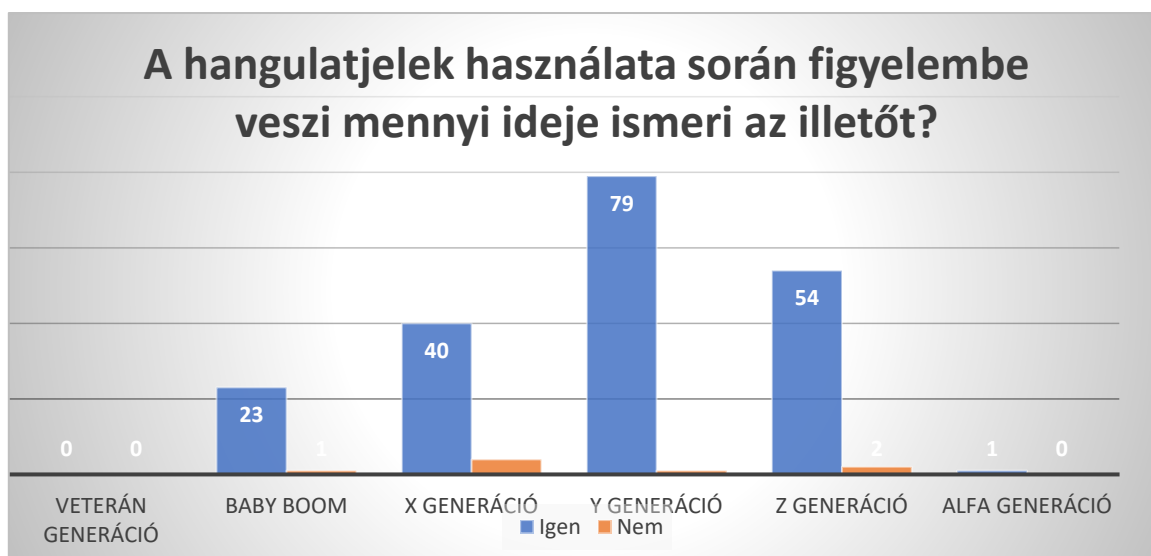


15 ábra A 8-as kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

9) Vizsgálati minta ismeretségi idő és hangulatjelek használata szerint.



16 ábra A 9-as kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

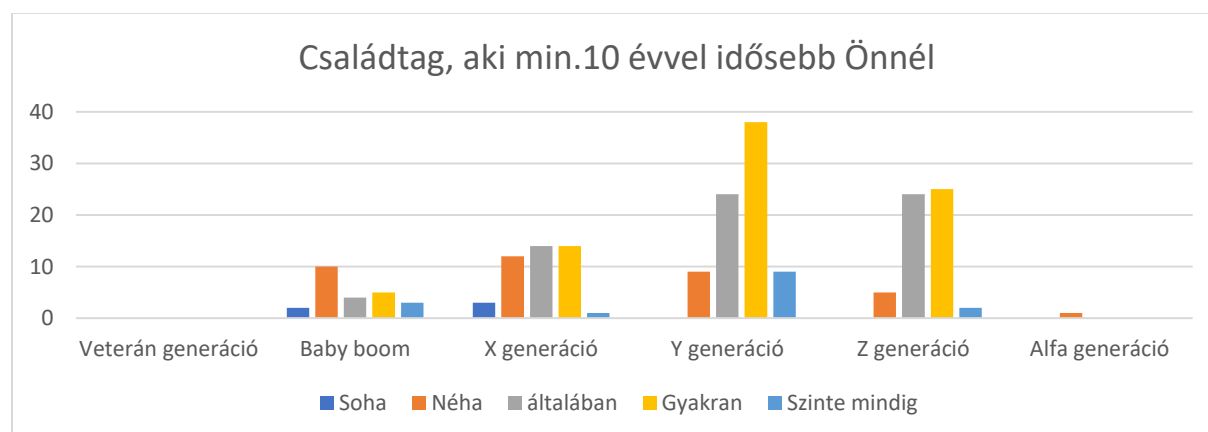


17 ábra A 9-as kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

Az adatokból egyértelműen megállapítható, hogy a megkérdezettek döntő többségének, 96 %-ának esetében meghatározó, hogy milyen hosszú ideje ismeri az illetőt és ezzel összefüggésben valószínűsíthetően az is, hogy milyen mélységben ismeri kommunikációs partnerét a hangulatjelek használatát tekintve.

További diagramok a mellékletekben 3.sz. melléklet 9-es kérdés.

10) Vizsgálati minta, akinek szokott hangulatjelet küldeni, gyakorisági megoszlása szerint.



18 ábra A 10-es kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

Az adatokból egyértelműen megállapítható, hogy a megkérdezettek döntő többsége **gyakran használja** a kommunikáció során partnerével a hangulatjeleket mindegy, hogy milyen korosztályból valók.

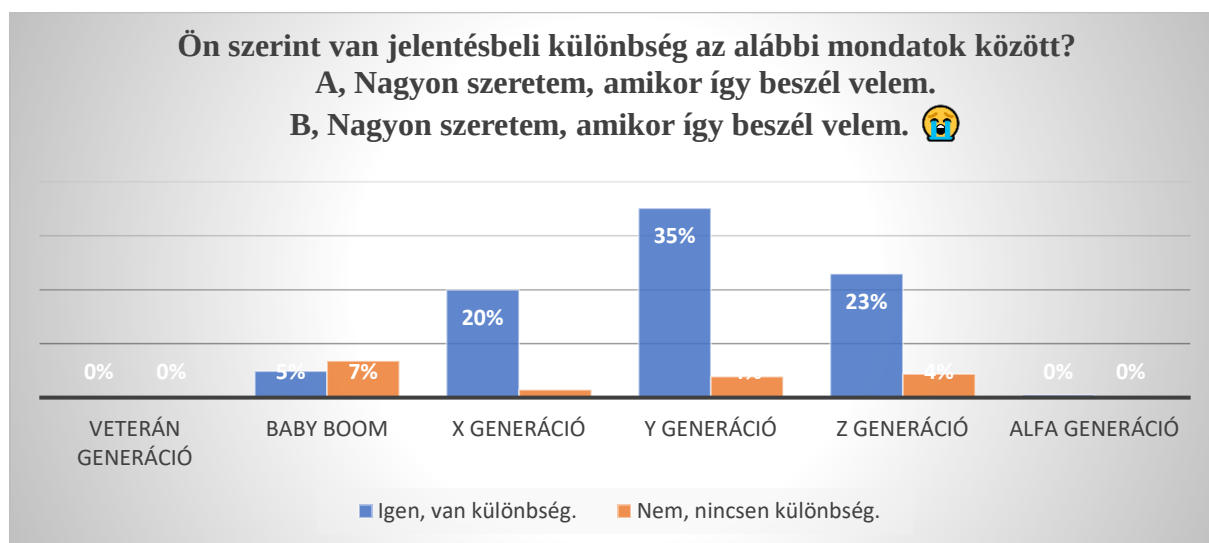
További diagramok a mellékletekben 3.sz. melléklet 10-es kérdés.

A 11-15. sorszámú kérdések azt vizsgálták, hogy a feltételezhetően leggyakrabban használt emotikonok milyen hatással vannak a kommunikációban résztvevőkre, vagyis milyen érzéseket keltenek bennünk, mikor kapják, s milyen érzelmi állapotban küldik ők másoknak.

További diagramok a mellékletekben 3.sz. melléklet 11-15-es kérdéshez.

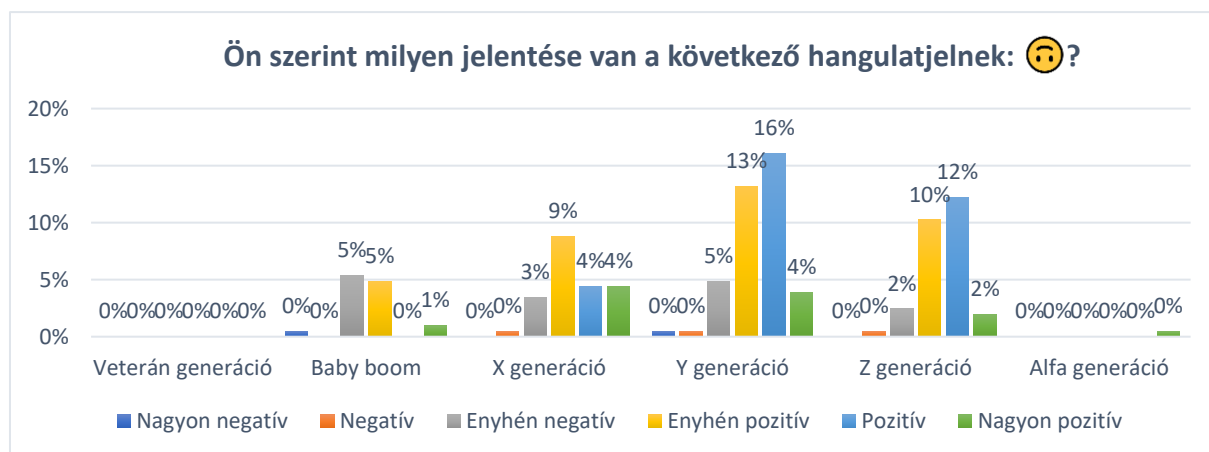
16) Vizsgálati minta adott mondatok jelentésbeli különbségének megoszlása szerint.

A válaszadók 83%-ka igennel válaszolt, míg 16%-uk nemleges választ adott arra, hogy van-e jelentésbeli különbség a két kérdés között.



19 ábra A 16-os kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

17) Vizsgálati minta adott hangulatjel (😊) jelentésének megoszlása szerint.

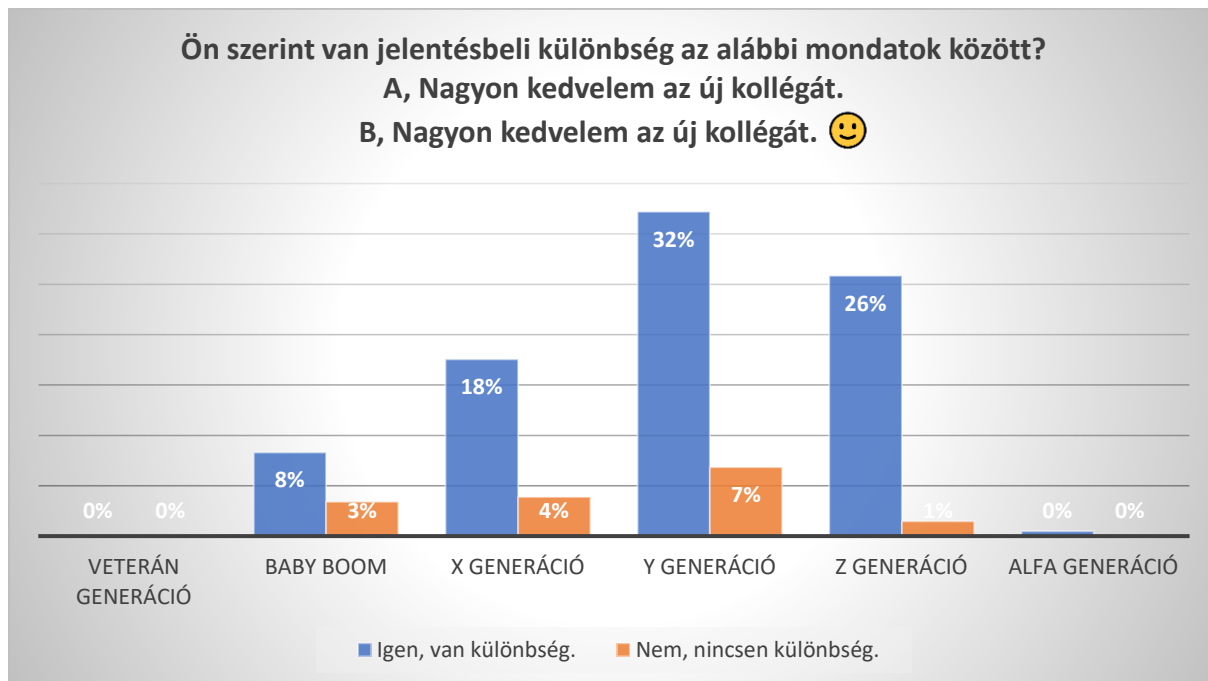


20 ábra A 17-es kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

A fejfel lefelé álló mosolygós archoz társított jelentés megoszlik. A leginkább az Y generáció tagjai (16%) használják mint érzelmi kifejezés.

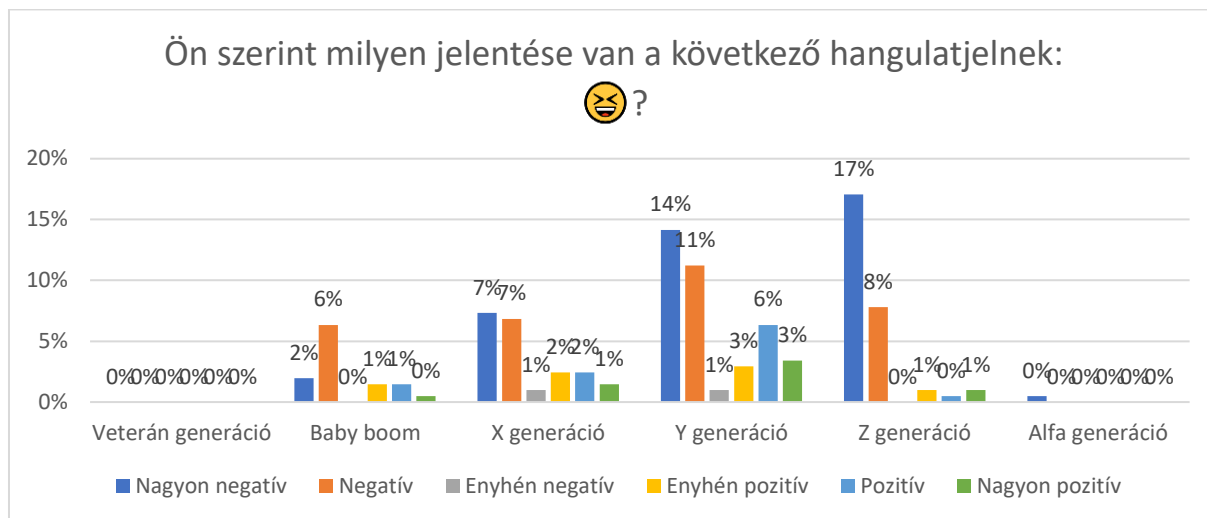
18) Vizsgálati minta adott mondatok jelentésbeli különbségének megoszlása szerint.

