

ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ / PERSONALITY PSYCHOLOGY

Научная статья / Research Article

<https://doi.org/10.11621/npj.2025.0406>

УДК/UDC 159.9.072

■ Измерение личности через эмодзи: создание методики измерения черт на материале эмодзи

Н.Р. Ильичев 

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Российская Федерация

 ilichovnikita@gmail.com

РЕЗЮМЕ

Актуальность. Эмодзи были придуманы как способ компенсации недостатка невербальных сигналов при коммуникации, опосредованной компьютерами. Сегодня они стали популярнейшим культурным средством выражения смыслов в сети, которым пользуется 95% пользователей, что роднит их с натуральными языками. В данной работе мы рассматриваем один из возможных способов использования эмодзи, как основы для построения личностных таксономий, по аналогии с лексическими моделями Большой Пятерки и HEXACO.

Цель. Целью исследования является отбор и факторизация пула эмодзи в поисках индикаторов личностных черт, которые можно операционализировать в современную методику измерения черт.

Выборка. В исследовании принял участие 761 респондент в возрасте от 18 до 53 лет.

Методы. Каждый из респондентов оценил свою личность при помощи 156 эмодзи при помощи специально адаптированной инструкции из Краткой шкалы Большой пятерки (BFI-2), а затем заполнил инструменты, оценивающие базовые личностные черты и эмоциональное состояние: Большую Пятерку, Темную Тетраду и шкалы позитивного и негативного аффекта (ШПАНА).

Результаты. По результатам факторного анализа была обнаружена 8-факторная структура эмодзи, отражающих целый ряд личностных черт. Восемь наиболее нагруженных компонентов на каждый фактор вошли в одноименные шкалы методики. Шкалы методики показали высокие показатели внутренней согласованности в диапазоне от 0,79 до 0,93, а также оказались позитивно или негативно связаны с различными чертами Большой Пятерки, Темной Тетрады и показателями позитивного и негативного аффекта.

Выводы. Полученная 8-факторная модель из эмодзи требует дальнейшей репликации для подтверждения ее структуры. Тем не менее, методика измерения черт, созданная на основе данной модели, обладает хорошими показателями валидности и надежности, поэтому может быть рекомендована к использованию в тестовом формате в качестве одного из способов измерения личностных черт.

Ключевые слова: эмодзи, таксономии, черты личности, большая пятерка, темная триада, темная тетрада, психометрический анализ

Благодарности. Автор исследования выражает благодарность студентке Первого Московского государственного медицинского университета имени Сеченова Маловичко Раде Сергеевне за помощь в организации сбора выборки.

Для цитирования: Ильичев, Н.Р. (2025). Измерение личности через эмодзи: создание методики измерения черт на материале эмодзи. *Национальный психологический журнал*, 20(4), 69–91. <https://doi.org/10.11621/npj.2025.0406>

■ Measuring Personality Using Emojis: Creating a Traits Assessment Tool on Emoji Material

Nikita R. Ilichov 

National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russian Federation

 ilichovnikita@gmail.com

ABSTRACT

Background. Emoji appeared as a way to compensate the lack of non-verbal cues in computer-mediated communication. Today, they have become the most popular cultural tool of expressing meanings on the Internet. It is widely used by 95% of users, which makes them related to natural languages. In this paper, we considering one of the possible ways to use emojis as the basis for personality taxonomies in the framework of the lexical models such as Big Five and HEXACO.

Objective. The aim of this study is to select and factorize emojis in search of personality indicators which can be operationalised into a modern methodology for measuring traits.

Study Participants. The study involved 761 respondents aged from 18 to 53 years.

Methods. Each respondent rated their personality using 156 emojis with a specially adapted instruction from the Brief Big Five Inventory (BFI-2), and then completed instruments assessing basic personality traits and emotional state: the Big Five, the Dark Tetrad, and the Positive and Negative Affect Scales (PANAS).

Results. Exploratory factor analysis revealed an eight-factor structure of emojis that reflect a range of personality traits. The eight most loaded emoji on each factor were chosen for creating traits scales. Emoji scales showed great internal consistency ranging from 0.79 to 0.93 and were statistically significantly related with different Big Five, Dark Triad traits and PANAS affect measures.

Conclusion. The final eight-factor emoji model requires further replication to confirm its structure. Nevertheless, the emoji traits assessment tool based on this model showed good validity and reliability, therefore it may be recommended for use in a pilot format as one of the ways to measure personality traits.

Keywords: emoji, taxonomy, personality traits, big five, dark triad, dark tetrad, psychometric analysis

Acknowledgements. The author is grateful to Malovichko Rada, the student of the MSMU University, for her help with sample collection.

For citation: Ilichov, N.R. (2025). Measuring personality using emojis: creating a traits assessment tool on emoji material. *National Psychological Journal*, 20(4), 69–91. <https://doi.org/10.11621/npj.2025.0406>

ВВЕДЕНИЕ

С появлением доступной коммуникации, опосредованной компьютерами, мир столкнулся с распространением нового визуального культурного средства передачи смыслов — эмодзи (Rodrigues et al., 2018). Эмодзи, а также их прототип в виде эмотиконов (Рисунок 1), имеют длинную историю, берущую свое начало с появления первых средств дистанционного общения — телеграфов в XIX веке (Китова, 2016; Bai et al., 2019). Основной причиной появления эмотиконов принято считать необходимость преодоления недостатка невербальных сигналов, недоступных глазу и другим органам чувств, в опосредованной коммуникации (Bai et al., 2019; Kaye et al., 2017). В ходе исторического развития символичные изображения эмоций обзавелись графикой, превратившись в известные нам эмодзи, вместе с тем словари пополнились изображениями поведения, одежды, быта, животных и другими тематиками.



Рисунок 1

Изображение эмотиконов и эмодзи

Figure 1

Emoticons and emojis

В последние годы, популярность эмодзи бьет рекорды. Согласно статистике VK за 2022 год, более 93% пользователей при общении в сети используют эмодзи¹. Мировая статистика подтверждает эти данные, 95% участников онлайн коммуникации используют эмодзи (Moussa, 2021). Популярность эмодзи сделала их настоящим культурным феноменом, на них переводят постеры, книги (Khan, 2015), о них снимают целые фильмы (например, фильм «Эмодзи» (2017)). Сегодня аудиоэмодзи добавляют даже в голосовые звонки через телефон (Шейнин, 2024).

Психология и другие науки не могли обойти стороной такой феномен. С 2017 года мы можем наблюдать растущее число материалов по исследованию эмодзи в совершенно разных сферах: журналистике, лингвистике, психологии (Bai et al., 2019; Danesi, 2017; Das et al., 2019; Gawne, McCulloch, 2019; Hasyim, 2019; Kaye et al., 2017). В сфере журналистики изучаются вопросы использования эмодзи в рекламе, текстах и заголовках новостей (Danesi, 2017; Das et al., 2019). В лингвистике изучаются функции эмодзи (Hasyim, 2019), ведутся споры о месте эмодзи в структуре языков (Gawne, McCulloch, 2019), изучаются вопросы культурных различий в использовании эмодзи (Guntuku et al., 2019). В психологии основные направления занимают: (1) исследования закономерностей использования эмодзи в зависимости от личностных характеристик пользователей (Carroll, 2023; Völkel et al., 2019); (2) исследования по преобразованию оценочных шкал Ликерта в визуальную форму (Tomlinson et al., 2010); (3) исследования по созданию опросников на основе эмодзи (Kaye, Schweiger, 2023; Marengo et al., 2019).

