

DIPLOMADOLGOZAT

Kuli Ágnes Kármén

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Szent István Campus
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet
Humántudományi és Szakképzési Tanszék
Emberi erőforrás tanácsadó mesterképzési szak

**A hangulatjelek használata és értelmezése az Egyesült
Királyság területén**

Belső konzulens: **Dr. Kenderfi Miklós Máté**
tanszékvezető egyetemi docens
Emberi erőforrás tanácsadó MA
szakvezető

**Belső konzulens
intézete/tanszéke:** **Vidékfejlesztés és
Fenntartható Gazdaság
Intézet Humántudományi és
Szakképzési Tanszék**

Készítette: **Kuli Ágnes Kármén**

Gödöllő

2024

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	5
2. Szakirodalmi áttekintés – A vizsgálat elméleti háttere	6
2.1. Aki kimarad, az lemarad.....	6
2.2. Fogalommeghatározás	6
2.3. A hangulatjelek kialakulása és elterjedése	7
2.4. Miért használunk hangulatjeleket?	8
2.5. A hangulatjelek jelentése.....	10
2.6. Generációs eltérések	11
2.7. Hogyan használjunk hangulatjeleket?	14
2.8. Hogyan ne használjunk hangulatjeleket?	14
2.9. A hangulatjelek használata professzionális környezetben	15
2.10. SARS-CoV-2 koronavírus hatása a hangulatjelek használatára.....	17
3. Kutatásom.....	20
3.1. A kutatás módszertana.....	20
3.2. A kutatás körülményei.....	20
3.3. A kérdőív bemutatása	20
3.4. A kérdőív eredményei szakaszokra bontva	21
a) A kérdőív első szakaszának eredményei	21
b) A kérdőív második szakaszának eredményei.....	23
c) A kérdőív harmadik szakaszának eredményei.....	35
d) A kérdőív negyedik szakaszának eredményei	39
e) A kérdőív utolsó szakaszának eredményei.....	43
3.5. A kutatás hipotéziseinek tesztelése	47
a) Az Egyesült Királyságra vonatkozó eredmények.....	47
b) Hazalátogatás, avagy Magyarországra vonatkozó eredmények.....	52

3.6. Javaslatok további kutatási ötletekre	56
4. Összefoglalás.....	57
5. Köszönetnyilvánítás	58
Irodalomjegyzék.....	59
Ábrák jegyzéke.....	65
Táblázatok jegyzéke	66
Mellékletek.....	66
Nyilatkozat a dolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről	72
Konzulensi nyilatkozat.....	73

Ours is a visual age. ... we are entering a historical epoch in which the image will take over from the written word". (Ernst Gombrich)

1. Bevezetés

E tudományos munka az Egyesült Királyságban életvitelszerűen elő és letelepedett, eltérő nemű, életkorú és iskolai végzettségű személyek hangulatjel használati szokásait és azok jelentését kutatja munkahelyi és általános környezetben. A téma, bár első olvasásra könnyednek és egyszerűnek tűnik, mélységeiben inkább összetett és sokszínű. Ezek a kis ikonok a célból születtek, hogy érthetőbbé tegyék egymásnak küldött üzeneteinket, ennek ellenére bizony sok fejfájást és kínos pillanatokat is okozhatnak azoknak, akik nem naprakészek jelentésbeli változásukról.

Diplomadolgozatomat a választott téma bevezetésével kezdem, ezután a témához kapcsolódó szakirodalom feldolgozása következik. A vizsgálati helyszínből és a témából adódóan a brit, illetve más külföldi szakirodalmat részesítettem előnyben, ugyanakkor dolgozatom elkészítése során hazai forrásokat is felhasználtam. Említést teszek az emotikon és az emoji közötti különbségről, a hangulatjelek szerepéről, a hangulatjel használatban mutatkozó generációs eltérésekről. Szó lesz arról, hogy hogyan használjuk a hangulatjeleket és arról is, hogy hogyan ne használjuk őket. A dolgozat nagyrészt saját kutatásom teszi ki, aminek alapja egy 33 kérdésből álló kérdőív. Az angolszász eredmények bemutatása után, a hipotézisek tesztelése következik, amiket össze is hasonlítom a kutatásban részt vevő másik ország eredményeivel, ugyanis a kérdőív eredetileg magyar nyelven íródott egy hallgatótársam által, aki a magyarországi adatok begyűjtését végezte. Annak köszönhetően, hogy a két kérdőív tartalmilag megegyezik - csupán az adott ország nyelvére kerültek átfordításra-, az adatok remekül összehasonlíthatóak. A dolgozat zárásaként, a következtetések összefoglalása után, ajánlások további kutatási területekre jelentik a tudományos munka végét.

Saját kutatásom hipotézisei a következők:

- A nők gyakrabban használnak hangulatjeleket írásban, mint a férfiak.
- Az alacsonyabb végzettségűek körében gyakoribb a hangulatjel használat munkahelyi kommunikáció során.
- Az X, Y és Z generáció közül, leggyakrabban a Z generáció használja a hangulatjeleket a mindennapi írásbeli kommunikáció során.
- A leggyakrabban használt hangulatjelek generációtól függően eltérőek lehetnek.
- Az alkalmazott hangulatjelek jelentése generációként különböző.

A fent megnevezett hipotéziseken felül, más felvetések igazát vagy éppen hamisságát is kutatom. Észrevehetünk-e jelentésbeli különbséget két teljesen azonos mondat között, ha az egyik hangulatjellel van ellátva, a másik pedig anélkül szerepel? Gyakoribb-e a hétköznapi kommunikációban a hangulatjelek használata, mint a professzionális környezetben? Számít-e az, hogy mióta ismerjük az üzeneteink címzettjét a hangulatjelek használata során? Helyettesíthetők-e a szavak hangulatjelekkel? Rombolja-e a nyelvet a hangulatjelek használata? Dolgozatom célja, hogy kutatásom eredményeként válaszokat kapjunk a bevezetésben felsorolt kérdések mindegyikére és gazdagítsuk ismereteinket a mai digitális korban virágkorukat élő emoji használatáról és jelentéséről.

2. Szakirodalmi áttekintés - A vizsgálat elméleti háttere

2.1. Aki kimarad, az lemarad

Dolgozatom bevezetője Ernst Gombrich szavait idézi, egy olyan korszak kifejező idézettel kezdődik ami azt jósolja, hogy a kép átveszi az írott szó szerepét. A digitális kommunikáció még sosem változott olyan gyors ütemben, mint napjainkban. Vyvyan Evans, brit születésű nyelvész egy 2015-ben készült kutatásában (Evans, 2015) megállapította, hogy az emoji-kkal való kommunikáció jelenleg a leggyorsabban fejlődő kommunikációs forma. Jogosan írják tehát dalszövegeikben Kowalskyék, hogy aki kimarad, az lemarad.

2.2. Fogalommeghatározás

Ahány forrás, annyiféle megnevezés létezik a hangulatjelekre. Veszelszki (2005) a hagyományos funkciójukon túlmutató írásjelek csoportjába sorolja a hangulatjeleket, Keszler Borbála online felületeken használt új írásjeleknek tudja be őket (Keszler, 2004). Laczházi Gyula (2004) a következőképp magyarázza a fogalmat: „az érzelmek kifejezésére alkalmas grafikus jelek, számítógépünk vagy mobiltelefonunk billentyűzetének segítségével megjeleníthető karakterkombinációk”. Laczházi az emotikon és a smiley megnevezés mellett, egy magyarítási ötletként az „érzjel” formát veti fel. Az „emoji” szó egyébként japán eredetű, két szóból, az e („kép”) és a modzsi („karakter”) szavakból kialakult szóösszetétel (Pusztai, 2021).

Egyes szakirodalmak különválasztják az emoji és az emotikon jelentését. Balla-Törteli-Szűts-féle (2023) szimbólum-értelmezés szerint az emotikon magyar megfelelője a hangulatjel, amely különböző, a számítógépen megtalálható karakterekből áll össze (például a mikulás emotikon: *<|:-)). Míg az emoji, magyarul képjel, egy ikon, amely mentes írásjelektől és

karakterektől (például a mikulás emoji: 🎅). Dolgozatomban, az általam használt megnevezések a hangulatjel, emotikon és emoji (emodzsi) szavak lesznek. Ezek mindegyike azonos jelentéssel bír.

2.3. A hangulatjelek kialakulása és elterjedése

Ahhoz, hogy a hangulatjelek kialakulásának okát megértsük, vizsgáljuk meg távolabbról a témát. A nyelv változásának két fő oka ismert. Az egyik összefügg a társadalmi változásokkal azzal, ahogyan egymáshoz és a kultúránkhöz viszonyulunk, a másik pedig a technológia fejlődésével és azzal, hogy a technológiai változások hogyan kapcsolódnak a kommunikációhoz. Az új technológiák megjelenése megváltoztatja az egymással való interakció módját és az általunk használt nyelv alakját is. Gondoljunk arra, mikor az 1990-es években feltalálták az SMS-t (short text message). Az emberek hirtelen képesek voltak írásos üzeneteket küldeni bárkinek, bárhol (Seargeant, 2019).

Az első emotikonok azonban sokkal régebbre, a 19. századra vezethetőek vissza. „Az első [...] emotikonokat a Puck című amerikai humormagazin tette közzé tipográfiai művészet címen, 1881 márciusában. Itt négy [...] hangulatot mutattak be – örömet, melankóliát, közönyt, csodálkozást” – írja a cultura.hu az *Élet az emojiakkal* (2023) című cikkében. Az első smiley elküldése viszont pontosan 101 évvel később 1982-ben Scott E. Fahlman nevéhez fűződik, bár azt is hozzá kell tenni, hogy az őssmiley már a hetvenes években, az ASCII-ban (American Standard Code for Information Interchange) megjelent, viszont semmi köze nem volt az online írásbeli kommunikációhoz. (Laczházi, 2004) Ez nem volt több, mint két pont és egy vonal egy sárga karikában. Harvey Ball nevéhez fűződik, aki egy biztosító cég számára tervezte meg 1963-ban. Ez a kép ihlette meg Scott E. Fahlman-t is.

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

1. sz. ábra Scott Falman emoji-t tartalmazó üzenete 1982-ből

Forrás: Wikipédia

Az emotikonoknak két fajtája ismert: a kezdetleges, írásjelekből felépített emoji és a grafikus szimbólumok. Az első fajtát, néhányuk felsorolásán kívül, dolgozatomban nem

részletezem, mert kutatásom szempontjából nem releváns. Kezdetben a legnépszerűbb emotikonok kettőspontból, kötőjelből, zárójelből vagy éppen csillagból álltak, így a következőképp néztek ki: :-) (vidám arc) :-((szomorú arc) :-* (csókot küldő arc). Ezeket a jeleket a számítógép vagy egy fejlettebb mobiltelefon animált képpé tudja alakítani (😊), ezeket nevezi Veszelszki (2005) dinamikus emotikonoknak. Ma már színes képekben számtalan érzést vagyunk képesek kifejezni (😭), az állatok (🐶), növények (🌻), ételek (🍔), országzászlók (🇬🇧), közlekedési eszközök (🛵), mindennapi használati tárgyak (🔑), hivatások (👮), de még különböző árnyalatú bőrszín kiválasztására is van lehetőség egy-egy emotikon esetén, például a felemelt hüvelykujjnal (👍👍👍👍👍).

Vyvyan Evans *No, the rise of the emoji doesn't spell the end of language* (2015) című cikkében megjelent egy 2000 főre kiterjedő kutatás, amit egy brit telekommunikációs céggel karöltve (TalkTalk Mobile) végzett el az Egyesült Királyságban élő 18 és 65 éves korú lakosok körében, a hangulatjel használati szokásaikról. Az eredmények kimondták, hogy a britek magas száma, pontosan 80 százaléka napi szinten használja az emojiakat, amik főleg a 18-25 évesek körében elterjedt kommunikációs forma, ugyanis 72 százalék ért egyet azzal, hogy emojiakkal könnyebb kifejezni az érzelmeiket. 2015-ben az Oxford Dictionary az év szavának választotta az „arc örömkönnnyekkel” emoji-t, mert világszerte a legnépszerűbb hangulatjel volt abban az évben. És ha ezek a tények még mindig nem elég meggyőzőek, a hangulatjelek jelenlétét mindennapi életünkben mi sem szemléltethetné jobban, mint az, hogy 2017-ben még hollywoodi-i film is készült róluk, *Emoji Movie* címmel (Giannoulis – Wilde, 2019).

2.4. Miért használunk hangulatjeleket?

Vyvyan Evans kutatásainak nagyrészt a hangulatjelek használata, értelmezése és azok hatása a nyelvre teszik ki. Az elmúlt években számos tanulmányt és könyvet jelentetett meg a témában, többek között a *The Emoji Code* (2017) című művét, amelyekben saját kutatásainak eredményeire hivatkozva jellemzi ezt az újonnan, futótűzként elterjedő kommunikációs formát, különböző aspektusokban. A *Why you need emoji* (2017) című tudományos írásában a hangulatjelek funkcióiról ír. A szóbeli kommunikációban elhangzott szöveg jelentésének mindössze 30 százaléka származik a nyelvből, a maradék 70 százalék pedig a nonverbális jelzésekből. A beszélt nyelvből ugyan hiányoznak az írásjelek, a bekezdések, a záradékok, de vannak szünetek, hanglejtés és hangerő (azaz paralingvisztika), valamint gesztusok, szemkontaktus és testbeszéd (azaz non verbális eszközök). Mivel a kommunikációs üzenet

jelentésének jelentős része a társadalmi interakciók során a nonverbális jelzésekből származik, ebből adódóan, az írásbeli kommunikáció során leírt szöveg, annak csak kis részét képes közvetíteni. Így kialakul egy tátongó lyuk, még hozzá a személyiség és az érzelmek kifejezése. Az emoji hasonló szerepet töltenek be a digitális kommunikáció során, mint a paralingvisztika és a non verbális kommunikáció eszközei a beszélt interakcióban.

Hogy hazai értelmezést is belefoglaljak dolgozatomba, Veszelszki (2012) ekképp vélekedik a hangulatjelek feladatáról: a hangulatjelek elsődleges funkciójának – ahogyan a szóban is benne van –, az érzelemkifejezést tartja. A hangulatjelek szövegben való használatával a gesztusok és arckifejezések hiányát kompenzálhatjuk, lerövidíthetjük mondandónkat, ha szöveg helyett egy hangulatjellel reagálunk. Ezen felül a humor eszközeként is szolgálhatnak, színesebbé tehetik az egybefolyó szövegeket, valamint hasonlóképp az irónia eszközhöz, megváltoztathatják mondanivalónk jelentését. Ezutóbbi terítékre kerül a későbbiekben, mikor a saját kutatásom eredményeit közlöm.

A hangulatjelek használata természetesen egyénenként változó. Vannak olyan használói, akik minden mondatukba beleszövik ezeket a képi kifejezéseket, vannak akik néha odavetnek egyet-egyet, de akadnak olyanok is, akik egyáltalán nem használják őket. Akárhogyan is, a hangulatjelek használata az egyén stílusát tükrözi. Egy-egy hangulatjel akár védjeggyé is válhat és segíthet az írásbeli kommunikáció személyessé tételében.

Azonban azt se felejtjük el, hogy az emoji tárháza véges. Hiába frissül a készlet és jelennek meg új emoji, attól függően válnak számunkra elérhetővé bizonyos hangulatjelek, hogy milyen operációs rendszer van a birtokunkban. A sok hangulatjel között pedig kihívás megtalálni az éppen oda illőt, ezért sok esetben a végeláthatatlan balra görgetés helyett, kiválasztjuk az ujjunkhoz közel esőt (Pusztai, 2021). Így sokszor más képet festünk az érzelmeinkről, gondolatainkról, mint amik valójában. A liverpooli egyetem néhány diákja, ellenben annyira bízott a hangulatjelek kifejezőképességében, hogy kutatásokhoz csak ezekkel a képi eszközökkel engedték kommunikálni a résztvevő alanyokat. A kutatás, a koronavírus okozta lezárások idején, 15 egyetemi hallgató mentális egészségére vonatkozott. Az alanyok mindegyike három héten át, minden nap küldött a kutatócsoportnak egy, az aznapi érzelmét kifejező emoji SMS-ben. A 108 különböző hangulatjel közül a mosolygó arc szerepelt a legtöbbször (Callender – Bridge – Al-Samarraie – Blair, 2021).

Veszelszki (2012), egy idegennyelvű tanulmányában arra keresi a választ, hogy a szöveg és a képi kifejezés közötti kapcsolatban az egyik elem domináns vagy mindkettő egyenlően

fontos. Vizsgálta a leggyakrabban használt hangulatjeleket és kutatta azok népszerűségének okát. Vizsgálta ezen kívül azt is, hogy van-e a hangulatjeleknek általános jelentése és hogy milyen típusú szövegek engedélyezik és milyen típusú szövegek ellenzik a hangulatjelek használatát.

Saját kutatásom is tartalmaz a témába vágó kérdéseket. *Kutatásom* című fejezetben vizsgálom napjaink legnépszerűbb hangulatjeleit generációnként, illetve azt is, hogy változik-e egy mondat jelentése, ha hangulatjellel párosul (kép és szöveg kapcsolata).

2.5. A hangulatjelek jelentése

Ahogy azt az előző fejezetben már kifejtettem, az emotikonok elsődleges feladata az, hogy érzelmeket vigyenek az írott szövegbe az olvasó számára és hogy segítsék őt a szöveg pontosabb értelmezésében. Azonban, hogy milyen érzelmeket és jelentést juttat el egy-egy hangulatjel a szöveg olvasójához, az számos dologtól függ. Azt leszögezhetjük, hogy a hangulatjelek (bár sokuk általános jelentéssel bír), kontextus nélkül érthetetlenek, de legalábbis több kérdést vonnak maguk után, mintsem tisztáznák az adott szöveg szándékát. Ezzel szemben, ha a kép szöveggel társul, azaz konglomerátumokká alakul, az segíthet a szöveg félreértésének elkerülésében (Veszelszki, 2012).

Onnantól kezdve, hogy megnyomtuk a küldés gombot, a gondosan megírt üzenet elhagyja a hatáskörünket, nincs lehetőségünk a továbbiakban változtatni a szöveg mondanivalóján. Ugyanez a helyzet akkor, amikor üzenetet kapunk, csak azt értelmezzük, ami feketén fehérén le van írva, mindenféle non verbális jel nélkül. Azt nem tudhatjuk, hogy a küldő éppen mit érez és hogyan érti valójában a leírt szavakat: „Megint vajas kenyér volt ebédre.” Vajon boldog, mert a kedvenc étele a vajas kenyér? Esetleg mérges, mert ő a májkrémeset szereti? Ironizál, mert viccesen vajaskenyérnek hívja egy Michelin csillagos étterem főfogását? Vyvyan Evans (2017) szerint itt jönnek be a képbe a hangulatjelek. Vajon változna az üzenet jelentése, ha egy mosolygó arc, vagy éppen ellenkezőleg, egy dühös arc állna a mondat végén? És ha a válasz igen, akkor is mindenkinek ugyanazt jelentené? Egyes hangulatjelek vagy emotikonok különböző kultúrákban vagy generációk között eltérően értelmezhetők. Érdeemes az adott közösség normáit és preferenciáit figyelembe venni és nem utolsósorban a szöveg kontextusát. Saját kutatásomban szereplő egyik hipotézisem a hangulatjelek generációkként eltérő jelentését feltételezi, azaz bizonyos emoji (legalábbis a kutatásban szereplő) mást jelentenek a Z generációnak, aki beleszületett a számítógép és az internet világába, mint az X

és az Y generációnak, aki élete során, csak később találkozott a korszerű technológiával. A generációs különbségekről ugyancsak szó lesz bővebben a következő fejezetben.

De nem csak a generációs különbségek nehezítik meg egyedül a hangulatjelek értelmezését. Hannah Miller, a minnesotai egyetem doktori iskolájának hallgatója, az *Investigating the Potential for Miscommunication Using Emoji* (2016) című publikációjában összehasonlította a különböző operációs rendszerrel működő eszközök, illetve közösségi média oldalak által megformált hangulatjeleket, és az eredmény sokkoló volt. Mivel minden rendszernek megvan az egyéni betűtípusa, így az emoji is betűtípustól függően különbözik. Miller kutatásában ugyanazt az alapvető hangulatjelet, a mosolygó szemmel nevető arcot, használta a különböző eszközökön az elemzés tárgyaként. Ahogy az a 2. számú ábrán is látszik, a hangulatjel máshogy néz ki a különböző rendszereken.



2. sz. ábra. Mosolygó szemmel nevető arc emoji a különböző eszközökön.

Forrás: GroupLens

A kutatásból kiderült, hogy a hangulatjelek nemcsak máshogy néznek ki, de más jelentést is közvetítenek olvasójuk felé. Míg a Samsung telefont használó személy egy vidám kinézetű, csukott szemmel és nyitott szájjal nevető emoji-t küld, azt az iPhone használók inkább egy kellemetlen, negatív arckifejezésnek gondolhatják.

2.6. Generációs eltérések

Mielőtt a generációs különbségek vizsgálatába kezdünk, célszerű meghatározni – bár nehezen definiálható –, hogy melyek a különböző generációk, amelyek hangulatjel használatának különbözőségeit vizsgáljuk. Strauss és Howe (1991) generációelmélete szerint, egy társadalmi generáció azokból a csoportokból áll, akik egy történelmi időn és téren osztoznak és életük azonos időszakában, közösen élnek meg bizonyos történelmi szituációkat.

A különböző gazdasági, társadalmi vagy éppen digitális környezetben nevelkedő, eltérő korú csoportok tagjai, természetes módon különböznek. Más történelmi folyamatok, gazdasági események vagy éppen fordulópontok hatnak rájuk, ezek megélése összekovácsolja őket. Ilyen fordulópont volt a számítógép megjelenése. Ezzel összefüggően kialakultak csoportbontások, amelyeknek alapja a csoportok viszonya a számítógéphez.

Mind közül hazánkban a legelterjedtebb a Kulcsár-féle (2014) felosztás :

- 1925–1945 – Veteránok – idős korukban találkoznak először a digitális világgal;
- 1946–1964 – Bébi-bumm – ez a generáció már középkorú felnőttekből áll amikor megjelenik az életükben a számítógép; sok esetben meg kellett tanulniuk a számítógép használatát ahhoz, hogy megtarthassák a munkájukat
- 1965–1979 – X generáció – fiatal felnőtteként esetleg már tinédzserként ismerkednek meg a számítógéppel;
- 1980–1995 – Y generáció – már gyermekként kapcsolatba kerültek az új technológiával, valamint az internettel; a digitális nemzedék első hullámának nevezzük őket
- 1996–2010 – Z generáció – a legfiatalabbak nem ismerik a világot internet és számítógép nélkül; nagyban befolyásolja az életüket, gondolkodásukat, kapcsolataikat; idejük nagy részét „online” töltik a különböző közösségi média oldalakon
- 2011 - Alfa generáció – ennek a generációnak az internet egy életmód (Buda, 2019, 122-123.)