A válaszadók 84%-ka igennel válaszolt, míg 15%-uk nemleges választ adott arra, hogy van-e jelentésbeli különbség a két kérdés között. Az Y generáció (32%) itt is kimagaslóan válaszolt igennel.



21 ábra A 18-as kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

19) Vizsgálati minta adott hangulatjelnek (😐) milyen jelentésbeli különbsége van a megoszlás szerint.

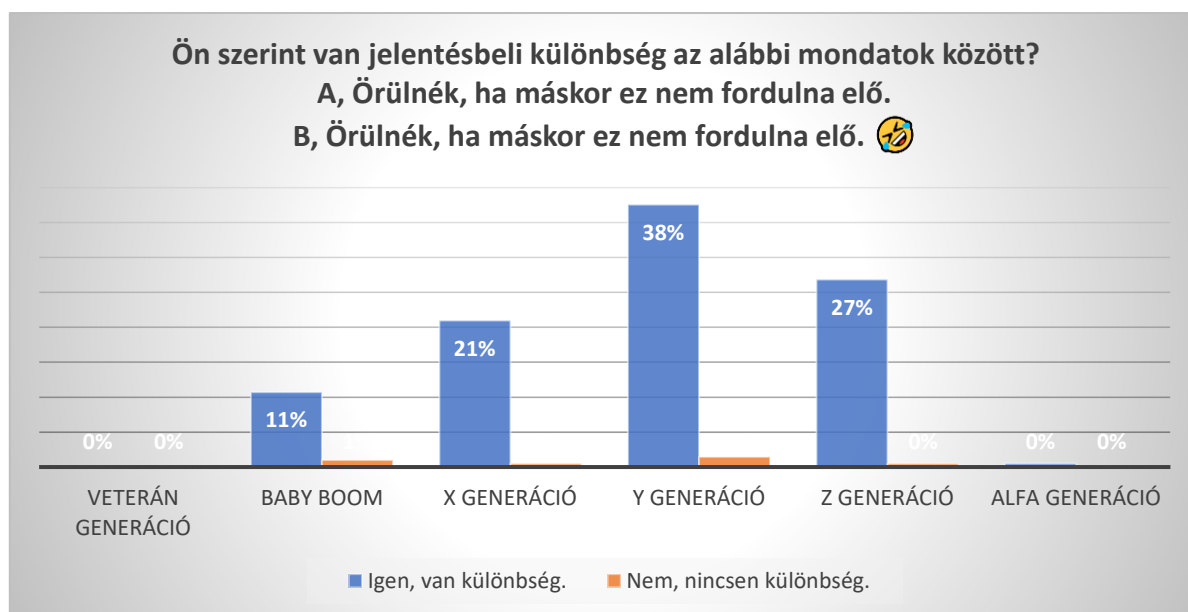


22 ábra A 19-es kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

A válaszadók 40%-nak ezzel a hangulatjellel negatív nézetei vannak. Míg a válaszadók 31 %-nak kevésbé vannak negatív gondolatai.

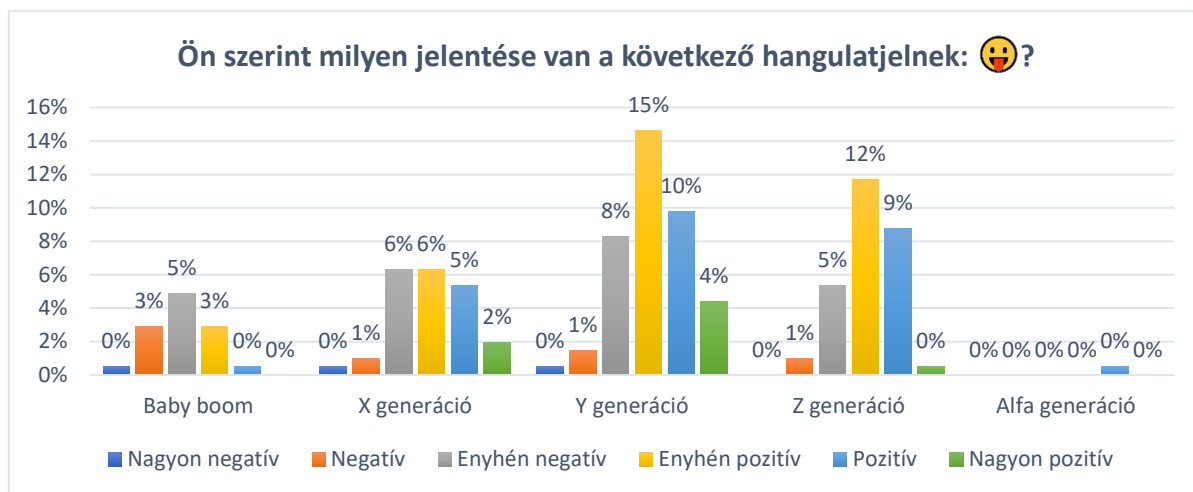
20) Vizsgálati minta adott mondatok jelentésbeli különbségének megoszlása szerint.

Érdekes, hogy a megkérdezett 205 fő (97%) igen választ adott, és (2%-ka) pedig nem tesz különbséget a kérdések között.



23 ábra A 20-as kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

21) Vizsgálati minta adott hangulatjelének (☺) milyen jelentésbeli különbsége van a megoszlás szerint.

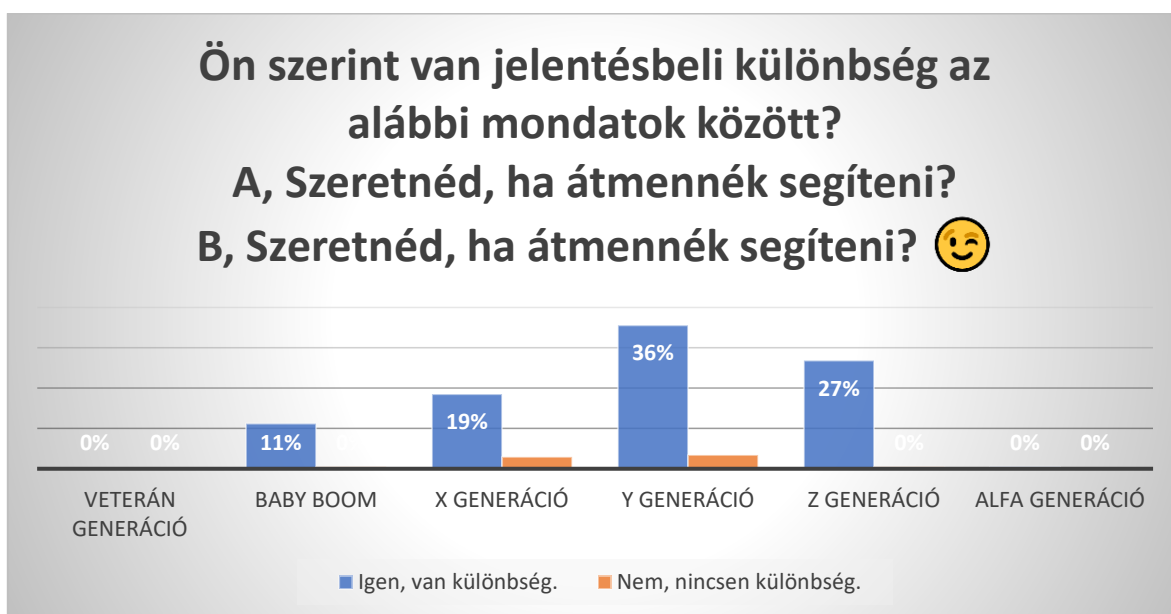


24 ábra A 21-es kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

A kinyújtott nyelvű archoz társított jelentés megoszlik. Jelentős többséggel a válaszadók erre a kérdésre az Y generáció (15%) gondolja azt, hogy van pozitív hatása az írásbeli kommunikációjukra ez a hangulatjel.

22) Vizsgálati minta adott kérdéseinek jelentésbeli különbségeinek a megoszlás szerint.

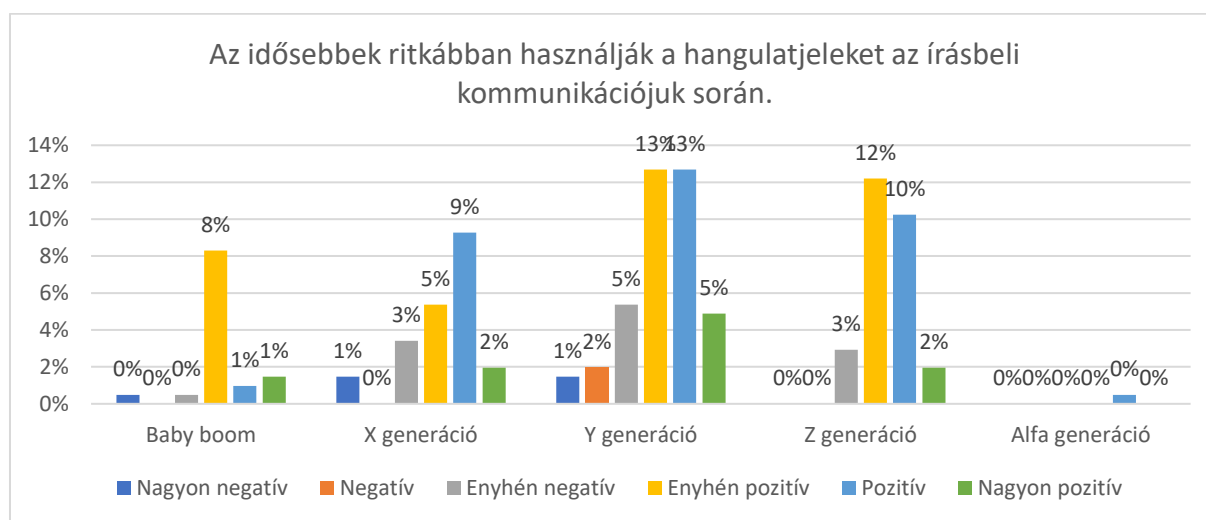
Érdekes, hogy a megkérdezettek 93% és abból az Y generáció (36%) úgy véli, hogy igen van különbsége a kacsintos fejnek. Viszont X és Y generációkban (3%+3%=6%) nem veszi észre a különbséget a két kérdés között.



25 ábra A 22-es kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

A 16., 18., 20., 22., kérdések esetében levonnám azt a következtetést, hogy a hangulatjelek használata nyomatékosíthatja, sőt akár erőteljesen módosíthatja is a leírt gondolatok valódi jelentését. Így ha nem megfelelő kommunikációs helyzetben, vagy nem olyan személlyel való társalgás során használjuk a hangulatjeleket, aki maga is jól ismeri az emotikonok jelentését, komoly félreértések, akár konfliktusok is adódhatnak. És ennél a résznél a 26. kérdésekre adott válaszok alapján kirajzolódó adatokkal támasztanám alá az állításom.

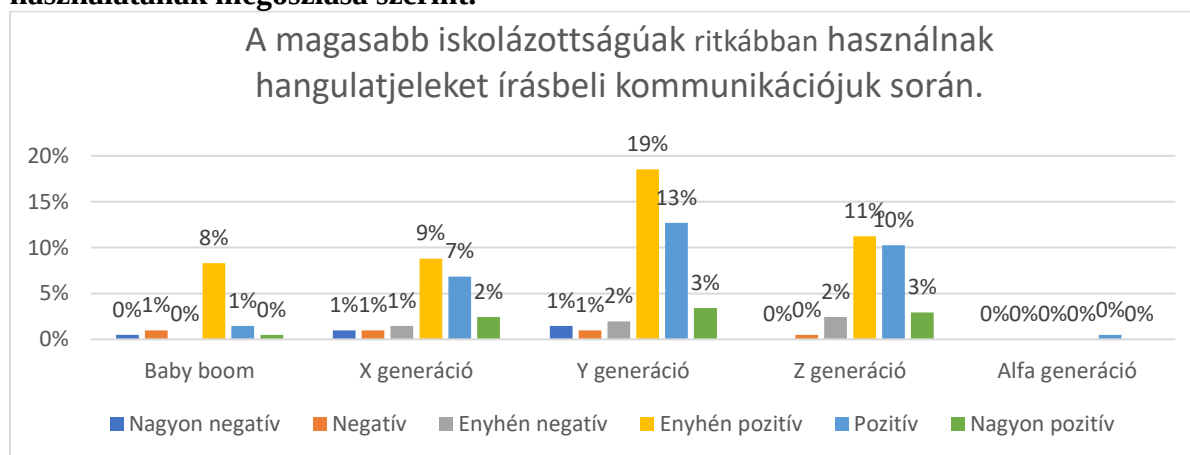
23) Vizsgálati minta szerint az idősebb generáció ritkábban alkalmazza a hangulatjeleket írásban.



