

Таксономия эмодзи респондентов из Казахстана: предварительные результаты

Научный руководитель – Щебетенко Сергей Александрович

Ильичев Никита Романович

Аспирант

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
Россия

E-mail: ilichovnikita@gmail.com

Введение. За 18 лет с момента появления первых эмодзи в структуре мессенджеров iPhone в 2008 году, популярность эмодзи выросла до состояния, в котором более 90% пользователей используют их на регулярной основе в своем сетевом общении [1 Moussa]. Что делает их наиболее распространенным культурным средством по передачи смыслов в глобальной сети. Более того, оказывается, что базовые эмодзи могут вполне успешно использоваться для общения детьми примерно с 3 лет [2], а также людьми, ранее не знакомыми с эмодзи, что делает их, кроме того, и одним из самых универсальных средств коммуникации. Такая универсальность эмодзи, вполне подтверждается рядом исследований, сравнивающих значения одних и тех же эмодзи в разных странах Европы и Азии [3].

Но чем по своей структуре являются эмодзи? Согласно мнению ряда исследователей, эмодзи вполне успешно можно назвать «современным цифровым языком» [4; 5]. Что подтверждается возможностью построения полноценных предложений из эмодзи, более того мы можем найти встроенные в Яндекс.Переводчик и другие переводчики мира функции по переводу предложений из натурального языка в формат эмодзи. Конечно, далеко не все авторы согласны с данным мнением [6], но таких оснований вполне достаточно для того, чтобы использовать эмодзи в качестве нового средства для построения личностных таксономий.

Авторы моделей черт личности долгие годы ищут такую модель, которая отражала бы универсальную структуру личности, таким образом чтобы она могла измерять одни и те же черты без потери уникальных особенностей в рамках разных культур. До недавнего времени такой структурой считали модель Большой Пятерки, но, к сожалению, как показывают результаты анализа все большего числа языков – данная модель оказывается не такой уж универсальной, не реплицируясь в большинстве натуральных языков [7]. Более того, каждый отдельный язык получает сходные с Б5, но все же отличные модели. Что в последние годы приводит к разговору о том, что таксономии натуральных языков скорее являются национальными моделями черт так как их структура напрямую связана с историей и культурными особенностями, запечатленными в языке [8; 9]. А значит, для построения более универсальной модели нам необходимо такое средство, которое используется и понимается людьми по всему миру. В этой связи эмодзи оказываются наиболее подходящим материалом для построения нового рода таксономий и организации на их базе полноценной методики измерения черт.

В данном исследовании мы попытались реплицировать результаты, полученные при факторизации эмодзи на российской выборке, на базе Казахстана чтобы попытаться подтвердить универсальность выделенной модели, с одной стороны в довольно близкой территориально стране, а с другой стороны в такой же многонациональной культуре со своими уникальными историческими особенностями.

Гипотезы. 1) Реплицированная на респондентах из Казахстана факторная модель эмодзи будет конгруэнтна модели, полученной на российской выборке; 2) Факторы из

эмодзи будут отличаться от факторов модели Большой Пятерки; 3) Фактор эмодзи схожий с экстраверсией будет положительно связан с внутренними видами мотивации; 4) Фактор эмодзи схожий с нейротизмом будет положительно связан с низкими уровнями автономности мотивации.

Организация исследования. Исследование носило характер единичного среза, данные студентов собирались на базе Университета Международного Бизнеса им. Кенжегали Сагадиева, а работающих респондентов на основе метода снежного кома в профильных казахстанских сообществах мессенджера Telegram.

Методики и выборка. Все респонденты оценили свою личность при помощи 156 эмодзи и опросника на черты Большой Пятерки BFI-2-S, а затем в зависимости от подгруппы заполнили или краткую шкалу академической мотивации (ШАМ) или опросник профессиональной мотивации (ОПМ-2). Совокупная выборка исследования составила более 450 респондентов.

Статистический анализ. Основным методом факторизации выступил современный метод факторизации «графический эксплораторный анализ» (Exploratory graph analysis), отобранный нами среди других методов для получения и предыдущих моделей.

Результаты. Факторизация эмодзи привела к получению нескольких альтернативных факторных моделей от 5 до 8 факторов, каждая из которых в целом согласовывается с результатами факторизации российской выборки. Таким образом, в попытках репликации таксономий эмодзи нами была получена факторная модель казахстанской выборки респондентов.

Источники и литература

- 1) Moussa S. Measuring brand personality using emoji: findings from Mokken scaling // Journal of Brand Management. — 2021. — V. 28, № 2. — P. 116–132.
- 2) Fane J., MacDougall C., Jovanovic J., Redmond G., Gibbs L. Exploring the use of emoji as a visual research method for eliciting young children's voices in childhood research // Early Child Development and Care. — 2018. — V. 188, № 3. — P. 359–374.
- 3) Guntuku S. C., Li M., Tay L., Ungar L. H. Studying cultural differences in emoji usage across the east and the west // Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media. — 2019. — V. 13. — P. 226–235.
- 4) Gupta S., Singh A., Kumar V. Emoji, text, and sentiment polarity detection using natural language processing // Information. — 2023. — V. 14, № 4. — P. 222.
- 5) Peng L., Wang Z., Liu H., Wang Z., Shang J. Emojilm: Modeling the new emoji language // arXiv preprint. — 2023.
- 6) Китова Е. Б. Общение в Интернет-среде и «универсальный язык» эмодзи // Вопросы теории и практики журналистики. — 2016. — Т. 5, № 4. — С. 654–664.
- 7) De Raad B. An expedition in search of a fifth universal factor: Key issues in the lexical approach // European Journal of Personality. — 1994. — V. 8, № 4. — P. 229–250.
- 8) Church A. T. Personality traits across cultures // Current Opinion in Psychology. — 2016. — V. 8. — P. 22–30.
- 9) Леонтьев Д. А. Перспективы неклассической психодиагностики // Психологические исследования. — 2010. — Т. 3, № 12.