

**L'IMPACT DES ÉMOJIS SUR LA PERCEPTION
AFFECTIVE DES MESSAGES TEXTE**

OLIVIER LANGLOIS

Thèse de maîtrise soumise à l'Université d'Ottawa
dans le cadre des exigences du programme de
Maîtrise en communication

Département de communication

Faculté des Arts

Université d'Ottawa

© Olivier Langlois, Ottawa, Canada, 2019

Sommaire

Ce projet de recherche s'intéresse aux émojis. De nos jours, les téléphones intelligents ont changé notre façon de communiquer en utilisant tantôt la communication orale, tantôt les messages écrits ou les images, i.e. les émojis. Par le biais d'une méthodologie quantitative, en l'occurrence un sondage électronique suivi des quelques questions ouvertes, la présente thèse de maîtrise se penche sur le rôle et l'impact des émojis dans la réception de messages texte. Afin de procurer un nouveau regard sur l'influence des émojis dans la communication iconique, nous avons mesuré le confort des participants vis-à-vis six mises en situation provenant de contextes amoureux, amical et professionnel. Nos résultats indiquent que les émojis peuvent influencer la perception des messages texte et que le contexte de la communication joue un rôle important dans l'acceptabilité de ces images numériques.

Remerciements

J'aimerais remercier tous ceux qui m'ont appuyé tout au long de ce projet. La route a été plus longue et ardue que prévue, avec de nombreux détours et points de repos sur le chemin, mais votre support constant est ce qui a rendu ce trajet possible. Ce projet de thèse a testé mes limites et, même lorsque je ne croyais plus en moi, votre support m'a permis de continuer vers la bonne direction.

Un gros merci à mes superviseurs de thèse de maîtrise, les professeur(e)s Luc Dupont et Martine Lagacé. Luc, ce projet n'aurait pas été possible sans toi et tu as été présent à chaque étape, chaque version et chaque correction de ce projet. Merci de m'avoir partagé de nombreux outils et articles, et de m'avoir encouragé continuellement. Martine, merci de m'avoir fourni les ressources nécessaires et ton expertise en méthodologie a été importante à ce projet. Vous êtes des personnes inspirantes et il a été un plaisir de travailler avec vous.

Lise Boily et Isaac Nahon-Serfaty, je suis honoré que des gens aussi accompli(e)s que vous fassent partie de mon jury de thèse. Merci de me lire et aussi pour vos commentaires et vos encouragements suite à la proposition de thèse.

Des remerciements sont aussi de guise pour Lise Van De Beeck, Najat Firzly et Virginie Carrière. Lise, merci pour ton aide avec les données quantitatives. C'était ma plus grande crainte en commençant ce projet et ton aide a enlevé un gros poids sur mes épaules. Une bouteille de champagne n'était pas assez pour te remercier. Najat, merci pour ton aide avec le sondage, il a été un plaisir de faire ta connaissance. Virginie, merci d'être venue chez moi afin de m'aider à retranscrire les réponses des 166 participants. On a fait du bon travail d'équipe!

Merci aussi à tous les participants qui ont rempli le sondage et à ceux qui m'ont écrit personnellement afin de montrer leur intérêt pour le sujet. À Pierre Lévy, ma reconnaissance de m'avoir donné la chance de présenter mon projet à ta classe dans les premiers stades de celui-ci.

Un grand merci à mes parents, Renée et Marc Langlois pour leur appui tout au long de mon parcours scolaire. Sans vous, je ne serais pas où je suis rendu aujourd'hui. Maman, merci aussi de m'avoir donné un coup de main dans la transcription des réponses (c'était long, mais nous y sommes arrivés!). Papa, merci pour le support moral et pour m'avoir raconté les péripéties de ta propre thèse il y déjà 70 ans (je blague). Je vous aime très fort tous les deux.

Merci à mes amis et à mon copain pour leur support, que ce soit par des petits gestes ou par des mots d'encouragement, vous avez fait une différence. Je vous aime tous. ❤️

- *Oli, xox*

Table des matières

SOMMAIRE	ii
REMERCIEMENTS	iii
TABLE DES MATIÈRES	v
INTRODUCTION	vii
CHAPITRE 1 : REVUE DE LITTÉRATURE	1
1.1. Les émojis : bâtir le concept	3
1.2. Historique des émojis	7
1.2.1. Historique des émoticônes.....	10
1.3. Champs d'études connexes.....	10
1.3.1. Les émojis versus l'École de Francfort.....	11
1.3.2. Les émojis versus les études de la réception.....	11
1.4. L'impact des émojis	12
1.5. Différences d'opinion.....	16
1.6. La connotation des émojis	18
1.7. Délimitation des trois contextes et questions de recherche	20
1.7.1. Délimitation des trois contextes.....	20
1.7.2. Questions de recherche	21
CHAPITRE 2 : MÉTHODOLOGIE	23
2.1. Procédure	23
2.2. Questionnaire, Partie A : Identification du répondant.....	24
2.3. Questionnaire, Partie B : Mesure de la perception des émojis	25
2.4. Questionnaire, Partie C : Questions ouvertes	26
2.5. Procédure d'analyse des données quantitatives	27
2.6. Procédure d'analyse des données qualitatives	28
CHAPITRE 3 : RÉSULTATS	31
3.1. Profil des participants	31
3.2. Analyses préliminaires : nettoyage des données	31
3.3. Analyses statistiques inférentielles.....	32
3.3.1. Corrélations point-bisérielles.....	32
3.3.2. Réactions aux émojis en fonction de variables socio-démographiques.....	37
3.3.3. Différences en fonction de la relation avec le supérieur.....	40
3.3.4. Différences en fonction de la situation amoureuse.....	41
3.4. Analyses qualitatives	42
3.4.1. Description de l'analyse thématique.....	42
3.4.2. Question 1 : « Avec quelles personnes [...] »	44
3.4.3. Question 2 : « Avec quelles personnes [...] »	46
3.4.4. Autres raisons données par les participants	50
3.4.5. Question 3 : « Pourquoi voudrait-on [...] ».....	51
3.4.6. Question 4 : « Pourquoi NE voudrait-on PAS [...] ».....	55
3.4.7. Sommaire des questions ouvertes.....	60

3.4.8 Intégration des résultats quantitatifs et qualitatifs	62
CHAPITRE 4 : DISCUSSION	63
4.1. Validité de notre étude.....	63
4.2. L'évolution technologique des émojis entre 2016 et 2019.....	64
4.3. Les émojis : culture populaire et commercialisation.....	66
4.4. La popularité des émojis.....	68
4.5. Le cas du symbole de recyclage	69
CONCLUSION	72
BIBLIOGRAPHIE	80
ANNEXE A : LES ÉMOJIS SUR MSN MESSENGER	85
ANNEXE B : EXEMPLE DE LA COMMERCIALISATION DES ÉMOJIS	86
ANNEXE C : TABLEAUX D'ANALYSE DES RÉPONSES QUALITATIVES	87
ANNEXE D : QUESTIONNAIRES	94

Introduction

Les messages texte tiennent une grande importance dans la société du 21^e siècle. Par l'intermédiaire d'un téléphone intelligent, ils permettent le rapprochement de gens éloignés par la distance. Les données suivantes, obtenues à travers un échantillon américain aléatoire, parlent d'elles-mêmes : en 2009 la médiane du nombre de messages texte envoyés par un adolescent américain par jour était de 50; en 2011 ce chiffre est passé à 60 (Leinhart, 2012). Néanmoins, un article plus récent de 2017 indique que leur popularité est à la baisse alors que les jeunes délaissent les messages texte traditionnels pour d'autres médiums comme iMessage ou Facebook Messenger (Richter, 2017). Bref, à l'intérieur de ces messages, que ce soit un texte traditionnel ou un message sur Facebook, les émojis, qui sont utilisés dans les messages texte pour exprimer une idée, une attitude ou un état d'âme, occupent une place grandissante et, selon Truss, pourraient même remplacer partiellement le langage écrit (Truss, 2004). Dans ce contexte, notre étude aura pour objectif de comprendre l'impact des émojis dans la réception d'un message texte. Comment influencent-ils le sens perçu et le sens émotif d'un message? Nous explorerons des terrains professionnels, amoureux et amicaux afin de découvrir si le contexte de communication influence l'impact et la perception des émojis dans les messages texte. À la suite d'une revue de littérature ainsi que d'une section sur l'historique des émojis, nous expliquerons notre procédure méthodologique et les résultats clés provenant de notre analyse. Enfin, dans la section discussion nous préciserons la place des émojis dans la culture populaire de même que leur évolution technologique.

Chapitre 1 : Revue de littérature

Au contraire des émoticônes (formés avec des signes de ponctuation), les émojis sont « des symboles graphiques qui représentent des expressions faciales, des concepts, des idées, des activités et de la nourriture entre autres » (Novak *et al.*, 2015). Ils peuvent agir comme amplificateurs ou modificateurs du message selon le contexte et leur position dans le message (Zareen, 2016).

Signe des temps, les émojis se retrouvent également sur plusieurs plateformes et médias sociaux. Sur *Instagram*, près de la moitié des textes contiennent au moins un émoji (Dimson, 2015). De plus, il existe un site Web (emojitracker.com) qui calcule, en temps réel, le nombre de fois que chaque émoji a été utilisé sur *Twitter*. L'importance des émojis sur les médias sociaux est donc facilement observable. L'émoji « face with tears of joy » (celui qui rit aux larmes) a été choisi comme le mot de l'année par le Dictionnaire Oxford en 2015 (Sherwin, 2015). En Corée du Sud, les émojis sont considérés comme le troisième langage principal après le coréen et l'anglais (Studer, 2016). Les émojis repoussent donc les normes du langage en retournant vers un langage imagé – comme les hiéroglyphes de l'époque pharaonique – au contraire d'un langage contenant des lettres. Ceci signifie également que les émojis peuvent parfois outrepasser les barrières linguistiques et culturelles et que ces images numériques ont le potentiel de devenir un langage universellement compris et utilisé (Dufour, 2017). Leur qualité universelle fait donc en sorte que les émojis sont le langage dont la croissance a été la plus rapide dans l'histoire selon le professeur Vyv Evans de l'Université de Bangor (The Telegraph, 2015).

Une chercheuse, qui a mené à terme une thèse sur le phénomène émergeant des émojis, explique que ce langage peut avoir des limites. Elle précise que certains émojis sont compris universellement alors que d'autres peuvent s'accoutrer de tout un attirail de significations, selon le contexte de la communication (Bliss-Carroll, 2016). Un chercheur, Joseph B. Walther, était d'abord sceptique face aux émojis, car il ne croyait pas qu'une relation interpersonnelle satisfaisante puisse être entretenue entièrement à travers les espaces numériques, puisque la dimension émotionnelle en est absente (Walther, 2011). Néanmoins, selon certaines études, dont celle de Jaeger *et al.*, les émojis ont des habilités descriptives et discriminatrices; ils peuvent indiquer un amour, un dégoût ou une indifférence envers un sujet donné (Jaeger *et al.*, 2016). Une étude datant de 2016 indique d'ailleurs que 90% des répondants considèrent un message instantané contenant au moins un emoji comme ayant plus d'impact qu'un message sans aucun emoji (Zareen, 2016).

Les émojis peuvent être utilisés comme instrument de mesure dans les recherches académiques. Par exemple, 33 émojis (tous des expressions faciales), ont été utilisés à cet effet dans une étude quantitative cherchant à montrer comment ces petits bonhommes peuvent être utilisés pour décrire la nourriture et les résultats démontrent que les émojis seraient un instrument de mesure prometteur pour évaluer les réactions émotionnelles aux produits alimentaires. Dans cette étude, les répondants (n = 1087) devaient associer des émojis à certains aliments ou mets (en imaginant leur réaction en mangeant cette nourriture) et les résultats ont été schématisés avec un axe représentant les émojis et l'autre montrant la fréquence de l'usage de ceux-ci en pourcentage. La ligne brisée obtenue au croisement des données de ces deux axes représente la réaction face à la nourriture en question (Jaeger *et al.*, 2016). Aussi, Bris, une organisation de bienfaisance suédoise cherchant à sensibiliser la population à la maltraitance infantile, a créé une série d'émojis en 2015 dans le but de permettre

aux enfants d'exprimer plus facilement les problèmes qu'ils vivaient à la maison (Buchinger, 2015).

En somme, les émojis peuvent être utilisés comme instrument de mesure ou comme langage non verbal. Leurs contextes d'utilisation sont diversifiés : on les retrouve sur les médias sociaux, dans les recherches académiques, en marketing et dans les messages texte (comme il en sera question dans cette étude).

La présente thèse de maîtrise aura donc comme but de combler un manque de littérature en ce qui a trait à la perception des messages texte contenant des émojis vis-à-vis la perception des messages texte sans émojis dans des contextes amoureux, amicaux et professionnels. Comme le rappelle Fred Lordon dans son livre *La société des Affects*, les sciences sociales contemporaines se prennent de passion pour les émotions, donc ce sujet de recherche est contemporain et au cœur des recherches actuelles en sciences sociales (Lordon, 2013).

Nous tenterons de recueillir des résultats à travers des questionnaires quantitatifs et qualitatifs détaillés dans la section méthodologique.

1.1. Les émojis : bâtir le concept

Le terme émoji est tiré du japonais « e » qui signifie « image » et « moji » qui signifie « caractère » (Taggart, 2015). Dès lors qu'on accepte les images, les lettres et les caractères comme des moyens de communication, il est difficile de nier étymologiquement un lien entre les émojis et la communication. D'ailleurs, Truss, un chercheur, définit les émojis comme étant des « non-verbal

cues [...] increasingly used in electronic messages to convey ideas, attitudes, moods and emotions and partially substitute written language » (Truss, 2004, p. 39).

Selon Luc Saint-Hilaire, notre perception des images dépend de notre expérience sensorielle; elle est acquise et non innée (Saint-Hilaire, 2011). Les images contiennent six graphèmes : la forme, la valeur, la taille, le grain, l'orientation et la couleur (Cossette, 1983). Ce sont ces éléments qui nous permettent de reconnaître et de décrire une image. Chaque image comporte une charge émotionnelle qui est décodée par les récepteurs (Belisle et Jouannade, 1988). Toutefois, il est important d'ajouter que cette charge n'est pas identique pour tous les récepteurs, car chacun a son propre système de représentations. Similairement aux études de Stuart Hall et aux études de la réception, ceci signifie que toutes les images ne seront pas décodées de la même façon, car cela varie selon le bagage de connaissances et d'expériences de chaque récepteur. Les auteurs de l'ouvrage *La communication visuelle : Rétroprojecteur Microordinateur* ont noté que : « pour qu'une forme soit identifiée, reconnue, pour qu'elle devienne signification, il faut l'interpréter. C'est la mise en œuvre de codes qui va permettre l'accès à la signification » (Belisle et Jouannade, 1988, p. 26). Si nous transposons cette théorie au cas des émojis, il est possible de déduire que l'emoji fâché au visage rouge est reconnu ainsi grâce à l'information acquise qui nous permet de reconnaître le froncement du sourcil et le visage rouge comme signes de colère. Le fait que la reconnaissance de l'image dépend de l'expérience sensorielle explique en partie l'étude de Bliss-Carroll qui avait comme résultat que certains émojis ne sont pas identifiés de la même façon selon les récepteurs. (Bliss-Carroll, 2016).

La définition associée au terme « icône » dans l'ouvrage *Clefs pour la sémiologie* s'applique aussi au concept des émojis. Selon Jeanne Martinet, les icones désignent « un objet qui entretient avec un autre une relation de ressemblance telle qu'on puisse l'identifier tout de suite : dans l'icône on reconnaît le modèle » (Martinet, 1973, p. 61). Bref, lorsqu'on voit l'emoji du koala, on reconnaît un koala; lorsqu'on voit l'emoji d'un trophée, on reconnaît instantanément un trophée. Il suffit d'avoir le baguage et les connaissances nécessaires à comprendre les icônes derrière les émojis afin d'identifier ceux-ci. Toutefois, souvent les émojis ne sont pas uniquement utilisés sous leur valeur iconique. Si c'était le cas, l'emoji du cœur serait seulement présent dans un contexte où l'on mentionne l'organe en tant que tel. Lorsqu'on utilise l'emoji du cœur pour exprimer notre affection, nous faisons appel à la valeur symbolique de cette image. Le cœur devient alors le symbole de l'amour.

On peut décrire un symbole comme étant « un terme, un nom ou une image qui, même lorsqu'ils nous sont familiers dans la vie quotidienne, possèdent néanmoins des implications, qui s'ajoutent à leur signification conventionnelle et évidente. » (Jung, 1970, p. 20-21). Dans le cas de la valeur symbolique, on ne cherche pas une ressemblance physique à l'objet en question, mais on fait plutôt appel à une convention sociétale qui lie un objet à un concept plus vague et parfois invisible dans le monde physique (Martinet, 1973). C'est dans ce sens que l'emoji du cœur devient représentatif de l'amour, que le *smiley* se voit lié au concept du bonheur et que le ballon rouge devient le symbole d'un anniversaire.

Il est à noter qu'un même emoji (par exemple l'emoji portant des lunettes de soleil) peut avoir une valeur iconique différente de sa valeur symbolique. En effet, l'icône de cet emoji est tout simplement un personnage portant des lunettes de soleil, alors que le symbole de ce même emoji

peut indiquer la popularité ou le fait d'être *cool*. Si on applique ces valeurs aux concepts des signes de Ferdinand de Saussure, il est possible de faire certains liens. Tout d'abord, la valeur iconique rappelle fortement le concept de « référent » du linguiste. Il suffit de décrire l'emoji objectivement, d'effectuer un travail de dénotation. Au contraire, la valeur symbolique représente le « signifié », car dans ces deux concepts il faut penser aux connotations de l'image dans la société. Enfin, le « signifiant » serait l'image numérique en tant que telle. Bref, il faut effectuer une lecture connotative de l'emoji pour trouver son signifié et une lecture dénotative afin de trouver son signifiant.

Claude Cossette résume bien ces théories sémiotiques dans son ouvrage intitulé *Les images démaquillées* : « Selon le type de rapport qu'un signe entretient avec son référent, le signe [l'emoji] sera un icône (ressemblant à l'objet), un indice (ayant une relation de “contiguïté naturelle”[comme la chaussure qui ne peut exister pas sans le pied]) ou un symbole (fondé sur une convention arbitraire) » (Cossette, 1983, p. 316).

Bref, à la base les émojis sont des images numériques (le signifiant). Toutefois ces émojis sont tantôt utilisés comme des icônes (s'ils entretiennent une relation dénotative de référent face à l'objet montré sur l'image), tantôt utilisés comme des symboles (s'ils entretiennent une relation connotative de signifié face à l'objet montré sur l'objet). Les émojis peuvent aussi être utilisés comme indices, dans le sens où l'objet montré est une extension naturelle du concept en question (comme la fumée serait au feu). Enfin, il est important de ne pas confondre les émojis aux pictogrammes. Certains pictogrammes ont été numérisés et sont disponibles parmi la liste des émojis. Cependant, tous les émojis ne sont pas des pictogrammes. Selon le dictionnaire, un

pictogramme est un « dessin figuratif ou symbolique reproduisant le contenu d'un message sans se référer à sa forme linguistique » (Larousse, 2017). Une affiche indiquant de ne pas fumer en montrant une cigarette barrée est un pictogramme, néanmoins l'emoji d'un tournesol ne constitue pas un pictogramme, car il ne contient aucun message ou indication.

1.2. Historique des émojis

Les émojis sont un phénomène relativement récent. Ces petites images virtuelles ont vu le jour vers la fin des années 90 au Japon. À cette époque, l'inventeur Shigetaka Kurita a créé les 180 premiers émojis pour un service de téléphonie mobile. Il en a expliqué le concept dans un Storify : « the weather forecast was displayed as “fine”. When I saw it, I found it difficult to understand. Japanese TV weather forecasts have always included pictures or symbols to describe the weather – for example, a picture of sun meant “sunny” » (Golden, 2014). Cet apport de Kurita peut possiblement s'expliquer par le fait que la société japonaise est fortement imagée; des mangas aux animes aux figurines, dont les plus grand consommateurs s'appellent des *otakus*, la culture japonaise semble prédisposée à la miniaturisation et à la virtualisation du monde réel (Brisset, 2015). Dans la même ligne d'idées, on pourrait défendre que les émojis sont des modèles réduits des émotions et des phénomènes, par exemple météorologiques, de l'univers réel. Cependant, nous savons bien que la popularité des émojis n'est pas limitée au Japon. Donc, comment ces petites images virtuelles se sont-elles retrouvées en Occident?

Plusieurs écrits attribuent à Apple la distinction d'avoir popularisé les émojis en omettant de mentionner l'apport de Microsoft à cet égard. Effectivement, dès 2003 (soit quatre ans avant la

création du premier clavier d'émojis Apple), les jeunes pouvaient utiliser un éventail limité d'émojis, appelés alors émoticônes (voir Annexe A), lors de leurs conversations entre amis sur MSN Messenger (Li, 2014). Certains de ces émojis (ou émoticônes) avaient même la particularité d'être animés. Il s'agit de la première fois dans l'histoire que des petites images numériques permettaient à la jeunesse occidentale d'exprimer leurs émotions dans leurs conversations en ligne. Bref, c'est l'intrusion de la communication non verbale à l'intérieur du clavardage entre jeunes.

Par la suite, Apple a inclus un clavier d'émojis dans son iPhone dans le but de plaire au public japonais déjà séduit par l'invention de Kurita. Dans les versions américaines, ce clavier était caché, mais a vite été découvert par des technophiles qui téléchargeaient une application pour avoir accès au clavier japonais (Schenker, 2016). Ce n'est qu'en 2011, avec la sortie du iOS 5, qu'Apple a commencé à mettre de l'avant un clavier d'émojis à l'échelle internationale. Peu après, l'Android de Google a suivi le pas.