26 ábra A 23-as kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

A válaszadók közül mennyire észrevehető, hogy az Y generáció (13%+13%=26%) azt mondja, hogy igen az idősebb generáció ritkábban használja a hangulatjeleket írásbeli kommunikációjuk során.

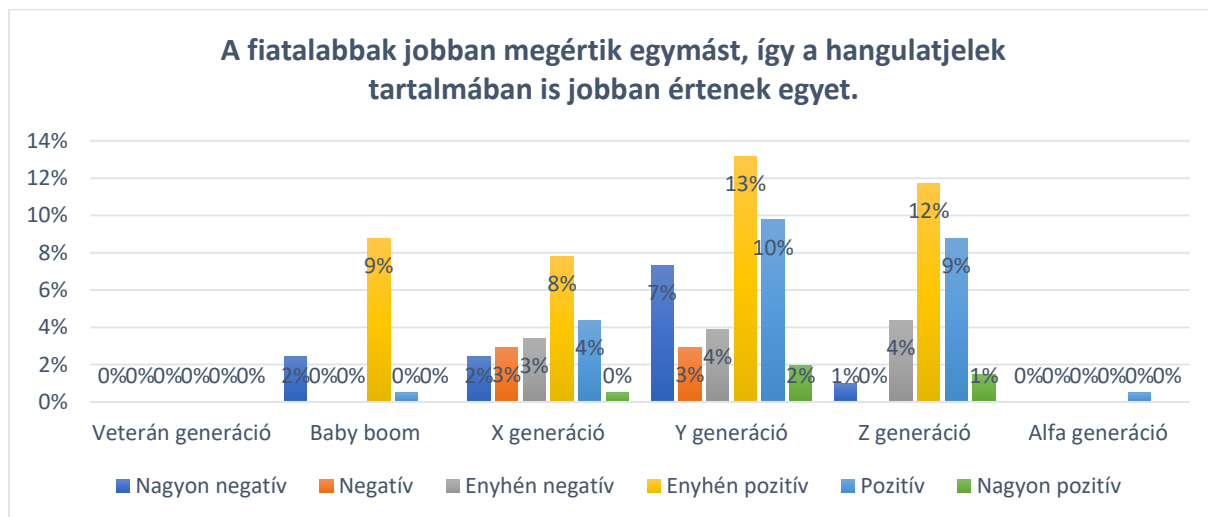
24) Vizsgálati minta magasabb iskolai végzettség befolyásolása a hangulatjelek használatának megoszlása szerint.



27 ábra A 24-es kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

A kérdezők közül kimagasló arányban van a Y generáció (19%) úgy gondolják, hogy telejen igaz az, hogy aki tanult azok kevésbé használják ezeket a hangulatjeleket írásbeli kommunikációjuk közben.

25) Vizsgálati minta fiatalabbak jobban megértik egymást a hangulatjelek tartalmában is egyetértnek, a vizsgálati megoszlás szerint.

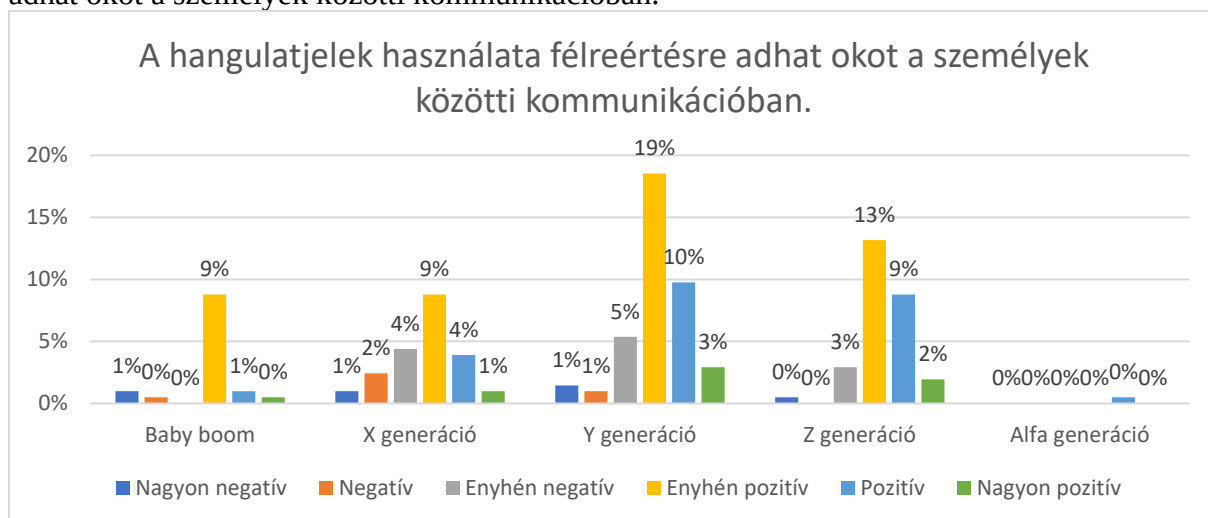


28 ábra A 25-ös kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

Válaszadók közül igen jól látszik, hogy, az Y generáció (13%) leggyakrabban használja a fiatal korosztályból ezeket az internetes írásbeli hangulatjeleket.

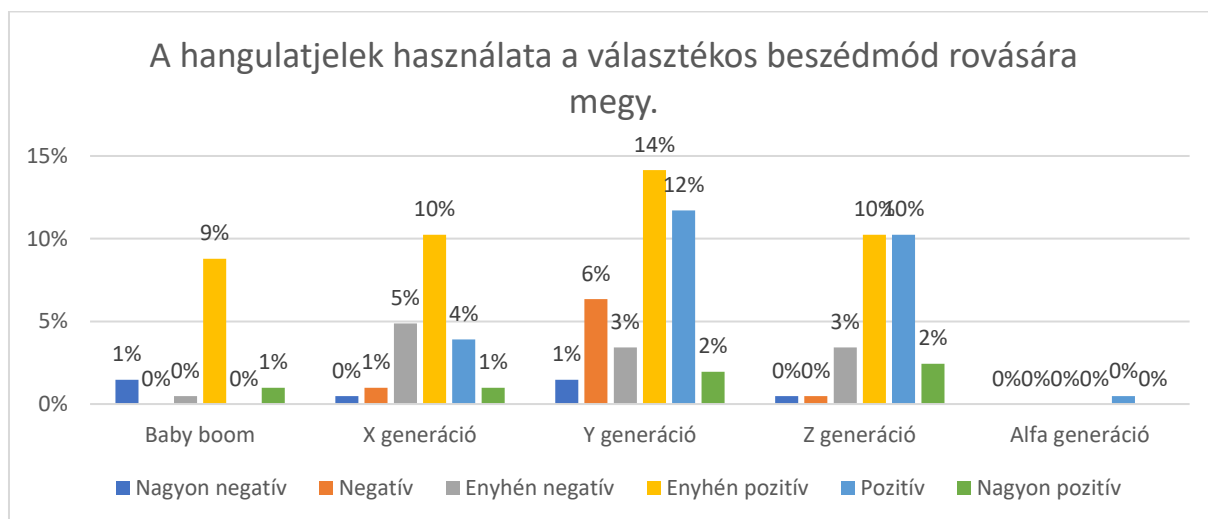
26) Vizsgálati minta, hangulati jelekkel félreértésre adhatnak okot a kommunikációban a megoszlás szerint.

Válaszadók közül igen jól látszik, hogy, az Y generáció (19%) gondolja úgy, hogy félreértésre adhat okot a személyek közötti kommunikációban.



29 ábra A 26-os kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

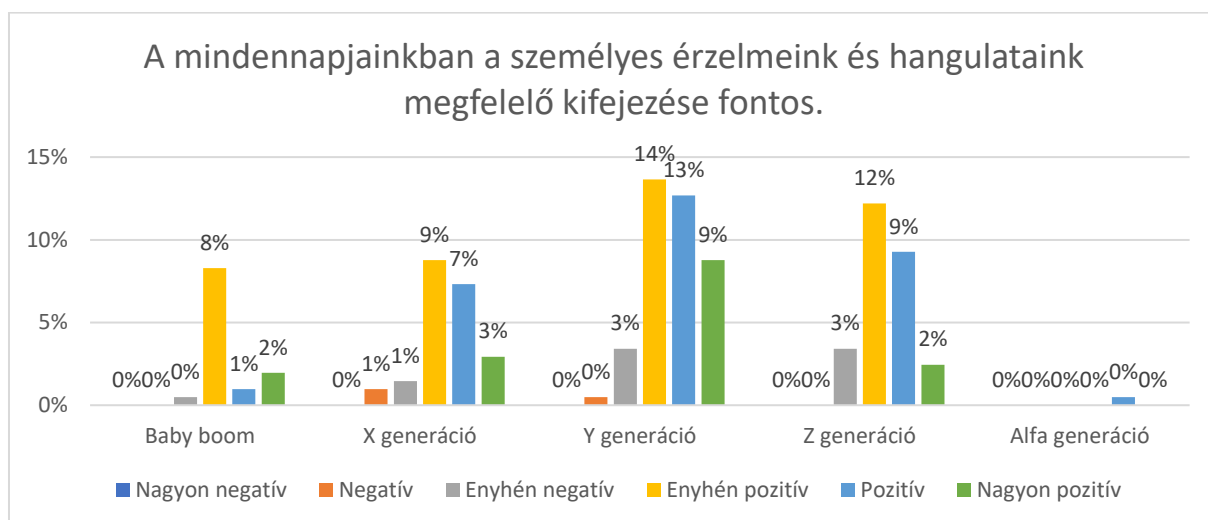
27) Vizsgálati minta választékos beszédmód, és hangulatjelek kapcsolata a megoszlási minta szerint.



30 ábra A 27-es kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

A válaszadók közül 14%-ka úgy gondolja, hogy teljes mértékben a választékos beszéd rovására fog menni.

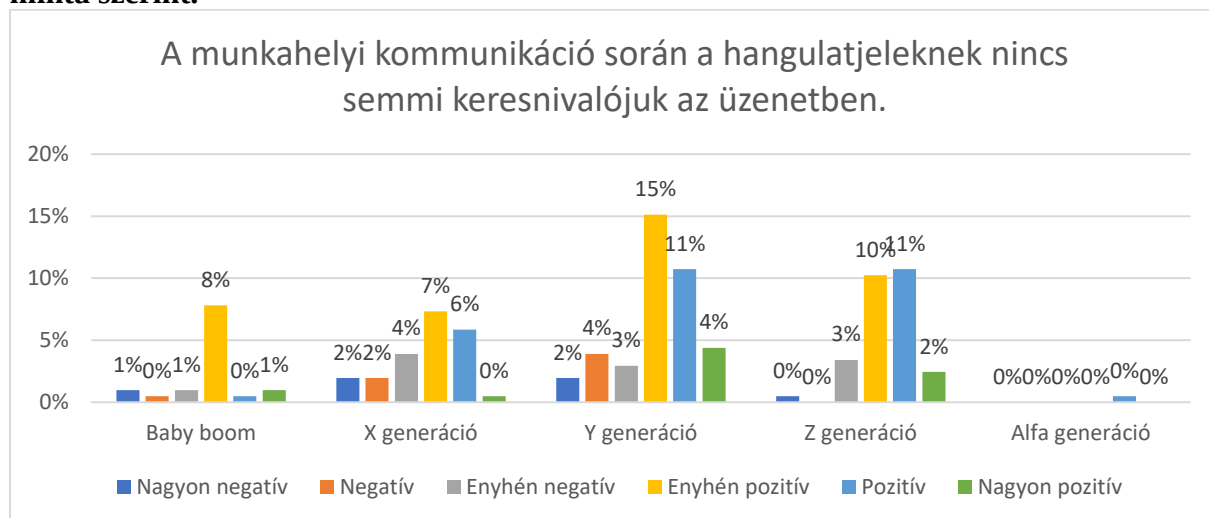
28) Vizsgálati minta mindennapi kommunikációban az érzelmek és hangulatok kifejezése mennyire fontos akár hangulatjelek segítségével, a megoszlási minta szerint.



31 ábra A 28-as kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

A kérdezők jelentős része az Y generációnál (14%) mutatkozik meg, hogy mindennapjainkba fontos szerepe van az érzelmi és hangulatbeli kifejezéseknek az írásbeli kommunikáció során akár hangulatjelekkel is.

