



Radboud Universiteit

Het verschil in bekendheid met en interpretatie van emoji tussen verschillende generaties

Masterscriptie

Renée Christophe

Thema 19 – Emoji-interpretaties bij verschillende generaties

Begeleider: Dr Lieke Verheijen

Tweede lezer: Dr. Andreu van Hooft

06/10/2022

Samenvatting

Door het gebruik van emoji (zoals ❤️) in digitale chatgesprekken tussen de jongere en de oudere generaties is er een kans op miscommunicatie. De kans bestaat dat de jongere generatie iets anders bedoelt met de emoji die worden gestuurd dan de oudere generatie, waardoor verwarring kan ontstaan. Tot op heden is er weinig onderzoek gedaan naar de verschillen in bekendheid met en interpretatie van emoji tussen verschillende generaties. De huidige studie beantwoordt de volgende vraag: *In hoeverre zijn er verschillen in bekendheid met emoji en interpretaties van emoji tussen mensen van verschillende generaties?* De studie heeft een tussenproefpersoonontwerp met Bekendheid met Emoji en Interpretatie van Emoji als afhankelijke variabelen en Generatie als onafhankelijke variabele. Om de onderzoeksvraag te beantwoorden is er een experiment in de vorm van een online vragenlijst gedaan onder 121 proefpersonen van zowel de jongere generatie (18-25 jaar oud, $N = 56$) als de oudere generatie (45 jaar en ouder, $N = 65$). Hierin werd gevraagd of ze een selectie van 25 emoji herkenden, of en zo ja hoe vaak ze die gebruikten en wat ze dachten dat de emoji betekenden (meerdere betekenissen mogelijk). Naderhand zijn van de gegeven antwoorden een Totale Letterlijke Interpretatiescore, een Totale Figuurlijke Interpretatiescore, een Totale Herkenningscore en een Totale Gebruiksscore opgemaakt. De resultaten van het onderzoek laten significante verschillen zien tussen de generaties in hun bekendheid met en interpretatie van emoji. Uit de resultaten blijkt dat de jongere generatie meer emoji herkenden en deze ook vaker gebruikten. Daarnaast slaagden de proefpersonen van de jongere generatie er vaker in om 'juiste' interpretaties te geven van de emoji: dit gold voor zowel de figuurlijke als de letterlijke interpretaties. De resultaten van de huidige studie bevestigen de vooraf verwachte verschillen in emojibekendheid en -interpretatie tussen verschillende generaties, en laten hiermee zien dat het interpreteren van emoji door iedereen verschillend gedaan kan worden en voor interessante en grappige situaties kan zorgen, maar ook voor hele ongemakkelijke situaties en miscommunicatie.

Kernwoorden: Emoji, generaties, bekendheid, gebruik, interpretatie

Inleiding

In 2015 werd 😂, ofwel de “tranen van het lachen”-emoji, gekozen als woord van het jaar door de Oxford Dictionary, waarmee geschiedenis werd geschreven. Het was de eerste keer dat een afbeelding, of pictogram, werd gekozen als het ‘woord’ van het jaar (Oxford Languages, 2015; Steinmetz, 2015). Bovendien werd dezelfde emoji ook in 2021 betiteld als de meest gebruikte emoji van het jaar, wat de blijvende populariteit van de emoji aanduidt (Unicode, 2021). Volgens Oxford Languages (2015) worden emoji een steeds groter onderdeel van ons leven in de digitale wereld. De definitie van een emoji is volgens Oxford Languages een “kleine gedigitaliseerde afbeelding of icoon die wordt gebruikt om een idee of een emotie uit te drukken in digitale communicatie.” (Oxford Languages, 2015). Het woord ‘emoji’ komt uit de Japanse taal waarin de letter ‘e’ ‘afbeelding’ betekent en waar ‘moji’ staat voor ‘teken’ (Illendula et al., 2018).

De voornaamste reden voor het gebruik van emoji in online gesprekken is om een bericht meer emotie, nadruk of nuance te geven (Miller, 2016; Verheijen, 2016; Emojipedia, 2022). Het is namelijk moeilijker gebleken om emotie toe te voegen aan een bericht via digitale communicatie dan in een face-to-face gesprek, en het gebruiken van emoji kan hier goed bij helpen. Daarnaast kan het een bericht ook minder hard of direct laten overkomen, door bijvoorbeeld een knipoog-emoji (😉) achter een grapje te zetten of een emoji die zijn tong uitsteekt (😜) achter een sarcastische opmerking (Verheijen, 2016; Coyle & Carmichael, 2019). Volgens het Emoji Onderzoek, een corpusanalyse gedaan door marketingbedrijf Coosto (2020), worden emoji meestal gebruikt om blijdschap en vreugde uit te drukken of om de emotionele lading van het bericht te versterken of afzwakken. Emoji worden daarnaast ook gebruikt om boosheid, verdriet en afschuw te benadrukken. Voor dit onderzoek heeft Coosto (2020) het emoji-gebruik in Twitterberichten geanalyseerd. Op basis van deze analyse zijn de meest populaire emoji benoemd, net als de verschillen in emoji-gebruik tussen mannen en vrouwen en welke emoji tijdens bepaalde gebeurtenissen veel gebruikt werden (bijv. 🌿 tijdens de coronapandemie).

Tegenwoordig zijn emoji bijna niet meer weg te denken uit bijvoorbeeld een WhatsApp-gesprek of post op sociale media; ze zijn een vast onderdeel van onze manier van digitaal communiceren geworden, blijkt uit het onderzoek van Coosto (2020). Dit wordt bovendien bewezen met het feit dat jaren geleden al het gebruik van emoji steeds meer toenam onder verschillende leeftijdsgroepen, en dat dit gebruik over de jaren alleen nog maar meer geworden

is (bijv. Evans, 2017; Riordan, 2017; Santamaría-Bonfil & Toledano López, 2019). Gesprekken via sociale-mediakanalen kunnen tegenwoordig zelfs als negatief beladen beschouwd worden als er geen emoji in worden gebruikt door beide participanten, stellen Coyle en Carmichael (2019). In het bijzonder worden emoji met gezichtsuitdrukkingen (bijv. 😊) veel gebruikt, omdat men zich hiermee het makkelijkst kan uitdrukken of hun emotie in het bericht kan versterken (Riordan, 2017). Bovendien wordt in het Emoji Onderzoek van Coosto (2020) benoemd dat volgens het Unicode Consortium (database van alle soort digitale tekens) alleen emoji met gezichtsuitdrukkingen gebruikt kunnen worden om emotie uit te drukken, en dus bijvoorbeeld niet met emoji als 👍 of 🙌.

“Emoji have come to embody a core aspect of living in a digital world that is visually driven, emotionally expressive and obsessively immediate” (Steinmetz, 2015). Deze quote uit het artikel van Time, na het aankondigen van het woord van het jaar 2015, toont duidelijk aan hoe geïntrigeerd het gebruik van emoji is in ons huidige gebruik van digitale media. Ze zijn volgens de quote zelfs een kernaspect hiervan (Steinmetz, 2015). Uit de corpus van Coosto (2020) kan geconcludeerd worden dat de berichten met daarin emoji vaak zorgden voor meer interactie tussen de verzender en ontvanger van het gesprek, en deze de ontvanger een beter beeld van de bedoeling van de verzender gaven. Dit past ook bij voorgaande quote, omdat emoji bijdragen aan onze digitale wereld die emotioneel expressief is geworden, en gebruikers dus via emoji hun mening kunnen versterken of de emotionele lading van een bericht kunnen uitdrukken.

Volgens Danesi (2016) zijn emoji visuele metaforen die in de hersenen zijn opgeslagen als concepten. Dit wil zeggen dat gebruikers van emoji deze begrijpen door associaties die gemaakt worden met de emoji (Danesi, 2016; Ge & Gretzel, 2018). Een visuele metafoor kan beschreven worden als een retorisch figuur dat meerdere connotaties en boodschappen kan communiceren (Philips & McQuarrie, 2004; Margariti et al., 2019). Bovendien blijkt uit een onderzoek van Warner (2021) voor het *Multilingual Magazine* dat het gebruik van emoji kan leiden tot miscommunicatie, omdat de interpretatie van emoji kan verschillen per persoon, of per generatie. Dit sluit aan bij het feit dat een emoji meerdere dingen tegelijk kan communiceren of betekenen.

Bovendien kan de mate van bekendheid met de verschillende (metaforische) betekenissen van emoji een rol spelen in het (mis)communicatieproces. De verschillende betekenissen van emoji zijn te vinden op *Emojipedia*, een online (Engelstalige) referentie-tool waarin de betekenissen van emoji zijn vastgelegd (Emojipedia, 2022). De corpusanalyse gedaan

door An et al. (2018) met Chinese participanten toont aan dat er verschillen zijn in de interpretatie van emoji. Uit hun resultaten blijkt dat waar de oudere generatie (Millennials en daarboven) een positieve associatie kan hebben met een emoji, de jongere generatie (Generatie Z) deze als negatief kan beschouwen. Daarnaast schrijven zij dat de jongere generatie in grotere mate gebruik maakt van emoji in hun berichten dan de oudere generatie. Deze conclusies hebben zij getrokken op basis van bijna 7000 geanalyseerde online chats via het platform WeChat.

In een WhatsApp-gesprek met iemand van een oudere generatie kan het voorkomen dat deze persoon de emoji 😊 gebruiken na het maken van een grapje, wat volgens Emojipedia (2022) ‘traditioneel’ gezien het correcte gebruik van deze emoji is. Deze emoji kan echter door jongeren van Generatie Z op een suggestieve, seksuele manier worden geïnterpreteerd. Zo kan het gemaakte grapje, door bijvoorbeeld een van je ouders, op een andere manier op je overkomen dan bedoeld, en op die manier zorgen voor miscommunicatie, blijkt uit het onderzoek van Herring en Dainas (2020).

Dit voorbeeld laat zien dat het relevant is om te onderzoeken of er verschillen zijn in de interpretatie van en bekendheid met emoji tussen de oude en jonge generatie. Bovendien is er naar de interpretatie van en bekendheid met emoji tot op heden nog niet veel onderzoek gedaan, wat het interessant maakt om in het huidige onderzoek dieper in te gaan op deze twee factoren. Het doel van dit onderzoek is vast te stellen wat de verschillen in bekendheid met en de interpretatie van emoji door mensen van verschillende generaties zijn en wat de mogelijke consequenties van deze verschillen zijn.

Theoretisch kader

De opkomst van emoji

In Japan werd in 1997 de eerste emoji-set uitgebracht, die bestond uit 90 verschillende emoji (Emoji Timeline, 2022). Deze werd uitgebracht door Softbank, een Japanse mobiele telefoonprovider. In de jaren hierop volgden er verschillende andere vormen van emoji bijgekomen, waar Apple bijvoorbeeld in 2008 de eerste set emoji uitbracht in Japan. In 2010 werden emoji gestandaardiseerd door het Unicode Consortium, een universele standaard voor bepaalde karakters en tekens, waarna in 2011 wereldwijd emoji werden uitgebracht door Apple (Tigwell & Flatla, 2016; Emoji Timeline, 2022; Unicode, 2022). Tegenwoordig worden emoji en hun betekenissen beheerd door het Unicode Consortium. Unicode is een standaard, of digitale codering, waarin alle soorten tekens die via een computer of digitaal apparaat worden gebruikt, waaronder emoji, zijn vastgelegd (Needleman, 2000; Unicode, 2022). Sinds de lancering van emoji door Apple is het assortiment van emoji verder uitgebreid en worden ze steeds meer gebruikt over de hele wereld (Emoji Timeline, 2022; Unicode, 2022). Volgens Emojipedia bestaan er momenteel 3633 verschillende emoji, die allemaal worden opgeslagen in de Unicode Standaard, en met bijna iedere update daarvan worden er nieuwe emoji toegevoegd (Emojipedia, 2022). Emojipedia is een Engelstalige online referentietool die gebruikt kan worden om de betekenis(sen) van emoji te achterhalen. Engels is de online lingua franca (Pickering, 2006) en daarom kunnen de betekenissen gegeven door Emojipedia wereldwijd gebruikt worden.