Egy másik, jóval egyszerűbb generációs csoportosítás Marc Prensky nevéhez fűződik, aki két csoportot különböztetett meg: „digitális bennszülött” és „digitális bevándorló”. Digitális bennszülötteknek nevezte azokat, akiket születésüktől fogva a technológia világa vett körül és digitális bevándorlónak azokat, akik csak később, felnőtteként találkoztak a számítógéppel és az internettel. (Buda, 2019, 123-124.) Sokan támadják az életkoron alapuló kategorizálást, többek között azért is mert a születés időpontja fix, ellenben a digitális világgal, ami folyton változik ezért használóik is változnak.

Saját kutatási eredményeim azt mutatják (bővebben lásd: *Kutatásom* c. fejezet), hogy a fiatalabb generáció egy része ugyanúgy használ hangulatjeleket kommunikációjukban, még akkor is, amikor náluk, legalább 10 évvel idősebb családtaggal, baráttal, vagy munkatárssal beszélnek. Más kutatások viszont, többek között Thoraya Abdullah *What do emojis mean?(2021)* című írásában, a hangulatjelek generációk közötti félreértéseiről számol be. A kérdés tehát adja magát: hogyan értelmezik különböző generációk a hangulatjeleket?

Csak hogy néhány alap darabot említsek példaként a nemrégiben megjelenő Pichler Zsófi által megírt *Úgy tesztek, mintha minden rendben lenne, de egyébként menj a francba!*” – *Így használják az emojiakat a különböző generációk (2022)* című cikkből, a mosolygós fej (😊), ami eredetileg egy kedves emotikon, mindenféle hátsószándék nélkül, az mostanra egy szarkasztikus szmájli lett, ami inkább azt sugallja: „Persze, mondd csak! Folytasd még a

hülyeségeidet”. Az arc az örömkönnnyekkel (😄) évek óta az első a közösségi média oldalain használt emotikonok között (Abdullah, 2021). Bár eredeti jelentése alapján egy valamit nagyon viccesnek tartó hangulatjel, a fiatalabb generációk ezzel ellentétesen olyan helyzetekben használják, amikor nemleges választ várnak kérdésükre (Pichler, 2022). A zokogó arcot (😭) például, az általános szomorú érzelmet kifejező szándékkal ellentétben, a Z generáció olyan nagy volumenű érzelmek kifejezésére használja, mint az izgatottság, harag, frusztráció, vagy ha valami annyira „cuki”, hogy szavakkal nem lehet leírni (Abdullah, 2021).

De nem csak jelentésük hordoz generációs jellegzetességeket. Vyvyan Evans egy másik *The Trouble With Texting: Cancel Culture Comes To Work, Seeking Out Passive-Aggressive Emojis* (2022) címmel megjelenő hangulatjel használatával kapcsolatos kutatásából az is kiderül, hogy írásbeli kommunikáció közben már maga a hangulatjel választásunk is árulkodhat az életkorunkról. A felemelt hüvelykujj (👍) például az első helyre került az idősebb generációt jellemző hangulatjelek listáján, de dobogós helyen végzett még a piros szív (❤️) és az ok jel (👉) is.

Mivel a fiatalabbak, különösen a Z generáció, eltérő jelentéssel ruházzák fel a fent említett és számos más emotikonokat, a tradicionális gondolkodású, idősebb generációk körében, zavart eredményezhet és rontja a kommunikációt – ahogyan azt Aiyana Izmael *Sending Smiley Emojis? [...]* (2021) című tanulmányában írja. Ez a folyamat természetes, hiszen ahogyan a nyelv fejlődik és változik, ugyanúgy a hangulatjelek is fejlődésen mennek keresztül. Peter Suciú *Generation Divide [...]* (2021) a Forbes magazinban megjelenő tudományos írásában, ezáltal egy a Z, az Y és az X generáció közötti kialakuló szakadékot vél felfedezni. Talán ennek köszönhető az, hogy az idősebb generáció károsnak, sőt egyenesen nyelv pusztítónak gondolja az írott szövegben használt emotikonokat.

A fent felsorolt hangulatjelek mindegyikének (és még többnek) generációnként eltérő jelentését saját kutatásomban is górcső alá veszem. Szintúgy a különböző generációk által preferált emotikonokat, amik nagyban eltérnek egymástól.

2.7. Hogyan használjunk hangulatjeleket?

Azt már tudjuk, hogy hangulatjelek (emojik vagy emotikonok) használata az írásbeli kommunikációban, különösen az online szöveges üzenetekben, e-mailekben, közösségi média posztokban és chatüzenetekben válnak egyre elterjedtebbé. Leginkább a fiatalok kommunikációs eszköze, de minden korosztályban és nemben akadnak használói. Ezek a kis ikonok, amelyek kifejezik az érzelmeket, reakciókat, vagy hangulatokat, segítenek egyszerűsíteni, de gazdagítani és pontosabbá is tenni a szöveges kommunikációt (Balla - Törteli Telek - Szűts, 2023).

Az okostelefonok megjelenésével és az internetes közösségi médiaportálok elterjedésével, a felhasználóknak lehetőségük nyílt a hangulatjelekkel való kommunikációra. Mára már olyan természetességgel használjuk ezeket az oldalakat, hogy el is felejtjük, milyen volt az élet nélkülük, pedig megjelenésük nem is volt olyan régen. A populárisabb közösségi portálok, mint a Facebook vagy a Twitter, előbbi 2004-ben, utóbbi 2006-ban indult. Az Instagram 2010-ben, a Snapchat, Pinterest és Tik Tok 2011-ben, bár utóbbi csak 2017-ben vált népszerűvé világszerte (Veszelszki – Falyuna – Fodorné – Tóth, 2017).

2.8. Hogyan ne használjunk hangulatjeleket?

Miután ejtettünk szót arról, hogy miként illik használni a hangulatjeleket, legyen szó arról is, hogy hogyan nem ajánlatos használni azokat. Hihetetlen, de ezek az ártalmatlannak tűnő, színes, vicces képek, komoly bajba tudják sodorni óvatlan használóikat. Fontosnak tartom bemutatni a hangulatjelek népszerűségének árnyoldalát is, ezért dolgozatomban ezen fejezetében olyan cikkeket hozok példának, ahol egy rosszul megválasztott emoji szabadságvesztést vagy más komoly következményt vont maga után.

Egy 2016-ban Mikey Smith és Dan Bloom tollából, *Tory MP sent emoji death threat on Facebook, hours after panic button is approved for his office (2016)* címmel megjelent cikk, arról számol be, hogy egy brit politikus halálos fenyegetést kapott a Facebookon, mindezt rendhagyó formában, emojik segítségével. A posztban egy rajzfilm pisztoly  és egy kés  szerepelt. A fenyegetést a brit rendőrség annyira komolyan vette, hogy pánik gombot szereltek be a politikus irodájába. Egy másik, ugyancsak 2016-os cikkben, a Henry Samuel által publikált *Frenchman jailed for three months for sending ex-girlfriend gun emoji (2016)* szerint, Franciaországban szabtak ki 3 hónap börtönbüntetést egy férfinak, aki szintén a pisztoly emojival fenyegette üzenetben az akkori barátnőjét. A Washington Post szerint Victor

Luckerson, szintén 2016-ban megjelent *Kids Are Facing Criminal Charges for Using Emoji* (2016) című írásában azt állítja, hogy nem csak felnőttek körében terjed el ez a fajta veszélyes hangulatjel használat, de a gyerekeknél is előfordul. Egy 12 éves kislány került összetűzésbe a bírósággal egy fenyegető poszt miatt, ami így szólt: „Találkozzunk a könyvtárban.” 🌍🔪🦖

Bár szemmel láthatóan szélsőséges helyzetekről van szó, az okozóik (és elszenvedőik) átlagemberek, akik ezután minden bizonnyal jobban megfontolják azt, hogy a jövőben melyik emoji-t választják hangulatuk kifejezésére.

2.9. A hangulatjelek használata professzionális környezetben

A hangulatjelek használata a munkahelyi kommunikációban érzékenyebb kérdés lehet és fontos, hogy megfelelően használjuk azokat professzionális környezetben. A hangulatjelek nyelvünkbe való beépülésének óhatatlan következménye, hogy a munkahelyi kommunikáció során is megjelennek itt-ott (Leslie, 2019). A munkahelyi kommunikációs normáktól, illetve a csoporton belül kialakult csoportnyelv jellemzőitől függ az, hogy az adott munkahelyi csoportnyelvi normájába belefér-e a hangulatjelek használata vagy sem (Veszelszki – Falyuna – Fodorné – Tóth, 2017).

Bizonyos helyzetekben elfogadható az emotikonok használata professzionális közegben, írja az *Emoji Etiquette: How (and When) to Use Emojis at work (2020)* című cikk. Ilyen például ha a csoport egésze vagy azon tagjai, akik között az írásbeli kommunikáció folyik, jól ismerik egymást. Ebben az esetben a beszélgetésekre való spontán reagálások, a saját személyiség beleszövése a mindennapi beszélgetésekbe, nevetésre sarkallhatja a beszélgetésben résztvevőket és segítségével barátságosabbá válhat a munkakörnyezet. Ugyancsak elfogadható az emotikonok írásbeli kommunikációba való beépítése ha az kevésbé formális közegben történik, például egy munkahelyi csevegő programon keresztül. Néhány esetben, amennyiben a cég profilja megengedi, a hangulatjelek használata a külső ügyfélkommunikációban rokonszenvesebbé teheti a terméket. Ha a kommunikáció a közösségi médiában történik egy-egy emoji még sikeres figyelemfelkeltésként is szolgálhat. Ilyen lehet például a hangosbeszélő 🗣️ vagy a felkiáltó jel ! Egy dän bank például az emotikonokat használja a távuléseik bemelegítő feladataként. Mielőtt elkezdik megtárgyalni az aznapi teendőket, minden résztvevő egy emoji segítségével jellemzi a saját hangulatát. Ez segíthet a csapatnak rövid időn belül érzékelni egymás, valamint az egész csoport hangulatát (Yokoi – Jordan, 2022). Más cégek hasonlóképpen várják el dolgozóiktól, hogy egy-egy emoji segítségével jellemezzék például a munka okozta stressz nagyságát vagy éppen a munkához

való kedvük mértékét – derül ki Esther Leslie *This other atmosphere: against human resources, emoji and devices* (2019) című írásából.

Ezekkel ellentétben vannak olyan helyzetek, ahol nem helyénvaló a hangulatjelek használata. Hivatalos dokumentumok, vezetői e-mailek, teljesítményértékelések, elbocsájtások, fizetési dokumentumok, ügyfélpanaszok esetén az emotikonok használata tiszteletlennek tűnhetnek. Az Amszterdami Egyetem kutatói megállapították, hogy azok, akik emotikonokat használnak munkahelyi kommunikációjuk során, kevésbé tűnnek intelligensnek és jó szakembernek. Ezen állításokon felbuzdulva a Surveymonkey saját kutatásba kezdett, hogy meggyőződjön az amszterdami kutatók igazáról. 560 fős mintavétel alapján megállapították, hogy egyenlő arányban oszlik meg az emberek véleménye a munkahelyi hangulatjel használatáról. Ezt a generációs különbségekkel magyarázza az *Is it OK to use emojis at work?* cikk írója, Jon Gitlin. Míg a fiatalabb munkatársak 46 százaléka úgy érzi, hogy a hangulatjelek használata professzionális környezetben teljesen rendben van, 28 százalékuk vallotta azt, hogy nem etikus. 53 százaléka a kitöltőknek úgy gondolja, hogy ha emotikonokat használ azzal humort csempészhet a beszélgetésbe és ugyanennyi százalék gondolja, hogy az érzelmek pontosabb kifejezését segíti. Ezzel ellentétben viszont a 45 feletti korosztály 86 százaléka nem találja a hangulatjeleket professzionális környezetbe illőnek.

A fentiekből tanulva és azokat összefoglalva: mindig érdemes alkalmazkodni a saját munkahelyi kultúrához és az adott helyzethez. A kollégák kommunikációs szokásainak megfigyelése is jó ötletnek tűnhet, mielőtt hangulatjeleket kezdenénk szórni rájuk. Ha a munkahelyi környezet lazább és barátságosabb, valamint az emberek nyitottak az informálisabb kommunikációra, akkor a hangulatjelek használata elfogadható lehet bizonyos mértékben. Ugyanakkor fontos, hogy tiszteletben tartsuk a generációs különbségeket, valamint a munkatársak és a vezetőség egyéni preferenciáit (Macpherson, 2020). A Forbes magazinban megjelent cikk is óvatosságra inti a hangulatjelek használóit: „A hangulatjelek használatakor mindig hasznos szem előtt tartani, hogy ki a közönsége, hogyan használhatja a hangulatjeleket, és mikor van a legjobb alkalom a kapcsolatfelvételre.” – írja Tomoko Yokoi az *Emojis In The World Of Work* (2022) című munkájában.

Kutatásom című fejezetben magam is vizsgálom, hogy mit gondolnak az Egyesült Királyság lakosai a munkahelyi kommunikációba beépített emoji használatról.

2.10. SARS-CoV-2 koronavírus hatása a hangulatjelek használatára

A témához tartozó szakirodalom feldolgozásának utolsó állomásaként, tekintsünk ki a 2019-ben az Egyesült Királyságot is elérő SARS-CoV-2 koronavírus okozta világjárvány hatásaira, ezen belül az írásbeli kommunikáció változására. Ennek már több, mint öt éve, mégis mintha tegnap lett volna, hogy a vírus miatt országokat zártak le, kis-, közép és nagyvállalatok dolgozói a saját nappalijukból fáradoztak azon, hogy a cégek életben maradjanak, közvetlen személyes kapcsolatok létrehozása nélkül, ami az írásbeli, pontosabban az online írásbeli kommunikáció kiemelkedő népszerűségét eredményezte. 2019-ben még az is az online chat világában vagy videokonferenciák láncolatában találta magát az is, aki eddig még soha nem is próbálta azokat. A koronavírus által okozott társadalmi változásokról számtalan tudományos munkát lehetne írni (és íródott is) különböző összefüggésekben, ám dolgozatom e fejezetét csupán ennek egy kis szeletének, a hangulatjelek változásának szentelem.

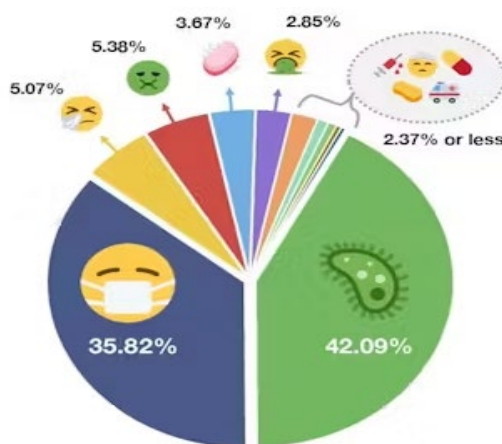
A mai napig tudnánk mondani olyan dolgokat, amiket úgy megszoktunk a korlátozások alatt, hogy azok a korlátozások feloldás után is velünk maradtak. Ilyen például, hogy egy találkozó során, a nyílt tereket előnyben részesítjük a zártakkal szemben, vagy hogy még mindig akad egy-egy elfelejtett maszk a táskánk belső zsebébe. Új munkahely választáskor még ma is keressük a „home office” lehetőségét, hezitálunk, mikor bemutatkozásnál valaki kezét nyújt, de ilyenek a covid alatt elterjedt emoji is, amelyek beépültek a telefonunk tárhelyébe (Zappavigna – Logi, 2021). Már a vírus előtt is létező, de nem túl népszerű emoji most hirtelen felverekedték magukat az öt legtöbbet használt hangulatjelek közé és ezekkel párhuzamosan újak is megjelentek. Az egyik ilyen újonnan megjelenő hangulatjel az „otthonról dolgozó” emoji, amelynek főszereplője csak deréktól felfelé visel öltönyt vagy kosztümöt, míg deréktól lefelé a lábakat pizsamában találjuk, mivel azok nem látszanak a kamera szögében. Egy másik, a COVID hatására újonnan megjelenő és elterjedő emoji a kézfertőtlenítő volt.



3. sz. ábra: Kézfertőtlenítő és otthonról dolgozó emoji

Forrás: The Wire

A következő ábra az Emojipedia¹ által 2020-ban elemzett, közel 50 000 Twitter bejegyzésből álló minta a COVID-19-hez leginkább kapcsolódó 12 legfontosabb hangulatjelet szemlélteti:



4. sz. ábra: A 12 legnépszerűbb koronavírushoz kapcsolódó emoji

Forrás: Emojipedia

Az ábráról leolvasható, hogy a mikroba emoji-t a Twitteren posztolók az idő 42 százalékában használták, ezt követte az arcmaszkot viselő emoji amit az esetek 36 százalékában. A harmadik, negyedik és ötödik helyen fej-fej mellett a hányingeres arc, a tüszögő arc és szappanrúd helyezkedett el átlagosan 4-5 százalékkal (Evans, 2020).

2.11. Építik vagy rombolják a hangulatjelek a nyelvet?

Mint mindennek, a hangulatjel használatnak is vannak ellenlovasai, akik azért aggódnak, hogy a vicces képek rombolják a nyelvet ahelyett, hogy színesítenék. Vyvyan Evans, *Sorry, Emoji Doesn't Make You Dumber* (2015) című online megjelent cikkében erről ír. Megemlíti, hogy néhányan a nyelv visszafejlődésének vagy akár lebutításának tartják a hangulatjelek futótűzként való elterjedését, sőt még őt magát is, mint nyelvész professzort is megkérdőjelezi a témához való hozzáállásáért. Ennek ellenére Evans *Emoji Code* (2017) című könyvében nyíltan kimondja, hogy a hangulatjelek hatásosabbá teszik a 21. századi kommunikációt és felhatalmazó erejük van.

De vajon mi táplálja ezeket a negatív gondolatokat? Evans szerint (2017) ezeket, a hangulatjel használatot ellenzők tábora a rosszul informáltságnak és a kommunikáció félreértett működésének köszönheti. Sok nyelvi szakértő gyakran előítélettel közelíti meg az emojiakat, gyerekesnek és butának tartják azokat. Evans állítja, hogy összehasonlítani a hangulatjeleket a

¹ <https://emojipedia.org/> (Letöltve: 2024.02.19.)

Shakespeare-i angol nyelvvel egyszerűen értelmetlen. A hangulatjelek nem a nyelv helyettesítésére szolgálnak, viszont kiegészítik és érzelmekkel dúsítják azt. Segítségükkel írásban is kifejezhetjük azokat a non verbális jeleket, amiket szavakkal nem. Kérdőívem utolsó részének 5. kérdése ugyancsak kutatják a hangulatjelek romboló hatását a nyelvre, a kiértékelt adatokat Kutatásom című fejezetben olvashatók.

3. Kutatásom

3.1. A kutatás módszertana

Kutatásom alapja az online kvantitatív kérdőíves információszerzés. A kérdőív a Google Űrlappal (Google Form) készült angol nyelven, egyenes fordítással egy hallgatótársam által készített magyar nyelvű kérdőív mintájára (Jász, 2023). A kérdőív 2023.09.13. és 2024.01.01. között volt elérhető a kitöltők számára. A lezárt kérdőív adatait letöltöttem egy Excel dokumentumba, majd manuálisan feldolgozásra kerültek. A kitöltők anonim formában választották meg a kérdéseket.

3.2. A kutatás körülményei

A kérdőív online platformon került megjelentetésre, ezen belül helyszíne, a Facebook volt. Célzottan azoknak a közösségi médiában megalakult csoportoknak a tagjait invitáltam a kérdőív kitöltésére, akik az Egyesült Királyság területén élnek és dolgoznak. Ebbe beletartoznak a walesi, angol és skót területeken élő különböző nemű, nemzetiségű (nem csak brit), életkorú és végzettségű személyek.

3.3. A kérdőív bemutatása

A kérdőív egy három országra (Magyarország, az Egyesült Királyság és Olaszország) kiterjedő kutatás angol változata, ami a három ország közül az Egyesült Királyság területén élő és dolgozó lakosság hangulatjel használati szokásait kutatja. A kérdőív összesen 33 kérdésből állt és kitöltése körülbelül 10-15 percet vett igénybe. A kérdőívet összesen 407 fő töltötte ki. Ezek közül 221 nő és 175 férfi, továbbá 11 kitöltő, aki nem kívánta megjelölni a nemét. A kérdőívet kitöltők életkora 16 évtől egészen 65 évig terjedt.

A kérdőív szerkezeti felépítése szerint öt részből állt. Ezek mindegyikét különálló szakaszként elemeztem. Az első szakasz a demográfiai adatok gyűjtésére szolgált. Ez azért állt érdekemben, mert a kérdések elemzése során, az alanyokat életkoruk szerint generációkba csoportosítottam és összehasonlítottam válaszaikat. A kapott eredmények alapján a kitöltők neme és iskolai végzettsége szerint is párhuzamot vontam. A második szakaszban a hangulatjelek használatának gyakoriságát kutattam a válaszolók körében, magán és professzionális környezetben. A kérdőív ezen szakasza kitér arra is, hogy a hangulatjelek használatakor mennyiben számít a másik fél ismerete. A harmadik szakasz konkrét hangulatjeleket sorakoztat fel és kérdez rá az azokhoz kapcsolt érzelmek intenzitására. A negyedik szakaszban szereplő kérdések arra kerestek visszaigazolást, hogy mennyiben változik

meg egy mondat jelentése akkor, ha hangulatjel szerepel a végén. Az ötödik és egyben utolsó szakasz kérdései kilenc esetben várták a válaszolók véleményét a hangulatjelekkel kapcsolatos különböző állításokról. A 33 kérdésből 32-t kötelezően ki kellett tölteni, tehát ezekre egyesével 407 válasz érkezett. Egyetlen kérdést, a legutolsót fakultatívnak hagytam, hiszen oda visszajelzést, ötleteket, gondolatokat vártam a kérdőívvel és a témával kapcsolatban. Az utolsó kérdésre így összesen 96 válasz érkezett. Az öt rész összesen tehát 33 kérdést ölelt fel. A kérdések típusai jellemzően feleletválasztós kérdések voltak, ahol a maximum hat válaszlehetőségből egyet vagy legalább egyet kellett kiválasztani, kivétel az utolsó kérdés, ami egy nyitott kérdés volt.

