

КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МОЛОДЕЖИ, ПРЕДПОЧИТАЮЩЕЙ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ЭМОДЖИ В ИНТЕРНЕТ- КОММУНИКАЦИИ

COMMUNICATION PECULIARITIES OF YOUTH PREFERING POSITIVE AND NEGATIVE EMOJI IN INTERNET COMMUNICATIONS

L. Kozlova
A. Kostrigin

Summary: The article discusses the features of communication on the Internet. One of the main characteristics of Internet communication is the use of emoji as a means of conveying non-verbal information and the emotional state of interlocutors. The problem of understanding and perception of emoji by a person is posed, and their role in interpersonal communication is discussed, various types of emoji (positive and negative) are distinguished. It is suggested that the preference for different types of emoji in Internet communication may be due to the communicative characteristics of the individual (emotional awareness, the ability to manage one's own emotions, empathy, style of interpersonal relationships, etc.). The study revealed differences in the level of expression of communicative features in young people who prefer different types of emoji, and the relationship of the noted personality characteristics.

Keywords: communication traits, emoji, Internet communication, emotional intelligence, aggressiveness, style of interpersonal relationships.

Козлова Лидия Владимировна

Российский государственный университет
им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) (Москва)
lidiakozlova@bk.ru

Костригин Артем Андреевич

К.псих.н., доцент, Российский государственный
университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство) (Москва)
artdzen@gmail.com

Аннотация: В статье рассматриваются особенности коммуникации в сети Интернет. Одной из основных характеристик Интернет-коммуникации является использование эмоджи как средства передачи невербальной информации и эмоционального состояния собеседников. Ставится проблема понимания и восприятия эмоджи человеком, а также обсуждается их роль в межличностном общении, выделяются различные виды эмоджи (положительные и отрицательные). Высказывается предположение о том, что предпочтение разных видов эмоджи в Интернет-общении может быть обусловлено коммуникативными характеристиками личности (эмоциональной осведомленностью, способностью управлять собственными эмоциями, эмпатией, стилем межличностных отношений и др.). В ходе проведенного исследования выявлены различия в уровне выраженности коммуникативных особенностей у молодых людей, предпочитающих различные виды эмоджи, и взаимосвязи отмеченных характеристик личности у двух сравниваемых групп.

Ключевые слова: коммуникативные особенности, эмоджи, Интернет-коммуникация, эмоциональный интеллект, агрессивность, стиль межличностных отношений.

Введение

Общение является неотъемлемой частью жизни человека. Оно составляет социальную сторону жизни индивида, обеспечивая межличностные взаимоотношения. В настоящее время способы коммуникации дополнились одновременно знакомым и новым видом взаимодействия – коммуникацией в Интернет-среде. Интернет-коммуникация является проекцией реальной коммуникации в цифровое пространство; она включает в себя и перцептивную сторону, однако процесс этот имеет свои особенности. Одной из таких особенностей является передача экспрессии и эмоционального компонента посредством специальных графических изображений – эмоджи. Все больше Интернет-пользователей используют эмоджи в переписке; последние становятся визуальными знаками, которые в реальной жизни передают лицо и жесты.

Однако актуальной проблемой являются различные коммуникативные сложности, связанные с пониманием и восприятием эмоджи, о которых говорят как исследователи, так и сами Интернет-пользователи [16]. В данном исследовании мы предполагаем, что эта проблема может быть связана с коммуникативными особенностями личности.

Коммуникативные особенности личности – это совокупность устойчивых индивидуально-психологических характеристик, акцентуаций и свойств, которые обеспечивают успешность межличностной и социальной коммуникации. При исследовании особенностей личности в процессе общения отечественные и зарубежные исследователи останавливались на изучении отдельных коммуникативных характеристик, так как этого требовало понимание природы общения в целом. Например, выделяют три подхода в исследовании коммуникативных свойств личности в общении: аналитический, поликом-

понентный и системный [10; 11]. В рамках аналитического подхода исследовались отдельные коммуникативные свойства или стороны общительности, а также эмпатии и уверенности в себе. При поликомпонентном подходе изучается сразу несколько граней коммуникативных свойств, например, сопоставляют динамические и эмоциональные признаки общительности [5; 6; 14]. Системный же подход исследовал структурное единство компонентов общения [1, с. 65].