Les mises à jour se sont ensuite succédées dans le but de représenter la diversité et d'être inclusif à l'égard des minorités : les émojis de couples homosexuels en 2012, la possibilité de choisir la couleur de peau de notre émoji en 2015 et une meilleure représentation de la diversité de genres en 2016 (Schenker, 2016). En 2019, c'est au tour des gens ayant un handicap physique d'être inclus dans le clavier d'émojis. On pourrait donc argumenter que ces ajouts donnent la vision que les émojis sont le reflet de la société et du monde tel que nous le percevons.

De nos jours, les émojis sont gérés par une entité qui s'assure de la standardisation des émojis et de leur accessibilité entre les différentes plateformes. Par exemple, il est possible d'utiliser les émojis d'Apple sur Facebook, Twitter ou Instagram. Le responsable de cette standardisation est le

consortium Unicode. Ce dernier a l'emprise sur les émojis et approuve ceux qui sont disponibles aux utilisateurs.

Avec le temps, Apple offre une quantité de plus en plus grande d'émojis (variantes selon la couleur de la peau, l'orientation sexuelle, etc.), mais il reste que les émojis d'Apple ne peuvent refléter la gamme totale des émotions humaines. Ce sont donc des émotions standardisées qui nous sont offertes. D'ailleurs, il s'agit d'une des limites des émojis identifiées par Jiwon Lee *et al.* (fautivement appelés « émoticônes » dans leur recherche). Ils ont aussi remarqué la difficulté de sélectionner l'emoji approprié parmi le grand éventail disponible, l'absence d'un emoji approprié dans certaines situations, et que les émojis offerts ne reflètent pas les préférences de tous les utilisateurs (Lee *et al.*, 2015). Par exemple, parmi les émojis d'Apple, il est possible de choisir un emoji à la peau claire et aux cheveux blonds ou son double ayant la peau foncée et les cheveux bruns, mais il est impossible de choisir un emoji à la peau claire et aux cheveux bruns.

L'emoji du fusil est un exemple assez fascinant quant à la couleur politique que peuvent aujourd'hui revêtir les émojis. Ainsi, à la suite des fusillades de San Bernardino et d'Orlando, Apple a décidé de retirer l'emoji du revolver et de le remplacer par un fusil à l'eau lors de la mise à jour iOS 10 (De Jaeger, 2016). Cela montre l'image de la compagnie et sa position quant aux armes à feu (ou, du moins, l'image qu'elle souhaite afficher devant le public). Ce cas est intéressant, d'autant plus qu'il est fréquent qu'Apple ajoute de nouveaux émojis à sa collection, mais qu'il demeure extrêmement rare qu'elle décide d'en retirer un. D'ailleurs, la réaction à ce changement a été vive.

1.2.1. Historique des émoticônes

Mais, d'où viennent les émoticônes, cousins plus âgés des émojis? Selon la thèse doctorale de Pierre Halté, les émoticônes sont « constitués de signes de ponctuation, imitant une mimique faciale, et servant à indiquer l'émotion du locuteur » (Halté, 2013, paragraphe 1). La première utilisation connue d'un émoticône sous forme numérique date du 19 septembre 1982 alors que Scott Fahlman, un professeur de la Carnegie Mellon University, souhaitait aider ses étudiants à différencier les blagues des publications sérieuses (Fahlman, s. d.). Rappelons que la différence entre les émojis et les émoticônes est donc que les émoticônes sont un assemblage de signes de ponctuation, alors que les émojis sont des images préfabriquées. Dans sa thèse, *Les marques modales dans les chats : étude sémiotique et pragmatique des interjections et des émoticônes dans un corpus de conversations synchrones en ligne*, Halté met l'accent sur les similitudes entre les interjections (« Ah! », « Oh! », « Hahaha », etc.) et les émoticônes dans l'univers des messages texte. Son étude fait un lien intéressant entre la communication verbale (les interjections) et la communication non-verbale (les émoticônes), mais elle se concentre sur les émoticônes et non les émojis.

1.3. Champs d'études connexes

Dans la présente section, des liens seront effectués entre notre étude sur les émojis et les courants de pensée majeurs en communications tels l'École de Francfort et les études de la réception.

1.3.1. Les émojis versus l'École de Francfort

Tel que mentionné plus haut, les émojis doivent être gérés par une entité qui s'assure de la standardisation des émojis et de leur accessibilité entre les différentes plateformes sociales tels Facebook, Instagram et Twitter. Il s'agit du consortium Unicode qui s'assure de la régulation et de la standardisation des émojis en approuvant tout changement à la liste des émojis disponibles aux utilisateurs.

D'ailleurs, cette notion de standardisation rappelle l'une des théories centrales de l'École de Francfort, une école de pensée fondée en 1923 et dont les membres principaux incluent Max Horkheimer et Theodor Adorno (Lellouche, 2000). Selon le concept de la standardisation, les industries culturelles nous offrent des produits standardisés comme les chansons de trois minutes ou les films qui finissent bien. Ce concept peut aussi être appliqué aux émojis. En effet, même si Apple nous offre une quantité de plus en plus grande d'émojis, il reste qu'il est impossible pour les émojis de refléter toutes les émotions humaines et leurs nuances. C'est donc des émotions standardisées contrôlées par Unicode, l'industrie culturelle de l'univers des émojis, qui nous sont offertes.

1.3.2. Les émojis versus les études de la réception

Les études de la réception sont pertinentes, car notre recherche a des liens assez directs avec les études sur le décodage de Stuart Hall. Ce théoricien affirme qu'il existe plusieurs façons de recevoir un message (décodage hégémonique, négocié et oppositionnel) et, dans le cadre de notre étude, nous cherchons à découvrir si les utilisateurs perçoivent les messages texte contenant un émoji de

la même façon qu'ils perçoivent les messages texte n'en contenant aucun. Il sera de plus question, dans nos résultats, des différences entre les sexes et entre les âges.

Nous pouvons affirmer dans un sens que notre étude repose presque entièrement sur le principe des études de la réception. Si nous ne croyions pas qu'il y ait des différences possibles dans la réception des messages texte contenant un émoji, cette thèse n'aurait pas raison d'être. Notre but est d'identifier ces différences dans la réception des émojis, de les analyser et de les comprendre.

Nous croyions également que ces différences dans la lecture peuvent être une source de conflit si le message texte contenant un émoji est perçu dans un mode oppositionnel, pour reprendre les termes de Hall, à celui entendu par l'émetteur. En effet, selon Hall: « le "message", par l'intermédiaire de ses décodages, débouche sur la structure des pratiques sociétales » (Hall, 1994, p. 31). En autres mots, le contexte social et le baguage d'expérience d'un récepteur influence sa réception d'un message. Par exemple, une personne qui utilise fréquemment les émojis pourrait croire qu'une personne ne les utilisant pas n'est pas enthousiaste à l'idée de communiquer avec elle, lorsque les messages sont dénués d'émojis.

1.4. L'impact des émojis

Les émojis dans les messages texte peuvent être réfléchis autant dans l'encodage que dans le décodage (Webb Luangrath *et al.*, 2017). En s'interrogeant sur le poids des émojis dans un *tweet*, Novak *et al.* sont arrivés à la conclusion qu'un *tweet* contenant au moins un émoji a une plus grande charge émotionnelle qu'un *tweet* sans émoji, et que cet émoji a un impact sur la perception

émotionnelle des individus face à ce *tweet* (Novak *et al.*, 2015). L'étude de Zareen, conduite à travers un questionnaire contenant dix questions fermées (n = 97), montre également un lien entre l'habitude d'utilisation des émojis et la relation entre les individus. Ainsi, si deux personnes s'envoyaient habituellement des émojis dans leurs conversations en ligne, mais cessent de le faire, 90 % des répondants considèrent ceci comme un signe que leur relation se détériore (soit modérément ou fortement) (Zareen, 2016). Toutefois, plusieurs questions connexes restent sans réponse. Par exemple, l'utilisation d'émojis à connotation négative a-t-elle le même effet que l'utilisation d'émojis à connotation positive? Ou alors, une soudaine hausse dans l'utilisation des émojis (positifs ou négatifs) montre-t-elle une croissance dans la relation des correspondants?

Selon Jacqueline Whitmore, auteure de livres sur l'étiquette au travail et fondatrice du Protocol School of Palm Beach, il serait préférable de s'en tenir aux diverses variations du bonhomme sourire dans les communications professionnelles. Au contraire, les émojis romantiques et ceux montrant la colère devraient être évités (Bazzaz, 2016). De plus, une étude australienne sur l'utilisation des émojis dans un contexte professionnel démontre que ce phénomène est assez répandu. En effet, sur les 661 répondants, plus de la moitié avaient déjà envoyé un emoji dans un contexte professionnel (Bazzaz, 2016). Le phénomène est donc bien présent et ancré, même que les gérants seraient généralement plus en faveur de l'utilisation des émojis au travail que leurs employés, ce qui démontre que leurs fonctions d'amplificateurs ou de modificateurs du message pourrait être les bienvenues même au niveau managérial de la structure organisationnelle (Bazzaz, 2016).

Toutefois, une autre étude contredit les résultats énoncés précédemment. Selon une recherche intitulée *The Dark Side of a Smiley*, l'utilisation de *smileys* dans un cadre professionnel ne rend pas

la communication plus chaleureuse. Au contraire, la perception de la compétence de l'émetteur du *smiley* baisse significativement (Glikson *et al.*, 2017). Cette controverse dans les études sur les émojis ouvre la voie à notre thèse qui tentera non seulement de mesurer la perception de l'utilisation des émojis dans un cadre professionnel, mais aussi dans un cadre affectif (amical ou amoureux). Notre recherche mettra aussi en lumière une potentielle différence entre la perception de l'utilisation d'émojis à connotation positive et d'émojis à connotation négative (voir page 25) versus l'omission volontaire d'émojis dans les différents contextes énumérés.

La réaction aux émoticônes (et émojis) pourrait être différente selon les générations (Krohn, 2004). L'hypothèse du déterminisme générationnel de Krohn est qu'on ne devrait pas envoyer de courriels contenant des émoticônes aux Traditionalistes (nés avant 1946), qu'on ne devrait probablement pas envoyer de courriels ayant des émoticônes aux Baby-Boomers (1946-1964); qu'on peut cependant envoyer des courriels avec des émoticônes communs aux gens de la Génération X (1964-1980) et qu'on peut envoyer des courriels avec plusieurs émoticônes aux Milléniaux (nés après 1980) (Krohn, 2004). Ceci démontre que certaines personnes pourraient percevoir l'utilisation d'émojis de différentes façons selon leur âge.

Dans une étude datant de 2015, Hudson *et al.* ont analysé comment les émojis ont une incidence sur la jalousie lorsqu'on les utilise sur Facebook. Ils ont conduit trois études dans lesquelles les participants devaient s'imaginer être en couple et consulter le compte *Facebook* de leur partenaire pour y trouver un message du sexe opposé lisant « What are you up to later? » (parfois accompagné d'un émoji). Au total, 371 personnes ont répondu à l'étude. Les chercheurs ont conclu que les femmes deviennent plus jalouses lorsque leur copain reçoit des émojis souriants sur Facebook (un signe d'infidélité émotionnelle). Au contraire, les hommes deviennent plus jaloux lorsque leur

copine reçoit des clins d'œil, ce qu'ils perçoivent comme un signe d'infidélité sexuelle (Hudson *et al.*, 2015). Ce qui est intéressant ici est que les émojis peuvent entraîner des réactions différentes selon les sexes. Cette étude laisse réellement croire à l'impact potentiel de ces petites images virtuelles. D'autre part, sur Twitter, les émojis seraient plus populaires que les émoticônes lorsque les utilisateurs *tweetent* à propos de la nourriture (68,1 % contre 30,9 %) (Vidal *et al.*, 2015). Différents émojis deviennent également plus populaires à l'intérieur de contextes spécifiques, et quelques autres sont certainement plus utilisés de façon générale. Par exemple, l'emoji nommé « face savouring delicious food » est le plus utilisé dans les *tweets* ayant un lien avec de la nourriture, même s'il manque de près le top 40 des émojis les plus utilisés sur emojitracker.com (un site calculant en temps réel les émojis les plus utilisés sur Twitter), étant en 43^e position en date de juin 2017 (Vidal, 2016).

Les émojis pourraient même être bénéfiques au système de santé, plus particulièrement en ce qui a trait à la santé mentale. Il est suggéré que ces petites images seraient un outil intéressant pour aider les jeunes en difficulté à exprimer leurs émotions dans un journal afin de constater leurs progrès. Les émojis permettraient donc aux jeunes de s'exprimer au-delà des mots, qui peuvent être difficiles à trouver (Donovan, 2016).

Enfin, les émojis pourraient nous permettre de tirer quelques conclusions vis-à-vis notre correspondant selon sa façon d'utiliser ces images numériques. D'ailleurs, dans une étude réalisée par les chercheurs Marengo *et al.*, ces derniers tracent un lien entre l'utilisation de certains émojis et des traits particuliers de la personnalité. Leurs résultats démontrent que les gens plus extravertis ont tendance à utiliser davantage d'émojis positifs (Marengo, 2017). Cette trouvaille est semblable à celle de Hall et Pennington, qui avaient tiré comme conclusion, en 2013, qu'un rapport pouvait

être établi entre la fréquence d'utilisation des émojis et le degré d'extraversion et d'autocontrôle. En effet, les gens ayant un degré plus élevé d'extraversion et d'autocontrôle utiliseraient plus souvent les émojis (Hall et Pennington, 2013).

1.5. Différences d'opinion

Les chercheurs qui se sont penchés sur les émojis ne s'entendent pas tous pour ce qui est de savoir si les émojis sont bénéfiques ou non à la société et au langage. La thèse de Bliss-Carroll démontre une opinion très favorable quant à l'utilisation de ce langage universel. Selon elle : « emojis have assisted in facilitating tremendously satisfying interpersonal connections among individuals separated by time and distance. People frequently report feeling united with others through using emojis in social media networking sites, texts, emails, [etc.] » (Bliss Carroll, 2016, p. 53). En d'autres mots, elle soutient que les émojis rendent les conversations électroniques plus satisfaisantes, mais elle omet de mentionner qu'ils peuvent aussi être une source de conflits lorsque deux utilisateurs n'y accordent pas la même importance ou ont une différence d'opinion sur le contexte de la communication.

Au contraire, Nicole B. Ellison et danah boyd (qui écrit son nom sans lettres majuscules) soutiennent que les conversations de groupe sont plus efficaces lorsqu'elles se produisent en face-à-face au lieu d'en ligne (Ellison et boyd, 2007). Il est donc possible de déduire que, selon elles, les émojis ne sont pas aussi efficaces que les gestes et les expressions faciales d'une conversation

en personne. Cependant, leur étude ne porte pas sur les émojis, donc il est impossible de savoir ce qu'elles en pensent réellement.

Yujiao Wang du Rochester Institute of Technology explore les différences interculturelles entre la Chine et les États-Unis dans l'utilisation des émoticônes. Il en conclut d'ailleurs que les Chinois et les Américains ne s'entendent pas sur la signification de la majorité des émoticônes utilisés dans l'étude. Yujiao Wang a découvert que les émoticônes peuvent être reçus de différentes façons selon les cultures et cette pluralité de significations est pertinente à notre étude (Wang, 2004). Cependant, Yujiao Wang s'est concentré sur les émoticônes, alors que notre étude tient sur les émojis; un concept semblable, mais qui n'est pas identique.

Bliss-Carroll s'est aussi interrogée sur cette pluralité de sens en demandant aux 93 répondants de son étude d'accorder une signification à six émojis populaires. Les résultats de cette recherche indiquent que certains émojis ont une signification plus universelle (i.e. l'emoji riant aux larmes) que d'autres (i.e. l'emoji portant des lunettes de soleil) (Bliss-Carroll, 2016). Toutefois, le groupe qu'elle a étudié n'est pas très représentatif de la population en général (82 % de femmes et 18 % d'hommes), et la chercheuse n'émet aucun constat qui indiquerait si le sexe d'un participant exerce une influence quelconque sur sa perception des émojis. Nous croyons que cette information serait pertinente, car elle nous permettrait de découvrir si les personnes de sexes différents décodent le langage non verbal de la même façon; un sujet qui touche non seulement le domaine des communications, mais également celui de la sociologie et de la psychologie.

1.6. La connotation des émojis

Notre étude utilisera les termes « émojis à connotation positive » et « émojis à connotation négative ». Il semble donc important de définir ces concepts avant de présenter nos questions de recherche qui s'appuient sur ces concepts. Une étude de Novak *et al.* a été utilisée comme guide afin de déterminer le caractère des émojis. Dans leur recherche, ils ont engagé 83 analystes qui avaient comme travail de déchiffrer 1.6 million de *tweets* dans 13 langues européennes afin de les classer dans l'une des trois catégories selon si le *tweet* était positif, négatif ou neutre. Parmi ces *tweets*, approximativement 4% contenaient un emoji (soit environ 64 000) (Novak *et al.*, 2015). Afin de déterminer la connotation d'un emoji, les chercheurs ont calculé la dispersion de celui-ci entre les *tweets* positifs, négatifs et neutres. Par exemple, l'emoji envoyant un bisou se retrouvait principalement dans les *tweets* jugés positifs (75.4%), contre 19.3% dans les *tweets* neutres et 5.3% dans les *tweets* négatifs (Department of Knowledge Technologies, 2015). Les émojis se voyaient ensuite accordés un « sentiment score » selon leur fréquence dans chaque type de *tweet* et ils étaient placés sur une échelle de connotation (ou « sentiment bar »). Les résultats de leur recherche peuvent être retrouvés un site Internet du Department of Knowledge Technologies (voir les références bibliographiques).

Évidemment, les émojis à connotation positive sont ceux généralement associés à des émotions positives (les bonhommes souriants, ceux avec des cœurs à la place des yeux et le bonhomme qui rient aux larmes en sont des exemples). Néanmoins, ce concept ne se limite pas aux émojis représentant des expressions faciales. Les mains dans les airs, les applaudissements, les symboles de fête et les trophées en font aussi partie, car ce sont des symboles généralement associés à des événements joyeux et festifs. Au contraire, les émojis à connotation négative comme sont ceux

généralement associés à des émotions négatives (les bonhommes qui pleurent de tristesse, ceux en colère et ceux apeurés par exemple). Le « thumbs down » et le doigt majeur en l'air en sont d'autres exemples, non limités aux expressions du visage, avec un caractère négatif selon notre interprétation générale en Occident (soit le lieu de l'étude de Novak et de la nôtre). Même si l'étude de Novak *et al.* montre qu'il serait plus juste de placer les émojis sur une échelle de connotation (allant de négative à positive), les catégories positives et négatives seront utilisées afin de simplifier la collecte de données. (Novak *et al.*, 2015) Tous les émojis se retrouvant entre l'extrême négative du spectre et le centre, soit les émojis négatifs et plutôt négatifs seront regroupés dans la catégorie des « émojis à connotation négative ». Pour les besoins de l'étude, le même regroupement aura lieu avec les émojis à connotation positive. Les émojis à caractère généralement neutre, comme les animaux, ou à connotation trop ambiguë, comme l'emoji portant des lunettes de soleil, ne seront pas utilisés dans l'étude afin d'éviter toute confusion. Comme Novak l'indique, le contexte joue un rôle dans la connotation, c'est donc pour cette raison que les mêmes contextes seront utilisés pour les questions sur les émojis à connotation positive et ceux à connotation négative (Novak *et al.*, 2015). La variable du contexte sera donc contrôlée, car même si trois terrains sont proposés (professionnel, amoureux et amical), les mêmes mises en situation sont utilisées entre les questionnaires.

En résumé, depuis leur création à la fin des années 90 au Japon, les émojis ont connu une montée fulgurante et une grande diversification dans le but de représenter une pluralité d'ethnies et d'orientations sexuelle (Golden, 2014; Schenker, 2016). Ces images numériques peuvent cependant être interprétées de différentes façons : possiblement selon le contexte de la communication ou le bagage du récepteur comme sa culture et ses références acquises (Wang, 2004; Martinet, 1973). De plus, il y a une différence d'opinions sur la place des émojis dans un

contexte professionnel tout comme il existe une divergence possible quant à la perception de ces images entre les sexes et les générations (Bazzaz, 2016; Hudson *et al.*, 2015; Krohn, 2004). Enfin, une étude suggère qu'il serait possible de placer les émojis sur un spectre de connotation, admettant ainsi que les émojis peuvent renfermer un caractère positif ou négatif dépendamment de l'émotion qu'ils représentent (Novak *et al.*, 2015).

1.7. Délimitation des trois contextes et questions de recherche

Cette section du chapitre fournit des définitions aux contextes qui seront au cœur de notre étude (contexte amoureux, amical et professionnel). Nous présenterons aussi dans cette section nos questions de recherche.

1.7.1. Délimitation des trois contextes

Contexte amoureux : Par contexte amoureux, on entend toute communication par messages texte se déroulant entre membres d'un même couple (marié ou non). Aucune précision n'a été offerte aux participants sur la nature de ce couple : ouvert ou fermé, heureux ou malheureux, de longue durée ou de courte durée, etc. Il est libre aux participants de se former leur propre idée quant à la situation de ce couple. De plus, au contraire du contexte professionnel de cette étude, aucune hiérarchie formelle n'a été suggérée dans les questions du contexte amoureux de cette étude.

Contexte amical : Par contexte amical, on entend toute communication par messages texte se déroulant entre amis. Au contraire d'une relation amoureuse, il est compris qu'une relation amicale

ne contient pas de sentiments amoureux entre les participants. De plus, au contraire du contexte professionnel de cette étude, aucune hiérarchie formelle n'a été suggérée dans les questions du contexte amical de cette étude.

Contexte professionnel : Par contexte professionnel, on entend toute communication par messages texte se déroulant entre collègues de travail. Au contraire du bénévolat, il est compris qu'un travail est un poste occupé en échange d'une rémunération. Dans le cadre de cette étude, toutes les mises en situations fictives dans le contexte professionnel se retrouvent entre le participant et son patron/patronne ou supérieur(e) hiérarchique. Il y a donc présence d'une certaine hiérarchie entre les acteurs de cette communication.