3.4. A kérdőív eredményei szakaszokra bontva

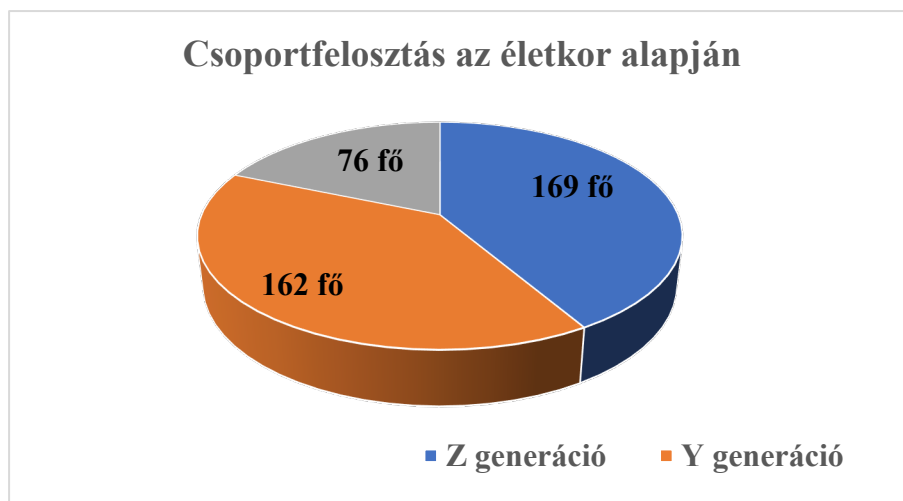
a) A kérdőív első szakaszának eredményei

Kérdőívem első része demográfiai adatokat, a kitöltők nemét, korát és iskolai végzettségét méri, így összesen három kérdést tartalmaz. Az első kérdés a kitöltőket nemenként különíti el. A válaszadók három kategóriából választhatnak: férfi, női és ismeretlen. Utóbbiak, akik nem kívánták nemüket közölni. A nemek arányának ismerete azért fontos, mert egyes hipotéziseim ezen alapulnak.

A kitöltők nemek szerinti számát korábban már bemutattam, ezért itt százalékos arányban közlöm azokat: a kitöltők kicsivel több, mint 54 százaléka nő, közel 43 százaléka férfi és 2,7 százaléka nem kívánta megjelölni a nemét, ezért ezt ismeretlenként nevezem meg (a nemek százalékos arányát megjelenítő ábra az 1. sz. mellékletben megtalálható). A női és a férfi kitöltők aránya közel áll egymáshoz, ennek köszönhetően az eredmények statisztikailag pontos képet adhatnak.

Az életkor elemzéshez és a generációk elkülönítéséhez, Buda életkori bontása (Buda 2019) szerint, három csoportba osztottam a kérdőívet kitöltő személyeket. Ez alapján a következő csoportok alakultak:

- a „Z generáció” csoportja, ahova a 16-27 éves kitöltők tartoznak.
- az „Y generáció” csoportja, ahova a 28-43 éves résztvevők sorolhatóak
- és az „X generáció” csoportja a 44. életévet betöltött személyek és a felettiek.



5. sz. ábra A három generációs csoportba való besorolást mutatja ($N = 407$ fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

Az 5. sz. ábra szemlélteti, hogy hány kitöltő sorolható az X, az Y és Z generáció csoportjába. Az eredmények azt mutatják, hogy a legtöbb kitöltés a Z generációból származik (169 fő), pár fővel maradt le az Y generáció (162 fő), és egyenként, a kettő előbb említett csoporthoz képest elenyésző számú X generációs kitöltés érkezett (76 fő). Az, hogy a Z generáció kitöltőinek a száma volt a legmagasabb nem meglepő, különösképpen, ha arra gondolunk, hogy a három generáció közül a Z az, amelynek szereplői beleszülettek a technológiába, internet és közösségi média használatába.

Iskolai végzettség alapján, ugyancsak csoportokba soroltam a kérdőívet kitöltő alanyokat. Ugyan a brit oktatási rendszer esetenként eltér a magyar oktatási rendszertől, sikerült megfeleltetnem a kettőt egymással. Egyrészt azért volt ez fontos, hogy az eredmények a magyarországi rendszerhez szokott olvasónak is értelmet adjanak, másrészt azért, mert így az eredmények összehasonlításra kerülhetnek, hallgatótársam Magyarországról gyűjtött adataival. Ez alapján három csoportot hoztam létre: alapfokú, középfokú és felsőfokú végzettséggel rendelkezők csoportja. Az első csoportba, az alapfokú végzettségi szinthez tartoznak azok, akiknek általános iskola hat vagy nyolc osztálya van. A második csoportba, a középfokú végzettséggel rendelkezők, akik befejezték a középiskolát, szakmát vagy érettségi bizonyítványt szereztek. A harmadik csoportba az alapszakos és a mesterszakos diplomával rendelkezőket soroltam, valamint a doktori képzést végzett személyeket.



6. sz. ábra A kitöltők számát mutatja az iskolai végzettségük alapján (N = 407 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

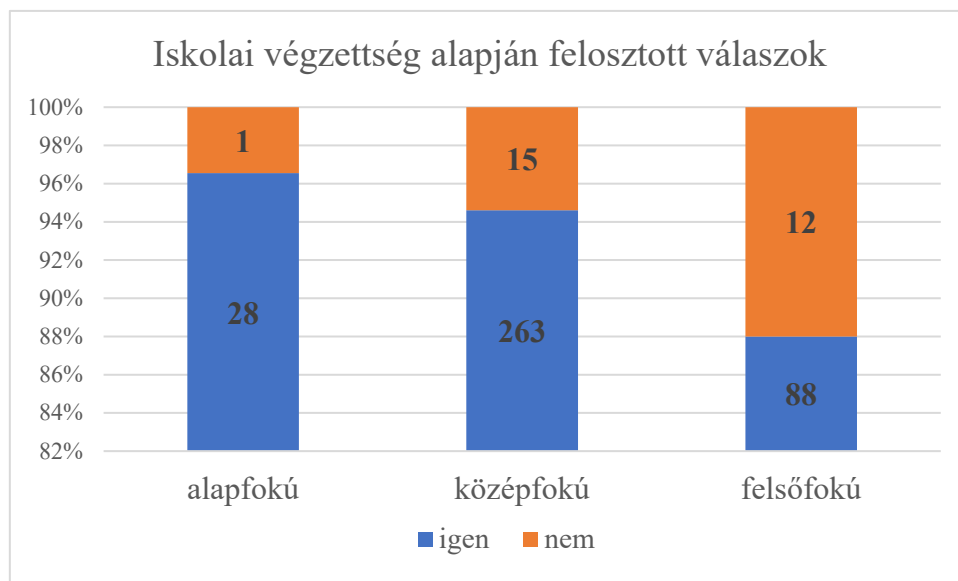
A 6. sz. ábrán az iskolai végzettségek elosztását láthatjuk. Az alapfokú tanulmányokkal rendelkező csoport 29 főből áll, ami a kitöltők 7,1 százaléka, akik 6 vagy 8 osztályt végeztek el. A középfokú tanulmányokkal rendelkezők csoportja már terebélyesebb, 278 főt ölel fel. Ez a szám a kitöltők 68,3 százaléka. Ők vagy érettségivel (GCSE), emelt szintű érettségivel (A level) vagy szakmát adó érettségivel (College degree) rendelkeznek. A felsőfokú tanulmányokat befejezettek csoportja 100 fő, a kitöltők 24,6 százaléka. Ide azok tartoznak, akik főiskolai vagy egyetemi diplomát szereztek és/vagy PHD vagy DLA fokozattal rendelkeznek.

b) A kérdőív második szakaszának eredményei

A második rész hét kérdést foglal magában. A kérdések közt szerepel feleletválasztás, rangsorolás és nyitott kérdés is. A kérdések tartalmilag a magán és a professzionális környezetben leggyakrabban használt hangulatjelekre és azok gyakoriságára kérdeznek rá, valamint kutatják, hogy a hangulatjelek használatakor mennyiben számít a másik fél ismerete. Dolgozatom ezen fejezete a fent említett kérdésekre érkezett válaszok kiértékelését és összegzését tartalmazza, különös figyelemmel a nemek, életkor és iskolai végzettség közötti összefüggésekre.

A második szakasz első kérdésére (*Használ-e ön hangulatjeleket írásbeli kommunikációja során?*) 379 fő válaszolta azt, hogy használ hangulatjeleket és 28 fő állította azt, hogy egyáltalán nem. A 379 igenleges válaszból 211 nő nemű, 157 férfi nemű és 11 ismeretlen nemű kitöltőtől származott. Igennel válaszolt a kérdésre tehát a nők 95,4 százaléka és a férfiak 89,7 százaléka. A 28 nemleges választ adó nemek szerinti felosztása alapján 10 nő és 18 férfi volt a válaszadók között. Az erre vonatkozó diagram a 2. sz. mellékletben található meg.

Iskolai végzettséget tekintve, a kérdésre igennel válaszolók között, a legmagasabb arányban (64,6 százalék) a középfokú végzettséggel rendelkezők használják leggyakrabban a hangulatjeleket írásbeli kommunikációjuk során, míg az alapfokú végzettséggel rendelkezők 6,8 százaléka és a felsőfokú végzettséggel rendelkezők 21,6 százaléka. Mivel az egyik csoport - a középfokú végzettséggel rendelkezők csoportja -, kiemelkedően magas számmal vett részt a kutatásban, érdemes a csoportok igen-nem rációját külön-külön is megvizsgálni. A 7. sz. ábrán ez látható.



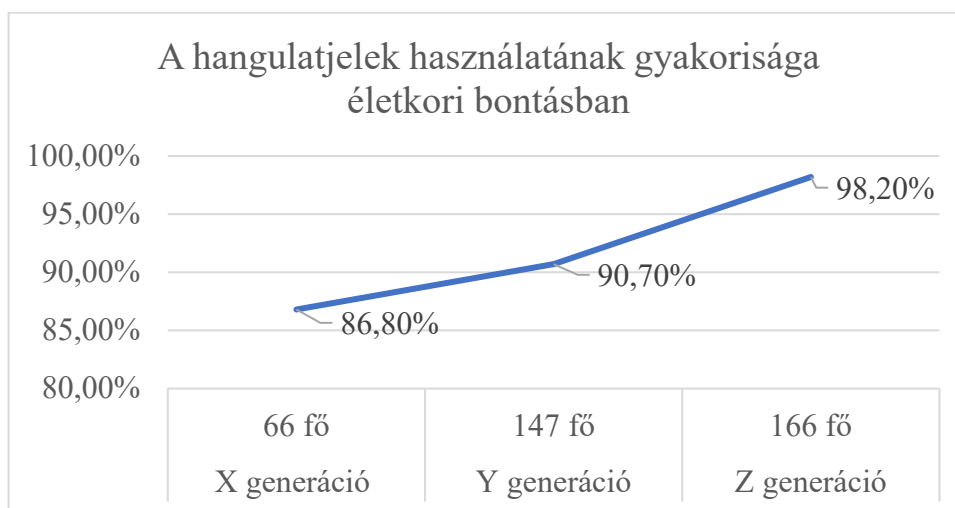
7. sz. ábra Iskolai végzettség alapján felosztott igen-nem válaszok (N = 407 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

Összesen 29 fő rendelkezik alapfokú végzettséggel, ebből 28 fő igennel válaszolt és csak 1 fő nemmel. Középfokú végzettséggel 278 fő rendelkezik, ebből 263 fő válaszolta azt, hogy használ hangulatjeleket írásbeli kommunikációjuk során és 15 fő jelölte azt, hogy nem. Felsőfokú végzettséggel 100 fő rendelkezik és ebből 88 fő állította, hogy alkalmazza az emotikonokat és 12 fő, hogy nem. Ez százalékos lebontásban csoportonként a következőképp alakult: az alapfokú végzettségűek csoportjának a 96,5 százaléka, a középfokú végzettségűeknek 94,6 százaléka és a felsőfokú végzettségű alanyok 88 százaléka használ szívesen emojiakat.

A fenti adatok alapján megállapíthatjuk, hogy iskolai végzettségtől függetlenül, az írásbeli kommunikáció során a hangulatjel használat népszerű és bár a csoportokhoz tartozó személyek száma nagyon különböző, százalékos arányban, mégis az alapfokú végzettséggel rendelkező személyek körében a legelterjedtebb ez a fajta képi kommunikációs forma.

Generációkra lebontva a 6. sz. diagramon megjelentetett adatok alapján az mondható el, hogy bár 86,8 százaléka (66 fő) az X generációnak használ hangulatjeleket, mégis ez a százalék lett a legalacsonyabb a generációk között. Míg az Y generációnál a hangulatjelek használatának gyakorisága 90,7 százaléka (147 fő), ennél még magasabb eredményt ért el a Z generáció, ugyanis a legfiatalabb generációnak a 98,2 százaléka (3 fő kivételével mindenki) állította azt, hogy használ hangulatjeleket a kommunikáció során.



8. sz. ábra A hangulatjelek használatának gyakorisága életkori bontásban (N = 407 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

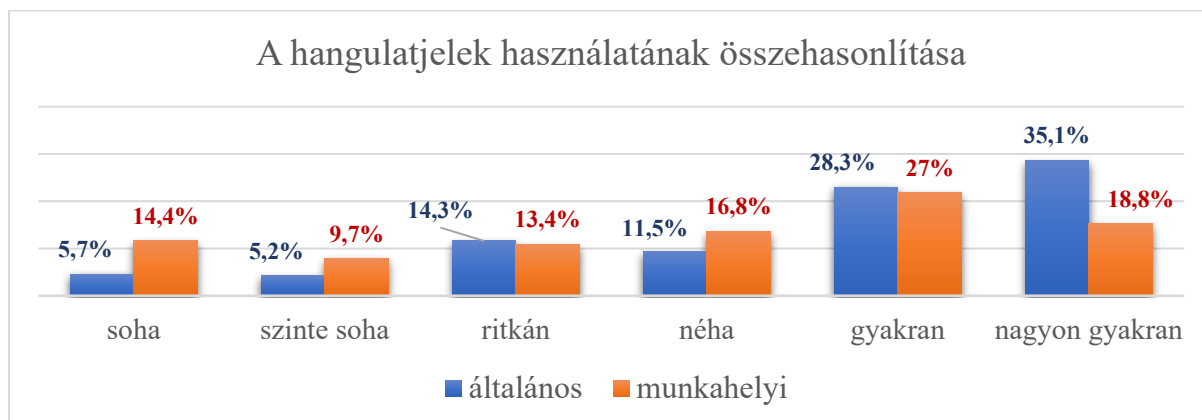
A második szakasz két olyan kérdést is tartalmaz, amik az emotikonok használatának gyakoriságát kutatja. Az egyik arra vonatkozik, hogy milyen gyakran használják általában a hangulatjeleket („Milyen gyakran használ hangulatjeleket?”) a másik kérdés pedig arra, hogy a munkahelyi környezetben milyen gyakran használják a kitöltők a hangulatjeleket („Milyen gyakran használ hangulatjeleket munkahelyi kommunikációja során?”). A kitöltők mindkét esetben egy hat fokozatú Likert-skálából választhattak még hozzá „soha”, „szinte soha”, „ritkán”, „néha”, „gyakran” vagy „nagyon gyakran” válaszlehetőségek közül. A hat fokú skála azért alakult ki, mert így elkerülhető a semlegesség, a középső érték, így a kérdések megkövetelték a kitöltőktől az állásfoglalást. Átlagpontokban számolva a hat fokú skálán arra kérdésre, hogy milyen gyakran használnak hangulatjeleket 4,57 jött ki, arra pedig ,hogy milyen gyakran használnak hangulatjeleket professzionális környezetben 3,86 (9. sz. ábra). Ebből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a kérdőívet kitöltők általános közegben gyakrabban használnak hangulatjeleket, mint a munkahelyen.



9. sz. ábra A hangulatjelek általános és munkahelyi használatának gyakorisága átlagpontokban megadva (N = 407 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

Ezek az értékek százalékos arányban a következők: az általánosan hangulatjeleket használók 94,3 százaléka használ valamilyen gyakorisággal emotikonokat, míg a munkahelyi kommunikáció során ez a szám 88 százalék (10. sz. ábra). Az ábrán jól látható, hogy az egyes, gyakoriságot mérő válaszok mindegyike eltérő, attól függően, hogy a válaszadók milyen környezetben használják az emojiakat. A legnagyobb különbséget a két szélsőséges érték mutatja („soha” és „nagyon gyakran”) az általános és a munkahelyi hangulatjel használat között.



10. sz. ábra A hangulatjelek általános használatának összehasonlítása a munkahelyi hangulatjel használatával (N = 407 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

A munkahelyi kommunikáció azonban nagyban függ az adott vállalat profiljától, működésétől, környezetétől, hierarchiától és még sok más tényezőtől. Fontos tisztázni, hogy mivel a kérdőív nem vizsgálja azt, hogy a válaszadók milyen munkahelyi környezetben dolgoznak és melyik vállalatnak ezért azzal kapcsolatban messzemenő következtetéseket a válaszok alapján nem tudunk levonni. Ennek a szempontnak a feltárása, akár egy szélesebb körű munkahelyi hangulatjel használat kutatásának egyik témája is lehetne.

A következő táblázatban (1. sz. táblázat) átlagpontokban megadva foglaltam össze a hangulatjelek használatának gyakoriságát általános és munkahelyi környezetben, nemre,

életkorra és iskolai végzettségre is lebontva. A jobb átláthatóság kedvéért kategóriánként a legmagasabb értékeket aláhúzással jelöltem.

A hangulatjelek általános használatának gyakorisága		A hangulatjelek használatának gyakorisága a munkahelyen	
Nemek szerint			
Férfi	4,28	Férfi	3,71
Nő	4,02	Nő	3,99
Életkor szerint			
X generáció	3,72	X generáció	2,83
Y generáció	4,19	Y generáció	3,61
Z generáció	5,3	Z generáció	4,81
Iskolai végzettség szerint			
Alapfokú	4,79	Alapfokú	5,03
Középfokú	4,8	Középfokú	4,14
Felsőfokú	3,84	Felsőfokú	2,81

1. sz. táblázat Az általános és a munkahelyi hangulatjel használat gyakorisága nemre, életkorra és iskolai végzettségre lebontva, átlagpontokban feltüntetve (N = 407 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

Az átlagpontok alapján megállapítható, hogy nemek szerint vizsgálva a gyakoribb hangulatjel használók általános környezetben a férfiak lettek 4,28 átlagponttal, míg munkahelyi környezetben, a nők esetében gyakoribb ez a fajta kommunikációs forma 3,99 átlagponttal. Ezzel szemben, ha százalékos arányban vizsgáljuk, az általános hangulatjel használat esetén a férfiak 32,57 százaléka jelölte meg a „nagyon gyakran” választ, míg ez a szám a nőknél magasabb, 37,1 százalék. Munkahelyi hangulatjel használat esetén pedig férfiak 20 százaléka és a nők 18 százaléka jelölte meg ezt a választ. Ez alapján azt láthatjuk, hogy ha a leggyakoribb esetet jelölő mértéket vizsgálánánk („nagyon gyakran”), mindkét esetben fordított eredményt kapnánk.

Életkor szerint, azaz a három generációs csoportokba sorolt alanyok közül toronymagasan a Z generáció érte el a legmagasabb átlagpontokat, 5,3 tized az általános használatra és 4,81 század a munkahelyi használatra jellemzően. Ez alapján a generációkat tekintve elmondhatjuk, hogy a legfiatalabb generáció körében a leggyakoribb a hangulatjelek használata.

Iskolai végzettséget tekintve már nem ennyire egyértelmű az eredmény. Csakúgy, mint a nemek vizsgálatánál, megosztott eredményt kaptam. A munkahelyi hangulatjel használat esetében az alapfokú végzettséggel rendelkezők csoportja 5,03 század átlagponttal került az élre, míg az általánosan vett hangulatjel használat esetében a középfokú végzettséggel rendelkező személyek 4,8 tizeddel. Arra azért illik felhívnom a figyelmet, hogy a második helyezett, az alapfokú végzettséggel rendelkezők csoportja, csupán 0,1 tizeddel maradt le a középfokú végzettséggel rendelkezőkhöz képest, ami elenyésző, sőt ha tizedekre kerekítenénk az eredmény teljesen megegyezne. Azt viszont egyértelműen kijelenthetjük, hogy a felsőfokú végzettséggel rendelkezők használják mindkét esetben a legritkábban a hangulatjeleket.

A kommunikáció környezetének vizsgálata után, a leggyakrabban használt hangulatjelekre kérdeztem rá és vizsgáltam. A kérdőívet kitöltőknek, az általuk használt három leggyakoribb hangulatjeleket kellett felsorolni. Összetettebb eredmények reményében, 407 fő válasza alapján, elemzésemben a tíz legtöbbet példának hozott hangulatjel látható. A kialakult lista diagrammal való ábrázolása a 3. sz. mellékletben megtalálható. A hangulatjeleket a kérdőív alanyai, saját maguk választották. A hangulatjelek hivatalos megnevezése minden esetben az Emojipedia alapján történt. Attól függően, hogy mely emotikonokat jelölték meg válaszként, az alábbi tíz hangulatjel került a listára:

1. 😄 az arc örömkönnnyekkel – 110 kitöltő választotta ezt az emoji-t
2. 😊 a mosolygó arc szív alakú szemmel – 65 kitöltő szavazata a második helyre volt elég
3. ❤️ a piros szív – 63 kitöltő jelölte meg a vörös szívet, így még dobogós helyen végzett
4. 👉 a felfelé mutató hüvelykujj – 47 szavazattal a negyedik
5. 😊 a mosolygós arc szívekkel – 46 szavazattal az ötödik
6. 🤡 a gurul a nevetéstől arc – 44 szavazattal a gurul a nevetéstől hangulatjel lett a hatodik legnépszerűbb
7. 😄 és 😊 a nevető arc mosolygó szemmel és a mosolygó szemmel nevető arc – a két hangulatjel annyira hasonló, hogy egynek vettem, így összesen, a kérdőívet kitöltő személyek közül 42 fő sorolta a nevető arcot mosolygó szemmel a top három hangulatjelébe
8. 😊 a mosolygó arc mosolygó szemekkel – 38 szavazattal a nyolcadik helyre került
9. 🤗 a csókot dobó arc – 36 szavazat a kilencedik helyre volt elég
10. 😊 a finoman mosolygó arc – 28 szavazattal még pont beleesett a tíz legnépszerűbb hangulatjelek listájába

Saját kutatásom 10 legnépszerűbb hangulatjeleinek eredményét összehasonlítva egy másik, hozzátétőlegesen egyidőben történő, az Egyesült Királyságra jellemző felmérés (Vande-Peer, 2023) eredményével, néhány különbséget és annál több egyezést találtam. A kutatás az Emojipedia által felmért 10 leggyakrabban használt hangulatjelek listáját eredményezte az Egyesült Királyság területén. A listán első helyen végzett hangulatjel, megegyezik a saját kutatásomban leggyakrabban használt hangulatjellel az „arc örömkönnnyekkel” 😄. A második helyen a „gurul a nevetéstől” 🤪, míg a dobogó legalsó fokán a „piros szív” ❤️ áll. Ezutóbbi két hangulatjel a saját listámon, az előkelő hatodik és harmadik helyet szerezte meg. A negyedik és ötödik helyet az „összetett kéz” 🙌 és a „zokogó arc” 😭. Saját kutatásomban ez a kettő jóval kevésbé volt népszerű és nem is került bele a tíz leggyakrabban használt emoji közé. A hetedik és nyolcadik helyet a „szikrák” emoji ✨ és a „tűz” emoji 🔥 szerezte meg. Ez a két emoji az én kutatásomban nemhogy az első tízbe nem jutott be, de a „szikrák” emoji említésre sem került a kitöltők körében és a „tűz” emoji sem volt sokkal sikeresebb azzal az összesen kettő szavazattal, amit begyűjtött. Az *Emojipedia*-féle felmérés kilencedik és tizedik helyezettje a „mosolygó arc mosolygó szemekkel” 😊 és a „mosolygós arc szívekkel” 😍. Népszerűségük hasonlóképpen az általam összeállított listán is szembetűnő, hiszen a nyolcadik és az ötödik helyen végeztek. A 2. sz. táblázatban a két lista összehasonlítása látható, a 3. és a 4. számú mellékletben pedig a két sorrend egyénileg feltüntetve.