Под коммуникативными особенностями в нашей работе мы будем понимать эмоциональную осведомленность, способность управлять собственными эмоциями, эмпатию, распознавание эмоций других людей, уровень агрессивности личности и стиль межличностных отношений, характерный для конкретной личности.

Роль эмоционального реагирования в межличностном общении очень многогранна. В нее входят и индивидуальная оценка эмоционального события, и создание первого впечатления о человеке, и некоторое воздействие, направленное на субъекта восприятия эмоций. В этом выражается связь с сигнальной функцией эмоций [9; 12]. В процессе общения эмоции выполняют и функцию регуляции, заключающуюся, например, в координации экспрессии и установлении очередности вербализации тех или иных экспрессивных высказываний. В процессе реальной коммуникации собеседники сосредоточивают свое внимание в основном на лицах друг друга. Мимика, являясь невербальным компонентом общения, транслирует чувства собеседника, несет большую эмоциональную нагрузку и, таким образом, конструирует эмоциональный настрой (фон) общения [7]. Навыки невербальной коммуникации специфически формируются во многих областях практической деятельности человека. Приобретается навык разбираться в эмоциональных проявлениях партнеров по общению. Для их изучения российские и зарубежные исследователи стали создавать соответствующие методики [2]. Мимика может служить подтверждением вербальной составляющей, то есть «дублировать» слова говорящего, делая их более выразительными или наоборот опровергать, выдавая скрытые намерения собеседника. Это обуславливает ее значимость для межличностной коммуникации.

В Интернет-коммуникации, которая в настоящее время чаще всего осуществляется с помощью мессенджеров для текстового общения, невербальная коммуникация представлена не экспрессией лица, а графическими изображениями – эмоджи. «Эмоджи» – графический символ, идеограмма, представляющая не только выражение лица, но и содержание эмоций, чувств, действий [3]. «Эмоджи» появились в начале 1970-х гг. и приобрели мировую популярность после включения в Unicode [15]. Эмоджи подразделяются на виды по тематике и типу изображений – лица и люди, животные и природа, еда

и напитки, активность, символы, объекты и др. С точки зрения семиотики, эмоджи рассматриваются как особый знак, у которого есть собственная форма, семантика и особенности употребления.

В книге «Семиотика эмоджи» М. Данези описывает свое исследование переписок порядка 300 человек, в котором им было выявлено, что эмоджи в коммуникации являются эквивалентом ведения светской беседы. Они способствуют установлению контакта и поддержанию дальнейшего общения между собеседниками [16]. Кроме того, Данези выделяет три основных сценария использования эмоджи – начало общения, окончание общения, избегание молчания. В зависимости от них люди отправляют эмоджи вместо приветствия, конечного пунктуационного знака или как заполнение паузы, они являются верификатором доброжелательных отношений или нейтрализатором дискомфорта.

Российские исследователи Е.Г. Хозе, Е.А. Лупенко и М.М. Маринова провели сравнительный анализ семантических профилей эмоджи и вербальных обозначений базовых эмоций [13]. Из 9 эмоций, представленных тремя изображениями разной степени выраженности, релевантными по всем трем изображениям оказались только три (радость, отвращение, печаль). Таким образом, можно сделать вывод о недостаточной проработанности изображений, которая и может приводить к неоднозначной трактовке смыслового содержания эмоджи.

На основании представленных выше исследований нами было сформулировано предположение о том, что выбор средств эмоциональной выразительности (эмоджи) в Интернет-коммуникации может быть обусловлен коммуникативными особенностями личности. В зависимости от того, какие коммуникативные свойства личности являются ведущими, изменяется стиль его эмоционального реагирования и появляется желание подчеркнуть свою доброжелательность или негативный настрой. Так, демонстрация положительного или отрицательного (враждебного) фона общения может различаться при различных стилях межличностных отношений или уровнях агрессивности. Кроме того, на использование эмоджи может влиять и способность эффективно распознавать свои эмоции, так как при выборе эмоджи человек будет руководствоваться личными представлениями о том, что он испытывает. Данное исследование направлено на выявление коммуникативных особенностей личности молодежи, использующей различные виды эмоджи.