Среди многообразия работ можно отметить попытку Д. Маренго с коллегами (Marengo et al., 2017) по созданию теста на измерение черт Большой Пятерки (Big Five; B5). К сожалению, авторы данной работы ограничились корреляциями оценок отдельных эмодзи с чертами и их последующей факторизацией для подтверждения формы опросника, что отходит далеко от принятых канонов работы с чертами. B5 и другие модели — это больше чем просто опросники. Это полноценные лексические модели, основанные на материалах словарей языка, прошедших специальную процедуру отбора (Мишкевич и др., 2024). Согласно лексической гипотезе, в языке в ходе исторического развития закрепляются значимые описания личности, отобрав которые, мы сможем описать личность наиболее точно (Saucier, Iurino, 2020).

Такие принципы могут быть применены и к эмодзи, как к новому культурному средству, схожему по своему строению с символическими языками прошлого (Alshenqeeti, 2016). Л. Кей с коллегами (Kaye et al., 2017) подтверждают, что эмодзи отражают эмоциональные состояния, поведение и другие аспекты человеческой личности, благодаря чему они могут быть использованы для построения психологического портрета.

Заметим, что классические опросники черт регулярно подвергаются критике за их объемы, а также невозможность описания черты одним прилагательным, двусмысленность слов и выражений (Moussa, 2021). В свою очередь, эмодзи, используемые в качестве пунктов, помогают кратно сократить нагрузку и облегчить оценивание черт. Как утверждает С. Мусса (там же), свободный от натурального языка способ измерения черт может быть одним из путей преодоления существующих в измерении черт ограничений.

Таким образом, построение таксономии черт и методики оценки черт на основе эмодзи решает ряд проблем, существующих в области теорий черт и измерениях личностных различий многие годы. Более того, таксономия эмодзи может дать новые данные, подтверждающие, дополняющие или опровергающие факт универсальности модели B5 путем сопоставления их факторных моделей.

¹ Опрос VK Мессенджера: каждый третий пользователь рунета готов отказаться от звонков по телефону в пользу переписок в мессенджерах. (2022). Новости ВКонтакте, 17 ноября 2022 г. URL: <https://vk.com/press/messenger-research> (дата обращения: 25.08.2024).

ВЫБОРКА

Выборку основного исследования составил 761 респондент, в том числе 590 (77,6%) женщин и 171 (22,4%) мужчина в возрасте от 18 до 53 лет ($M = 23,6$; $SD = 6,25$).

МЕТОДЫ И МЕТОДИКИ

Процедура

Исследование было разбито на три этапа. На первом и втором из них полный набор эмодзи *Twitter Twemoji 14.0 от марта 2022 года* подвергся экспертной оценке с целью оставить те эмодзи, которые отражают какие-либо личностные черты. Затем, на третьем этапе, отобранные эмодзи вместе с другими подобранными методиками были отданы на общую оценку русскоязычным респондентам. Рейтеры и эксперты для первого и второго этапов отбирались среди студентов магистратуры и аспирантов НИУ ВШЭ, прошедших специальный углубленный курс «Черты личности». Каждый из них дополнительно получил инструктаж, содержащий необходимую информацию об исследовании. Сбор данных на третьем этапе проходил онлайн, предложение о добровольном анонимном участии в исследовании публиковалось в различных социальных сетях VK и Telegram осенью 2024 года. Все респонденты подписывали информированное согласие, а также оповещались о целях участия в исследовании.

Экспертный отбор

Схема экспертного отбора представлена на Рисунке 2. В ходе первого этапа экспертного отбора 1853 эмодзи были разделены автором на 27 тематических групп (например, группа 1 — эмодзи лица, группа 2 — эмодзи-символы, группа 3 — эмодзи-жесты и так далее), а затем отданы на количественную оценку по шкале Лайкерта 10 рейтерам. Основной инструкцией на первом этапе выступало утверждение «Пожалуйста, оцените степень, в которой данный эмодзи передает/отражает какие-либо индивидуальные/личностные различия?» (1 — Совершенно не передает личностные различия; 5 — Идеально отражает личностные различия). Критерием отбора служили средние оценки выше 3 баллов. Таким образом, набор из 1853 эмодзи был сокращен до 559 эмодзи из 15 групп, потенциально отражающих черты.

В ходе второго этапа 5 наиболее продвинутых экспертов-аспирантов, отобранных из 10 рейтеров, дополнительно оценили 559 эмодзи через подстановку в утверждение «Этот человек (какой?) — [X]» на наличие смысла (для экспертов предполагалось 2 варианта ответа: данное утверждение (1) имеет смысл или (2) не имеет смысла). Критерием исключения выступали оценки «Данное утверждение не имеет смысла» хотя бы от 2 из 5 экспертов. В итоге только 156 эмодзи были отобраны как имеющие смысл. 73 (47%) эмодзи получили единогласное одобрение от 5 экспертов, 83 (53%) получили одобрение 4 экспертов. Таким образом, в ходе второго этапа пул эмодзи был сокращен до 156 изображений.

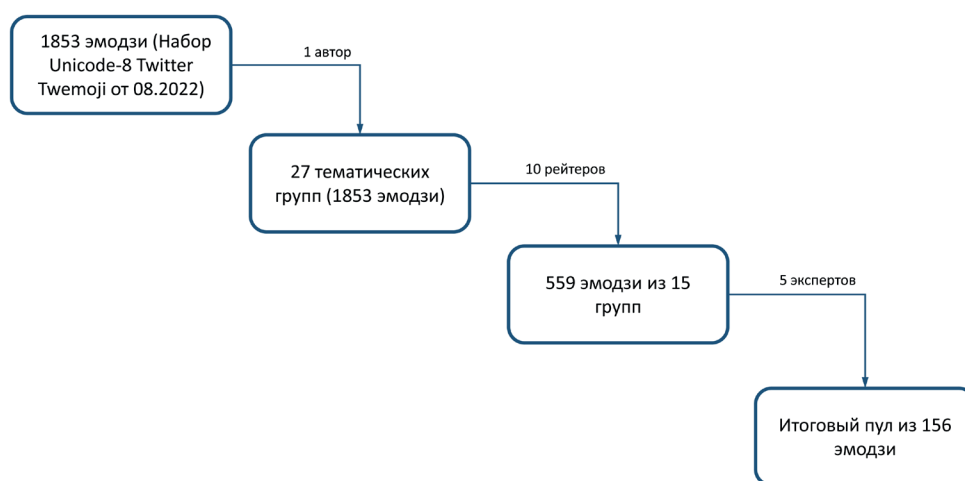


Рисунок 2

Схема отбора эмодзи

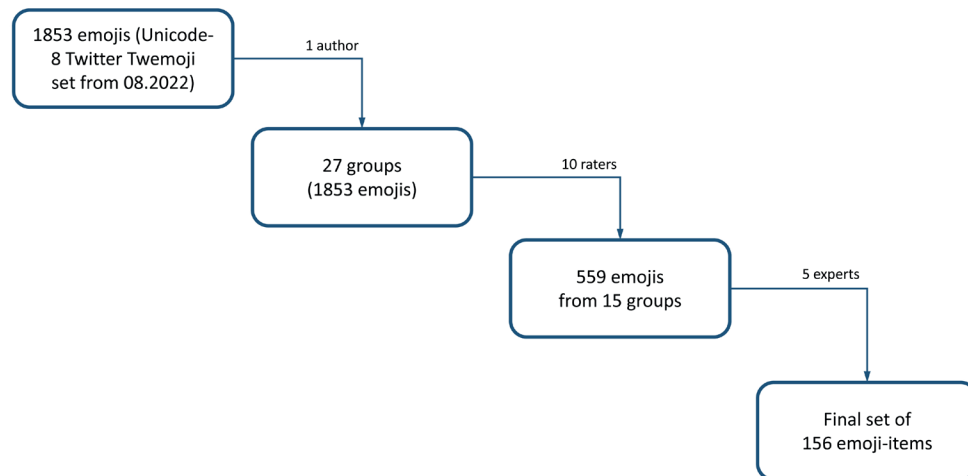


Figure 2
Emoji selection scheme

Методики

Все респонденты заполнили анкету, содержащую социально-демографические вопросы и следующие психодиагностические инструменты:

1. Короткий опросник темной тетрады (The Short Dark Tetrad; SD4) Д. Полхуса и коллег в адаптации Д.С. Корниенко и соавторов диагностирует нарциссизм, макиавеллизм, садизм и психопатию как черты Темной тетрады (Корниенко и др., 2022; Paulhus et al., 2020).
2. Краткая шкала Большой пятерки (Big Five Inventory-2-Short; BFI-2-S) К. Сото и О. Джона в адаптации А.М. Мишкевич и соавторов оценивает экстраверсию, доброжелательность, добросовестность, нейротизм и открытость как черты Б5 (Мишкевич и др., 2022; Soto, John, 2017).
3. Шкала диагностики позитивного и негативного аффекта (ШПАНА/PANAS) Д. Ватсона, Л. Кларка и А. Теллегена в адаптации Е.Н. Осина, оценивает позитивный и негативный эффект, как общее аффективное состояние (заполнялась дважды, с вариантами инструкции «сегодня в течение дня» и «обычно (как правило, в среднем) в течение прошедшего года») (Осин, 2012; Watson et al., 1988).
4. 156 отобранных экспертами эмодзи, в случайно распределенном порядке, достигнутом за счет рандомизации. Для оценки эмодзи респондентам была предложена адаптированная под особенности оценки эмодзи инструкция из опросника черт BFI-2. Пример инструкции можно найти в приложении.

Анализ результатов

Статистический анализ результатов осуществлялся в программах Jamovi v2.3.24 и IBM SPSS Statistics v23.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Факторная структура

Факторная структура эмодзи определялась посредством анализа главных компонент (PCA; Principal component analysis) с вращением Варимакс. График каменистой осыпи PCA доступен на Рисунке 3 и показывает наличие до 32 факторов при отсечении собственным значением выше 1, данная модель объясняет 67,0% дисперсии. Параллельный анализ (Parallel Analysis), как метод отсечения, показал модель, состоящую из 15 факторов и объясняющую до 53,3% дисперсии. Основным критерием отсечения модели выступил критерий достаточного размера факторов в таксономиях, определенный Дж. Сосье и К. Иурино (Saucier, Iurino, 2020). Согласно ему, в данной модели присутствует только 8 факторов, объясняющих до 39,9% совокупной дисперсии.

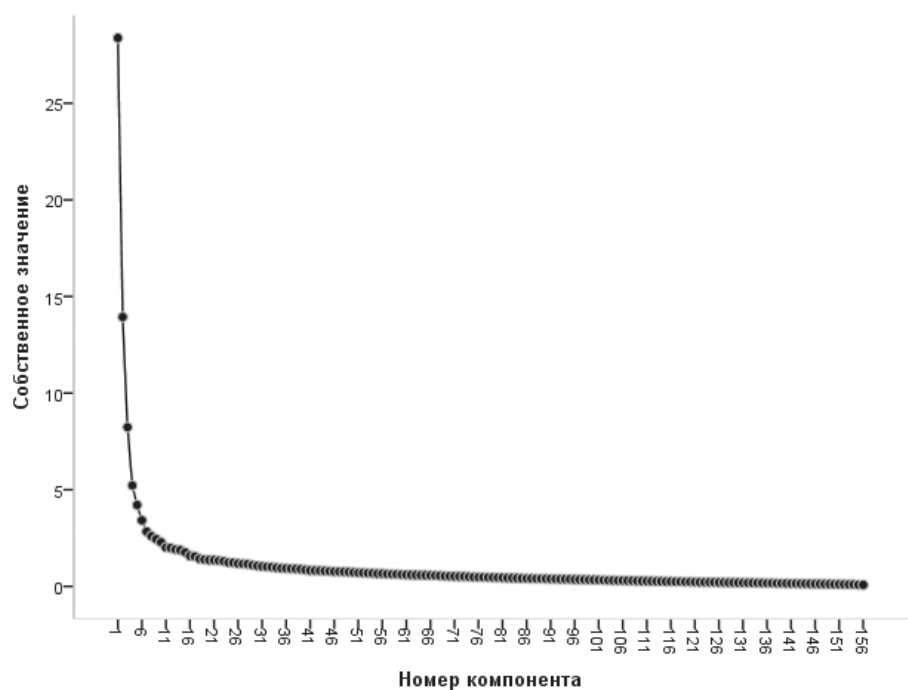


Рисунок 3
График каменистой осыпи 156 эмодзи-пунктов

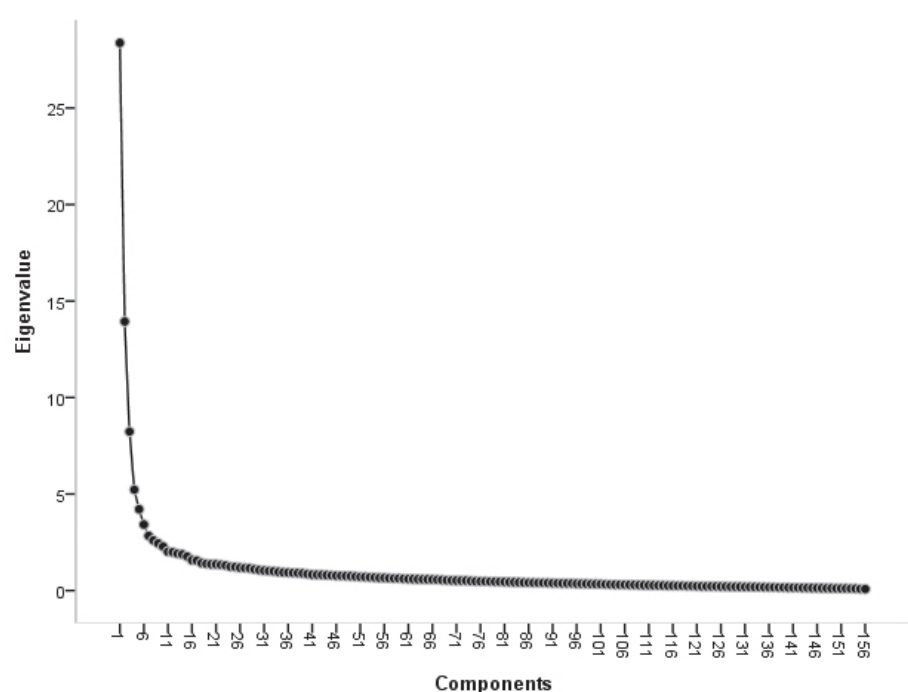


Figure 3
Scree plot of 156 emoji-items

8-факторное решение с топ-8 самых нагруженных эмодзи на каждый фактор представлено в Таблице 1. В фактор 1 попали эмодзи семей в различной вариативности: полные семьи с одним ребенком и с 2 детьми, а также неполные семьи. В фактор 2 попали улыбающиеся лица. В фактор 3 отобрались грустные лица. Фактор 4 представлен тематикой любви и сердец. Фактор 5 вобрал в себя различные проявления агрессии. В 6-м факторе наблюдаются эмодзи, связанные с достижениями/высоким статусом. Фактор 7 состоит из эмодзи, связанных с научной/учебной активностью, совы как олицетворения мудрости, анатомического сердца и 2 лиц: задумчивое и лицо «ботана». Последний, 8-й фактор вобрал в себя изображения людей с жестами «нет», «не знаю» и сидящих в позе лотоса.