Sorrend	Saját kutatásom top 10 hangulatjele	Az Emojipedia top 10 hangulatjele
1.	 *	 *
2.	 *	 *
3.	 *	 *
4.		
5.	 *	
6.	 *	 *
7.		
8.	 *	
9.		 *
10.		 *

2. sz. táblázat Saját kutatásom és az Emojipedia kutatása az Egyesült Királyság területén 10 leggyakrabban használt hangulatjeleket ábrázolva (N = 407fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024; Van-de-Peer, 2023

Összességében tehát megállapíthatjuk, hogy saját kutatásom tíz legnépszerűbb hangulatjele és az *Emojipedia* top tízes emoji listája hat közös elemet tartalmaz. A közös elemeket az ábrán csillaggal jelöltem.

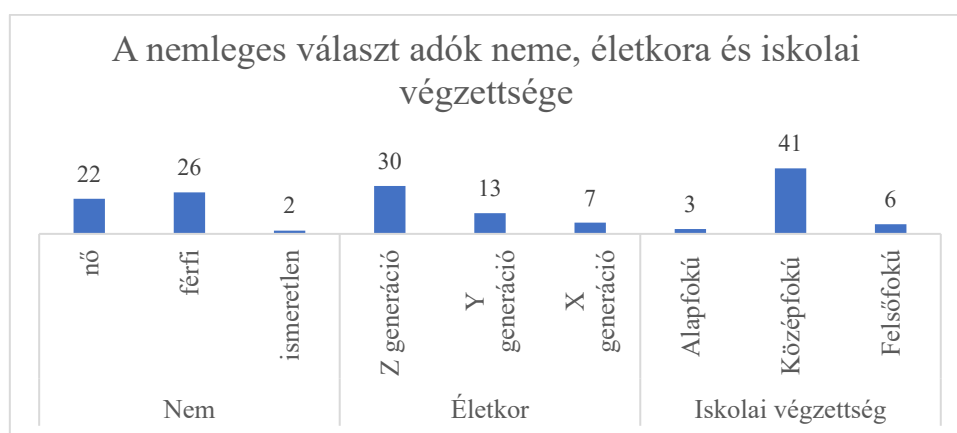
Életkor alapján, az X, Y és Z generációba sorolt alanyok legnépszerűbbnek választott hangulatjelei között, számos különbséget véltem felfedezni. Az X generáció (76 fő), azaz a 44 éves és a fölötti személyek legtöbbet választott hangulatjelei a „felfelé mutató hüvelykujj”, a „piros szív” és a „mosolygó arc” voltak. A Y generáció (162 fő), a 28 és 43 év közötti kitöltők szemében az „arc örömkönnnyekkel”, a „nevető arc mosolygó szemmel” és a „felfelé mutató hüvelykujj” voltak a legnépszerűbbek, míg a legfiatalabb, a Z generáció választottjai (169 fő) megegyeztek az eredeti 10 legnépszerűbb hangulatjel listájának első három helyezettjével, azaz az „arc örömkönnnyekkel”, a „mosolygó arc szív alakú szemmel” és a „piros szívvel”.

Iskolai végzettség alapján vizsgálva, az alapfokú (29 fő) és a középfokú (278 fő) iskolai végzettséggel rendelkezők három leggyakrabban használt hangulatjele ugyancsak azonos top 10-es lista három leggyakrabban használt hangulatjelével. Egy leheletnyi különbséget a felsőfokú végzettséggel rendelkezők (100 fő) esetében azonban találtam, az ők leggyakrabban

használt hangulatjelei közé az „arc örömkönnyekkel”, a „nevető arc mosolygó szemmel” és a „piros szív” voltak.

A második szakasz utolsó vizsgálati pontjai, hogy a hangulatjelek használatakor a kérdőívet kitöltő személyek figyelembe veszik-e azt, hogy milyen régóta ismerik az illetőt és hogy milyen fajta az ismeretség: családi, baráti vagy munkahelyi. Az adatok feldolgozása után, arra a megállapításra jutottam, hogy a válaszadók kicsivel több, mint 87 százaléka (357 fő) figyelembe veszi, hogy milyen régóta ismeri azt a személyt, akinek a hangulatjelet küldi írásbeli kommunikációja során és 13 százaléka (50 fő) nem fordít rá figyelmet. A kiértékelt válaszok azt mutatják, hogy az emberek nagyrésze egy-egy hangulatjel elküldése előtt számításba veszi azt, hogy ki is az üzenet címzettje.

Ezen megállapítás kapcsán, az 50 nemleges válasz tulajdonosának körültekinő vizsgálatát is elvégeztem, ugyanis saját véleményem és a feldolgozott szakirodalom alapján is azt gondolnám helyesnek, ha az időtartam az ismeretségre vonatkozóan, megfontolandó tényező lenne. Összefüggések után kutatva belenéztem, hogy milyen nemű, korú és iskolai végzettségű személyek válaszoltak nemmel a kérdőív erre vonatkozó kérdésére. A 11. sz. ábra az imént felsorolt adatokat szemlélteti.



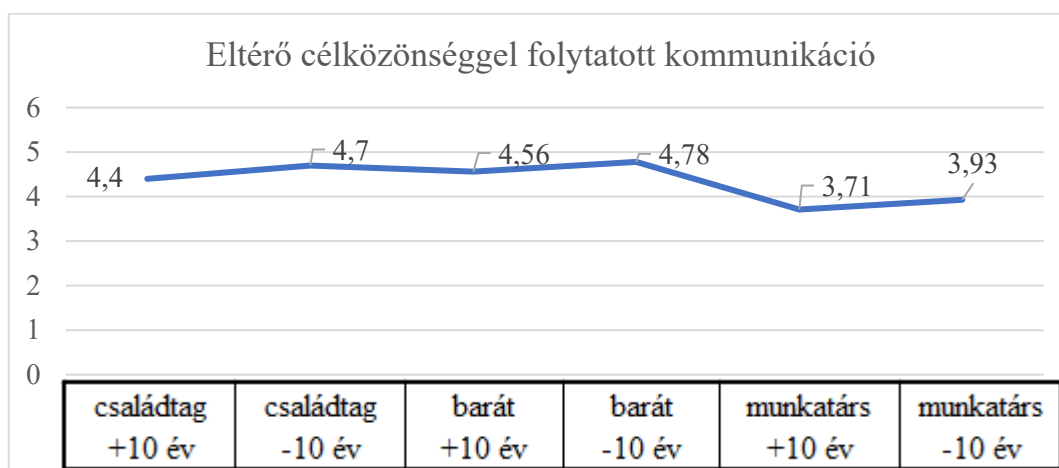
11. sz. ábra Az ismeretség fontosságát tartó kérdésre nemmel válaszolók nemre, életkorra és iskolai végzettségre való bontása (N = 50 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

Nemüket tekintve az 50 nemleges választ adó alanyból, a férfiak emelkedtek ki 26 szavazattal. Korukat tekintve túlnyomóan a Z generáció az, akit a legkevésbé veszi figyelembe, hogy mióta ismeri az illetőt amikor emotikonokról van szó. Ismerve a tényt, hogy a Z generáció fiataljainak emotikonokkal való kommunikáció a világ legtermészetesebb dolga – hiszen ebbe születtek bele -, ez az eredmény nem meglepő. Kiemelkedő számmal (41 fő), ugyancsak a lista élén állnak a középfokú végzettséggel rendelkező személyek. Általánosságban tehát

elmondható, hogy az írásos kommunikáció során alkalmazott hangulatjel használatkor, az ismeretség mértékét legkevésbé, a Z generációs, középfokú végzettséggel rendelkező férfiak veszik figyelembe.

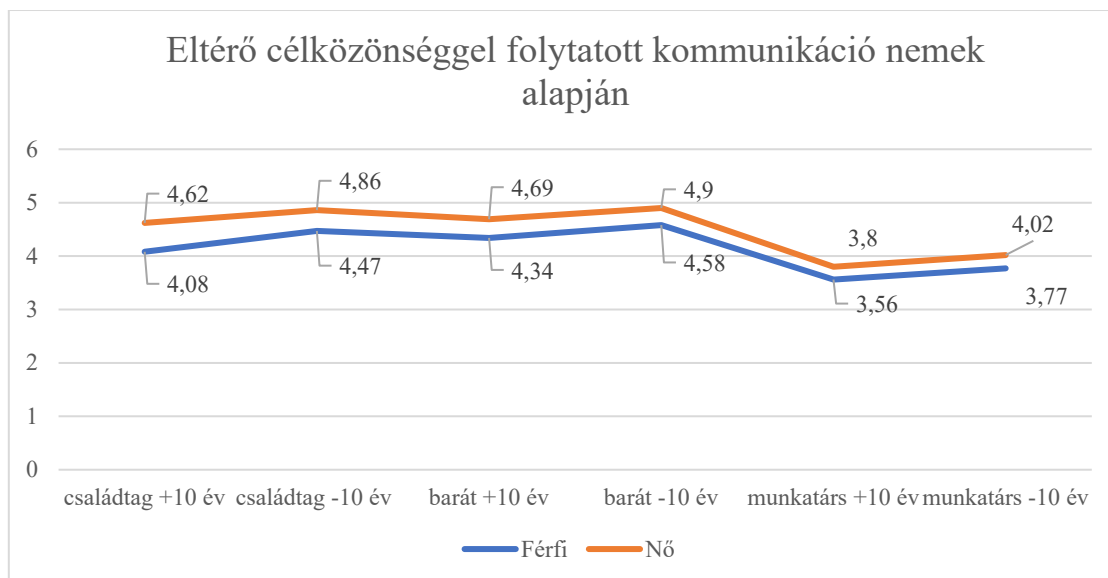
Az ismeretség által befolyásolt hangulatjel használat vonalán tovább folytatva az összefüggések keresését, a második szakasz utolsó kérdésének válaszait feldolgozva megnéztem, hogy mennyiben változnak a résztvevők hangulatjel használati szokásai különböző beszélgetőpartnerek esetén. Az utolsó kérdésnél két feladatuk volt a kérdőívet kitöltőknek: bejelölni, hogy kinek és milyen gyakran szoktak hangulatjeleket küldeni. A felsorolásban szerepeltek a 10 évvel idősebb és fiatalabb családtagok, barátok és kollégák. A kérdőív ezen kérdése, ezzel a szemponttal a generációs különbségekre implikál. A gyakoriságot most is 6 fokú Likert-skálával mértem, a „soha” volt az 1-es és a „nagyon gyakran” a 6-os. Az eredményeket átlagpontok formájában ábrázolom. (A nyers adatokat szemléltető táblázat az 5. sz. mellékletben érhető el)



12. sz. ábra *Eltérő célközönséggel folytatott kommunikáció során használt hangulatjelek gyakorisága (N = 407 fő)*

Forrás: Saját kutatás, 2024

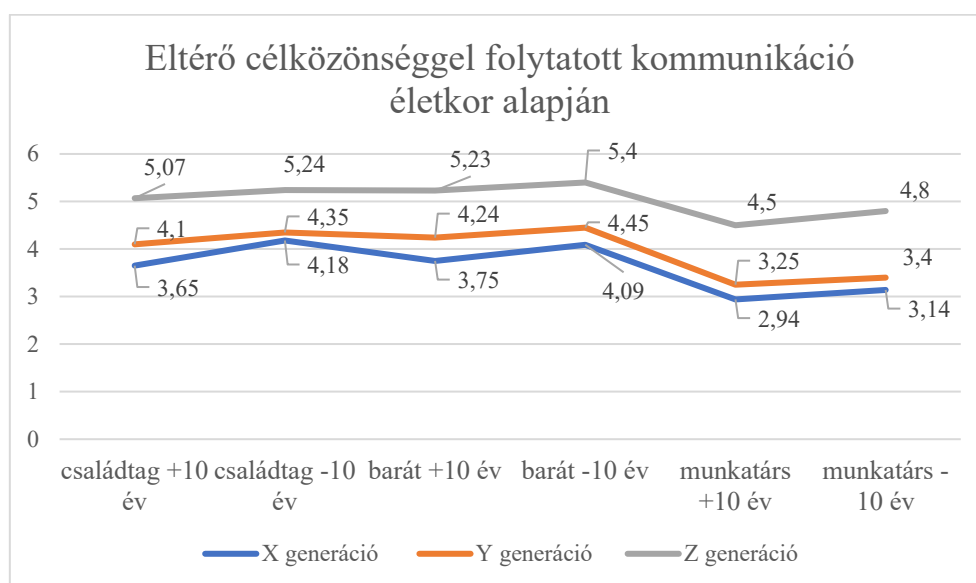
A fenti ábra jól mutatja, hogy leggyakrabban a barátaiknak küldenek hangulatjeleket és ezen belül is leginkább a náluk fiatalabb barátoknak (4,78 század). Ehhez a számhoz képest alig maradnak el a fiatalabb családtagok (4,7 tized). Legritkábban, a náluk idősebb munkatársaik felé irányuló kommunikációban jelenik meg hangulatjel használat (3,71 század). Az adatokat további elemzésnek vettem alá, a már jól ismert három csoportra: nem, életkor és iskolai végzettségre bontva. Ezeket mind külön ábrán, vonaldiagram segítségével és átlagpontok megadásával mutatom be.



13.sz. ábra *Eltérő célközönséggel folytatott kommunikáció nemek alapján* (N = 396 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

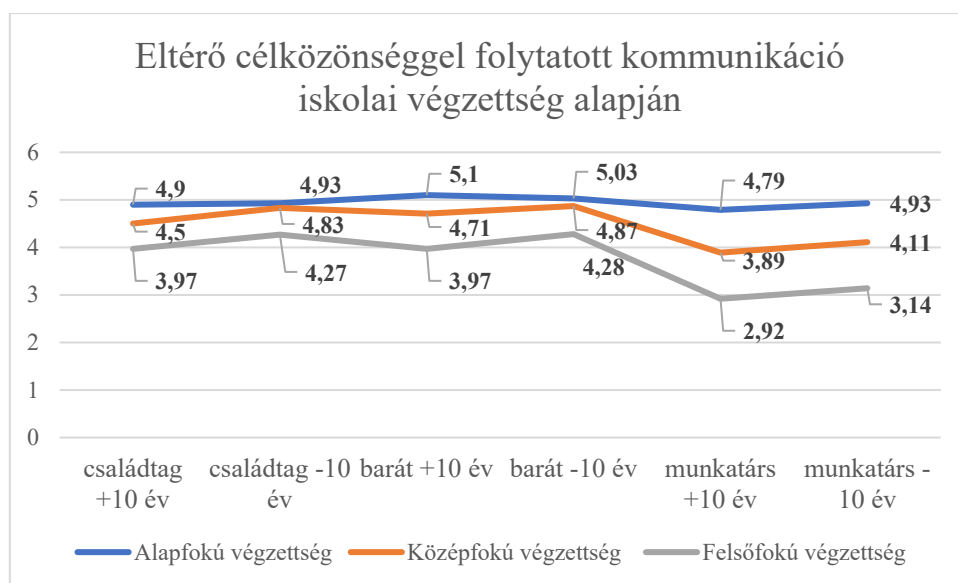
A vizsgálat eredménye jól mutatja a férfiak és nők különböző célközönséggel folytatott, az írásbeli kommunikáció során alkalmazott hangulatjel használati különbségeit (13. sz. ábra). A nők minden esetben a gyakoribb hangulatjel használók, szemben a férfiakkal. A legmagasabb gyakoriságot kifejező értéket a fiatalabb barátok kapták (4,9 tized), a legalacsonyabbat pedig az idősebb munkatársak (3,8 tized). Hasonló minta látható a férfiak esetében (csak alacsonyabb átlagpontokkal), ők is a náluk fiatalabb barátoknak küldenek leggyakrabban hangulatjeleket (4,58 század) és náluk idősebb munkatársaknak legritkábban (3,56 század).



14.sz. ábra *Eltérő célközönséggel folytatott kommunikáció életkor alapján* (N = 407 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

Életkor alapján vizsgálva, a három generáció közül, a Z generáció tűnik ki a sorból a minden téren magas átlagpontokkal. A Z generáció legszívesebben a nála fiatalabb barátoknak küld hangulatjelet (5,4 tized) és legkevésbé a nála idősebb kollégáknak (4,5 tized). Érdekes, hogy a Z generáció válaszai, olyan magas mértékű gyakoriságot mutatnak, hogy még a másik két generáció legmagasabb átlagpontja sem éri el a Z generáció legalacsonyabb kapott értékét. Az Y generáció ugyancsak a fiatalabb barátokat részesíti előnyben (4,45 tized), ezzel szemben az X generáció, legidősebb generáció lévén és a családi konvenciókat előre helyezve, a náluk fiatalabb családtagoknak küldenek legszívesebben hangulatjeleket.



15.sz. ábra *Eltérő célközönséggel folytatott kommunikáció iskolai végzettség alapján (N = 407 fő)*

Forrás: Saját kutatás, 2024

Az iskolai végzettségek vizsgálatakor, az alapfokú végzettséggel rendelkező személyek esetén egy kivételbe botlottam, ugyanis ez az egyetlen olyan csoport, amelyik a legszívesebben a náluk idősebb barátnak küldenek hangulatjeleket (5,1 tized) és nem a fiatalabbnak, ahogyan eddig ezt láttuk minden más esetben. A legritkább esetben, itt is minden csoport, a náluk idősebb munkatársakat jelölte meg.

Összességében kijelenthetjük azt, hogy a kitöltők (kortól, nemtől és iskolai végzettségtől függetlenül) elsősorban a barátoknak, másodsorban a családtagoknak és végsősoron a munkatársaknak küldenek hangulatjeleket. Legszívesebben, (egy esetet kivéve) a náluk fiatalabbnak teszik ezt, akiknek pedig legkevésbé szeretnek hangulatjelet küldeni, azok a náluk idősebb munkatársak.

c) A kérdőív harmadik szakaszának eredményei

A generációs jelentésbeli különbségek kutatására vonatkozik a kérdőív harmadik szakasza, amely azt vizsgálja, hogy milyen jelentést kapcsol a kérdőívet kitöltő személy az adott emotikonhoz még hozzá úgy, hogy a kitöltő személy választ egy vagy több az adott hangulatjel alá felsorolt jelentések közül azt vagy azokat, ami(k) a legjobban kifejezik annak jelentését. A korábban feldolgozott szakirodalom alapján elemzésemben elvártam, hogy különböző generációk számára a hangulatjelek más jelentést határozzanak meg. Erre az állításra hipotézis is épült. A következőkben hét különféle hangulatjellel derül fény arra, hogy a kitöltők milyen erősségű jelentést társítanak azokhoz. Ezt egy 6 fokú skálán mértem, ahol az 1-es volt a „nagyon gyenge”, a 6-os pedig a „nagyon erős”. Ezen kívül még négy eltérő hangulatjel várta a kitöltőktől, hogy a kérdőívben előre megadott 5-8 feltételezett jelentés közül jelöljék be azt (vagy azokat, akár többet is), amelyekkel egyetértettek és az oszlopok közül azt is, amilyen intenzitású érzelmet kapcsoltak a hangulatjel általuk kiválasztott jelentéséhez. Az összes kitöltő, valamint az X, Y és Z generáció csoportjaira lebontott adatokat az 6. sz. mellékletben érhetőek el.

Az első kérdés, ami a hét különböző hangulatjelet vizsgálta, így hangzott: *Kérem jelölje, hogy az 1-től 6-ig terjedő skálán a sor elején található hangulatjel milyen jelentéssel bír a kommunikációja során!* (például: A 😄 hangulatjelet küldte, miközben el se mosolyodott.)

😄 (nyitott szájjal nevető arc): Az első hangulatjelet a legtöbb válaszadó (120 fő) az „erős” kategóriába sorolta. Második helyre az „inkább erős” kategória került (113 fő) és harmadik helyre a „nagyon erős” (66 fő). Ez azt bizonyítja, hogy a „nyitott szájjal nevető arc”-hoz a többség „erős” jelentést társít. Generációkra lebontva hasonló eredményeket kaptam, ugyanis az X generáció 25 százaléka (19 fő) az „inkább erős” kategóriába, az Y generáció több mint 32 százaléka (53 fő) szintén az „inkább erős” kategóriába, míg a Z generáció 43 százaléka (73 fő), az „erős” kategóriába sorolta az első hangulatjelet. A kapott eredmény alátámasztja a hangulatjel általános jelentését, amik az öröm, jókedv és a humor lehetnek.

😡 (duzzogó arc): A második hangulatjel esetében, a legtöbb válaszadó (94 fő) az „inkább erős” opciót választotta. Ez azt jelenti, hogy a többség, amikor úgy dönt, hogy a „duzzogó arc”-ot küldi el írott üzenetben, abban a szituációban, valóban hasonlóan érez. Az X generáció többsége (25 fő), ezzel szemben a „gyenge” válaszlehetőséget, az Y generáció többsége (35 fő) az „inkább gyengét”, míg a Z generáció nagyrésze legtöbbször választott opciója (53 fő) az „inkább

erős” volt. A generációs bontás vizsgálata alapján tehát arra a következtetésre jutottam, hogy minél fiatalabb generációról van szó, annál erősebb jelentés társul a hangulatjelhez.

❤️ (piros szív): A „piros szív” emoji jelentése értelemszerűen a szeretet, a szerelem és a romantika. A legtöbb válaszadó (118 fő) ezt a hangulatjelet az „erős” intenzitású kategóriába sorolta. Generációs bontásban viszont azt láthatjuk, hogy nem minden csoport ért ezzel egyet. A Z generáció volt az egyetlen olyan csoport, amelyik szintén az „erős” kategóriát jelölte meg legtöbb esetben (64 fő). Az X generáció többsége ezzel szemben az „inkább gyenge” válaszlehetőséget, míg az Y generáció körében az „inkább erős” intenzitás került a legnépszerűbb helyre.