Emoji zijn niet te verwarren met emoticons, de voorlopers van emoji, ondanks dat ze dezelfde functie kunnen hebben, namelijk het uitdrukken van emoties in online communicatie (Riordan, 2017). Het woord emoticon komt van het Engelse *emotion* en *icon* en dit zijn vooral icoontjes, bijv. :-), om blijdschap te tonen, of <3, dat een hartje uitbeeldt (Oxford Languages, 2015). Met de komst van emoji is het nog makkelijker geworden om diversere emoties te tonen omdat een emoji meer details heeft (bijv. blosjes op de wangen) dan alleen een lachend of fronsend gezicht (Riordan, 2017). Desondanks blijkt uit het artikel van Miller et al. (2016) dat emoticons in sommige gevallen duidelijker emotie kunnen toevoegen aan een bericht dan emoji. Dat komt omdat emoticons overduidelijk een blij gezicht, :-), of een verdrietig gezicht, :-(, uitdrukken. Emoji, daarentegen, kunnen volgens Miller et al. (2016) op verschillende manieren geïnterpreteerd worden door de ontvanger. Er bestaan emoji in de vorm van gezichtjes, waarvan de gezichtsuitdrukkingen variëren in hoeverre ze emoties overbrengen of

iets anders uitdrukken (bijv. 😞 tegenover 😊). Daarnaast bestaan er onder andere emoji van dieren (bijv. 🐶), emoji van natuuraspecten zoals planten (bijv. 🌱), van symbolen (bijv. 🚽) en van objecten (bijv. 💰) (Rodrigues et al., 2017; Emojipedia, 2022)

Associaties met emoji

Behalve dat deze verschillende soorten emoji op verschillende manieren geïnterpreteerd kunnen worden, kunnen deze verschillende interpretaties ook verklaard worden door de associaties die gebruikers hebben met verschillende emoji. Deze associaties zijn als “concepten” opgeslagen in het menselijk geheugen en worden ook wel ‘visuele metaforen’ genoemd (Danesi, 2016; Ge & Gretzel, 2018). Een voorbeeld van een emoji met een metaforische betekenis is bijv. 😋, die ‘kwijlen’ betekent, en ‘metaforisch’ kan worden gebruikt als iemand iets heel erg lekker vindt (Emojipedia, 2022). Volgens eerdergenoemde auteurs zijn metaforen in dit geval ook wel de connotaties die emoji kunnen hebben. Een emoji kan hierbij verschillende dingen betekenen en eventueel ook verschillende dingen tegelijk zeggen (Burke, 1969; Ge & Gretzel, 2018). Zo is in dit geval het ‘lekker vinden van’ niet de letterlijke betekenis, maar wel de connotatie die veel emoji-gebruikers hebben met bovenstaande emoji.

Volgens Kelly (2015) kunnen de verschillende betekenissen van emoji zowel connotaties als denotaties zijn. Zij beschrijft connotatie als iets dat voorkomt als de emotie die de emoji kan uitdrukken niet helemaal duidelijk wordt binnen de context; het kan meerdere betekenissen hebben. Dit is bij denotatie wel het geval, aangezien dat de letterlijke associatie en betekenis van de emoji is. De connotatie van een emoji hangt dus ook af van de associatie die een gebruiker met een bepaalde emoji heeft, ofwel de metaforische betekenis van een emoji (Kelly, 2015; Ge & Gretzel, 2018). Het onderscheid tussen connotatie en denotatie is vooral te zien in emoji met lastig te interpreteren gezichtsuitdrukkingen en emoji waarin helemaal geen gezichtsuitdrukking te zien zijn (Rodrigues et al., 2017). Bovendien schrijft Kelly (2015) dat jongeren minder snel emoji met connotaties naar personen van de oudere generatie (zoals hun ouders) zouden sturen, omdat ze in deze gevallen zeker willen zijn van het feit dat de ontvanger begrijpt wat ze bedoelen met de emoji. In dit geval zullen ze sneller emoji met denotaties sturen, om zeker te weten dat het goed over komt. Bij vrienden, met wie je ervaringen en dezelfde gedachten deelt, is de kans groter dat zij weten wat bedoeld wordt met de emoji met connotaties (Kelly, 2015).

Het gebruik van emoji

Sinds de opkomst van emoji is het gebruik hiervan aanzienlijk gestegen, en het gebruik van emoji op verschillende sociale media is nooit zo hoog geweest als op dit moment, blijkt uit de meest recente statistieken van Emojipedia, uitgebracht in januari 2022 (Emojipedia, 2022). Emoji komen vooral voor in digitale chatgesprekken of posts via verschillende sociale media en worden regelmatig gebruikt door mensen om zich gemakkelijker uit te kunnen drukken (zoals 🥰 om te laten merken dat je iets heel mooi vindt) (Miller et al, 2016; Tigwell & Flatla, 2016; Emojipedia, 2022). Daarnaast zijn emoji ook een makkelijkere manier voor mensen om zich te uiten dan met alleen woorden, en ze kunnen soms zelfs een woord vervangen in een zin (bijv. ‘Ik kom met de bus’ > ‘Ik kom met de 🚌’) (Cohn et al., 2018; Dürscheid & Meletis, 2019). Dit hoeft echter niet altijd de functie van een emoji in een zin te zijn, aangezien een emoji soms juist voor intensivering van een zin zorgt en niet als vervanging van een woord. Neem de zin “We krijgen morgen eindelijk onze nieuwe hond 🐶🐶🐶”; hier dient de emoji niet als vervanging voor het woord ‘hond’ en wordt de zin niet als “We krijgen morgen eindelijk onze nieuwe hond *hond hond hond*” gelezen. In dit geval dient de emoji dus juist als extra nadruk op het woord ‘hond’ (Dürscheid & Meletis, 2019). Bovendien kan de betekenis of functie van een emoji ook afhangen van de context van het bericht en de conversatie waarin het wordt gebruikt. Soms zijn de betekenis of functie, die niet meteen duidelijk kunnen zijn, af te leiden aan de rest van het bericht, ofwel aan het voorgaande deel van het bericht of het deel erna (Kim et al., 2020).

Interpretaties van emoji

Het gebruik van emoji kan ook leiden tot miscommunicatie, omdat de interpretatie van de emoji verschillend kan zijn. Wat in een specifiek geval wordt bedoeld met een emoji hoeft niet altijd gelijk te staan aan wat de emoji ‘letterlijk’ weergeeft (Evans, 2017). Deze verschillen in interpretatie kunnen meerdere oorzaken hebben, waarvan één is dat verschillende toestellen (bijv. Apple iOS of Android) verschillende weergaven hebben van emoji (Miller et al., 2016). Zo ziet de ‘*slightly smiling*’ emoji (iOS weergave: 😊) er op Android toestellen (😊) een stuk vriendelijker en breder-lachend uit dan op Apple toestellen met als systeem iOS (Emojipedia, 2022). Buiten iOS en Android zijn er nog veel verschillende andere systemen waar emoji weer anders weergegeven worden, wat soms kan leiden tot verwarring bij gebruikers. Zij hebben

soms niet eens door dat gebruikers van andere toestellen de emoji anders weergegeven krijgen. (Miller et al., 2018; Emojipedia, 2022).

Een andere reden voor het verschil in interpretatie van emoji zijn de verschillen in socialmediagebruik tussen verschillende generaties (Fietkiewicz et al., 2016). Waar Generatie Z (1996 – 2012; Fietkiewicz et al. 2016) de ‘traditionele’ sociale-mediakanalen zoals Facebook en Twitter achter zich laat en zich vooral focust op sociale media waarop foto’s worden gedeeld (bijv. Instagram of Snapchat), gebruiken de oudere generaties juist wel de ‘traditionele’ sociale media om in contact en up-to-date te blijven (Fietkiewicz et al., 2016). Het verschil in gebruik van emoji op de verschillende soorten sociale media is ook zichtbaar. Waar op Facebook grotendeels gebruik wordt gemaakt van het ‘duimpje omhoog’ om te laten weten als je iets leuk vindt, is het op andere apps (zoals Instagram) gebruikelijker om een reactie achter te laten die versterkt wordt door emoji. Daarnaast wordt in het onderzoek van Frey en Glaznieks (2018) duidelijk dat de jongere generatie, of de *digital natives* (Prensky, 2001), anders gebruik maken van sociale media dan het gedrag wat vooral veel te zien is in het sociale-media-gebruik van de oudere generatie, of de *digital immigrants* (Prensky, 2001). Uit dit onderzoek blijkt namelijk dat de jongere generatie (Generatie Z) meer Engels gebruikt in de berichten dan de oude generatie (Millennials en ouder) en meer afwijken van de ‘standaardtaal’, door middel van het gebruik van *computer-mediated-communication* markers (CMC-markers), waaronder emoji.

Verschillende generaties en emoji

De termen *digital natives* en *digital immigrants* werden in 2001 door Prensky geïntroduceerd. *Digital natives* is een term die wordt gebruikt voor de generaties die zijn opgegroeid met sociale media en emoji (vanaf ongeveer 1980) en met de *digital immigrants* worden de generaties bedoeld die hier op latere leeftijd pas gebruik van zijn gaan maken (Prensky, 2001). Onder de *digital natives* valt Generatie Y, of de Millennials, (1977-1993) en opvolgende generaties, en zij werden op jongere leeftijd al blootgesteld aan technologie, social media en de digitale wereld en zijn daarom grotere gebruikers van het internet dan hun voorgangers. Onder de *digital immigrants* vallen o.a. Generatie X en de Babyboomers (Fietkiewicz et al., 2016).

Dit verschil in het gebruik van sociale media heeft ook gevolgen voor de interpretatie van emoji per generatie. Over het algemeen gebruiken de jongere generaties meer emoji in hun berichten dan de oudere generaties. Bovendien beoordelen de jongere generaties het gebruik van emoji ook op een positievere manier dan de oudere generaties (Prada et al., 2018). Een onderzoek van Oleszkiewicz et al. (2017) heeft aangetoond dat het gebruik van emoji op

Facebook vermindert hoe ouder de gebruikers worden. Zij schrijven dat de oudere generatie meer moeite heeft met het vinden van een emoji die hun emotie van dat moment goed weergeeft (Oleszkiewicz et al., 2017).

Koch et al. (2022) hebben een onderzoek uitgevoerd op basis van een corpus bestaande uit meer dan 300.000 Duitse WhatsApp-berichten van vrijwillige deelnemers aan het onderzoek, gestuurd tussen 2014 en 2015. Deze groep deelnemers bestond zowel uit mannen als vrouwen van verschillende leeftijden. De resultaten van dit onderzoek van Koch et al. (2022) laten daarnaast ook zien dat de oudere generatie vaak ook neigt naar de emoji die het makkelijkst te vinden zijn op het toetsenbord of naar emoji die worden “voorgesteld” bij de auto-correctie als er een woord wordt getypt, wat het makkelijker maakt voor deze generatie om een passende emoji bij het bericht te plaatsen (Duque, 2018; Koch et al., 2022). Het onderscheid met de jongere generatie, die dus bekender is met emoji-gebruik, is zo duidelijk te zien.

