

УДК 159.9

**ПСИХОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ:
РОЛЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА
РАЗНЫЕ ВОЗРАСТНЫЕ ГРУППЫ**

Васькова Е.В.

магистрант,

Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского

Калуга, Россия

Косова А.А.

Преподаватель,

Калужский государственный университет им. К. Э. Циолковского,

Россия, Калуга

Аннотация

В статье исследуются особенности использования дистанционной коммуникации и эмоционального интеллекта в различных возрастных группах. Анализируются результаты исследования, показавшие, что молодые люди активнее используют мессенджеры для поддержания эмоциональных связей, в то время как старшие группы склонны к более прагматичному подходу в выборе инструментов общения. Обсуждаются влияние эмоционального интеллекта на стиль коммуникации, а также использование эмодзи и метафор как средств выражения эмоций. Результаты подчеркивают важность эмоционального интеллекта как ресурса для психологического благополучия в условиях цифровой эпохи.

Ключевые слова: эмоциональный интеллект, дистанционная коммуникация, возраст, социальные сети, мессенджеры.

***PSYCHOLOGY OF COMMUNICATION IN VIRTUAL SPACE: THE
ROLE OF EMOTIONAL INTELLIGENCE AND ITS IMPACT ON DIFFERENT
AGE GROUPS***

Vaskova E.V.

Master's student,

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky

Kaluga, Russia

Kosova A.A.

Teacher,

Kaluga State University named after K. E. Tsiolkovsky,

Russia, Kaluga

Abstract

The article examines the features of the use of remote communication and emotional intelligence in various age groups. The results of the study are analyzed, which showed that young people use messengers more actively to maintain emotional connections, while older groups tend to take a more pragmatic approach in choosing communication tools. The influence of emotional intelligence on communication style, as well as the use of emojis and metaphors as a means of expressing emotions are discussed. The results highlight the importance of emotional intelligence as a resource for psychological well-being in the digital age.

Keywords: emotional intelligence, remote communication, age, social networks, messengers.

Концепция эмоционального интеллекта (EI) возникла благодаря новаторским исследованиям Джона Майера и Питера Сэловея [5, 6]. Они рассматривали EI как неотъемлемую часть более широкого понятия социального интеллекта, акцентируя внимание на способности индивида осознавать, идентифицировать и проводить различие между своими собственными

эмоциями, а также распознавать и понимать эмоциональные состояния других людей. Эта способность не ограничивается простым распознаванием эмоций, а предполагает использование этой информации для эффективного управления своим мышлением и поведением, направляя их в нужное русло.

Согласно Майеру и Сэловею, эмоциональный интеллект проявляется в комплексе взаимосвязанных способностей, начиная с точного восприятия, оценки и выражения эмоций, что включает в себя умение адекватно распознавать эмоции по различным сигналам, таким как выражение лица, тон голоса и язык тела, а также умение выражать свои собственные эмоции так, чтобы они были понятны окружающим. Кроме того, важным аспектом является обращение к эмоциям и генерация эмоций, облегчающие мыслительный процесс, поскольку эмоции могут служить ценным источником информации и мотивации, а умение использовать их для стимуляции мышления и решения проблем является ключевым компонентом EI. Наконец, эмоциональный интеллект предполагает понимание эмоций и их регулирование, что подразумевает способность анализировать сложные эмоциональные состояния, осознавать их причины и последствия, а также умение управлять как своими собственными эмоциями, так и влиять на эмоции других людей, что способствует развитию как эмоциональной, так и интеллектуальной сферы, позволяя более эффективно адаптироваться к различным ситуациям и достигать поставленных целей.

Вклад Дэниела Гоулмана [4] в популяризацию EI состоит в том, что он подчеркнул важность способности интерпретировать свои эмоции, а также эмоции окружающих, чтобы использовать эту информацию для достижения своих личных целей. Он выделил четыре ключевых уровня EI:

1. Умение выражать эмоции: Владение навыками контроля за внешним проявлением своих эмоций через физические черты лица, жесты, тон голоса и другие каналы коммуникации. Это позволяет эффективно адаптировать свое поведение к различным социальным ситуациям и избегать нежелательных конфликтов.

2. Умение понимать эмоции: Способность распознавать и анализировать различные индикаторы эмоций, такие как улыбка, хмурый взгляд, закатывание глаз и другие невербальные сигналы. Это позволяет лучше понимать эмоциональное состояние других людей и реагировать на него адекватным образом.

3. Умение рассуждать об эмоциях: Возможность предполагать, на основе чего другой человек проявляет определенную эмоцию и как на нее реагировать, учитывая контекст ситуации и индивидуальные особенности человека. Это позволяет более эффективно выстраивать отношения с окружающими и избегать недопонимания.

