

“Aldrig hjärtan till min chef”:  
Användningen av och inställningen till emojis  
i kommunikation på arbetsplatser

Tilda Avesson

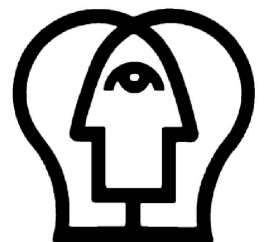
Handledare: Marie Gustafsson Sendén

PERSONAL, ARBETE OCH ORGANISATION

SJÄLVSTÄNDIGT ARBETE FÖR MASTEREXAMEN, 30 HP, 2020

STOCKHOLMS UNIVERSITET

PSYKOLOGISKA INSTITUTIONEN



## “ALDRIG HJÄRTAN TILL MIN CHEF”: ANVÄNDNINGEN AV OCH INSTÄLLNINGEN TILL EMOJIS I KOMMUNIKATION PÅ ARBETSPLATSER

Tilda Avesson

Emojis kan berika och tydliggöra digital kommunikation, samtidigt som de även kan skapa missförstånd och försämrade relationer. Hur emojis används i en arbetslivskontext är även relativt outforskat. Syftet med denna uppsats var därför att undersöka användningen av och inställningen till emojis i kommunikation på arbetsplatser. Med ett bekvämlighetsurval (n = 243) genomfördes en enkätundersökning. Resultatet visade att emojis nästan aldrig används i arbetsrelaterad kommunikation, men när de väl används verkar det främst ske i kommunikation med personer man har en nära relation med. Resultaten visar också att det finns generellt goda inställningar till emojianvändning i arbetslivskommunikation. Möjliga förklaringar till detta kan vara att den informella naturen hos emojis gör dem opassande i viss arbetslivskommunikation, samtidigt som de potentiellt kan vara användbara för att stärka relationer mellan kollegor.

Kommunikation i organisationer har blivit allt mer digital och kollegor kommunicerar med varandra över datorer eller telefoner, så kallad datormedierad kommunikation. Datormedierad kommunikation handlar om hur människor interagerar med varandra, bygger gemenskap och skapar identiteter genom användningen av datormedierade format, såsom exempelvis SMS, mejl och internetforum (Thurlow, Lengel & Tomic, 2004). Det finns dock en brist på icke-verbala signaler i skriftlig datormedierad kommunikation som kan komma att påverka informationsöverföringen, såsom avsaknaden av ansiktsuttryck och gester. Ett sätt att kompensera för detta har över tid kommit att bli användningen av bland annat emojis (Bai, Dan, Mu & Yang, 2019). Forskningen pekar på att emojis kan vara fördelaktiga för sociala interaktioner i digital kommunikation, men även att de kan ställa till problem för människors möjligheter att kommunicera med varandra och bygga relationer. Dessutom finns en brist på studier som undersöker användningen av emojis i kommunikation på just jobbet, och den forskning som faktiskt undersökt detta är tvetydig. Denna uppsats undersöker vilka motiv och attityder som ligger bakom användningen av emojis i kommunikation på jobbet.

### *Användningen av emojis i digitaliserad kommunikation*

Kommunikation handlar inte bara om vad människor säger. Det finns en mängd olika icke-verbala signaler och ledtrådar som hjälper människor att förstå varandra, till exempel tonläge, kroppsspråk, gester och ansiktsuttryck (Fiedler, 2008). Enligt Segerstråle och Molnar (2018) kan icke-verbala processer i kommunikation ses som en kognitiv process. Människor har utvecklat en benägenhet att byta roll som sändare och mottagare av icke-verbala signaler. När en människa ser en emotion (t.ex. genom ett ansiktsuttryck) hos en annan människa härmar hon det, vilket i sin tur verkar framkalla samma känsla och förståelse för emotionen inom henne. Människor är alltså biologiskt programmerade att vara sociala och att konstant observera varandra i jakt på de emotionella ledtrådar som behövs för att klara av framtida interaktioner (Segerstråle & Molnar, 2018). I en nyligen publicerad metaanalys (Dargue,

Sweller & Jones, 2019) fann man till exempel att gester är fördelaktiga för förståelsen av ett talat meddelande. Att hytta med en näve eller peka på något med ett finger binder innehållet av det tillhörande talet med den semantiska information som gesten ger, vilket skapar en djupare förståelse för vad som kommuniceras (Dargue et al, 2019).

Kommunikation har dock med tiden blivit allt mer digital, och till skillnad från kommunikation som sker ansikte-mot-ansikte saknas många av de olika ledtrådarna som hjälper människor att uttrycka sig och förstå varandra i digital kommunikation (Fiedler, 2008). Människor har därför börjat använda icke-verbala signaler i form av bland annat emojis, emoticons, smileys och stickers för att uttrycka sig mer nyanserat och livfullt i skriftlig datormedierad kommunikation. Av alla dessa icke-verbala signaler är emojis det mest använda standardiserade symboliska språket inom digital kommunikation idag (Bai, et al, 2019). Emojis härstammar från emoticons :-), vilka i sin tur inspirerats av Harvey Balls klassiska smiley (för en mer djupgående genomgång av emojihistorik se Bai et al, 2019). Emojis är grafiska symboler som hjälper människor att uttrycka och klargöra bland annat ansiktsuttryck, känslor och humör i skriftlig datormedierad kommunikation. De kan även visualisera bland annat abstrakta koncept, aktiviteter, gester och objekt (Rodrigues, Prada, Gaspar, Garrido & Lopes, 2018). Till exempel kan ett leende uttryckas med 😊, nedstämdhet kan uttryckas med ☹️, godkännande kan indikeras med 👍, och 😍 kan användas för att uttrycka entusiastiska känslor av kärlek, förälskelse eller tillbedjan (www.emojipedia.com). En förklaring till att emojis har blivit de mest använda icke-verbala signalerna i skriftlig datormedierad kommunikation är att de anses vara överlägsna när det kommer till snabbhet, innehållsrikedom och möjligheter att uttrycka sig (Rodrigues et al, 2018). I jämförelse med till exempel emoticons används emojis idag dessutom något mer frekvent, med en mer positiv attityd och med en djupare nivå av identifiering (Prada, Rodrigues, Garrido, Lopes, Cavalheiroa & Gaspar, 2018). Trots dessa skillnader används begrepp såsom emoticons, smileys, stickers och emojis synonymt med varandra i mycket av forskningen inom området (Tang & Hew, 2019). Med tanke på att andra icke-verbala signaler kan komma att bli förlegade inom en snar framtid till följd av den ökade populariteten av emojis (Prada, et al, 2018) kommer föreliggande uppsats att fokusera på användningen av just emojis, vilket skapar en tydligare konceptuell grund och undviker framtida begreppsförvirring.

#### *Attityder och motiv bakom generell användning av emojis*

Tidigare forskning visar att individer har en positiv attityd till att använda emojis i generell eller icke specificerad kommunikation via mejl, SMS och andra digitala kommunikationskanaler. Prada et al (2018) fann i en enkätundersökning i Portugal att emojis ansågs vara informella, roliga, lätta och intressanta att använda i olika meddelanden. Emojis kan användas för att uttrycka känslor och mening, och på så sätt främja sociala interaktioner i internetkommunikation (Bai et al, 2019). Emojis underlättar individers känslouttryck, de kan användas för att etablera en emotionell ton i meddelandet som skickas och för att minska tvetydigheten i vilken emotionell avsikt meddelandet innehar. Till exempel kan en emoji såsom 😊 lätta på stämningen i ett meddelande, genom att betona att avsändaren skämtar eller är sarkastisk (Kaye, Wall & Malone, 2016). Prada et al (2018) fann också att de största motiven bakom generell användning av emojis var att stärka innehållet av meddelandet, göra innehållet i meddelandet mer roligt/komiskt, uttrycka hur en känner för andra samt att uttrycka sådant som inte kan formuleras med ord.

Ytterligare motiv bakom användningen av emojis är att de kan bidra till förvaltningen av sociala relationer. Riordan (2017) argumenterar för att användningen av emojis kan ses som ett emotionsarbete, dvs. hur en person anstränger sig för att hantera uttryck och känslor i syfte att uppfylla förväntningar i sociala roller. När människor fick tolka innebörden av SMS med och utan olika emojis fann forskarna att meddelanden med emojis upplevdes som mer positiva. SMS utan emojis uppfattades i sin tur ge tvetydiga intryck, vilket i sig kan leda till förvirring och tolkningssvårigheter mellan kommunikatörer. Att lägga ner tid och energi på att välja en emoji som förstärker den emotionella innebörden av meddelandet verkar därmed bidra till att bygga upp och bibehålla goda sociala relationer enligt Riordan (2017). Interaktioner som sker ansikte mot ansikte innehåller mer spontana och automatiska känslouttryck, medan det i skriftlig datormedierad kommunikation finns mer tid att betänka sina emotionella uttryck. Användandet av emojis skulle således kunna vara en noga avvägd process i vilken användare anpassar sitt beteende med respekt för dess inverkan på andra (Kaye et al, 2016). Derks, Bos och Van Grumbkow (2008) fann till exempel att emoticons användes mer i SMS-kommunikation med vänner än med främlingar, vilket förklarades av att människor tenderar att använda mer känslouttryck i interaktioner med personer de känner samt att de anpassar hur uttrycksfulla de är i sina känslor baserat på vad de tror att andra människor anser är passande (Derks, et al, 2008).

Andra studier har visat att även emojis kan användas för att öka positiva affekter samt för att lätta på stämningen, minska tvetydighet och bidra till personliga uttryck i SMS, mejl och meddelanden via sociala medier (Kaye, et al, 2016). När undersökningsdeltagare har fått tolka den emotionella innebörden av meddelanden har man funnit att emojis främst används för att stärka just positiva stämningar och känslor (Riordan, 2017; Kaye, et al, 2016), men det finns också forskning som pekar på att emojis även kan användas för att stärka den negativa stämningen i ett meddelande (Hu, Guo, Sun, Nguyen & Luo, 2017).