Материалы и методы

Исследование проводилось на российской молодежи. Выборка состояла из 84 человек в возрасте от 17 до 25 лет, среди которых 69 человек (82,1%) испытуемых

были женского пола, а 15 (17,9%) – мужского пола. Средний возраст выборки – 19,7 лет.

В качестве методов эмпирического исследования были выбраны следующие методики: «Тест на эмоциональный интеллект» (Н. Холл), «Диагностика межличностных отношений» (Т. Лири, Г. Лефорж, Р. Сазек), «Диагностика коммуникативной агрессивности» (В. Бойко). С помощью этих методик выявлялись такие показатели, как общий уровень эмоционального интеллекта, эмоциональная осведомленность, способность управлять собственными эмоциями, эмпатия, распознавание эмоций других людей, степень коммуникативной агрессивности и используемые стили межличностного взаимодействия. Эти свойства, как мы полагаем, могут быть связаны с предпочтениями в выборе эмоджи, так как они определяют характер эмоциональных реакций личности, который может быть связан с уровнем агрессивности, степенью осознания своих эмоций и эмоций партнера по коммуникации, уровнем эмоциональной чувствительности и др.

Для данного исследования был разработан стимульный материал, который включал в себя отобранные изображения из стандартизированного для различных устройств набора эмоджи [4]. При подготовке стимульного материала было выбрано 20 изображений эмоджи исходя из соответствия их базового значения, указанного разработчиками, набору базовых эмоций по К. Изарду [8]. Затем выбранные изображения были разделены на две группы – экспрессии положительного («Крайне открытая радость», «Радость до холодного пота», «Радость до слез», «Счастье», «Большое счастье», «Подмигивает», «Смотрит влюбленными глазами», «Воздушный поцелуй», «Поцелуй со счастьем», «Хитрая ухмылка с сексуальным или самодовольным подтекстом») и отрицательного характера («Сварливость и недовольство», «Печаль, задумчивость, раскаяние», «Стыд», «Горе», «Крайняя степень недовольства», «Очень большой страх или душа ушла в пятки», «Большой страх до холодного пота», «Рыдаю в захлеб», «Презрение или скука», «Конфуз, неожиданная ситуация, ошибка»), так же согласно классификации К. Изарда. Каждая группа включает по 10 изображений эмоджи.

В ходе исследования респонденты должны были выбрать 5 наиболее предпочитаемых ими изображений эмоджи. Затем на основании результатов данного этапа выборка была разделена на две группы: молодых людей, предпочитающих преимущественно положительные эмоджи, и молодых людей, предпочитающих преимущественно отрицательные эмоджи. К первой группе было отнесено 69 испытуемых, ко второй группе – 15.

Для статистической обработки результатов исследования использовались непараметрический критерий

У Манна-Уитни и коэффициент ранговой корреляции r Спирмена.

Результаты исследования

Результаты исследования личностных характеристик молодежи, предпочитающей положительные (группа 1) и отрицательные эмоджи (группа 2), представлены в табл. 1, 2 и 3.

Таблица 1.

Особенности эмоционального интеллекта у молодежи, предпочитающей положительные и отрицательные эмоджи

Шкала	Группа 1	Группа 2	Уровень значимости различий P
Эмоциональная осведомленность	8,00	7,86	0,1108
Управление своими эмоциями	-0,55	-2,14	0,7384
Самомотивация	4,93	5,29	-0,1820
Эмпатия	9,32	8,36	0,5797
Распознавание эмоций других людей	8,64	5,64	0,0476*
Интегративный эмоциональный интеллект	30,33	25,00	0,8410

* - статистически значимые различия

В результате сравнения сформированных групп по шкалам методики «Тест на эмоциональный интеллект» Н. Холла было получено одно значимое различие по шкале «Распознавание эмоций других людей». Это означает, что молодые люди, предпочитающие положительные эмоджи, лучше распознают эмоции другого человека, чем те, кто предпочитает отрицательные эмоджи. Можно предположить, что это связано с их заведомо положительным отношением к своему собеседнику, что может способствовать более чуткому восприятию эмоций другого.