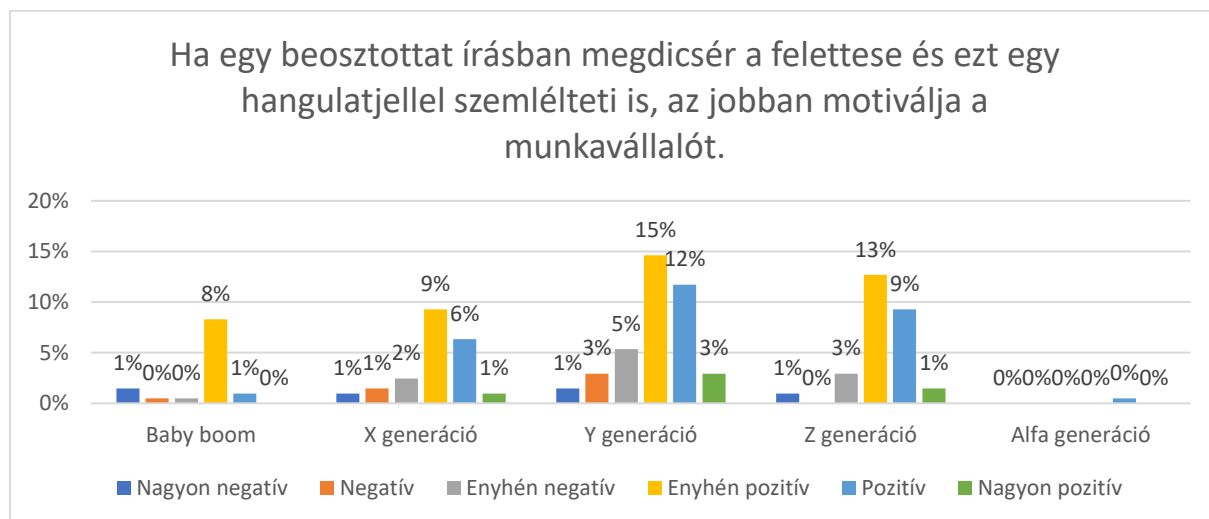
29) Vizsgálati minta munkahelyi kommunikációban a hangulatjelek szerepe, megoszlási minta szerint.



32 ábra A 29-es kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

Az emberek nagy többsége úgy gondolja legfőképpen az Y generáció (15%), hogy teljes mértékben egyetért azzal, a munkahelyi kommunikáció során a hangulatjeleknek nincs semmi keresni valójuk az üzenet váltáskor.

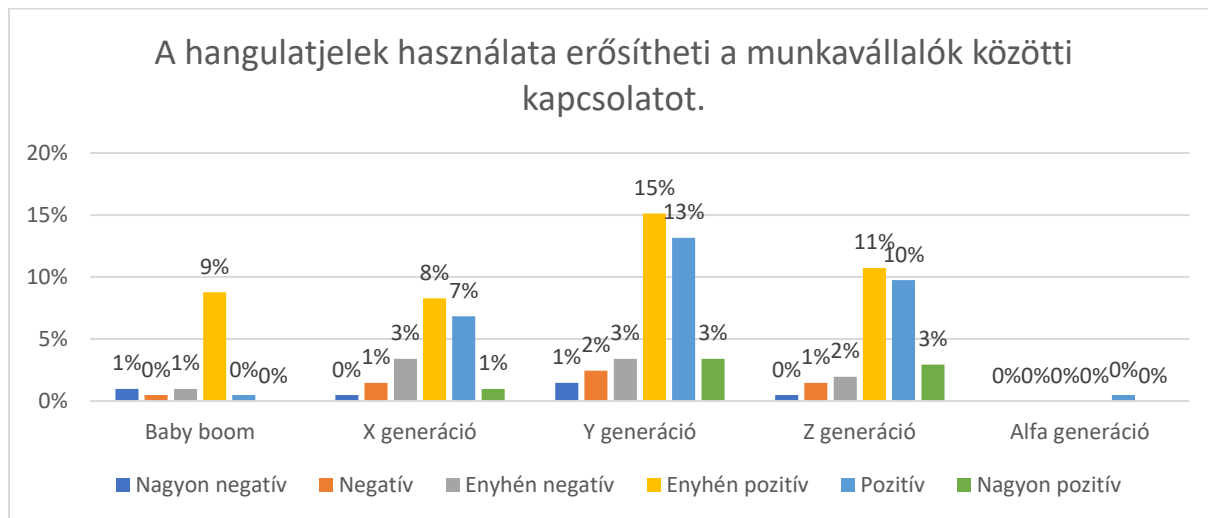
30) Vizsgálati minta beosztott megdicsérése hangulatjellel, motiváló ereje megoszlási minta szerint.



33 ábra A 30-as kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

A kérdező között az Y generáció (15%) úgy gondolják, hogy a munkahelyi elismeréshez ez a plusz hangulatjel jobban motiválja a munkavállalót.

31) Vizsgálati minta hangulatjelek szerepe a munkahelyi kapcsolatok erősítésében megosztási minta szerint.



34 ábra A 31-es kérdéshez
(Forrás: Saját szerkesztés)

A kérdezők között látszik, hogy az Y generáció (15%) úgy nyilatkozott, hogy a hangulatjelek használata erősítheti a munkavállalók közötti munka kapcsolatát.

32) A kérdőív kitöltése közben milyen gondolatok jutottak eszébe? Kérem, néhányat osszon meg röviden!

8.3 Eredmények

Kutatásom során, ahogy tapasztaltam itt szeretném kiemelni a hipotézisben állítottokat.

1. Hipotézis – A válaszadók férfiak közül többen alkalmazzák a munkahelyi kommunikáció során a hangulatjeleket, mint a nők.

A 205 fő válaszadó közül a férfiakból (81%-a) válaszolt igennel arra a kérdésre, hogy munkahelyi írásbeli kommunikációja során használja az emotikonokat. Ezzel szemben a nőnemű válaszadók közül csak (76%-a) adott igenlő választ a kérdésre.

Megállapítható, hogy a vizsgálat alapján a **hipotézisem beigazolódott, mert a férfiak valóban nagyobb mértékben alkalmazzák a munkahelyükön az írásbeli kapcsolattartás során az emotikonokat.**

2. Hipotézis – Az írásbeli kommunikáció során több férfi használja a hangulatjeleket, mint nő.

A 205 fő válaszadó közül a férfiakból (55%-a) gyakran használja írásbeli kommunikációja során a hangulatjeleket. Ezzel szemben a nők közül (45%-uk) alkalmazza az emotikonokat az írásbeli kapcsolattartás során.

Megállapítható, hogy a vizsgálat alapján a megszületett eredmények azt mutatják, hogy a férfiak nagyobb részben használják összességében írásbeli kommunikációjuk során a hangulatjeleket. Mivel az eltérés a két adat között csekély mértékű, ezért megállapítható, hogy a férfiak és nők nem egyenlően élnek az emotikonok használatának lehetőségeivel az írásbeli kapcsolattartás során.

3. Hipotézis – A hangulatjelek alkalmazását meghatározza, hogy milyen szoros a kommunikációs partnerek egymással való kapcsolata.

A 205 válaszadóból 197 főnek, azaz 96 %-uknak meghatározza az írásbeli kommunikáció során történő hangulatjelek használatát az a tényező, hogy milyen viszonyt ápolnak kommunikációs partnerükkel.

Ennél fogva megállapítható, hogy előfeltevésem igazolódott: az emotikonok használatát meghatározza kommunikációs partnerünkhöz való kapcsolatunk mélysége.

Ezeknek tükrében a hipotézisemmel összefüggésben azt lehet megállapítani, hogy igazoltnak látszik, amit kutattam.

9 Következtetések és javaslatok

Kutatásom során az tapasztaltam, hogy az emberek nagyon közömbösen viszonyulnak egymáshoz. Szinte csak az érdekli őket, hogy legyen mindig internet, hogy ne maradjon le semmilyen információról. Amikor a tesztek kitöltésére kértem az embereket akár barátról, akár idegenről volt szó, azt tapasztaltam, hogy sokszor elutasítóan, érdektelenül viselkedtek, s mintha lett volna bennük egyfajta félelem is saját gondolataik megosztásával kapcsolatban. A nyáron szerencsém volt, hogy rendeztek egy Emoji partit, ahol a résztvevők többsége szívesen töltötte ki a tesztet. Az emoji használóknak a következőket javaslom.

Ügyeljünk arra, hogy egy adott szimbólum egy bizonyos szövegben, mit jelenthet egy másik számára.

Az emojikkal csínján kell bánni, főleg, ha idegen kultúrában élő személynek szeretnénk küldeni.

Nem kell sok emoji egy mondaton belül. Megfelelő hangnemhez mindig megfelelő figurát tegyünk.

Az ember személyiségéről sok mindent elárulhat, hogy milyen hangulatjeleket szeret gyakran használni. Egyre több az autizmus spektrum zavarral élő gyermek. Ők könnyebben elmondják gondolataikat hangulatjelekkel. Mi lenne, ha az iskolákban mindig használhatnák a telefonjukat a hangulatuk kifejezése céljából?

Egy munkahelyen a fiatalabbak átveszik az idősebbektől a versenyszellemet. Vegyes korosztályú munkahelyen nagyobb az összetartás és az egymás tisztelete. Adódhat munkahelyi nézeteltérés a tapasztalatok miatt. A vezetőnek a munkatársi viták csak fejlődést jelent, hogy a csapatában mindenkivel megfelelően tudjon kommunikálni.

Az összetett csapatok mindig jól működnek, ha mindenki a korának megfelelő tudását, tapasztalatát tudja hozni.

A munkaerőpiacon egyre nő a jól képzett fejlett digitális illetékességgel bíró szakemberek iránti kereslet a világban. A hatékony munkavégzéshez, együttműködéshez elengedhetetlen a személyek és szociális viselkedésük. A következtetés az, hogy a felsőoktatásnak alkalmazkodnia kellene a munkaerőpiachoz és gyakorlatiasabbá tenni az adott képzés oktatását.

10 Összefoglalás

Diplomamunkámnak, azért választottam ezt a témát, mert sok embertársamat és engem is nagyon foglalkoztat ez a kérdés. Hiszen a hétköznapiakban és a felgyorsuló világban igen hasznos ez a gondolat. Szerettem volna megtudni, hogyan kommunikálnak egymással a generációk.

A dolgozatomban arra kerestem a választ, melyek voltak a generációk közti kommunikációs problémák/félreértések/ esetleg torzítások.

Szerettem volna elmélyíteni meglévő tudásomat ebben a nagyon aktuális témakörben és a felmerülő kérdésekre választ kapni. Tudatosítani szerettem volna dolgozatomban, hogy létezik digitális kommunikáció, amit az interneten használnak és terjed pillanatok alatt.

A nemzetközi internetes kommunikációt és a generációk közti különbségeket lehet észrevenni a vizsgálatom során. Reményeim szerint sikerült jellemezni az Olaszországban használt hangulatjelek pozitív és negatív alkalmazását a generációk között.

Úgy gondolom, hogy ezt a témát, még lehet bővíteni, és több szemszögből kutatni és kimutatni, hogy más nemzetnek milyen a kommunikációs kultúrája van.

Engem, személy szerint nagyon foglalkoztatott az, hogy más nemzet, miképpen használja az internetes nagyvilágot és a saját kis közösségükben a hangulatjeleket.

Egyáltalán mennyire fontos számukra az érzelem kimutatása a hangulatjelekkel?

Kutatásom során kérdőívet alkalmaztam, amit 205 fő töltött ki számomra. Vissza is juttatták. A kutatási eredmények többnyire alátámasztották előzetes feltételezéseimet bár voltak meglepő válaszok is. Önálló kutatásomat (kérdőíves felmérés, a kapott válaszok összegzése és elemzése) a hipotézis vizsgálat fejezetben olvasható. Az összesített válaszokat táblázatban és a hipotézis vizsgálatában találhatók.

A szakdolgozat és a kutatás révén hasznos információkat szereztem a kutatás módszertanával kapcsolatban. Különösen megtapasztalhattam milyen komoly dolog egy 205 fős részvétellel járó felmérés előkészítése, megszervezése, lebonyolítása, valamint az eredmények összesítése és kiértékelése.

Önálló kutatásomra támaszkodva összegzésképpen elmondható, hogy különböző generációk egymás között a hangulatjeleknek a pozitív és negatív hatásait lehet észrevenni közöttük. Megfigyelhető, hogy komoly konfliktusokat okozhat a generációk között lévő igen nagy kommunikációs szakadék.

Irodalomjegyzék

- 1) Andorka R. (2003): Bevezetés a szociológiába *Budapest: Osiris kiadó*
- 2) Babbie, E. (2008). A társadalomtudományi kutatás gyakorlata. *Budapest: Balassi*
- 3) Balázs G. (2005): Az internetkorszak kommunikációja. In: Balázs G. – Bódi Z.(szerk.): Az internetkorszak kommunikációja *Tanulmányok Gondolat – Infonia, Budapest, 25- 57.*
- 4) Bódi Z. - Veszelszki Á. (2006): Emotikonok: Érzelem kifejezés az internetes kommunikációban *Magyar Szemiotikai Társaság, Budapest*
- 5) Bódi Z. (2004): Az Írás és a beszéd viszonya az internetes interakcióban. *Magyar Nyelvőr 128: 286-94.*
- 6) Cseh-Szombathy L.(1979): Családszociológiai problémák és módszerek *Budapest: Gondolat kiadó*
- 7) Csepeli Gy. – Murányi I. – Prazsák G.(2011): Új tekintélyelvűség Magyarországon *Budapest: Apeiron kiadó*
- 8) Farkas J. – Lajos V. (2015): Replika folyóirat *replika- 90-91(2015/ 1-2. szám: 7- 11).*
- 9) Fiske, S. H.(2006): Társas alapmotívumok *Budapest: Osiris kiadó*
- 10) Geertz, C. (1994): Sűrű leírás „A bennszülöttek szemszögéből”: Az antropológiai megértés természetéről. In Niedermüller P. (szerk.) Az értelmezés hatalma. *Budapest: Századvég. 170–216.*
- 11) Gelencsér, K. (2003): Grounded theory. Szociológiai Szemle 2003/1.
- 12) Giddens, A. (1997): Szociológia. *Budapest: Osiris.*
- 13) Honneth, A. (2013): Harc az elismerésért. A társadalmi konfliktusok morális grammatikája (fordította: Weiss J.) *Budapest: L'Harmattan*
- 14) Keszler B. (2004): Írásjelten. Az írásjelhasználat szabályai, problémái és története. *Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest*
- 15) Kis Á. (1997): A számítógép metakommunikációja. A beszéd, az írás és a számítógépes kommunikáció (konferencia- előadás). VII. Országos Alkalmazott Nyelvészeti Konferencia. *Budapest*
<http://www.mek.lif.hu/porta/szint/tarsad/nyelvtud/szmtgps.hun> Letöltve: 2024.03.15.
- 16) Kurtán S. (2003): Politikai kultúra, In: Politika és politikatudomány, (szerk.): Gallai S. – Török G., *Budapest: Aula Kiadó*
- 17) László J. (2005). A narratív pszichológiai tartalomelemzés. *Magyar Tudomány, 2005/11, 1366–1375.*
- 18) Letenyei L. (2005). Településkutatás. *Budapest: Ráció.*