1.7.2. Questions de recherche

Rappelons que notre étude avait pour but de comprendre le rôle des émojis en tant qu'amplificateurs ou modificateurs de messages selon trois différents contextes et différents émetteurs. Suivent ici les questions de recherche. Il est important de noter que ces questions étaient cachées aux répondants par soucis de neutralité.

S'appuyant sur les résultats d'études antérieures, notamment celle de Zareen, suggérant que l'utilisation d'émojis entre deux individus est possiblement le reflet d'une relation harmonieuse, mais n'offrant aucune distinction entre les émojis positifs et les émojis négatifs (Zareen, 2016), nous soulevons les deux questions suivantes :

Dans un contexte amical ou amoureux, les messages texte contenant un émoji à connotation positive suscitent-ils une réaction plus positive de la part du récepteur que les messages texte ne contenant aucun émoji?

Dans un contexte amical ou amoureux, les messages texte contenant un émoji à connotation négative suscitent-ils une réaction plus négative de la part du récepteur que les messages texte ne contenant aucun émoji?

Par ailleurs, les résultats d'études portant sur l'usage des émojis dans un contexte professionnel ne sont pas concordants. Toutefois, s'appuyant sur Glikson *et al.*, (2017), il est plausible de penser que les communications provenant d'un supérieur à un employé, dans la mesure où ceux-ci entretiennent une relation strictement professionnelle, seraient mieux perçues lorsqu'elles ne contiennent pas d'émoji (Glikson *et al.*, 2017). En découle la question de recherche suivante :

Dans une situation professionnelle, les messages texte contenant un émoji (positif ou négatif) suscitent-ils une réaction plus négative, et possiblement un inconfort, de la part du récepteur?

Chapitre 2 : Méthodologie

2.1. Procédure

Afin de mesurer les réactions affectives à l'usage des émojis dans des contextes professionnels, amoureux et amical, la présente étude s'appuie sur une méthode quantitative, précisément un questionnaire évaluant les concepts à l'étude et les liens qui existent entre eux. Ainsi, nous avons développé un questionnaire de base, modifié en fonction de la présence d'emoji (soit positifs, soit négatifs) ou de l'absence de ces derniers. Précisément, le questionnaire contient des mises en situation demandant aux participants de noter leurs réactions lorsqu'ils reçoivent des messages texte provenant de diverses personnes (supérieur(e), amoureux(se), ami(e)). En outre, chacune des mises en situation inclut un message texte relatant un évènement positif et un message texte décrivant un évènement négatif, pour un total de six mises en situation. Enfin, pour tester l'effet des émojis, les participants ont été répartis aléatoirement en fonction de l'une des trois versions suivantes du questionnaire : 1) ne contenant pas d'émojis; 2) contenant des émojis positifs; 3) contenant des émojis négatifs. Au moyen d'échelles par intervalles de type Likert à sept points, les répondants devaient noter leur perception de différents messages texte selon les scénarios proposés. Les résultats ont été analysés et comparés en fonction de ces trois versions du questionnaire de base.

Le questionnaire a été rendu accessible par l'entremise du Système intégré de participation à la recherche de l'Université d'Ottawa (SIPR) aux étudiants de premier cycle. Tel que précisé précédemment, nous avons conçu trois versions de ce questionnaire afin d'assurer une certaine neutralité dans les réponses des participants (les trois questionnaires se retrouvent à l'Annexe D).

Précédant la distribution du questionnaire en ligne sur la plateforme SIPR, une validation pilote du contenu de ce questionnaire a été effectuée; cinq répondants ont ainsi été sollicités. Le but était de s'assurer que les questions soulevées étaient claires et ne contenaient aucune ambiguïté. Les répondants ont été sélectionnés en fonction de leur âge et niveau d'éducation similaires au groupe auquel nous avons accès sur la plateforme SIPR. Suite à leurs commentaires, des modifications mineures ont été apportées dans la formulation des questions fermées dans l'optique d'une plus grande clarté. Nous avons aussi porté une attention particulière sur l'objectivité et la neutralité des questions à travers leur révision.

2.2. Questionnaire, Partie A : Identification du répondant

La Partie A, commune à toutes les versions du questionnaire, comportait des questions d'ordre sociodémographique (genre, âge, orientation sexuelle). Elle incluait également des questions d'ordre professionnel et civil. Par exemple : « Considérez-vous votre patron(ne) comme étant votre ami(e)? » et « Êtes-vous présentement en couple? ». Dû à la nature potentiellement sensible de certaines de ces questions identificatrices, il était libre au répondant de répondre complètement ou partiellement à cette section. Par exemple, un participant ne souhaitant pas révéler son orientation sexuelle pouvait simplement choisir l'option « Préfère ne pas l'indiquer ».

La partie identificatrice avait comme objectif d'identifier des variables possibles lors de la collecte des résultats. Les caractéristiques sociodémographiques ont été intégrées dans les analyses afin de déterminer leur rôle quant à la perception des émojis dans un cadre communicationnel.

2.3. Questionnaire, Partie B : Mesure de la perception des émojis

La Partie B incluait les questions relatives aux variables à l'étude. Dans cette section, différents contextes ont été proposés aux répondants et dans chacun de ceux-ci, les participants devaient s'imaginer dans la peau d'un individu qui reçoit un message texte. La première version du sondage contenait six messages texte sans émojis. Les questions ont été développées dans le but de représenter une situation positive et une situation négative dans les trois types de relation proposés (amoureuse, amicale et professionnelle). Par exemple, le message texte de la situation amoureuse négative allait comme suit : « Votre amoureux(se) et vous traversez des moments plus difficiles récemment et il(elle) vous envoie le message suivant : « Je dois te parler de quelque chose. ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message? ». Sur une échelle de type Likert à sept points, le participant devait noter comment il se sentirait face au message reçu (très inconfortable, inconfortable, plutôt inconfortable, ni inconfortable ni confortable, plutôt confortable, confortable ou très confortable).

La deuxième version du questionnaire était composée des six mêmes messages texte, sauf que ceux-ci contenaient un émoji à connotation positive. Dans la troisième version du sondage, les émojis à connotation positive étaient remplacés par des émojis à connotation négative. Le répondant devait, encore une fois, indiquer sa réaction (positive ou négative) face à ce message texte avec émoji. Le but était de découvrir si l'émoji peut changer l'appréciation d'un message texte, et ce, dans quels contextes.

Il est important de noter qu'à travers les trois questionnaires toutes les combinaisons possibles d'émojis et de contextes étaient proposées dans le but de favoriser les comparaisons. Avec trois

contextes, deux questions par contexte et trois versions pour chaque question, un total de 18 combinaisons étaient analysées (bien que chaque participant ne répondait qu'à six questions). Tous les questionnaires se trouvent à l'Annexe D (Questionnaire 1 = sans émojis; Questionnaire 2 = émojis à connotation positive; Questionnaire 3 = émojis à connotation négative). Une telle division a été faite dans le but que les émojis soient la seule différence entre les trois questionnaires. En utilisant les mêmes contextes entre les questionnaires, nous pouvions attribuer aux émojis toute différence significative dans les résultats entre les questionnaires.

2.4. Questionnaire, Partie C : Questions ouvertes

Pour chacun des questionnaires, une section comportant des questions ouvertes a été incluse. L'objectif était de donner la possibilité aux participants d'élaborer leurs perspectives quant aux variables à l'étude tout autant que de permettre de mettre en contexte leurs réponses numériques. Ces questions étaient les suivantes : « Avec quelles personnes êtes-vous le PLUS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? », « Avec quelles personnes êtes-vous le MOINS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? », « Pourquoi voudrait-on ajouter des émojis à nos messages texte? » et « Pourquoi NE voudrait-on PAS ajouter des émojis à nos messages texte? ». Les deux premières questions cherchaient à comprendre les raisons pourquoi les participants trouveraient un contexte plus propice à l'utilisation d'émojis qu'un autre, alors que les deux dernières questions tentaient de découvrir les motivations des répondants derrière leur utilisation (ou non) des émojis. Il est important de noter que les deux dernières questions étaient les seules parmi tous les questionnaires

qui mettent les répondants dans le rôle de l'émetteur, car toutes les questions précédentes mesuraient leur perception en tant que récepteur d'émojis.

En somme, les trois questionnaires étaient composés d'une partie identificatrice, suivie par six questions fermées et quatre questions ouvertes. Dans le premier questionnaire, les messages texte dans la Partie B ne contenaient pas d'émojis, ceux du deuxième questionnaire contenaient un emoji à connotation positive, alors qu'étaient attribués aux messages texte de la troisième version un emoji à connotation négative.

2.5. Procédure d'analyse des données quantitatives

Les données quantitatives du questionnaire ont été analysées en plusieurs étapes.

- Premièrement, ces données ont fait l'objet de statistiques descriptives (à l'aide du logiciel SPSS version 25).
- Ensuite, différents tests ont été réalisés sur ces données afin de déterminer les liens ou les différences significatives entre les variables.
 - Des coefficients de corrélation Pearson ont été générés afin de mesurer le degré d'association entre deux variables.
 - Des test t ont été effectués afin de déterminer s'il y avait des différences significatives entre (deux) groupes.
 - Enfin, des analyses de variance (ANOVA) ont été générées afin de déterminer les différences significatives entre (trois) groupes.

- Le seuil de signification était considéré au niveau $p < .05$ pour tous les tests effectués.

2.6. Procédure d'analyse des données qualitatives

Afin d'analyser les réponses qualitatives des participants, nous avons dressé des tableaux et des champs lexicaux. Les deux premières questions ouvertes avaient une forme similaire : « Avec quelles personnes êtes-vous le PLUS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? » et « Avec quelles personnes êtes-vous le MOINS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? ». Voici les étapes suivies pour l'analyse des deux premières questions ouvertes :

- Nous avons créé un tableau avec les colonnes suivantes (le tableau se retrouve à l'Annexe C) :
 - Question : Un « 1 » ou « 2 » était indiqué dans cette colonne pour signaler le numéro de la question répondue.
 - Thème : Nous avons inscrit ici les choix de réponse donnés regroupés par thème (i.e. « amis » ou « sœur »). Par exemple, les réponses « chum » et « blonde » se sont retrouvés dans le même thème : « amoureux ».
 - Récurrence : À chaque fois qu'une réponse était répétée, nous augmentions le numéro dans cette colonne. Nous pouvions donc observer facilement, à titre d'exemple, que 49 personnes ont répondu « amoureux » (ou ses dérivés) à la question 1.
 - Citation(s) : Lorsqu'un(e) participant(e) a offert un raisonnement intéressant à la question, nous l'indiquions dans cette colonne afin de les utiliser comme possibles citations. Avant de remplir notre sondage, les répondants étaient mis au courant de

cette possibilité et devaient donner leur consentement afin de pouvoir accéder au sondage.

- Ligne (seulement dans le cas d'une citation) : Il s'agit ici de la ligne du document Excel contenant toutes les réponses recueillies. Cette section servait à mieux nous retrouver.
- Sexe et âge (seulement dans le cas d'une citation) : Nous inscrivions à cette colonne le sexe et l'âge du participant/de la participante ayant donné la citation afin de pouvoir le/la citer adéquatement.
- Nous avons créé des regroupements dans les thèmes afin de traiter les réponses dans un ordre logique.

Dans le cas des questions ouvertes 3 et 4, « Pourquoi voudrait-on ajouter des émojis à nos messages texte? » et « Pourquoi NE voudrait-on PAS ajouter des émojis à nos messages texte? », nous avons reçu des réponses plus diversifiées. Le but n'était donc pas de compter la fréquence des réponses données, mais plutôt de dresser l'éventail complet des réponses données. Nous avons dressé un tableau similaire pour ces questions (ce tableau se retrouve aussi à l'Annexe C). Il contenait les colonnes suivantes :

- Citation : Lorsqu'un(e) participant(e) a offert un raisonnement intéressant à la question, nous l'indiquions dans cette colonne afin de les utiliser comme possibles citations. Encore une fois, les participants étaient au courant de cette possibilité et ont donné leur consentement.
- Raison : Nous inscrivions ici quelques mots clés en lien avec la pensée du participant/de la participante (i.e. « facilité », « paresse » ou « sortir de l'ordinaire »).

- Ligne : Il s'agit de la ligne du document Excel contenant toutes les réponses recueillies.
- Sexe et âge : Nous soulignons à cette colonne le sexe et l'âge du participant/de la participante ayant donné la citation afin de pouvoir le/la citer adéquatement.

Par la suite, nous regroupions les raisons données dans des thèmes plus généraux afin que le texte suive un ordre logique.

Chapitre 3 : Résultats

3.1. Profil des participants

Au total, 166 étudiants ont pris part à notre étude en complétant le questionnaire. Toutefois, après avoir retiré les questionnaires incomplets (taux de réponses manquantes de plus de 10%) ou comportant des réponses clairement aléatoires, 156 questionnaires ont été retenus et analysés. Cet échantillon comporte 35 sujets masculins, 120 sujets féminins et 1 personne s'identifiant comme « autre ». L'échantillon est donc largement féminin (77%), représentatif de la population étudiante dans le domaine de la psychologie (Université d'Ottawa, 2018). Au niveau de l'âge, 141 participants sont âgés entre 16 et 24 ans inclusivement, alors que 12 sont âgés de 25 ans et plus. La moyenne de l'âge des répondants est de 20 ans et le mode est de 18 ans. Trois participants n'ont pas précisé leur âge. Le tableau ci-dessous résume le profil des participants selon l'âge et le sexe.

Âge						
Sexe	<i>n</i>	Moyenne	Mode	Minimum	Maximum	Étendue
Masculin	35	21	18	16	44	28
Féminin	120	20	19	16	40	24
Autre	1	17	17	-	-	-
Tous les groupes	156	20	18	16	44	28

3.2. Analyses préliminaires : nettoyage des données

L'analyse des données quantitatives a été effectuée en deux étapes, et ce, à l'aide du logiciel SPSS (version 25). La première étape a été celle du nettoyage des données, la seconde, celle de la

vérification des liens entre les variables à l'étude. Concernant le nettoyage de données, les participants dont le questionnaire était complété à moins de 90% étaient retirés. De même, les questionnaires affichant une variabilité de réponses relevant du hasard ont aussi été retirés. Enfin, la normalité des données a été vérifiée en fonction des seuils acceptables d'asymétrie (± 1) et de curtose (± 2).

3.3. Analyses statistiques inférentielles

La présente section met de l'avant les données pertinentes recueillies grâce aux questions fermées de l'étude.

Les liens entre les différentes variables étaient évalués à l'aide de corrélation point-bisérielles. Des ANOVA à deux facteurs (2x3) ont aussi été générées afin de déterminer l'effet de différentes variables catégorielles en fonction du type d'emoji. Le seuil de signification considéré était $p < .05$.

3.3.1. Corrélations point-bisérielles

La première question de recherche est circonscrite dans les contextes amicaux et amoureux. Il était anticipé que ces deux contextes généreraient des résultats similaires, compte tenu qu'ils relèvent tous deux de la sphère personnelle et intime (Hall, 1968). À titre de rappel, la question est la suivante :

Dans un contexte amical ou amoureux, les messages texte contenant un émoji à connotation positive occasionnent-ils une réaction plus positive de la part du récepteur que les messages texte ne contenant aucun émoji?

Les messages du contexte amoureux qui sont accompagnés d'émojis positifs génèrent des réponses significativement plus positives que les mêmes messages dépourvus d'émojis. Les questions ci-dessous démontrent ce résultat.

Question 2: Votre amoureux(se) et vous traversez des moments plus difficiles récemment et il(elle) vous envoie le message suivant : « Je dois te parler de quelque chose. 😍 ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message? ($r_{pb} = .69; p < .05$)

Question 6: Votre amoureux(se) et vous planifiez souper ensemble ce soir. Il(Elle) vous envoie le message texte suivant : « À quelle heure arrives-tu? ❤️ ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message? ($r_{pb} = .31; p < .05$)

Par ailleurs, et contrairement à ce qui était attendu, seules les mises en situation du contexte amoureux ont généré des corrélations significatives quant à la présence d'émojis positifs *versus* l'absence d'émojis.

La deuxième question de recherche se situe également dans le contexte amoureux et amical, mais est en lien avec les émojis à connotation négative.

Dans un contexte amical ou amoureux, les messages texte contenant un émoji à connotation négative occasionnent-ils une réaction plus négative de la part du récepteur que les messages texte ne contenant aucun émoji?

Les messages positifs du contexte amoureux et amical qui sont accompagnés d'émojis négatifs génèrent des réponses significativement plus négatives que les mêmes messages dépourvus d'émojis. Les questions ci-dessous démontrent ce résultat.

Question 4: Votre ami(e) vous envoie le message texte suivant : « Notre artiste préféré vient en ville dans quelques semaines, on y va? 🙄 ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message? ($r_{pb} = .39; p < .05$)

Question 6: Votre amoureux(se) et vous planifiez souper ensemble ce soir. Il(Elle) vous envoie le message texte suivant : « À quelle heure arrives-tu? 😬 ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message? ($r_{pb} = .43; p < .05$)

Les résultats suggèrent que les émojis négatifs ont généré un plus grand inconfort dans la moitié des questions du contexte amoureux et dans la moitié des questions du contexte amical. Toutefois, dans les deux cas, il s'agissait des messages texte représentant une situation positive. Rappelons que pour chaque contexte, deux mises en situation étaient présentées l'une positive, l'autre négative. Donc, selon nos résultats, les émojis négatifs ont suscité un plus grand inconfort dans le cas des situations positives liées aux contextes amoureux et amical.

La troisième question de recherche inscrivait la présence d'emojis dans le cadre d'un message texte à contexte professionnel. Précisément, il s'agissait de déterminer si le simple usage d'emojis dans les messages à contexte professionnel susciterait davantage d'inconfort que les messages dénués de tels emojis.

Dans une situation professionnelle, les messages texte contenant un emoji (positif ou négatif) occasionnent-ils une réaction plus négative, et possiblement un inconfort, de la part du récepteur?

Les messages du contexte professionnel qui sont accompagnés d'un emoji négatif génèrent des réponses significativement plus négatives que les mêmes messages dépourvus d'emojis. Les questions ci-dessous démontrent ce résultat.

Question 1: C'est lundi matin et votre patron vous envoie le message texte suivant : « Ça risque d'être une semaine très occupée! 😞 ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message? ($r_{pb} = .16; p < .05$)

Question 5: Votre patron vous envoie le message texte suivant après une longue journée au travail : « Excellent travail aujourd'hui, je suis très fier de toi! 😊 ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message? ($r_{pb} = .37; p < .05$)

Afin de répondre à notre troisième question de recherche (celle d'ordre professionnel), les réactions aux messages texte contenant un emoji négatif ont été comparées aux réactions vis-à-vis les messages texte sans emoji du contexte professionnel. Les résultats indiquent que les participants sont plus inconfortables à recevoir des messages texte contenant un emoji négatif de la part de leur supérieur qu'un message texte sans emoji. En effet, la différence est tellement importante que lorsque nous regroupons les messages texte avec un emoji négatif à ceux avec un emoji positif sous la catégorie « emojis présents », les résultats restent significatifs versus les « emojis absent ». Ces résultats semblent aller de pair avec les études de Glikson *et al.* selon lesquelles les emojis seraient à éviter dans le domaine professionnel (Glikson *et al.*, 2017). Toutefois, lorsque nous comparons les messages texte contenant un emoji positif à ceux ne contenant aucun emoji, les résultats ne sont pas significatifs. Donc, nous devons finalement nous ranger du côté de Jacqueline Whitmore dans le cadre du débat sur l'acceptabilité des emojis en milieu de travail. Cette auteure de livres sur l'étiquette au travail et fondatrice du Protocol School of Palm Beach avait affirmé que les variations du bonhomme sourire sont acceptables dans un contexte professionnel, mais qu'il faut éviter ceux montrant la colère. (Bazzaz, 2016).

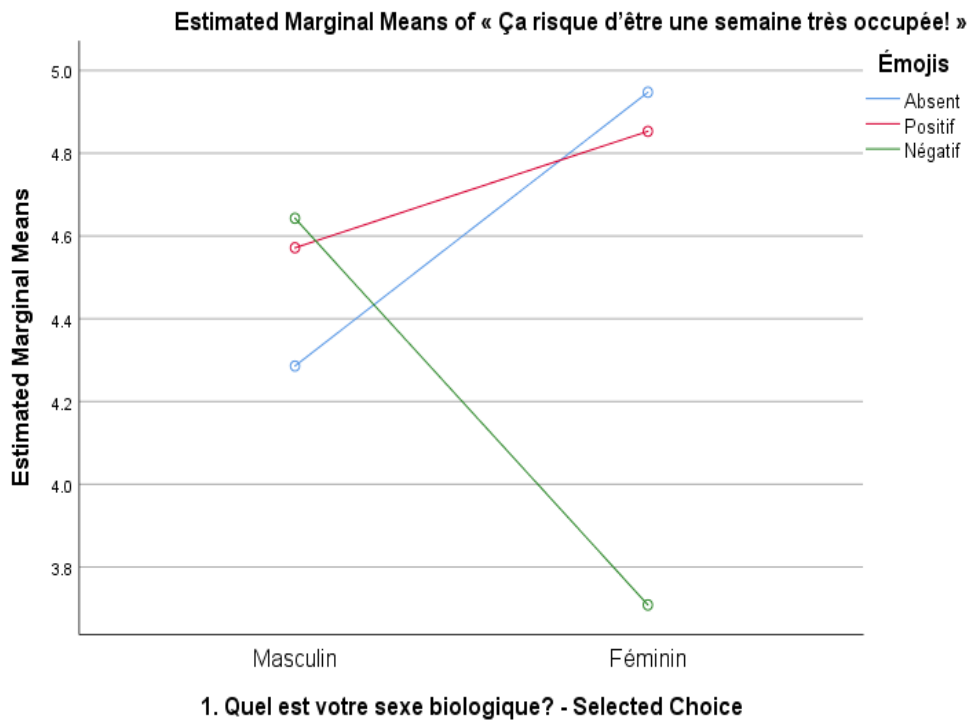
En somme, les résultats suggèrent que a) les emojis positifs seraient appréciés dans un contexte amoureux; b) les emojis négatifs utilisés dans le cadre de situations positives susciteraient de l'inconfort, alors que c) l'usage d'emojis négatifs générerait aussi de l'inconfort dans un contexte professionnel.