Bekendheid met verschillende betekenissen van emoji

Daarnaast zijn er ook twee onderzoeken die laten zien dat er een verschil zit in bekendheid met de (verschillende) betekenis(sen) van emoji. Bijvoorbeeld de resultaten van het survey-onderzoek van Sampietro (2020) laten zien dat mensen vaak verschillende betekenissen toewijzen aan een emoji, waaronder soms betekenissen die “niet correct” zijn (bijvoorbeeld een betekenis die niet op Emojipedia staat). Nog specifieker laten de resultaten van het onderzoek van Herring en Dainas (2020) zien dat er verschillen zitten in bekendheid met de toegekende betekenissen aan emoji tussen generaties. Vaak weten oudere generaties niet precies wat een emoji betekent of ze nemen de betekenis van emoji te letterlijk terwijl de jongere generatie abstractere betekenissen aan emoji kan toekennen (Herring & Dainas, 2020). Deze resultaten suggereren dat door de verschillen in bekendheid met emoji, men andere interpretaties van emoji kan hebben en daardoor miscommunicatie kan ontstaan.

Verskillende interpretaties van emoji kunnen bij alle eerdergenoemde verschillende soorten emoji ontstaan. Hoewel in het onderzoek van Herring en Dainas (2020) deze verschillen zichtbaar waren voor zelfs de meest gebruikte emoji, bestaan er ook emoji met meerdere, minder voor de hand liggende betekenissen. Bijvoorbeeld de emoji met verschillende connotaties, metaforen, (zoals 🍆, die vaak wordt gebruikt om het mannelijk geslachtsdeel te omschrijven) (Weissman, 2019). Het hangt echter af van de associaties die de zender en ontvanger hebben bij de emoji over hoe deze geïnterpreteerd wordt, zoals Kelly (2015) schrijft. Hoewel de emoji van de aubergine een visuele metafoor is die vaker gebruikt wordt door de

jongere generatie, zijn er vandaag de dag steeds meer emoji met een dubbele betekenis die wellicht minder bekend zijn. Hoewel de verschillende betekenissen wel in Emojipedia opgenomen zijn, zijn ze niet bij alle gebruikers van emoji even bekend. Een voorbeeld hiervan is 🤪, met als letterlijke betekenis ‘schedel’. Deze emoji wordt echter tegenwoordig door de jongere generaties gebruikt als uiting dat ze iets heel grappig vinden en ze ‘doodgaan’ van het lachen (Emojipedia, 2022). De kans dat er miscommunicatie ontstaat als deze emoji wordt gebruikt in een gesprek tussen iemand van een jongere en oudere generatie is dan ook aanwezig, aangezien misschien niet alle gebruikers af weten van de verschillende betekenissen van de emoji.

Het is echter niet alleen bij emoji met (mogelijk) metaforische betekenissen het geval dat er kans is op miscommunicatie, dit kan ook het geval zijn bij emoji met gezichtsuitdrukkingen (Miller et al., 2016). Het komt namelijk regelmatig nog voor dat de verkeerde emoji wordt gekozen bij een berichtje om een bepaalde emotie te uiten (zoals 😄 bij een verdrietig berichtje omdat het aangezien wordt voor een huilende emoji). Voorbeelden van miscommunicatie, waaronder de eerdergenoemde, worden gegeven in een artikel van RTL Nieuws uit 2016. waaruit blijkt dat de jongere generatie afwijkt van het Standaardnederlands in hun communicatie via sociale media (Verheijen, 2016). Het is vaak gemakkelijker om een emoji of afkorting te gebruiken om uit te drukken wat ze bedoelen, dan om het uit te typen. Deze eigen manier van communiceren suggereert dat dit de kans op miscommunicatie in gesprekken tussen de jongere en de oudere generatie vergroot (RTL Nieuws, 2016). Daarnaast komt het tegenwoordig ook voor dat de jongere generatie meerdere betekenissen toewijst aan één emoji met een gezichtsuitdrukking (bijv. 😘, wiens betekenis een smekend gezicht is, maar tegenwoordig ook wordt gebruikt om uit te drukken dat iets erg schattig of lief is) (Emojipedia, 2022).

Onderzoeksvraag en hypothesen

Zoals beschreven kunnen emoji bij verschillende partijen andere interpretaties oproepen, waardoor er miscommunicatie kan ontstaan tussen gesprekspartners. Waar er eerder al onderzoek is gedaan naar verschillen tussen gender en de interpretatie en het gebruik van emoji (zie bijv. Ogletree et al., 2017; Prada et al., 2018), is er tot op heden weinig onderzoek gedaan naar het specifieke verschil in interpretaties van en bekendheid met emoji tussen verschillende generaties. Dit terwijl er al wel eerdere onderzoeken zijn geweest naar emoji met generatie als variabele (zie bijv. Prada et al., 2018; Herring & Dainas, 2020), maar die studies

hadden een andere focus dan interpretaties en bekendheid. Daarom streeft dit onderzoek ernaar om meer over het verschil in emoji-gebruik en vooral interpretaties van emoji tussen generaties te ontdekken. Bovendien zal er gekeken worden naar de verschillen in bekendheid met de emoji. Om dit te onderzoeken is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

Q: In hoeverre zijn er verschillen in bekendheid met emoji (ofwel herkenning van en gebruik van) en interpretaties van emoji (zowel letterlijk als figuurlijk) tussen mensen van verschillende generaties?

Op basis van eerder besproken onderzoeken wordt er verwacht dat er geen verschillen zullen zijn in de letterlijke interpretaties van emoji tussen de twee generaties. Daarentegen wordt er verwacht dat er wel een verschil is in de figuurlijke interpretaties van emoji. Ook wordt verwacht dat de jongere generatie meer emoji gebruikt en herkent dan de oudere generatie. Deze verwachtingen worden ondersteund door voorgaand onderzoek. Zo blijkt uit de resultaten van de studie van Herring en Dainas (2020) dat de oudere generatie minder bekend is met emoji en deze dan ook sneller letterlijk zou interpreteren. Bovendien maakt de jongere generatie volgens Prada (2018) meer gebruik van emoji, waardoor wordt verwacht dat zij er ook meer zullen herkennen. Dit wordt ondersteund door een bevinding van Kelly (2015) waarin staat dat jongeren andere emoji gebruiken in gesprekken met hun ouders dan met hun vrienden: zij geven andere betekenissen aan emoji dan de letterlijke betekenis. Als laatste schrijven Frey en Glaznieks (2018) ook dat jongeren überhaupt meer gebruik maken van emoji dan de oudere generatie, wat suggereert dat zij meer bekend zullen zijn met de verschillende betekenissen van verschillende soorten emoji en deze dus ook anders zullen interpreteren. Met deze redenen zijn de volgende hypothesen geformuleerd:

H1: Er zijn verschillen in interpretatie van emoji tussen mensen van verschillende generaties: niet wat betreft letterlijke interpretaties van emoji (H1a), maar de jongere generatie is wel meer bekend met de figuurlijke interpretaties van emoji dan de oudere generatie (H1b).

H2: Er zijn verschillen in bekendheid met emoji tussen mensen van verschillende generaties: de jongere generatie herkent meer verschillende emoji (H2a) en gebruikt meer verschillende emoji (H2b) dan de oudere generatie.

Methode

Materiaal

Voor dit huidige onderzoek is er gebruik gemaakt van emoji met gezichtsuitdrukkingen die op verschillende manieren geïnterpreteerd kunnen worden (zoals 😊, die ‘blijdschap’ kan uitdrukken of op een sarcastische toon gebruikt kan worden), en van emoji zonder gezichtsuitdrukkingen met mogelijk metaforische betekenissen (zoals 🍑, de perzik emoji die ook wordt gebruikt als connotatie voor billen). De materialen, ofwel de emoji, voor de survey zijn verzameld door middel van een pre-test. In deze pre-test zijn er 35 emoji getest waar meerdere interpretaties voor mogelijk waren of waarvan meerdere betekenissen bekend zijn. Deze emoji werden verzameld via Emojipedia, waarbij er tijdens de selectie is gezocht op emoji met meerdere betekenissen, of bijvoorbeeld op termen als ‘TikTok’ of ‘Instagram’, aangezien dit sociale media platformen zijn die vooral gebruikt worden door de jongere generatie (Haenlein et al., 2020). Hieruit kwamen emoji voort die regelmatig werden gebruikt op deze platformen en waarna er nieuwsgierigheid naar ontstond of de oudere generatie op de hoogte zou zijn van de dubbele betekenis van deze emoji. De pre-test is ingevuld door 23 proefpersonen, waarvan 13 van de oudere generatie en 10 van de jongere generatie. Op basis van de antwoorden gegeven door de proefpersonen is er toen een selectie gemaakt van bruikbare emoji voor de daadwerkelijke survey. Dit is gedaan op basis van variatie in de antwoorden op de emoji. Hieruit zijn 25 bruikbare emoji gekomen die vervolgens zijn geïmplementeerd in de survey, welke in Bijlage A. te vinden zijn. De emoji die gebruikt zijn voor zowel de pre-test als het hoofdexperiment werden via Emojipedia verzameld.

De onafhankelijke variabele in dit onderzoek is generatie. Deze is geoperationaliseerd als een binaire nominale variabele met twee niveaus: jong en oud. Zoals eerder beschreven in het theoretisch kader wordt de oudere generatie gedefinieerd als de digital immigrants, en de jongere generatie als de digital natives (Prensky, 2001; Fietkiewicz, 2016). Er is gekozen om onderscheid te maken tussen deze twee generaties omdat zij blijken te verschillen in de interpretatie van emoji (bijv. Prada, 2018)

Proefpersonen

Voor dit onderzoek werd er gestreefd naar ongeveer 100 respondenten, waarvan minimaal 50 personen van de jongere generatie (18 – 25 jaar oud, dus geboren tussen 1997 en 2004) en 50 van de oudere generatie (45+ jaar oud, dus geboren vóór 1977). De leeftijden van