- 19) Mérő L. (2007): Mindenki másképp egyforma Budapest: *Tercium kiadó*
- 20) Nyíri Kr. 2001.b. Képjelentés és mobilkommunikáció. Vázlat. In: Nyíri Kr. szerk. A 21. századi kommunikáció útjai. Tanulmányok. Budapest, MTA Filozófiai Kutató Intézete. 59-79.
- 21) Pataki F. (2001). Élettörténet és identitás. Budapest: *Osiris*.
- 22) Roger Scr. (2005): A nemzetek szükségességéről Szekszárd: *Helikon kiadó*
- 23) Schöpflin Gy. (2004): Az identitás dilemmá *Gödöllő: Attraktor*
- 24) Somlai P.(2013): Család 2.0 – együttélési formák a polgári családtól a jelenkorig Budapest. *Napvilág kiadó*
- 25) Varga T. (2008): Magyar politikai kultúra és történelmi – politikai tudat a kétezres években, *Jura 2008*. 2. szám
- 26) Veszelszki Á. (2009): Képirás vagy képes írás? Az infokommunikációs technológia hatása a felső tagozatosok írására. In. Balázs G. – H. Varga Gy. (szerk.): Ikonikus fordulat a kultúrában, *Magyar Szemiotikai Társaság – Liceum Kiadó, Budapest- Eger*, 309.-33.
- 27) Veszelszki Á. (2002): Üzi a mobon? SMS- szövegek 2001- ben. In: *Balázs G. szerk. 2002*.239- 47.
- 28) Veszelszki Á. (2009): Képirás vagy képes írás? Az infokommunikációs technológia hatása a felső tagozatosok írására. In. Balázs G. – H. Varga Gy. (szerk.): Ikonikus fordulat a kultúrában, *Magyar Szemiotikai Társaság – Liceum Kiadó, Budapest- Eger*, 309.-33.
- 29) Veszelszki Á. 2015b: Érzelemkifejezési módok a digitális kommunikációban: emotikonok és reakciógif-ek. *Magyar Nyelvőr* 139/1: 74–85
- 30) Veszelszki Á. 2015c: Konfliktuskezelés a közösségi médiában. Esettanulmány a Trollfoci vs. Notts County példáján. *Médiakutató* 2015/2: 39–51.
- 31) Vörös M.; Frida B. (2004): Az antropológiai résztvevő megfigyelés története. In Letenyei L. (szerk.) Településkutatás. Budapest: *L'Harmattan*. 395–416.
- 32) Videó: https://www.youtube.com/watch?v= 21N_TrtrT8 Letöltve: 2023.10.23.

Külföldi Irodalomjegyzék

- 1) John T. (1999): *Globalization and Culture* Fordította: Giovanni Bettini (2001): *Sentirsi a casa nel mondo (La cultura come bene globale)* Milánó: Giangiacomo Feltrinelli Editore
- 2) Kagitcibasi, C. (2005): Autonomy and relatedness in cultural context: Implications for self and family. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 36, 403–422.
- 3) Kagitcibasi, C., & Ataca, B. (2005): Value of children and family change: A three-decade portrait from Turkey. *Applied Psychology: An International Review*, 54, 317–337.
- 4) Morrison, Schiff & Sjöblom (2008): *The International Migration of Women*. Washington: The World Bank. Page 2
- 5) Parkin, R. & Stone, L. (2004): General introduction. In: R. Parkin & L. Stone (Eds.), *Kinship and family. An anthropological reader* (pp. 1-24). Malden, MA: Blackwell.
- 6) Santalka: *Filosofija, Komunikacija* (2012), t. 20, nr. 2. ISSN 2029-6320 print/2029-6339 online Alicja Szerląg (SOCIALIZATION MODELS IN FAMILIES AS THE RESULT OF MULTICULTURAL COMMUNICATION)
- 7) Umaña-Taylor, A. J., Alfaro, E. C., Ba´maca, M. Y., & Guimond, A. B. (2009): The central role of family socialization in Latino adolescents’ cultural orientation. *Journal of Marriage and Family*, 71, 46–60.
- 8) Umaña-Taylor, A. J., Zeiders, K. H., & Updegraff, K. A. (2013): Family ethnic socialization and ethnic identity: A family-driven, youth-driven, or reciprocal process? *Journal of Family Psychology*, 27, 137–146.
- 9) U. Beck – E. Beck – Gernsheim (2013): *Fernliebe: Lebensformen im globalen Zeitalter* Berlin: Suhrkamp
- 10) V. Boix Mansilla and A. Jackson (2011): *Preparing Our Youth to Engage the World* New York: Asia Society
- 11) White-Johnson, R. L., Ford, K. R., & Sellers, R. M. (2010): Parental racial socialization profiles: Association with demographic factors, racial discrimination, childhood socialization, and racial identity. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 16, 237–247.
- 12) Kotler, Ph.–Shalowitz, J.–Stevens, R. J. (2008): *Strategic Marketing for Health Care Organizations*. Jossey-Bass–Wiley
- 13) G. Marino (2022): DIETRO LE FACCINE. ALLE ORIGINI DELLA SCRITTURIZZAZIONE DEL VOLTO NELLA COMUNICAZIONE ONLINE

<https://iris.unito.it/retrieve/e27ce435-25d9-2581->

[e053d805fe0acbaa/Marino_2022_Dietro_le_faccine_Wunderkammer.pdf](https://iris.unito.it/retrieve/e27ce435-25d9-2581-e053d805fe0acbaa/Marino_2022_Dietro_le_faccine_Wunderkammer.pdf) Letöltve:
2024.04.16.

- 14) F. Orletti (2021): COMUNICARE IL PATRIMONIO CULTURALE FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835139188: https://u-pad.unimc.it/retrieve/64a52e0e-75bb-45af-afdd-6b82ba04df34/Chiusaroli_emoji-semplificazione-linguistica_2021.pdf
Letöltve: 2024.04.16.

Ábrák és táblázatok jegyzéke

1 ábra A kommunikáció modelljét be mutatom ezzel az ábrával: (Forrás: Kotler et al, 2008.)	4
2 ábra Férfiak és nők aránya (Forrás: Saját szerkesztés).....	16
3 ábra A kor megoszlása (Forrás: Saját szerkesztés)	17
4 ábra Az iskolai végzettségek (Forrás: Saját szerkesztés)	17
5 ábra Az iskolai végzettségek (Forrás: Saját szerkesztés)	17
6 ábra A 4-es kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	18
7 ábra Az 5-ös kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	18
8 ábra Az 5-ös kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	18
9 ábra A 6-os kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés)	19
10 ábra A 6-os kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés)	19
11 ábra A 6-os kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés)	19
12 ábra A 6-os kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés)	19
13 ábra A 7-es kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	19
14 ábra A 7-es kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	19
15 ábra A 8-as kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	20
16 ábra A 9-as kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	20
17 ábra A 9-as kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	21
18 ábra A 10-es kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	21
19 ábra A 16-os kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés)	22
20 ábra A 17-es kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	22
21 ábra A 18-as kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	23
22 ábra A 19-es kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	24
23 ábra A 20-as kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	24
24 ábra A 21-es kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	25
25 ábra A 22-es kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	25
26 ábra A 23-as kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	26
27 ábra A 24-es kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	26
28 ábra A 25-ös kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés)	27
29 ábra A 26-os kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés)	27
30 ábra A 27-es kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	28
31 ábra A 28-as kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	28
32 ábra A 29-es kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	29
33 ábra A 30-as kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	29
34 ábra A 31-es kérdéshez (Forrás: Saját szerkesztés).....	30

Melléklet

1. sz. melléklet

A kérdőív itt található:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScr_fCoO25d8iasck6wyadyNy7eHad-94IAaxfHG8mVF5bjA/viewform?usp=sf_link

Emoji/ Emoticon

Caro partecipante, sono Barbara Gabriella Bereczki, studentessa universitaria specializzata in consulenza delle Risorse Umane.

Con il presente questionario Lei aiuta la creazione delle indagini eseguite nell'ambito della Conferenza del circolo studentesco scientifico all'Università Ungherese di Agraria e Scienze della Vita.

Il questionario sotto elencato indaga l'uso e l'interpretazione delle emoticon per quanto relativo alle persone di età e di qualifiche diverse.

Il questionario consiste di 5 sezioni, la cui compilazione dura 10-15 minuti.

Le risposte sono anonime ed i dati vengono esaminati esclusivamente con scopo scientifico.

Con il riempimento Lei contribuisce alla mia presentazione alla conferenza scientifica di CSS.

Nel caso di qualche domanda o osservazione a proposito del questionario può fare riferimento all'indirizzo email indicato in basso:

barbarabereczki89@gmail.com

Questionario delle Emoji

1. Qual è il suo genere?

1 Maschile /2 femminile

2. Mi dia per favore la sua età.

3. Mi dia per favore la sua qualifica più alta?

A. scuola generale (elementare + media)

B. scuola professionale, scuola di apprendimento, istituto professionale, scuole secondarie professionali

C. liceo professionale

D. tecnico, scuola tecnica (maturità +professione)

E. liceo

F. università, politecnico, PhD, DLA

4. Lei usa di solito gli emoji durante la comunicazione?

1 sì/2 no

5. Quando e come li usa?

1 mai /2 talvolta/ 3 di rado/ 4 spesso (ogni tanto)/5 quasi sempre

6. Quali emoji sono più frequenti nella sua comunicazione? Prego di sceglierne tre sulla Sua tastiera?

Alcuni esempi.:



7. Durante la comunicazione di lavoro usa gli emoji?

1 Sì / 2 no.

8. Nel caso di uso degli emoji al posto di lavoro, indichi sulla scala la frequenza dell' uso.

1 quasi mai/ 2 raramente/ 3 talvolta/ 4 spesso/ 5 quasi sempre / 6 sempre

9. Durante l'uso degli emoji Lei prende in considerazione la durata della conoscenza con la persona con cui è in contatto?

1 Sì/ 2 no

10. Indichi per favore per ciascun destinatario (su ogni riga) a cui manda degli emoji la frequenza (quella colonna) con cui li invia?

Può indicare le seguenti frequenze: 1 mai / 2 talvolta/3 di solito/4 spesso/ 5 quasi sempre

- A. membro della famiglia che è più anziana di Lei (al minimo) di 10 anni .
- B. membro della famiglia che è più giovane di Lei (al minimo) di 10 anni
- C. amico che è più anziano di Lei (al minimo) di 10 anni
- D. amico che è più giovane di Lei (al minimo) di 10 anni
- E. collega che è più anziano di Lei (al minimo) di 10 anni
- F. collega che è più giovane di Lei (al minimo) di 10 anni

11. Indichi per favore l'incisività del significato dell'emoji usato durante la Sua comunicazione (trovato all'inizio della riga) sulla scala da 1 a 7.

(es. : 😊 Ha mandato questo emoji, mentre non ha fatto neanche un sorriso.)

1 molto debole/ 2 debole/ 3 piuttosto debole/ 4 neutrale/ 5 piuttosto forte/ 6 positivo/ 7 forte positivo/ 8 molto forte e positivo

12. Indichi per favore, dato l'emoji, per ciascuna riga quanto ritiene appropriato il significato Può sceglierne più possibilità.

- A. gentilezza
- B. contentezza
- C. nervosismo
- D. allegria
- E. cinismo
- F. aggressione
- G. malcontento

Da 1 a 7 sulla scala:

1 molto forte negativo/2 forte negativo/ 3 piuttosto forte negativo/ 4 neutrale/5 piuttosto forte positivo/6 forte positivo/7 molto forte positivo.

13. Indichi per favore, dato l'emoji, per ciascuna riga quanto ritiene appropriato il significato
Puó sceglierne piú possibilitá.

- A. consenso
- B. flemmaticità
- C. conferma
- D. contentezza
- E. gentilezza
- F. gradimento
- G. compassione
- H. agressione

Da 1 a 7 sulla scala:

1 molto forte negativo/2 forte negativo/3 piuttosto forte negativo/4 neutrale/5 piuttosto forte positivo/6 forte positivo/7 molto forte positivo.

14. Indichi per favore, dato l'emoji, per ciascuna riga quanto ritiene appropriato il significato
Puó sceglierne piú possibilitá.

- A. incanto
- B. sorpresa
- C. nervosismo
- D. paura
- E. stupore

Da 1 a 7 sulla scala:

1 molto forte negativo/2 forte negativo/3 piuttosto forte negativo/4 neutrale/5 piuttosto forte positivo/6 forte positivo/7 molto forte positivo.

15. Indichi per favore, dato l'emoji, per ciascuna riga quanto ritiene appropriato il significato
Puó sceglierne piú possibilitá.

- A. sconforto
- B. vergogna
- C. imbarazzo
- D. risata
- E. ottusità
- F. cinismo
- G. gentilezza

Da 1 a 7 sulla scala:

1 molto forte negativo/ 2 forte negativo/ 3 piuttosto forte negativo/4 neutrale/5 piuttosto forte positivo/6 forte positivo/ 7 molto forte positivo.