Таблица 1

8-факторное решение с нагрузками > 0,3 на каждый фактор

Пункт	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф5	Ф6	Ф7	Ф8	Пункт	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф5	Ф6	Ф7	Ф8
	0,84											0,74					
	0,83											0,72					
	0,82											0,72					
	0,80											0,72					
	0,80											0,71					
	0,78											0,64					
	0,74												0,71				
	0,63									0,34			0,71				
		0,78								0,37			0,68				
		0,76									0,45		0,67				
		0,75											0,65				
		0,75									0,43		0,64				
		0,74									0,36		0,59				
		0,73											0,54				
		0,68												0,78			
		0,63												0,77			
			0,77											0,74			
			0,74											0,71			

Пункт	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф5	Ф6	Ф7	Ф8
					0,64			
					0,64			
			0,37		0,50			
					0,49			
						0,80		
						0,79		
						0,78		
						0,67		
						0,53		
						0,48	0,39	
				0,33		0,46		
						0,38		
							0,72	
							0,70	

Пункт	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф5	Ф6	Ф7	Ф8
							0,63	
							0,59	
							0,56	
							0,52	
							0,49	
				0,37			0,48	
								0,70
								0,68
								0,65
								0,65
								0,65
								0,63
								0,40
				0,32		0,32		0,37

Table 1

8 factors solution with loadings > 0.3 on each factor

Item	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
	0.84							
	0.83							
	0.82							
	0.80							
	0.80							
	0.78							

Item	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
	0.74							
	0.63							
		0.78						
		0.76						
		0.75						
		0.75						

Item	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
		0.74						
		0.73						
		0.68						
		0.63						
			0.77					
			0.74					
			0.74					
			0.72					
			0.72					
			0.72					
			0.71					
			0.64					
				0.71				
	0.34			0.71				
	0.37			0.68				
		0.45		0.67				
				0.65				
		0.43		0.64				
		0.36		0.59				
				0.54				
					0.78			
					0.77			
					0.74			

Item	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
					0.71			
					0.64			
					0.64			
			0.37		0.50			
					0.49			
						0.80		
						0.79		
						0.78		
						0.67		
						0.53		
						0.48	0.39	
				0.33		0.46		
						0.38		
							0.72	
							0.70	
							0.63	
							0.59	
							0.56	
							0.52	
							0.49	
				0.37			0.48	
								0.70
								0.68

Item	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
								0.65
								0.65
								0.65

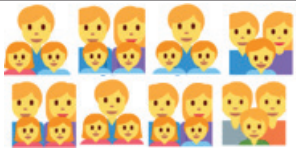
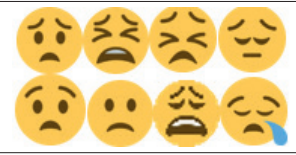
Item	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8
								0.63
								0.40
				0.32		0.32		0.37

Надежность

Названия факторов, определенные автором исходя из контекста эмодзи, вошедших в них, представлены в Таблице 2. Коэффициент α Кронбаха свидетельствует о высоких значениях внутренней надежности в шкалах-эмодзи и находится в диапазоне от $\alpha = 0,93$ (Семейность) до $\alpha = 0,79$ (Ученость).

Таблица 2

Названия шкал и надежность измерений

Номер	Название	α Кронбаха	Пункты
1	Семейность	0,93	
2	Смешливость	0,91	
3	Негативная эмоциональность	0,89	
4	Любвеобильность	0,90	
5	Агрессивность	0,85	
6	Высокий статус	0,86	
7	Ученость	0,79	

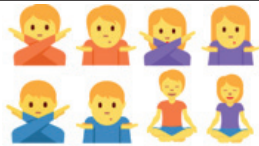
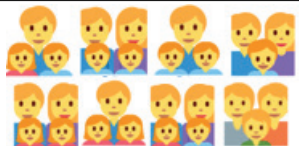
8	Закрытость	0,81	
---	------------	------	---

Table 2
 Dimension names and internal consistency

Factor	Name	Cronbach's- α	Items
1	Family	0.93	
2	Risibility	0.91	
3	Negative Emotionality	0.89	
4	Love	0.90	
5	Aggressiveness	0.85	
6	High status	0.86	
7	Scholarship	0.79	
8	Closedness	0.81	

Корреляции шкал

Внутренние корреляции шкал эмодзи между собой отражены в Таблице 3. Наиболее сильные корреляции связывали факторы Ф3 Негативная эмоциональность и Ф5 Агрессивность $r = 0,46$, а также Ф1 Семейность, Ф2 Смешливость и Ф4 Любвеобильность в диапазоне от $r = 0,41$ до $r = 0,45$. Ф8 Закрытость оказался позитивно связан со всеми представленными факторами в диапазоне от $r = 0,18$ до $r = 0,32$. Общий диапазон корреляций между шкалами находился в промежутке между $r = -0,06$ и $r = 0,46$.

Таблица 3

Корреляции r Пирсона между шкалами эмодзи

	1	2	3	4	5	6	7
Семейность							
Смешливость	0,33**						
Негативная эмоциональность	0,00	0,11*					
Любвеобильность	0,41**	0,45**	0,10*				
Агрессивность	-0,06	0,17**	0,46**	0,05			
Высокий статус	0,15**	0,39**	0,09*	0,25**	0,20**		
Ученость	0,31**	0,30**	0,18**	0,33**	0,04	0,42**	
Закрытость	0,30**	0,24**	0,37**	0,19**	0,18**	0,32**	0,31**

Примечание: $p^{**} < 0,001$; $*$ $< 0,05$.

Table 3

Pearson's-r correlations among emoji scales

	1	2	3	4	5	6	7
Family							
Risibility	0.33**						
Negative Emotionality	0.00	0.11*					
Love	0.41**	0.45**	0.10*				
Aggressiveness	-0.06	0.17**	0.46**	0.05			
High status	0.15**	0.39**	0.09*	0.25**	0.20**		
Scholarship	0.31**	0.30**	0.18**	0.33**	0.04	0.42**	
Closedness	0.30**	0.24**	0.37**	0.19**	0.18**	0.32**	0.31**

Note: $p^{**} < 0.001$; $*$ < 0.05 .

Конвергентная валидность

Для изучения ассоциаций с чертами были построены корреляционные матрицы шкал из эмодзи и шкал BFI-2, SD4 и PANAS, они представлены в Таблице 4. Ф1 Семейность был позитивно связан со шкалами позитивного аффекта, экстраверсией, доброжелательностью, добросовестностью и нарциссизмом и негативно с негативным аффектом, нейротизмом, макиавеллизмом и садизмом в диапазоне от $r = -0,18$ до $r = 0,25$. Ф2 Смешливость был позитивно связан с показателями позитивного аффекта, экстраверсией, доброжелательностью и нарциссизмом и негативно с нейротизмом и одной из версий негативного аффекта в диапазоне от $r = -0,12$ до $r = 0,32$. Ф3 Негативная эмоциональность показал позитивные связи со шкалами негативного аффекта и нейротизма, а также негативные связи с показателями позитивного аффекта, экстраверсии, добросовестностью и нарциссизмом в диапазоне от $r = -0,21$ до $r = 0,46$.