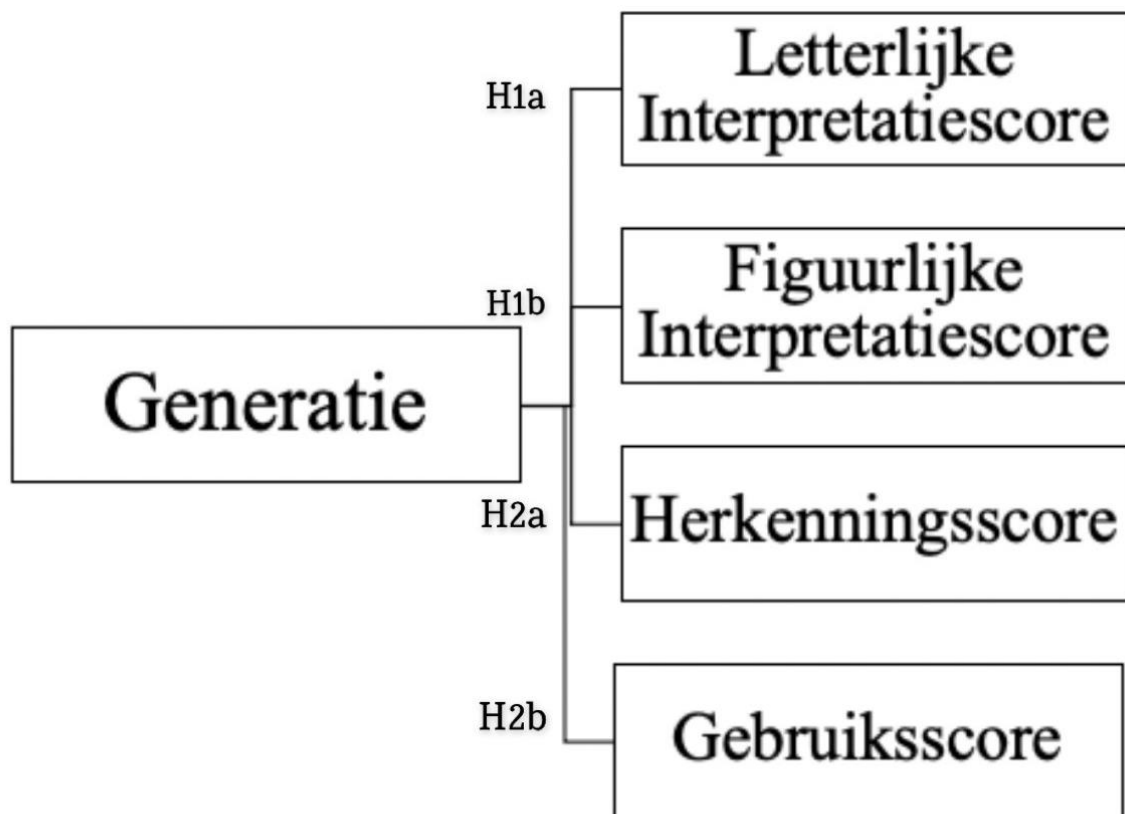
de jongere generatie zijn gebaseerd op het feit dat emoji zijn ontstaan in 1997, en dat de respondenten van 25 jaar oud dus zijn opgegroeid met deze emoji (Emoji Timeline, 2022). Daarnaast is de wettelijke minimumleeftijd om zelfstandig mee te mogen doen aan een wetenschappelijk onderzoek 18 jaar, waardoor dat ook de minimumleeftijd van dit onderzoek was. Voor de oudere generatie is er gekozen voor respondenten van 45 jaar en ouder. Prensky benoemt in zijn onderzoek dat mensen uit Generation Y, of Millennials, (1977 – 1993) en hun opvolgers de *digital natives* zijn (Prensky, 2001; Fietkiewicz et al., 2016). Daarom is het interessant om dit onderzoek te doen met respondenten uit generaties die daarvoor komen (Generation X, Babyboomers), wat resulteert in respondenten van 45 jaar en ouder.

In totaal hebben 159 personen meegedaan aan de online vragenlijst. Hiervan zijn 38 personen uitgesloten, omdat zij de vragenlijst niet volledig hebben ingevuld of niet aan de leeftijdseisen voldeden. Dit resulteerde in 121 participanten voor de analyse, waarvan 56 deelnemers van de jongere generatie en 65 deelnemers van de oudere generatie. Uit de χ^2 -toets tussen Generatie en Gender bleek geen verband te bestaan ($\chi^2 (1) = 3.06, p = .080$). Dus, de randomisatie van Gender over Generatie was goed. In totaal namen er 40 (33.1%) mannen en 81 (66.9%) vrouwen deel aan het onderzoek. Van de jongere generatie namen er 42 vrouwelijke participanten deel (75%) en 14 mannelijke (25%). Van de oudere generatie namen er 39 vrouwelijke participanten deel (60%) en 26 mannelijke (40%).

Daarnaast bleek er uit de χ^2 -toets tussen Generatie en Opleidingsniveau een significant resultaat ($\chi^2 (3) = 17.26, p < .001$). Deze resultaten laten zien dat er een verband zit tussen opleidingsniveau en generatie. In totaal hadden 11 (9%) participanten middelbaar onderwijs, 17 (14%) participanten een MBO-opleiding, 41 (34%) participanten een HBO-opleiding en 52 (43%) een universitaire opleiding afgerond of zijn er nog mee bezig. Van de jongere generatie hadden 3 participanten (5.4%) middelbaar onderwijs, 7 participanten (12.5%) een MBO-opleiding, 11 participanten (19.6%) een HBO-opleiding en 35 participanten (62.5%) een universitaire opleiding. Van de oudere generatie hadden 8 participanten (12.3%) middelbaar onderwijs, 10 participanten (15.4%) een MBO-opleiding, 30 participanten (46.1%) een HBO-opleiding en 17 participanten (26.2%) een universitaire opleiding. Dit laat zien dat mensen van verschillende opleidingsniveaus niet willekeurig verdeeld waren over verschillende generaties en dat de participanten van de jongere generatie dus hoger opgeleid waren dan de participanten van de oudere generatie.

Onderzoeksontwerp

Het huidige onderzoek heeft een tussenproefpersoonontwerp, omdat de deelnemers ofwel tot de jongere generatie ofwel tot de oudere generatie behoorden. Het analysemodel van dit onderzoek is te vinden in Figuur 1.



Figuur 1. Analysemodel

Instrumentatie

In het huidige onderzoek zijn de verschillen in interpretatie en bekendheid met verschillende emoji tussen twee verschillende generaties onderzocht. Hiervoor werden er twee afhankelijke variabelen gemeten, namelijk Interpretatie van emoji en Bekendheid met emoji. Interpretatie van emoji is hierbij onderverdeeld in twee ratioscores: Totale Letterlijke Interpretatiescore en Totale Figuurlijke Interpretatiescore, die berekend zijn op basis van de ‘correcte’ letterlijke en ‘correcte’ figuurlijke betekenissen die gegeven zijn door de participanten. De participanten werden namelijk gevraagd om één of meerdere betekenissen

van de 25 gepresenteerde emoji te benoemen. Dit werd ze gevraagd in een open vraag, dus ze waren vrij in het geven van antwoorden. Op voorhand zijn er een aantal mogelijke ‘correcte’ betekenissen bepaald van de emoji die behandeld worden in het onderzoek. Dit is gedaan op basis van de conventionele betekenissen die gegeven worden door de online referentietool Emojipedia. Er is een somscore opgemaakt, voor alle 25 emoji bij elkaar opgeteld, van iedere overeenkomende letterlijke en figuurlijke betekenis die gegeven is door de respondenten.

De tweede afhankelijke variabele, Bekendheid met emoji, is ook onderverdeeld in twee ratioscores: Totale Herkeningscore en Totale Gebruikscore. Deze zijn berekend door de respondenten de vraag te stellen of zij de emoji herkenden (ja = 1, nee = 0) en of zij de emoji gebruikten (nooit = 1, zelden = 2, soms = 3, vaak = 4 en heel vaak = 5). Op basis van deze scores is er voor beide vragen een totaalscore berekend door hun scores voor alle 25 emoji bij elkaar op te tellen.

Procedure

Om antwoord te krijgen op de onderzoeksvragen is er een online tussenproefpersoon-experiment gehouden, in de vorm van een vragenlijst. Deze vragenlijst is gemaakt via Qualtrics en is in de maanden juli en augustus verspreid binnen het netwerk van de auteur (*convenience sampling*) en vanuit daar verder verspreid via de sneeuwbal methode. Allereerst kregen de respondenten een pagina te zien waarop werd gevraagd om toestemming om de resultaten te gebruiken voor een onderzoek. Daarna kregen ze een korte uitleg over hoe het experiment er uit zal zien en wat er van de respondenten verwacht wordt. Vervolgens kregen de respondenten telkens een emoji te zien. Bij iedere emoji werd dan gevraagd of de respondent de emoji herkende, en in het geval van wel werd er gevraagd hoe vaak ze deze emoji gebruikten. Vervolgens werd er gevraagd naar de interpretatie van de emoji, waarbij er met een open vraag werd gevraagd of iedere participant één of meerdere interpretaties/betekeningen van de emoji kon geven. De emoji zijn getoond zonder enige context eromheen dus de respondent kon niet aan de context van een bericht afleiden wat de betekenis van de emoji was.

Statistische toetsing

Om de verschillen van bekendheid met en interpretatie van emoji tussen verschillende generaties met de invloed van verschillende soorten emoji te toetsen is er via SPSS een eenweg multivariate variantie-analyse (MANOVA) uitgevoerd met als onafhankelijke variabele Generatie en als ratio afhankelijke variabelen Totale Letterlijke Interpretatiescore, Totale Figuurlijke Interpretatiescore, Totale Herkeningscore en Totale Gebruikscore uitgevoerd.

Daarnaast zijn er χ^2 -toetsen uitgevoerd tussen Generatie en Gender en Generatie en Opleidingsniveau om de verdeling hiervan te bekijken. Als laatste zijn er nog vier correlaties uitgevoerd om exploratief te kijken of er verbanden waren tussen de afhankelijke variabelen.

Resultaten

Effecten van Generatie op Interpretatie en Bekendheid

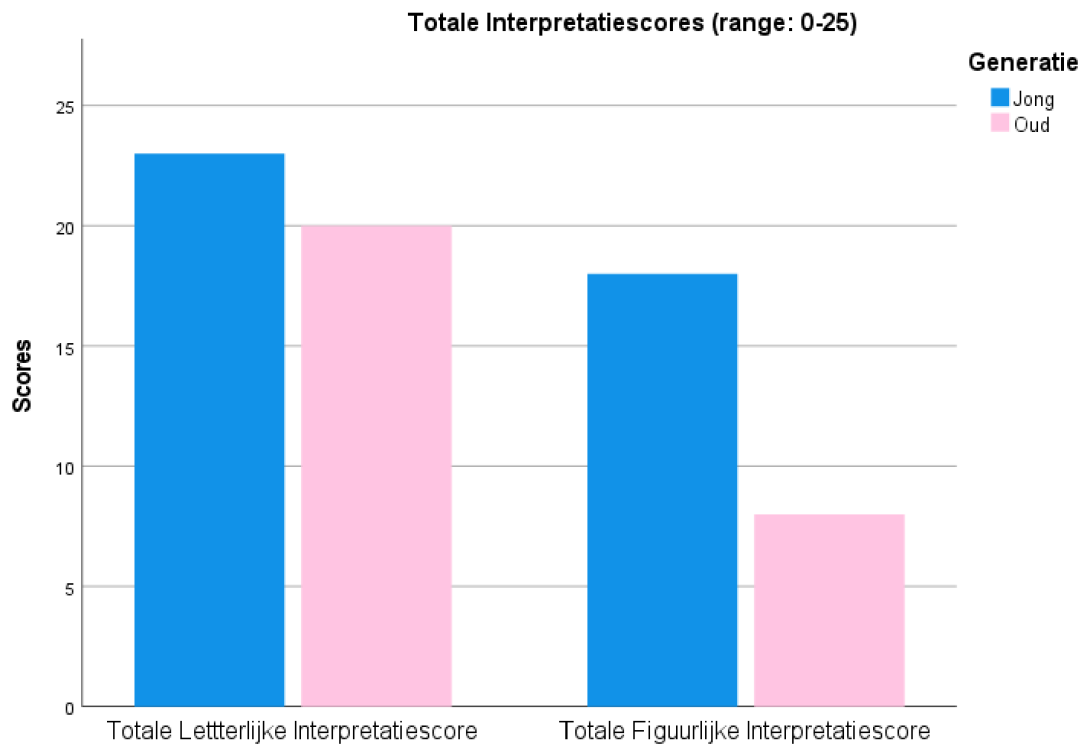
Uit de eenweg multivariate variantie-analyse van Generatie op Interpretatie van (Totale Letterlijke Interpretatiescore en Totale Figuurlijke Interpretatiescore) en Bekendheid met (Totale Herkenningscore en Totale Gebruiksscore) van de emoji bleek een significant multivariaat effect van Generatie ($F(4,116) = 65.91, p < .001$). Uit univariate analyses bleek dat er een effect was van Generatie op de Totale Letterlijke Interpretatiescore ($F(1,119) = 23.03, p < .001$) en op de Totale Figuurlijke Interpretatiescore ($F(1,119) = 181.5, p < .001$) van de emoji. Daarnaast bleek uit de univariate analyse dat er een effect was van Generatie op de Totale Herkenningscore ($F(1,119) = 92.26, p < .001$) en op de Totale Gebruiksscore ($F(1,119) = 51.75, p < .001$) van de emoji.