3.3.2. Réactions aux émojis en fonction de variables socio-démographiques

Afin de déterminer l'effet de l'âge, du sexe, ainsi que de la nature du lien avec le supérieur au travail, des test t et des analyses de variances ont été effectués. Il est possible de remarquer l'influence de Stuart Hall à travers ces tests et analyses.; En effet, le chercheur affirme que: « le degrés de symétrie – c'est-à-dire les degrés de "compréhension" et de "méprise" dans l'échange communicationnel – dépendent des degrés et symétrie/asymétrie (relations d'équivalence) entre les positions des "personnifications" des codeur-producteur et des décodeur-récepteur » (Hall, 1994). Si l'on se fie aux théories de Hall, nos résultats devraient refléter un inconfort de la part du récepteur lorsque celui-ci possède un baguage d'expériences peu semblable à celui de l'émetteur du message texte.

En ce qui a trait à la variable sexe, les résultats (voir graphique 1) suggèrent que dans un contexte professionnel, les femmes sont plus inconfortables à la réception d'un message texte contenant un emoji négatif (versus un emoji positif ou un message ne contenant aucun emoji) que les hommes ne le sont (interaction : $p < .05$). Les résultats de 155 participants ont été considérés, car une personne avait identifié son sexe comme étant « autre ».

Graphique 1: Les messages du contexte professionnel qui sont accompagnés d’emojis négatifs génèrent des réponses significativement plus négatives pour les femmes que pour les hommes.

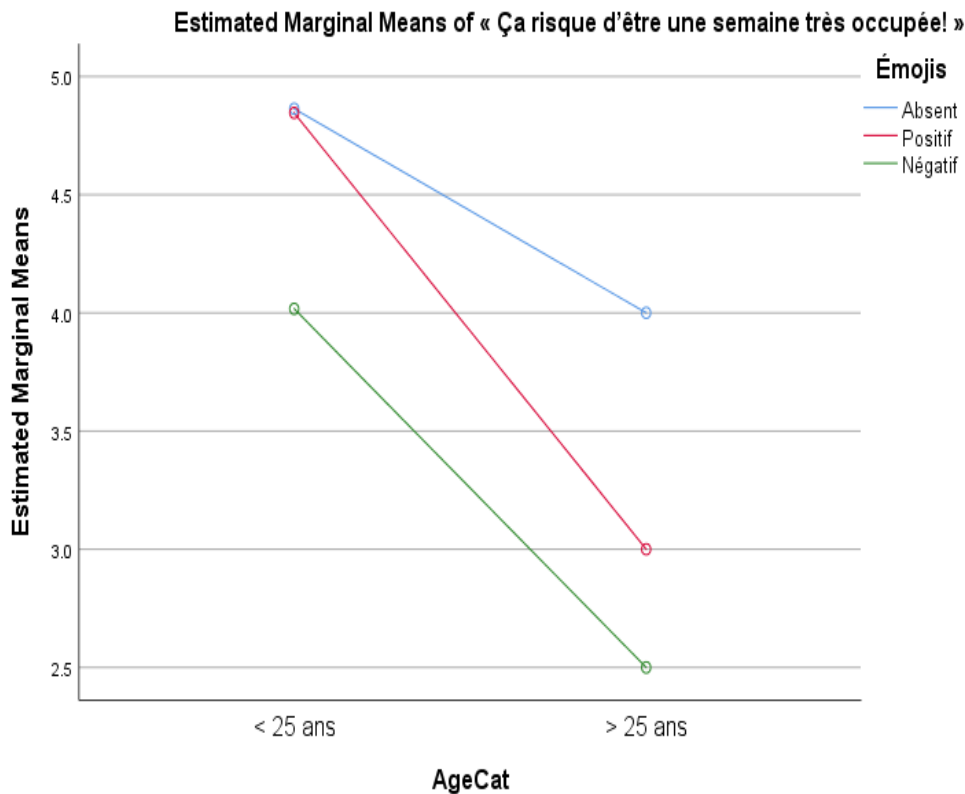


La mise en situation « Ça risque d'être une semaine occupée » était celle d'ordre négatif du contexte professionnel. Les résultats ne sont pas significatifs pour la mise en situation positive du contexte professionnel.

Dans le cas de la variable âge, les résultats (voir graphique 2) suggèrent que dans un contexte professionnel, les personnes âgées de 25 ans et plus sont plus inconfortables à la réception d'un message texte contenant un emoji (positif ou négatif) que les personnes âgées de 16 à 24 ans (effet de l'âge : $p = .035$). Dans ce cas, nous parlons d'effet de l'âge, car les données recueillies sont significatives pour tous les types d'emojis lorsqu'ils sont corrélés avec l'âge des participant(e)s. Ce sont les résultats de 153 participants qui ont été considérés, car trois participants ont choisi de ne pas

indiquer leur âge. Afin de faire des comparaisons, nous avons séparé les participants en deux groupes : 16 à 24 ans et 25 ans et plus.

Graphique 2: Les messages du contexte professionnel qui sont accompagnés d'émojis génèrent des réponses significativement plus négatives pour les personnes âgées de 25 ans et plus que pour les personnes âgées de 16 à 24 ans.

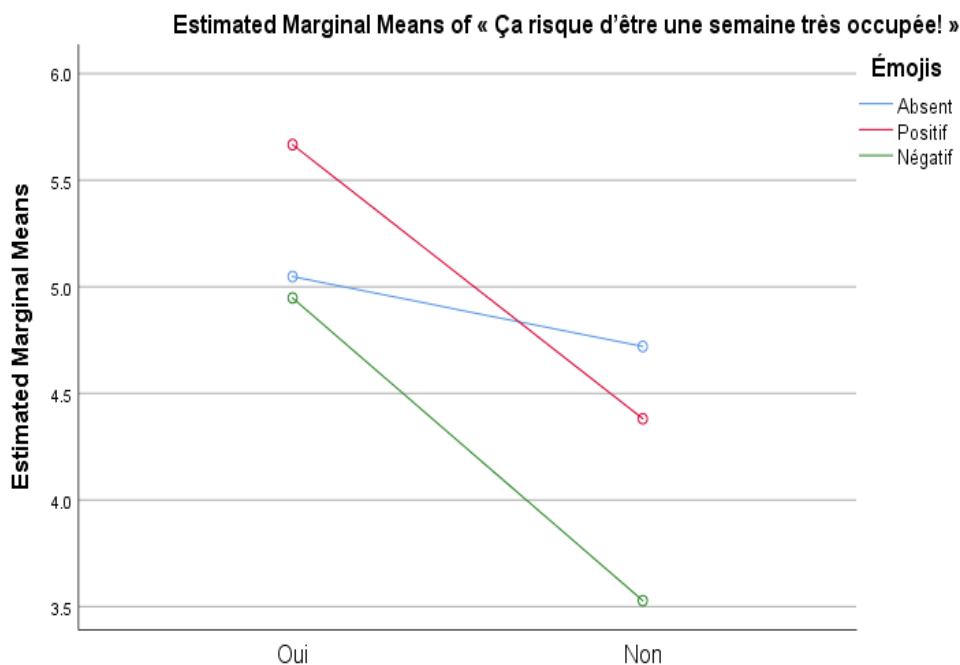


Tout comme lors de l'analyse des résultats selon la variable du sexe, les résultats sont significatifs seulement pour la mise en situation négative du contexte professionnel. Les résultats pour la situation positive ne sont pas concluants.

3.3.3. Différences en fonction de la relation avec le supérieur

En ce qui a trait à la variable de la relation avec le supérieur, les résultats (voir graphique 3) suggèrent que dans un contexte professionnel, les personnes n'entretenant pas une relation amicale avec leur patron sont plus inconfortables à la réception d'un message texte de celui-ci contenant un émoji (positif ou négatif) que les personnes entretenant une relation amicale avec leur patron (effet de la relation avec le patron : $p < .001$). Les résultats de 134 participants ont été considérés dans cette analyse, car c'est le nombre de participants ayant répondu à la question identificatrice « Considérez-vous votre patron(ne) comme étant votre ami(e)? » (voir section 1.8.2.).

Graphique 3: Les messages du contexte professionnel qui sont accompagnés d'émojis génèrent des réponses significativement plus négatives lorsque l'employé n'entretient pas une relation amicale avec son supérieur.



7. Si vous avez répondu « oui » à la question 4, considérez-vous votre patron(ne) comme étant votre ami(e)?

Tout comme lors de l'analyse des résultats selon la variable du sexe et de l'âge, les résultats sont significatifs seulement pour la mise en situation négative du contexte professionnel. Les résultats pour la situation positive ne sont pas concluants.

Les données du graphique 3 sont en concordance avec nos données qualitatives sur les relations amicales. Comme nous l'aborderons dans la section qualitative, les répondants sont plus à l'aise à l'idée de recevoir des émojis de la part de leurs ami(e)s que de la part de leur patron(ne). Donc, lorsque la ligne entre relation professionnelle et relation personnelle devient plus floue, il est normal de remarquer une plus grande ouverture aux comportements généralement amicaux tels des conversations plus personnalisées et l'ajout d'émojis aux messages texte. Au contraire, et en accordance avec les théories de Hall, lorsque l'émetteur et le récepteur ne partagent pas une relation d'équivalence symétrique, comme le font souvent les relations amicales, le risque de décoder un message en type oppositionnel est plus grand, donc la possibilité de déclencher un malentendu ou un inconfort est aussi augmentée significativement.

3.3.4. Différences en fonction de la situation amoureuse

Dans le cadre de notre recherche, nous avons aussi cherché à savoir si la situation amoureuse avait un impact sur les résultats du contexte amoureux. Parmi les 156 répondants, 69 participants étaient en couple au moment de répondre au sondage, alors que 87 étaient célibataires. Toutefois, aucune différence n'a été trouvée dans les résultats en fonction du fait d'être présentement en couple ou non. En d'autres mots, être en couple n'influence pas les réactions observées chez les participants. Ceci démontre que les participants célibataires et les participants en couple avaient une vision similaire sur les émojis dans les messages texte amoureux. Il est important de noter qu'il est

possible que bon nombre de participants célibataires aient déjà été en couple, donc ont une bonne idée de leurs réactions à la réception des messages texte de nos mises en situation (comme l'auraient les participants en couple au moment de répondre au sondage).

3.4. Analyses qualitatives

Afin d'obtenir des réponses personnalisées, nous avons ajouté une partie supplémentaire au questionnaire comprenant quatre questions ouvertes. Les réponses à ces questions et notre analyse thématique nous renseignent sur les types de relations propices à l'utilisation d'émojis ainsi que les raisons pour lesquelles nos répondants utilisent ces petites images numériques. Au total, 166 participants ont rempli cette section. Dans un effort d'améliorer la lisibilité, certaines des réponses citées ont été traduites ou corrigées tout en conservant l'entièreté du sens entendu par les répondants.

3.4.1. Description de l'analyse thématique

Dans le but de regrouper les réponses des 166 participants par thèmes, nous avons créé un tableau par question ouverte (voir Annexe C). Nous notions dans les deux premiers tableaux représentant les questions suivantes, « Avec quelles personnes êtes-vous le PLUS à l'aise de recevoir des emojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? » et « Avec quelles personnes êtes-vous le MOINS à l'aise de recevoir des emojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? », la fréquence des réponses (i.e. amis, parents, patron, etc.). Une attention particulière a été apportée aux nuances dans le but de dresser un portrait juste. Par exemple, du côté du sexe, nous notions les

fréquences de « mes amis » et de « mes amies » comme étant deux réponses différentes. Dans les cas où les participants offraient des réponses plus complètes, par exemple en accompagnant la personne et/ou groupe désigné d'un raisonnement, nous avons pris en note dans ce même tableau les raisons apportées par les participants. Par soucis d'efficacité, nous avons noté également, à côté de la citation, le sexe et l'âge du participant afin de pouvoir le citer adéquatement. Avant de remplir notre sondage, les répondants étaient mis au courant de cette possibilité et devaient donner leur consentement (voir la section sur la méthodologie de la recherche) afin de pouvoir accéder au sondage.

Étant donné que les réponses aux questions 3 et 4, « Pourquoi voudrait-on ajouter des émojis à nos messages texte? » et « Pourquoi NE voudrait-on PAS ajouter des émojis à nos messages texte? » étaient plus variées et nuancées, nous n'avons pas noté les fréquences exactes, mais plutôt identifié lorsqu'une réponse revenait fréquemment. Toutes les réponses ont été prises en compte et toutes celles qui fournissaient un élément clé différent ont été notées, ainsi que celles démontrant une nuance intéressante. Comme aux questions 1 et 2, nous avons inscrit dans notre tableau le sexe et l'âge des participants dont nous prenions en note leurs réponses. Nous avons aussi attribué aux réponses une catégorie/un raisonnement qui pourrait résumer en un (ou quelques) mot(s) la pensée du participant. Par exemple, les catégories suivantes sont quelques-unes de celles que nous avons utilisées pour « Pourquoi NE voudrait-on PAS ajouter des émojis à nos messages texte? » : « paresse », « manque d'intérêt », « enfantin ». Ces mots clés nous aidaient par la suite de faire des regroupements entre les réponses et des liens entre les différents regroupements. La création de ces champs lexicaux a été nécessaire à l'analyse de nos données.

3.4.2. Question 1: « Avec quelles personnes êtes-vous le PLUS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? »

Tout d'abord, il est intéressant de souligner que 63% des répondants (n = 106) ont indiqué être à l'aise de recevoir des émojis de la part de leurs amis. Ceci ne signifie pas nécessairement que 37% des répondants sont mal à l'aise à l'idée de recevoir un émoji de la part de leurs amis. En effet, il est improbable, voire impossible, que ce soit le cas, car aucun répondant a indiqué « amis » à l'espace réponse de la question 2 (« Avec quelles personnes êtes-vous le MOINS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? »). Il est plutôt possible que, parmi ce 37%, certains participants pourraient être neutres à l'idée de recevoir des émojis de la part de leurs amis. Il est aussi probable que certains répondants n'aient pas remarqué le pluriel dans la question, indiquant ainsi seulement une réponse dans la section réponse, alors que plusieurs pourraient être applicables.

Parmi le regroupement des 106 répondants ayant identifié les relations amicales comme étant propices aux émojis, des différences peuvent être observées. En effet, alors que 81 répondants ont indiqué être à l'aise avec leurs amis, 17 répondants ont indiqué être à l'aise avec leurs meilleurs amis. Il y a ici un saut important dans la définition de cette relation qui indique que ces 17 répondants sont possiblement à l'aise de recevoir des émojis d'un groupe plus restreint de personnes. Par ailleurs, 18 répondantes ont indiqué une distinction dans le genre. Étaient considérées ici les réponses « mes amies filles » ou tout simplement « amies ». Alors que la première version de cette réponse montre une claire intention d'exclure les amis masculins de la réponse, la deuxième version reste un peu plus vague, car l'identification du genre pourrait être intentionnelle ou non. La participante a-t-elle indiqué « amies », car elle a principalement des amies

filles ou bien cette orthographe était-elle intentionnelle dans le sens où la participante souhaite faire remarquer une claire distinction dans le genre. D'autre part, parmi ces mêmes 18 répondantes, 7 répondantes ont indiqué « ma meilleure amie » indiquant encore une fois un saut dans la proximité de cette relation.

Ensuite, 29% des répondants (n = 49) ont indiqué être à l'aise de recevoir des émojis de la part de leur amoureux(se) (ont été aussi inclus dans cette catégorie les répondants ayant utilisé les termes *conjoint, conjointe, chum, blonde, partenaire, époux et épouse*). De plus, tout comme dans le cas des relations amicales, personne n'a indiqué être mal à l'aise à l'idée de recevoir des émojis de la part de leur amoureux(se). La réponse se rapprochant le plus à ce concept parmi les réponses à la question 2 (« Avec quelles personnes êtes-vous le MOINS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? ») est « mes prétendants ». Il est essentiel ici de mentionner que la répondante en question avait indiqué « partenaire » comme réponse à la question 1 et la différence entre les deux termes montre une nuance importante. En effet, il existe un consentement, voire une réciprocité, dans le terme « partenaire » qui est absent dans le terme « prétendants ». Ce dernier terme fait plutôt allusion à des hommes voulant obtenir ses affections sans pour autant qu'elle soit intéressée ou consentante.

La troisième réponse la plus populaire à la question « Avec quelles personnes êtes-vous le PLUS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? » est la famille avec 23 % des répondants (n = 39) donnant cette réponse. Nous avons inclus dans cette catégorie les termes « famille » (n = 29), « parents » (n = 4), « sœur » (n = 4) et « mère » (n = 2). Les autres termes pouvant rentrer dans cette catégorie, tels « père » et « grands-parents », n'ont pas été donnés par les répondants. Il est d'ailleurs intéressant de constater que les membres féminins de la famille

se retrouvent dans les réponses alors que les membres masculins y sont absents (bien qu'ils se retrouvent probablement inclus pour plusieurs répondants ayant donné les réponses « famille » et « parents »). Comme il était le cas avec les nombreuses répondantes aillant préciser qu'elles préféreraient recevoir des émojis de leurs amies filles (au lieu des amis gars), force est de constater qu'il semble également avoir une préférence pour les participants de recevoir des émojis de la part des membres féminins de leur famille. Il serait intéressant, dans le cas d'une autre étude, de venir étudier cette possible tendance afin d'y découvrir le raisonnement.

Les autres réponses ayant été données à la première question ouverte sont « tous » (n = 9), « mes proches » (n = 6), « mon coach » (n = 1), « les personnes que j'aime » (n = 1), « les personnes avec qui j'ai des interactions sexuelles » (n = 1), « mes connaissances » (n = 1), « mon patron » (n = 1) et « mes professeurs » (n = 1). En outre, ces nombres, lorsque compilés, excèdent les 167 répondants (ou 100%). Ceci est dû au fait que plusieurs répondants ont nommé plusieurs personnes à la question 1 (et aussi à la question 2). Par exemple, un répondant pourrait avoir mentionné ses parents et ses amis, ce qui donnerait deux valeurs « n », mais seulement un répondant.

3.4.3. Question 2: « Avec quelles personnes êtes-vous le MOINS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? »

Les réponses données par les répondants à cette question sont encore plus diverses qu'à la question 1. Toutefois, la réponse « patron » demeure la plus populaire, et ce, par un grand écart. En effet, cette réponse a été donnée 68 fois, soit par 41% des répondants. Les répondants ayant indiqué « superviseur », « employeur », « supérieur » et « gérant » ont été inclus dans cette donnée. Nous pouvons en déduire qu'un nombre important de participants ne trouve pas les émojis appropriés

dans une conversation professionnelle. Un répondant de 44 ans a d'ailleurs indiqué qu'il n'est pas à l'aise lorsqu'il reçoit des émojis de la part de son patron et de ses collègues « car les communications professionnelles doivent être toujours sérieuses et répondre à des critères bien définis ». Une participante de 20 ans soulève également le manque de sérieux des émojis lorsqu'elle mentionne pourquoi elle ne souhaite pas recevoir des émojis de ses patrons: « mes patrons parce que je n'entretiens pas une relation amicale avec eux, mais professionnelle, et je crois que les émojis font moins sérieux ». Ce sentiment est reflété aussi par une répondante de 18 ans qui mentionne que les émojis viendraient détruire l'image professionnelle des patrons. Les autres relations professionnelles nommées par les participants, mais pas incluses dans la catégorie « patron », sont: « mes collègues » (n = 6), « mes clients » (n = 3) « mes collègues de travail masculins plus âgés que moi » (n = 1). Une répondante de 18 ans apporte néanmoins une nuance intéressante à la question lorsqu'elle mentionne être mal à l'aise à l'idée de recevoir des émojis venant « d'étrangers ou [des gens avec qui j'entretiens des] relations professionnelles, autres que mon patron du moment, parce que je les connais moins ». Bref, selon elle, la réception d'émojis de la part de son patron actuel serait acceptable, car ils se connaissent bien. La familiarité entre les sujets viendrait donc briser les cadres traditionnels d'une relation professionnelle.

D'autre part, 16% des participants ont mentionné être mal à l'aise lorsqu'ils reçoivent des émojis de la part des membres de leur famille (n = 27). Également incluses dans cette catégorie sont les réponses « mes parents » (n = 15), « mon père » (n = 2), « ma belle-mère » (n = 2), « mes oncles » (n = 1), « ma grand-mère » (n = 1), et « mes grands-parents » (n = 1). Il est intéressant de constater que la famille semble être la catégorie avec les opinions les plus partagées. Alors que les autres catégories de relation les plus mentionnées, soit les relations amicales, amoureuses et professionnelles, apparaissent soit strictement dans les réactions positives (dans le cas des relations

amicales et amoureuses) ou strictement dans les réactions négatives (en l'occurrence les relations professionnelles), les relations familiales semblent être le seul type de relation qui se retrouve en grand nombre dans les réactions positives et les réactions négatives. Certains répondants seraient donc à l'aise de recevoir des émojis de la part des membres de leur famille, alors que d'autres sentent un inconfort à cette idée. Toutefois, certains membres de la famille se retrouvent strictement dans les réactions positives telles les sœurs. Au contraire, les réactions face à la réception d'émojis des parents sont majoritairement négatives (4 réponses positives vis-à-vis 15 réponses négatives). Les explications récurrentes des participants quant à l'inconfort face à la réception d'émojis venant de leurs parents sont le manque d'expertise de ce groupe au sujet des émojis et le fossé générationnel. Une répondante de 18 ans va même jusqu'à affirmer qu'il est « drôle comment [ils] utilisent les émojis dans le mauvais contexte ».