16. Secondo Lei c'è una differenza nel significato tra le seguenti frasi?

A., Mi piace tanto quando parla cosí con me.

B. Mi piace tanto quando parla cosí con me. 🙄

- Sì, c'è differenza.
- No non c'è differenza.

17. Secondo Lei che significato ha questo emoji? 😊

Negativo 123456 Positivo

18. Secondo Lei c'è una differenza nel significato tra le seguenti frasi?

A. Io voglio tanto bene a questo collega.

B. Io voglio tanto bene a questo collega. 😊

- Sì, c'è differenza.
- No non c'è differenza.

19. Secondo Lei che significato ha questo emoji? 😊

Negativo 123456 Positivo

20. Secondo Lei c'è una differenza nel significato tra le seguenti frasi?

A. Sarei lieto/a se ciò non accadesse un'altra volta.

B. Sarei lieto/a se ciò non accadesse un'altra volta. 🙅

- Sì, c'è differenza.
- No non c'è differenza.

21. Secondo Lei che significato ha questo emoji? 😊

Negativo 123456 Positivo

22. Secondo Lei c'è una differenza nel significato tra le seguenti frasi?

A. Vuoi che io passi da te per aiutarti?

B. Vuoi che io passi da te per aiutarti? 😊

- Sì, c'è differenza.
- No non c'è differenza.

Nella sezione successiva, si prega di indicare sulla scala da 1 ai 6 quanto si è d'accordo con l'affermazione:

23. Le persone anziane usano gli emoji meno spesso nella loro comunicazione scritta.

- Non sono d'accordo per niente / 123456 / sono d'accordo completamente

24. La gente d'istruzione superiore ha meno probabilità di utilizzare emoji nella loro comunicazione scritta.

- Non sono d'accordo per niente / 123456 / sono d'accordo completamente

25. I giovani si capiscono meglio. Quindi, sono anche più d'accordo sulla comprensione delle emoticon.

- Non sono d'accordo per niente / 123456 / sono d'accordo completamente

26. L'uso di emoticon può causare confusione nella comunicazione interpersonale.
- Non sono d'accordo per niente / 123456 / sono d'accordo completamente
27. L'uso degli emoji va a scapito della scelta del discorso istruito.
- Non sono d'accordo per niente / 123456 / sono d'accordo completamente
28. Nella nostra vita quotidiana, è importante esprimere le nostre emozioni e stati d'animo personali in modo appropriato.
- Non sono d'accordo per niente / 123456 / sono d'accordo completamente
29. Quando si comunica al lavoro, gli emoticon non hanno nulla a che fare con il messaggio.
- Non sono d'accordo per niente / 123456 / sono d'accordo completamente
30. Se il Suo capo superiore elogia un subordinato per iscritto e questo viene illustrato da un'emoticon, motiva maggiormente il dipendente.
- Non sono d'accordo per niente / 123456 / sono d'accordo completamente
31. L'uso di emoticon rafforza il rapporto tra i colleghi dipendenti.
- Non sono d'accordo per niente / 123456 / sono d'accordo completamente
32. Quali pensieri Le sono venuti in mente durante la compilazione del questionario? Per favore condividi brevemente alcuni di loro!
- Grazie mille per aver compilato il questionario. Vorrebbe inviarlo eventualmente a qualcun altro? Si prega di farlo.

2.sz. melléklet

Magyarul a kérdőív

Bemutatkozás

A hangulatjelek értelmezése a generációk között

Kedves Kitöltő!

Bereczki Barbara Gabriella vagyok, Emberi erőforrás tanácsadó szakos hallgató.

Jelen kérdőív kitöltésével segíti a Magyar Agrár és Élettudományi Egyetemen

Szakdolgozatom kutatásához, megvalósulását, mely a hangulatjelek használatát és azok értelmezését vizsgálja eltérő életkorú és végzettségű emberek körében.

- A kérdőív összesen 5 részből áll, melynek kitöltése maximum 10-15 percet vesz igénybe.
- A válaszadás anonim, az adatok kizárólag tudományos célra kerülnek felhasználásra.
- A kitöltéssel hozzájárul a TDK konferencián való sikeres részvételelemhez.

Amennyiben kérdése vagy a kérdőívvel kapcsolatos észrevétele van, azt ezen az emailcímen jelezheti: bereczkibarbara89@gmail.com

Kérdések

1) Az Ön neme?

Férfi

Nő

2) Kérem adja meg az életkorát!

Kiválasztás

3) Mi a legmagasabb iskolai végzettsége ?

Általános iskola

Szakközépiskola, szakiskola, szakmunkásképző, szakképző iskola(érettségi nélkül)

Szakgimnázium, technikum(érettségi + szakma)

Gimnázium

Főiskola, egyetem

PHD,DLA

Ön jelenleg a kérdőív 5/2 szakaszát tölti ki.

4) Ön szokta használni a hangulatjeleket írásbeli kommunikációja során?

Igen

Nem

5)Milyen gyakran szokta használni a hangulatjeleket az írásbeli kommunikációja során?

soha-alkalmanként-néha-gyakran-nagyon gyakran

soha 1 - 2- 3- 4- 5 -6nagyon gyakran

6)Melyik hangulat jelet szokta használni a leggyakrabban?

Kérem válassza ki a 3 leggyakoribbat eszköze hangulatjel készletéből!

Amennyiben számítógépről tölti ki a kérdőívet, alább olvashat egy tippet a hangulatjelek megadásához:

Saját válasz

7) Munkahelyi kommunikációja során használja a hangulatjeleket?

Igen

Nem

8)Amennyiben munkahelyi kommunikációja során használja a hangulatjeleket, kérem jelölje be a skálán, hogy milyen gyakorisággal!

szinte soha- ritkán -néha -gyakran -nagyon gyakran

Szinte soha 1-2-3-4-5-6 Nagyon gyakran

9)A hangulatjelek használata során figyelembe veszi mennyi ideje ismeri az illetőt?

Igen

Nem

10)Kérem azt a sort jelölje be, akinek szokott hangulatjelet küldeni, valamint azt az oszlopot, amilyen gyakran szokta használni!

1)soha 2)néha 3)általában 4)gyakran 4)szinte mindig

Családtag, aki min.10 évvel idősebb Önnél

Családtag, aki min.10 évvel fiatalabb Önnél

barát, aki min.10 évvel idősebb Önnél

barát, aki min.10 évvel fiatalabb Önnél

kolléga, aki min.10 évvel idősebb Önnél

kolléga, aki min.10 évvel fiatalabb Önnél

Ön jelenleg a kérdőív5/3

11)Kérem jelölje,hogy az 1-től 7-ig terjedő skálán a sor elején található hangulatjel milyen erősségű jelentéssel bír a kommunikációja során!

(Például:A☺ hangulatjelet küldte, miközben el se mosolyodott.)

nagyon gyenge-gyenge-inkább gyenge-semleges-inkább erős-erős-nagyon erős

12)Kérem jelölje be azt a sort, amelyik jelentéssel egyetért, valamint azt az oszlopot amilyen intenzitású érzelmet kapcsol az adott hangulatjeleihez! Többet is bejelölhet. Az oszlopok megfelelnek egy 1-től 7-ig terjedő skálának (1:nagyon gyenge.... 7:nagyon erős)

nagyon erős negatív- erős negatív- inkább erős negatív- semleges -inkább erős pozitív- erős pozitív- nagyon erős pozitív

Kedvesség

Elégedettség

Idegesség

Vidámság

Cinikusság

Agresszió

Elégedetlenség

13) Kérem jelölje be azt a sort, amelyik jelentéssel egyetért, valamint azt az oszlopot amilyen intenzitású érzelmet kapcsol az adott hangulatjeleihez! Többet is bejelölhet. Az oszlopok megfelelnek egy 1-től 7-ig terjedő skálának (1:nagyon gyenge.... 7:nagyon erős)

nagyon erős negatív- erős negatív- inkább erős negatív- semleges -inkább erős pozitív- erős pozitív- nagyon erős pozitív

Egyetértés

Flegmaság

Megerősítés

Elégedettség

Kedvesség

Tetszés

Együttérzés

Agresszió

14) Kérem jelölje be azt a sort, amelyik jelentéssel egyetért, valamint azt az oszlopot amilyen intenzitású érzelmet kapcsol az adott hangulatjeleihez! Többet is bejelölhet. Az oszlopok megfelelnek egy 1-től 7-ig terjedő skálának (1:nagyon gyenge.... 7:nagyon erős)

nagyon gyenge- gyenge- inkább gyenge- semleges -inkább erős- erős- nagyon erős

Lenyűgözött

Meglepetés

Idegesség

Félelem

Döbbent

15) Kérem jelölje be azt a sort, amelyik jelentéssel egyetért, valamint azt az oszlopot amilyen intenzitású érzelmet kapcsol az adott hangulatjeleihez! Többet is bejelölhet. Az oszlopok megfelelnek egy 1-től 7-ig terjedő skálának (1:nagyon gyenge.... 7:nagyon erős)

nagyon gyenge- gyenge- inkább gyenge- semleges -inkább erős- erős- nagyon erős

Nincs önbizalma

szégyenli magát

zavarban van

nevet

nem ért valamit

cinikus

kedves

Ön jelenleg a kérdőív 5/4 szakaszát tölti ki

16)Ön szerint van jelentésbeli különbség az alábbi mondatok között?

A, Nagyon szeretem, amikor így beszél velem.

B, Nagyon szeretem, amikor így beszél velem. 😊

Igen, van különbség.

Nem, nincsen különbség.

17)Ön szerint milyen jelentése van a következő hangulatjelnek: ☹️? Jelölje a skálán.

Negatív 1-2-3-4-5-6 Pozitív

18)Ön szerint van jelentésbeli különbség az alábbi mondatok között?

A, Nagyon kedvelem az új kollégát.

B, Nagyon kedvelem az új kollégát. 😊

Igen, van különbség.

Nem, nincsen különbség.

19)Ön szerint milyen jelentése van a következő hangulatjelnek: 😊? Jelölje a skálán.

Negatív 1-2-3-4-5-6 Pozitív

20)Ön szerint van jelentésbeli különbség az alábbi mondatok között?

A, Örülök, ha máskor ez nem fordulna elő.

B, Örülök, ha máskor ez nem fordulna elő.

Igen, van különbség.

Nem, nincsen különbség.

21)Ön szerint milyen jelentése van a következő hangulatjelnek: 😊? Jelölje a skálán.

Negatív 1-2-3-4-5-6 Pozitív

22)Ön szerint van jelentésbeli különbség az alábbi mondatok között?

A, Szeretnék, ha átmennék segíteni?

B, Szeretnék, ha átmennék segíteni? 😊

Igen, van különbség.

Nem, nincsen különbség.

A következő részben kérjük jelölje egy 1-től 6-ig terjedő skálán, hogy mennyire ért egyet az állítással!

23)Az idősebbek ritkábban használják a hangulatjeleket az írásbeli kommunikációjuk során.

egyáltalán nem értek egyet 1-2-3-4-5-6 teljes mértékben egyetértek

24)A magasabb iskolázottak ritkábban használják a hangulatjeleket az írásbeli kommunikációjuk során.

egyáltalán nem értek egyet 1-2-3-4-5-6 teljes mértékben egyetértek

25)A fiatalabbak jobban megértik egymást, így a hangulatjelek tartalmában is jobban értenek egyet.

egyáltalán nem értek egyet 1-2-3-4-5-6 teljes mértékben egyetértek

26)A hangulatjelek használata félreértésre adhat okot a személyek közötti kommunikációban.

egyáltalán nem értek egyet 1-2-3-4-5-6 teljes mértékben egyetértek

27)A hangulatjelek használata a választékos beszéd mód rovására megy.

egyáltalán nem értek egyet 1-2-3-4-5-6 teljes mértékben egyetértek

28)A mindennapjainkban a személyes érzelmeink és hangulataink megfelelő kifejezése fontos.

egyáltalán nem értek egyet 1-2-3-4-5-6 teljes mértékben egyetértek

29)A munkahelyi kommunikáció során a hangulatjeleknek nincs semmi keresnivalójuk az üzenetben.

egyáltalán nem értek egyet 1-2-3-4-5-6 teljes mértékben egyetértek

30)Ha egy beosztottat írásban megdicsér a felettese és ezt egy hangulatjellel szemlélteti is, az jobban motiválja a munkavállalót.

egyáltalán nem értek egyet 1-2-3-4-5-6 teljes mértékben egyetértek

31)A hangulatjelek használata erősítheti a munkavállalók közötti kapcsolatot.

egyáltalán nem értek egyet 1-2-3-4-5-6 teljes mértékben egyetértek

32)A kérdőív kitöltése közben milyen gondolatok jutottak eszébe? Kérem néhányat osszon meg röviden!