Ф4 Любвеобильность имел позитивные ассоциации с позитивным аффектом, экстраверсией, доброжелательностью и нарциссизмом, а также негативные ассоциации с показателями садизма в диапазоне от $r = -0,12$ до $r = 0,32$. Ф5 Агрессивность был позитивно связан с показателями негативного аффекта, шкалами черт нейротизма, психопатии и садизма и негативно ассоциировался с показателями черт доброжелательности и добросовестности в диапазоне от $r = -0,42$ до $r = 0,45$. Ф6 Высокий статус был позитивно связан с позитивным аффектом, экстраверсией, открытостью, макиавеллизмом и нарциссизмом в диапазоне от $r = 0,12$ до $r = 0,32$. Ф7 Ученость показал умеренные ассоциации со шкалами позитивного аффекта, экстраверсией, открытостью опыту и негативные связи с нейротизмом в диапазоне от $r = -0,12$ до $r = 0,23$. Последний Ф8 Закрытость оказался лишь немного положительно связан со шкалой негативного аффекта ($r = 0,08$) и отрицательно с экстраверсией ($r = -0,08$).

Таблица 4
Корреляции г Пирсона между шкалами эмодзи и методиками BFI-2, SD4, PANAS

	Семей- ность	Смешли- вость	Негатив- ная эмоцио- нальность	Любве- обильность	Агрессив- ность	Высокий статус	Ученость	Закры- тость
ПА День	0,13**	0,24**	-0,25**	0,18**	-0,07*	0,14**	0,15**	0,01
НА День	-0,16**	-0,09*	0,37**	-0,03	0,26**	-0,07	-0,02	0,03
ПА Средний	0,16**	0,27**	-0,23**	0,28**	-0,05	0,24**	0,22**	-0,01
НА Средний	-0,15**	-0,03	0,46**	0,02	0,38**	0,00	0,01	0,08*
Экстраверсия	0,25**	0,32**	-0,29**	0,32**	-0,01	0,32**	0,16**	-0,08*
Доброжел.	0,19**	0,18**	-0,09*	0,26**	-0,42**	0,05	0,07*	0,06
Добросовестн.	0,13**	0,07*	-0,21**	0,12*	-0,17**	0,14**	0,09*	0,00
Нейротизм	-0,18**	-0,12*	0,44**	-0,05	0,30**	-0,06	-0,12**	0,00
Открытость	-0,01	0,01	-0,03	0,05	0,05	0,15**	0,20**	-0,02
Макиавеллизм	-0,09*	-0,01	0,05	-0,06	0,22**	0,12*	0,07	0,03
Нарциссизм	0,14**	0,20**	-0,16**	0,28**	0,15**	0,41**	0,23**	0,01
Психопатия	0,00	0,07	0,01	0,00	0,40**	0,16**	0,05	-0,02
Садизм	-0,13**	-0,01	0,05	-0,12*	0,45**	0,12**	0,03	0,01

Примечание: р ** < 0,001; * < 0,05; ПА — Позитивный аффект; НА — Негативный аффект; Доброжел. — Доброжелательность; Добросовестн. — Добросовестность.

Table 3
Pearson’s-r correlations between emoji-scales and BFI-2, SD4, PANAS scales

	Family	Risibility	Negative Emotionality	Love	Aggres- siveness	High status	Scholar- ship	Closedness
PA day	0.13**	0.24**	-0.25**	0.18**	-0.07*	0.14**	0.15**	0.01
NA day	-0.16**	-0.09*	0.37**	-0.03	0.26**	-0.07	-0.02	0.03
PA Average	0.16**	0.27**	-0.23**	0.28**	-0.05	0.24**	0.22**	-0.01
NA Average	-0.15**	-0.03	0.46**	0.02	0.38**	0.00	0.01	0.08*
Extraversion	0.25**	0.32**	-0.29**	0.32**	-0.01	0.32**	0.16**	-0.08*
Agreeableness	0.19**	0.18**	-0.09*	0.26**	-0.42**	0.05	0.07*	0.06
Conscientious.	0.13**	0.07*	-0.21**	0.12*	-0.17**	0.14**	0.09*	0.00
Neuroticism	-0.18**	-0.12**	0.44**	-0.05	0.30**	-0.06	-0.12**	0.00
Openness	-0.01	0.01	-0.03	0.05	0.05	0.15**	0.20**	-0.02
Machiavelli.	-0.09*	-0.01	0.05	-0.06	0.22**	0.12*	0.07	0.03
Narcissism	0.14**	0.20**	-0.16**	0.28**	0.15**	0.41**	0.23**	0.01
Psychopathy	0.00	0.07	0.01	0.00	0.40**	0.16**	0.05	-0.02
Sadism	-0.13**	-0.01	0.05	-0.12*	0.45**	0.12*	0.03	0.01

Note: p ** < 0.001; * < 0.05; PA = Positive affect; NA = Negative affect; Conscientious. = Conscientiousness; Machiavelli. = Machiavellism

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

В данном исследовании пока не представляется возможным однозначно определить, получили ли мы полноценную таксономию эмодзи. Несмотря на широкий охват черт, в текущем виде они значительно отличаются от известных нам моделей, в том числе от попыток построения Б5 на основе эмодзи (Marengo et al., 2017; Moussa, 2021). Такие различия могут являться следствием отличий в методе получения моделей, так как предыдущие исследования использовали корреляции отдельных эмодзи с чертами (Marengo et al., 2017) без проведения процедуры отбора и факторного анализа. Более того, наиболее сильные корреляции эмодзи и черт Б5, полученные в нашем исследовании, находятся на уровне $r = 0,44$, что не дает возможности приравнять какие-либо факторы к существующим чертам.

Смещение на измерение эмоций с помощью эмодзи является очевидной угрозой валидности (Kaye, Schweiger, 2023). В ходе исследования мы пытались развести измерение эмоций, имеющих ситуативный характер, и личностных черт. Для выявления различий были использованы 2 варианта опросника ШПАНА с разной инструкцией, описывающей состояние за день, и обычное состояние в течении прошедшего года. В подавляющем большинстве случаев корреляции эмодзи-факторов оказались выше со шкалами, измеряющими обычные состояния, кроме того, наиболее сильная корреляция отмечается лишь на уровне $r = 0,46$.

Перейдем к факторам. Ф1 Семейность выявил положительную связь семейных эмодзи и ряда черт: экстраверсии, доброжелательности и добросовестности, что вероятно связано с наличием ответственности и теплоты в ядрах данных черт. Корреляционные связи Ф2 Смешливости вновь подтвердили, что смеющиеся лица ассоциируются с позитивными эмоциями и экстраверсией (Marengo et al., 2017). Ф3 Негативная эмоциональность подтвердила связь с нейротизмом, грустные лица ранее уже зарекомендовали себя как маркеры отрицательных состояний (Carroll, 2023; Marengo et al., 2019; Moussa, 2021).