4. Умение управлять своими эмоциями: Самый сложный уровень EI, включающий в себя элементы саморегуляции эмоций, такие как осознание своих эмоциональных реакций, умение контролировать импульсы и адаптировать свое поведение к различным ситуациям.

В последние десятилетия в российской психологии наблюдается значительный рост интереса к изучению EI и его роли в жизни человека. Ирина Николаевна Андреева рассматривает EI как составляющую социально-практического интеллекта, который проявляется во взаимодействии людей друг с другом в определенных ситуациях [1]. Этот подход подчеркивает важность EI для успешной адаптации к социальной среде и эффективного решения межличностных проблем.

Дмитрий Викторович Люсин [3] характеризует EI как комплексный понятийный фрейм, включающий в себя когнитивные способности и личностные характеристики. Он отмечает, что EI объединяет интерес к внутреннему миру людей, склонность к психологическому анализу поведения и другие личностные особенности, а также включает в себя способность понимать и управлять своими эмоциями, и эмпатическую способность понимать эмоции других людей и взаимодействовать с ними.

Подходы российских исследователей перекликаются с концепциями зарубежных ученых, подчеркивая универсальность EI как важного фактора успешной адаптации и эффективного взаимодействия в современном мире.

Современные исследователи все чаще приходят к выводу, что успех в различных сферах деятельности зависит не только от традиционного интеллекта (IQ), но и от эмоционального интеллекта (EQ). Развитие EI может происходить как естественным образом в процессе жизненного опыта, так и путем специальных тренировок и упражнений.

Исследование, проведенное Л.И. Ларионовой [2] и другими учеными, показало, что у людей с высоким уровнем общего и эмоционального интеллекта наблюдается более высокий уровень психологического благополучия и его компонентов. Особенно это становится заметно в условиях критических ситуаций, когда интеллектуальные и эмоциональные факторы играют важную роль в адаптации к стрессу и поддержании психического здоровья. Эти факторы можно рассматривать как психологический ресурс, который, при целенаправленной стимуляции, способен стабилизировать и адаптировать человека в критических условиях, а также способствовать сохранению и в некоторой степени повышению уровня психологического благополучия

Развитие технологий привело к появлению новых форм коммуникации, которые не требуют личного присутствия. Дистанционная коммуникация, опосредованная различными технологиями, становится все более важной в современном мире.

Мессенджеры и социальные сети стали неотъемлемой частью дистанционной коммуникации. Они предоставляют широкий спектр возможностей для общения, обмена информацией и самовыражения. Мессенджеры ориентированы в основном на личное общение, в то время как социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники и др.) позволяют поддерживать связи с широким кругом людей и участвовать в различных онлайн-сообществах.

Дистанционная коммуникация имеет свои особенности:

- 1) Ограниченность невербальных сигналов. В отличие от личного общения, в дистанционной коммуникации отсутствует возможность непосредственного восприятия невербальных сигналов, таких как мимика, жесты и интонации. Это может приводить к недопониманию и искажению смысла сообщения.
- 2) Использование эмодзи и других символов. Для компенсации отсутствия невербальных сигналов в дистанционной коммуникации широко используются эмодзи, стикеры и другие символы, которые позволяют выражать эмоции и создавать определенный тон в переписке.
- 3) Асинхронность. Дистанционная коммуникация часто является асинхронной, то есть не требует немедленного ответа. Это дает возможность обдумывать сообщения и отвечать в удобное время, но также может приводить к задержкам в общении и недопониманию.
- 4) Анонимность. Дистанционная коммуникация может предоставлять возможность анонимного общения, что может способствовать более открытому и откровенному выражению мыслей и чувств, но также может приводить к безответственности и агрессивному поведению.

Дистанционная коммуникация оказывает влияние на эмоциональную сферу человека. Одним из примеров влияния можно отметить эмоциональное заражение. Онлайн-сообщества могут способствовать распространению эмоций, как позитивных, так и негативных. Дистанционная коммуникация может использоваться для регуляции эмоций, например, для поиска поддержки в трудных ситуациях или для выражения гнева в анонимной форме. Также онлайн-сообщества могут играть важную роль в формировании идентичности, особенно в подростковом возрасте

В исследовании принимали участие 75 человек среди которых 56 женщин и 21 мужчин. Испытуемые входят в следующие возрастные группы: 10-20 лет; 21-30 лет; 31-45 лет; 46-55 лет; старше 61. В каждую возрастную группу входят по 15 человек. Использовались следующие методы: авторская анкета на

выявление особенностей проявления эмоций в интернет-пространстве; Тест эмоционального интеллекта, ЭМИн (Д. В. Люсин). Исследование проходило на платформе OnlineTestPad. Обработка статистических данных проходила в программке Statistica 10.

С помощью критерия Спирмена был осуществлен гравитационный анализ между результатами теста эмоционального интеллекта и авторской анкеты. Результаты представлены в таблице №1.