😂 (arc örömkönnnyekkel): A negyedik hangulatjel jelentése mindenképpen pozitív, akkor használjuk, ha valamit viccesnek találunk, méghozzá annyira, hogy a nevetéstől a könnyünk is kicsordul. A harmadik szakaszban vizsgált hét hangulatjelből, ez a hangulatjel gyűjtött össze a legtöbb szavazatot egy kategórián belül, 126 fő sorolta az „erős” intenzitású csoportba. Ám a generációk közül ezzel, csak a Z generáció értett egyet, hiszen a csoport nagyrésze (72 fő) ugyancsak „erős” intenzitásúnak találta a hangulatjelet. Az X és az Y generáció többsége, az „inkább erős” opcióval értett egyet.

😏 (mosolygó arc napszemüveggel): Gyakran használt hangulatjel a szlengben, általában a magabiztosság kifejezésére használják és arra, ha valami kiváló. Az általános jelentés alapján azt várnánk, hogy a fiatalabb generáció társítson hozzá erősebb intenzitást, mivel a szleng használata is a fiatalabb generációra jellemző inkább. Legtöbben (98 fő), az „inkább erős” fokozatot jelölték meg, amivel éppen úgy, mint az előző hangulatjel esetében, csak a Z generáció (54 fő) értett egyet. Mind az Y és az X generáció is az „inkább gyenge” intenzitást kapcsolta a hangulatjelhez. Tehát, amit korábban feltételeztünk, hogy a fiatalabb generáció fog a „mosolygó arc napszemüveggel” emojihoz erősebb intenzitású érzelmet kapcsolni, beigazolódott.

😞 (kissé komor arc): A következő hangulatjel csalódottságot vagy enyhe aggodalmat fejez ki. A hangulatjelhez társított intenzitás ebben az esetben az „erős” volt 114 jelöléssel. Érdekes módon az X generáció ettől a választól nagyon különbözőt jelölt meg, legtöbben (18 fő) a „gyenge” intenzitást. Míg az Y generáció az „inkább erős” lehetőséget, a Z generáció pedig az „erős” intenzitást társította a hangulatjelhez.



(bulizó arc): A kérdésben szereplő utolsó hangulatjel, a sárga arc egy bulizós kalappal, szájában egy duda és konfettikkal a feje körül, az ünneplést és a szórakozást jelenti, tehát mindenképpen pozitív jelentéssel bír. Használatának intenzitásáról azonban újfent eltérő vélemények születtek. Míg az összes kitöltő az „inkább erős” , az X generáció az „inkább gyenge” intenzitást kapcsolta hozzá. Az Y generáció, még a saját csoportján belül sem jutott egyhangú választásra, az „inkább gyenge” és az „inkább erős” intenzitás ugyanannyi jelölést (36 fő) kapott. Ezzel szemben a Z generáció egyhangúan az „erős” intenzitású érzelmet kapcsolt a hangulatjelhez. A kérdőívet kitöltők válaszai alapján, összességében az mondható el, hogy a legerősebb érzelmi intenzitást az „arc örömkönnnyekkel” és a „nyitott szájjal nevető arc” kapta, míg a legalacsonyabb érzelmi intenzitást a „duzzogó arc” és a „bulizó arc” érte el.

A harmadik szakasz következő részében, arra a négy hangulatjelre érkezett válaszokat elemeztem, amelyek a jelentésüket és a hozzá kapcsolt érzelem intenzitását fejezték ki.



- finoman mosolygó arc - Az első vizsgált hangulatjel a „finoman mosolygó arc”, amely eredetileg kedves, pozitív jelentésvonzattal rendelkezett, ám az idő előrehaladtával ehhez társult ironikus, negatív jelentés is. Manapság, ha egy pozitívan ható mondat végére tesszük ki ezt a hangulatjelet például: „Tudod, hogy mennyire imádom a csokit.” , azt is sugallhatja, hogy a beszélő valójában nincs oda a csokoládéért. A kérdőívet kitöltőknek, a következő hét jelentés közül kellett kiválasztaniuk azokat, amelyeket szerintük a hangulatjel kifejezi: „kedvesség”, „cinikusság”, „elégedetlenség”, „agresszió”, „idegesség”, „elégedettség” és „boldogság”. Miután kiválasztották a számukra megfelelő jelentést, 1-től 6-ig kellett a jelentést besorolni különböző intenzitású pozitív vagy negatív töltetű kategóriákba. Az összes kitöltő válasza alapján, a pozitív jelentésű kategóriák emelkedtek ki a többi közül. Ez volt a „kedvesség” 348 jelöléssel (85,5 százalék) és a „boldogság” 339 jelöléssel (83,2 százalék), melyekhez az „erős pozitív” érzelem intenzitást társították. A legkevésbé választott jelentések az „elégedetlenség”, az „agresszió” és az „idegesség” voltak. A generációk csoportjait vizsgálva (X, Y és Z generáció), ugyanezeket az eredményeket kapjuk. Ugyan a Z generáció, legnagyobb százalékban (47,7 százalék) a „cinikusság”-ot jelölte meg, főleg negatív érzéseket társítva hozzá, ez a szám még mindig elenyésző a legmagasabb százalékot kapó, pozitív töltetű „kedvesség” és „boldogság” jelentésekhez képest. Ez alapján azt mondhatjuk el, hogy a „finoman mosolygó arc”, generációtól függetlenül, főként pozitív jelentést fejez ki.



- felfelé tartott hüvelykujj vagy a „lájk” jel - A második hangulatjel esetén nyolc jelentésből („egyvetértés”, „agresszió”, „megerősítés”, „flegmaság”, „együttérzés”, „elégettség”,

„kedvesség”, „tetszés”) kellett választaniuk a kitöltőknek és a választott jelentésekhez érzelem intenzitást társítani. A hangulatjel általánosan jóváhagyást, egyetértést jelent. A „felfelé tartott hüvelykujj” hasonló jelentésbeli változásokon ment keresztül az évek során, mint az első emotikonunk, a „finoman mosolygó arc”. Mostanra szarkasztikus, már-már passzív-agresszív és becsmérő jelentések is társíthatók hozzá. Ennek ellenére úgy tűnik, hogy a kitöltők megmaradtak a hangulatjel eredeti jelentésénél, ugyanis a legtöbb jelölést itt is egyhangúan a „tetszés” (85 százalék) és az „egyetértés” (75,4 százalék) kapta. Mindkét esetben az „erős pozitív” intenzitás került az első helyre, amely hasonlóan alakult a generációk csoportjainak körében is, egy kivétellel: a Z generáció a „nagyon erős” válaszlehetőséget jelölte meg legtöbb esetben. A legkevesebbet választott jelentések között voltak az „agresszió” és a „flegmaság”, mind negatív konnotációval bíró szavak.

 - főlelemtől sikoltó arc – A harmadik hangulatjel melyhez jelentést és érzelem intenzitást kellett társítani a „főlelemtől sikoltó arc” volt. A válaszadóknak itt öt jelentésből kellett megjelölni azt, amelyikkel leginkább egyetértenek és ugyanúgy, mint az előző két hangulatjelnél, 1-től 6-ig terjedő skálán megjelölni a választott érzelem intenzitását. Az öt érzelem a „lenyűgözött”, „ideges”, „meglepettség”, „főlelem” és „döbbsent” volt. A válaszadók közül legtöbbsen (79,8 százalék) a „döbbsent” érzelmét társították a hangulatjelhez „inkább negatív” érzelmi intenzitással. Némileg eltért a Z generáció válasza alapján kapott eredmény, ők ugyanis a „döbbsent” mellett (83,4 százalék) a „főlelem” jelentést is magasszámban (81,6 százalék) jelölték meg.

 - nevető arc verejtékkal - A negyedik hangulatjel célja az idegek vagy a kellemetlen érzés ábrázolása, de gyakran használják arra is, ha valaki valamit sikeresen elkerül, vagy kimarad, például: „Hú, ez az autó közel volt!” és verejtéket törölget a homlokáról. A kitöltők válasza alapján, hiába a széles mosoly, mind „inkább negatív” jelentést társít a hangulatjelhez. Jelentésnek leggyakrabban a kitöltők 71,4 százaléka, a „zavarban van”-t jelölték, az X generáció csoportját kivéve. Közülük 63,1 százalék választotta a „nevet” és 60,5 százalék azt, hogy „nincs önbizalma”. A „nevet” esetében ugyanannyian (14 fő) állította, hogy „inkább negatív” intenzitású érzelmét vált ki, az „inkább pozitív”-at.

Összességében, a generációk hangulatjelekhez társított jelentések különbözősége, egy esetben kívül, számottevően nem jelentkezett a fent elemzett kérdések során. Ezzel kijelenthetjük, hogy a kérdőívben résztvevő alanyok, generációtól függetlenül, többsnyire egyetértenek a kérdőív ezen szakaszában felsorolt hangulatjelek jelentését illetően.

d) A kérdőív negyedik szakaszának eredményei

A kérdőív negyedik szakasza hét kérdést foglal magában, ezek közül négy kérdés azt kutatja, hogy megváltoztathatják-e a hangulatjelek egy-egy mondat jelentését. A kérdések mindegyikéhez két-két azonos példamondat kapcsolódik azzal a különbséggel, hogy az egyik végén hangulatjel található, a másik ezzel szemben hangulatjel nélkül jelenik meg. Az adatok elemzéséből kiderül, hogy hangulatjel társításával a mondatok jelentése változott-e. (Az adatok főre és százalékos arányra lebontva a 7. sz. és a 8. sz. mellékletben láthatóak).

Ön szerint van jelentésbeli különbség az alábbi mondatok között?

A, Nagyon szeretem, amikor így beszél velem.

B, Nagyon szeretem, amikor így beszél velem. 😞

Az első mondatpár egyikében szereplő hangulatjel („a síró arc”) a kitöltők szerint, egyértelműen megváltoztatja a mondat jelentését, ugyanis a kitöltők 87 százaléka (357 fő) válaszolt úgy, hogy van jelentésbeli különbség. A férfiak 86 százaléka és a nők 88 százaléka teljes egyenértékben voksolt a jelentésváltoztatás mellett. Az eltérő generációk csoportjai többségében, szintúgy a jelentésváltozás mellett szavazott, ám a százalékok már nagyobb különbséget mutattak. A Z generáció közül gondolják a legtöbben (97 százalék) azt, hogy változik a mondat jelentése a hangulatjel hozzáadása után, ezt követi az Y (83 százalék) és az X (76 százalék) gondolja legkisebb arányban így. Az iskolai végzettségek elemzésekor ugyancsak nagyobb eltéréseket találtam. Az alapfokú végzettséggel rendelkezők csoportja, hasonlóan a Z generációhoz, 96 százalékkal a legnagyobb arányban ért egyet a hangulatjelek jelentésváltoztató funkciójával, a középfokú végzettséggel rendelkezők 90 százaléka és a felsőfokú végzettséggel rendelkezők mindössze 77 százalékaival szemben.

Összességében elmondható, hogy bár nemekre lebontva nincs számottevő különbség, a legfiatalabb generáció és az alapfokú végzettséggel rendelkező személyek számára bír egy hangulatjel a legtöbb esetben jelentést változtató erővel.

Ön szerint van jelentésbeli különbség az alábbi mondatok között?

A, Nagyon kedvelem az új kollégát.

B, Nagyon kedvelem az új kollégát. 😊

A második mondatpár a „finoman mosolygó arc” emojival már jóval megosztóbb, mint az első volt, itt ugyanis nem született egyhangú eredmény, nem minden csoport gondolta úgy,

hogy a mondat végi emoji megváltoztatná annak jelentését. Összességében 62 százalékuk (254 fő) döntött a jelentésváltozás mellett és 38 százalék (153 fő) gondolta úgy, hogy nem változik. A nemek szavazati aránya ismét közel került az összeshez, a férfiak 61 százaléka míg a nők 60 százaléka ért egyet azzal, hogy változott a mondat jelentése. A generációk közül, míg a Z generáció 80 százaléka egyet értett a fentiekkel, addig az Y és X generáció többsége 51 százalék és 53 százalék ezzel ellentétben arra jutott, hogy a mondat végére elhelyezett „finoman mosolygó emoji” nem módosítja a mondat jelentését. Az iskolai végzettségek vizsgálata esetében, az alapkú és a középkú végzettséggel rendelkező alanyok egyöntetű 69 százaléka értett egyet az emoji jelentést változtató szerepével, míg a felsőfokú végzettségűek 58 százaléka ez ellen tette le a voksát.

Összességében megállapíthatjuk, hogy a finoman mosolygó emoji nem ért el egyértelmű eredményt. Míg a nők és férfiak, a legfiatalabb generáció, az alapkú és a középkú végzettséggel rendelkezők csoportja jelentésbeli különbséget vél felfedezni egy emojival ellátott mondat láttán, az Y generáció, az X generációval és a felsőfokú végzettséggel rendelkező személyek csoportjával egyetértésben, nem tulajdonít a mondat végi hangulatjelnek többletjelentést.

Ön szerint van jelentésbeli különbség az alábbi mondatok között?

A. Örölnék, ha máskor ez nem fordulna elő.

B. Örölnék, ha máskor ez nem fordulna elő. 🤔

A harmadik mondatpár, az egyik mondat végén álló „gurul a nevetéstől arc” emojival, összesítve ugyanazt az eredményt érte el, mint az első mondatpár. 87 százaléka a válaszolóknak (358 fő) állítja, hogy az emoji használatával jelentésbeli különbség alakul ki a két mondat között, míg 13 százalék (49 fő) nem lát különbséget, emoji ide vagy oda. A nemek csoportjainak vizsgálata esetén nem fedeztem fel számottevő különbséget. A férfiak 85 százaléka (150 fő) és a nők 89 százaléka (197 fő) egyet ért a jelentésváltozással. A három generációs csoport ugyancsak egyöntetűen jelentésbeli különbséget vél felfedezni az emojival ellátott mondat és az emoji nélkül áll mondat között. Legmagasabb százalékban (97 százalék) most is a Z generáció szavazott a jelentésváltozás mellett, őket követték az Y generációba tartozó személyek (84 százalék) és a sort most is a legidősebbek, az X generáció tagjai zárták (69 százalékkal). Az iskolai végzettségek csoportjai sem gondolkodtak másképpen. Az alapkú végzettséggel rendelkezők 93 százaléka, a középkú végzettséggel rendelkezők 89 százaléka és a felsőfokú végzettséggel rendelkezők 82 százaléka is úgy gondolta, hogy van különbség a

hangulatjellel ellátott mondat és az a nélkül szereplő mondat között. Összességében elmondható, hogy itt is egyetértést látunk minden csoport esetén.

Ön szerint van jelentésbeli különbség az alábbi mondatok között?

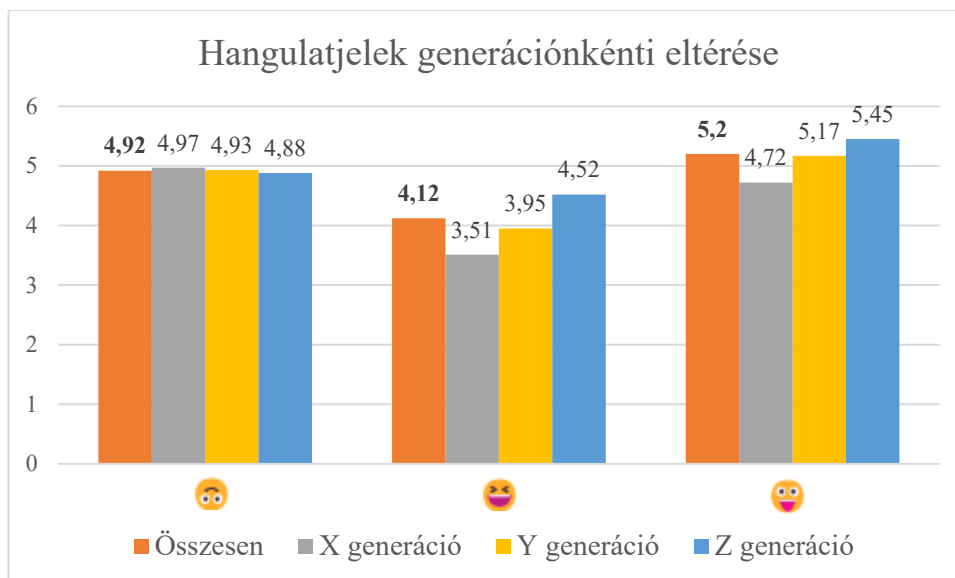
A, Szeretnéd, ha átmennék segíteni?

B, Szeretnéd, ha átmennék segíteni? 😊

A negyedik és egyben utolsó mondatpár a végén elhelyezett „kacsintós arc” hangulatjellel hozta a legeggyértelműbb eredményt. A kérdőív kitöltőinek 90 százaléka állította a negyedik mondatpár kapcsán, hogy a kacsintó arc emoji jelentésváltozást okoz a mondat végén való szereplésével. A negyedik mondatpárnál fordult elő egyedül, hogy egy csoport, méghozzá az alapfokú végzettséggel rendelkezők csoportja, 100 százalékos egyetértéssel jelölte meg azt, hogy van különbség a két mondat között. Ezzel ellentétben a felsőfokú végzettséggel rendelkező alanyok állították a legkisebb százalékban (78 százalék) ugyanezt, amivel a középfokú végzettséggel rendelkezők is 93 százalékban értettek egyet. Hasonlóan az előző mondatpárokhoz a férfiak és a nők 88 és 90 százalékban találtak jelentésbeli különbséget a két mondat között. A generációk között, a Z generáció érte el a legmagasabb szavazati arányt a 169 főből 167 (98 százalék), őket követték a sorban az Y generáció tagjai 83 százalékkal és a sort az X generáció zárta 81 százalékkal.

A negyedik szakasz első felének eredményeit, azzal a következtetéssel zárhatjuk, hogy a kitöltők többsége, bizony észrevesz valamilyen jelentésbeli változást abban az esetben, ha hangulatjel áll a mondat végén. Azt, hogy a jelentésváltozás pozitív vagy negatív irányba hat, a következő kérdések válaszai alapján kiderül.

A negyedik szakasz maradék három kérdése konkrét hangulatjelekre kérdez rá, abban a viszonylatban, hogy pozitív vagy negatív kicsengésű jelentéssel bír a kitöltő számára. Ezt egy 6 fokú Likert-skálával mértem, ahol az 1-es opció jelentette a skála negatív végét, míg a 6-os a pozitívát. Dolgozatom korábbi fejezetében már volt szó a hangulatjelek jelentésének generációkénti eltéréseiről. Ennek az állításnak e kérdésre érkezett válaszok elemzésének segítségével járok utána. A 16. sz. ábrán a hangulatjelek jelentésbeli különbségének adatai láthatók átlagpontokban megadva az összes válaszolóra és generációkra lebontva.



16. sz. ábra. A három választott hangulatjel jelentésbeli különbsége az összes válaszoló által és generációként vizsgálva átlagpontokban mérve (N = 407 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

Az első hangulatjel a „fejjel lefelé fordult arc”: 🤔. Ez a klasszikus mosolygós smiley. Általában ironia, szarkazmus, tréfálkozás vagy ostobaság vagy annak érzésének közvetítésére használják. Bár ez a hangulatjel inkább negatív jelentést hordoz magában, a válaszolók 4,92 századdal egyöntetűen a skála pozitív feléhez sorolják. Nem volt ez másképp generációs bontásban sem, a 3 generáció válaszai között mindössze 9 századnyi eltérés mutatkozott. Így az X generáció válaszai 4,97 század, az Y generáció válaszai 4,93 század, míg a Z generáció válaszai 4,88 század eredményt hozott.

A második hangulatjel a „nyitott mosolyú és X alakú szemű arc”: 😬. Gyakran izgalmat vagy kiadós nevetést közvetít. Az összes válasz alapján (4,12 század) ez a hangulatjel is a skála pozitív feléhez húz. Itt azonban felfedezhetünk generációs különbségeket, pontosan 1,01 átlagpont az eltérés például az X generáció (3,51 század) és a Z generáció (4,52) között. Az Y generáció válaszainak értéke (3,95 század) a kettő érték között mozgott. Így elmondhatjuk, hogy a generációk közül a nyitott mosolyú és X alakú szemű arc a Z generáció számára bír a legpozitívabb jelentéssel.

A harmadik hangulatjel a „kinyújtott nyelvű arc”: 😬. Különbözőképpen közvetítheti a szórakozás, az izgalom, az ostobaság, a cukiság, a boldogság vagy a tréfa érzését, mintha „csak viccelnék”! A válaszadók véleménye alapján, a 3 hangulatjel közül, ez a legpozitívabb jelentésű 5,2 tizedes átlagponttal. Ám generációs bontásban itt is megtalálható ugyanaz a különbség a

legidősebb és a legfiatalabb generáció között, mint az előző esetben. Míg az X generáció 4,72 századot ért el, a Z generáció ezzel szemben még az összes válaszoló átlagértékét is felülmúlta a 5,45 százados átlagponttal.

Összességében kijelenthetjük, hogy még ha nem is számottevő a különbség, de azért látható jelentésbeli eltérés a három generáció között, kiváltképp az X és a Z generációba tartozó alanyok között.

e) A kérdőív utolsó szakaszának eredményei

Az ötödik és egyben utolsó szakaszban, kilenc esetben vártam a válaszolók véleményét a hangulatjelekkel kapcsolatos különböző állításokról. A válaszokat ugyanúgy, ahogyan eddig is, egy 6 fokú skálán mértem, ahol az 1-es volt az „egyáltalán nem értek egyet”, a 6-os pedig a „teljes mértékben egyetértek”. A válaszokat az összes válaszra és generációs csoportokra bontva elemeztem, kivéve a második kérdésnél, ahol az összes válasz mellett az iskolai végzettséget vizsgáltam meg csoportokra bontva. Az adatok kiértékelése átlagpontokban kerülnek megjelenítésre a csoportok számának különbsége miatt.

1. Az idősebbek ritkábban használják a hangulatjeleket az írásbeli kommunikációjuk során.

Az első állítás esetében többnyire egyhangú eredmények születtek. Az összes válasz alapján 5 egész jött ki, míg az X generáció 4,85 századdal kicsit bizonytalanabb az állításban, de egyetért azzal. Az Y generáció 4,88 századdal és a generációk között a legmagasabb átlagponttal 5,18 századdal a Z generáció csoportja. A feldolgozott adatok alapján azt mondhatjuk, hogy a kérdőívet kitöltő személyek többnyire egyetértenek az állítással, miszerint az idősebbekre a ritkább hangulatjel használat jellemző, hiszen 51,1 százalékuk (210 fő) a „teljes mértékben egyetért” választ jelölte meg.