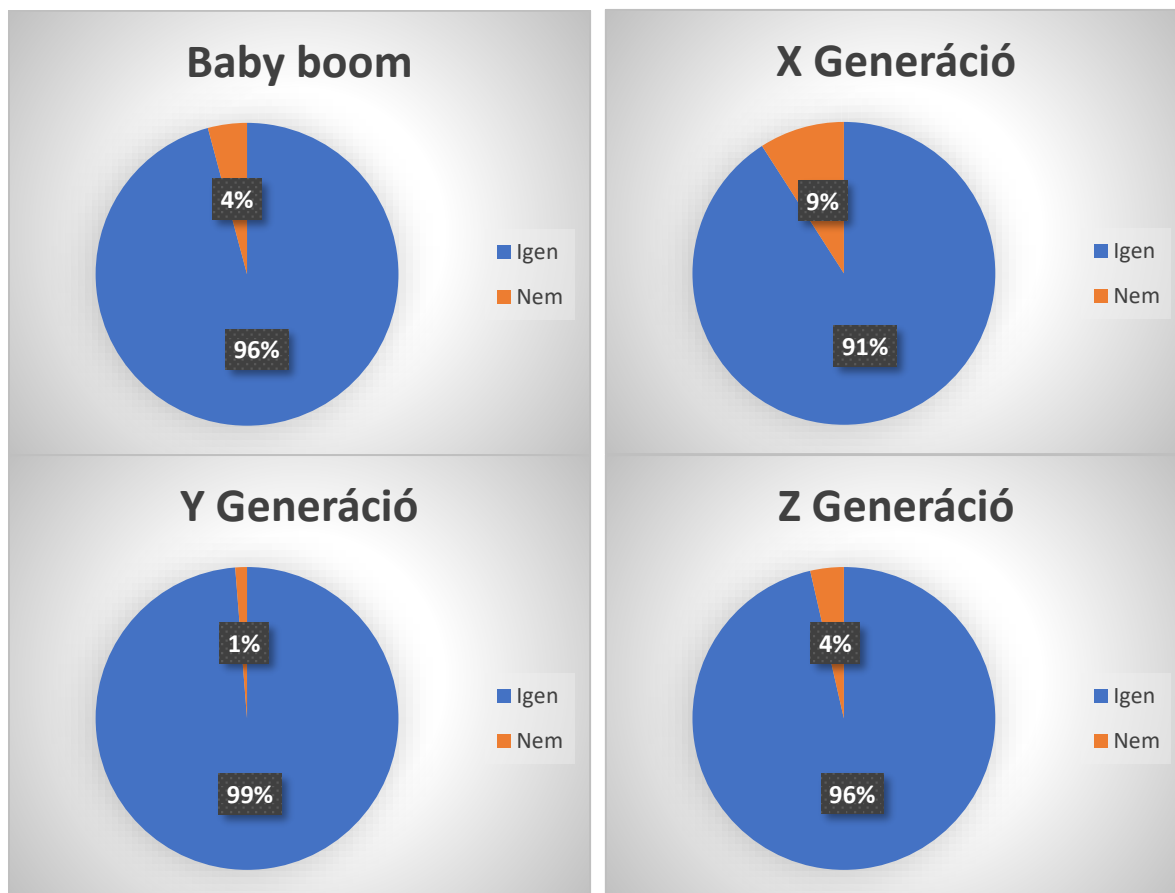
Köszönöm szépen, hogy kitöltötte a kérdőívet!

Szívesen elküldené másnak is? Kérem tegye meg!