Les répondants ont aussi exprimé en grand nombre préférer ne pas recevoir des émojis de la part d'étrangers (n = 26) et de connaissances/nouveaux amis (n = 10). Ceci indiquerait que selon certains il faut passer certaines étapes d'une relation avant que les émojis soient jugés acceptables. Une répondante de 18 ans a mentionné à cet effet que « selon moi, les émojis sont la prochaine étape dans une amitié ou dans une relation quelconque ». Une autre participante, également âgée de 18 ans, effectue un lien entre son confort à utiliser les émojis avec une personne x et son ouverture à montrer ses sentiments à cette même personne: « ma proximité avec [certaines] personnes me permet d'être plus à l'aise d'exprimer mes sentiments avec elles ». Autre la proximité d'une relation, une répondante de 18 ans a également indiqué la durée d'une relation comme une variable influençant le confort face à la réception d'émojis. Dans le cas des étrangers, la relation n'est ni proche ni de longue durée, il est donc facile de comprendre les raisons derrière ce résultat.

Plusieurs participants à l'étude ont mentionné à la question 2 (« Avec quelles personnes êtes-vous le MOINS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? ») que personne en particulier (n = 24) ne les rendrait mal à l'aise s'il leur envoyait des émojis. Ceci va de pair avec les participants ayant indiqué être à l'aise de recevoir des émojis de « tous » à la question 1.

D'autres participants ont indiqué qu'ils sont mal à l'aise à l'idée de recevoir des émojis des personnes en position d'autorité (n = 10) ou encore de leurs professeurs (n = 14). La dynamique hiérarchique entre l'émetteur et le récepteur du message texte avec un émoji est un thème récurrent. Celui-ci se retrouve d'ailleurs dans la réponse d'une participante de 19 ans: « [Je ne suis pas à l'aise de recevoir des émojis] venant de professionnels ou de personnes d'autorité supérieure, puisqu'il y a une certaine barrière à ne pas dépasser ». Autre que les professeurs, on pourrait aussi considérer les patrons et les parents comme des supérieurs hiérarchiques, donc ce concept se retrouve dans la grande majorité des réponses à la question 2.

Finalement, les autres réponses données à cette question liée au malaise sont: « les personnes plus âgées » (n = 3), « les garçons » (n = 2), « mon coach » (n = 1), « mes colocataires » (n = 1), « les hommes sans relation amicale » (n = 1) et « les amis de mes parents » (n = 1). En somme, on constate que les émojis envoyés des jeunes n'étant pas en position d'autorité et des femmes sont la plupart du temps mieux reçus que ceux des personnes plus âgées, des personnes en position d'autorité et des hommes.

3.4.4. Autres raisons données par les participants

Plusieurs participants nous ont fourni des réponses intéressantes aux deux premières questions qui ouvrent des questionnements plus poussés ou rappellent des théories de la communication. La présente section a comme but de présenter ces réponses. Selon certains participants, les émojis faciliteraient la compréhension du message, créeraient un code commun propre à chaque relation et faciliteraient la lecture des messages texte. Lorsqu'ils facilitent la compréhension du message, les émojis prennent un rôle cognitif; ils donnent des repères visuels et permettent au récepteur de facilement décoder le message. Le concept de création d'un code commun est fascinant; des références uniques (ou « *inside jokes* ») sont créées dans la plupart des relations avec une certaine intimité (amicale ou amoureuse) et ces références se retrouvent également dans le choix d'émojis. Ce concept rappelle les besoins d'appartenance et d'affection de la pyramide de Maslow ou le besoin fondamental d'affiliation du psychologue Murray (Joly, 2009). En effet, qu'est-ce qu'il y a de plus rapprochant que de savoir que nous partageons avec nos proches un certain langage commun et que celui-ci est étranger au monde extérieur? Par exemple, un épisode récent de *RuPaul's Drag Race* (émission de télévision américaine où des « *drag queens* » sont en compétition pour le titre de *Next Drag Superstar*) avait comme catégorie du défilé de mode « LaLaPaRuZa Eleganza ». Alors que tout fan de l'émission pouvait instantanément savoir à quoi s'attendre, une personne étrangère à l'émission aurait de la difficulté à comprendre de ce dont il est question. Bref, c'est pareil avec les émojis. Dépendamment de la relation, certains émojis prennent un sens unique, un sens qui ne serait pas compris par un étranger manquant le référent commun entre l'émetteur et le récepteur de l'emoji. C'est le besoin d'appartenance de la pyramide de Maslow qui est comblé dans ce cas.

D'autre part, les émojis faciliteraient la lecture possiblement dans le sens qu'ils permettent d'exprimer un propos en moins de mots. Par exemple, au lieu de texter « je suis content de t'annoncer que... », quelqu'un pourrait simplement texter « je t'annonce que... 😊 ». Une participante de 18 ans a d'ailleurs affirmé que les émojis lui permettent de donner à ses amis une meilleure idée de comment elle se sent. Pour elle, les émojis rempliraient un besoin d'être comprise. Exprimant une réflexion similaire, une participante de 20 ans mentionne que les émojis lui rende possible de personnaliser ses messages texte. Elle utilise donc les émojis afin de démontrer sa personnalité à ses contacts. De plus, deux participants voient clairement les émojis d'un point de vue positif. Le premier affirme ne pas être fanatique des conversations textuelles, mais que les émojis lui offrent un rapprochement aux conversations en personne, car ils lui donnent un indice sur les sentiments de son interlocuteur: « je suis quelqu'un qui n'aime pas trop texter et préfère les conversations en personne. J'adore voir et sentir les émotions des autres. Les émojis me permettent de mieux savoir comment l'autre personne se sent par texte et me permettent de mieux réagir à la situation ». Enfin, un participant de 21 ans va même jusqu'à affirmer que « les émojis sont une partie essentielle d'une conversation numérique ».


3.4.5. Question 3 : « Pourquoi voudrait-on ajouter des émojis à nos messages texte? »

Lorsque nous avons compilé les réponses des 166 répondants, une réponse type est survenue très fréquemment: nous utilisons les émojis pour démontrer une émotion. Bien que cette réponse reste assez « premier niveau », plusieurs autres répondants ont donné des réponses plus recherchées qui nous éclairent sur les avantages des émojis. Tout d'abord, les émojis auraient, selon les répondants, des avantages cognitifs. Un participant de 19 ans a indiqué utiliser les émojis afin de clarifier le

sens des messages, alors qu'une participante, elle aussi âgée de 19 ans, mentionne utiliser les émojis dans le but d'éviter les malentendus. Dans ces deux cas, les participants indiquent que les émojis ont une fonction informative, car ils ajoutent des détails à la conversation.

Selon un participant de 19 ans, ces détails seraient les éléments non verbaux d'une conversation face à face : « [les émojis démontrent] le non verbal que l'on ne voit pas en se textant ». Un participant de 18 ans évoque un sentiment similaire en mentionnant que « [les émojis substituent] le manque de conversation face à face avec des expressions faciales ». Ce sentiment de rapprochement à la réalité est aussi partagé par une participante de 18 ans qui affirme utiliser les émojis pour rendre la communication en ligne plus réelle, une participante de 19 ans qui mentionne que les émojis lui permettent de « voir » les expressions faciales de son interlocuteur, et un participant de 19 ans qui soutient que ces images virtuelles ajoutent une « dimension d'authenticité » au message. Cette idée d'authenticité se retrouve aussi dans la réponse d'une participante de 18 ans indiquant que les émojis rendent la conversation plus humaine : « [j'envoie des émojis] pour ajouter une teinte plus humaine, en ce sens que tout humain utilisant la parole accompagne ses propos d'expressions ressenties non verbales, et je pense que les émojis peuvent permettre cela ».

La prochaine catégorie découle de ce concept d'humanité; selon les répondants suivants les émojis remplissent une fonction émotionnelle soient par leur humour, leur chaleur ou leur capacité à rassurer. En effet, un participant de 18 ans affirme qu'il ajoute des émojis « pour ne pas paraître froid ». Il continue en affirmant que « certaines personnes refusent de mettre des points à la fin de leur phrase sauf quand elles sont fâchées ». Au contraire d'utiliser des points à la fin de ses phrases,

comme il est la norme dans tout document écrit, en utilisant des émojis, ce participant souhaite rassurer son interlocuteur en lui indiquant que leur relation va bien. Ceci va de pair avec les études de Zareen qui indiquaient que la présence d'émojis dans les messages texte signifie habituellement que la relation entre les interlocuteurs est amicale et positive (Zareen, 2016). Les émojis ne seraient donc pas seulement un complément non-verbal au message, mais également un indicateur du niveau de la relation. Ce concept est intéressant, car il signifie que les émojis n'appuient pas toujours le contenu du message (les mots), mais pourraient également agir comme un complément au texte; il dénote une appréciation pour notre interlocuteur. Par exemple, si une personne envoie le message texte suivant à son amoureux : « le film était super bon  », il est possible que le cœur ne fasse pas référence au film, mais bien à l'amoureux! Dans ce sens, le cœur aurait un effet réconfortant pour le récepteur du message texte. Une participante de 18 ans a d'ailleurs indiqué envoyer des émojis « pour rassurer la personne à qui [elle] envoie le message texte ». Une autre participante du même âge utilise, quant à elle, ces images pour leur touche humoristique, alors qu'une participante de 22 ans les utilise pour éviter que son message soit « sec ». Bref, alors que les points seraient un signe de froideur et de formalité dans les messages texte, les émojis seraient chaleureux, humoristiques et rassurants.

Ce désir de briser la formalité en utilisant ces images numériques se retrouve dans la réponse d'une participante de 17 ans qui ajoute des émojis « pour alléger le ton de la conversation ». Une participante de 21 ans souhaite également éviter la frigidité en utilisant des émojis « pour rendre la conversation plus détendue ». Force est de constater qu'il y a une forte opposition entre le contexte professionnel, un contexte fort plus formel et rationnel que les relations amicales et amoureuses, et le fait que les émojis soient porteurs d'humour et d'une atmosphère de conversation détendue. Ces

deux éléments étant aux antipodes, il est possible de comprendre pourquoi l'intrusion de ces images à l'allure farfelue dans un milieu sérieux rendrait certaines personnes inconfortables.

La facilité et l'efficacité des émojis sont également des thèmes récurrents. Un participant désirant ne pas révéler son âge a mentionné que les émojis lui permettent de « transmettre un message ou un sentiment plus efficacement ». Une répondante de 22 ans fait l'écho de ce sentiment en affirmant qu'elle utilise les émojis pour transmettre une émotion et que c'est « plus facile que de l'écrire en mots ». Bref, selon ces deux participants, comme l'expression populaire le veut – une image vaut mille mots! Une répondante de 35 ans semble d'accord elle aussi, car elle utilise les émojis pour leur rapidité. Une participante de 19 ans les utilise, quant à elle, par paresse, car « les émojis expriment ce que tu n'as pas envie d'écrire ». En somme, ces participants semblent utiliser les émojis comme un outil – qu'ils jugent rapide et efficace.

Enfin, l'originalité et l'esthétisme des émojis seraient aussi des raisons pour leur utilisation. En effet, une répondante de 17 ans indique utiliser des émojis « pour embellir ses conversations ». Les émojis auraient donc un côté esthétique en ajoutant couleur et vie à un message texte. Une répondante de 20 ans a d'ailleurs mentionné envoyer des émojis pour « sortir de l'ordinaire et mettre un peu de vivacité », alors qu'une répondante du même âge a affirmé les utiliser pour personnaliser le message. Les émojis seraient donc un outil d'expression de soi et ils permettraient de montrer notre identité à travers nos choix d'images – cette fonction est notamment utilisée dans l'espace « à propos de moi » des profils sur les médias sociaux. À titre d'exemple, la partie descriptive de mon profil Instagram (oli_langlois) commence ainsi : « 24 • [drapeau du Canada] • [signe astrologique du Taureau] • [chemise professionnelle] • [drapeau de la fierté gaie]. Bref,

outre mon âge, au moyen de seulement des émojis, j'ai indiqué à toute personne visitant mon profil que je suis Canadien, né sous le signe astrologique du Taureau et d'identification LGBT. La chemise professionnelle, quant à elle, signifie que je suis un jeune professionnel. M'identifier à ces groupes d'appartenance m'a permis de créer des liens sur les médias sociaux – en utilisant seulement des émojis – et ceci est une pratique répandue. Bref, les émojis ont une fonction d'expression de soi, car ils permettent aux utilisateurs de montrer leur identité en se rapprochant ou en se différenciant de certains groupes.

En somme, en compilant les thèmes principaux donnés à la question « Pourquoi voudrait-on ajouter des émojis à nos messages texte? », nous pouvons conclure que les émojis sont utilisés pour leurs fonctions cognitives, leurs fonctions émotionnelles, leur chaleur, leur capacité à rassurer, leur humour, leur facilité, leur efficacité, leur rapidité, leur originalité et leur esthétisme. Sur une note plus humoristique, un participant de 26 ans a indiqué utiliser les émojis « parce que les filles le font ». Les émojis seraient-ils une technique de drague?

3.4.6. Question 4 : « Pourquoi NE voudrait-on PAS ajouter des émojis à nos messages texte? »

La 4^e question se concentrait sur les raisons pourquoi les participants ne voudraient pas envoyer des émojis dans leurs messages texte. Tout d'abord, il est intéressant de constater que, malgré le fait que certains répondants attribuent aux émojis la qualité de clarifier des messages, d'autres croient au contraire qu'ils peuvent créer une ambiguïté. Une répondante de 18 ans mentionne à cet égard qu'elle n'utiliserait pas les émojis « parce qu'ils peuvent être interprétés de la mauvaise façon, ce qui crée plus de confusion et de problèmes ». Un répondant de 18 ans fait l'écho de sa pensée en mentionnant que certains émojis ont plusieurs sens, ce qui peut entraîner un problème dans le décodage. En conséquence, selon une participante souhaitant ne pas divulguer son âge, pour le

récepteur, les émojis peuvent avoir une connotation ambivalente au sentiment de l'émetteur. Ceci va de pair avec les études de Bliss-Carroll sur les sens multiples que peuvent tenir certains émojis et les études de Hall sur les types de décodages possibles d'un message (notamment le décodage oppositionnel). Une étudiante de 18 ans affirme même explicitement que l'usage d'émojis, selon elle, rend le message moins clair, ce qui va à l'encontre de certaines réponses recueillies à la question 3 où certains participants affirment que les émojis clarifient l'intention du message. La diversité d'opinion sur le sujet nous indique que les réponses pourraient être moins blanches et noires qu'elles pourraient le paraître.

Une autre raison récurrente est la question du contexte. Comme l'indique une participante de 18 ans, « il y a des situations dans lesquelles ajouter des émojis dans nos messages texte n'est pas idéal, par exemple dans les messages sérieux au travail ». La fréquence de cette réponse n'est peut-être pas surprenante : lorsqu'on demandait précédemment aux participants de qui ils préféreraient ne pas recevoir d'émojis, les patrons et les collègues étaient souvent nommés. Une répondante de 17 ans estime que l'utilisation d'émojis au travail aurait comme conséquence, selon elle, de ne pas être prise au sérieux par ses collègues. Le cadre plus rigide de ce milieu serait donc moins adapté aux émojis qui seraient « trop colorés » pour être utilisés dans cet environnement selon une participante de 19 ans. Un répondant de 26 va même jusqu'à affirmer que les émojis sont « enfantins ». D'autre part, l'anti formalité des émojis les rendrait moins adaptés à certains médiums plus formels, comme les courriels, selon un étudiant de 19 ans. « Les émojis ne sont pas une façon formelle de communiquer! », exprime une participante de 23 ans. Une répondante de 19 ans affirme, quant à elle, qu'elle n'enverrait pas d'émojis dans une situation où elle souhaite « garder le message neutre et objectif et/ou établir une relation plutôt stoïque avec le destinataire ». Cette

dernière qualifie donc les émojis de subjectifs, ce qui occasionnerait un problème dans certains contextes, notamment le contexte professionnel.

Tout comme à la question 3, certains répondants ont analysé les émojis comme s'ils étaient des outils. Cependant, contrairement à la question 3, les inconvénients de ces images seront le point focal de cette prochaine section. En effet, bien que la rapidité des émojis était applaudie précédemment, cette opinion n'est pas partagée de tous. Notamment, une participante de 18 ans mentionne que « ça prend du temps pour les trouver » et une autre participante, celle-ci âgée de 26 ans, les qualifie comme étant « une perte de temps ». Un étudiant de 22 ans, quant à lui, souligne qu'il y a trop de choix d'émojis. Il est possible que ce grand éventail de choix soit la source du problème de la participante précédente, qui, rappelons-le, exprimait que trouver le bon est un long processus. Un participant de 19 ans voit aussi les émojis d'un point de vue négatif: « souvent les émojis rendent paresseux et cela n'améliore pas notre grammaire ». Bref, alors que pour certains les émojis seraient rapides et efficaces, pour d'autres ils seraient compliqués et une nuisance au langage.

Les situations tristes ne seraient aussi pas propices à l'utilisation d'émojis selon quelques répondants. « Si la situation est très sérieuse, comme la mort de quelqu'un, je ne mettrais pas un bonhomme qui pleure, même si c'est triste », affirme une étudiante de 22 ans. Dans ce contexte, les émojis ne seraient pas appropriés selon elle, car les utiliser montrerait un manque de compassion. En effet, il est possible que si les émojis sont utilisés sans mots dans la réponse à ce message texte, cela montre une attitude de je-m'en-foutisme face à la triste nouvelle. Autrement, si les émojis accompagnent des mots, la nature plus humoristique et moins sérieuse des émojis identifiée par certains répondants viendrait réduire, voire ridiculiser l'émotion entendue. Une participante de 20

ans mentionne d'ailleurs qu'il est possible qu'elle n'utilise pas d'émojis « dans le but de ne pas paraître insensible », alors qu'une participante de 25 s'abstiendrait de les envoyer « pour ne pas blesser » l'émetteur. Enfin, une étudiante de 18 ans indique que « certains émojis sont inappropriés ». Au premier niveau, quelques émojis (comme la pêche, l'aubergine et les gouttes d'eau) ont une connotation vulgaire. Toutefois, la répondante pourrait aussi vouloir dire que certains émojis sont inappropriés selon le contexte. Par exemple, à la réception d'un message texte annonçant le décès d'un proche, il serait inapproprié de répondre avec l'emoji du ballon rouge (même si cet emoji est autrement acceptable, voire considéré positif).

Il a déjà été établi à la question précédente, demandant aux participants pourquoi ils utilisent les émojis, que ces images numériques permettent une ouverture de soi et l'expression de sa personnalité. Toutefois, cette ouverture n'est pas souhaitée par tous et provoque un inconfort chez certains participants. Une étudiante de 18 ans a soulevé que son manque de proximité avec une personne serait une raison pour laquelle elle choisirait d'éviter l'usage d'émojis. Ceci se rattache au concept apporté précédemment selon quoi l'utilisation d'émojis dans les correspondances électroniques serait une étape à franchir dans toute relation qui perdure. D'autre part, un répondant de 22 ans admet ne pas user des émojis lorsqu'il souhaite « cacher ses émotions ». Son constat amène des questions: les hommes utilisent-ils moins les émojis? Serait-ce parce qu'il serait moins respectable dans la société occidentale pour les hommes de montrer leurs émotions? Un autre participant, celui-ci âgé de 19 ans, a une réponse semblable lorsqu'il mentionne ne pas utiliser les émojis, car il « ne veut pas nécessairement donner plus de détails confidentiels sur [sa] personne ».

Enfin, certaines participantes ont indiqué qu'elles évitent volontairement d'utiliser les émojis lorsqu'elles souhaitent montrer un manque d'intérêt ou un mécontentement vis-à-vis leur interlocuteur. En effet, une étudiante de 17 ans a mentionné ne pas utiliser les émojis lorsqu'elle « n'a pas vraiment envie de parler à la personne qui [lui] envoie le message ». Selon elle, ne pas envoyer d'émojis est donc synonyme de froideur et elle espère possiblement qu'en arrêtant d'utiliser de ces images, son destinataire comprendra le message et cessera de lui parler. Une autre répondante, celle-ci âgée de 18 ans, a développé cette pensée: « Parfois, il est intentionnel dans un message texte d'agir un peu froidement avec quelqu'un lorsque la situation est lourde ou inconfortable. Dans ce cas, on ne souhaite pas envoyer un émoji, car faire cela montre un effort supplémentaire lorsqu'on ne désire pas [poursuivre la conversation] ». Utiliser ces images indiquerait, selon elle, un intérêt envers son interlocuteur et un désir de lui parler; chose qu'elle souhaite éviter dans l'exemple donné. Outre le désintérêt, l'absence d'émoji pourrait aussi être synonyme de colère selon deux participantes âgées de 18 et de 20 ans. L'une d'elles a affirmé qu'elle n'envoie pas d'émojis lorsqu'elle est fâchée et qu'elle veut que l'autre personne le remarque vraiment. L'autre exprime un sentiment similaire en mentionnant éviter les émojis lorsqu'elle veut indiquer sa colère. Cette affirmation pourrait sembler extrême pour certains, mais est facilement explicable. En effet, tel qu'indiqué plus tôt, certains participants envoient des émojis pour ne pas paraître sec, donc, dans une situation inverse où une personne souhaite montrer cette froideur, il est normal que les émojis perçus comme chaleureux et humoristiques soient laissés de côté. Tel qu'il a été établi plus tôt, selon la majorité des participants, tous les émojis sont à éviter lorsqu'on désire paraître sérieux.

En résumé, cette section portait sur les raisons pour lesquelles les participants ne voudraient pas ajouter des émojis à leurs messages texte. Ces raisons incluent la confusion et l'ambiguïté que

peuvent amener certains émojis, les contextes et les situations qui sont parfois inappropriés, ainsi que le manque de proximité et/ou d'intérêt envers la personne avec qui la communication se déroule. Enfin, pour certains participants utiliser des émojis représenterait une trop grande ouverture de soi alors que pour d'autres ces images ne seraient pas pratiques, car elles sont trop nombreuses et peu efficaces.