2. A magasabb iskolázottságúak ritkábban használják a hangulatjeleket az írásbeli kommunikációjuk során.

A második állítás összesített átlagpontja 4,5 tized lett. Mivel a kérdés az iskolai végzettséggel áll kapcsolatban, így az adatokat is az alapfokú, középfokú és felsőfokú végzettséggel rendelkező személyek válaszai alapján értékeltem. Hasonló szintű egyezést találtam a csoportok között, mint az első állítás esetében, így nem meglepő, hogy az eredmény az alapfokú végzettségű csoportnál 4,72 század, a középfokú végzettségű csoport esetén 4,44 század és a felsőfokú végzettségű csoportnál 4,6 tized lett. Összességében elmondhatjuk, hogy a válaszolók

többsége egyetért az állítással, mert 30,5 százalékuk (124 fő) a „többnyire egyetért”, 30,2 százalékuk (123 fő) pedig a „teljes mértékben egyetért” választ jelölte meg

3. A fiatalabbak jobban megértik egymást, így a hangulatjelek tartalmában is jobban egyetértenek.

A harmadik állítás szintén egyhangú eredményt hozott. A válaszolók 42,5 százaléka (173 fő) értett teljesen egyet az állítással. Ez az eredmény átlagpontban számítva 4,83 század. A különböző generációk között sem fedeztem fel számottevő különbséget, az X generáció 4,73 századot, az Y generáció 4,65 századot és a Z generáció, a legmagasabbra kúszva, 4,98 századot ért el.

4. A hangulatjelek használata félreértésre adhat okot a személyek közötti kommunikációban.

A negyedik állításra érkezett válaszok között már fellelhető némi különbség. Míg összességében a legmagasabb százalékot, 24,8 százalékkal (101 fő) a „teljesen egyetért” választ kapta, addig a generációs csoportosítás válaszainak elemzése eltér ettől, kiváltképp a legfiatalabbak, a Z generáció, ahol a többség a „valamelyest egyetért” lehetőséget választotta. Az eredmények átlagpontokban a következőképp alakultak: az összes válasz esetén 4,02 század, az X generáció válaszai alapján 4,27 század, az Y generáció 4,22 század, míg a Z generáció válaszai a negyedik állításra csak a 3,73 századot érték el.

5. A hangulatjelek használata a választékos beszédmód rovására megy.

Az egyik legmegosztóbb állítás az ötödik volt. Az összességében 3,26 század átlagpontot elérő eredmény nagyban különbözik a százalékban kapott eredményektől. Ha százalékot nézünk ugyanis, a legmagasabb számot az „egyáltalán nem értek egyet” válaszlehetőség kapta 25,1 százalékkal (102 fő). A legkisebb egyetértést a Z generáció mutatta 2,81 századdal, őt követte az Y generáció csoportja 3,46 századdal és a legidősebb, az X generáció nagy eltéréssel a legfiatalabb generációtól 3,81 századdal. A kapott eredmények alapján elmondhatjuk, hogy a hangulatjelek nyelvre irányuló pusztító hatásával kevésbé értenek egyet a kitöltők, kiemelkedően ellentmondanak ennek a Z generáció csoportjába tartozó személyek.

6. *A mindennapjainkban a személyes érzelmeink és hangulataink megfelelő kifejezése fontos.*

A következő állítás az összes kitöltő válasza alapján 4,71 századot kapott, ami az állítással való bizonyos szintű egyetértését jelenti. A generációk válasza között is hasonló egyetértés alakult ki az átlagpontok alapján. Az X generáció 4,31 századra, az Y generáció 4,58 századra és az Z generáció 4,43 századra értékelte. Összességében tehát elmondhatjuk, hogy a legmagasabb százalékát a hat válaszlehetőség közül „a teljes mértékben egyetért” kapta 41 százalékkal (167 fő), míg 23,6 százalék (96 fő) pedig „többnyire egyetért” választ jelölt, ezért kijelenthetjük, hogy az állítással a többség igaznak gondolja.

7. *A munkahelyi kommunikáció során a hangulatjeleknek nincs semmi keresnivalójuk az üzenetben.*

A hetedik állítás hozta a legkülönbözőbb eredményt. Számottevő különbség az X generáció és a Z generáció között alakult ki. Míg a legfiatalabb generáció 2,6 tized átlagponttal nem ért egyet azzal, hogy a munkahelyi kommunikációban nincs helye hangulatjeleknek addig az X generáció 3,82 század átlagponttal azt a nézőpontot támogatja, miszerint a munkahelyi kommunikáció nem minden esetben helyénvaló hangulatjelet használni. Az összes kitöltő válasza alapján azt mondhatjuk el és vonhatjuk le végső következtetésként, hogy a hangulatjelek használata a munkahelyi kommunikációban időnként elfogadott.

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

A nyolcadik állítás szintén megosztotta a résztvevők véleményét a témával kapcsolatban. A Z generáció ért egyet leginkább az állítással (4,28 század), míg az Y generáció ért egyet a legkevésbé (2,95). Ilyen nagy különbségek generációk között azért alakulhattak ki, mert a Z generáció kezdetleges munkahelyi tapasztalattal rendelkezik, sőt csak olyan korból vannak ismeretei, ahol a hangulatjelek használata nagymértékű népszerűségnek örvend, ezáltal természetesebben iktatja be azokat a kommunikációjába, legyen az munkahelyi vagy általános.

9. *A hangulatjelek használata erősítheti a munkavállalók közötti kapcsolatot.*

Az utolsó állítás esetén, szintén a Z generáció véleménye tért el leginkább a másik két generációtól. Ők nagyobb szerepet tulajdonítanak a hangulatjelek csoportokat összekovácsoló erejének, 4,69 század átlagpontot elérve az X és Y generáció 3,6 tized átlagpontjához képest.

A kérdőív utolsó kérdése volt a bónusz kérdés, ahol a kitöltők saját véleményét alkothattak a témáról és arról, hogy mit váltottak ki belőlük a kérdések. Hozzáadhatták azokat a gondolatokat is a kérdőívhez, amik eszükbe jutottak a hangulatjelekről vagy azok használatáról. Ez a kérdés nem volt kötelező, így a 407 kitöltőből 70-en alkottak véleményt, még ha néhányan ezt stílusosan egy felfelé mutató hüvelykujj emotikonnal tették is. A következő sorokban ezekből olvashatunk néhányat, amelyek csak ráerősítenek arra, hogy mennyire különböző véleményen vannak a különböző nemű, életkorú és iskolai végzettséggel rendelkező alanyok :

„Korábban nem is gondoltam a hangulatjelek komolyságára. Ha akarjuk, tényleg megváltoztathatjuk vele az egész mondanivalónk jelentését.”- Középfokú végzettséggel rendelkező, 21 éves nő

„Én csak azért használom a hangulatjeleket, mert mindenki más is ezt teszi. Gyors és könnyed kommunikációs forma, bár nem vagyok odáig értük.” – Középfokú végzettséggel rendelkező, 41 éves férfi

„Nem látom különösebb értéket közvetítő szerepét a hangulatjelek használatának.” - Felsőfokú végzettséggel rendelkező, 26 éves férfi

„Én ehhez már túl öreg vagyok.” – Felsőfokú végzettséggel rendelkező, 45 éves nő

„Egyes hangulatjelek vagy gif-ek tükrözhetik a kollégák közötti kapcsolatot. Egyes ikonokat másképp használok attól függően, hogy az mit jelent a másik személy számára.” – Középfokú végzettséggel rendelkező, 30 éves nő

„A hangulatjeleket alkalmi beszélgetésekre kellene korlátozni vagy a használatát minimálisra kellene csökkenteni a munkahelyi kommunikációban.” - Középfokú végzettséggel rendelkező, 50 éves nő

„Most jöttem rá, hogy milyen sokat használok hangulatjeleket a mindennapi kommunikációban.” - Alapfokú végzettséggel rendelkező, 20 éves férfi

Az utolsó kérdésre kapott válaszokat összegezve, arra a következtetésre jutottam, hogy a felsőfokú végzettséggel rendelkező személyek és az idősebb generáció tagjai kevésbé használják a hangulatjeleket a mindennapi és a munkahelyi kommunikációjuk során (bár ez nem mutatkozik meg ilyen kifinomultan a kérdőív más szakaszaiban kapott eredményekben). Azt is kimondhatjuk, hogy a fiatalabb generáció tagjai olyan természetességgel építik bele a hangulatjeleket a kommunikációjukba, hogy azok használatának gyakorisága fel sem tűnik

nekik mindaddig, amíg például egy ilyen kérdőív kitöltése arra ösztönzi őket, hogy végig gondolják az effajta kommunikációs eszköz használatának jellemzőit.

3.5. A kutatás hipotéziseinek tesztelése

A kérdőív kiértékeléséből eredő következtetéseim bemutatását először az Egyesült Királyság területére jellemző eredményekkel kezdem, ezután összehasonlítom a magyarországi kutatási eredményekkel.

a) Az Egyesült Királyságra vonatkozó eredmények

1. A nők gyakrabban használnak hangulatjeleket írásban, mint a férfiak.

Az első hipotézisem a kérdőív második szakaszában található első kérdés (*Használ-e ön hangulatjeleket írásbeli kommunikációja során?*) arra adott választ, hogy milyen százalékban használják a nők és a férfiak a hangulatjeleket. A hipotézist Csányi Eszter (2012) a férfiak és nők közötti nyelvi különbségekről szóló kutatására alapoztam. Míg a férfiaknál a tényszerűség, az információ feketén fehéren való közlése a cél, gyakori durva, trágár szavakat használnak, addig a nőknél az információátadás sokkal empatikusabb, több melléknevet használnak, eltúlzott udvariasság, feltételes igealakok a jellemzők. Ezen gondolatok alapján, a nők erősebb késztetést érezhetnek arra, hogy érzelmeket esetleg együttérzést szőjenek írásbeli kommunikációjukba, amit feltételezésem szerint, gazdag hangulatjel használattal kívánnak elérni. Saját eredmények alapján a nők magasabb százalékban (95,4 százalék) használják a hangulatjeleket, mint a férfiak (89,7 százalék). Ezt tovább kutatva a következő kérdés a hangulatjelek általános környezetben (*„Milyen gyakran használ hangulatjeleket?”*) és munkahelyi környezetben (*„Milyen gyakran használ hangulatjeleket munkahelyi kommunikációja során?”*) való használatának gyakoriságra világított rá. Bár átlagpontok alapján, a nők 4,3 századdal alulmaradtak a férfiak 4,28 százados átlagpontjához képest, ha a „gyakran” és „nagyon gyakran” válaszok százalékos arányát nézem, a férfiak mindössze 54,8 százaléka állította, hogy ilyen gyakorisággal használ hangulatjeleket, a nők 69,6 százalékához képest. Ezek az eredmények a munkahelyi kommunikációra jellemzően ugyancsak azt mutatják, hogy a nők magasabb százalékban (47 százalék) használják gyakran vagy nagyon gyakran a hangulatjeleket, mint a férfiak (44 százalék). Ez előbb leírtak alapján, az első hipotézist beigazolódottnak tekintem.

2. Az alacsonyabb végzettségűek körében gyakoribb a hangulatjel használat munkahelyi kommunikáció során.

A második hipotézisre vonatkozó válaszokat hasonlóan az elsőhöz, a kérdőív második szakaszában kell keresni. Bár az alapfokú végzettséggel rendelkezők száma (29 fő) elenyésző volt a középfokú (278 fő) és a felsőfokú (100 fő) végzettséggel rendelkező személyekéhez képest, az adatok arra engednek következtetni, hogy mégis az alapfokú végzettségű személyek használják leggyakrabban a hangulatjeleket munkahelyi környezetben mind az átlagpont (5,03 század), mind a százalék (72,4 százalék) alapján, a középfokú és a felsőfokú végzettséggel rendelkezőkhez képest. A 3. sz. táblázatban iskolai végzettségekre lebontva, összehasonlítva láthatóak az eredmények. Ez alapján kijelenthetjük, hogy a második számú hipotézis is beigazolódott.

<u>Alapfokú</u>	<u>5,03</u>	<u>72,4 %</u>
<i>Középfokú</i>	4,14	54,3 %
<i>Felsőfokú</i>	2,81	14 %

3. sz. táblázat A hangulatjelek használatának gyakorisága iskolai végzettségre lebontva (N = 407 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

3. Az X, Y és Z generáció közül, leggyakrabban a Z generáció használja a hangulatjeleket a mindennapi írásbeli kommunikáció során.

Harmadik hipotézisemet, miszerint a legfiatalabb generáció a leggyakoribb használója a hangulatjeleknek arra alapoztam, hogy mivel ez a generáció nem rendelkezik ismerettel a számítógép és az internet nélküli világról, így számukra azok használata teljesen természetes és berögzült. Az internet nagyban befolyásolja az életüket, gondolkodásukat, kapcsolataikat, idejük nagy részét „online” töltik a különböző közösségi média oldalakon. A kérdőív ezzel kapcsolatos kérdésére kapott válaszok alapján, a feltételezésem igaznak bizonyult, ugyanis a Z generáció érte el átlagpontban is (5,3 tized) és a „gyakran” illetve „nagyon gyakran” vizsgált hangulatjelek használatának gyakoriságát mérő válaszlehetőségek alapján, százalékos arányban is (84,6 százalék) az összes generáció közül a legmagasabb értéket.

A hangulatjelek gyakoriságát mérő generációkra csoportosított adatok a 4. sz. táblázatban láthatóak.

X generáció	3,72	34,2 %
Y generáció	4,19	54,9 %
Z generáció	5,3	84,6 %

4. sz. táblázat A hangulatjelek használatának gyakorisága életkori bontásban (N = 407 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

Ezen felül, arra a kérdésre, hogy használnak-e hangulatjeleket a mindennapi kommunikáció során, csakugyan a Z generáció válaszai alapján összesített eredmények érték el a legmagasabb százalékot 98,2 százalék) az Y (90,7 százalék) és az X generációval (86,8 százalék) szemben.

X generáció	66 fő	86,80%
Y generáció	147 fő	90,70%
Z generáció	166 fő	98,20%

5. sz. táblázat Hangulatjel használat a mindennapi kommunikáció során életkori bontásban (N = 407 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

A fentiek alapján teljes bizonyossággal megállapítható, hogy Z generáció használja leggyakrabban a hangulatjeleket, így a harmadik számú hipotézis is beteljesült.

4. A leggyakrabban használt hangulatjelek generációtól függően eltérőek lehetnek.

X generáció	Y generáció	Z generáció
		
		
		

6. sz. táblázat A három leggyakrabban használt hangulatjel életkori bontásban (N = 407 fő)

Forrás: Saját kutatás, 2024

A negyedik hipotézis, a három leggyakrabban használt hangulatjel közötti, generációs különbségeket állítja. Ahogyan a 6. sz. táblázatban is látható, az X generáció (76 fő), azaz a 44. életévet betöltött és a fölötti személyek legtöbbet választott hangulatjelei a „felfelé mutató hüvelykujj”, a „piros szív” és a „mosolygó arc” voltak. Az Y generáció (162 fő), a 28 és 43 év

közötti kitöltők szemében az „arc örömkönnnyekkel”, „nevető arc mosolygó szemmel” és a „felfelé mutató hüvelykujj” voltak a legnépszerűbbek, míg a legfiatalabb, a Z generáció, a 27 évesek és annál fiatalabbak választottjai (169 fő) az „arc örömkönnnyekkel”, a „mosolygó arc szív alakú szemmel” és a „piros szív” voltak. Életkor alapján, az X, Y és Z generációba sorolt alanyok legnépszerűbbnek választott hangulatjelei között számos különbséget véltem felfedezni például: a „mosolygó arc” csak az X generációnál jelenik meg, a „nevető arc mosolygó szemmel” csak az Y generációnál és a „mosolygó arc szív alakú szemmel”, csak a Z generáció esetében. Ezzel párhuzamosan, hasonlóságok is megjelennek a három generáció három legnépszerűbbnek választott hangulatjele között. A „felfelé mutató hüvelykujj” használata jellemző az X és Y generációra is, az „arc örömkönnnyekkel” az Y és a Z generációra, ugyanígy a „piros szív” két generációnál is látható. Ez alapján kimondható, hogy a negyedik hipotézis részben teljesült be, hiszen a különbözőségek mellett egyezéseket is észrevehetünk.

5. Az alkalmazott hangulatjelek jelentése generációként különböző.

Az ötödik hipotézist, a harmadik szakasz összetett kérdéseinek eredményei alapján teszteltem, kétféle szempont alapján: az első hét hangulatjel esetében a jelentés érzelmi intenzitását kértem megjelölni a válaszadóktól, míg az utolsó négy hangulatjel esetében a jelentést és az intenzitást is meg kellett jelölniük. Az első hangulatjel a „nyitott szájjal nevető arc” volt () . Az X generáció 25 százaléka (19 fő) az „inkább erős” kategóriába, az Y generáció több mint 32 százaléka (53 fő) szintén az „inkább erős” kategóriába, míg a Z generáció 43 százaléka (73 fő) az „erős” kategóriába sorolta az első hangulatjelet. A második hangulatjel a „duzzogó arc” () volt. A jelentés érzelem intenzitása itt is eltért, ugyanis minél fiatalabb generációról volt szó, annál erősebb jelentés társult a hangulatjelhez. A harmadik vizsgált hangulatjel a „piros szív” () . Hasonlóan az előző esetekhez, itt is eltérő intenzitást véltem felfedezni. Az X generáció többsége az „inkább gyenge” válaszlehetőséget, az Y generáció körében az „inkább erős”, a Z generációnál pedig az „erős” intenzitás került a legnépszerűbb helyre. A negyedik hangulatjel az „arc örömkönnnyekkel” () volt. Szintúgy eltérő érzelem intenzitást fedeztem el, míg a jelentés megegyezett. A Z generáció nagyrésze „erős” intenzitásúnak találta a hangulatjelet, míg az X és az Y generáció többsége, az „inkább erős” opcióval értett egyet. Az ötödik vizsgált hangulatjel a „mosolygó arc napszemüveggel” () . Ebben az esetben is a fiatalabb generációra volt jellemző erősebb intenzitású érzelmeket kapcsolni az emojihoz. Az érzelem intenzitást vizsgáló hangulatjelek között az utolsó emoji a „bulizó arc” () volt. Míg az X generáció az „inkább gyenge” intenzitást kapcsolta hozzá,

addig az Y generáció, még a saját csoportján belül sem jutott egyhangú választásra, hiszen az „inkább gyenge” és az „inkább erős” intenzitás ugyanannyi jelölést (36 fő) kapott. Ezzel szemben a Z generáció egyhangúan az „erős” intenzitású érzelmet kapcsolt a hangulatjelhez.

Most nézzük meg, hogy a másik négy hangulatjel, amelyeknél mind a jelentés, mind az intenzitás szűrésre került, hogyan hatott a hipotézisre. Az első ilyen vizsgálatnak alávetett hangulatjel a „finoman mosolygó arc” (😊) volt. Az összes kitöltő válasza alapján pozitív jelentésű kategóriák emelkedtek ki a többi közül. Ez volt a „kedvesség” 348 jelöléssel (85,5 százalék) és a „boldogság” 339 jelöléssel (83,2 százalék), melyekhez az „erős pozitív” érzelem intenzitást társították. A generációk csoportjait vizsgálva (X, Y és Z generáció), ugyanezeket az eredményeket kapjuk. Ez alapján azt mondhatjuk el, hogy a „finoman mosolygó arc”, generációtól függetlenül, főként pozitív jelentést fejez ki. A második hangulatjel a „felfelé tartott hüvelykujj” vagy a „lájk” jel (👍) volt. Mindhárom generáció a „tetszés” és az „egyetértés” jelentést jelölte meg legmagasabb számban. Az X és Y generáció válasza alapján az „erős pozitív” intenzitás került az első helyre, a Z generáció viszont a „nagyon erős” válaszlehetőséget jelölte meg legtöbb esetben. A harmadik hangulatjel a „félelemtől sikoltó arc” (😱). A válaszadók közül legtöbben (79,8 százalék) a „döbbent” érzelmet társították a hangulatjelhez „inkább negatív” érzelmi intenzitással. Ezzel az X és Y generáció teljes mértékben egyetértett, a Z generáció válasza azonban némileg eltért ettől az eredménytől, ők ugyanis a „döbbent” mellett (83,4 százalék) a „félelem” jelentést is magasszámban (81,6 százalék) jelölték meg. Az utolsó vizsgált hangulatjel a „nevető arc verejtékkel” (😂). A kitöltők válasza alapján, hiába a széles mosoly, mind „inkább negatív” jelentést társít a hangulatjelhez. Jelentésnek leggyakrabban a kitöltők 71,4 százaléka, a „zavarban van”-t jelölték, az X generáció csoportját kivéve. Közülük 63,1 százalék választotta a „nevet” és 60,5 százalék azt, hogy „nincs önbizalma”. A „nevet” esetében ugyanannyian (14 fő) állította, hogy „inkább negatív” intenzitású érzelmet vált ki, mint az „inkább pozitív”-at.

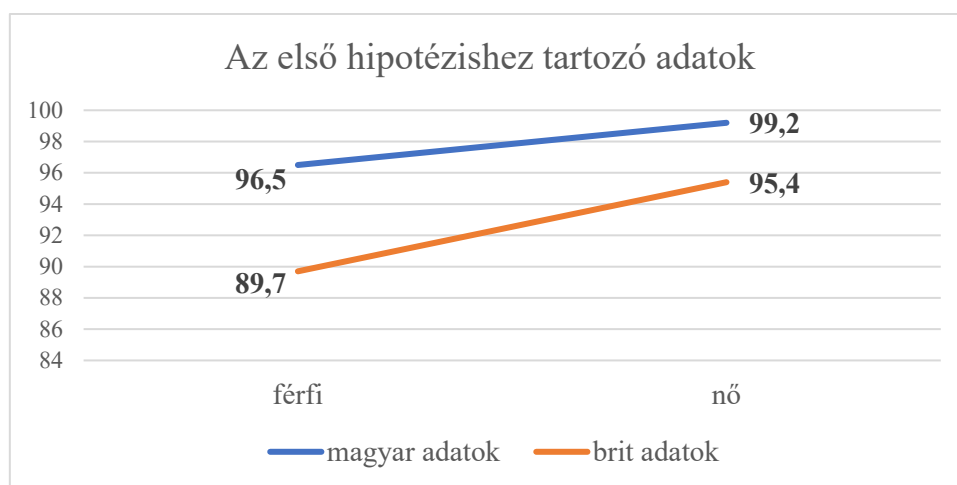
Összességében, az első hét hangulatjel vizsgálata alapján megállapíthatjuk, hogy generációnként, minden esetben különbözött a hozzátársított érzelem intenzitása. Az utolsó négy emoji esetében elmondhatjuk, hogy generációk hangulatjelekhez társított jelentések különbözősége egy eseten kívül, számottevően nem jelentkezett a fent elemzett kérdések során. Ezzel kijelenthetjük, hogy a kérdőívben résztvevő alanyok, generációtól függetlenül, többnyire egyetértenek a kérdőív ezen szakaszában felsorolt hangulatjelek jelentését illetően, csupán az intenzitás mértékével nem, éppen ezért ezt a hipotézist nem tekintem beteljesültnek.

b) Hazalátogatás, avagy Magyarországra vonatkozó eredmények

A kérdőív az Egyesült Királyság területén kívül, magyarországi és olaszországi viszonylatban is terjesztésre került. Sajnos az olasz kérdőív, a terjesztés előtt keresztülment olyan változásokon, ami ellehetetlenítette a kapott adatok összehasonlítását, így dolgozatomban csak a magyar eredményeket áll módomban összehasonlítani a brit eredményekkel.