Было выявлено статистически значимое различие по шкале «Расплата за агрессию» у двух групп молодежи. Это свидетельствует о том, что молодежь, предпочитающая положительные эмоджи, испытывает более выраженные переживания по поводу возможной расплаты за проявление агрессивности, поэтому может смягчать коммуникацию с помощью положительных эмоджи, стараясь избежать конфликта на этой почве.

По методике «Диагностика межличностных отношений» было установлено различие в выраженности авторитарного стиля межличностного взаимодействия у двух групп испытуемых. Показатель по данной шкале у молодежи, предпочитающей положительные эмоджи,

значительно выше, чем у другой группы. Это говорит о том, положительные эмоджи чаще предпочитают использовать молодые люди с преобладающим авторитарным стилем общения. Можно предположить, что таким образом они пытаются «сгладить углы», возникающие при проявлении данного стиля в общении.

Таблица 2.

Особенности коммуникативной агрессивности у молодежи, предпочитающей положительные и отрицательные эмоджи

Шкала	Группа 1	Группа 2	Уровень значимости различий Р
Спонтанность агрессии	2,99	3,21	0,4806
Неспособность тормозить агрессию	1,90	2,00	0,8267
Неумение переключать агрессию на деятельности или неодушевленные объекты	2,77	2,57	0,5635
Анонимная агрессия	1,04	1,50	0,1496
Провоцирование агрессии у окружающих	2,07	2,21	0,6484
Склонность к отраженной агрессии	2,43	2,71	0,5968
Аутоагрессия	2,61	2,79	0,6882
Ритуализация агрессии	0,93	1,43	0,1412
Перенятие агрессии толпы	0,81	1,07	0,4117
Удовольствие от агрессии	1,19	1,21	0,8220
Расплата за агрессию	2,33	1,57	0,0488*
Общий уровень агрессии	21,07	22,29	0,4844

* - статистически значимые различия

Таблица 3.

Особенности выраженности стилей межличностного взаимодействия у молодежи, предпочитающей положительные и отрицательные эмоджи

Шкала	Группа 1	Группа 2	Уровень значимости различий Р
Авторитарный	4,86	2,93	0,0216*
Эгоистичный	4,01	3,14	0,1806
Агрессивный	3,55	3,00	0,3128
Подозрительный	4,04	3,86	0,5391
Подчиняемый	4,77	5,00	0,6010
Зависимый	4,46	4,57	0,7427
Дружелюбный	6,10	6,14	0,7891
Альтруистический	6,12	6,29	0,7704

* - статистически значимые различия

Результаты определения взаимосвязей между коммуникативными характеристиками у молодежи, предпочитающей положительные и отрицательные эмоджи, представлены в табл. 4 и 5.

Таблица 4.

Результаты корреляционного анализа показателей эмоционального интеллекта, коммуникативной агрессивности и стилей межличностных отношений у молодежи, предпочитающей положительные эмоджи

Показатели	Коэффициент корреляции r, p<0,05
Спонтанность агрессии – Управление своими эмоциями	-0,54
Неспособность тормозить агрессию – Управление своими эмоциями	-0,33
Провоцирование агрессии у окружающих – Управление своими эмоциями	-0,33
Аутоагрессия – Управление своими эмоциями	-0,42
Общий уровень агрессии – Управление своими эмоциями	-0,47
Неспособность тормозить агрессию - Самомотивация	-0,30
Неспособность тормозить агрессию - Распознавание эмоций других людей	-0,43
Неспособность тормозить агрессию - Распознавание эмоций других людей	-0,37
Общий уровень агрессии – Интегративный эмоциональный интеллект	-0,34
Расплата за агрессию – Дружелюбный	0,39
Общий уровень агрессии – Дружелюбный	0,34
Расплата за агрессию – Альтруистический	0,31