Sammantaget pekar den tidigare forskningen på att människor har en positiv attityd till användningen av emojis och att det finns flera motiv till att använda emojis, såsom att uttrycka känslor och emotionell ton, lätta på stämningen samt främja sociala interaktioner och relationer i privatlivet. Det finns dock en viss problematik kring användningen av emojis. Miller, Thebault-Spieker, Chang, Johnson, Terveen och Hecht (2016) fann att vad vissa personer vill uttrycka vid användningen av en emoji kan skilja sig från andra människors förståelse av den, vilket kan resultera i skilda tolkningar av samma emoji. Miller et al (2016) utgår från Clarks (1994) psykolingvistiska kommunikationsteori och menar att dessa tolkningsskillnader kan leda till ineffektiv kommunikation, missuppfattningar och försämrade relationer. Emojis kräver en perceptuell tolkning för att erhålla mening, och för att en gemensamt förstådd perception ska existera måste människor förstå samt vara övertygade om sin korrekta förståelse av en emoji. I fallet med emojis verkar det dock finnas en viss diskrepans mellan avsändarens motiv och mottagarens tolkning, vilket kan försämra både kommunikation och relationer (Miller, et al, 2016). Trots att det finns flera motiv och positiva attityder gentemot emojis kan de således även ha en negativ effekt för kommunikation och relationer till följd av missförstånd och tolkningssvårigheter.

#### *Individuella skillnader i emoji-användning (kön och ålder)*

Det verkar finnas individuella skillnader i hur emojis används. Bland annat har studier funnit att kvinnor använder emojis lite oftare och lite mer positivt än män (Chen, Lu, Ai, Li, Mei & Liu, 2018; Prada, et al, 2018; Oleszkiewicz, Karwowski, Pisanski, Sorokowski, Sobrado, &

Sorokowska, 2017). Dessa skillnader är signifikanta, men effektstorlekarna är små. I en stor analys av 401 miljoner Smartphone-meddelanden fann man att 7.02 % av meddelanden som skickades av män innehöll minst en emoji, medan denna procent för kvinnor låg på 7.96 % ( $p < 0.01$ ). Samma studie kom till exempel också fram till att sannolikheten att kvinnor skulle använda positiva emojis (t.ex. 😊 eller ❤️) låg på 50.87 % och ansiktsrelaterade emojis låg på 58.17 % ( $p < 0.01$ ), medan samma sannolikhet för män låg på 50.25 % respektive 56.11 % ( $p < 0.01$ ) (Chen, et al, 2018). I enlighet med analysen av Chen et al (2018) fann man i en studie med självrapporterad data att kvinnor anser att de använder emojis mer frekvent än män och att kvinnor hade en något mer positiv inställning till användandet av emojis än män (Prada, et al, 2018). Dessa resultat ligger i linje med tidigare psykologisk forskning om könsskillnader i emotionella uttryck. I ett experiment av Buck, Miller och Caul (1974) fann man att kvinnor var bättre än män på att både uttrycka och känna igen känslor i ansiktsuttryck. Detta förklaras av att män redan från ung ålder generellt sett blir avskräckta från att uttrycka sina känslor till följd av de lever i en kultur där emotionella uttryck hos pojkar möts med socialt ogillande. Detta leder till att pojkar lär sig att internalisera sina känslouttryck, medan flickor tillåts vara externaliserande i sina känslor (Buck, et al, 1974). Stereotypen att kvinnor är mer emotionella än män verkar således vara baserat på uppfattningen om att män till skillnad från kvinnor inte uttrycker sina känslor. Sådana stereotyper kan i sig bidra till en självuppfyllande profetia, på så sätt att kvinnor uttrycker mer emotioner då det förväntas av dem och män håller inne sina känslor då det förväntas av dem (Fabes & Martin, 1991). En senare publicerad metaanalys pekar på att kvinnor än idag är lite bättre än män på att känna igen uttrycka och känna igen känslouttryck hos andra människor (Thompson & Voyer, 2014). Internaliserandet av emotionella uttryck skulle därmed också kunna förklara tendensen för män att använda emojis i något mindre utsträckning och med en mindre positiv attityd i jämförelse med kvinnor (Chen, et al, 2018).

Ålder är en annan faktor som verkar påverka användningen av emojis. Tidigare forskning har funnit att emoji-användning är lägre bland äldre personer än yngre personer (Oleszkiewicz et al, 2018; Prada et al, 2018). Detta skulle kunna förklaras av att yngre personer ofta har en större teknisk kunskap och förmåga av använda teknik än äldre personer (Alshenqeeti, 2016). I en studie med självrapporterad data fann man till exempel att antalet SMS som skickas och tas emot minskar i takt med ökad ålder. Enligt författarna skulle detta kunna förklaras av att människor under sin uppväxt lär sig att utveckla och bevara relationer, vilket bland annat innefattat sociala interaktioner via SMS bland yngre åldersgrupper som växt upp med tillgång till mobiltelefoner (Forgays, Hyman & Schreiber, 2014). I en metaanalys av Hauk, Hüffmeier och Krumm (2018) fann man ett svagt negativt samband mellan ökad ålder och upplevd användbarhet samt intention att använda teknik överlag, vilket dels medierades av den upplevda lättheten i att använda teknik. Enligt författarna skulle detta kunna förklaras av minskningar i kognitiv och fysisk förmåga i takt med ökad ålder (Hauk, et al, 2018). Att användningen av emojis i sociala medier minskar i takt med ökad ålder (Oleszkiewicz et al, 2018) och att äldre personer i självrapporterad data uppgett att de har en mindre positiv attityd samt färre motiv bakom att använda emojis i jämförelse med yngre skulle således kunna förklaras av att de använder och förstår teknik överlag i mindre utsträckning än yngre personer (Prada, et al, 2018).

#### *Användning av emojis i kommunikation på jobbet*

Den hittills presenterade forskningen pekar som sagt på att individer har flera motiv och positiva attityder till den generella användning av emojis i kommunikation via mejl, SMS och

andra digitala kommunikationskanaler. Forskningen har också hittat svaga samband mellan emojianvändning och kön samt ålder. Det är dock få studier som har undersökt emojianvändning i en arbetslivskontext, och den forskning som faktiskt har genomförts inom detta område är tvetydig.

Till att börja med fann Kaye et al (2016) i sin enkätstudie att individer ansåg att användning av emojis i mejlkommunikation var opassande, trots att de var positivt inställda till användningen av emojis i alla andra sammanhang. Denna ambivalens skulle kunna förklaras av att emojis ofta används av just sociala och emotionella skäl, medan mejl ofta används i professionella sammanhang och snarare av uppgiftsorienterade skäl. Således verkar det finnas vissa sociala normer och värderingar gällande professionalism som begränsar användningen av emojis i mejlkonversationer (Kaye et al, 2016). En annan studie fann att mottagare av mejl var mindre benägna att dela med sig av information om avsändaren av mejlet använde smileys (😊 i detta fall) i en första mejlkonversation. Detta samband medieras av avsändarens uppfattade kompetens: personer som använder smileys i mejlkonversationer uppfattas vid ett första intryck som mindre kompetenta, och mottagare blir därför mindre benägna att vilja dela med sig av sin kunskap med dem. Även dessa resultat förklaras av att smileys endast anses vara passande i sociala kontexter och tillsammans med personer man känner väl (Glikson, Chesin & van Kleef, 2017).

Andra studier pekar dock på positiva effekter för arbetsplatsinteraktioner vid användningen av emojis. Skovholt, Grønning och Kankaanranta (2014) undersökte exempelvis användningen av emoticons i arbetsmejl. De fann att emoticons användes för att signalera positiva attityder, markera skämt/ironi, samt förstärka tonen i uttryck såsom hälsningar eller tack och förmildra tonen i direktiv såsom förfrågningar eller korrigeringar (Skovholt, et al, 2014). I linje med detta resultat fann Ernst et al (2018) att även emojis kan vara särskilt användbara i syfte att framföra kritik, då de hade en förmåga att mildra kritik samtidigt som de den faktiska informationen i kritiken fortsatt var tydlig. Även detta förklaras av att emojianvändning innefattar en noga avvägning som främst syftar till att öka den positiva affekten i meddelanden (Riordan, 2017; Kaye et al, 2016). Genom att skapa personliga och informella element i mejl kan emoticons bidra till att reducera social distans mellan kollegor, och därigenom bidra till att stärka relationer på arbetsplatser där den interna kommunikationen i allt större utsträckning sker via mejl (Skovholt, et al, 2014; Ernst, et al, 2018) och andra kommunikationskanaler. Fiedler (2008) fann i sitt experiment att social distans mellan människor kan minska vid kommunikation över bland annat chattfunktionen i Skype, vilket i sig skulle kunna öka förmågan att samarbeta. Fiedler (2008) fann också att en kommunikationskanals förmåga att förmedla språk, ton och gester påverkades av deltagarnas erfarenhet av kanalen. Människor verkar således behöva tid att vänja sig vid passande kommunikationsstilar i olika kanaler i syfte att utveckla ett gemensamt språk som leder till minskad social distans och ökad samarbetsförmåga (Fiedler, 2008). Då emojis har en förmåga att förmedla icke-verbala signaler i digital kommunikation skulle man kunna tro att även emojis kan bidra till närmare sociala relationer och ökad samarbetsförmåga mellan kollegor, särskilt bland dem som har kommunicerat via olika digitala kanaler under en längre tid och utvecklat en gemensam förståelse för hur man kommunicerar med varandra. I linje med denna tanke hypotiserade Kaye et al (2016) att emojis kan vara fördelaktiga för professionell kommunikation, till exempel för människors förmåga att skapa positiva relationer i professionella sammanhang där skriftlig kommunikation är standard (Kaye et al, 2016).

Vidare fann Kroll, Braun och Stieglitz (2018) att individer som normalt använder många emojis i textmeddelanden använde färre emojis när de kommunicerade med personer av en högre hierarkisk position, medan individer som nästan aldrig använde emojis ökade sin användning när de kommunicerade med personer av en högre hierarkisk position. Enligt författarna kan detta förklaras av kommunikations- och ackommodationsteorin (ACT); individer långt ner i en hierarki tenderar att vara mer benägna att anpassa sina kommunikationsbeteenden i syfte att få socialt godkännande och minska social distans till personer över dem i hierarkin (Kroll, et al, 2018). Således kan man tänka sig att medarbetare anpassar sitt emoji-användande beroende av vem de kommunicerar med, och att de kan vara ett användbart verktyg för att minska social distans till både kollegor och överordnade.