Ф4 Любвеобильность, как и предполагается в соответствии с попавшими в него эмодзи, оказался близок к экстраверсии и доброжелательности. Схожую связь доброжелательности и эмодзи с сердцами можно наблюдать и в ряде других работ (Marengo et al., 2017; Moussa, 2021). Ф5 Агрессивность оказался наиболее «темным», сильно связанным с показателями нейротизма, садизма и психопатии, фактором. В более ранних исследованиях мы также можем наблюдать похожие связи нейротизма и лиц с нестабильными эмоциями, но здесь к ним добавились черты тетрады (Moussa, 2021). Ф6 Высокий статус выявил связь эмодзи высокого статуса и достижений с нарциссизмом, что ранее не было известно.

Ф7 Ученость показал значимую корреляцию с открытостью из Б5, что является новым вкладом в изучение связей черт и эмодзи. Найти значимые корреляции между эмодзи и открытостью в рамках более ранних исследований не удавалось (Marengo et al., 2017; Moussa, 2021). Это порождало утверждения о том, что эмодзи не могут раскрыть и измерить когнитивные компоненты. Ф8 Закрытость остался наименее очевидным фактором, с одной стороны он слабо связан с другими чертами и аффектами, а с другой — коррелирует со всеми присутствующими в модели факторами-эмодзи. Потенциально он может являться проявлением интроверсии, как отдельной от экстраверсии черты (Bossom, Zelenski, 2022). Тем не менее, точное определение конструкта данного фактора, единственного, включающего поведение не в формате лиц, нуждается в существенной доработке.

Выделим ограничения, присущие исследованию. На текущий момент нет данных о получении сходных моделей, что существенно ограничивает качество модели, так как все крупные модели таксономий языка имеют множественные репликации (Мишкевич и др., 2024). Выборка исследования оказывается не однородной по полу. Основные участники исследования — молодые люди. Использование эмодзи в качестве пунктов методики мало исследовано, поэтому в будущем данные о расширении разного рода валидности будут необходимы для стандартизации шкал. Еще одним ограничением является сложность и неоднозначность названий шкал, требующих отдельного определения в формате фокус-группы.

Таким образом, в данной работе нами был сделан первый шаг в построении таксономии эмодзи и определении ее психологического содержания. В качестве перспектив развития текущего исследования мы видим репликацию исследования, расширение психометрической обработки методики, включающее проверку различных видов валидности и привлечение экспертов/фокус-группы для определения контента и направленности измерений шкал.

ВЫВОДЫ

1. В ходе факторизации эмодзи не удалось найти моделей или черт, сходных с Б5, что свидетельствует об отличиях структуры эмодзи от структуры натуральных языков.
2. Полученная 8-факторная модель требует репликации для подтверждения универсальности полученной структуры.
3. Методика, созданная на основе эмодзи, нуждается в доработке, в первую очередь в определении точных названий шкал и проверки иных видов валидности, тест-ретестовой надежности и стандартизации баллов шкал.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Китова, Е.Б. (2016). Общение в интернет-среде и «Универсальный язык» эмодзи. *Вопросы теории и практики журналистики*, 5(4), 654–664. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2016.5\(4\).654-664](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2016.5(4).654-664)
- Корниенко, Д.С., Вязовкина, В.К., Горностаев, И.С. (2022). Адаптация и психометрическая проверка методики «Короткий опросник темной тетрады». *Психологический журнал*, 43(5), 87–98. <https://doi.org/10.31857/S020595920022787-1>
- Мишкевич, А.М., Щebetенко, С.А., Калутин, А.Ю., Сиротина, У.Е., Витко, Ю.С. (2024). Таксономия черт личности, основанная на прилагательных русского языка. *Сибирский психологический журнал*, (91), 60–80. <https://doi.org/10.17223/17267080/91/4>
- Мишкевич, А.М., Щebetенко, С.А., Калутин, А.Ю., Сото, К.Дж., Джон, О.П. (2022). Адаптация краткой и сверхкраткой версий опросника Big Five Inventory-2: BFI-2-S и BFI-2-XS. *Психологический журнал*, 43(1), 95–108. <https://doi.org/10.31857/S020595920017744-4>
- Осин, Е.Н. (2012). Измерение позитивных и негативных эмоций: разработка русскоязычного аналога методики Panas. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 9(4), 91–110.

- Шейнин, П. (2024). Пользователи Android смогут включать «аудиоэмодзи» во время звонков. Сноб, 1 мая 2024 г. URL: https://snob.ru/news/polzovateli-android-smogut-vkliuchat-audioemodzi-vo-vremia-zvonkov/?utm_source=telegram&utm_medium=social (дата обращения: 25.08.2024).
- Alshenqeeti, H. (2016). Are emojis creating a new or old visual language for new generations? A socio-semiotic study. *Advances in Language and Literary Studies*, 7(6). <https://doi.org/10.7575/aiall.v.7n.6p.56>
- Bai, Q., Dan, Q., Mu, Z., Yang, M. (2019). A systematic review of emoji: Current research and future perspectives. *Frontiers in Psychology*, 10, 2221. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02221>
- Bossom, I.R., Zelenski, J.M. (2022). The impact of trait introversion-extraversion and identity on state authenticity: Debating the benefits of extraversion. *Journal of Research in Personality*, 97, 104208. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2022.104208>
- Carroll, J. (2023). The role of prosocial behaviour, personality and general mental health in predicting emoji use and preference. *Psychological Reports*, 1–17. <https://doi.org/10.1177/00332941231220304>
- Danesi, M. (2017). Emoji in advertising. *International Journal of Semiotics and Visual Rhetoric*, 1(2), 1–12. <https://doi.org/10.4018/IJSVR.2017070101>
- Das, G., Wiener, H.J., Kareklas, I. (2019). To emoji or not to emoji? Examining the influence of emoji on consumer reactions to advertising. *Journal of Business Research*, 96, 147–156. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.007>
- Gawne, L., McCulloch, G. (2019). Emoji as digital gestures. *Language@Internet*, 17(2). URL: <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/li/article/view/37786> (дата обращения: 25.08.2025).
- Guntuku, S.C., Li, M., Tay, L., Ungar, L.H. (2019). Studying cultural differences in emoji usage across the East and the West. In: Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media (June 11–14, 2019). (pp. 226–235). California: AAAI Press. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v13i01.3224>
- Hasyim, M. (2019). Linguistic functions of emoji in social media communication. *Opción*, 35(24), 558–574.
- Kaye, L.K., Malone, S.A., Wall, H.J. (2017). Emojis: Insights, affordances, and possibilities for psychological science. *Trends in Cognitive Sciences*, 21(2), 66–68. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2016.10.007>
- Kaye, L.K., Schweiger, C.R. (2023). Are emoji valid indicators of in-the-moment mood? *Computers in Human Behavior*, 148, 107916. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107916>
- Khan, A. (2015). ‘Alice’s Adventures in Wonderland’ has been translated into emoji. *Insomniac Magazine*, January 9, 2015. URL: <https://www.insomniac.com/magazine/alices-adventures-in-wonderland-has-been-translated-into-emoji/> (accessed: 08.25.2024).
- Marengo, D., Giannotta, F., Settanni, M. (2017). Assessing personality using emoji: An exploratory study. *Personality and Individual Differences*, 112, 74–78. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.02.037>
- Marengo, D., Settanni, M., Giannotta, F. (2019). Development and preliminary validation of an image-based instrument to assess depressive symptoms. *Psychiatry Research*, 279, 180–185. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2019.02.059>
- Moussa, S. (2021). Measuring brand personality using emoji: Findings from Mokken scaling. *Journal of Brand Management*, 28(2), 116–132. <https://doi.org/10.1057/s41262-020-00220-8>
- Paulhus, D.L., Buckels, E.E., Trapnell, P.D., Jones, D.N. (2020). Screening for dark personalities: The Short Dark Tetrad (SD4). *European Journal of Psychological Assessment*, 37(3), 208–222. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000602>
- Rodrigues, D., Prada, M., Gaspar, R., Garrido, M.V., Lopes, D. (2018). Lisbon Emoji and Emoticon Database (LEED): Norms for emoji and emoticons in seven evaluative dimensions. *Behavior Research Methods*, 50, 392–405. <https://doi.org/10.3758/s13428-017-0878-6>
- Saucier, G., Iurino, K. (2020). High-dimensionality personality structure in the natural language: Further analyses of classic sets of English-language trait-adjectives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 119(5), 1188–1219. <https://doi.org/10.1037/pspp0000273>
- Soto, C.J., John, O.P. (2017). Short and extra-short forms of the Big Five Inventory-2. *Journal of Research in Personality*, 68, 69–81. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2017.02.004>
- Tomlinson, D., von Baeyer, C.L., Stinson, J.N., Sung, L. (2010). A systematic review of faces scales for the self-report of pain intensity in children. *Pediatrics*, 126(5), 1168–1198. <https://doi.org/10.1542/peds.2010-1609>
- Völkel, S.T., Buschek, D., Pranjic, J., Hussmann, H. (2019). Understanding emoji interpretation through user personality and message context. In: Proceedings of the 21st International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services (October 1–4, 2019). (pp. 1–12). New York: ACM Publ. <https://doi.org/10.1145/3338286.3340114>
- Watson, D., Clark, L.A., Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063–1070. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.6.1063>