De jongere generatie had een hogere Totale Letterlijke Interpretatiescore ($M = 14.80, SD = 4.48$) dan de oudere generatie ($M = 10.81, SD = 4.62$). Bovendien had de jongere generatie een hogere Totale Figuurlijke Interpretatiescore ($M = 10.44, SD = 3.70$) dan de oudere generatie ($M = 3.48, SD = 1.80$). Dit gold ook voor de Totale Herkenningscore (jong: $M = 24.47, SD = 1.03$ en oud: $M = 16.69, SD = 5.98$) en voor de Totale Gebruiksscore (jong: $M = 39.13, SD = 15.42$ en oud: $M = 20.66, SD = 12.81$). Deze waarden kunnen ook in Tabel 1 gevonden worden, en in visuele weergave in Grafiek 1, 2 en 3.

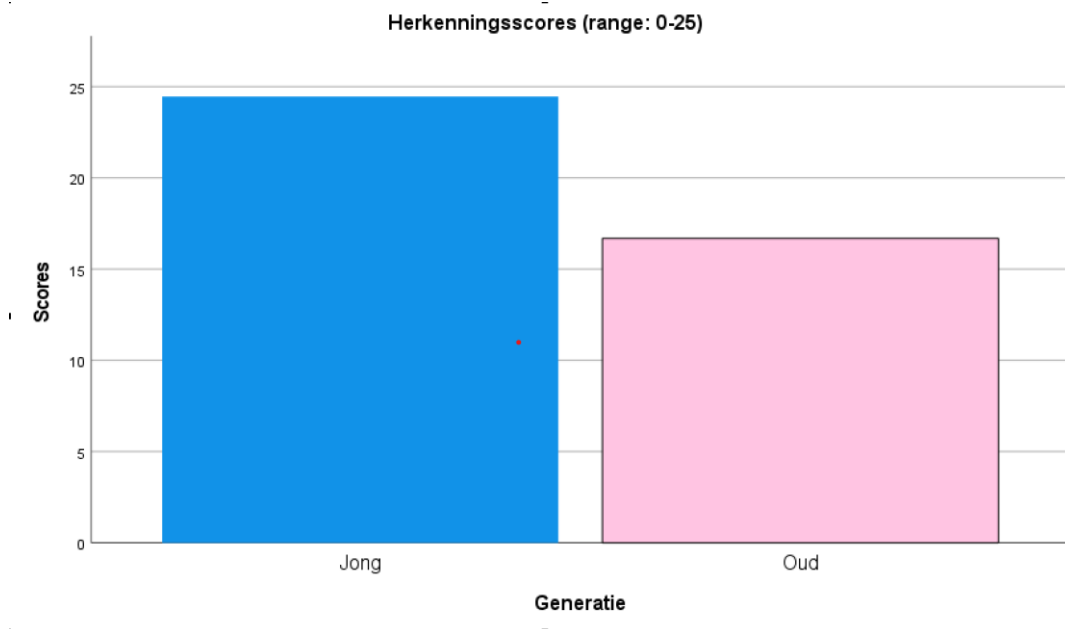
Tabel 1. Gemiddeldes en standaarddeviaties van de vier afhankelijke variabelen op de onafhankelijke variabele.

		Jong (N = 56)		Oud (N = 65)	
		M	SD	M	SD
Totale Letterlijke interpretaties		14.80	4.48	10.81	4.62
Totale Figuurlijke interpretaties		10.44	3.70	3.48	1.80
Totale Herkenning		24.47	1.03	16.69	5.98
Totale Gebruik		39.13	15.42	20.66	12.81

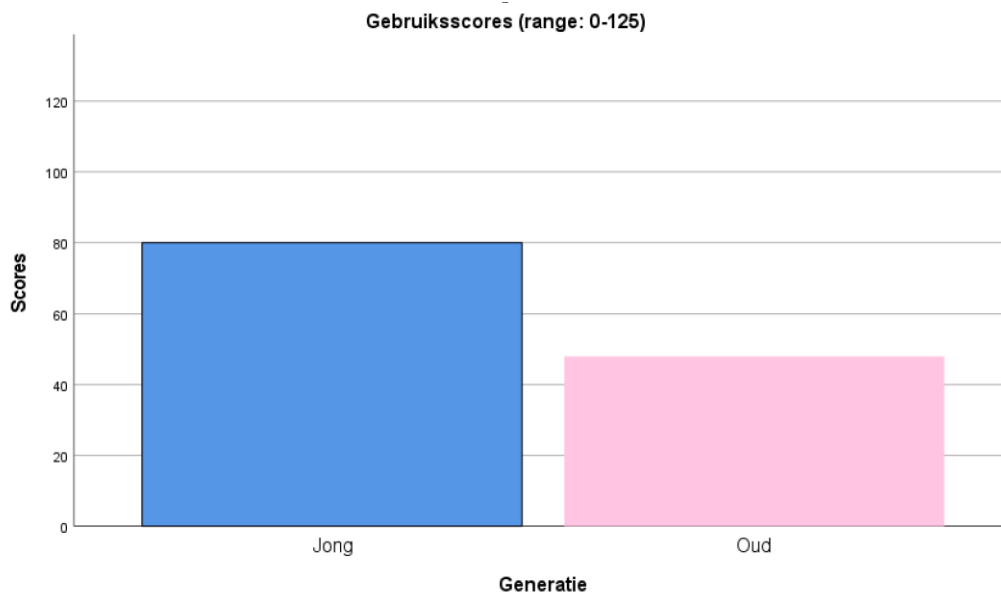
Grafiek 1. Totale Interpretatiescores



Grafiek 2. Totale Herkenningscore



Grafiek 3. Totale Bekendheidsscore



Correlatie van Bekendheid met de emoji op de Totale Letterlijke Interpretatiescore

Uit een correlatie voor de Totale Herkenningsscore en de Totale Letterlijke Interpretatiescore van de emoji bleek er een significant, positief verband te bestaan ($r(121) = .57, p < .001$). Dit bleek ook uit een correlatie voor de Totale Gebruiksscore en de Totale Letterlijke Interpretatiescore ($r(121) = .42, p < .001$). De Totale Letterlijke Interpretatiescore was hoger als de proefpersonen de emoji herkenden en gebruikten, zoals de zien in Tabel 2.

Tabel 2. Correlatie van Bekendheid met de emoji op de Totale Letterlijke Interpretatiescore

Variabele	Totale Herkenningsscore	Totale Gebruiksscore
Totale Letterlijke Interpretatiescore	.57*	.42*

* $p < .001$

Correlatie van Bekendheid met de emoji op de Totale Figuurlijke Interpretatiescore

Uit een correlatie voor de Totale Herkenningsscore en de Totale Figuurlijke Interpretatiescore van de emoji bleek er een significant, positief verband te bestaan ($r(121) = .59, p < .001$). Dit bleek ook uit een correlatie voor de Totale Gebruiksscore en de Totale Figuurlijke Interpretatiescore ($r(121) = .54, p < .001$). De Totale Figuurlijke Interpretatiescore was hoger als de proefpersonen de emoji herkenden en gebruikten (zie Tabel 3).

Tabel 3. Correlatie van Bekendheid met de emoji op de Totale Figuurlijke Interpretatiescore







Variabele	Totale Herkenningsscore	Totale Gebruiksscore
Totale Interpretatiescore	Figuurlijke .59*	.54*

* $p < .001$

Exploratieve kwalitatieve analyse

Gezien de opvallende significante statistische resultaten is het interessant om te kijken naar de uitschieters en mogelijke verklaringen van de resultaten. Het verschil tussen de oudere en jongere generatie is regelmatig zeer duidelijk te zien, vooral in het aantal (in)correct gegeven antwoorden. Dit is in kaart gebracht in Tabel 4, waarin een kleine selectie te zien is van de emoji met daarbij hoogst onconventionele interpretaties. Hierbij is ook gekeken naar de leeftijd van de respondent die het antwoord heeft gegeven en er is gebleken dat de jongere generatie geen enkele keer echt ver weg van het juiste antwoord heeft gezeten. Zie voor een overzicht hiervan Tabel 4. Bovendien gaven respondenten van de oudere generatie vaak het antwoord “*Ik weet het niet*” of antwoordden ze simpelweg met een “?” als ze niet wisten wat de emoji betekenden (vaker dan 50 keer). Dit gebeurde onder respondenten van de jongere generatie nauwelijks (minder dan 20 keer).

Tabel 4. Onconventionele interpretaties van emoji

Emoji	Interpretatie	Leeftijd
	‘Ik verzet me er tegen’	64
	‘Chill’	50
	‘Hyper zijn’	58
	‘Geen pinda’s... weet niet wat dan’	62
	‘Zwaan’, ‘Opblaas beest’, ‘Badeendje’, ‘Politie?’	54, 73, 57, 60
	‘Appel’, ‘Beterschap/Vitamine’	77, 47
	‘Geen idee. Dronkenschap?’	53
	‘Geluk’	57

Conclusie en discussie

Het doel van deze studie was om te onderzoeken wat de verschillen in bekendheid met en interpretatie van emoji tussen mensen van verschillende generaties waren. Er is gekeken naar in hoeverre de respondenten de emoji herkenden, in welke mate zij deze emoji gebruikten en wat zij dachten dat deze betekenden. De volgende vraag stond centraal in het onderzoek: *In hoeverre zijn er verschillen in bekendheid met emoji en interpretaties van emoji tussen mensen van verschillende generaties?* Er werden van tevoren verschillen verwacht in de interpretatie van en bekendheid met emoji tussen de respondenten van verschillende generaties. Deze verschillen werden enkel verwacht voor de figuurlijke interpretaties van emoji en niet voor de letterlijke interpretaties. Daarnaast werd van tevoren verwacht dat de jongere generatie bekender was met de emoji en deze ook meer zou gebruiken dan de oudere generatie. Om deze hypothesen te testen is er een online vragenlijst verspreid onder beide generaties. Deze resultaten zijn in SPSS met een MANOVA geanalyseerd, waarna de volgende conclusies getrokken kunnen worden: allereerst bleek uit de resultaten dat de jongere generatie de emoji op zowel letterlijke als figuurlijke wijze juistere interpreteerde dan de oudere generatie. De eerste hypothese is daarom deels bevestigd. Ook is er gebleken dat de jongere generatie emoji zowel meer herkent en gebruikt dan de oudere generatie. Hierdoor kon ook de tweede hypothese bevestigd worden naar aanleiding van de resultaten van dit onderzoek.