### *Syfte och hypoteser*

Sammanfattningsvis har användningen av emojis i kommunikation via mejl och SMS blivit en väsentlig del av människors interaktion med varandra. Individer har överlag en positiv inställning till användningen av emojis och det finns flera motiv bakom användningen av dem, men det finns också forskning som pekar på att emojis även kan leda till missförstånd, negativt påverka kvaliteten i kommunikation och försämma relationer. När det gäller användningen av emojis i kommunikation som sker inom ramen för människors arbete är forskningen tvetydig. Det saknas dessutom forskning som undersöker hur emojis faktiskt används i arbetslivet, då flera av de presenterade studierna till exempel inte tar hänsyn till bland annat etablerade arbetsplatsrelationer. Till skillnad från den generella användningen av emojis saknas det också forskning om vilka attityder och motiv som kan ligga bakom användningen av emojis i kommunikation på just jobbet. Med tanke på den problematik som kan uppstå till följd av emoji-användning skulle det kunna finnas en risk att människor i arbetslivet omedvetet bidrar till minskad informationsdelning och försämrade arbetsplatsrelationer till följd av sitt emoji-användande, eller att de går miste om de positiva effekterna emojis kan ha i kommunikation genom att undvika användandet av dem. Det finns därmed starka incitament att vidare undersöka just hur och varför emojis används i kommunikation som sker inom ramen för människors arbetsliv, och ge en större insikt i huruvida emojis kan eller bör användas i en arbetslivskontext. *Syftet med denna uppsats är därför att undersöka användningen av och inställningen till emojis i kommunikation på arbetsplatser, samt om individuella faktorer påverkar denna emoji-användning.*

1. *Finns det en skillnad i hur ofta man använder emojis i kommunikation på jobbet och i privat kommunikation?*
2. *Finns det en skillnad i hur ofta man använder emojis i kommunikation med personer som man har etablerat en relation med på jobbet och med personer som man inte känner på jobbet?*
3. *Vilka attityder finns bakom användningen av emojis i kommunikation på jobbet?*
4. *Vilka motiv finns bakom användningen av emojis i kommunikation på jobbet?*

Tidigare forskning har som sagt visat på vissa samband mellan emoji-användning och kön samt ålder. Med detta i åtanke kommer skillnader i kön och ålder också att undersökas i de ovan ställda frågeställningarna. För att vidare undersöka användningen av och inställningen till emojis i kommunikation på jobbet, samt finna möjliga förklaringar till de resultat som erhålls, kommer det även undersökas hur människor anpassar sitt emoji-användande i arbetslivskommunikation.

## Metod

### *Undersökningsdeltagare*

Deltagarna rekryterades genom ett bekvämlighetsurval, då författaren publicerade en enkätundersökning i sociala medier. Sammanlagt 244 personer besvarade enkäten (kvinnor = 70.4 %, män = 29.2 %, och hen = 0.4 %). Åldersspannet var 20-63 år (M = 32.24, SD = 11.79). Deltagarna bestod av 17.3 % chefer och 81.9 % operativ personal.

I inledningen till enkäten klargjordes att undersökningen kunde besvaras av dem över 18 år som arbetar hel- eller deltid i en organisation. Deltagarna fick även intyga att de får använda emojis i kommunikation på jobbet, dvs. om deras organisation har policier emot emojis ombeds de att inte delta. Deltagarna informerades om att datainsamlingen genomfördes i enlighet med Vetenskapsrådets riktlinjer ([www.vr.se](http://www.vr.se)). Deltagarna fick information om att de var helt anonyma, att alla resultat kommer sammanställas på gruppnivå och att de närsomhelst kunde avbryta sitt deltagande genom att stänga ner webbläsaren utan att behöva ge några skäl för det. I slutet av inledningen var det obligatoriskt att besvara om samtycke ges till deltagande, genom att antingen kryssa i "Jag har läst ovanstående information och samtycker till att delta i enkäten" eller "Jag vill inte delta i enkäten". Endast de som klickade i samtycke skickades vidare till enkäten.

### *Material*

Enkäten i sin helhet finns i Bilaga 1.

För att mäta användning av emojis i kommunikation via mejl, SMS och andra chattfunktioner som har med sitt arbete att göra skapades fyra frågor om frekvensen av deras emoji-användande. Samtliga påståenden besvarades med en Likert-skala från 1 (Aldrig) till 5 (Alltid). Frågorna var (1) "Hur ofta använder du emojis i privat kommunikation?"; (2) "Hur ofta använder du emojis i arbetslivskommunikation?"; (3) "Hur ofta använder du emojis i arbetslivskommunikation med personer som du har etablerat en relation med?"; och (4) "Hur ofta använder du emojis i arbetslivskommunikation med personer som du inte känner?"

För att mäta vilka motiv deltagarna har till att använda emojis i arbetet användes ett frågebatteri skapat av Prada et al (2018). Frågorna översattes från engelska till svenska av författaren. Ett exempel på en fråga var "Jag använder emojis i syfte att göra innehållet av meddelanden mer roligt/komiskt". Originalskalan består av nio påståenden som besvaras med en skala från 1 (Completely disagree) till 7 (Completely agree). I denna studie användes en skala från 1 (Stämmer inte alls) till 5 (Stämmer helt och hållet), eftersom tidigare forskning visat att kortare svarsskalor är enklare att besvara och därmed kan öka antalet svar samt kvaliteten i svaren (se t.ex. Babakus & Mangold, 1992). I föreliggande studie användes frågorna från Prada et al (2018) som ett batteri, där varje enskild fråga avsågs mäta ett eget motiv. Utöver att mäta varje enskilt motiv sammanfattades även samtliga items till ett motivindex i undersökningen av Prada et al (2018). Föreliggande undersökning är dock inte intresserad av att undersöka om det finns en övergripande stark/svag identifiering med motiven bakom användningen av emojis, utan kommer istället fokusera på vilka olika motiv som potentiellt kan finnas till emoji-användning i arbetslivet. Av denna anledning kommer inget motivindex att användas.



För att mäta olika aspekter av deltagarnas attityd till att använda emojis i arbetet användes ett frågebatteri skapat av Prada et al (2018). Även denna skala översattes från engelska till svenska av författaren. Orginalskalan består av att göra sex olika bedömningar av emojis utifrån items som var motpoler till varandra, till exempel från 1 (Useful) till 7 (Useless). Påståendena i denna studie var "Jag tycker att emoji-användning i arbetsrelaterad kommunikation är...": 1 = Användbart till 5 = Oanvändbart; 1 = Ointressant till 5 = Intressant; 1 = Roligt till 5 = Tråkigt; 1 = Svårt till 5 = Enkelt; 1 = Informellt till 5 = Formellt; och 1 = Bra till 5 = Dåligt. Av samma anledning som tidigare presenterats använde denna undersökning istället en Likert-skala från 1 till 5. I enlighet med orginalskalan reverseras items användbar/oanvändbar, roligt/tråkigt, informellt/formellt och bra/dåligt, så att högre poäng indikerar mer positiva attityder. I föreliggande studie användes frågorna från Prada et al (2018) som ett batteri, där varje enskild fråga avsågs mäta en egen attityd. Utöver att mäta varje enskild attityd sammanfattades även samtliga items till ett attitydindex i undersökningen av Prada et al (2018). Föreliggande undersökning är dock inte intresserad av att undersöka om det finns en övergripande positiv/negativ attityd till användningen av emojis, utan kommer istället fokusera på vilka olika attityder som potentiellt kan finnas till emoji-användning i arbetslivet. Av denna anledning kommer inget attitydindex att användas.

Könsidentitet besvarades med en öppen fråga om könsidentitet (kodades 0 = kvinna/tjej/etc., 1 = man/snubbe/etc. och 2 = hen). Ålder besvarades med en öppen fråga om ålder begränsad till svar om två siffror. Deltagarna markerade även om de var "Operativ personal" (= 0) eller "Chef" (= 1). Tre kontrollfrågor om ungefär hur många mejl, SMS och andra chattmeddelanden deltagaren skickar om dagen inom ramen för sitt arbete ställdes också. Dessa frågor besvarades med spannen 0 (= 0), 1-10 (= 1), 11-20 (= 2), 21-30, 31-40, 41-50, 51-60 och  $\geq 61$  (de sista spannen slogs ihop och kodades = 3).

Enkäten innehöll även tre öppna frågor om hur deltagarna anpassar sitt emoji-användande baserat på (1) vem de kommunicerar med och (2) vilka forum (t.ex. mejl, SMS, LinkedIn eller intranät) de kommunicerar i, samt (3) "Finns det något annat du vill tillägga om användningen av emojis i arbetsrelaterad kommunikation?". Svaren på dessa frågor analyserades genom en tematisk analys, i enlighet med steg-för-steg instruktionerna av Clarke och Braun (2006). Den tematiska analysen i föreliggande studie är teoretisk och driven av studiens syfte samt frågeställningar, vilket resulterade i tre detaljerade teman gällande vissa övergripande tendenser i deltagarnas svar. Författaren läste igenom svaren på frågorna upprepade gånger och framställde därefter en initial lista av återkommande samt intressanta tendenser. Därefter kodades svaren manuellt i Excel. Dessa koder representerade vanligt återkommande och (sett till studiens syfte samt frågeställningar) relevanta tendenser i svaren (till exempel; (1) = Relation till mottagaren, (2) = Hierarki, etc.). Genom att upprepade gånger dela in de kodade svaren i olika teman bildades slutligen ett sammanhängande mönster av tre teman som passade den insamlade datan. Dessa tre teman presenteras under Resultat, och förklaras vidare med hjälp av tidigare forskning under Diskussion.

När deltagaren var klar med det sista avsnittet informerades de om att deras svar var registrerat och de tackades för sitt deltagande.