1. A nők gyakrabban használják hangulatjeleket írásban, mint a férfiak.

Az első hipotézis esetében, a magyarországi adatok alapján 393 nő és 116 férfi válasza került feldolgozásra. Ebből a magyar nők 99,2 százaléka (390 fő) vallotta azt, hogy használ hangulatjeleket írásbeli kommunikáció során, míg a magyar férfiaknál ez a szám 96,5 százalék (112 fő). A gyakoriságot tekintve a 112 férfiból 74 fő használja „gyakran” és „nagyon gyakran”, amely szám a férfi kitöltők 66 százalékának felel meg, a 390 nőből pedig 326 fő válaszolta ugyanezt, ami a nő kitöltők 83,5 százaléka. A magyarországi adatok (kézzel) összehasonlítva az Egyesült Királyság területéről gyűjtött adatokkal (sárgával) a 17. sz. ábrán láthatóak.

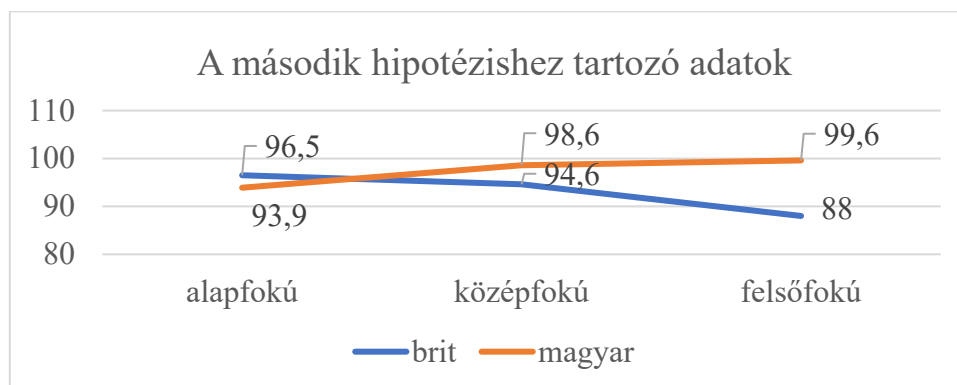


17. sz. ábra A magyar és a brit férfiak és nők hangulatjel használatának gyakorisága százalékos formában ábrázolva

Forrás: Saját kutatás, 2024; Jász, 2023

A kapott eredmények alapján, tehát egyértelműen kijelenthető, hogy a hipotézis mindkét ország viszonylatában beteljesültnek tekinthető.

2. Az alacsonyabb végzettségűek körében gyakoribb a hangulatjel használat munkahelyi kommunikáció során.

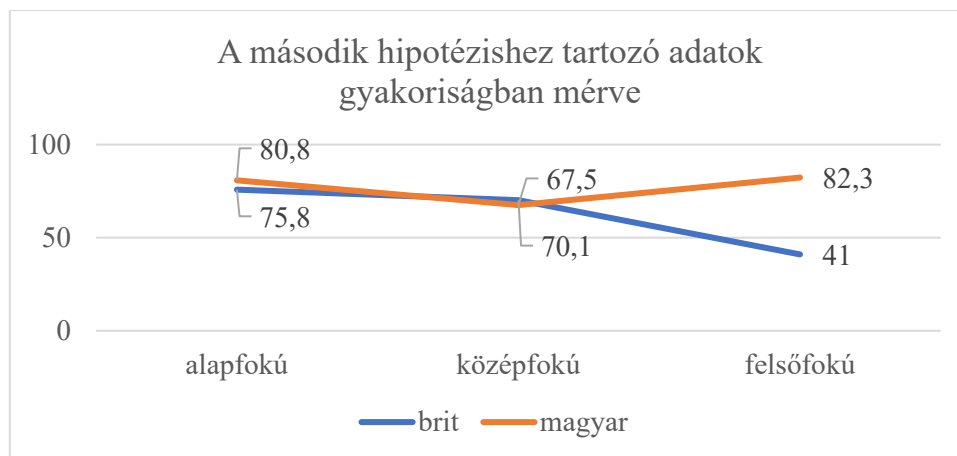


18. sz. ábra A magyar és a brit, professzionális környezetben történő hangulatjel használatra jellemző adatok, iskolai végzettségre bontva, százalékban megadva

Forrás: Saját kutatás, 2024; Jász, 2023

A második hipotézis teszteléséhez, a magyar adatokat iskolai végzettségekre bontottam. Hasonlóan a saját kutatásomban szereplő bontáshoz, itt is alapfokú (általános iskola 6 vagy 8 osztály), középfokú (érettségi, érettségi + szakma, érettségi nélküli szakma) és felsőfokú (diploma, PHD, DLA) végzettséggel rendelkező csoportokra bontottam. Az alapfokú végzettséggel rendelkező személyek 93,9 százaléka, a középfokú végzettséggel rendelkezők 98,6 százaléka és a felsőfokú végzettséggel rendelkezők 99,6 százaléka állította, hogy használ hangulatjeleket írásbeli kommunikációja során. A magyar minta esetén tehát - ellenben a brittel -, az alapfokú végzettségűek használják legalacsonyabb százalékban a hangulatjeleket. Ezeket az adatokat ábrázoltam a 18. sz. ábrán, ahol a magyar adatok összehasonlítva láthatóak a brit eredményekkel.

A munkahelyi hangulatjel használaton kívül, megnéztem annak gyakoriságát is. (Ezeket az adatok a 19. sz. ábrán szemléltetem.) A magyar minta esetében ez a következőképp alakult: az alapfokú végzettséggel rendelkezők 80,8 százaléka jelölte a „gyakran”, „nagyon gyakran” válaszlehetőséget, míg a középfokú végzettséggel rendelkezők csupán 67,5 százaléka, a felsőfokú végzettséggel rendelkezők viszont az előző kettőnél magasabb számban, 82,3 százalékban. Ez alapján elmondható, hogy az alapfokú végzettséggel rendelkezők itt is alulmaradtak legalább egy csoporttal szemben. Összesítve a kapott adatokat tehát kijelenthető, hogy a magyar minta esetén a hipotézis nem igazolódott be.

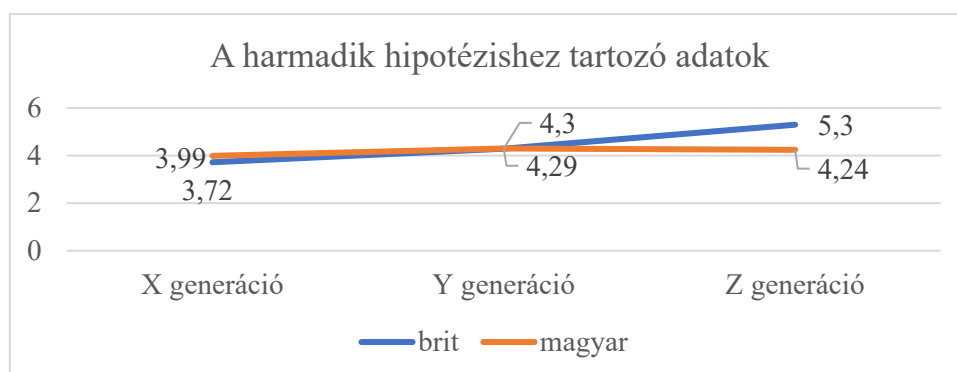


19.sz. ábra A magyar és a brit hangulatjel használat gyakorisága százalékos arányban

Forrás: Saját kutatás, 2024; Jász, 2023

3. Az X, Y és Z generáció közül, leggyakrabban a Z generáció használja a hangulatjeleket a mindennapi írásbeli kommunikáció során.

A következő hipotézis teszteléséhez életkori lebontás szükséges. A magyar minta adatait tehát besoroltam a brit mintánál már jól ismert generációs csoportokba: X generáció (44 év és afölött), Y generáció (28 év és 43 év közöttiek) és Z generáció (27 évnél fiatalabbak). A magyar minta adatai alapján az X generációnak összesen 141, az Y generációnak 135, a Z generációnak 239 kitöltője volt. Az eredményeket átlagpontokba számolva alkalmaztam, így ezek a következőképp alakultak: az X generáció 3,99 század, az Y generáció 4,3 század, a Z generáció 4,24 század gyakorisággal használja a hangulatjeleket. Ezeket összevetve a brit átlagpontokkal, eltérő eredményt kapunk. Míg a brit minta esetén a hipotézis beigazolódt, a magyar minta vizsgálata során ezzel ellentétben, a Z generációnál az Y generáció gyakrabban használja a hangulatjeleket, így kijelenthető, hogy a magyar minta esetén, az adatok átlagpontokkal való szemléltetése során, nem igazolódt be.



20. sz. ábra A két ország hangulatjel használatának adatai, generációkra bontva, százalékban megadva

Forrás: Saját kutatás, 2024; Jász, 2023

4. A leggyakrabban használt hangulatjelek generációtól függően eltérőek lehetnek.

Életkori bontás	Brit minta esetén	Magyar minta esetén
X generáció		
Y generáció		
Z generáció		

7. sz. táblázat A két ország három leggyakrabban használt hangulatjele, különböző generációk szerint

Forrás: Saját kutatás, 2024; Jász, 2023

A negyedik hipotézis tesztelése során, több hasonlóságot véltem felfedezni a két ország különböző generációi által, leggyakrabban használt hangulatjelei között. A 7. sz. táblázatban az X, Y és Z generáció által leggyakrabban használt emoji-k láthatóak a brit és a magyar minta adatai alapján. Az X generációba tartozó magyarországi kitöltők közül legmagasabb számban (35 fő) a „mosolygó arc mosolygó szemmel” arcot választotta. Az Y generáció 37 fővel, ugyanígy tett. A Z generációról viszont az mondható el, hogy legtöbbször (118 fő) a „gurul a nevetéstől” hangulatjelet választotta. Korábban, a brit minta esetén a hipotézist részben beigazolódottnak vettem, a magyar mintánál, a feldolgozott válaszok alapján, ugyanerre a következtetésre jutottam.

5. Az alkalmazott hangulatjelek jelentése generációként különböző.

Az ötödik és egyben utolsó hipotézis, a generációnként eltérő hangulatjelhez kapcsolt jelentéskülönbségeket teszteli. A releváns adatokat, a kérdőív harmadik szakaszában szereplő, utolsó négy hangulatjelhez tartozó válaszok tartalmazzák. A kitöltőknek, a kérdőívben előre megadott jelentések közül kellett kiválasztaniuk azokat, amelyek szerintük az adott hangulatjelre illenek. Az első ilyen vizsgálatnak alávetett hangulatjel a „finoman mosolygó arc” () volt. Az X és az Y generáció tagjai a jelentést tekintve egyetértettek abban, hogy „a finoman mosolygó arc” elsősorban jelenthet „kedvesség”-et, másodsorban „vidámság”-ot és végül „elégedettség”-et. A Z csoport tagjai ezzel szemben a „cinikusság”-ot tette első helyre, a „kedvesség”-et a másodikra és végül az „idegesség” jelent meg a harmadik helyen. A második hangulatjel a felfelé tartott hüvelykujj vagy a „lájk” jel () volt. A generációk által legtöbbször megjelölt jelentés, itt mind a három esetben eltért. Az X generáció tagjai közül legtöbbször úgy gondolták, hogy a hangulatjel „tetszés”-t fejez ki, az Y generáció nagyrésze a „megerősítés” - t választotta, míg a Z generáció a „flegmaság”-ot tette első helyre. Mindhárom generáció a

„tetszés” és az „egyetértés” jelentést jelölte meg legmagasabb számban. A harmadik hangulatjel a „félelemtől sikoltó arc” (😱) volt. Ennél a hangulatjelnél az első három legnépszerűbb jelentés teljesen megegyezett a három generáció jelölései alapján. Az első helyre került a „döbrent”, ezt követte a „meglepettség”, végül a „félelem” zárta a sort. Az utolsó vizsgált hangulatjel a „nevető arc verejtékkel” (😂). Az X és az Y generáció válaszai alapján a legtöbbször jelölt jelentés a „nevet” volt, míg a Z generáció esetében a „zavarban van”.

Összességében tehát elmondható, hogy az Egyesült Királyságban gyűjtött adatok és a magyarországi adatok, eltérő eredményt hoztak. Az első hipotézis mindkét ország adatai alapján beigazolódott, hiszen a nők gyakoribb hangulatjel használatát kimutattam. A második hipotézis nem igazolódott be, az alapfokú végzettséggel rendelkezők nem a leggyakoribb hangulatjel használók a három, iskolai végzettség alapján alakult csoportok között. A harmadik hipotézis nem igazolódott be, hiszen a Z generáció fölé kerekedett az Y generáció hangulatjelek használatának gyakorisága szempontjából. A negyedik hipotézist, mindkét ország esetén részben beigazolódottnak vettem, ugyanis akadtak egyezések és különbségek is a generációként, leggyakrabban használt hangulatjelek között. Végül az ötödik, azaz az utolsó hipotézist, a magyar eredmények alapján csakúgy, mint a negyedik hipotézist részben beigazolódottnak tekintem, ugyanis a felsorolt 4 hangulatjel, 3 esetben mást jelent generációk válaszait tekintve és csak egy esetben egyezik meg. Ezzel szemben a brit eredmények alapján, ez a hipotézis nem igazolódott be.

3.6. Javaslatok további kutatási ötletekre

Dolgozatom készítése és a kérdőívre érkezett válaszok feldolgozása közben, számos további kutatási lehetőség ötlete merült fel bennem. Mivel kutatásom témája egy modern és időközönként megújuló hangulatjel készlettel dolgozó, viszonylag újonnan elterjedt, kommunikációs módszer volt, ezért rengeteg további lehetőséget rejt még magában. Ilyen lehet, például a munkahelyi kommunikációban használt hangulatjelek kapcsán, a munkahelyi hierarchia különböző szintjén elhelyezkedők (felső vezetőség, közép és kis vezetők, beosztott alkalmazottak) hangulatjel használatának vizsgálata. A munkahelyi kommunikáció színterén maradva, különböző ágazatok hangulatjel használata is feltételezhetően eltér. A második szakaszban szereplő utolsó kérdés, ami a kitöltők hangulatjel használatát mérte attól függően, hogy kinek (család, barátok, kollégák) és milyen életkorban lévő (fiatalabb vagy idősebb) személynek küldik a hangulatjelet, tovább lehetne bontani nemekre. Ezalatt azt értem, hogy például a „10 évvel idősebb kolléga” helyett „10 évvel idősebb nő nemű kolléga” vagy „10 évvel idősebb férfi kolléga” válaszlehetőségeket is érdemes lenne megadni. A további kutatási

ötletek közül az utolsó, kérdőívem harmadik szakaszának adatai feldolgozása közben jutott eszemben. Ahelyett, hogy a kérdőívben előre megadott hangulatjelekről vizsgáljuk a kitöltők véleménye alapján hozzájuk csatolt jelentés- és intenzitásbeli különbségeket, szabad kezet adhatunk a válaszadóknak, hogy ők maguk írják le a hangulatjelhez kapcsolt jelentést. A jövőben talán egy új kérdőív elindításával a fent felsorolt ötleteket is lesz szerencsém kutatni.

4. Összefoglalás

A kutatás betekintést engedett az Egyesült Királyság területén élő különböző generációk mindennapi és munkahelyi hangulatjel használatában. A minta nagyságának köszönhetően, az eredmények valós képet adhatnak ezekről a szokásokról.

Érdekes kutatási eredményekkel gazdagodhattam a kérdőívre válaszul kapott adatok kiértékelése közben. Tudományos dolgozatomban kutattam a nők és férfiak hangulatjel használatának különbözőségeit, amiből megtudtam, hogy a nők gyakrabban használják a hangulatjeleket kommunikációjuk során. Az eltérő életkorú személyek különböző generációkba sorolásával és az eltérő iskolai végzettséggel rendelkezők külön csoportokra bontásával, a hangulatjel használat gyakoriságának jellemzőiről is tudomást szerezhettem. Különösen érdekesnek találtam a leggyakrabban használt hangulatjelek kutatását, illetve azok generációnkénti vizsgálatát. Az eredmények bebizonyították azt, hogy a Z generáció körében a legelterjedtebb ez a kommunikációs forma és a hangulatjelekhez kapcsolt érzelmi intenzitást is ők élik meg legerősebben. A másik megragadó kérdéskör, a hangulatjelek mondatbeli jelentésének befolyásolása volt. Az első mondatpár esetében, az egyik mondat végére elhelyezett „síró arc”, az összes kitöltő szerint jelentésváltozást okozott, ugyanúgy, mint a „kacsintó arc” és a „gurul a nevetéstől arc”, míg a „finoman mosolygó arc” megosztott véleményt szült. Érdekes volt megfigyelni azt is, hogy mi az aktuális trend a kérdőívet kitöltő személyek, munkahelyi kommunikációja során használt hangulatjelekkel kapcsolatban. A hipotézis tesztelés során nemcsak a brit adatokat, de a Magyarországon terjesztett kérdőív adatait is tesztelhettem, ami az országok közötti hangulatjelek használatának különbségeit fedte fel. Az öt hipotézis, a két ország között, négy esetben zárult eltérő eredménnyel. Míg az első hipotézis tesztelése során, mindkét ország esetében bebizonyosodott, hogy a nők valóban gyakrabban használják a hangulatjeleket mint a férfiak, addig a második és a harmadik hipotézis, a magyarországi adatok alapján nem, viszont a brit adatok alapján ugyancsak beigazolódott, addig a negyedik hipotézis mindkét esetben részben igazolódott csak be. Az utolsó hipotézis

magyarországi viszonylatban részben beigazolódott, az Egyesült Királyság eredményei alapján viszont nem állta meg a helyét.

Zárásként megemlíteném, hogy szívesen olvastam kitöltőim pozitív véleményét a téma érdekességéről és kutatásának hasznosságáról, valamint arról is, hogy mennyire korunkhoz illő ez a kutatási téma. Mivel az emotikonok adatbázisa rövid időközönként újakkal gyarapodik (például szoftverfrissítés esetén), mindig lesznek olyanok, amelyek még nem kerültek reflektorfénybe. A hangulatjelek használata és értelmezése éppen ezért, egy örökké érdekesnek számító kutatási terület a jövőre nézve.

5. Köszönetnyilvánítás

Köszönetet szeretnék mondani Jász Fanninak, aki a magyarországi kutatást vitte fáradhatatlanul és számottevő adatot sikerült összegyűjteni 515 kitöltőjétől. Szintén köszönet jár a konzulensemnek, Dr. Kenderfi Miklós Máténak, aki hasznos tanácsokkal látott el diplomadolgozatom írása alatt és elgondolkodtató kezdeményezésekkel vezette a kutatásom minden szakaszát egészen annak lezárásáig.

Felhasznált irodalom

1. Abdullahi, T. (2021): What do emojis mean? How millennials and Gen-Z use them very differently. A guide to the countless differences in the way generations and even genders use emojis in 2021. Letöltve: <https://www.thenationalnews.com/arts/what-do-emojis-mean-how-millennials-and-gen-z-use-them-very-differently-1.1183746> (2024.03.24.)
2. Ahmed, S. – Haag, M. (2017): Emoji – What is their purpose? A study of effective communication on Facebook. In: ECSM 2017 4th European Conference on Social Media, Academic Conferences and publishing limited
3. Balla G. és Törteli Telek M. és Szűts Z. (2023): Helyettesíthető a nonverbális kommunikáció szimbólumokkal? Szabad piac: gazdaság- társadalom- és bölcsészettudományi folyóirat, 7 (1). pp. 109-118. ISSN 2677-1616 Letöltve: <https://doi.org/10.56233/SZABADPIAC.2023.1.11> (2024.03.12.)
4. Brown, R. – Evans, V. (S.a.): Ask a linguist. Expert answer your questions: „How do emojis mean?” Letöltve: <https://www.vyvevans.net/how-do-emojis-mean> (2024.03.19.)
5. Buda A. (2019): Generációk, társadalmi csoportok a 21. Században. Magyar Tudomány 180(2019)1, 120–129.
6. Callender, J. – Bridge, P. - Al-Samarraie, F. – Blair, D. (2023): The use of emoji to establish student wellbeing: does the image reflect the reality? Journal of Radiotherapy in Practice. 22(e30), 1–5. doi: 10.1017/S1460396921000704 Letöltve: <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-radiotherapy-in-practice/article/use-of-emoji-to-establish-student-wellbeing-does-the-image-reflect-the-reality/84F2543C0C0EDCDF76F8566DDB147A39> (2024.03.01.)
7. CULTURA (2023): Élet az emojiakkal. Letöltve: <https://cultura.hu/kultura/julius-17-az-emoji-vilagnapja/> (2024.02.28.)
8. Csányi E. (2012): Szóhasználati különbségek fiú és lány főiskolások esetében. In: Tóth Szergej (szerk.) Társadalmi változások – nyelvi változások Alkalmazott nyelvészeti kutatások a Kárpát-medencében A XXII. MANYE Kongresszus előadásai Szeged, 2012. április 12–14. MANYE, Vol. 9 MANYE. 404-407. Letöltve: <https://mek.oszk.hu/11700/11730/11730.pdf> (2024.03.14.)
9. Emoji Etiquette: How (and When) to Use Emojis at Work. Letöltve: <https://englishonline.britishcouncil.org/blog/articles/emoji-etiquette-how-and-when-to-use-emojis-at-work/> (2024.03.25.)