REFERENCES

- Alshenqeeti, H. (2016). Are emojis creating a new or old visual language for new generations? A socio-semiotic study. *Advances in Language and Literary Studies*, 7(6). <https://doi.org/10.7575/aiall.v.7n.6p.56>
- Bai, Q., Dan, Q., Mu, Z., Yang, M. (2019). A systematic review of emoji: Current research and future perspectives. *Frontiers in Psychology*, 10, 2221. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02221>
- Bossom, I.R., Zelenski, J.M. (2022). The impact of trait introversion-extraversion and identity on state authenticity: Debating the benefits of extraversion. *Journal of Research in Personality*, 97, 104208. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2022.104208>
- Carroll, J. (2023). The role of prosocial behaviour, personality and general mental health in predicting emoji use and preference. *Psychological Reports*, 1–17. <https://doi.org/10.1177/00332941231220304>
- Danesi, M. (2017). Emoji in advertising. *International Journal of Semiotics and Visual Rhetoric*, 1(2), 1–12. <https://doi.org/10.4018/IJSVR.2017070101>
- Das, G., Wiener, H.J., Kareklas, I. (2019). To emoji or not to emoji? Examining the influence of emoji on consumer reactions to advertising. *Journal of Business Research*, 96, 147–156. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.007>
- Gawne, L., McCulloch, G. (2019). Emoji as digital gestures. *Language@Internet*, 17(2). URL: <https://scholarworks.iu.edu/journals/index.php/li/article/view/37786> (accessed: 25.08.2025).

- Guntuku, S.C., Li, M., Tay, L., Ungar, L.H. (2019). Studying cultural differences in emoji usage across the East and the West. In: Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media (June 11–14, 2019). (pp. 226–235). California: AAAI Press. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v13i01.3224>
- Hasyim, M. (2019). Linguistic functions of emoji in social media communication. *Opción*, 35(24), 558–574.
- Kaye, L.K., Malone, S.A., Wall, H.J. (2017). Emojis: Insights, affordances, and possibilities for psychological science. *Trends in Cognitive Sciences*, 21(2), 66–68. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2016.10.007>
- Kaye, L.K., Schweiger, C.R. (2023). Are emoji valid indicators of in-the-moment mood? *Computers in Human Behavior*, 148, 107916. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107916>
- Khan, A. (2015). 'Alice's Adventures in Wonderland' has been translated into emoji. *Insomniac Magazine*, January 9, 2015. URL: <https://www.insomniac.com/magazine/alices-adventures-in-wonderland-has-been-translated-into-emoji/> (accessed: 08.25.2024).
- Kitova, E.B. (2016). Computer-mediated communication and the “universal language” of emoji. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 5(4), 654–664. (In Russ.). [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2016.5\(4\).654-664](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2016.5(4).654-664)
- Kornienko, D.S., Vyazovkina, V.K., Gornostayev, I.S. (2022). Adaptation and psychometric properties of the Dark Tetrad Short Questionnaire. *Psikhologicheskii zhurnal = Psychological Journal*, 43(5), 87–98. (In Russ.). <https://doi.org/10.31857/S020595920022787-1>
- Marengo, D., Giannotta, F., Settanni, M. (2017). Assessing personality using emoji: An exploratory study. *Personality and Individual Differences*, 112, 74–78. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.02.037>
- Marengo, D., Settanni, M., Giannotta, F. (2019). Development and preliminary validation of an image-based instrument to assess depressive symptoms. *Psychiatry Research*, 279, 180–185. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2019.02.059>
- Mishkevich, A.M., Shchebetenko, S.A., Kalugin, A.Yu., Sirotina, U.E., Vitko, Yu.S. (2024). A taxonomy of personality traits based on Russian adjectives. *Sibirskij psikhologicheskij zhurnal = Siberian Journal of Psychology*, 91, 60–80. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/17267080/91/4>
- Mishkevich, A.M., Shchebetenko, S.A., Kalugin, A.Yu., Soto, K. Jr., John, O.P. (2022). The Short and Extra-Short Forms of the Russian Version of the Big Five Inventory-2: BFI-2-S AND BFI-2-XS. *Psikhologicheskii zhurnal = Psychological Journal*, 43(1), 95–108. (In Russ.). <https://doi.org/10.31857/S020595920017744-4>
- Moussa, S. (2021). Measuring brand personality using emoji: Findings from Mokken scaling. *Journal of Brand Management*, 28(2), 116–132. <https://doi.org/10.1057/s41262-020-00220-8>
- Osin, E.N. (2012). Measuring positive and negative emotions: development of a Russian-language analogue of the PANAS questionnaire. *Psihologiya. Zhurnal Vysshej shkoly ekonomiki = Psychology. Journal of the Higher School of Economics*, 9(4), 91–110. (In Russ.)
- Paulhus, D.L., Buckels, E.E., Trapnell, P.D., Jones, D.N. (2020). Screening for dark personalities: The Short Dark Tetrad (SD4). *European Journal of Psychological Assessment*, 37(3), 208–222. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000602>
- Rodrigues, D., Prada, M., Gaspar, R., Garrido, M.V., Lopes, D. (2018). Lisbon Emoji and Emoticon Database (LEED): Norms for emoji and emoticons in seven evaluative dimensions. *Behavior Research Methods*, 50, 392–405. <https://doi.org/10.3758/s13428-017-0878-6>
- Saucier, G., Iurino, K. (2020). High-dimensionality personality structure in the natural language: Further analyses of classic sets of English-language trait-adjectives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 119(5), 1188–1219. <https://doi.org/10.1037/pspp0000273>
- Shejnin, P. (2024). Android users will be able to turn on the “audio emoji” during calls. *Snob*, May 1, 2024. URL: https://snob.ru/news/polzovateli-android-smogut-vkliuchat-audioemodzi-vo-vremia-zvonkov/?utm_source=telegram&utm_medium=social (accessed: 08.25.2024).
- Soto, C.J., John, O.P. (2017). Short and extra-short forms of the Big Five Inventory-2. *Journal of Research in Personality*, 68, 69–81. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2017.02.004>
- Tomlinson, D., von Baeyer, C.L., Stinson, J.N., Sung, L. (2010). A systematic review of faces scales for the self-report of pain intensity in children. *Pediatrics*, 126(5), 1168–1198. <https://doi.org/10.1542/peds.2010-1609>
- Völkel, S.T., Buschek, D., Pranjic, J., Hussmann, H. (2019). Understanding emoji interpretation through user personality and message context. In: Proceedings of the 21st International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services (October 1–4, 2019). (pp. 1–12). New York: ACM Publ. <https://doi.org/10.1145/3338286.3340114>
- Watson, D., Clark, L.A., Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063–1070. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.6.1063>