### *Procedur*

Enkäten skapades i Google formulär. På första sidan förklarades vem författaren är, vad syftet med studien är samt information om att undersökningen genomförs i enlighet med Vetenskapsrådets riktlinjer ([www.vr.se](http://www.vr.se)). Efter det skapades avsnitt om (1) frekvens av emojianvändning, (2) motiv bakom emojianvändning, (3) attityder till emojianvändning, (4) demografiska frågor och (5) öppna frågor om hur deltagarna anpassar sitt emojianvändande. I början av varje avsnitt informerades deltagarna om att frågorna och påståendena skulle besvaras utifrån emojianvändning som sker i kommunikation via mejl, SMS och andra chattfunktioner som har med deltagarnas arbete att göra. De informerades också om vad avsnittet handlade om och hur de skulle besvara påståenden/frågor utifrån de olika skalorna.

En första version av enkäten pilottestades genom att 12 personer fick besvara enkäten och ge feedback till författaren. Feedbacken ledde till att stavfel rättades och texten förtydligades i några frågor, beskrivningar och skalor. Enkätundersökningen publicerades på författarens Facebook-profil och LinkedIn-profil den 27 mars, 31 mars och 7 april. I dessa inlägg skrevs en tillhörande text med uppmaningar till personer i författarens nätverk att besvara enkäten och att dela inlägget så att enkäten skulle få spridning utanför författarens egna nätverk. Enkätundersökningen stängdes ner den 15 april. Därefter laddades data ner och analyserades i SPSS. I de statistiska analyserna utgår föreliggande studie från att signifikans inte är en dikotom variabel, varför en strikt gräns på 0.05 inte dras för statistisk signifikant (för vidare argument, se bl.a. Gelman (2015); Wiens & Nilsson (2017); Amrhein, Greenland & McShane (2019))

## Resultat

### *Hantering av bortfall*

Totalt uteslöts en deltagare helt; en person som endast besvarade en av de sju frågorna i attitydavsnittet och inga demografiska frågor uteslöts helt med en listwise deletion. Utöver denna person bestod det interna bortfallet av sex deltagare som inte besvarat en fråga var i de tre första avsnitten. Eftersom detta bortfall var mycket litet användes en medelvärdesimputering, dvs. att de saknade värdena ersattes av medelvärdet för alla deltagares svar i den berörda frågan (se bl.a. Berntson et al, 2016, s.258-262).

### *Användningen av emojis i arbetslivskommunikation*

I syfte att besvara frågeställningen (1) "Finns det en skillnad i hur ofta man använder emojis i kommunikation på jobbet och i privat kommunikation?" genomfördes ett t-test mellan de två frågorna om hur ofta deltagarna använder emojis i privatlivet och i arbetslivet. Resultaten visar att det finns en statistiskt signifikant skillnad mellan användningen av emojis i kommunikation på jobbet ( $M = 2.64$ ,  $SD = 0.76$ ) och användningen av emojis i privat kommunikation ( $M = 4.25$ ,  $SD = 0.70$ );  $t(209) = 27.43$ ,  $p < 0.001$ . Cohens  $d$  var 1.876, vilket indikerar en stor skillnad mellan variablerna. Dessa resultat pekar på att människor mycket ofta använder emojis i privat kommunikation, medan man mer sällan använder emojis i arbetslivskommunikation.

För att undersöka om det fanns skillnader i emojianvändning på jobbet mellan män och kvinnor genomfördes ett oberoende t-test, medan Pearsons korrelationskoefficient genomfördes för att undersöka ålderssamband. Resultaten visar att det inte finns någon statistiskt signifikant skillnad mellan hur ofta kvinnor ( $M = 2.66$ ,  $SD = 0.79$ ) och män ( $M = 2.58$ ,  $SD = 0.67$ ) använder emojis i arbetslivskommunikation,  $t(207) = 0.702$ ,  $p = 0.483$ ,  $d =$

0.105. Det fanns däremot ett svagt negativt statistiskt signifikant samband mellan ålder och användningen av emojis i arbetslivskommunikation ( $r = -0.172$ ,  $p = 0.012$ ), på så sätt att äldre personer använder emojis i arbetslivskommunikation i mindre utsträckning än yngre personer.

#### *Arbetsplatsrelationers inverkan på användningen av emojis*

I syfte att besvara frågeställningen (2) "Finns det en skillnad i hur ofta man använder emojis i kommunikation med personer som man har etablerat en relation med på jobbet och med personer som man inte känner på jobbet?" genomfördes ett t-test mellan de två frågorna om hur ofta deltagarna använder emojis i arbetslivskommunikation med personer de har etablerat en relation med och med personer de inte känner. Resultaten visar att det finns en statistiskt signifikant skillnad mellan hur ofta människor använder emojis i arbetslivskommunikation med personer som de har etablerat en relation med ( $M = 3.71$ ,  $SD = 0.83$ ) och i arbetslivskommunikation med personer de inte känner ( $M = 1.74$ ,  $SD = 0.88$ ),  $t(209) = 31.88$ ,  $p < 0.001$ . Cohens  $d$  var 2.196, vilket indikerar en stor skillnad mellan variablerna. Detta resultat visar att människor ibland använder emojis på jobbet när de kommunicerar med personer som de har etablerat en relation med, men nästan aldrig i kommunikation med personer som de inte känner inom ramen för sitt arbete.

För att undersöka om det fanns skillnader mellan män och kvinnor i relationsvariablerna användes oberoende t-test. Resultaten presenteras i Tabell 1.

Tabell 1. Medelvärden (och standardavvikelser) för hur ofta emojis används bland samtliga deltagare samt kvinnor & män. Oberoende t-test, effektstorlek (Cohens  $d$ ) och signifikansnivå.

Användning av emojis	M (SD)	t(df)	d	p
I arbetslivskommunikation med personer som man har etablerat en relation med (n = 210)	3.71 (0.83)			
Kvinnor (n = 157)	3.75 (0.85)	0.979(207)	0.156	0.329
Män (n = 52)	3.62 (0.77)			
I arbetslivskommunikation med personer som man inte känner (n = 210)	1.74 (0.88)			
Kvinnor (n = 157)	1.80 (0.94)	1.890 (207)	0.297	<b>0.060</b>
Män (n = 52)	1.54 (0.64)			

Resultaten visar en statistiskt signifikant skillnad på så sätt att kvinnor i lite större utsträckning än män använder emojis något oftare i relation till personer de inte känner.

Pearsons korrelationskoefficient genomfördes för att undersöka ålderssamband i relationsvariablerna. Resultatet visar att det finns svaga negativa samband mellan ålder och hur ofta man använder emojis i arbetslivskommunikation med personer som man har etablerat relation till ( $r = -0.201$ ,  $p = 0.003$ ) och med personer som man inte känner ( $r = -0.286$ ,  $p < 0.001$ ). Dessa resultat visar att äldre personer är något mindre benägna än yngre personer att använda emojis i arbetslivskommunikation oavsett arbetsplatsrelationer.

#### *Attityder bakom användningen av emojis i kommunikation på jobbet*

I syfte att besvara frågeställningen (3) "Vilka attityder finns bakom användningen av emojis i kommunikation på jobbet?" beräknades medelvärden och standardavvikelser för varje enskilt

item. För att vidare undersöka om attityderna skiljer sig mellan män och kvinnor genomfördes oberoende t-test. Resultaten presenteras i Tabell 2.

Tabell 2. Medelvärden (och standardavvikelser) i attityder bakom emojianvändning för samtliga deltagare samt kvinnor & män. Oberoende t-test, effektstorlek (Cohens d) och signifikansnivå.

Jag tycker att emojianvändning i arbetsrelaterad kommunikation är...	M (SD)	t(df)	d	p
(1) Användbart (n = 243)	3.51 (1.12)			
Kvinnor (n = 171)	3.58 (1.07)	1.560 (240)	0.214	0.120
Män (n = 71)	3.34 (1.24)			
(2) Intressant (n = 243)	3.19 (1.16)			
Kvinnor (n = 171)	3.28 (1.13)	1.899 (240)	0.269	<b>0.059</b>
Män (n = 71)	2.97 (1.21)			
(3) Roligt (n = 243)	3.70 (1.00)			
Kvinnor (n = 171)	3.85 (0.97)	3.497 (240)	0.492	<b>0.001</b>
Män (n = 71)	3.37 (0.99)			
(4) Enkelt (n = 243)	3.26 (1.18)			
Kvinnor (n = 171)	3.25 (1.22)	-0.194 (240)	0.034	0.846
Män (n = 71)	3.29 (1.08)			
(5) Informellt (n = 243)	4.30 (0.82)			
Kvinnor (n = 171)	4.21 (0.85)	-2.449 (240)	0.343	<b>0.015</b>
Män (n = 71)	4.49 (0.73)			
(6) Bra (n = 243)	3.56 (1.09)			
Kvinnor (n = 171)	3.65 (1.01)	2.115 (240)	0.304	<b>0.035</b>
Män (n = 71)	3.32 (1.25)			

Resultaten visar att undersökningsdeltagarna tycker att emojianvändning i arbetsrelaterad kommunikation är något mer (1) användbart, (2) intressant, (3) roligt, (4) enkelt och (6) bra än motsatserna. Deltagarna ansåg också emojis var mycket mer (5) informella än formella. Resultaten visar även att kvinnor anser att emojis är mer intressanta och roliga än vad män tycker, medan män tycker att emojis är lite mer informella än vad kvinnor tycker.

I syfte att undersöka ålderssamband i de olika attityderna användes Pearsons korrelationskoefficient. Resultatet visar att nästan alla korrelationer var statistiskt osignifikanta. Det erhöles dock en statistiskt signifikant korrelation: ett svagt negativt samband mellan ålder och att tycka att emojianvändning i arbetsrelaterad kommunikation är roligt ( $r = -0.130$ ,  $p = 0.043$ ). Detta resultat visar att äldre personer inte tycker att emojianvändning i arbetsrelaterad kommunikation är lika roligt som yngre personer tycker.

#### *Motiv bakom emojianvändning i kommunikation på jobbet*

I syfte att besvara frågeställningen (4) "Vilka motiv finns bakom användningen av emojis i kommunikation på jobbet?" beräknades medelvärden och standardavvikelser för varje enskilt item. För att vidare undersöka om motiven skiljer sig mellan män och kvinnor genomfördes oberoende t-test. Resultaten presenteras i Tabell 3.