Большое количество корреляций установлено между шкалами методик «Тест на эмоциональный интеллект» и «Диагностика коммуникативной агрессивности». Самое высокое значение взаимосвязи выявлено между шкалами «Спонтанность агрессии» и «Управление своими эмоциями» (-0,54). Это означает, что чем выше спонтанность агрессии, тем ниже управление своими эмоциями. Можно предположить, что у данной группы это может проявляться в большом количестве употребляемых эмоджи во время вспышек гнева, что придает большую выразительность речи. Другие значимые показатели взаимосвязи установлены между шкалами «Неспособность тормозить агрессию» и «Распознавание эмоций других людей» (-0,43), «Общий уровень агрессии» и «Управление своими эмоциями» (-0,47). Эти корреляции являются отрицательными: чем выше у молодых людей аутоагрессия и общий уровень агрессии, тем ниже уровень умения управлять своими эмоциями. Можно предположить, что данная группа молодежи лучше справляется со своими отрицательными эмоциями и поэтому чаще использует позитивные выражения своих чувств.

Таблица 5.

Результаты корреляционного анализа показателей эмоционального интеллекта, коммуникативной агрессивности и стилей межличностных отношений у молодежи, предпочитающей отрицательные эмоджи

Показатели	Коэффициент корреляции r, p<0,05
Подозрительный – Эмоциональная осведомленность	0,71
Подчиняемый – Эмоциональная осведомленность	0,59
Эгоистичный – Эмоциональная осведомленность	0,56
Зависимый – Эмоциональная осведомленность	0,55
Анонимная агрессия – Самомотивация	-0,53
Неспособность тормозить агрессию – Интегративный эмоциональный интеллект	-0,54
Неспособность тормозить агрессию – Самомотивация	-0,61
Неумение переключать агрессию на деятельность или неодушевленные объекты – Самомотивация	-0,61
Спонтанность агрессии – Интегративный эмоциональный интеллект	-0,63
Неспособность тормозить агрессию – Эмпатия	-0,66
Дружелюбный – Распознавание эмоций других людей	-0,70
Авторитарный – Распознавание эмоций других людей	-0,71
Неумение переключать агрессию на деятельность или неодушевленные объекты – Интегративный эмоциональный интеллект	-0,73
Неумение переключать агрессию на деятельность или неодушевленные объекты – Управление своими эмоциями	-0,80

У группы молодых людей, предпочитающих отрицательные эмоджи, наиболее значимые корреляции выявлены между шкалами «Подозрительный стиль» и «Эмоциональная осведомленность» (0,71), «Неумение переключать агрессию на деятельность или неодушевленные объекты» и «Интегративный эмоциональный интеллект» (-0,73), «Неумение переключать агрессию на деятельность или неодушевленные объекты» и «Управление своими эмоциями» (-0,80).

Взаимосвязь между показателями «Подозрительный стиль» и «Эмоциональная осведомленность» означает то, что молодые люди, использующие подозрительность как тип межличностного взаимодействия, наиболее точно определяют свои эмоции. В Интернет-коммуникации это может проявляться в том, что, хорошо разбираясь в своих состояниях, молодые люди чаще используют отрицательные эмоджи для описания своих чувств, а также выражают этим свою настороженность в общении.

Корреляция между шкалами «Неумение переключать агрессию на деятельность или неодушевленные объек-

ты» и «Интегративный эмоциональный интеллект» является отрицательной: чем выше уровень эмоционального интеллекта молодого человека, тем лучше он справляется с переключением агрессии. Можно предположить, что молодые люди хорошо оценивают свои чувства и эмоции, и поэтому им легче справиться с их переживанием. В Интернет-общении это может проявляться в обильном употреблении эмоджи с негативной окраской в целях переключения своей агрессии, виртуальном ее выражении, избавления от «негатива».

Еще одна отрицательная корреляция, представляющая интерес для данного исследования, обнаружена между показателями «Неумение переключать агрессию на деятельность или неодушевленные объекты» и «Управление своими эмоциями». Это свидетельствует о том, что чем лучше человек управляет своими эмоциями, тем выше его умение переключаться во время вспышек гнева. Молодежь, предпочитающая отрицательные эмоджи, лучше управляет своими эмоциями и переключает агрессию.