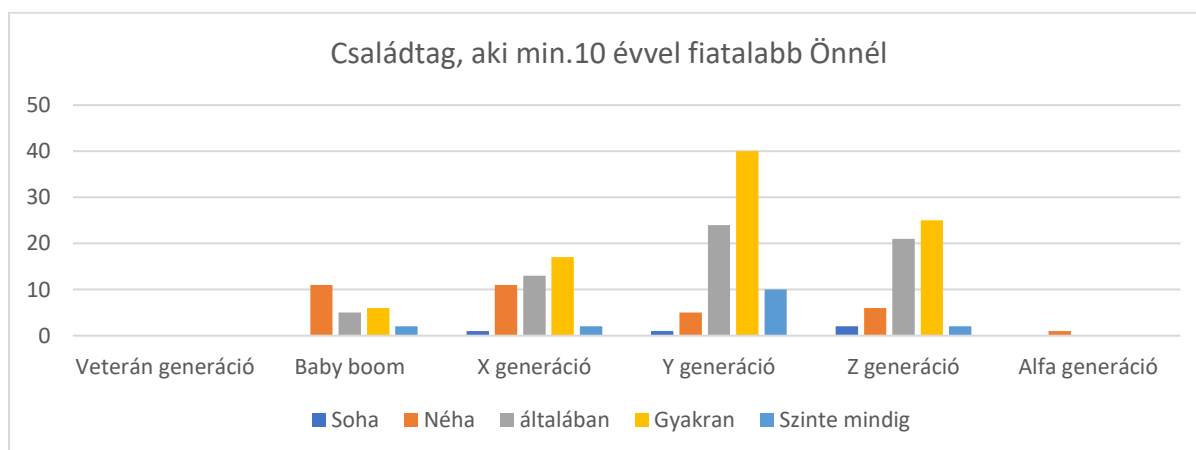
3.sz. melléklet

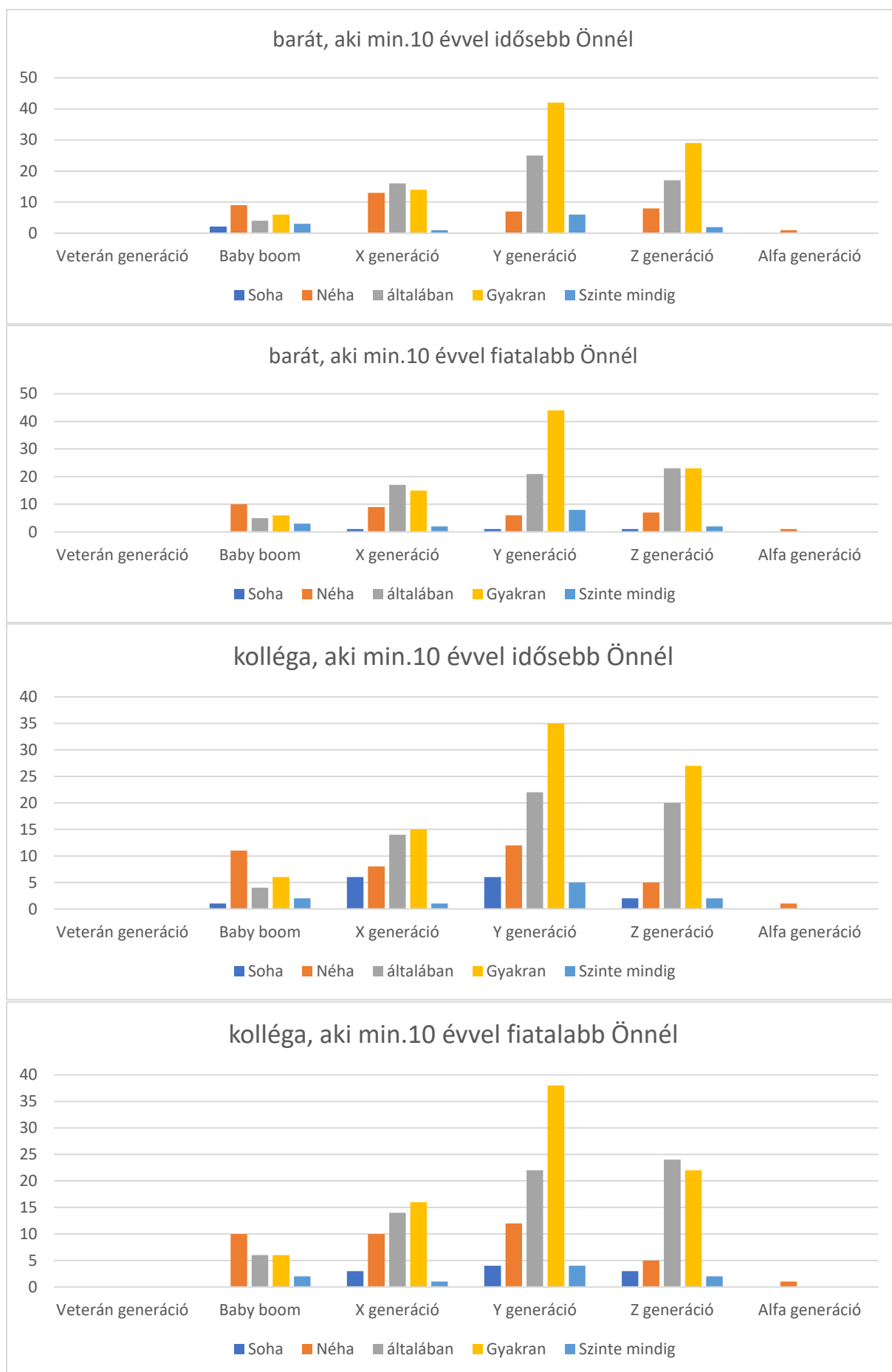
A dolgozathoz készített egyéb diagramok

9. kérdés



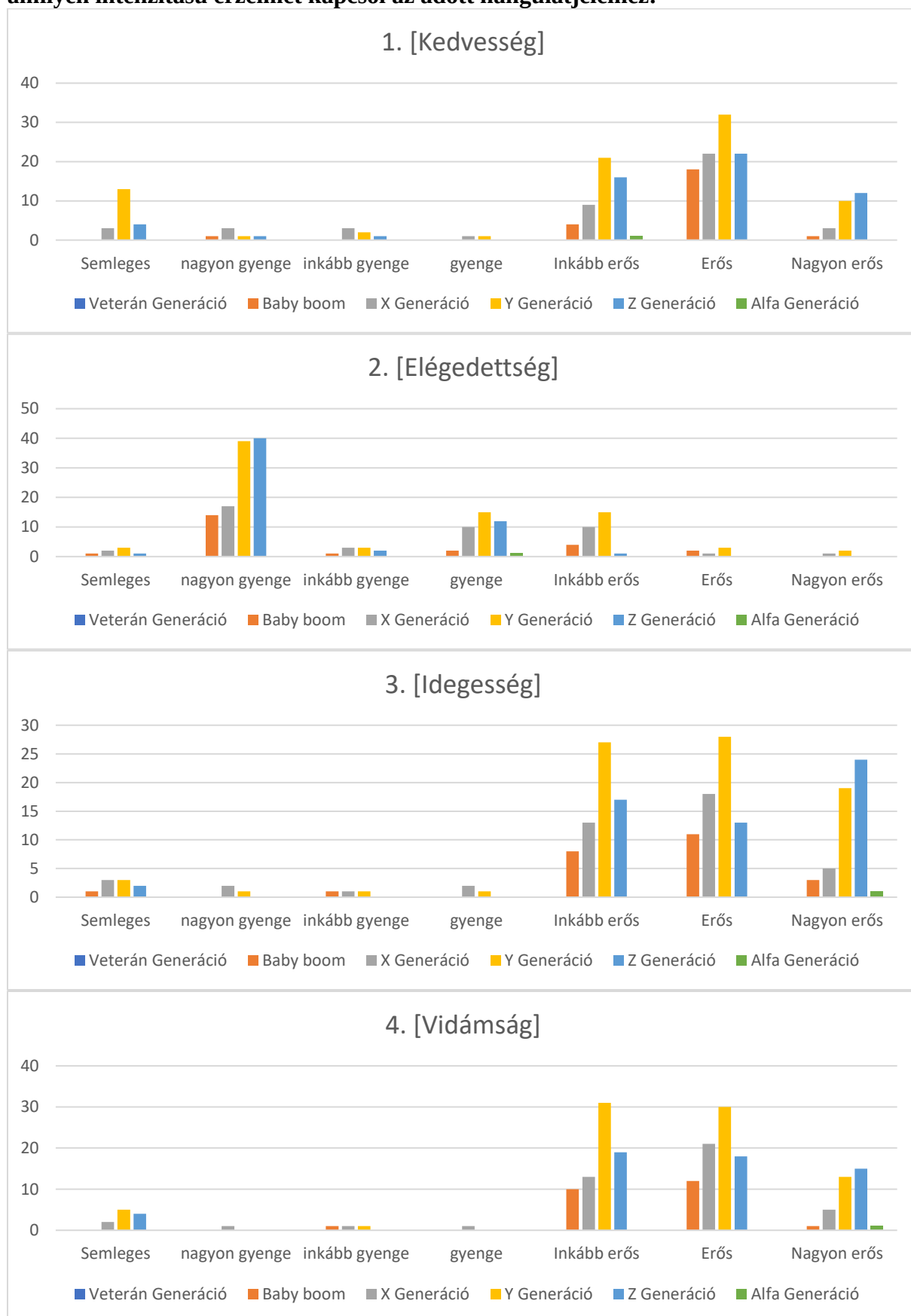
10. kérdés

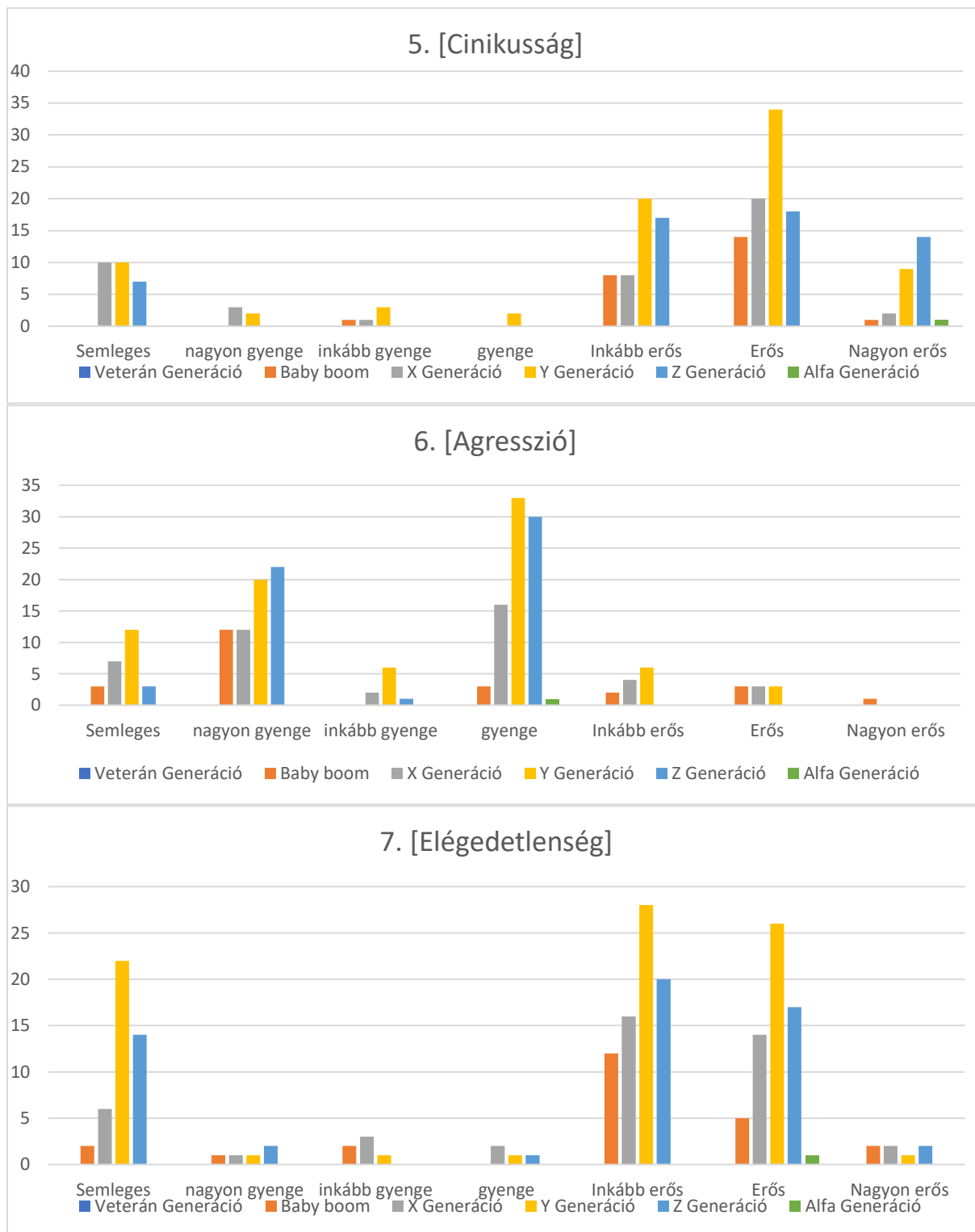




11-15-es kérdés

Kérem, jelölje be azt a sort, amelyik jelentéssel egyetért, valamint azt az oszlopot amilyen intenzitású érzelmet kapcsol az adott hangulatjeleihez!

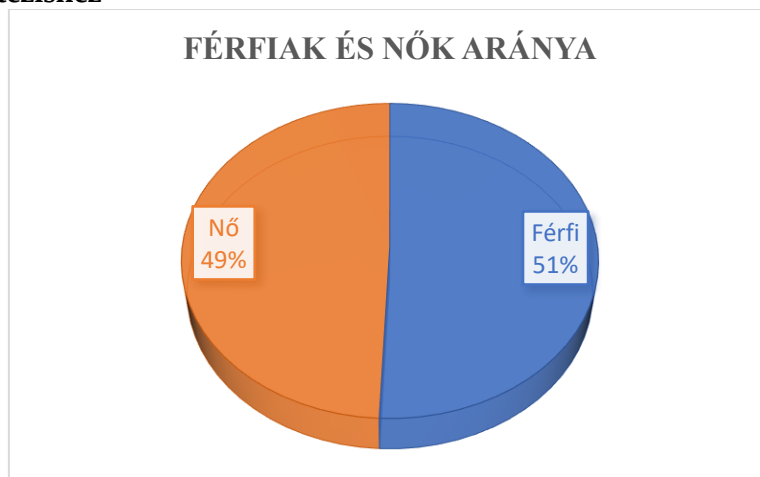




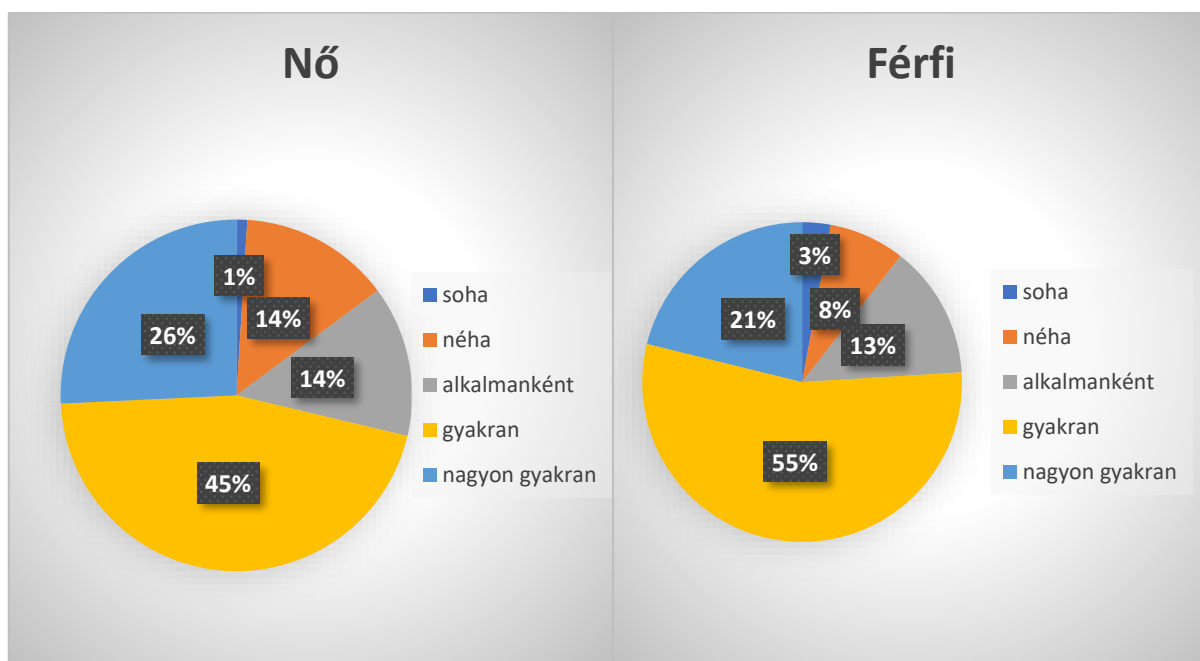
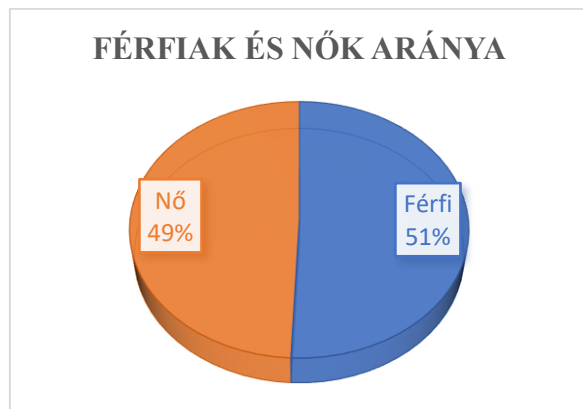
Függelékek

Ábrák

Ábra az 1. hipotézishez



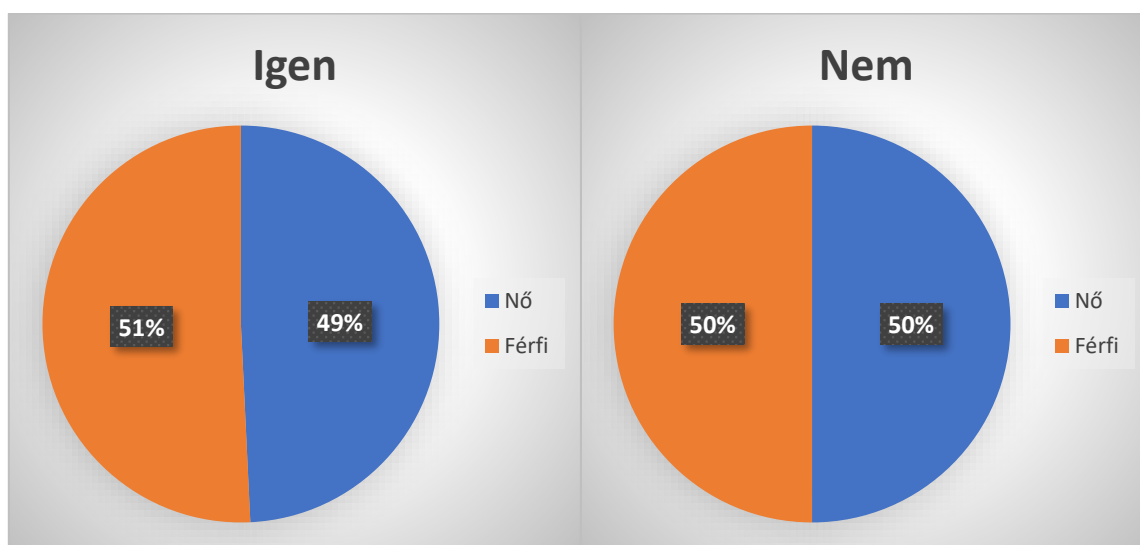
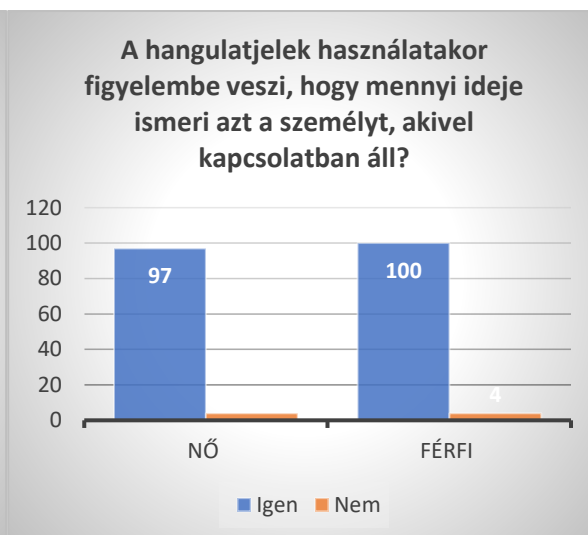
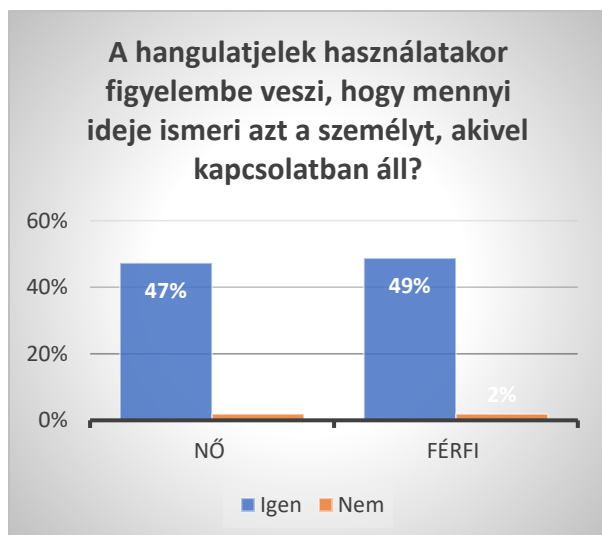
Ábra 2. Hipotézishez



Ábra: 3 Hipotézishez

	Igen	Nem
Nő	97	4
Férfi	100	4

	Igen	Nem
Nő	47%	2%
Férfi	49%	2%



Függelék 2

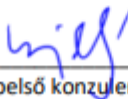
NYILATKOZAT

Bereczki Barbara Gabriella (hallgató Neptun azonosítója: **GCYWDR**) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a **diplomadolgozatot** áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védésre javaslom / nem javaslom¹.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem^{*2}

Kelt: Gödöllő, 2024. április 17.


belső konzulens

¹ A megfelelő aláhúzendő.

² A megfelelő aláhúzendő.

Konzultációs nyilatkozat

Hallgató neve: Bereczki Barbara Gabriella
Szak, szakirány: Emberi Erőforrás Tanácsadó mesterszak
Konzulens tanár neve: Dr. Kenderfi Miklós Máté

Az első személyes konzultáció

Időpont: 2023.10.18.

Téma: Szakirodalom megbeszélése

A konzulens tanár aláírása:

A második személyes konzultáció

Időpont: 2024.03.12.

Téma: Kutatás és feldolgozás átbeszélése

A konzulens tanár aláírása:

A harmadik személyes konzultáció

Időpont: 2024.04.19.

Téma: Diplomamunka áttekintése

A konzulens tanár aláírása:

A nyilatkozatot a szakdolgozathoz/diplomadolgozathoz kötelezően csatolni kell!

1. melléklet: Hallgatói nyilatkozat

NYILATKOZAT

Alulírott **Bereczki Barbara Gabriella (GCYWDR)** büntetőjogi felelősségem tudatában kijelentem, hogy az általam benyújtott, **A hangulatjelek használatának és értelmezésének vizsgálata olasz nyelvterületen, eltérő korú és iskolai végzettségű személyek körében** című diplomadolgozat önálló szellemi termékem. Amennyiben mások munkáját felhasználtam, azokra megfelelően hivatkozom, beleértve a nyomtatott és az internetes forrásokat is.

Tudomásul veszem, hogy a diplomadolgozat elektronikus példánya a védés után a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtárába kerül elhelyezésre, ahol a könyvtár olvasói hozzájuthatnak.

Kelt: Isaszeg, 2024. április 18.


.....

aláírás