Tabell 3. Medelvärden (och standardavvikelser) för motiv bakom emojianvändning för samtliga deltagare samt kvinnor & män. Oberoende t-test, effektstorlek (Cohens d) och signifikansnivå.

Motiv bakom emojianvändning	M (SD)	t(df)	d	p
(1) Uttrycka hur jag känner (n =210)	3.74 (1.13)			
Kvinnor (n = 157)	3.81 (1.12)	1.286 (207)	0.204	0.200
Män (n = 52)	3.58 (1.16)			
(2) Stärka innehållet av meddelanden (n =210)	3.67 (1.18)			
Kvinnor (n = 157)	3.78 (1.08)	2.111 (207)	0.345	<b>0.036</b>
Män (n = 52)	3.38 (1.37)			
(3) Förmildra innehållet av meddelanden (n =210)	3.33 (1.24)			
Kvinnor (n = 157)	3.38 (1.21)	1.282 (207)	0.202	0.201
Män (n = 52)	3.13 (1.33)			
(4) Göra innehållet av meddelanden mer sarkastiskt/ironiskt (n =210)	2.64 (1.40)			
Kvinnor (n = 157)	2.69 (1.37)	1.009 (207)	0.164	0.314
Män (n = 52)	2.46 (1.49)			
(5) Göra innehållet av meddelanden mer roligt/komiskt (n =210)	3.42 (1.26)			
Kvinnor (n = 157)	3.39 (1.26)	-0.559 (207)	0.095	0.577
Män (n = 52)	3.51 (1.26)			
(6) Göra innehållet av meddelanden mer seriöst (n =210)	1.33 (0.70)			
Kvinnor (n = 157)	1.32 (0.70)	-0.569 (207)	0.085	0.570
Män (n = 52)	1.38 (0.72)			
(7) Göra innehållet av meddelanden mer positivt (n =210)	4.21 (0.80)			
Kvinnor (n = 157)	4.30 (0.74)	2.656 (207)	0.427	<b>0.009</b>
Män (n = 52)	3.96 (0.95)			
(8) Göra innehållet av meddelanden mer negativt (n =210)	1.33 (0.73)			
Kvinnor (n = 157)	1.35 (0.75)	0.543 (207)	0.081	0.588
Män (n = 52)	1.29 (0.70)			
(9) Uttrycka sådant som jag inte kan uttrycka med användningen av ord (n =210)	2.67 (1.41)			
Kvinnor (n = 157)	2.76 (1.42)	1.484 (207)	0.241	0.139
Män (n = 52)	2.42 (1.38)			

Resultaten visar att undersökningsdeltagarna instämmer mest med att de använder emojis i syfte att (1) uttrycka hur de känner, (2) stärka innehållet av meddelanden, (3) förmildra innehållet av meddelanden, (5) göra innehållet av meddelanden med roligt/komiskt, och (7) göra innehållet mer positivt. Undersökningsdeltagarna instämde dock inte lika mycket med användandet av emojis i syfte att (4) göra innehållet av meddelanden mer sarkastiskt/ironiskt, (6) göra innehållet av meddelanden mer seriöst, (8) göra innehållet av meddelanden mer negativt, och (9) uttrycka sådant som de inte kan uttrycka med användningen av ord. Vidare

visar resultaten att kvinnor använder emojis i syfte att stärka innehållet av meddelanden och i syfte att göra innehållet av meddelanden mer positivt i en större utsträckning än män.

I syfte att undersöka ålderssamband i de olika motiven användes Pearsons korrelationskoefficient. Resultatet visar återigen att de flesta korrelationer var statistiskt osignifikanta. Det erhöles dock tre signifikanta samband. Det fanns svaga negativa samband mellan ålder och att använda emojis i syfte att göra innehållet av meddelanden mer sarkastiskt/ironiskt ( $r = -0.154$ ,  $p = 0.026$ ) samt att göra innehållet av meddelanden mer positivt ( $r = -0.188$ ,  $p = 0.006$ ). Det fanns ett något starkare negativt samband mellan ålder och att använda emojis i syfte att förmildra innehållet av meddelanden ( $r = -0.372$ ,  $p < 0.001$ ). Dessa resultat visar att äldre personer inte använder emojis i syfte att förmildra innehållet av meddelanden eller att göra innehållet av meddelanden mer sarkastiskt/ironiskt och positivt i lika stor utsträckning som yngre personer.

### *Hur anpassar människor sitt emoji-användande på jobbet?*

I enkäten gavs deltagarna möjlighet att i fritext beskriva om de anpassar sitt emoji-användande baserat på (1) vem de kommunicerar med och (2) vilket forum de använder. Den första frågan besvarades av 196 deltagare, varav ungefär 185 personer svarade att de anpassar sin emoji-användning på något sätt medan ungefär 11 personer skrev att de inte gjorde det. Den andra fritextfrågan besvarades av 170 deltagare, varav ungefär 135 personer svarade att de på något sätt anpassar sitt emoji-användande och ungefär 35 personer svarade i sitt att de inte gjorde det. I syfte att besvara frågeställningen (5) "Hur anpassar människor sitt emoji-användande i kommunikation på jobbet?" genomfördes en tematisk analys av svaren på dessa frågor.

Det första temat som identifierades var **(1) formalitet i relationen med mottagaren**. Ett av de mest återkommande svaren var att emojis främst eller bara används i kommunikation med personer man har etablerat en relation med och/eller som man är nära kollega med. Vissa personer uppgav att de använde emojis i kommunikation med chefer, men det var betydligt fler undersökningsdeltagare som uppgav att de sällan eller aldrig skulle använda emojis i kommunikation med personer över dem i organisationens hierarkiska rangordning:

“ [...] Jag skickar emojis till dem jag anser mig ha en etablerad och nära arbetsrelation till, och på samma "hierarkiska" nivå som mig (och min chef). Men skulle inte skicka emojis till vem som helst, en mycket högre uppsatt chef eller någon som jag inte säkert vet uppskattar det” - Kvinna, 25 år, operativ personal

“Skickar emojis fritt med de jag har etablerad relation. Aldrig hjärtan till min chef. [...]” - Kvinna, 26 år, operativ personal

Flera personer svarade också att de sällan eller aldrig använde emojis i extern kommunikation, till exempel med kunder, klienter, leverantörer eller kandidater. En återkommande förklaring till denna anpassning handlade om formalitet i relationen till mottagaren. Vissa skrev att emojis var informella och/eller att de inte skulle använda dem i formella sammanhang (såsom exempelvis i kommunikation med chefer eller kunder) då de trodde att det skulle uppfattas som oseriöst eller oprofessionellt. Flera personer skrev att de oftare använde emojis i SMS/chatt för att dessa forum främst användes för informell

kommunikation med exempelvis kollegor, och på motsvarande sätt förklarade flera personer att de sällan eller aldrig använde emojis i mejlkonversationer och/eller på LinkedIn då de forumen ansågs vara mer formella och/eller innefattade mer kommunikation med personer utanför den egna organisationen (t.ex. kunder):

“Mest emojis i SMS och chatt, minst på mail och via LinkedIn. [...] SMS och chatt känns för mig som mer informella kommunikationsvägar, medan mail och LinkedIn är i mer professionellt syfte” - Kvinna, 25 år, operativ personal

Sammantaget verkar det alltså som om att emoji-användning i arbetslivskommunikation delvis styrs av *formaliteten i relationen med mottagaren*: i kommunikation med personer man har en mer informell relation med (t.ex. kollegor) kan emojis användas, medan man i syfte att framstå som professionell undviker emojis i kommunikation med personer som man har en mer formell relation med (t.ex. chefer och personer utanför organisationen).

Det andra temat som identifierades var **(2) imitering**. Ytterligare en gemensam aspekt i undersökningsdeltagarnas svar var att vissa anpassade sitt användande beroende på hur personen de kommunicerar med använder emojis. Till exempel svarade några personer att de inte använder emojis om de märker eller vet om att personen de kommunicerar med inte använder emojis, och/eller att de börjar använda emojis när personen de kommunicerar med gör det.

“Det beror på vem det är jag mailar med. Har personen först skickat en emoji så kan jag skicka tillbaka. Men jag har aldrig tagit första steget att skicka det. Anledningen är nog att jag tänker att de ska uppfatta mig som mindre professionell.” - Kvinna, 31 år, operativ personal

Sammantaget verkar det alltså finnas en tendens att imitera personen man kommunicerar med i arbetet när det kommer till emoji-användning.

Det tredje och sista temat som identifierades var **(3) positivitet och lättsamhet**. Ett fåtal personer svarade att de ofta eller bara använder positiva eller glada emojis. Ett par personer förklarade att de väljer emoji baserat på meddelandets innehåll, till exempel att de lägger till en glad emoji när de önskar någon en bra dag eller tackar för hjälpen. En person skrev att en glad emoji kan göra tonen i ett mejl trevligare, medan två andra skrev att en glad emoji kan göra innehållet i ett mejl mer positivt och mindre anklagande. I den sista frågan svarade ytterligare några personer exempelvis följande:

“Jag tycker att användande av emojis är ett sätt precis som skrift att uttrycka sig på. Ibland är det till och med lättare att använda en emoji för att få fram en specifik känsla. T.ex. bajsörven är ett sätt att tala om att något är riktigt dåligt utan att behöva använda svordomar.” - Kvinna, 55 år, operativ personal

“Jag tror att det är bra att inte alltid behöva vara alldeles för formell. Man måste få skicka roliga emojis för att peppa varandra och slappna av, man ska ha kul på jobbet inte bara gravallvar hela tiden. Jag tror på att det uppmuntrar till en bättre arbetskultur och bidrar till en härligare stämning.” - Kvinna, 21 år, operativ personal

Sammantaget verkar det alltså som att emojis används för att stärka positiviteten och lättsamheten i meddelanden som skickas i arbetet, snarare än att stärka negativt innehåll.