Заключение

В настоящее время исследователями активно изучаются особенности межличностной коммуникации, в том числе особенности ее реализации в Интернете. До сих пор не сформулировано единое определение понятия «коммуникативные особенности», так как оно затрагивает широкий спектр личностных свойств, которые могут влиять на процесс общения. В цифровом общении существуют специфические способы передачи невербального компонента общения – эмоджи. Их можно дифференцировать по разным критериям на основе современных теорий эмоций, в том числе по эмоциональной окрашенности. Использование эмоджи как облегчает коммуникацию, так и порождает новые коммуникативные проблемы.

В результате проведенного исследования было установлено, что существуют различия в выраженности коммуникативных особенностей у молодых людей, предпочитающих различные типы эмоджи – положительные и отрицательные. При использовании авторитарного стиля межличностных отношений эти различия наиболее существенны.

Наконец, обнаружены корреляции внутри исследуемых групп. Данные корреляции свойственны лишь каждой из групп и не повторяют друг друга. Наиболее значимой корреляцией в группе, предпочитающей положительные эмоджи, является связь показателей «Спонтанность агрессии» и «Управление своими эмоциями», а в группе, предпочитающей отрицательные эмоджи, – «Неумение переключать агрессию на деятельность или неодушевленные объекты» и «Управление своими эмоциями».

ЛИТЕРАТУРА

1. Ананьев Б.Г. Человек как предмет познания // Ананьев Б.Г. Избранные психологические труды. В 2 тт. Т. 2. – М.: Педагогика, 1980. – 287 с.
2. Балин В.Д., Грантская Ю.В. Эмоции // Балин В.Д., Гайда В.К., Гербачевский В.К. Практикум по общей, экспериментальной и прикладной психологии. – СПб.: Питер, 2002. – С. 205-226.
3. Барабанщиков В.А. Восприятие и событие. – СПб.: Алетейя, 2002. – 512 с.
4. Все эмоджи. – URL: <https://unicode-table.com/ru/emoji/>
5. Жемчугова Л.В. Связь динамических качеств активности общения со свойствами нервной системы и темперамента // Психологические и психофизические индивидуальные различия в активности и саморегуляции поведения человека. – Свердловск: Свердловский педагогический институт, 1980. – С. 35-44.
6. Жемчугова Н.А. Специфика психологической структуры общительности юношей и девушек // Педагогическое образование в России. – 2019. – № 3. – С. 80-85.
7. Защирина О.В., Горбунов И.А. Эмоции в контексте невербальной коммуникации нормально развивающихся подростков и их сверстников с нарушением интеллекта // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. – 2009. – №3-2. – С. 174-185.
8. Изард К.Э. Психология эмоций. СПб.: Питер, 2000. – 460 с.
9. Ильин Е.П. Эмоции и чувства. СПб.: Питер, 2013. – 782 с.
10. Крупнов А.И. Психологические проявления и структура темперамента. – М.: Изд-во Российского университета дружбы народов, 1992. – 78 с.
11. Лисина М.И. Проблемы онтогенеза общения. – М.: Педагогика, 1986. – 143 с.
12. Симонов П.В. Теория отражения и психофизиология эмоций. – М.: Наука, 1970. – 141 с.
13. Хозе Е.Г., Лупенко Е.А., Маринова М.М. Семантическое сходство вербальных обозначений и статических Эмоji экспрессий базовых эмоций // Экспериментальная психология. – 2020. – Т. 13. – № 3. – С. 74-88.
14. Юсупов И.М. Психология взаимопонимания. – Казань: Татар. кн. изд-во, 1991. – 191 с.
15. McCulloch G. Marcel Danesi. 2017. The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the internet. London: Bloomsbury Academic. Pp. 208. US \$22.95 (softcover) // Canadian Journal of Linguistics/Revue canadienne de linguistique. – 2020. – Vol. 65. – № 1. – P. 141-145.
16. McCurry J. The inventor of emoji on his famous creations – and his all-time favorite // The Guardian. – October 27, 2016. – URL: <https://www.theguardian.com/technology/2016/oct/27/emoji-inventor-shigetaka-kurita-moma-new-york-text>

© Козлова Лидия Владимировна (lidiakozlova@bk.ru), Костригин Артем Андреевич (artdzen@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»