Op basis van de (gedeeltelijke) bevestigingen van de hypothesen kan antwoord op de centrale vraag van het onderzoek gegeven worden. Namelijk, dat er zeker verschillen zijn in bekendheid met en de interpretaties van verschillende soorten emoji tussen mensen (in ieder geval, Nederlanders) van verschillende generaties. Er blijkt dat de jongere generatie daadwerkelijk meer bekend is met emoji, deze ook meer gebruikt en daarom ook meer juiste interpretaties (zowel letterlijk als figuurlijk) kan geven van de emoji dan de oudere generatie.

Interpretatie van emoji

Ondanks dat er op het moment nog niet veel onderzoek is gedaan naar verschillen in bekendheid met en interpretatie van emoji met als variabele generatie, zijn er een aantal studies die de huidige resultaten ondersteunen. Het feit dat de jongere generatie beter scoort voor zowel de figuurlijke als de letterlijke interpretaties is een opvallend resultaat, omdat dit tegen de initiële verwachtingen van deze studie in gaat. Er zijn meerdere mogelijke verklaringen te bedenken voor deze ondervinding. Allereerst zou het mogelijk zijn dat de participanten van de oudere generatie de emoji minder duidelijk konden zien dan de participanten van de jongere

generatie. De online vragenlijst is door velen ingevuld via de mobiele telefoon, omdat deze verspreid werd via onder andere WhatsApp. Op deze toestellen kan het voor de oudere generatie moeilijker zijn de emoji duidelijk te zien en ze op een juiste manier te interpreteren, omdat hun zicht van dichtbij over het algemeen slechter wordt hoe ouder ze worden (Bourne et al., 2017). Bovendien kan er geargumenteed worden dat de oudere generatie minder bekend is met de emoji omdat zij veel minder en anders gebruik maken van sociale media, en volgens Prensky's studie '*digital immigrants*' zijn (Prensky, 2001; Fietkiewicz et al., 2016; Frey & Glaznieks, 2018). Dit laatste argument laat ook een verband zien tussen bekendheid en interpretatie, wat ook uit de resultaten is gebleken. Zowel de Totale Figuurlijke Interpretatiescore als de Totale Letterlijke Interpretatiescore waren hoger als een participant aangaf de emoji te herkennen.

Ondanks dat jongeren in de huidige studie op zowel letterlijke als figuurlijke interpretaties hoger scoorden, was de Totale Letterlijke Interpretatiescore van de oudere generatie gemiddeld hoger dan hun Totale Figuurlijke Interpretatiescore. Dit wordt ondersteund door resultaten uit de studie van Herring en Dainas (2020) dat respondenten die ouder waren dan 30 emoji op een meer letterlijke manier interpreteerde en de jongere generatie op een meer figuurlijke manier. Bovendien bleek uit de resultaten van Herring en Dainas (2020) dat de oudere generatie vaker geen juiste interpretatie wist te geven of vaker met "*I don't know*" antwoordde dan de jongere generatie. Zoals beschreven in de resultatensectie van de huidige studie werd een antwoord als "Ik weet het niet" of "?" duidelijk vaker gegeven door participanten van de oudere generatie. Ondanks dat het onderzoek van Herring en Dainas de focus had op de interpretaties van de *functies* van emoji, in tegenstelling tot de huidige studie die onderzoek doet naar de interpretaties van *betekenissen* van emoji, staan de resultaten van de huidige studie hiermee in lijn.

Gebruik van emoji

Op het gebied van herkenning en gebruik van emoji is wat meer onderzoek gedaan. Zo bleek bijvoorbeeld uit de resultaten van Prada et al. (2018) dat de jongere generatie meer gebruik maakte van emoji, wat overeenkomt met de resultaten van de huidige studie. Zij verspreidden ook een online survey waarin onderzocht werd hoe er werd gekeken naar emoji-gebruik, waar zij zowel gender als leeftijd als variabelen hadden. Dezelfde resultaten bleken uit de corpusanalyse van An et al. (2018), die schrijven dat de oudere generatie (in hun studie 50 jaar en ouder) het minst gebruik maken van emoji. Bovendien zijn de resultaten van het onderzoek van Oleszkiewicz et al. (2017) ook ondersteunend voor de huidige studie. Ondanks dat de focus hierin op emoticons ligt, en niet emoji, schrijven zij wel dat het gebruik

hiervan afneemt als de leeftijd van de proefpersonen toeneemt. Zij schrijven dat het op basis van emoticongebruik makkelijker wordt om de juiste leeftijdscategorie toe te wijzen aan een persoon. Dit concluderen zij uit een dataset van posts van meer dan 85.000 Facebookgebruikers.

Desondanks zijn er juist meer studies waaruit is gebleken dat er geen significant verschil zou zitten in het emoji-gebruik tussen jongeren en ouderen. Uit het onderzoek van Koch, Romero en Stachl (2022) bleken geen echte verschillen wat betreft emoji-gebruik tussen jongeren en ouderen. Zij hebben daarentegen wel in de beperkingen van hun studie aangegeven dat dit niet zo zeer te generaliseren viel over de generaties omdat er vooral respondenten van tussen de 20 en 40 jaar oud hebben meegedaan aan dit onderzoek, dus het leeftijdsverschil was niet enorm groot. Deze huidige studie haalt deze limitatie weg door duidelijker een onderscheid te hebben gemaakt tussen een jongere generatie (18-25 jaar oud) en een oudere generatie (45 jaar en ouder), gebaseerd op Prensky's *digital immigrants* en *digital natives* (2001).

Miller et al. (2018) hebben onderzocht dat er problemen met herkenning en gebruik van emoji waren doordat de emoji er op verschillende platformen, toestellen en software anders uit zien. Dit zou een mogelijke verklaring kunnen zijn voor het verschil in de herkenningsscore van de emoji. Regelmatig gebruikt de oudere generatie vaker of minder vaak een bepaald platform (zoals WhatsApp) dan de jongere generatie (Rosales & Fernández-Ardèvol, 2016). De emoji die getoond werden in de online vragenlijst van het huidige onderzoek kwamen namelijk het vaakst overeen met hoe deze ook op WhatsApp werden getoond aan de participanten. Hierdoor is het mogelijk dat de jongere generatie deze emoji vaker voorbij ziet komen en ze dus ook meer herkent dan de oudere generatie.

Beperkingen en suggesties voor vervolgonderzoek

Een van de beperkingen van dit onderzoek is de manier waarop de respondenten de emoji te zien kregen. Van tevoren werd gedacht dat alle respondenten de emoji op dezelfde manier zouden zien, namelijk op de manier waarop Apple-gebruikers de emoji zien. Er is echter gebleken dat de versie van de emoji die te zien was afhing van de software van het apparaat waarmee de respondent de online vragenlijst invulde. Het onderzoek van Miller et al. (2018) wijst uit dat miscommunicatie met betrekking tot emoji kan ontstaan door het gebruiken van verschillende platforms. Omdat emoji er verschillend uit kunnen zien, kunnen respondenten daar automatisch ook andere interpretaties van hebben, wat invloed kan hebben gehad op de resultaten en misschien enige diversiteit in interpretaties kan verklaren. Hierdoor zou een suggestie voor toekomstig onderzoek zijn om de emoji als afbeelding te gebruiken in de online vragenlijst, zodat er met zekerheid gezegd kan worden dat de respondenten deze op dezelfde

manier zien. Er is echter voor het huidige onderzoek uiteindelijk bewust besloten om de emoji niet als afbeelding in te voegen. Dit om de reden dat men bekender zal zijn met de emoji hoe ze hem te zien krijgen op hun eigen toestel, aangezien dat ook de manier is waarop zij normaal gesproken de emoji zouden zien (Miller et al., 2018). Hierdoor werd verwacht dat de vragen met betrekking tot bekendheid met en gebruik van de emoji beter beantwoord zouden worden. Een volgende suggestie voor vervolgonderzoek is in dit geval dan ook om de participanten te vragen naar welk toestel (iPhone, Android, etc.) ze gebruiken en te onderzoeken of dit impact heeft op de resultaten. Behalve onderscheid in de besturingssystemen van de toestellen, kan er ook onderscheid gemaakt worden in de platformen waarop de emoji gebruikt wordt (denk aan Facebook, Instagram, etc.). Emoji zien er ook op deze platforms verschillend uit en hierdoor voor mensen verschillende betekenissen hebben (Oleszkiewicz et al., 2017; Miller et al., 2018).

Een volgende beperking van het onderzoek is dat er geen onderscheid is gemaakt tussen de soorten emoji die gebruikt zijn in het experiment. In eerste instantie was de bedoeling van het onderzoek om een onderscheid te maken tussen twee soorten emoji: emoji met een (of meer) metaforische betekenis(sen), en emoji zonder een metaforische betekenis. Er is echter besloten deze tweedeling toch niet mee te nemen voor het experiment, omdat tijdens het opzetten van het experiment is gebleken dat het onderscheid tussen de verschillende soorten emoji ingewikkelder was om te maken dan van tevoren verwacht. Bovendien werd al snel bekendheid met emoji (met herkenning en gebruik als onderdelen hiervan) toegevoegd als variabele, waarna werd besloten om soorten emoji te laten gaan als variabele. Desondanks zou het toevoegen van soorten emoji als variabele een verschil in bekendheid met en interpretatie van verschillende soorten emoji beter laten zien. Miller et al. (2018) hebben voor hun onderzoek onderscheid gemaakt tussen emoji met gezichtsuitdrukkingen en emoji van objecten. Zo schreven zij dat emoji van objecten makkelijker te herkennen waren dan emoji van gezichtsuitdrukkingen. Daarentegen schreef Riordan (2017) dat men emoji met gezichtsuitdrukkingen juist meer gebruikt, omdat zij zo het makkelijkst de toon van het bericht kunnen versterken. Voor een eventuele replicatie van dit onderzoek zou soorten emoji dus een interessante factor zijn om toe te voegen, hoewel het in de praktijk dus wel lastig te operationaliseren valt.

Daarnaast is het feit dat de participanten van verschillende opleidingsniveaus niet willekeurig verdeeld waren over de verschillende generaties ook een beperking van het huidige onderzoek. Het grootste gedeelte van de participanten van de jongere generatie gaf aan een universitair opleidingsniveau te hebben (62.5%), terwijl deze percentages voor de andere opleidingsniveaus veel lager waren. Voor de participanten van de oudere generatie gaf het grootste gedeelte aan een HBO-opleidingsniveau te hebben (46.1%), maar waren de

participanten verder evenrediger verdeeld over de andere opleidingsniveaus. Hieruit valt te concluderen dat de participanten van de oudere generatie over het algemeen minder hoog opgeleid waren dan de participanten van de jongere generatie. Het zou wenselijker geweest zijn als opleidingsniveau net als gender ook gelijk verdeeld was over de leeftijdsgroepen. Tot op heden is er echter nog praktisch geen onderzoek gedaan naar emoji-percepties met opleidingsniveau als variabele, waardoor we niet weten of dit een invloed heeft gehad op de huidige studie. Het is wellicht een idee om opleidingsniveau in eventueel vervolgonderzoek mee te nemen als factor, gezien er nog niet veel bekend is over de impact hiervan.