## Diskussion

Syftet med denna uppsats var att undersöka användningen av och inställningen till emojis i kommunikation på arbetsplatser, samt om individuella faktorer påverkar denna emoji-användning. Resultaten visar att det finns statistiskt signifikanta skillnader i hur ofta emojis används i kommunikation på jobbet och i privat kommunikation, samt att det finns statistiska skillnader i hur ofta emojis används i kommunikation med personer som man har etablerat en relation med på jobbet och med personer som man inte känner på jobbet. Resultaten i denna studie belyser också inställningen till emojis på jobbet, genom att se till några av de attityder och motiv människor har till sitt emoji-användande i arbetslivskommunikation. Vidare erhöles ett fåtal individuella skillnader baserat på kön och gällande hur ofta emojis används samt i vilka attityder och motiv deltagarna identifierade sig med. Slutligen visar resultatet även att människor anpassar sitt emoji-användande baserat på vem de kommunicerar med och vilka forum de använder, med förklaringar såsom att emojis i arbetsrelaterad kommunikation är informella, oprofessionella och lättsamma.

### *Användningen av emojis i kommunikation på jobbet*

Inledningsvis kan medelvärdena för de inledande frågorna gällande frekvens i emoji-användning tolkas som att undersökningssdeltagarna nästan aldrig använder emojis i arbetslivskommunikation, samtidigt som de uppgav att de mycket ofta använder emojis i privat kommunikation. När det gäller emoji-användning i arbetslivskommunikation visar resultaten dock också att deltagarna uppgav att de ibland använder emojis när de kommunicerar med personer som de har etablerat en arbetsrelation med, men nästan aldrig i kommunikation med personer som de inte känner i sitt arbete. Sammantaget görs tolkningen (utifrån medelvärdena i förhållande till den använda skalan) att emojis väldigt sällan används i kommunikation på jobbet, men när de väl används verkar det handla om kommunikation med personer som man har etablerat en arbetsrelation med.

Dessa resultat kan förklaras av tidigare forskningsresultat om de sociala och informella aspekterna av emojis. Emojis anses bland annat vara informella inslag i digital kommunikation (Prada, et al, 2018; Skovholt, et al, 2014; Ernst, et al, 2018), som till stor del används för att lätta på stämningen och för att stärka emotionella uttryck samt toner (Bai, et al, 2019). De kan även vara fördelaktiga i att bygga sociala relationer (Riordan, 2017; Skovholt, et al, 2014). Enligt Kaye et al (2016) är de sociala och emotionella funktionerna hos emojis en förklaring till att de anses vara opassande i professionella sammanhang som är mer uppgiftsorienterade (såsom i mejlkonversationer) och som kräver en högre grad av formalitet. Att deltagarna i denna studie nästan aldrig använder emojis i arbetsrelaterad kommunikation skulle således kunna förklaras av att emojis anses vara för informella och oprofessionella, medan de väldigt ofta används i privat kommunikation då man troligtvis mest kommunicerar med personer man har en mer informell och personlig relation till (t.ex. vänner och familjemedlemmar). Denna slutsats stärks ytterligare av temat gällande *(1) formalitet i relationen med mottagaren* som identifierades i analysen av fritextsvaren. Flera personer skrev nämligen att emojis var informella och/eller att de inte skulle använda dem i



formella sammanhang (t.ex. i kommunikation med chefer, kunder och leverantörer, eller över mejl, intranät och LinkedIn) då de trodde att det skulle uppfattas som oseriöst eller oprofessionellt.

Informaliteten hos emojis skulle vidare kunna förklara varför människor oftare använder dem i arbetslivskommunikation med personer de har etablerat en relation med i jämförelse med personer de inte känner. Enligt Fiedler (2008) utvecklar människor som kommunicerar med varandra ett gemensamt språk över tid. När man vant sig vid passande kommunikationsstilar i olika kanaler kan det gemensamma språket leda till ökad samarbetsförmåga och minskad social distans mellan människor (Fiedler, 2008). I linje med detta kom till exempel Derks et al (2008) fram till att emoticons användes mer i SMS-kommunikation med vänner än med främlingar, med förklaringen att människor är mindre uttrycksfulla i sina känslor innan de tror sig veta vad andra människor anser är passande. Också i linje med Fiedlers (2008) teorier kom Skovholt et al (2014) fram till att användningen av emoticons gör mejl mer personliga och informella, vilket kan reducera social distans mellan kollegor och därigenom stärka relationer på arbetsplatser. Samtidigt menar Miller et al (2016) att just emojis kräver en gemensamt förstådd perception, då en diskrepans mellan avsändarens motiv och mottagarens tolkning av emojis potentiellt kan skapa missförstånd samt försämra både kommunikation och relationer. Man skulle således kunna tänka sig att människor undviker att använda emojis i arbetsrelaterad kommunikation med personer de inte känner eftersom man ännu inte har utvecklat ett delat språk och en gemensam förståelse för huruvida emojis är passande att använda eller inte. Denna slutsats stärks ytterligare av det andra temat i analysen av fritextsvaren gällande *imitering*. Några undersökningsdeltagare i uppgav att de inte använder emojis om personen de kommunicerar med inte använder emojis, och/eller att de börjar använda emojis när personen de kommunicerar med gör det. Att människor sedan oftare använder emojis i kommunikation med personer de väl har etablerat en arbetsrelation skulle kunna ses som ett sätt för dem att komma närmare varandra, genom att göra den gemensamt förstådda kommunikationen mer informell och personlig.

I det första temat av den tematiska analysen framkom det dock också fram att det eventuellt finns vissa arbetsrelationer som kanske inte blir mer informella och personliga. Det mest återkommande svaret när deltagarna fritt fick beskriva huruvida de anpassar sitt emoji-användande var att man bara använder emojis i kommunikation med kollegor och/eller med personer man har en nära relation med. Flera personer svarade också att de inte skulle använda emojis i kommunikation med sin chef eller med personer utanför den egna organisationen, trots att detta är personer som man har etablerat en arbetsrelation med. Dessa resultat ligger i linje med studien av Kroll, Braun och Stieglitz (2018) som förklarar att individer använder färre emojis när de kommunicerar med personer av en högre hierarkisk position, i syfte att få socialt godkännande och minska social distans till personer över dem i hierarkin. Man skulle således kunna spekulera att bristen på emoji-användande i dessa fall kanske pekar på att det finns sociala normer eller värderingar som avgör att vissa relationer (med t.ex. chefer, kunder, leverantörer eller klienter) på arbetsplatser bör hållas professionella snarare än personliga, samt att användningen av emojis i dessa fall inte är socialt godkänt eller passande.

#### *Attityder bakom emoji-användning i arbetsrelaterad kommunikation*

Trots att emojis sällan används i arbetslivskommunikation visar resultaten att deltagarna i denna studie generellt sett har positiva attityder till användningen av emojis i arbetsrelaterad

kommunikation, sett till medelvärdena för de enskilda attitydfrågorna i förhållande till den använda skalan. Till att börja med ansåg deltagarna att emojianvändning i arbetsrelaterad kommunikation var mer informellt än formellt, samt att det var något mer bra än dåligt, mer roligt än tråkigt, och mer användbart än oanvändbart. De ansåg också att emojianvändning i arbetsrelaterad kommunikation var lite mer intressant än ointressant.

Dessa resultat stämmer överens med dem i Prada et al (2018), som i sin studie fann liknande inställningar till användningen av emojis i generell kommunikation. Attityderna i denna studie skulle återigen kunna förklaras av de informella och sociala funktionerna som emojis har. Emojis kan som sagt hjälpa människor att lätta på stämningen, betona skämt/sarkasm, uttrycka känslor och klargöra en emotionell ton (Bai, et al, 2019; Kaye, et al, 2016). Behov av att använda emojis i dessa syften kan uppstå även i arbetsrelaterad kommunikation (till exempel framkom det i analysen av fritextsvaren ett tema om *(3) positivitet och lättsamhet* i emojianvändning), vilket skulle kunna förklara varför undersökningsdeltagarna finner emojis informella, användbara, bra, roliga och intressanta även i ett arbetssammanhang.

#### *Motiv bakom emojianvändning i arbetsrelaterad kommunikation*

Undersökningsdeltagarna tyckte att vissa motiv bakom emojianvändning i arbetslivskommunikation stämde överens med deras användning, medan andra motiv inte gjorde det i lika stor utsträckning. Även denna tolkning är baserad på medelvärdena i förhållande till skalan som användes för de olika motivfrågorna. Till att börja med använde deltagarna emojis för att uttrycka hur de känner, både stärka och förmildra innehållet av meddelanden, samt göra innehållet av meddelanden mer positivt och roligt/komiskt i arbetsrelaterad kommunikation. Deltagarna tyckte dock inte riktigt att motiv såsom att göra innehållet av meddelanden mer negativt och seriöst stämde in på deras emojianvändande i arbetsrelaterad kommunikation.

Dessa resultat ligger i linje med tidigare forskning om hur emojis i generell kommunikation till stor del används för att uttrycka känslor, sätta en emotionell ton, stärka positiva stämningar och betona skämt i syfte att göra kommunikation mellan människor mindre tvetydig (Bai, et al, 2019; Kaye, et al, 2016; Prada, et al, 2018). Man skulle således kunna tänka sig att människor i arbetslivet också använder emojis för att bli tydligare med sina intentioner i vissa situationer. Till exempel framkom det i det tredje temat (*positivitet och lättsamhet*) att ett par personer använde en glad emoji när de önskar någon en bra dag eller tackar för hjälpen, medan andra skrev att en glad emoji kan göra innehållet i ett mejl mer positivt och mindre anklagande. Detta skulle kunna ses som några exempel på hur människor använder emojis i syfte att uttrycker sina känslor, stärka/förmildra innehållet av meddelanden och att göra innehållet av meddelanden mer positivt även i en arbetslivskontext.