3.4.7. Sommaire des questions ouvertes

La composante qualitative à notre questionnaire comprenait les quatre questions suivantes : « Avec quelles personnes êtes-vous le PLUS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? », « Avec quelles personnes êtes-vous le MOINS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons? », « Pourquoi voudrait-on ajouter des émojis à nos messages texte? » et « Pourquoi NE voudrait-on PAS ajouter des émojis à nos messages texte? ». À la suite d'une analyse thématique dans laquelle nous avons analysé les différentes réponses et les récurrences de celles-ci, nous pouvons tirer quelques conclusions. Tout d'abord, de façon générale, les émojis envoyés des jeunes n'étant pas en position d'autorité et des femmes sont la plupart du temps mieux reçus que ceux des personnes plus âgées, des personnes en position d'autorité et des hommes. Du côté des contextes, comme il était le cas dans les données de la section 2, les résultats des questions ouvertes indiquent que les émojis sont mieux reçus dans les contextes amical et amoureux que dans le contexte professionnel. Toutefois, les questions ouvertes nous ont permis de soulever le cas d'un contexte intéressant auquel nous n'avions pas pensé dans la section des questions fermées : celui du contexte familial. Le fait que les résultats soient mitigés rend ce contexte d'autant plus intéressant. Il serait enrichissant de poursuivre les recherches par rapport à ce contexte dans une future étude.

Les résultats des questions 3 et 4 nous donnent aussi des pistes intéressantes. Les réponses à la question 3 nous apprennent que nos participants utilisent les émojis pour leurs fonctions cognitives, leurs fonctions émotionnelles, leur chaleur, leur capacité à rassurer, leur humour, leur facilité, leur efficacité, leur rapidité, leur originalité et leur esthétisme. Ceci va à l'encontre des raisons soulevées à la question 4, les raisons pour lesquelles les participants ne voudraient pas ajouter des émojis à leurs messages texte comme le fait que certains émojis peuvent être mal interprétés ou peuvent ne pas être appropriés dans certaines circonstances. Lors d'une communication portant sur un sujet triste et sérieux, l'utilisation d'émojis pourrait être blessante selon certains répondants. De plus, c'est ce manque de sérieux qui rendraient ces images trop enfantines pour être utilisées dans un contexte professionnel selon d'autres.

Enfin, il est intéressant de noter certaines contradictions entre les réponses recueillies, ce qui démontre que ce sujet peut être controversé ou, du moins, l'objet de discussions plus approfondies. Par exemple, certains participants trouvent que ces images viennent clarifier le message, alors que d'autres pensent qu'ils peuvent rendre le message ambigu. Certains applaudissent la rapidité et la simplicité des émojis, alors que d'autres croient plutôt qu'ils sont trop nombreux et que « ça prend du temps de trouver le bon ». D'autre part, de nombreux participants utilisent les émojis pour démontrer leurs émotions, mais d'autres préfèrent cacher celles-ci, donc évitent cet outil. Enfin, même si la majorité des gens s'entendent pour affirmer que les émojis sont efficaces à montrer les émotions humaines, quelques participants nous ont fait remarquer que l'absence d'émojis – alors que le récepteur s'attend à ce qu'il y en ait – serait encore plus puissant. Après tout, une personne réellement fâchée ne ferait probablement pas l'effort de choisir des émojis, que certaines personnes qualifient d'humoristiques et chaleureux, alors qu'elle est en colère et souhaite être prise au sérieux.

3.4.8. Intégration des résultats quantitatifs et qualitatifs

Lorsque nous comparons nos résultats quantitatifs à nos résultats qualitatifs, nous pouvons soulever une ressemblance majeure et une différence majeure entre ceux-ci. Nos résultats des deux méthodes de recherche indiquent que les émojis sont moins bien reçus dans les messages texte de type professionnel. La seule nuance étant que, dans le cas des résultats quantitatifs, cette affirmation est seulement significative pour les émojis négatifs, alors que les résultats qualitatifs ne font aucune distinction quant à la connotation des émojis. La différence principale entre nos résultats quantitatifs et qualitatifs provient de notre trouvaille qualitative selon laquelle les émojis ne seraient pas toujours appropriés aux situations négatives puisqu'ils manquent de sérieux. Au contraire, nos résultats quantitatifs nous indiquent que, dans un contexte amoureux, utiliser des émojis positifs dans une situation négative suscitera une meilleure réaction de la part du récepteur, et ce de façon significative. Autrement, nos données qualitatives offrent un supplément d'informations à nos données quantitatives sans les confirmer ou les infirmer; elles viennent plutôt compléter le portrait de la perception des émojis peint par notre étude.

Chapitre 4 : Discussion

4.1. Validité de notre étude

Suite à l'analyse de nos résultats, nous avons pu répondre à toutes nos questions de recherche avec des résultats significatifs. Ceci vient valider les méthodes de recherche choisies, car elles nous ont aidé à amasser un nombre important de données et les questions ciblées nous ont permis de répondre à toutes nos questions de recherche. De plus, nous avons pu obtenir davantage de résultats significatifs en corrélant les données identificatrices (c-à-d âge, sexe, relation avec le patron) des 156 participants retenus à leurs réponses aux questions. Enfin, les questions qualitatives demandées en fin de sondage nous ont permis d'appuyer nos données quantitatives en offrant des constats similaires et en nous offrant le « pourquoi » derrière la majorité de nos résultats. En effet, dans la partie qualitative, plusieurs répondants nous ont donné des réponses détaillées, ce qui nous a aidé à comprendre leur raisonnement et de personnifier notre étude à l'aide de citations. Nous trouvons cet aspect important étant donné que notre sujet de recherche, les émojis, est un sujet d'actualité qui touche directement le groupe étudié (les étudiants universitaires).

La partie qualitative de l'étude a aussi offert la possibilité à nos répondants de donner leur opinion sur le sujet des émojis à l'extérieur des trois contextes (c-à-d amoureux, amical et professionnel) offerts aux participants dans les mises en situation de la partie qualitative. Une observation intéressante découlant de cette ouverture est la perception des émojis dans un contexte familial. Nos résultats nous portent à croire que les données recueillies seraient bien différentes selon s'il s'agit d'une relation sœur-frère ou parent-enfant. Lorsqu'il s'agit d'une relation sœur-frère, les participants sont plus à l'aise de recevoir des émojis que lorsqu'il s'agit d'une relation parent-

enfant. La question de hiérarchie devient alors intéressante. Cette dernière est moins présente dans une relation sœur-frère, cependant le cas de la relation parent-enfant rappelle le cas d'une relation patron-employé, dans le sens qu'il existe une plus forte hiérarchie. Toutefois, dans le cas de la relation parent-enfant il existe plus souvent une familiarité voire une amitié qui se développe (surtout lorsque l'enfant entre à l'âge adulte). Ceci pourrait venir expliquer la position intéressante que tiennent les émojis dans le contexte familial. En effet, rappelons qu'il y a une forte majorité de nos répondants en faveur des émojis dans un contexte amoureux ou amical, mais qu'il y a une forte majorité de ces mêmes répondants en défaveur des émojis dans un contexte professionnel. La position des émojis dans le contexte familial est, au contraire, plus partagée avec de nombreux répondants en faveur et de nombreux participants en défaveur par rapport à l'utilisation d'émojis dans ce contexte. Bref, nous sommes heureux que nos questions qualitatives nous aient permis de relever ce contexte qui serait fort intéressant d'explorer dans le cas d'une étude future.

4.2. L'évolution technologique des émojis entre 2016 et 2019

L'évolution technologique du sujet a aussi été un facteur intéressant au cours de nos trois années d'exploration des émojis. Entre le début de cette recherche en 2016 à la fin de celle-ci, en 2019, l'emoji du fusil a été remplacé par l'emoji du fusil à eau en août 2016 (Emojipedia, 2019). Apple a introduit une plus grande variété d'émojis, plus inclusifs au niveau de l'orientation sexuelle, du genre et de l'ethnicité. La première mise à jour de 2019 a été annoncée et celle-ci inclut des émojis représentant des personnes ayant un handicap physique (BBC, 2019).

Depuis 2016, il y a aussi eu l'introduction par Apple d'animojis et de memojis. Les animojis ont vu le jour en novembre 2017 et utilisent la technologie de la reconnaissance faciale (Downer, 2018). Les utilisateurs peuvent prendre l'apparence faciale de douze émojis populaires (dont le singe, la licorne, le martien et le robot) et envoyer un message vocal à leurs contacts. L'animoji imite les mimiques faciales de l'utilisateur pour donner l'impression que c'est l'animal qui parle. Vlad Savov, un écrivain pour The Verge fait l'éloge de ce nouveau type de communication : « The key is in the depersonalization and the stripping of extraneous information that animoji provide: things like how messy your room is, how puffy your face is, and so on are simply taken out » (Downer, 2018). Les animojis ont laissé leur marque dans la culture populaire lorsque des utilisateurs ont créé des « animoji karaokes » et les ont publiés sur les médias sociaux comme YouTube. Le concept des « animoji karaokes » est d'utiliser l'audio de chansons populaires et de s'enregistrer (en tant qu'animoji) en train d'imiter la chanson sous forme de « lipsync ». Le lien entre parenthèses amène à un « animoji karaoke » de la chanson *Bohemian Rhapsody* du groupe Queen, vu près de 2 millions de fois (<https://www.youtube.com/watch?v=Vtjgl7ZLgxc>).

Les memojis ont fait leur apparition l'année suivante, soit en 2018 et suivent un concept similaire. Ils utilisent eux aussi la reconnaissance faciale et imitent les mimiques des utilisateurs. Toutefois, les memojis ont l'allure d'une personne humaine à qui l'utilisateur peut attribuer l'apparence souhaitée parmi un nombre impressionnant d'options.

4.3. Les émojis : culture populaire et commercialisation




L'actualité et la présence au sein de la culture populaire des émojis nous ont aussi permis de tomber sur des articles et des vidéos plus loufoques au cours de notre recherche. Bien qu'elles ne soient pas toutes des sources scientifiques, il est intéressant dans le cadre de notre sujet de sortir des balises de l'étude scientifique et d'analyser la présence médiatique des émojis au cours des dernières années. Un film américain produit par Sony Pictures Animation et distribué par Columbia Pictures est sorti au grand écran en juillet 2017. Le film, mettant en vedette, entre autres, les voix d'Anna Faris, T.J Miller, Maya Rudolph, James Corden, Christina Aguilera, Sofia Vergara et Jennifer Coolidge, a amassé près de 218 millions au box office. Toutefois, les critiques ont été en grande majorité négatives et le film est considéré comme étant l'un des pires films de 2017 (Wikipedia, 2019). De plus, il est maintenant impossible de se promener dans un magasin à grande surface sans y voir un toutou, un porte-clés, un chandail ou une efface à l'image d'un emoji. Notre trouvaille préférée a été celle d'un débouchoir de toilette à la forme de l'emoji du caca souriant au Canadian Tire (voir Annexe B). Un sketch comique de la populaire série québécoise *Like-Moi*, mettant en vedette la comédienne Katherine Levac, a aussi attiré notre attention (<https://www.youtube.com/watch?v=1kxzjasKiHQ>). Dans ce sketch de 2016, le personnage de Katherine échange seulement à l'aide d'émojis avec le garçon qui l'intéresse, ce qui crée un hilarant malentendu et rappelle les études de Hall. En effet, les personnages du sketch comique ont visiblement un bagage de connaissances et d'expériences différent, ce qui crée un bruit dans la communication entre l'émetteur et le récepteur. À l'internationale, Ellen Degeneres a offert un segment sur les émojis lors d'un épisode de sa populaire émission quotidienne *The Ellen Show* (https://www.youtube.com/watch?v=Qkd_18BXnaE). Lors de cet épisode de 2014, elle compare

de façon assez cocasse la variété des émotions disponibles avec les émojis à la variété d'émotions que maîtrise Meryl Streep.

Pendant nos recherches, nous sommes aussi tombés sur des articles assez cocasses. Nos deux préférés sont, tout d'abord celui selon lequel un couple new yorkais a utilisé uniquement des émojis pour communiquer pendant 30 jours. L'homme admet que ces bonhommes l'aidaient à séduire sa belle, tandis que celle-ci admet préférer les émojis en forme de cœur au « je t'aime » classique (Buzzfeed, 2015). Le deuxième article cocasse provient de Man's Health et indique que, selon une étude de Match.com, 64% des hommes utilisant des émojis dans leurs conversations informatiques avec les femmes obtiennent des relations sexuelles mensuellement, soit trois fois plus que les hommes n'usant pas ce type de marqueur de texte (Men's Health, 2015).

Enfin, les émojis sont souvent utilisés en tant que jeux dans les médias sociaux. Un exemple populaire est de fournir une séquence d'émojis et de faire deviner aux participants de quel film il

s'agit. C'est ainsi que «     » devient le film d'animation *Zootopia* et que

«     » devient le film américain *Hidden Figures*. Ces jeux sont intéressants, car

ils nous indiquent qu'une association d'émojis peut rappeler un film sans qu'aucun mot soit utilisé.

Dans ce jeu, les émojis ont complètement remplacé le langage et seulement quatre émojis peuvent être utilisés afin de faire rappeler au joueur un film d'une heure et demie. Combien de mots faudrait-il pour résumer un film de 90 minutes ?

4.4. La popularité des émojis

Suite à nos résultats, nous pouvons remarquer clairement que les émojis peuvent changer la signification d'un message. Dans un message du contexte amoureux, la présence d'un emoji positif tel un cœur ou un bonhomme sourire peut venir changer la perception d'un message texte et ainsi avoir un effet sur le confort du récepteur. Dans l'exemple de notre sondage, le récepteur recevait le message suivant : « Je dois te parler de quelque chose ». Si un emoji positif est ajouté à la fin du message, le récepteur se dit que l'intention et le message doivent être positifs, mais s'il n'y a aucun emoji ou qu'un emoji négatif est ajouté, le récepteur se dit alors que la situation est négative. Dès lors qu'on accepte que les émojis ont un impact réel dans les conversations électroniques, la question suivante se pose : les émojis pourraient-ils remplacer complètement le langage? Selon un sondage conduit par Harris Poll, 36% des milléniaux âgés entre 18 et 34 ans trouvent que les « expressions visuelles » comme les émojis communiquent mieux leurs pensées et leurs émotions que les mots. Ce numéro est plus de deux fois plus élevé que pour les personnes âgées de plus de 65 ans (Steinmetz, 2017). Ce sondage d'Harris Poll compte un échantillon de 2000 adultes américains, parmi lequel 1400 participants ont admis utiliser des images dans leurs messages texte.

Selon NBC Chicago, environ 5 milliards d'émojis sont envoyés par jour sur *Facebook* (Racoma, 2018). Cette donnée date du 17 juillet 2017, la journée internationale des émojis (World Emoji Day). Le choix de cette date n'est pas arbitraire non plus, il s'agit de la date indiquée sur l'emoji du calendrier! Autre *Facebook*, les émojis sont aussi largement utilisés sur *Instagram* et *Twitter*. Pour ce dernier, *emojitracker*, un site web calculant en temps réel le nombre de fois que chaque emoji est utilisé sur la plateforme, est en fonction depuis juillet 2013 (Rothenburg, 2013). Selon ce site, à 21h50 le 26 février 2019, les cinq émojis les plus utilisés sont les suivants : l'emoji qui rit

aux larmes (utilisé environ 2 335 000 000 fois), le cœur rouge (utilisé environ 1 120 000 000 fois), le symbole du recyclage (utilisé environ 945 000 000 fois), l'emoji avec les yeux en cœurs (utilisé environ 857 000 000 fois) et le cœur de la suite des symboles de cartes de jeux ayant une allure légèrement différente du cœur classique en deuxième position (utilisé environ 705 000 000 fois). Entre ces cinq émojis, le plus surprenant est probablement celui du recyclage qui connaît une montée fulgurante depuis ces dernières années (Rothenburg, 2017). En remarquant cette tendance, le créateur d'*emojitracker*, Matthew Rothenburg s'est demandé ce qui peut avoir causé ce gain de popularité.

4.5. Le cas du symbole de recyclage

L'analyse et la recherche de Rothenburg sont pertinentes, car les émojis sont un exemple concret de quelques points apportés dans sa thèse. D'abord, il est important de comprendre la raison de la soudaine popularité de cet emoji. En consultant les *tweets* contenant cet emoji, nous pouvons constater que ce sont des *tweets* en vaste prédominance en langue arabe. Rothenburg a aussi tiré la même conclusion (Rothenburg, 2017). Suite à cette observation, il a tenté de découvrir pourquoi cet emoji était autant utilisé dans le monde arabe. Il a fait un lien avec les autres émojis de couleur verte, une couleur importante dans l'islam, étant donné que les autres émojis de couleur verte ont aussi un montant disproportionné de *tweets* en arabe. Toutefois, le cas du symbole de recyclage est différent, car le langage utilisé suit presque toujours le même format et est beaucoup plus uniforme que pour les autres émojis de couleur verte. De plus, un lien vers les mêmes sites web est présent à la fin de la plupart de ces *tweets*. Suite à cette constatation, Rothenburg s'est demandé s'il pouvait s'agir de faux comptes (on parle de « bots » ou de « spam accounts » en anglais). Néanmoins, la

distribution des utilisateurs utilisant l'emoji n'est pas anormale et plusieurs comptes semblent l'utiliser qu'une seule fois, ce qui suit la distribution typique et organique. Cette théorie a donc été mise de côté et l'étape suivante était de déterminer ce que ces *tweets* en arabe signifient et ce qu'est ce site web. La conclusion est que ces *tweets* sont en grande majorité des prières et que ces sites web, du3a.org et zad-muslim.com, permettent aux utilisateurs de connecter leur compte *Twitter* à ces sites (ou applications) et que ces sites publieront automatiquement des prières sur leur compte (Rothenburg, 2017).

Selon un témoignage de Muhammed Alsayid, un contact de Rothenburg :

« Many people use these apps to post Duaa (prayers) on their behalf. I know a relative who subscribed to one of these apps on FB through her deceased husband's account. The intention is to keep his profile alive with prayers on a daily basis and people can remember him and pray for him. It is a common thing in the Arab world as I know. » (Rothenburg, 2017)

Et quel est le lien avec le symbole de recyclage? Eh bien, l'emoji vert du recyclage signifierait de partager la prière en republiant le *tweet* pour que de plus en plus de gens puissent le lire et ainsi prendre connaissance de la prière (un peu comme un recyclage d'un *tweet*/d'une prière dans un sens!). Mais, pourquoi ce long détour et quelle est sa pertinence à cette thèse? Plusieurs éléments sont à considérer. D'abord, le sens et la popularité des emojis peuvent varier largement selon les cultures. Le regard offert tout au long de cette thèse est en grande majorité celui de jeunes étudiants canadiens. Toutefois, comme nous l'indiquent Hall, Bliss-Carroll et Wang dans leurs études, il n'existe pas qu'une seule lecture des emojis. Ceux-ci prennent différents sens selon le contexte, les

références communes et la culture des interlocuteurs. Rappelons les études de Hall, selon qui : « certains codes peuvent, bien sûr, être si répandus dans une communauté ou une culture linguistique spécifique [...] qu'ils semblent non pas construits [...], mais "naturellement" donnés. Des signes visuels si simples semblent, dans ce sens, avoir atteint une "quasi-universalité", alors qu'il est prouvé que même les codes visuels apparemment "naturels" sont propres à une culture » (Hall, 1994, p. 32). Nous trouvons donc important de replacer notre étude dans un cadre plus grand en rappelant que le contexte occidental de nos participants a effectivement une incidence sur nos résultats, tout comme le contexte culturel et religieux du Moyen-Orient a un impact sur l'utilisation de l'émoji du symbole de recyclage. La culture de l'utilisateur suscite sans doute une différence sur le choix et sur le décodage (ou la compréhension) des émojis. D'autre part, cette étude de cas de l'émoji du recyclage démontre en même temps la presque-universalité de ces petites images numériques dans le sens qu'elles sont identiques visuellement à travers le monde et que toute personne peut les regarder et les comprendre. Est-ce qu'un homme cambodgien âgé de 80 ans comprendra la même chose qu'une jeune femme étudiante âgée de 20 ans? Il est possible que non. Mais, les deux vont tirer un sens à cet émoji selon leur bagage de connaissances et leur contexte social. Enfin, cette question du symbole de recyclage nous montre que le contexte culturel serait aussi une variable intéressante à étudier dans une prochaine étude aux questions similaires. Pourquoi ne pas comparer le contexte professionnel canadien au contexte professionnel chinois? Le contexte amoureux portugais au contexte amoureux indonésien? Ou bien, le contexte familial angolais au contexte familial australien? Il y a encore plusieurs pistes inexplorées dans les études sur les émojis et leur compréhension nous en apprendrait plus ce sujet palpitant à l'intersection des études en communication, en sociologie et en psychologie.

Conclusion

Pour conclure, nous constatons que la communication par messages instantanés fait partie intégrante de la vie de tous les jours, et ce, dans de nombreux contextes. Qu'il s'agisse de collègues qui communiquent de l'information professionnelle, de membres d'une même famille qui conversent ou d'étudiants qui tentent de réaliser un projet de groupe, les humains expriment souvent le besoin de briser les barrières du temps et de l'espace en s'envoyant des messages instantanés (Garrison *et al.*, 2011). De plus, un nombre grandissant de ces messages contiennent au moins un émoji (Truss, 2004).

Le phénomène populaire des émojis n'a pas été exhaustivement étudié, puisqu'il s'agit d'un concept relativement récent. D'autre part, dans la majorité des études qui traitent de ces images numériques, les chercheurs tentent plutôt de les définir à l'aide d'une analyse de contenu que de comprendre leur impact social à l'aide de méthodes quantitatives. À travers notre recherche, nous avons posé un regard nuancé sur les émojis. En effet, notre but n'était pas seulement d'exprimer leur utilité essentielle en tant qu'instrument de communication non verbale à l'intérieur d'une discussion numérique; nous espérons aussi que nos résultats mette en lumière les limites de la communication par émojis. D'ailleurs, selon une étude antécédente, la communication par émojis comporte également ses limites et peut entraîner des problèmes de communication entre les correspondants. Les causes sont multiples et peuvent être liées aux personnalités, aux niveaux d'attachement émotionnel et à la rationalité des interlocuteurs (Zareen, 2016).