10. Evans, V. (2015): No, the rise of the emoji doesn't spell the end of language. Letöltve: <https://theconversation.com/no-the-rise-of-the-emoji-doesnt-spell-the-end-of-language-42208> (2024.03.18.)
11. Evans, V. (2015): Sorry, emoji doesn't make you dumber: Emoji is an empowering addition to digital communication. Letöltve: <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/language-in-the-mind/201506/sorry-emoji-doesnt-make-you-dumber> (2024.03.18.)
12. Evans, V. (2017): The emoji code: How smiley faces, love hearts and thumbs up are changing the way we communicate. Michael O'Mara Books Limited, ISBN:9781782437888 Letöltve: https://play.google.com/books/reader?id=0jokDwAAQBAJ&pg=GBS.PT2.w.0.0.0.3&hl=en_IE (2024.03.01.)
13. Evans, V. (2017): Why you need emoji. Emojis are the body language of the digital age. Letöltve: <https://nautil.us/why-you-need-emoji-236672/> (2024.03.18.)
14. Evans, V. (2017): Emoji is the new universal language. And it's making us better communicators. Letöltve: <https://www.linkedin.com/pulse/emoji-new-universal-language-its-making-us-better-vyv-evans> (2024.03.19.)
15. Evans, V. (2017): Emojis actually make our language better. Letöltve: <https://nypost.com/2017/08/12/emojis-actually-make-our-language-way-better/> (2024.03.19.)
16. Evans, V. (2018): Breaking the emoji code. Letöltve: <https://www.linkedin.com/pulse/breaking-emoji-code-vyv-evans/> (2024.03.18.)
17. Evans, V. (2020): Coronavirus Emojis: Conveying Compassion and Humour With a Facemask. Letöltve: <https://thewire.in/culture/coronavirus-emojis-conveying-compassion-and-humour-with-a-facemask> (2024.03.19.)
18. Evans, V. (2022): The Trouble With Texting: Cancel Culture Comes To Work, Seeking Out Passive-Aggressive Emojis. Letöltve: <https://www.vyvevans.net/post/the-trouble-with-texting-cancel-culture-comes-to-work-seeking-out-passive-aggressive-emojis> (2024.03.24.)
19. Fabri, M., Moore, D.J., Hobbs, D.J. (2005) Empathy and Enjoyment in Instant Messaging, in Lachlan McKinnon, Olav Bertelsen, Nick Bryan-Kinns (eds.) Proceedings of 19th British HCI Group Annual Conference (HCI2005), September 2005, Edinburgh, UK Letöltve: https://www.researchgate.net/profile/Marc-Fabri/publication/228952771_Empathy_and_enjoyment_in_instant_messaging/links/0

[0b4952c9e45850093000000/Empathy-and-enjoyment-in-instant-messaging.pdf](https://doi.org/10.1080/0b4952c9e45850093000000/Empathy-and-enjoyment-in-instant-messaging.pdf)

(2024.03.12.)

20. Filik, R. – Turca, A. – Thompson, D. – Harvey, N. – Davies, H. – Turner, A. (2016): Sarcasm and emoticons: Comprehension and emotional impact. Letöltve: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1080/17470218.2015.1106566> (2024.04.01.)
21. Gaffey, C. Are Emojis Becoming the New Universal 'Language'? Letöltve: <https://www.newsweek.com/are-emojis-becoming-new-universal-language-333213> (2024.03.20.)
22. Giannoulis, E., & R.A. Wilde, L. (Eds.). (2019). Emoticons, Kaomoji, and Emoji: The Transformation of Communication in the Digital Age (1st ed.). Routledge. Letöltve: <https://doi.org/10.4324/9780429491757> (2024.02.27.)
23. Gitlin, J. (é.n.): Is it OK to use emojis at work? Here's what the data tells us. Letöltve: <https://www.surveymonkey.com/curiosity/is-it-ok-to-use-emojis-at-work-heres-what-the-data-tells-us/> (2024.03.30.)
24. Izmael, A. (2021): Sending Smiley Emojis? They Now Mean Different Things to Different People. Gen Z has adopted new meanings, while older people stick with tradition. The result is a lot of confusing interactions Letöltve: https://www.wsj.com/articles/sending-a-smiley-face-make-sure-you-know-what-youre-saying-11628522840?st=zf0h0fj3cbq3b7p&reflink=desktopwebshare_linkedin (2024.03.14.)
25. Keszler B. (2004): Írásjeltan. Az írásjelhasználat szabályai, problémái és története. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest
26. Klenovszki J. (2017): Az online adatfelvétel. In: Veres Zoltán, Hoffmann Márta, Kozák Ákos (szerk.) Bevezetés a piackutatásba. Akadémiai Kiadó ISBN: 978 963 454 003 8 Letöltve: <https://mersz.hu/veres-hoffmann-kozak-bevezetes-a-piackutatasba/> (2024.02.05.)
27. Kulcsár Zs. (2014): Az integratív e-learning felé. <http://bit.ly/2pa8mYF> (2024. 02. 12.)
28. Laczházi Gy. (2004): *Az emotikonok és a koraiújkor érzelemkifejező technikái*. Letöltve: <http://magyar-irodalom.elte.hu/arianna/irat/emoticon.html> (2024.02.21.)
29. Leslie, E. (2019): This other atmosphere: against human resources, emoji and devices. letöltve: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1470412919825816> (2024.04.01.)

30. Luckerson, V. (2016): Kids Are Facing Criminal Charges for Using Emoji. Letöltve: <https://time.com/4241846/emoji-crimes/> (2024.03.29.)
31. Macpherson, L. (2020): How to professionally communicate with emojis at work. Letöltve: <https://front.com/blog/using-emojis-professionally-at-work> (2024.03.16.)
32. Miller, H. (2016): Investigating the Potential for Miscommunication Using Emoji. Letöltve: <https://grouplens.org/blog/investigating-the-potential-for-miscommunication-using-emoji/> (2024.03.02.)
33. Murthy, D. – Sudarsan, S. – Lee, J. – Ghosh, C. – Shah, P. – Xiao, W. – Aurora, I. – Unger, C. – Acker, A. (2020): Understanding the meaning of emoji in mobile social payments: Exploring the use of mobile payments as hedonic versus utilitarian through skin tone modified emoji usage. Letöltve: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2053951720949564> (2024.04.01.)
34. Parry, D. (2015): Signs of our times: why emoji can be even more powerful than words. Letöltve: <https://theconversation.com/signs-of-our-times-why-emoji-can-be-even-more-powerful-than-words-50893> (2024.03.23.)
35. Pichler Zs. (2022): „Úgy teszek, mintha minden rendben lenne, de egyébként menj a francba!” – Így használják az emojiakat a különböző generációk Letöltve: <https://wmn.hu/juzer/58548-ugy-teszek-mintha-minden-rendben-lenne-de-egyebkent-menj-a-francba-igy-hasznaljak-az-emojiakat-a-kulonbozo-generaciok> (2024.03.24.)
36. Pusztai V. (2021): Vizuális önkifejezési lehetőségek az újmédiában: Uniformizálódik-e a (képi) kommunikáció?. Közösségi Kapcsolódások - tanulmányok kultúráról és oktatásról, 1(1-2), 136–145. Letöltve: <https://doi.org/10.14232/kapocs.2021.1-2.136-145> (2024.03.17.)
37. Samuel, H. (2016): Frenchman jailed for three months for sending ex-girlfriend gun emoji. Letöltve: <https://www.telegraph.co.uk/news/2016/03/31/frenchman-jailed-for-three-months-for-sending-ex-girlfriend-gun/> (2024.03.29.)
38. Seargeant, P. (2019): The emoji revolution: How technology is shaping the future of communication. Cambridge University Press ISBN:978-1108721790 Letöltve: https://books.google.hu/books?hl=en&lr=&id=zCmhDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR9&dq=emoticon+usage+different+generations+uk&ots=35q4RIY5hG&sig=XFgan78xCDo43_R5tzwLbgnc8eo&redir_esc=y#v=onepage&q=emoticon%20usage%20different%20generations%20uk&f=false (2024.03.20.)

39. Smith, M. – Bloom, D. (2016): Tory MP sent emoji death threat on Facebook hours after panic button is approved for his office. Letöltve: <https://www.mirror.co.uk/news/uk-news/tory-mp-sent-emoji-death-8246136> (2024.03.29.)
40. Suciu, P. (2021): Generation Divide: Different Age Groups Use Emojis Differently And That Isn't Likely Going To Change. Letöltve: <https://www.forbes.com/sites/petersuciu/2021/08/24/generation-divide-different-age-groups-use-emojis-differently-and-that-isnt-likely-going-to-change/?sh=4b7726205357> (2024.03.30.)
41. Strauss, W. – Howe, N. (1991): Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: Harper Perennial, William Morrow and Company
42. Turner, C. (2018): Emoji 'ruining people's grasp of English' because young rely on them to communicate. Letöltve: <https://www.telegraph.co.uk/education/2018/04/17/emojis-ruining-english-language-young-people-rely-communicate/> (2024.03.24.)
43. Van-de-Peer, H. (2023): Expert reveals the most popular emoji in 2023 – and what it really means. Letöltve: https://metro.co.uk/2023/12/28/expert-reveals-uks-popular-emoji-2023-really-means-20033053/?ico=mosaic_news (2024.03.29.)
44. Veszelszki Á. (2005): Írásjelek és szimbólumok az SMS-ekben. Magyar Nyelvőr, 129(1) 111-116. Letöltve: <https://epa.oszk.hu/00100/00188/00037/pdf/129110.pdf>
45. Veszelszki, Á. (2012): Connections of Image and Text in Digital and Handwritten Documents. In: Benedek, András – Nyíri, Kristóf (eds.): The Iconic Turn in Education. Visual Learning Vol. 2. Frankfurt am Main et al.: Peter Lang. 97–110. Letöltve: https://www.academia.edu/5712329/Veszelszki_%C3%81gnes_2012_Connections_of_Image_and_Text_in_Digital_and_Handwritten_Documents_In_Benedek_Andr%C3%A1s_Ny%C3%ADri_Krist%C3%B3f_edcs_The_Iconic_Turn_in_Education_Visual_Learning_Vol_2_Frankfurt_am_Main_et_al_Peter_Lang_97_110?email_work_card=title (2024.03.03.)
46. Veszelszki Á. – Falyuna Nóra – Fodorné Tóth Krisztina – Tóth Aliz (2017): Az internetbiztonság kommunikáció- és nyelvtudományi aspektusból. In: Hülber László (szerk.): A digitális oktatási kultúra módszertana. Eger: Eszterházy Károly Egyetem, 163–207.
47. Yokoi, T. – Jordan, J. (2022): Using emojis to connect with your team. Letöltve: <https://hbr.org/2022/05/using-emojis-to-connect-with-your-team> (2024.03.14.)

48. Yokoi, T. (2022): Emojis in the world of work. Letöltve:
<https://www.forbes.com/sites/tomokoyokoi/2022/07/16/emojis-in-the-world-of-work/?sh=5630e6b760d3> (2024.03.16.)
49. Zappavigna, M. – Logi, L. (2021): Emoji in social media discourse about working from home. Letöltve:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211695821000799>
(2024.03.27.)

Hivatkozott weboldal

1. <https://emojipedia.org/> Letöltve: 2024.04.11.

Ábrák jegyzéke

1. sz. ábra Scott Falman emoji tartalmazó üzenete 1982-ből	7
2. sz. ábra. Mosolygó szemmel nevető arc emoji a különböző eszközökön	11
3. sz. ábra: Kézfertőtlenítő és otthonról dolgozó emoji	17
4. sz. ábra: A 12 legnépszerűbb koronavírushoz kapcsolódó emoji	18
5. sz. ábra A három generációs csoportba való besorolást mutatja (N = 407 fő).....	22
6. sz. ábra A kitöltők számát mutatja az iskolai végzettségük alapján (N = 407 fő)	23
7. sz. ábra Iskolai végzettség alapján felosztott igen-nem válaszok (N = 407 fő)	24
8. sz. ábra A hangulatjelek használatának gyakorisága életkori bontásban (N = 407 fő).....	25
9. sz. ábra A hangulatjelek általános és munkahelyi használatának gyakorisága átlagpontokban megadva (N = 407 fő)	26
10. sz. ábra A hangulatjelek általános használatának összehasonlítása a munkahelyi hangulatjel használatával (N = 407 fő).....	26
11. sz. ábra Az ismeretség fontosságát tartó kérdésre nemmel válaszolók nemre, életkorra és iskolai végzettségre való bontása (N = 50 fő).....	31
12. sz. ábra Eltérő célközönséggel folytatott kommunikáció során használt hangulatjelek gyakorisága (N = 407 fő)	32
13.sz. ábra Eltérő célközönséggel folytatott kommunikáció nemek alapján (N = 396 fő)	33
14.sz. ábra Eltérő célközönséggel folytatott kommunikáció életkor alapján (N = 407 fő).....	33
15.sz. ábra Eltérő célközönséggel folytatott kommunikáció iskolai végzettség alapján (N = 407 fő)	34
16. sz. ábra. A három választott hangulatjel jelentésbeli különbsége az összes válaszoló által és generációként vizsgálva átlagpontokban mérve (N = 407 fő).....	42
17. sz. ábra A magyar és a brit férfiak és nők hangulatjel használatának gyakorisága százalékos formában ábrázolva	52
18. sz. ábra A magyar és a brit, professzionális környezetben történő hangulatjel használatra jellemző adatok, iskolai végzettségre bontva, százalékos megadva	53
19.sz. ábra A magyar és a brit hangulatjel használat gyakorisága százalékos arányban	54

20. sz. ábra A két ország hangulatjel használatának adatai, generációkra bontva, százalékban megadva	54
--	----

Táblázatok jegyzéke

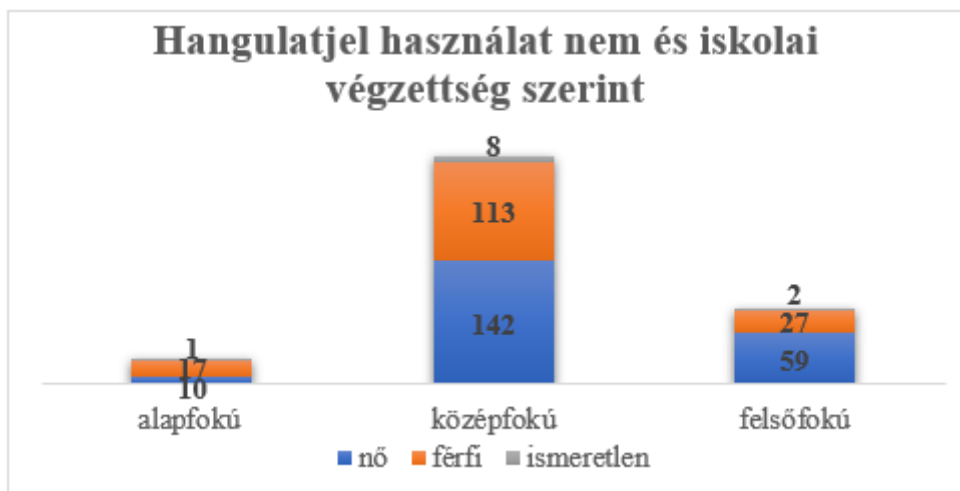
1. sz. táblázat Az általános és a munkahelyi hangulatjel használat gyakorisága nemre, életkorra és iskolai végzettségre lebontva, átlagpontokban feltüntetve (N = 407 fő)	27
2. sz. táblázat Saját kutatásom és az Emojipedia kutatása az Egyesült Királyság területén 10 leggyakrabban használt hangulatjeleket ábrázolva (N = 407fő)	30
3. sz. táblázat A hangulatjelek használatának gyakorisága iskolai végzettségre lebontva (N = 407 fő)	47
4. sz. táblázat A hangulatjelek használatának gyakorisága életkori bontásban (N = 407 fő) .	48
5. sz. táblázat Hangulatjel használat a mindennapi kommunikáció során életkori bontásban (N = 407 fő).....	48
6. sz. táblázat A három leggyakrabban használt hangulatjel életkori bontásban (N = 407 fő)	48
7. sz. táblázat A két ország három leggyakrabban használt hangulatjele, különböző generációk szerint	54

Mellékletek:

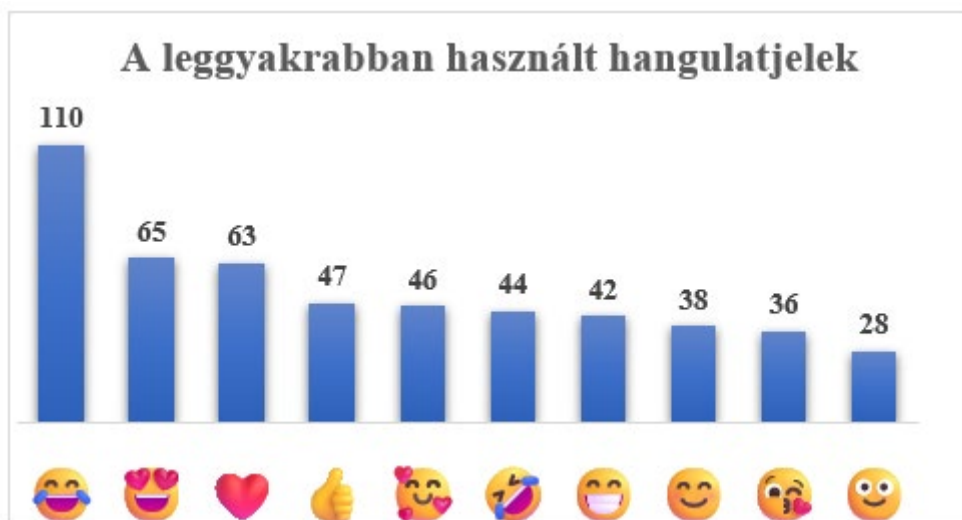
1.sz. melléklet: A kitöltők csoportosítása nemek szerint



2. sz. melléklet: A hangulatjelek használatának csoportosítása nemek és iskolai végzettség szerint



3. sz. melléklet Saját kutatásom eredményei alapján felállított tíz legnépszerűbb hangulatjel sorrendje



4. sz. melléklet: Az *Emojipedia.org* Top 10-es népszerűségi listája

1. 😂 2. 🤔 3. ❤️ 4. 🙌 5. 🙄 6. 😏 7. ✨ 8. 🍷 9. 😊 10. 🤔

5. sz. melléklet: A hangulatjelek célközönsége és annak gyakorisága

Kérem, jelölje meg a sorban azt, akinek hangulatjeleket szokott küldeni, valamint az oszlopot attól függően, hogy milyen gyakran!						
	családtag 10+ év	családtag 10- év	barát 10+ év	barát 10- év	munkatárs 10+ év	munkatárs 10- év
nagyon gyakran	101	121	130	156	54	75
gyakran	126	152	111	116	95	101
néha	85	70	78	72	90	90
ritkán	47	34	46	28	71	53
szinte soha	26	16	29	23	45	40
soha	22	14	13	12	52	48

6. sz. melléklet: A hangulatjelek érzelmi intenzitása 6 fokú skálán mérve generációkra lebontva

<i>Összes válasz</i>	1	2	3	4	5	6	7
nagyon gyenge	23	31	20	24	52	41	52
gyenge	39	66	31	32	52	45	59
inkább gyenge	46	80	49	32	95	63	91
inkább erős	113	94	87	109	98	102	95
erős	120	83	118	126	76	114	76
nagyon erős	66	53	102	84	34	42	34
<i>X generáció 76</i>	1	2	3	4	5	6	7
nagyon gyenge	3	8	3	7	11	11	13
gyenge	14	25	14	14	18	18	19
inkább gyenge	13	18	18	8	23	17	21
inkább erős	19	13	12	22	10	16	12
erős	15	9	16	17	11	10	6
nagyon erős	12	3	13	8	3	4	5
<i>Y generáció</i>	1	2	3	4	5	6	7
nagyon gyenge	13	19	15	15	30	28	28
gyenge	23	33	15	17	23	23	30
inkább gyenge	22	35	23	19	40	33	36
inkább erős	53	28	39	52	34	34	36
erős	32	25	38	37	22	31	20
nagyon erős	19	22	32	22	13	13	12
<i>Z generáció</i>	1	2	3	4	5	6	7
nagyon gyenge	7	4	2	2	11	2	11
gyenge	2	8	2	1	11	4	10
inkább gyenge	11	27	8	5	32	13	34
inkább erős	41	53	36	35	54	52	47
erős	73	49	64	72	43	73	50
nagyon erős	35	28	57	54	18	25	17

7. sz. melléklet: A kérdőív 4. szakaszához tartozó válaszok adatai

<u>Kérdések:</u>	Nagyon szeretem, amikor így beszél velem.	Nagyon kedvelem az új kollégát.	Örülnék, ha ez többet nem fordulna elő.	Szeretnék, ha átmennék segíteni?
Összes (407 fő)				
van különbség	357	254	358	367
nincs különbség	50	153	49	40
Férfi (175 fő)				
van különbség	152	108	150	155
nincs különbség	23	67	25	20
Nő (221 fő)				
van különbség	196	133	197	201
nincs különbség	25	83	24	20
X generáció (76 fő)				
van különbség	58	36	53	62
nincs különbség	18	40	23	14
Y generáció (165 fő)				
van különbség	137	82	140	138
nincs különbség	28	83	25	27
Z generáció (169 fő)				
van különbség	165	136	165	167
nincs különbség	4	33	4	2
Alapfokú végzettség (29 fő)				
van különbség	28	20	27	29
nincs különbség	1	9	2	0
Középfokú végzettség (278 fő)				
van különbség	252	192	249	260
nincs különbség	26	86	29	18
Felsőfokú végzettség (100 fő)				
van különbség	77	42	82	78
nincs különbség	23	58	18	22

8. sz. melléklet: A kérdőív 4. szakaszához tartozó válaszok adatai százalékos formában

<u>Kérdések:</u>	Nagyon szeretem, amikor így beszél velem.	Nagyon kedvelem az új kollégát.	Örülnek, ha ez többet nem fordulna elő.	Szeretnék, ha átmennék segíteni?
Összes (407 fő)				
van különbség	87%	62%	87%	90%
nincs különbség	13%	38%	13%	10%
Férfi (175 fő)				
van különbség	86%	61%	85%	88%
nincs különbség	14%	39%	15%	12%
Nő (221 fő)				
van különbség	88%	60%	89%	90%
nincs különbség	12%	40%	11%	10%
X generáció (76 fő)				
van különbség	76%	47%	69%	81%
nincs különbség	23%	53%	31%	19%
Y generáció (165 fő)				
van különbség	83%	49%	84%	83%
nincs különbség	17%	51%	16%	17%
Z generáció (169 fő)				
van különbség	97%	80%	97%	98%
nincs különbség	3%	20%	3%	2%
Alapfokú végzettség (29 fő)				
van különbség	96%	69%	93%	100%
nincs különbség	4%	31%	7%	0%
Középfokú végzettség (278 fő)				
van különbség	90%	69%	89%	93%
nincs különbség	10%	31%	11%	7%
Felsőfokú végzettség (100 fő)				
van különbség	77%	42%	82%	78%
nincs különbség	23%	58%	18%	22%

NYILATKOZAT

a diplomadolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Kuli Ágnes Kármén
A Hallgató Neptun kódja: ECFX34
A dolgozat címe: A hangulatjelek használata és értelmezése az Egyesült Királyság területén
A megjelenés éve: 2024
A konzulens intézetének neve: Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság
Intézet A konzulens tanszékének a neve: Humántudományi és Szakképzési Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott diplomadolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemitulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumába. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumában.

Kelt: Jászberény, 2024. április 19.



Hallgató aláírása

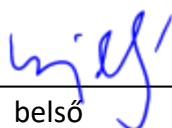
NYILATKOZAT

Kuli Ágnes Kármén ECFX34 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 19.


belső

¹ A megfelelő aláhúzendó.

² A megfelelő aláhúzendó.