Till skillnad från tidigare studie om motiv bakom emojianvändande i generell kommunikation (Prada, et al, 2018), höll deltagarna i denna studie dock inte med om att de använder emojis i syfte att göra innehållet av meddelanden mer sarkastiskt/ironiskt eller för att uttrycka sådant som de inte kan uttrycka med användningen av ord. En möjlig förklaring till att man inte använder emojis för att uttrycka sarkasm/ironi i arbetslivskommunikation skulle kunna vara att sarkasm och ironi har visat sig användas för att uttrycka ilska (Calbrese, 2000) och missnöje (Alcadipani, Hassard, & Islam, 2018) på arbetsplatser, vilket i sig kan bidra till en fientlig arbetsmiljö (Celbrese, 2000). Man skulle således kunna tänka sig att emojis (som främst används för att uttrycka positiva affekter) inte används för att uttrycka

sarkasm/ironi, då det kan uppfattas som uttryck av en negativ affekt på en arbetsplats. Att emojis inte vanligtvis används för att uttrycka sådant som man inte kan uttrycka med användningen av ord i arbetslivskommunikation skulle möjligtvis kunna handla om att användningen av emojis i kommunikation på jobbet förstärker eller förmildrar tonen, känslan eller innebörden av ord i ett meddelande, snarare än att de kan användas som ett substitut för ord.

#### *Individuella skillnader - Kön och ålder*

Några fåtal statistiskt signifikanta och mestadels små skillnader mellan män och kvinnor erhöles i föreliggande studie. Till att börja använder kvinnor i lite större utsträckning än män emojis i arbetslivskommunikation med personer de inte känner. Kvinnor tyckte också att emoji-användning i arbetsrelaterad kommunikation var mer intressant, roligt och bra än vad män tyckte. Kvinnor instämde också i något större utsträckning än män med användningen av emojis i arbetsrelaterad kommunikation i syfte att stärka innehållet av meddelande och att göra innehållet av meddelanden mer positivt. Samtidigt tyckte män att emoji-användning i arbetsrelaterad kommunikation var mer informellt än vad kvinnor tyckte.

Samtliga av dessa resultat skulle kunna förklaras av tidigare forskning om förväntningar på könsroller och känslouttryck. Chen et al (2018) menar exempelvis att mäns tendens att internalisera emotionella uttryck och kvinnors tendens att externalisera känslor kan förklara varför kvinnor uttrycker emotioner i form av emojis i något större utsträckning och med en mer positiv attityd än män. Man skulle således kunna tänka sig att kvinnor lite oftare än män använder emojis i arbetslivskommunikation med personer de inte känner eftersom det finns könsnormer som överlag gör det mer socialt acceptabelt för dem att uttrycka sig emotionellt (t.ex. i form av emojis) i kommunikation med andra. Att kvinnor tillåts uttrycka sina känslor och vara mer emotionellt externaliserande än män skulle också kunna förklara varför de i större utsträckning än män har en något mer positiv inställning till användningen av emojis i arbetslivskommunikation. På samma sätt kan man tänka sig att män i lite större utsträckning än kvinnor upplever att emojis är mer informella i arbetsrelaterad kommunikation, då de förväntas internalisera sina känslor och därigenom vara mer formella snarare än emotionella i sina uttryck i en arbetskontext.

Gällande ålder visar resultatet att det fanns svaga negativa samband mellan ålder och att använda emojis i arbetslivskommunikation samt i arbetslivskommunikation med personer man har etablerat en relation och personer man inte känner. Dessa resultat stämmer överens med tidigare forskning om emoji-användning i generell kommunikation, som förklarar att äldre personer sällan använder emojis eftersom de överlag tenderar att använda och förstå teknik (t.ex. sociala medier och datorer) i mindre utsträckning än yngre personer (Oleszkiewicz et al, 2018; Prada, et al, 2018). I föreliggande studie erhöles också samband som pekar på att äldre personer inte tycker att emoji-användning i arbetsrelaterad kommunikation är lika roligt som yngre personer tycker. Det fanns även samband som visar att äldre personer i mindre utsträckning än yngre personer använder emojis i syfte att förmildra innehållet av meddelanden samt att göra innehållet av meddelanden mer sarkastiskt/ironiskt och positivt i lika stor utsträckning som yngre personer. I likhet med tidigare studier skulle dessa samband återigen kunna förklaras av teknisk förmåga och förståelse. Hauk et al (2018) fann exempelvis ett samband mellan ökad ålder och en minskad tendens att uppleva olika tekniska lösningar som användbara eller lätta att använda. Forgyas et al (2014) menar att en förklaring bakom ålderssambanden i teknikanvändning är att

personer i yngre generationer har växt upp med större tillgång till teknik, och därigenom börjat socialt interagera med hjälp av teknik i en tidig ålder. Att äldre undersökningsdeltagare anser att emojis är mindre roliga än vad yngre deltagare tycker samt att de inte stämmer in i lika stor utsträckning som yngre deltagare med flera av motiven bakom emojianvändning skulle således kunna bero på generationsskillnader i teknisk färdighet samt förståelse.

De flesta skillnaderna mellan män och kvinnor samt yngre och äldre personer i denna studie var dock icke statistiskt signifikanta. Detta trots att tidigare forskning har funnit flera signifikanta könsskillnader (Chen, Lu, Ai, Li, Mei & Liu, 2018; Prada, et al, 2018; Oleszkiewicz, Karwowski, Pisanski, Sorokowski, Sobrado, & Sorokowska, 2017) och åldersskillnader (Oleszkiewicz et al, 2018; Prada et al, 2018) i användningen av och inställningen till emojianvändning. I flera av dessa studier är dock många av effektstorlekerna små och korrelationerna svaga. Att få statistiska skillnader erhöles i denna studie skulle således kunna bero på att det i verkligheten inte finns några anmärkningsvärda skillnader i användningen av och inställningen till emojianvändning i just arbetsrelaterad kommunikation. Det skulle potentiellt kunna finnas andra underliggande variabler (t.ex. vilken teknisk förmåga eller roll undersökningsdeltagarna har) som bättre kan förklara individuella skillnader i emojianvändning. Ytterligare en förklaring till bristen på individuella skillnader kan dock handla om metodologiska problem med denna studie, vilket kommer diskuteras vidare i kommande stycken.

#### *Praktisk användbarhet, framtida forskning och problem med föreliggande studie*

Denna studie bidrar med en tydligare insikt om användningen av och inställningen till just emojis i arbetslivskommunikation via mejl, SMS och andra chattfunktioner. Till skillnad från tidigare forskning tar denna studie hänsyn till etablerade arbetsplatsrelationer, vilket ger en mer nyanserad bild av hur emojis används i arbetslivskommunikation. Denna studie pekar på att människor sällan använder emojis i arbetslivskommunikation, vilket troligtvis beror på att emojis till följd av sina sociala och emotionella funktioner anses vara för informella för professionella sammanhang. Samtidigt använder människor ibland emojis när de kommunicerar med personer de har etablerat en arbetsrelation med, vilket främst verkar handla om att bygga och bibehålla relationer med nära kollegor snarare än att blir mer personliga med personer man har strikt formella relationer på jobbet (såsom chefer och personer utanför den egna organisationen). Dessutom verkar människor ha en någorlunda god inställning till användningen av emojis på jobbet; det fanns positiva attityder till användningen av emojis i arbetsrelaterad kommunikation och man kunde identifiera sig med flera motiv bakom användningen av emojis i arbetsrelaterad kommunikation. Med allt detta i åtanke behöver man i praktiken inte vara rädd för att använda emojis på jobbet, men man bör däremot tänka på vilken relation man har till den man kommunicerar med innan man väljer att använda emojis. Använder man emojis med en person man inte känner väl och eventuellt även med personer som man inte har en viss personlig relation med (t.ex. med chefer, kunder eller leverantörer) finns det möjligtvis en risk att man uppfattas som informell och oprofessionell, vilket i linje med tidigare studie av Glikson et al (2017) potentiellt skulle kunna negativt påverka informationsdelning och samarbetsförmåga. Samtidigt kan användandet av emojis vara fördelaktigt för kommunikation, och i linje med studien av Skovholt et al (2014) kan man tänka sig att ett med tiden uppbyggt emojianvändande mellan kollegor kan tydliggöra kommunikation, föra dem närmare varandra och bidra till ökad samarbetsförmåga. Samtidigt är det viktigt att här poängtera att denna studie undersöker människors reflektioner över sitt egna emojianvändande, inte deras inställning till andra

personers emojianvändande i arbetsrelaterad kommunikation med dem. Att människor själva inte använder emojis kommunikation på jobbet då de tycker att det är för informellt betyder inte nödvändigtvis att de tycker att andra människor är oprofessionella för att de använder emojis i kommunikation dem. Det skulle därför vara av intresse för framtida forskning att vidare undersöka vad människor i arbetslivet tycker om att få emojis skickade till sig och även att se vilka faktiska konsekvenser eller resultat ett emojianvändande i arbetslivet kan få. Det vore även av intresse att undersöka hur arbetsplatsrelationer och individuella skillnader spelar roll i sådana studier. Hur påverkas egentligen samarbetsförmåga och informationsdelning i ett arbetslag av emojianvändning? Hur professionella uppfattas kvinnor och män som använder emojis i arbetslivet? Hur reagerar äldre personer när de får emojis skickade till sig på jobbet? Dessa är exempel på frågeställningar som skulle kunna undersökas i framtida studier.

Det finns dessutom flera metodologiska problem med denna studie som framtida forskning bör undvika. Till att börja med användes ett bekvämlighetsurval som till stor del bestod av personer i författarens egna nätverk. Detta gör att resultaten av denna studie inte kan generaliseras till människor utanför detta nätverk, och det finns även en risk att flera deltagare till följd av sin relation till författaren besvarade enkätundersökningen på ett socialt önskvärt sätt. Undersökningen delades även i sociala medier, vilket innebär att urvalet troligtvis helt saknar personer som inte har eller använder dessa plattformar. Framtida forskning bör därför utgå från ett större och mer slumpmässigt urval i syfte att uppnå ett mer tillförlitligt och generaliserbart resultat. En sådan undersökning skulle också dra fördel av att genomföras direkt i en organisation. På så sätt skulle personer som inte använder sociala medier inkluderas och det skulle därmed ge en mer representativ bild av emojianvändning i arbetslivet i stort. Urvalet skulle även kunna förbättras med en jämnare könsfördelning och en högre medelålder. I denna studie var undersökningsdeltagarna 70.4 % kvinnor och medelåldern var relativt låg ( $M = 32.24$ ,  $SD = 11.79$ ). Dessa ojämheter kan ha påverkat resultatets tillförlitlighet, särskilt gällande individuella skillnader baserat på dessa variabler. Det finns dessutom flera möjliga bakomliggande variabler som kan ha påverkat resultaten i denna studie, och som kan vara av intresse för framtida studier att undersöka. Till exempel skulle man kunna tänka sig att position, bransch, tjänst, arbetsgrad eller hur mycket digital kommunikation en person har dagligen kan vara faktorer som påverkar emojianvändande i arbetslivet. Med tanke på de hierarkiska aspekter som upptäcktes i denna och tidigare studier vore det exempelvis av intresse att vidare undersöka hur olika maktrelationer (chef-medarbetare, chef-chef, etc.) påverkar emojianvändandet i arbetslivet. Ytterligare ett problem som framtida studier bör ta hänsyn till är att använda mer robusta och rigorösa statistiska analyser. Föreliggande studie baserat på en större mängd t-test och har inte korrigerats för masssignifikansproblem, vilket innebär att statistiskt signifikants resultat i verkligheten kan vara helt slumpmässiga.