Pour en arriver à nos fins, nous avons demandé à nos participants de noter leur réaction face à des messages texte sur une échelle de type Likert. Un premier groupe a analysé des messages texte

sans émojis, un deuxième groupe a donné son opinion par rapport à des messages texte contenant un émoji à connotation positive et un troisième groupe a fait le même exercice avec des messages texte contenant un émoji à connotation négative. Dans les trois cas, les messages texte et les contextes étaient identiques.

Nous avons trois questions de recherche et nous avons obtenu des résultats significatifs pour chacune des questions de recherche :

Dans un contexte amical ou amoureux, les messages texte contenant un émoji à connotation positive suscitent-ils une réaction plus positive de la part du récepteur que les messages texte ne contenant aucun émoji?

Bien que nous ne puissions pas confirmer l'impact des émojis à connotation positive dans un contexte amical, nous pouvons le faire pour le contexte amoureux. En effet, que ce soit dans le cas d'une situation positive ou d'une situation négative, l'ajout d'un émoji à connotation positive suscite une réaction significativement plus positive de la part du récepteur. Ceci pourrait être dû au fait que les émojis ont un effet multiplicateur dans le contexte amoureux. Ce que nous entendons par cela est que dans le cas d'une situation positive, l'émoji amène un renforcement positif au récepteur du message texte. Selon nos résultats, il est possible de croire que la présence d'émojis positifs dans un message texte venant d'un(e) amoureux(se) apporterait un réconfort sur l'état de la relation (particulièrement la présence de cœurs). Ceci rappelle les études de Zareen, selon lesquelles les émojis envoyés entre les interlocuteurs donneraient un indice sur leur relation. Dans le cas de la question 2, recevoir le message : « Je dois te parler de quelque chose. » de la part de

son amoureux(se) pourrait amener un stress et un inconfort, car c'est la phrase type lorsque quelque chose va mal. Est-ce une rupture? Est-ce une mauvaise nouvelle?

Toutefois, envoyée avec l'emoji suivant : « Je dois te parler de quelque chose. 😍 », la phrase change complètement de sens. L'emoji indique que le sujet sera positif. Est-ce un compliment? Est-ce une bonne nouvelle? La sphère des possibilités est complètement différente, et tout ça à cause d'un emoji!

Dans le contexte amical, les émotions et l'attachement sont souvent moins forts que dans un contexte amoureux, donc la présence (ou l'absence) d'emojis a souvent un moins grand impact. Bref, grâce à nos recherches, nous pouvons apporter le constat que les emojis positifs ont un plus grand impact sur le confort des récepteurs dans le contexte amoureux.

Nous avons aussi obtenu des résultats significatifs pour notre deuxième question de recherche :

Dans un contexte amical ou amoureux, les messages texte contenant un emoji à connotation négative suscitent-ils une réaction plus négative de la part du récepteur que les messages texte ne contenant aucun emoji?

Notre réponse ici doit être nuancée. Dans le cas d'un message texte d'une situation négative dans le contexte amoureux ou amical, l'ajout d'un emoji à connotation négative n'occasionne aucun impact significatif. Néanmoins, dans le cas d'un message texte d'une situation positive de ces

mêmes contextes, l'ajout d'un emoji à connotation négative suscite une réaction significativement plus négative de la part du récepteur.

Il est probable que l'inconfort provenant d'un emoji négatif dans une situation positive est dû au fait que dans ce cas l'emoji montre l'attitude de l'émetteur face à la situation. Dans la mise en situation de l'artiste, est-ce que l'émetteur ne veut pas aller à l'évènement avec le récepteur? Dans le cas du souper romantique, est-ce que l'émetteur est impatient, car le récepteur est en retard? Peu importe la lecture que les participants peuvent avoir fait de ces messages texte, un niveau d'inconfort plus élevé peut être observé dans les situations positives avec des emojis négatifs. Il est aussi possible que la réaction plus négative provient de l'opposition entre la situation et l'emoji utilisé; ici en opposition. Toutefois, dans le cadre de nos études quantitatives, les mêmes résultats n'ont pas été obtenus pour les emojis positifs insérés dans les situations négatives.

L'analyse de notre dernière question de recherche, celle portant sur le contexte professionnel, a aussi occasionné des résultats significatifs.

Dans une situation professionnelle, les messages texte contenant un emoji (positif ou négatif) suscitent-ils une réaction plus négative, et possiblement un inconfort, de la part du récepteur?

Encore une fois, nous nous devons d'être nuancés dans notre réponse. L'ajout d'un emoji à connotation positive dans un message texte provenant du contexte professionnel n'a aucun impact significatif, qu'il s'agisse d'une situation positive ou négative. Toutefois, l'ajout d'un emoji à

connotation négative dans un message texte provenant du contexte professionnel suscite une réaction significativement plus négative, qu'il s'agisse d'une situation positive ou négative.

Suite à ces résultats, il est possible de croire que l'usage d'émojis à connotation négative dans les messages provenant d'un supérieur pourraient être vus comme une menace du point de vue des employés, ce qui expliquerait ainsi leur inconfort par rapport à ceux-ci.

De surcroît, nous avons cru bénéfique de mener des analyses supplémentaires en utilisant les variables du sexe, de l'âge, de la relation avec le(la) patron(ne) et de la situation amoureuse. Dans le cas des trois premières variables (sexe, âge et relation avec le(la) patron(ne)), nous avons obtenu des résultats significatifs (voir les sections 2.3.2., 2.3.3. et 2.3.4.). Ces résultats viennent prouver la pertinence de nos questionnements supplémentaires et de leur analyse subséquente.

Notre analyse qualitative nous a aussi permis de tirer des conclusions intéressantes grâce aux résultats obtenus aux quatre questions ouvertes. Tout d'abord, de façon générale, les émojis envoyés des jeunes n'étant pas en position d'autorité et des femmes sont la plupart du temps mieux reçus que ceux des personnes plus âgées, des personnes en position d'autorité et des hommes. Ensuite, les émojis sont généralement mieux reçus dans les contextes amical et amoureux que dans le contexte professionnel. Enfin, les émojis sont utilisés pour leurs fonctions cognitives, leurs fonctions émotionnelles, leur chaleur, leur capacité à rassurer, leur humour, leur facilité, leur efficacité, leur rapidité, leur originalité et leur esthétisme. Toutefois, ils peuvent aussi être perçus comme étant enfantins, ambigus et étranges selon le contexte.

L'une des forces majeures de notre questionnaire est qu'il est court (seulement 10 questions), ce qui a probablement eu une incidence positive sur le nombre de participants. Aussi, le sujet des émojis est d'actualité et ne demande aucune expertise de la part du répondant. Donc, l'étude est adaptée à tous et ne demande pas un ciblage particulier sur SIPR.

Les quatre questions ouvertes sont aussi une force de l'étude, car elles nous permettent d'ajouter des réponses personnalisées dans le but de supporter et d'enrichir nos données quantitatives. Nous trouvons cette approche appropriée à notre étude, car celle-ci se trouve dans la sphère émotionnelle des sciences sociales. Rappelons que Fred Lordon mentionne dans son livre *La société des Affects* que ce tournant émotionnel est très en vogue dans les sciences sociales contemporaines (Lordon, 2013). Lorsque nous citons les répondants, nous nous sommes assurés de rester éthiques et transparents. Seuls le sexe et l'âge des participants cités ont été révélés et les participants ont donné leur consentement à cette méthode avant de pouvoir remplir le sondage électronique.

Toutefois, notre méthodologie comporte également quelques biais. Tout d'abord, tous les étudiants sondés à travers ce site proviennent de la même université (l'Université d'Ottawa) et du même programme (de psychologie). Ceci fait en sorte que le groupe étudié est assez homogène, car ce sont des personnes cultivées provenant principalement de la même ville (Ottawa) ou de ses environs. Puisque nos participants étudient tous en psychologie, il serait logique de croire qu'ils ont un intérêt plus poussé envers les émotions et les réactions humaines que le canadien moyen et, les émojis ont, bien entendu, un lien assez direct avec les émotions humaines. De plus, la majorité des étudiants en psychologie sont de jeunes adultes, ce qui occasionne des données assez homogènes au niveau de l'âge. Ceci suscite un biais dans le cadre professionnel, car force est de constater que la majorité de ces universitaires ne sont probablement pas complètement insérés dans

le domaine professionnel. D'autre part, des études ont prouvé qu'il existe un lien entre la culture ou le lieu d'origine de répondants et leur façon d'interpréter différents émojis (Wang, 2004). Bref, bien qu'une étude à l'échelle mondiale ne soit pas le but de notre recherche, nous devons tout de même être conscients que nos résultats proviennent d'une université canadienne et ne représentent pas nécessairement la réalité universelle.

Finalement, nous croyons qu'il est important de poursuivre les études sur les émojis, car mieux comprendre ces images numériques permettra aux utilisateurs de les exploiter plus consciemment et intelligemment. Certaines pistes dont nous suggérons l'étude sont une analyse quantitative sur le contexte familial (c'est un contexte qui revenait fréquemment dans la partie qualitative de notre étude) et une analyse comparative entre différentes cultures sur l'impact ainsi que la signification des émojis afin d'offrir une approche plus globale à ce phénomène populaire. Enfin, nous croyons qu'il serait intéressant d'étudier les différences dans l'interprétation des émojis entre les enfants et les adultes étant donné que le bagage de connaissances est différent.

En somme, les émojis peuvent servir à bien plus qu'à l'expression de nos états d'âme sur des messages texte. En Suède, ces images sont également utilisées par un organisme pour aider les enfants victimes de maltraitance infantile à exprimer les problèmes qu'ils vivent chez eux. (Buchinger, 2015). Puisqu'ils peuvent donner une voix à ceux ayant de la difficulté à exprimer leurs émotions, nous estimons que les émojis ont un potentiel bien plus important et bénéfique pour la société que leur commercialisation pourrait le laisser croire. Que ce soit des jeunes enfants ayant besoin d'exprimer une douleur qu'ils ressentent, mais n'ayant pas le vocabulaire nécessaire ou des aînés ayant de la difficulté à exprimer leurs besoins, les émojis pourraient rendre possible une

meilleure communication entre patient et aidant dans le domaine de la santé. Car, rappelons-le, à la base les émojis sont un langage...une façon de s'exprimer par images. 😊

Bibliographie

BATEMAN, S. (2014). *Brothers, Stand Firm : Seven Things Every Man Should Know, Practice, and Invest in the Next Generation*, États-Unis: Wipf and Stock Publishers.

BAZZAZ, Dahlia (2016). *Emoji can help manage the emotional tone of work*. Repéré à <http://www.theaustralian.com.au/business/companies/emoji-can-help-manage-the-emotional-tone-of-work/news-story/89b5969c7359df780dec6c4825d77f4b>

BBC (2019). *New Emojis 2019 : Emojipedia have released new emojis*, Repéré à <https://www.bbc.co.uk/newsround/47141142>

BELISLE, Claire et Guy JOUANNADE (1988). *La Communication visuelle : Rétroprojecteur Microordinateur*, Paris : Les Éditions d'organisation, 196 p.

BERCIER, Renée (2009). *Le pouvoir persuasif des célébrités dans la publicité sociale : une étude basée sur les modèles de la source*, Ottawa : Université d'Ottawa, 105 p.

BLISS-CARROLL, N L. (2016). *The Nature, Function, and Value of Emojis as Contemporary Tools of Digital Interpersonal Communication*. Thèse, Gardner-Webb University. Repéré dans ProQuest Dissertations Publishing (10191572)

BRISSET, M (2015). *Médias et stéréotypes sociaux Représentations de l'otaku japonais*. Thèse, Université d'Ottawa, Repéré à https://ruor.uottawa.ca/bitstream/10393/33181/1/Brisset_Maxime_2015_These.pdf

BUCHINGER, Julie (2015). *Un emoji au beurre noir?*, Repéré à <https://www.infopresse.com/article/2015/6/1/un-emoji-au-beurre-noir>

CAGLE, T. (2016) *Apple Users Fire Off Their Gun Emoji*. Repéré à <https://www.dailydot.com/unclick/apple-users-mourn-gun-emoji/>

CHEVALIER, Jean et Alain GHEERBRANT (1982). *Dictionnaire des symboles*, Paris : Éditions Robert Laffont S.A. et Éditions Jupiter, 1060 p.

COSSETTE, Claude (1983). *Les images démaquillées*, Québec : Les Éditions Riguil internationales, 639 p.

DE JAEGER, J-M. (2016). *Apple va remplacer l'emoji revolver par un pistolet à eau*. Repéré à <http://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/2016/08/02/32001-20160802ARTFIG00170-apple-va-remplacer-l-emoji-revolver-par-un-pistolet-a-eau.php>

DEPARTMENT OF KNOWLEDGE TECHNOLOGIES (2015). *Emoji Sentiment Ranking v1.0*. Repéré à http://kt.ijs.si/data/Emoji_sentiment_ranking/

DERKS, D., BOS, A. E. R. et VON GRUMBKOW, J. (2008). Emoticons in computer- mediated communication: Social motives and social context. *Cyberpsychology & Behavior*, 11(1), 99–101.

Repéré à DOI : 10.1089/cpb.2007.9926

DIMSON, T. (2015). Emojineering part 1: Machine learning for emoji trends, *Instagram Engineering*, Repéré à <http://instagramengineering.tumblr.com/post/117889701472/emojineering-part-1-machine-learning-for-emoji/>

DONOVAN, D. (2016) Mood, emotions and emojis: conversations about health with young people, *Mental Health Practice*, 20 (2), 23-26. Repéré à DOI: 10.7748/mhp.2016.e1143

DOWNER, Adam (2017). *Amimoji*, Repéré à <https://knowyourmeme.com/memes/animoji>

DUFOUR, Fritz (2017). *Exploring the Possibilities for the Emergence of a Single and Global Native Language*, MBA, DESS, 236 p.

EMOJIPEDIA (2019). *Pistol*, Repéré à : <https://emojipedia.org/pistol/>

EMOJI RESEARCH TEAM. (2015). *2015 Emoji Report*. Repéré à <http://emogi.com/report.php>

FULLWOOD C, QUINN S, CHEN-WILSON J, CHADWICK D et REYNOLDS K. (2015). Put on a Smiley Face : Textspeak and Personality Perceptions. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol 18 (3), p. 147-152. Repéré à DOI: 10.1089/cyber.2014.0463

GARRISON A, REMLEY D, THOMAS P et WIERSZEWSKI E. (2011). Conventional Faces: Emoticons in Instant Messaging Discourse, *Computer & Composition*, Elsevier, Vol. 28 (2), p. 112-125. Repéré à DOI : 10.1016/j.compcom.2011.04.001

GLIKSON Ella, CHESHIN Arik et Gerben A. VAN KLEEF (2017). The Dark Side of a Smiley : Effects of Smiling Emoticons on Virtual First Impressions, *Social Psychological and Personality Science*, Repéré à DOI : 10.1177/1948550617720269

HALL *et al.* (1968). Proxemics [and Comments and Replies], *The University of Chicago Press, Current Anthropology* Vol. 9, No. 2/3, p. 83-108. Repéré à <https://www.jstor.org/stable/2740724>

HALL, S. (1994). Codage/Décodage, *Réseaux. Communication – Technologie – Société, Les théories de la réception*, CCCS, Vol. 68, p. 27-39. Repéré à https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1994_num_12_68_2618

HALL, J. A., & PENNINGTON, N. (2013). Self-monitoring, honesty, and cue use on Facebook: The relationship with user extraversion and conscientiousness. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1556–1564. Repéré à <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.01.001>

HUDSON, M *et al.* (2015). Examining How Gender and Emoticons Influence Facebook Jealousy, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol. 18 (2), p. 87-92. Repéré à DOI : 10.1089/cyber.2014.0129

JAEGER S R, VIDAL L, KAM K et ARES G. (2016). Can Emoji Be Used as a Direct Method to Measure Emotional Associations to Food Names? Preliminary Investigations with Consumers in

- USA and China, *Food Quality and Preference*, Elsevier, Vol. 56, p. 38-48. Repéré à <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.09.005>
- JOLY, B. (2009). Chapitre 2. La communication interpersonnelle. Dans : , B. Joly, *La communication* (pp. 11-68). Louvain-la-Neuve, Belgique: De Boeck Supérieur.
- KROHN, F. (2004). A Generational Approach to Using Emoticons as Nonverbal Communication, *Journal of Technical Writing & Communication*, Baywood Publishing co., Vol. 34 Issue 4, p.321-328.
- LAROUSSE (2017). *Pictogramme*, Repéré à <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/pictogramme/60760>
- LEE J, JANG S et JOO S. (2015). Introduction to Editable Visual Object and its Description Schema for Mobile Applications, *Displays*, Elsevier, Vol. 40, p. 96-103. Repéré à <http://dx.doi.org/10.1016/j.displa.2015.06.004>
- LELLOUCHE, Serge (2000). *L'école de Francfort*, Repéré à https://www.scienceshumaines.com/l-ecole-de-francfort_fr_533.html
- LENHART, Amanda (2012). *Teens, Smartphones & Texting*, Repéré à <http://www.pewinternet.org/2012/03/19/teens-smartphones-texting/>
- LORDON, Frédéric (2013). *La société des affects pour un structuralisme des passions* : Paris, Éditions du Seuil, 283 p.
- MARENGO D, GIANNOTTA F et SETTANNI M. (2017). Assessing Personality Using Emoji : An Exploratory Study, *Personality and Individual Differences*, Elsevier, Vol. 112, p. 74-78. Repéré à <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2017.02.037>
- MARTINET, Jeanne (1973). *Clefs pour la sémiologie*, Vichy : Seghers, 239 p.
- NOVAK P, SMAILOVIC J, SLUBAN B et MOZETIC I. (2015) Sentiment of Emojis. *Plos One* 10 (12), p. 1-22, Repéré à doi:10.1371/journal.pone.0144296
- OXFORD DICTIONARIES (2015). *Oxford dictionaries word of the year 2015 is...* Repéré à <http://blog.oxforddictionaries.com/2015/11/word-of-the-year-2015-emoji/>
- OXFORD DICTIONARIES (2017). *Emoji*, Repéré à <https://en.oxforddictionaries.com/definition/emoji>
- RACOMA, Bernadine (2018). *How Emojis are Perceived Differently by Different Cultures*, Repéré à <https://www.daytranslations.com/blog/2018/02/how-emojis-are-perceived-differently-by-different-cultures-10690/>
- RICHTER, F (2017). *Texting Turns 25 But Is Clearly Past Its Prime*, Repéré à <https://www.statista.com/chart/12109/sms-volume-in-the-united-states/>

- ROTHENBURG, Matthew (2013). *How I Built Emojitracker*, Repéré à <https://medium.com/@mroth/how-i-built-emojitracker-179cfd8238ac>
- ROTHENBURG, Matthew (2017). *Why the Emoji Recycling Symbol is Taking Over Twitter*, Repéré à <https://medium.com/@mroth/why-the-emoji-recycling-symbol-is-taking-over-twitter-65ad4b18b04b>
- S.A. (2019). *Emojitracker : Realtime Emoji Use on Twitter*. Repéré à <http://emojitracker.com>
- SAINT-HILAIRE, Luc (2011). *L'Image efficace*, Québec : Télémaque point org, 134 p.
- SCHENKER, M. (2016). *The Surprising History of Emojis*. Repéré à <https://www.webdesignerdepot.com/2016/10/the-surprising-history-of-emojis/>
- SHERWIN, Adam (2015). 'Face with tears of joy' emoji named Word of the Year by Oxford Dictionaries. Repéré à <https://www.independent.co.uk/.../emoji-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries-a6737146html>
- STEINMETZ, Katy (2017). *Forget Words, a Lot of Millennials Say GIFs and Emojis Communicate Their Thoughts Better Than English*, Repéré à <http://time.com/4834112/millennials-gifs-emojis/>
- STUDER, S. (2016). The curious adventures of Con the crocodile & Frodo the dog. *1843 Magazine*, 100–102 [August/September. The Economist Intelligence Unit].
- TAGGART, Caroline (2015). *New Words for Old : Recycling Our Language for the Modern World*, Michael O'Mara Books, 192 p.
- THE TELEGRAPH (2015). *Emoji is Britain's fastest growing language as most popular symbol revealed*. Repéré à <http://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/howaboutthat/11614804/Emoji-is-Britains-fastest-growing-language-as-most-popular-symbol-revealed.html>
- TOSSELL C C, KORTUM P, SHEPARD C, BARG-WALKOW L H, RAHMATI A et ZHONG L. (2012). A Longitudinal Study of Emoticon Use in Text Messaging from Smartphones, *Computers in Human Behavior*, Elsevier, Vol. 28, p. 659-663. Repéré à DOI :10.1016/j.chb.2011.11.012
- TRUSS, L. (2004). *Eats, shoots and leaves : A zero-tolerance approach to punctuation*, New York : Penguin.
- UNIVERSITÉ D'OTTAWA (2018). *Statistiques du programme de doctorat de psychologie clinique*, Repéré à <https://sciencessociales.uottawa.ca/psychologie/programmes/psychologie-clinique/statistiques#>
- VIDAL L, ARES G et JAEGER S R. (2015). Use of emoticon and emoji in tweets for food-related emotional expression, *Elsevier, Food Quality and Preference*, 49 (2016), 119–128. Repéré à <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodqual.2015.12.0020950-3293/>

WANG, Y. (2004). Perception of meaning and usage motivations of emoticons among Americans and Chinese users, *Rochester Institute of Technology*, p. 1-92. Repéré à <http://scholarworks.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5601&context=theses>

WEBB LUANGRATH A, Peck J et Barger V A. (2017). Textual Paralanguage and its Implications for Marketing Communications, *Journal of Consumer Psychology*, Elsevier, Vol. 27 (1), p. 98-107. Repéré à <http://dx.doi.org/10.1016/j.jcps.2016.05.002>