Als laatste is er voor dit huidige onderzoek niet gekeken naar het zelf-gerapporteerde mediagebruik van de respondenten. In de online vragenlijst is er geen vraag opgenomen waar gevraagd werd naar de mate van socialemediagebruik van de participanten. Dit zelf-gerapporteerde mediagebruik zou een verklaring kunnen zijn voor de verzamelde resultaten. Frey en Glaznieks (2018) hebben namelijk in hun onderzoek aangetoond dat de jongere generatie, de *digital natives*, meer gebruik maken van sociale media en hierbij ook meer ‘*computer mediated communicated (CMC) style markers*’ gebruiken, waarvan emoji een onderdeel zijn. Dit toont dus aan dat de mate van het gebruik van sociale media invloed kan hebben op gebruik, herkenning en hiermee ook de interpretatie van emoji. Het kan als controlevariabele dienen: zo valt te onderzoeken of de verschillen tussen bekendheid en gebruik van emoji en de verschillen in algemeen gebruik van sociale media met elkaar in verband staan. Daarom wordt aangeraden om bij toekomstig onderzoek het zelf-gerapporteerde mediagebruik toe te voegen als variabele.

Een andere suggestie voor eventueel vervolgonderzoek zou zijn om te kijken wat het verschil is in interpretatie van emoji wanneer een emoji wel in context is geplaatst (bijv. in een berichtje) en wanneer dit niet in context is geplaatst. Mogelijk is het makkelijker om de betekenis van een emoji te achterhalen wanneer deze in context is geplaatst. Zo schrijven Tigwel en Flatla (2016) dat een geschreven bericht ondersteuning kan bieden aan begrip van de emoji. Bovendien schrijven Miller et al. (2016) dat het toevoegen van context wanneer er wordt gevraagd naar de interpretatie van een emoji deze beter, en op een meer uniforme manier begrepen wordt. Het vermindert de ruimte om een emoji als bijvoorbeeld sarcastisch te interpreteren. Bovendien, als een emoji meerdere betekenissen kan hebben komt door middel van het toevoegen van context vaak één van die betekenissen naar boven. Het is interessant om te onderzoeken dat of het toevoegen van context de verschillen tussen generaties wat betreft de bekendheid met emoji en de interpretatie hiervan zou verkleinen of niet.




Als laatste zou cultuur ook een rol kunnen spelen als variabele. Zo is het niet bekend of er verschillen zijn in emojibekendheid of -interpretaties tussen verschillende culturen. Tigwell en Flatla (2016) schrijven ook dat ze weten dat er verschillen zijn op het gebied van ‘non-verbale cues’ in digitale berichten tussen verschillende culturen, maar nog niet op het gebied van emoji. Later zijn door Guntuku et al. (2019) de culturele verschillen (tussen het westen: de VS, Groot-Brittannië en Canada en het oosten: China en Japan) onderzocht wat betreft emojigebruik. Uit hun studie bleek dat emoji meer werden gebruikt door mensen in het westen dan in het oosten. Bovendien werden meer ‘cultureel gebonden’ emoji gebruikt in beide regio’s die daarbij pasten. Denk hierbij aan de emoji van een bakje met rijst of sushi in het oosten, en de emoji van pasta en pizza in het westen (Guntuku et al., 2019). Daarentegen bleek uit een ander onderzoek met dezelfde culturele regio’s dat juist de participanten uit het oosten meer emoji gebruikten dan participanten uit het westen (Togans et al., 2021). Deze contrasterende resultaten, en het feit dat er tot op heden nog geen onderzoek is geweest met als variabelen zowel generatie als cultuur en naar interpretaties in plaats van gebruik, suggereert dat dit interessant kan zijn voor vervolgonderzoek.

Implicaties

Dit onderzoek draagt bij aan eerder onderzoek over emoji omdat het zeer duidelijke en significante verschillen laat zien op het gebied van verschil tussen generaties. Uit het onderzoek blijkt dat de jongere generatie bekender is met verschillende emoji en deze dus ook vaker juist interpreteert. Deze studie bevestigt het feit dat in gesprekken met bijvoorbeeld oudere familieleden of collega’s de emoji die je stuurt minder goed begrepen kunnen worden, of dat zij iets anders kunnen bedoelen met de emoji die ze gebruiken in het gesprek. Dit geldt dus voor zowel interpersoonlijke als professionele communicatie. Voor organisaties biedt de huidige studie dan ook interessante inzichten. Denk hierbij aan een bedrijf dat veel gebruik maakt van sociale media voor hun marketing, en hiermee publiek van verschillende leeftijden bereikt. Het is goed om te weten dat niet alle emoji voor iedereen dezelfde betekenis hebben en dat niet het volledige publiek dat wordt blootgesteld aan de marketingcampagne zal weten wat bedoeld wordt met een bepaalde emoji. Aan de andere kant kan beargumenteerd worden dat het ook juist een goede zet kan zijn om emoji te gebruiken in een marketingcampagne, en dan vooral emoji die verschillende betekenissen (kunnen) hebben. Opvallend aan de huidige studie is namelijk dat het tot heel wat discussie heeft geleid onder participanten van het onderzoek die dicht bij de onderzoeker staan. Dit kan goede promotie voor een bedrijf zijn, aangezien er dan juist meer over het merk en haar campagne gepraat wordt.

Bovendien is de huidige studie een van de eerste studies die systematisch heeft onderzocht wat de verschillen zijn in interpretaties van emoji tussen verschillende generaties. Het biedt veel mogelijkheden voor vervolgonderzoek om dit onderzoek uit te voeren in een andere culturele setting, met andere generaties, met een duidelijk onderscheid tussen verschillende soorten emoji of met de emoji in context geplaatst. Daarnaast laten de diverse antwoorden zien dat emoji geen échte vaste betekenis hebben. Er wordt door mensen vaak een eigen draai aan gegeven en voor iemand kan dat als juiste interpretatie gezien worden, ondanks dat het niet overeenkomt met de gangbare, conventionele betekenissen zoals gecodificeerd op een website als Emojipedia. Deze studie biedt als eerste empirisch bewijs voor de verschillen tussen generaties in Nederland wat betreft emojibekendheid en -interpretaties.

Literatuurlijst:

- An, J., Li, T., Teng, Y., & Zhang, P. (2018). Factors influencing emoji usage in smartphone mediated communications. *Transforming Digital Worlds, 10766*, 423-428. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-78105-1_46
- Bourne, R. R., Flaxman, S. R., Braithwaite, T., Cicinelli, M. V., Das, A., Jonas, J. B., ... & Zheng, Y. (2017). Magnitude, temporal trends, and projections of the global prevalence of blindness and distance and near vision impairment: a systematic review and meta-analysis. *The Lancet Global Health, 5*(9), e888-e897.
- Burke, K. (1969). *A Rhetoric of Motives*. Amsterdam University Press.
- Cohn, N., Roijackers, T., Schaap, R., & Engelen, J. (2018, Juli). Are emoji a poor substitute for words? Sentence processing with emoji substitutions. In CogSci.
- Coyle, M. A., & Carmichael, C. L. (2019). Perceived responsiveness in text messaging: The role of emoji use. *Computers in Human Behavior, 99*, 181–189. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.05.023>
- Danesi, M. (2017). *The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the internet*. Bloomsbury Publishing.
- Dürscheid, C., Meletis, D., & Haralambous, Y. (2019). Emojis: a grapholinguistic approach. *Grapholinguistics and its applications, (1)*, 167-183. <https://doi.org/10.36824/2018-graf-duer>
- Duque, D. (2018). I Heart [Emoji]: Understanding the Effects of a New Language of Self-expression. *Plots, 5*, 53–66.
- Emoji Timeline*. (2022). Emoji Timeline. Geraadpleegd op 16 maart 2022, van <https://emojitime.com>
-  *Emojipedia FAQ*. (2022). Emojipedia FAQ. Geraadpleegd op 22 maart 2022, van <https://emojipedia.org/faq/>
-  *Emojipedia — 🤔 Home of Emoji Meanings 🧑🏻 🙌 🌱 🥰*. (2022). Emojipedia. Geraadpleegd op 22 maart 2022, van <https://emojipedia.org>
- Emojipedia. (2022).  *Emoji Statistics [Updated January 2022]*. Geraadpleegd op 22 maart 2022, van <https://emojipedia.org/stats/>
- Evans, V. (2017). *The Emoji Code: How Smiley Faces, Love Hearts and Thumbs Up are Changing the Way We Communicate*. Michael O'Mara Books.

- Fietkiewicz, K. J., Baran, K. S., Lins, E., & Stock, W. G. (2016). Other times, other manners: How do different generations use social media. *Arts, Humanities, Social Sciences & Education, Honolulu, Hawaii*, 8-11 Januari, 1-17.
- Frey, J. C., & Glaznieks, A. (2018). The myth of the digital native? Analysing language use of different generations on Facebook. *Proceedings of the 6th Conference on Computer-Mediated Communication (CMC) and Social Media Corpora (CMC-corpora 2018)*, 41–44.
- Ge, J., & Gretzel, U. (2018). Emoji rhetoric: a social media influencer perspective. *Journal of Marketing Management*, 34(15–16), 1272–1295. <https://doi.org/10.1080/0267257x.2018.1483960>
- Guntuku, S. C., Li, M., Tay, L., & Ungar, L. H. (2019, July). Studying cultural differences in emoji usage across the east and the west. *In Proceedings of the international AAAI conference on web and social media* (Vol. 13, pp. 226-235).
- Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H., Hunchen, J., & Welte, D. (2020). Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & Co. *California management review*, 63(1), 5-25.
- Herring, S. C., & Dainas, A. R. (2020). Gender and age influences on interpretation of emoji functions. *ACM Transactions on Social Computing*, 3(2), 1–26. <https://doi.org/10.1145/3375629>
- Het Nationaal Emoji Onderzoek 2020*. (2020, juli). Coosto.
- Illendula, A., Manohar, K., & Yedulla, M. R. (2018, December). Which emoji talks best for my picture?. In *2018 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence (WI)* (pp. 514-519). IEEE.
- Kelly, C. (2015, januari). *Do you know what I mean>:(: A linguistic study of the understanding of emoticons and emojis in text messages* (Halmstad University, Red.; Thesis). <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:783789/FULLTEXT01.pdf>
- Kim, J., Gong, T., Kim, B., Park, J., Kim, W., Huang, E., Han, K., Kim, J., Ko, J., & Lee, S. J. (2020). No More One Liners: Bringing Context into Emoji Recommendations. *ACM Transactions on Social Computing*, 3(2), 1–25. <https://doi.org/10.1145/3373146>
- Koch, T. K., Romero, P., & Stachl, C. (2022). Age and gender in language, emoji, and emoticon usage in instant messages. *Computers in Human Behavior*, 126, 106990. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106990>
- Kralj Novak, P., Smailović, J., Sluban, B., & Mozetič, I. (2015). Sentiment of emojis. *PloS one*, 10(12), e0144296. ISO 690