### *Sammanfattning*

Sammanfattningsvis visar resultaten att människor nästan aldrig använder emojis i arbetsrelaterad kommunikation, men när de väl gör det verkar det handla om kommunikation med personer som man har en nära relation med (t.ex. kollegor) snarare än med personer som man inte känner eller personer som man har en mer formell relation med (t.ex. chefen eller personer utanför den egna organisationen) i sitt arbete. Detta kan förklaras av att emojis främst har emotionella och sociala funktioner, vilket gör att de kan upplevas som informella och opassande i en professionell kontext. En av slutsatserna för denna studie är därmed att

emojiantvändning skulle kunna vara ett sätt för kollegor att komma varandra närmare och skapa mer personliga relationer, medan undvikandet av emojis i kommunikation med till exempel chefen eller personer utanför den egna organisationen skulle kunna vara ett tecken på hur människor anpassar sin kommunikationsstil baserat på vad som anses vara socialt passande i en arbetslivskontext. Resultaten visar också att människor ändå har någorlunda positiva attityder till och kan identifiera sig med flera motiv bakom användningen av emojis i arbetsrelaterad kommunikation. Ännu en slutsats av denna studie är att detta skulle kunna handla om att människor finner emojis användbara i flera olika syften när det kommer till att berika arbetslivskommunikation med personer som man har en mer informell och personlig arbetsrelationer med (t.ex. kollegor). Resultaten visar slutligen även att det finns några få individuella skillnader i användningen av och inställningen till emojis i arbetsrelaterad kommunikation. Könsskillnader kan förklaras av rådande sociala normer om känslouttryck, medan ålderssamband kan förklaras av teknisk förmåga. I praktiken bidrar samtliga av dessa resultat med en något tydligare slutsats gällande huruvida emojis bör användas eller inte i arbetsrelaterad kommunikation, samtidigt som detta är något som framtida forskning bör undersöka vidare. Föreliggande studie har nämligen många metodologiska problem främst kopplat till urvalet, vilket gör att resultaten av denna studie inte bör generaliseras till en större grupp. Framtida forskning bör även undersöka flera andra potentiella bakomliggande variabler till användningen av och inställningen till emojis i arbetsrelaterad kommunikation, samt vilka potentiella konsekvenser och resultat emojiantvändning faktiskt kan ha på en arbetsplats.

## Referenser

- Alcadipani, R., Hassard, J., & Islam, G. (2018). "I shot the sheriff": Irony, sarcasm, and the changing nature of workplace resistance. *Journal of Management Studies*, 55(8). 1452-1487.
- Amrhein, V., Greenland, S., & McShane, B. (2019). Retire statistical significance. *Nature*, 567, 305-307.
- Babakus, E., & Mangold, W. G. (1992) Adapting the SERVQUAL scale to hospital services: an empirical investigation. *Health Services Research*, 26(6). 767-786.
- Bai, Q., Dan, Q., Mu, Z., & Yang, M. (2019). A Systematic Review of Emoji: Current Research and Future Perspectives. *Frontiers in Psychology*, 10. 1-16.
- Berntson, E., Bernhard-Oettel, C., Hellgren, J., Näswall, K., & Sverke, M. (2016). *Enkätmetodik* (1 uppl.). Natur och Kultur: Stockholm.
- Buck R., Miller R. E., & Caul, W. F. (1974). Sex, personality, and physiological variables in the communication of affect via facial expression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30(4). 587-596.
- Calbrese, R. K. (2000). Interpersonal conflict and sarcasm in the workplace. *Generic, Social, and General Psychology Monographs*, 26(4). 459-494.
- Chen, Z., Lu, X., Ai, W., Li, H., Mei, Q., & Liu, X. (2018). "Through a gender lens: learning usage patterns of emojis from large-scale android users" in Paper Presented at the 2018 World Wide Web Conference on World Wide Web (Lyon).
- Clark, V., & Braun, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

- Dargue, N., Sweller, N., & Jones, M. P. (2019). When Our Hands Help Us Understand: A Meta-Analysis Into the Effects of Gesture on Comprehension. *Psychological Bulletin*, *145*(8). 765-784.
- Derks, D., Bos, R. E. A., & Von Grumbkow, J. (2008). Emoticons in computer-mediated communication: Social motives and social context. *Cyberpsychology & Behaviour*, *11*(1). 99-101.
- Emojipedia. (u.å) Hämtad från: <https://emojipedia.org/>
- Ernst, C.-P.H., Huschens, M., Hoppe, L., & Herrmann, S. (2018). The influence of emoticons on the perception of job-related emails: An analysis based on the four-ear model. *Multikonferenz Wirtschaftsinformatik*. (MKWI 2018 - Multikonferenz Wirtschaftsinformatik, 2018:121-132).
- Fabes, R. A., & Martin, C. L. (1991). Gender and age stereotypes of emotionality. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *17*(5). 532-540.
- Fiedler, M. (2008). Communication in virtual worlds, group identity, collective orientation, and cooperation. *Academy of Management 2008 annual Meeting: The Questions We Ask*. AOM.
- Forgays, D. K., Hyman, I., & Schreiber, J. (2014). Texting everywhere for everything: Gender and age differences in cell phone etiquette and use. *Computers in Human Science*, *31*. 314-321.
- Gelman, A. (2015). Working through some issues. *Significance*, *12*, 33-35.
- Glikson, E., Chesin, A., & van Kleef, G. (2017). The Dark Side of a Smiley: Effects of Smiling Emoticons on Virtual First Impressions. *Social Psychological and Personality Science*, *9*(5). 614-625.
- Hauk, N., Hüffmeier J., & Krumm, S. (2018). Ready to be a Silver Surfer? A Meta-analysis on the Relationship Between Chronological Age and Technology Acceptance. *Computers in human behavior*, *84*. 304-319.
- Hu, T., Guo, H., Sun, H., Nguyen, T.T. & Luo, J. (2017). Spice up your Chat: The Intentions and Sentiment Effects of using Emoji. *Proceedings of the 11th International Conference on Web and Social Media, ICWSM 2017* [1-57735-788-4]. 102-111.
- Kaye, K. L., Wall, J. H., & Malone, A. S. (2016). "Turn that frown upside-down": A contextual account of emoticon usage on different virtual platforms. *Computers in Human Behavior*, *60*. 463-467.
- Kroll, T., Braun, L-M., & Stieglitz, S. (2018). Accommodated Emoji Usage: Influence of Hierarchy on the Adaption of Pictogram Usage in Instant Messaging. *Australasian Conference on Information Systems*. 2018: Sydney.
- 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 AAI Conference on Web and Social Media (ICWSM)*.
- 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.
- Prada, M., Rodrigues, L. D., Garrido, V. M., Lopes, D., Cavalheiro B., & Gaspar, R. (2018). Motives, frequency and attitudes toward emoji and emoticon use. *Telematics and Informatics*, *35*. 1925-1934.
- Riordan, A. M. (2017) Emojis as Tools for Emotion Work: Communicating Affect in Text Messages. *Journal of Language and Social Psychology*, *36*(5). 549-567.
- Rodrigues, D., Prada, M., Rui, G., Garrido, M. V., and Lopes, D. (2017). Lisbon emoji and emoticon database (LEED): norms for emoji and emoticons in seven evaluative dimensions. *Behav. Res. Methods*, *50*, 1-14.

Segerstråle, U. & Molnar, P. (2018). *Nonverbal Communication: Crossing the Boundary Between Culture and Nature* [Elektronisk resurs]. Segerstråle & Molnar (Red.), *Nonverbal Communication: Where Nature Meets Culture* (Prefice). Abingdon: Routledge. Hämtad från: [https://books.google.se/books?hl=sv&lr=&id=nNJMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=%22Nonverbal+Communication+:+Where+Nature+Meets+Culture%22&ots=GY1SxiDiQR&sig=98BmUY\\_U-vD9uit82cJx08tJzoY&redir\\_esc=y#v=onepage&q=%22Nonverbal%20Communication%20%3A%20Where%20Nature%20Meets%20Culture%22&f=false](https://books.google.se/books?hl=sv&lr=&id=nNJMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=%22Nonverbal+Communication+:+Where+Nature+Meets+Culture%22&ots=GY1SxiDiQR&sig=98BmUY_U-vD9uit82cJx08tJzoY&redir_esc=y#v=onepage&q=%22Nonverbal%20Communication%20%3A%20Where%20Nature%20Meets%20Culture%22&f=false)

Stark, L., & Crawford, K. (2015). The Conservatism of Emoji: Work, Affect, and Communication. *Social Media + Society*, 1-11.

Thompson, A. E., & Voyer, D. (2014). Sex differences in the ability to recognise non-verbal displays of emotion: A meta-analysis. *Cognition and Emotion*, 28(7). 1164-1195.

Thurlow, C., Lengel, L. & Tomic, A. (2004). *Computer mediated communication: Social interaction and the internet*. London: Sage.

Troiano, G., & Nante, N. (2018). Emoji: What does the scientific literature say about them? - A new way to communicate in the 21th century. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 28(4). 528–533.

Wiens, S. & Nilsson, M.E. (2017). Performing contrast analysis in factorial designs. From NHST to confidence intervals and beyond. *Educational and Psychological Measurement*, 77(4), 690–715.