WIKIPEDIA (2019). *The Emoji Movie*, Repéré à https://en.wikipedia.org/wiki/The_Emoji_Movie

YOUTUBE (2014). *Emojilogue*, Repéré à https://www.youtube.com/watch?v=Qkd_18BXnaE

YOUTUBE (2016). *Like-moi – Emoji*, Repéré à <https://www.youtube.com/watch?v=1kxzjasKiHQ>

YOUTUBE (2017). *Bohemian Rhapsody (Animoji Style)*, Repéré à <https://www.youtube.com/watch?v=Vtjgl7ZLgxc>

ZAREEN, N. (2016). Psycho Emotional Impact of Social Media Emojis, *ISRA Medical Journal*, Vol. 8 (4), p. 257-262. Repéré à <https://www.researchgate.net/publication/313025309>

ANNEXE B : Exemple de la commercialisation des émojis



ANNEXE C : Tableaux d'analyse des réponses qualitatives

Q	Thème	Réurrence	Citation(s)	Ligne	Sexe et âge
1	À l'aise avec amis	81			
	Tous	9			
	Émojis en tant que remplaçant à la conversation face à face		Je suis quelqu'un qui n'aime pas trop texter et préfère des conversations en personne. J'adore voir et sentir les émotions des autres. Les émojis me permettent de mieux savoir comment l'autre personne se sent par texte et me permet de mieux réagir à la situation.	?	
1	Famille/parents	33			
1	Amoureux/conjoint	49			
	Raison = Question de proximité / niveau de la relation		Ma proximité avec ces personnes me permet d'être plus à l'aise pour exprimer mes sentiments avec elles. (251) Selon moi, les émojis sont la prochaine étape dans une amitié ou dans une relation quelconque.	278 251	F, 18 F, 18
1	Meilleurs amis	17			
	Raison = Question de formalité		Mes amis, puisque nos messages texte ne sont pas formels.	276	F, 18
1	Coach	1			
1	Meilleure amie (venant d'une fille)	7	Question de sexe?		
	Raison = Expressivité		Si expressif dans vraie vie, expressif dans les textos?	278	F, 20
	Citation		(Les émojis) m'indiquent si ça va bien ou mal (me donnent des indices quant à leur humeur envers moi).	266	F, 19
	Raison = connaissance du récepteur		On se connaît bien et comprenons la signification quand nous utilisons des émojis.	263	F, 18
1	Mes proches	6			
	Raison = expertise		Mes amis et mon amoureux, car ils sont de mon âge et comprennent mieux le sens de certains émojis. (Q2) Mes parents, car ils les utilisent rarement, et c'est très bizarre quand ils le font.	259	F, 20
	Raison = ouverture		Ma famille et mes amis, car je ne me sens pas en situation professionnelle et je veux démontrer mes émotions.	258	F, 17

	Raison = besoin d'être compris / donner de l'info		Mes amis, car ça peut leur donner une meilleure idée de comment je me sens.	257	F, 18
	Raison = personnalisation du message			256	F, 20
	Raison = confort		Avec des personnes que je connais parce qu'avec ceux que je ne connais pas, je me sens moins confortable, puisque je ne connais pas suffisamment la personne pour savoir si elle est sincère ou non.	253	F, 26
1	Professeur	1			
	Raison = contexte décontracté			242	F, 18
	Raison = normalité / tendance		C'est la façon normale de texter, de ces jours.	238	F, 18
	Raison = signe d'amour		179 = signe d'affection	236	F, 34
1	Amies filles	11			
1	Soeur	4			
	Raison = habitude			226	F, 21
	Raison = durée de la relation			196	F, 18
	Raison = partie essentielle de la conversation			193	M, 21
	Raison = capacité à interpréter les émojis (revient souvent)			189	F, 19
1	Mère	2			
1	Les personne que j'aime	1			
	Raison = facilite la compréhension			154	F, 30
	Raison = création d'un code commun			147	F, 23
	Raison = facilite la lecture des textes			132	M, 18
1	Personnes avec qui j'ai des interactions sexuelles	1			
1	Connaissances	1			
1	Patron	1			
2	Pas à l'aise avec: Personnes en position d'autorité	10			
2	Parents/famille	21			
2	Professeurs	14			
2	Personne	24			

2	Étrangers	26			
2	Patron/superviseurs	68	Mon patron et mes collègues de travail, car les communications professionnelles doivent être toujours sérieuses et répondre à des critères bien définis.	110	M, 44
	Raison = Question d'hierarchie		Répondant notant personnes en position d'autorité / supérieures à moi.		
	Raison = Question de maturité		Émojis = immatures?	273	F, 19
	Raison = Question de professionnalisme		Émojis = pas professionnels?	271	F, 18
2	Collègues de travail masculins plus âgés que moi	1	Question de sexe? Question d'âge / de génération?	270	F, 18
2	Personnes plus âgées	3	La question de génération / d'âge est intéressante.	269	F, 17
	Raison = Question de respect mutuel		Émojis = irrespectueux?	269	F, 17
2	Connaissances/nouveaux amis	10	Durée de la relation intéressante	265	F, 18
2	Relations professionnelles	1	Étrangers ou relations professionnelles, autres que mon patron du moment, parce que je le connais moins.	260	F, 18
2	Grand-mère	1			
	Raison = manque d'expertise		(214) Ma mère parce que c'est drôle comme elle utilise les émojis dans le mauvais contexte.	256 214	F, 20 F, 18
	Raison = manque de sérieux		Les émojis enlèvent le sérieux? Mes patrons parce que je n'entretiens pas une relation amicale avec eux, mais professionnelle, et je crois que les émojis font moins sérieux.	252 197	M, 18 F, 20
	Raison = Manque de compréhension mutuelle		Des personnes que je ne connais pas, avec qui je communique uniquement de façon occasionnelle pour faire des choses pratico-pratiques, parce que cela fait que je ne sais pas trop comment interpréter leur message. (208) Les personnes qui ne sont pas proches de moi, car la signification de leurs émojis peut être différente de la mienne.	247 208	F, 18 F, 20
	Raison = image professionnelle			242	F, 18

2	Belle-mère	1			
2	Prétendants (à l'opposé de partenaire qui lui était dans la Q1)	1			
2	Clients	3			
	Raison = génération			212	F, 17
2	Professionnels	1	Émojis = pas professionnels? Venant de professionnels ou de personnes d'autorité supérieure, puisqu'il y a une certaine barrière à ne pas dépasser.	203	F, 19
2	Coach	1			
2	Père	2			
2	Mère de ma femme (belle-mère)	1			
2	Grands-parents	1			
2	Collègues	5			
	Raison = manque de clarté dans l'intention			152	F, 20
2	Colocataires	1			
2	Mes oncles	1			
2	Hommes sans relation amicale	1			
2	Garçons / amis garçons	2			
2	Amis de mes parents	1			
	Ne dépend pas de la personne, mais plutôt de l'émoji			117	F, ?
	Tant que ça reste respectueux			116	F, 18

Question 3:

Citation	Raison	Ligne	Sexe & âge
Pour montrer une émotion.	Démontrer émotion	281	M, 18
Pour clarifier le sens des messages.	Clarifier – informatif	280	M, 19
C'est amusant ou drôle.	Humour	172	F, 18
Afin de donner de la vie ou de l'émotion à notre message.	Donne de la vie	267	F, 20

Pour que nos messages ressentent le plus comment on se sent ou ce qu'on veut exprimer.	Rapprochement au sens du message	266	F, 19
Reflètent l'émotion et le ton du message.	Ton	261	M, 18
Pour que les gens puissent mieux interpréter mon message.	Interprétation	260	F, 18
Pour embellir une conversation et pour démontrer nos émotions envers un message.	Beauté, esthétique	258	F, 17
Pour personnaliser le message.	Personnalisation	256	F, 20
Pour substituer le manque de communication face à face avec des expressions faciales.	Remplace le face à face	252	M, 18
Pour démontrer le non-verbal que l'on ne voit pas en se textant.	Non verbal	249	M, 19
Pour ajouter une teinte plus humaine, en ce sens que tout humain utilisant la parole accompagne ses propos d'expressions ressenties non verbales, et je pense que les émojis peuvent permettre cela.	Humanité	247	F, 18
Pour rassurer la personne à qui l'on envoie le message texte.	Rassurer	238	F, 18
Parce que, parfois, les émojis expriment ce que tu n'as pas envie d'écrire.	Paresse	233	F, 19
Pour rendre la connexion en ligne plus réelle.	Réalisme	232	F, 18
Transmettre une émotion; plus facile que de l'écrire en mots.	Facilité	228	F, 22
Pour ne pas paraître froid. Certaines personnes refusent de mettre des points à la fin de leur phrase sauf quand elles sont fâchées.	Chaleureux versus points	223	M, 18
Pour alléger le ton de la conversation et pour ajouter de l'humour dans le message texte.	Léger	220	F, 17
Pour mieux exprimer nos émotions et pour éviter les malentendus.	Éviter les malentendus	218	F, 19
Pour pouvoir transmettre un message ou un sentiment plus efficacement.	Efficacité	211	
Pour sortir de l'ordinaire (qui est juste le texte) et mettre un peu de vivacité dans le message transmis.	Sortir de l'ordinaire	208	F, 20
Pour rendre la conversation plus détendue.	Détendue	175	F, 21
Pour communiquer nos émotions, donner le ton à un message et/ou rendre la conversation plus humaine.	Humaine	160	F, 18
Pour simuler une image visuelle des émotions ressenties sur le moment.	Support visuel	159	M, 22
Afin de rattacher une émotion à nos textos (pour ajouter une dimension d'authenticité).	Authenticité	145	M, 19
Pour clarifier l'intention du message (prendre la place du non verbal, ajoute un niveau de communication qui ne peut être exprimé lorsque nous nous servons uniquement de mots). Parce que les émojis sont utilisés dans la communication décontractée, c'est à	Beaucoup de trucs peut-être utiles	143	F, 21

dire les textos rapides et parfois les messages électroniques personnalisés.			
Pour mettre de l'emphase sur l'émotion vécue et rendre le texte moins direct.	Moins direct/sec	131	F, 22
Pour être plus rapide.	Rapidité	129	F, 35
Parce que les filles le font.	Comme les filles	125	M, 26
Pour souligner le message précédent	Souligner/ mettre l'accent	122	M, 20
Afin de rendre le message le plus actif possible comme si on avait une conversation (donc « voir » leurs expressions faciales).	Actif	113	F, 19

Question 4:

Citation	Raison	Ligne	Sexe & âge
Pour ne pas être mal interprété selon le sens des différents émojis.	Émojis peuvent créer ambiguïté	281	M, 18
Ça prend du temps pour les trouver.	Paresse / requiert effort	279	F, 18
Il y a des situations dans lesquelles d'ajouter les émojis dans nos textes ce n'est pas idéal, par exemple dans les messages sérieux pour les emplois.	Dépend du contexte	278	F, 18
Quand c'est un message objectif et que l'emoji n'est pas pertinent ou nécessaire.	Émojis ajoutent une subjectivité	277	F, 21
Si tu n'aimes pas ça ou que tu ne connais pas bien la personne.	Question de préférence ou de connaissance de son interlocuteur	276	F, 18
Pour ne pas que les gens (patrons, personnes importantes) ne vous prennent pas au sérieux.	Manque de sérieux et de professionnalisme	275	F, 17
Puisque certains émojis sont inappropriés.	Vulgaire	270	F, 18
Parce qu'on n'a pas vraiment envie de parler à la personne qui nous envoie un message.	Pas d'emoji = manque d'intérêt	269	F, 17
Pour indiquer notre colère ou notre mécontentement ou pour conserver une relation professionnelle avec la personne.	Pas d'emoji = fâché	267	F, 20
Pour moi, ne pas mettre d'emoji démontre une certaine froideur.	Froid	266	F, 19
Avec une relation professionnelle, on ne veut pas utiliser des émojis pour que le message soit clair, neutre et professionnel.	Émojis = rendent le message pas clair?	265	F, 18
Pour sembler professionnel ou si c'est très sérieux, comme la mort de quelqu'un. Je ne mettrais pas un bonhomme qui pleure, même si c'est triste.	Manque de compassion	254	F, 23

Une perte de temps.	Pas important	253	F, 26
Cela va sembler un peu stupide mais, parfois, il est intentionnel dans un message texte d'agir un peu froidement avec quelqu'un lorsque la situation est lourde, inconfortable, etc. Alors, d'utiliser un émoji n'est pas voulu, car – en ajoutant un – c'est comme de faire un effort de plus pour une personne qui ne le désirait pas.	Pas d'émoji = montre un désintéressement	251	F, 18
Parce que c'est un message clair qui demande un certain niveau de sérieux, p. ex. courriel.	Médium (courriel)	249	M, 19
Parce que cela les rend trop colorés et, du coup, moins professionnels et sérieux.	Bonne quote	247	F, 19
Pour ne pas avoir l'air étrange.	Étrange	224	F, 17
Parce qu'ils peuvent être interprétés de la mauvaise façon, ce qui crée plus de confusion et de problèmes.	Interprétation bonne quote	214	F, 18
Vouloir paraître neutre.	Émojis pas neutres	209	F, 17
Pour garder le message neutre et objectif et/ou établir une relation plutôt stoïque avec le destinataire.	stoic	160	F, 18
Manque d'intérêt aux émojis, trop de choix d'émojis, cacher nos émotions.	Trop de choix	159	M, 22
Pour ne pas blesser quelqu'un.	Ne pas blesser	146	F, 25
On ne veut pas nécessairement donner plus de détails confidentiels sur notre personne soit ouvertement ou à une tierce partie.	Ne pas s'ouvrir	145	M, 19
Souvent les émojis rendent paresseux et cela n'améliore pas notre grammaire.	Grammaire	132	M, 18
Pour ne pas paraître insensible.	Pas insensible	128	F, 20
Pas professionnel, enfantin.	Enfantin	125	M, 26
Si ça peut avoir une connotation ambivalente pour celui/celle qui le reçoit.	Connotation	117	F, ?
Quand on est fâché et on veut que l'autre personne le remarque vraiment.	Fâché, bonne quote	116	F, 18
Ce n'est pas une façon formelle de communiquer.	Formalité	108	F, 23

ANNEXE D : Questionnaires

Questionnaire – Version 1

Partie A : Identification du répondant

1. Sexe biologique (M , F ou Préfère ne pas l'indiquer) :
2. Âge :
3. Orientation sexuelle (Hétérosexuel(le), Homosexuel(le), Bisexuel(le), Autre (préciser) ou Préfère ne pas l'indiquer) :
4. Avez-vous déjà occupé un emploi (soit temps plein, soit temps partiel) à l'extérieur de l'Université d'Ottawa? (oui/non)
5. Si vous avez répondu « oui » à la question 4, quel était le titre de cet emploi (par exemple : réceptionniste dans un cabinet de dentiste)? _____
6. Si vous avez répondu « oui » à la question 4, depuis combien de temps occupez-vous l'emploi en question? _____
7. Si vous avez répondu « oui » à la question 4, considérez-vous votre patron(ne) comme étant votre ami(e)? _____
9. Êtes-vous présentement en couple? (oui/non)
10. Si vous avez répondu « oui » à la question 9, depuis combien de temps cette relation dure-t-elle? _____

Partie B : Questions fermées

1. C'est lundi matin et votre patron vous envoie le message texte suivant : « Ça risque d'être une semaine très occupée! ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?

Échelle par intervalles de type Likert à sept points pour toutes les questions : Très inconfortable / inconfortable / plutôt inconfortable / ni inconfortable ni confortable / plutôt confortable / confortable / très confortable

2. Votre amoureux(se) et vous traversez des moments plus difficiles récemment et il(elle) vous envoie le message suivant : « Je dois te parler de quelque chose. ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?

3. Votre ami(e) avec qui vous étiez sensé aller au cinéma ce soir vous envoie le message texte suivant : « Désolé, j'ai eu un empêchement, je ne pourrai pas venir voir le film avec toi. ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?

4. Votre ami(e) vous envoie le message texte suivant : « Notre artiste préféré vient en ville dans quelques semaines, on y va? ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?

5. Votre patron vous envoie le message texte suivant après une longue journée au travail : « Excellent travail aujourd'hui, je suis très fier de toi! » Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?

6. Votre amoureux(se) et vous planifiez souper ensemble ce soir. Il(Elle) vous envoie le message texte suivant : « À quelle heure arrives-tu? ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?

Partie C : Questions ouvertes

1. Avec quelles personnes êtes-vous le PLUS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons?

2. Avec quelles personnes êtes-vous le MOINS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons?

3. Pourquoi voudrait-on ajouter des émojis à nos messages texte?

4. Pourquoi NE voudrait-on PAS ajouter des émojis à nos messages texte?

Questionnaire – Version 2






Partie A : Identification du répondant

1. Sexe biologique (M , F, autre ou Préfère ne pas l'indiquer) :
2. Âge :
3. Orientation sexuelle (Hétérosexuel(le), Homosexuel(le), Bisexuel(le), Autre (préciser) ou Préfère ne pas l'indiquer) :
4. Avez-vous déjà occupé un emploi (soit temps plein, soit temps partiel) à l'extérieur de l'Université d'Ottawa? (oui/non)
5. Si vous avez répondu « oui » à la question 4, quel était le titre de cet emploi (par exemple : réceptionniste dans un cabinet de dentiste)? _____
6. Si vous avez répondu « oui » à la question 4, depuis combien de temps occupez-vous l'emploi en question? _____
7. Si vous avez répondu « oui » à la question 4, considérez-vous votre patron(ne) comme étant votre ami(e)? _____
9. Êtes-vous présentement en couple? (oui/non)
10. Si vous avez répondu « oui » à la question 9, depuis combien de temps cette relation dure-t-elle? _____

Partie B : Questions fermées

1. C'est lundi matin et votre patron vous envoie le message texte suivant : « Ça risque d'être une semaine très occupée! 😊 ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?

Échelle par intervalles de type Likert à sept points pour toutes les questions : Très inconfortable / inconfortable / plutôt inconfortable / ni inconfortable ni confortable / plutôt confortable / confortable / très confortable

2. Votre amoureux(se) et vous traversez des moments plus difficiles récemment et il(elle) vous envoie le message suivant : « Je dois te parler de quelque chose.  ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?
3. Votre ami(e) avec qui vous étiez sensé aller au cinéma ce soir vous envoie le message texte suivant : « Désolé, j'ai eu un empêchement, je ne pourrai pas venir voir le film avec toi.  ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?
4. Votre ami(e) vous envoie le message texte suivant : « Notre artiste préféré vient en ville dans quelques semaines, on y va?  ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?
5. Votre patron vous envoie le message texte suivant après une longue journée au travail : « Excellent travail aujourd'hui, je suis très fier de toi!  » Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?
6. Votre amoureux(se) et vous planifiez souper ensemble ce soir. Il(Elle) vous envoie le message texte suivant : « À quelle heure arrives-tu?  ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?

Partie C : Questions ouvertes


1. Avec quelles personnes êtes-vous le PLUS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons?
2. Avec quelles personnes êtes-vous le MOINS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons?
3. Pourquoi voudrait-on ajouter des émojis à nos messages texte?
4. Pourquoi NE voudrait-on PAS ajouter des émojis à nos messages texte?

Questionnaire – Version 3

Partie A : Identification du répondant

1. Sexe biologique (M , F, autre ou Préfère ne pas l'indiquer) :
2. Âge :
3. Orientation Sexuelle (Hétérosexuel(le), Homosexuel(le), Bisexuel(le), Autre (préciser) ou Préfère ne pas l'indiquer) :
4. Avez-vous déjà occupé un emploi (soit temps plein, soit temps partiel) à l'extérieur de l'Université d'Ottawa? (oui/non)
5. Si vous avez répondu « oui » à la question 4, quel était le titre de cet emploi (par exemple : réceptionniste dans un cabinet de dentiste)? _____
6. Si vous avez répondu « oui » à la question 4, depuis combien de temps occupez-vous l'emploi en question? _____
7. Si vous avez répondu « oui » à la question 4, considérez-vous votre patron(ne) comme étant votre ami(e)? _____
9. Êtes-vous présentement en couple? (oui/non)
10. Si vous avez répondu « oui » à la question 9, depuis combien de temps cette relation dure-t-elle? _____

Partie B : Questions fermées

1. C'est lundi matin et votre patron vous envoie le message texte suivant : « Ça risque d'être une semaine très occupée!  ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?

Échelle par intervalles de type Likert à sept points pour toutes les questions : Très inconfortable / inconfortable / plutôt inconfortable / ni inconfortable ni confortable / plutôt confortable / confortable / très confortable

2. Votre amoureux(se) et vous traversez des moments plus difficiles récemment et il(elle) vous envoie le message suivant : « Je dois te parler de quelque chose. 😞 ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?
3. Votre ami(e) avec qui vous étiez sensé aller au cinéma ce soir vous envoie le message texte suivant : « Désolé, j'ai eu un empêchement, je ne pourrai pas venir voir le film avec toi. 😭 ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?
4. Votre ami(e) vous envoie le message texte suivant : « Notre artiste préféré vient en ville dans quelques semaines, on y va? 😞 ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?
5. Votre patron vous envoie le message texte suivant après une longue journée au travail : « Excellent travail aujourd'hui, je suis très fier de toi! 😏 ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?
6. Votre amoureux(se) et vous planifiez souper ensemble ce soir. Il(Elle) vous envoie le message texte suivant : « À quelle heure arrives-tu? 😏 ». Comment vous sentez-vous à la lecture de ce message?

Partie C : Questions ouvertes

1. Avec quelles personnes êtes-vous le PLUS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons?
2. Avec quelles personnes êtes-vous le MOINS à l'aise de recevoir des émojis à l'intérieur des messages texte? Pour quelles raisons?
3. Pourquoi voudrait-on ajouter des émojis à nos messages texte?
4. Pourquoi NE voudrait-on PAS ajouter des émojis à nos messages texte?