- Margariti, K., Boutsouki, C., Hatzithomas, L., & Zotos, Y. (2019). Visual metaphors in food advertising: A cross-cultural study. *Food Research International*, *115*, 338–351. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2018.11.030>
- Miller, H., Thebault-Spieker, J., Chang, S., Johnson, I., Terveen, L., & Hecht, B. (2016). “Blissfully Happy” or “Ready to Fight”: Varying Interpretations of Emoji. *Proceedings of the Tenth International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM 2016)*, 259–268.
- Miller Hillberg, H., Levonian, Z., Kluver, D., Terveen, L., & Hecht, B. (2018). What i see is what you don't get: The effects of (not) seeing emoji rendering differences across platforms. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, *2(CSCW)*, 1-24.
- Needleman, M. (2000). The Unicode Standard. *Serials Review*, *26(2)*, 51–54. <https://doi.org/10.1080/00987913.2000.10764582>
- Newcom Research & Consultancy B.V. (2022, januari). *Nationale Social Media Onderzoek 2022*.
- Ogletree, S. M., Fancher, J., & Gill, S. (2014). Gender and texting: Masculinity, femininity, and gender role ideology. *Computers in Human Behavior*, *37*, 49–55. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.04.021>
- Oleszkiewicz, A., Karwowski, M., Pisanski, K., Sorokowski, P., Sobrado, B., & Sorokowska, A. (2017). Who uses emoticons? Data from 86 702 Facebook users. *Personality and Individual Differences*, *119*, 289–295. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.07.034>
- Oxford Word of the Year 2015 | Oxford Languages*. (2020, 16 juni). Oxford Word of the Year. Geraadpleegd op 17 maart 2022, van <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2015/>
- Phillips, B. J., & McQuarrie, E. F. (2004). Beyond Visual Metaphor: A New Typology of Visual Rhetoric in Advertising. *Marketing Theory*, *4(1–2)*, 113–136. <https://doi.org/10.1177/1470593104044089>
- Pickering, L. (2006). Current research on intelligibility in English as a lingua franca. *Annual Review of Applied Linguistics*, *26*. <https://doi.org/10.1017/s0267190506000110>
- Prada, M., Rodrigues, D. L., Garrido, M. V., Lopes, D., Cavalheiro, B., & Gaspar, R. (2018). Motives, frequency and attitudes toward emoji and emoticon use. *Telematics and Informatics*, *35(7)*, 1925–1934. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.06.005>
- Prensky, M. (2001), "Digital Natives, Digital Immigrants Part 2: Do They Really Think Differently?", *On the Horizon*, Vol. 9 No. 6, pp. 1-6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424843>

- Riordan, M. A. (2017). Emojis as Tools for Emotion Work: Communicating Affect in Text Messages. *Journal of Language and Social Psychology*, 36(5), 549–567. <https://doi.org/10.1177/0261927x17704238>
- Rodrigues, D., Prada, M., Gaspar, R., Garrido, M. V., & Lopes, D. (2017). Lisbon Emoji and Emoticon Database (LEED): Norms for emoji and emoticons in seven evaluative dimensions. *Behavior Research Methods*, 50(1), 392–405. <https://doi.org/10.3758/s13428-017-0878-6>
- Rosales, A., & Fernández-Ardèvol, M. (2016). Beyond WhatsApp: Older people and smartphones. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 18(1), 27-47.
- RTL Nieuws. (2016, 28 april). *Appen met pa en ma: waarom gaat het toch zo vaak mis?* Geraadpleegd op 12 mei 2022, van <https://www.rtlnieuws.nl/editienl/artikel/606736/appen-met-pa-en-ma-waarom-gaat-het-toch-zo-vaak-mis>
- Sampietro, A. (2020). Use and Interpretation of Emoji in Electronic-Mediated Communication: A Survey. *Visual Communication Quarterly*, 27(1), 27–39. <https://doi.org/10.1080/15551393.2019.1707086>
- Santamaría-Bonfil, G., & Toledano López, O. G. (2019). Emoji as a Proxy of Emotional Communication. In *Becoming Human with Humanoid* (pp. 1–19). Intechopen. <https://doi.org/10.5772/intechopen.88636>
- Steinmetz, K. (2015). *Oxford's 2015 Word of the Year Is This Emoji*. Time. Geraadpleegd op 23 maart 2022, van <https://time.com/4114886/oxford-word-of-the-year-2015-emoji/>
- Tigwell, G. W., & Flatla, D. R. (2016, September). Oh that's what you meant! Reducing emoji misunderstanding. In *Proceedings of the 18th international conference on human-computer interaction with mobile devices and services adjunct* (pp. 859-866).
- Togans, L. J., Holtgraves, T., Kwon, G., & Zelaya, T. E. M. (2021). Digitally saving face: An experimental investigation of cross-cultural differences in the use of emoticons and emoji. *Journal of Pragmatics*, 186, 277-288.
- Unicode. (2021). *Emoji Frequency*. Geraadpleegd op 22 maart 2022, van <https://home.unicode.org/emoji/emoji-frequency/>
- Unicode. (2022). *Full Emoji List, v14.0*. Unicode Emoji Charts. Geraadpleegd op 24 maart 2022, van <https://unicode.org/emoji/charts/full-emoji-list.html>
- Unicode. (2022) *FAQ*. Geraadpleegd op 16 maart 2022, van <https://home.unicode.org/basic-info/faq/>

- Verheijen, L. (2016). Emoji voor Dummies: multimodaliteit in digitale communicatie met 144 pixels. *Over Taal*, 55(3), 16–19.
- Wall Street Journal. (2021, 9 augustus). *Sending Smiley Emojis? They Now Mean Different Things to Different People*. WSJ. Geraadpleegd op 22 maart 2022, van https://www.wsj.com/articles/sending-a-smiley-face-make-sure-you-know-what-youre-saying-11628522840?st=zf0h0fj3cbq3b7p&reflink=desktopwebshare_linkedin
- Warner, A. (2021, 15 november). *Emoji Use May Lead to Intergenerational Miscommunication*. MultiLingual Media LLC. Geraadpleegd op 22 maart 2022, van <https://multilingual.com/emoji-intergenerational-miscommunication/>
- Weissman, B. (2019). Peaches and eggplants or. . . something else? The role of context in emoji interpretations. *Proceedings of the Linguistic Society of America*, 4(1), 29. <https://doi.org/10.3765/plsa.v4i1.4533>
- Wijeratne, S., Saggion, H., Kiciman, E., & Sheth, A. P. (2020). Emoji Understanding and Applications in Social Media. *ACM Transactions on Social Computing*, 3(2), 1–5. <https://doi.org/10.1145/3386120>

Bijlagen

Bijlage A: Materialen scriptie

Emoji	Betekenis
	Kan letterlijk 'blij' betekenen, of op een sarcastische manier gebruikt worden
	Als je een grapje maakt/lekker puh, of op een suggestieve manier
	High five, bidden of 'dank je wel'
	Trots, opgelucht of simpelweg 'blij'
	Dronken, of dat je geïrriteerd bent of iets vies vindt
	'Alsjeblieeeeeeft'/smeken, of iets heel leuk of lief vinden, verlegen zijn
	Zelfingenomen, of op een suggestieve manier
	De dood, of iets heel erg grappig vinden en 'doodgaan van het lachen'
	Medicijnen, of drugs
	Zweetdruppels of sperma of als je outfit erg goed is ('Drip')
	Kersen, of borsten
	Letterlijk een clown, of als iemand gek/dom doet
	Glitters, als iets mooi is of om extra sarcastische nadruk te geven op een zin
	Als een explosie, of als iets mooi of leuk is
	Regenboog, of als figuur van LHBTI+
	Vuur, of als iets/iemand 'lit' of aantrekkelijk is
	Pinda's of als testikels/klaarkomen
	Aubergine of mannelijk geslachtsdeel
	Geit of the GOAT (Greatest of all Time)
	Medicatie/vaccinatie of drugs
	Slang, of als iemand achterbaks is
	Perzik of billen
	Duivel of een suggestieve manier
	Manicure of heel nonchalant/diva



Sneeuwvlokje of iemand is zwak/sensitief

Bijlage B. Online vragenlijst

Hieronder is de online vragenlijst te vinden die is verspreid. Er wordt enkel van één emoji getoond welke drie de vragen er werden gesteld, omdat deze vragen voor alle emoji apart zijn gesteld. De emoji die zijn gebruikt in het onderzoek zijn te vinden in bijlage A.

Radboud University



Beste deelnemer,

Hartelijk dank voor je interesse in dit experiment. Je wordt uitgenodigd om mee te doen aan een onderzoek naar emoji-interpretaties. Dit onderzoek wordt uitgevoerd door Renée Christophe, masterstudent Communicatie en Beïnvloeding aan de Radboud Universiteit Nijmegen.

Wat wordt er van je verwacht?

Meedoen aan dit onderzoek houdt in dat je een online vragenlijst gaat invullen. Je krijgt 25 verschillende soorten emoji te zien. Het is de bedoeling dat je aangeeft of je de emoji herkent, gebruikt en wat je denkt dat de emoji betekent. Je mag één of meerdere interpretaties van de emoji geven. Het is belangrijk om te weten dat er geen goed of fout is, het gaat echt om jouw interpretatie. **Het is daarom dus niet de bedoeling dat je de betekenis van de emoji opzoekt of aan iemand anders vraagt.** Het invullen van deze vragenlijst duurt ongeveer 10 minuten.

Vrijwillig

Meedoen aan dit onderzoek is volledig vrijwillig. Je kunt dan ook op elk moment tijdens dit onderzoek stoppen of je toestemming intrekken en je hoeft niet aan te geven waarom je stopt. Je data wordt anoniem opgeslagen, waardoor het niet mogelijk is om je onderzoeksgegevens te verwijderen na afronding van de online vragenlijst.

Wat gebeurt er met mijn gegevens?

De onderzoeksgegevens die we in dit onderzoek verzamelen, zullen door wetenschappers gebruikt worden voor datasets, artikelen en presentaties. Deze anoniem gemaakte gegevens zijn tenminste 10 jaar beschikbaar voor andere wetenschappers. Als we gegevens delen met andere onderzoekers dan kunnen deze niet te herleiden zijn naar jou, omdat alles geheel anoniem is. We bewaren alle onderzoeksgegevens op een veilige manier volgens de richtlijnen van de Radboud Universiteit.

Vragen over het onderzoek?

Bij vragen over dit onderzoek kun je contact opnemen met Renée Christophe (renee.christophe@ru.nl).

Toestemming

Door hieronder op 'ik ga akkoord' te klikken geef je aan dat je:

- Bovenstaande informatie hebt gelezen
- Instemt met deelname aan het onderzoek zoals in bovenstaande informatie is beschreven
- Vrijwillig meedoet aan dit onderzoek
- Tussen de 18-25 bent of ouder dan 45

Als je niet mee wilt doen aan het onderzoek, kun je op de knop 'Ik wil niet meedoen' klikken.

Ik ga akkoord

Ik wil niet mee doen



Om te beginnen zullen er een aantal demografische vragen gesteld worden, klik hieronder om door te gaan.



Powered by Qualtrics [↗](#)

Wat is je leeftijd in jaren?

Met welk gender identificeer jij jezelf?

Man

Vrouw

Non-binair

Zeg ik liever niet / anders

Wat is je hoogst genoten opleiding?

Basisonderwijs

Middelbaar onderwijs

MBO

HBO

Universiteit



Radboud University



Hierna krijg je een aantal verschillende emoji te zien, waarover je enkel hoeft te beantwoorden of je deze emoji kent en wat je denkt dat de emoji betekent. Let op: je dient niet de betekenis van de emoji op te zoeken of deze aan iemand te vragen!



Herken je deze emoji: 😊

Ja

Nee



Gebruik je deze emoji? 😊

Heel vaak

Vaak

Soms

Zelden

Nooit

Wat denk je dat deze emoji betekent? 😊