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / ABOUT AUTHOR



**Никита Романович
Ильичев**

Nikita R. Ilichov

Аспирант департамента психологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Российская Федерация, ilichovnikita@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5444-4497>

Postgraduate Student, Department of Psychology, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russian Federation, ilichovnikita@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5444-4497>

Поступила 01.11.2024. Получена после доработки
14.01.2025. Принята в печать 02.08.2025.

Received 01.11.2024. Revised
14.01.2025. Accepted 02.08.2025.

Приложение

Шкала эмодзи-черт

Инструкция. Ниже приведен список эмодзи, которые могут вас характеризовать или не характеризовать. Например, вы согласны с тем, что улыбающийся или плачущий смайлик отражает ваше обычное состояние или обычное поведение. Пожалуйста, выберите степень вашего согласия или несогласия с каждым из эмодзи по шкале: 1 — «Полностью не согласен»; 2 — «Скорее не согласен»; 3 — «Нейтрально»; 4 — «Скорее согласен»; 5 — «Полностью согласен».

Я человек, который...

1.		1	2	3	4	5
2.		1	2	3	4	5
3.		1	2	3	4	5
4.		1	2	3	4	5
5.		1	2	3	4	5
6.		1	2	3	4	5
7.		1	2	3	4	5
8.		1	2	3	4	5
9.		1	2	3	4	5
10.		1	2	3	4	5
11.		1	2	3	4	5
12.		1	2	3	4	5
13.		1	2	3	4	5
14.		1	2	3	4	5
15.		1	2	3	4	5
16.		1	2	3	4	5
17.		1	2	3	4	5

18.		1	2	3	4	5
19.		1	2	3	4	5
20.		1	2	3	4	5
21.		1	2	3	4	5
22.		1	2	3	4	5
23.		1	2	3	4	5
24.		1	2	3	4	5
25.		1	2	3	4	5
26.		1	2	3	4	5
27.		1	2	3	4	5
28.		1	2	3	4	5
29.		1	2	3	4	5
30.		1	2	3	4	5
31.		1	2	3	4	5
32.		1	2	3	4	5
33.		1	2	3	4	5
34.		1	2	3	4	5
35.		1	2	3	4	5
36.		1	2	3	4	5
37.		1	2	3	4	5

38.		1	2	3	4	5
39.		1	2	3	4	5
40.		1	2	3	4	5
41.		1	2	3	4	5
42.		1	2	3	4	5
43.		1	2	3	4	5
44.		1	2	3	4	5
45.		1	2	3	4	5
46.		1	2	3	4	5
47.		1	2	3	4	5
48.		1	2	3	4	5
49.		1	2	3	4	5
50.		1	2	3	4	5
51.		1	2	3	4	5
52.		1	2	3	4	5
53.		1	2	3	4	5
54.		1	2	3	4	5
55.		1	2	3	4	5
56.		1	2	3	4	5
57.		1	2	3	4	5

58.		1	2	3	4	5
59.		1	2	3	4	5
60.		1	2	3	4	5
61.		1	2	3	4	5
62.		1	2	3	4	5
63.		1	2	3	4	5
64.		1	2	3	4	5

Обработка результатов

Для получения суммарных показателей сложите суммы баллов исходя из следующего ключа:
1. Семейность = 1+9+17+25+33+41+49+57
2. Смешливость = 2+10+18+26+34+42+50+58
3. Негативная эмоциональность = 3+11+19+27+35+43+51+59
4. Любвеобильность = 4+12+20+28+36+44+52+60
5. Агрессивность = 5+13+21+29+37+45+53+61
6. Высокий статус = 6+14+22+30+38+46+54+62
7. Ученость = 7+15+23+31+39+47+55+63
8. Закрытость = 8+16+24+32+40+48+56+64

Appendix

Emoji Trait Scale

Instructions. Here are a list of emojis that may or may not characterize you. For example, you do agree that a smiling or crying smiley reflects your usual state or behaviour. Please select the degree of your agreement or disagreement with each emoji on the scale: 1 — “Strongly disagree”; 2 — “Rather disagree”; 3 — “Neutral”; 4 — “Rather agree”; 5 — “Strongly agree”.
I am a person who...

1.		1	2	3	4	5
2.		1	2	3	4	5
3.		1	2	3	4	5
4.		1	2	3	4	5
5.		1	2	3	4	5
6.		1	2	3	4	5
7.		1	2	3	4	5

8.		1	2	3	4	5
9.		1	2	3	4	5
10.		1	2	3	4	5
11.		1	2	3	4	5
12.		1	2	3	4	5
13.		1	2	3	4	5
14.		1	2	3	4	5
15.		1	2	3	4	5
16.		1	2	3	4	5
17.		1	2	3	4	5
18.		1	2	3	4	5
19.		1	2	3	4	5
20.		1	2	3	4	5
21.		1	2	3	4	5
22.		1	2	3	4	5
23.		1	2	3	4	5
24.		1	2	3	4	5
25.		1	2	3	4	5
26.		1	2	3	4	5
27.		1	2	3	4	5

28.		1	2	3	4	5
29.		1	2	3	4	5
30.		1	2	3	4	5
31.		1	2	3	4	5
32.		1	2	3	4	5
33.		1	2	3	4	5
34.		1	2	3	4	5
35.		1	2	3	4	5
36.		1	2	3	4	5
37.		1	2	3	4	5
38.		1	2	3	4	5
39.		1	2	3	4	5
40.		1	2	3	4	5
41.		1	2	3	4	5
42.		1	2	3	4	5
43.		1	2	3	4	5
44.		1	2	3	4	5
45.		1	2	3	4	5
46.		1	2	3	4	5
47.		1	2	3	4	5

48.		1	2	3	4	5
49.		1	2	3	4	5
50.		1	2	3	4	5
51.		1	2	3	4	5
52.		1	2	3	4	5
53.		1	2	3	4	5
54.		1	2	3	4	5
55.		1	2	3	4	5
56.		1	2	3	4	5
57.		1	2	3	4	5
58.		1	2	3	4	5
59.		1	2	3	4	5
60.		1	2	3	4	5
61.		1	2	3	4	5
62.		1	2	3	4	5
63.		1	2	3	4	5
64.		1	2	3	4	5

Processing the results

To obtain the total scores, add up the scores using the following key:
1. Family = 1+9+17+25+33+41+49+57
2. Risibility = 2+10+18+26+34+42+50+58
3. Negative emotionality = 3+11+19+27+35+43+51+59
4. Love = 4+12+20+28+36+44+52+60
5. Aggressiveness = 5+13+21+29+37+45+53+61
6. High status = 6+14+22+30+38+46+54+62
7. Scholarship = 7+15+23+31+39+47+55+63
8. Closedness = 8+16+24+32+40+48+56+64