Таблица №1 – Значимый корреляционные связи между шкалами теста ЭМИн и авторской анкеты выявления особенностей проявления эмоций в интернет-пространстве.

№	Показатели	Уровень значимости	Корреляция
1.	Шкала «Понимание эмоций других людей» & Активность	$p \leq 0,05$	-0,337397
2.	Шкала "Управление эмоциями других людей" & Кол-во времени	$p \leq 0,05$	-0,421057
3.	Шкала "Управление эмоциями других людей" & Уменьшительно-ласкательные значения	$p \leq 0,05$	0,344761
4.	Шкала "Управление эмоциями других людей" & Мат	$p \leq 0,05$	0,373702
5.	Шкала "Понимание своих эмоций" & Активность	$p \leq 0,05$	-0,309273
6.	Шкала "Межличностный эмоциональный интеллект" & Gif-анимации	$p \leq 0,05$	0,297505
7.	Шкала "Межличностный эмоциональный интеллект" & Мат	$p \leq 0,05$	0,361815
8.	Шкала "Общий эмоциональный интеллект" & Аватар	$p \leq 0,05$	-0,348288
9.	Кол-во времени & Использование эмоциональных слов	$p \leq 0,05$	0,359706
10.	Кол-во времени & Слэнг	$p \leq 0,05$	0,356300
11.	Уменьшительно-ласкательные значения & Мат	$p \leq 0,05$	0,409139
12.	Смайлы/эмоджи & Метафоры	$p \leq 0,05$	-0,335995
13.	Смайлы/эмоджи & Мат	$p \leq 0,05$	0,348440
14.	Тип смайлов/эмоджи &	$p \leq 0,05$	0,340308
15.	Использование эмоциональных слов & Кол-во времени	$p \leq 0,05$	0,359706
16.	Использование эмоциональных слов & Gif-анимации	$p \leq 0,05$	0,471726
17.	Gif-анимации & Использование эмоциональных слов	$p \leq 0,05$	0,471726
18.	Gif-анимации & Мат	$p \leq 0,05$	0,343485
19.	Слэнг & Кол-во времени	$p \leq 0,05$	0,356300

20.	Метафоры & Смайлы/эмоджи	$p \leq 0,05$	-0,335995
21.	Мат & Уменьшительно-ласкательные значения	$p \leq 0,05$	0,409139
22.	Мат & Смайлы/эмоджи	$p \leq 0,05$	0,348440
23.	Мат & Тип смайлов/эмоджи	$p \leq 0,05$	0,340308
24.	Мат & Gif-анимации	$p \leq 0,05$	0,343485

Из таблицы №1 мы видим следующее:

- Люди с развитой эмпатией и способностью распознавать эмоции других могут чувствовать себя перегруженными эмоциональным контентом в социальных сетях. Постоянный поток новостей, мнений, выражений радости и горя может быть утомительным для тех, кто особенно восприимчив к чужим чувствам. Это может быть связано с эмоциональным выгоранием (постоянное сопереживание может привести к эмоциональному истощению и желанию ограничить себя от информационного шума), предпочтением более глубокого общения (люди, хорошо понимающие эмоции, могут ценить более личное и содержательное общение, которого сложно достичь в поверхностных взаимодействиях в социальных сетях), критическим взглядом на контент (они могут более критично оценивать искренность и правдивость выражаемых в сети эмоций, что снижает их вовлеченность).
- Чем лучше человек умеет управлять эмоциями других людей, тем меньше времени он проводит в социальных сетях (или наоборот). Это может говорить о том, что у них более развиты навыки коммуникации в реальной жизни, что снижает потребность в общении онлайн, т.к. требует времени и энергии, оставляя меньше ресурсов на онлайн-активность. Такая особенность может быть связана с профессиональной деятельностью (многие профессии (менеджеры, психологи, педагоги) требуют развитых навыков управления эмоциями, что занимает значительную часть времени), лидерскими качествами (люди, к которым часто обращаются за советом и поддержкой, могут быть слишком заняты реальными проблемами, чтобы тратить много времени в социальных сетях), умением разрешать конфликты (такие люди могут эффективно решать

межличностные конфликты в реальной жизни, не прибегая к онлайн-разборкам).

- Использование уменьшительно-ласкательных слов может быть тактикой для смягчения критики, выражения поддержки, создания позитивной атмосферы и избегания конфликтов. Люди, умеющие управлять эмоциями, могут сознательно использовать эту стратегию в онлайн-общении. Это может быть связано с желанием расположить к себе (уменьшительно-ласкательные слова создают ощущение близости и доверия), избеганием негатива (они могут использоваться для смягчения потенциально обидных или конфликтных высказываний), созданием позитивной атмосферы (как способ распространения позитивных эмоций и поднятия настроения собеседникам)
- Чем лучше человек умеет управлять эмоциями других, тем чаще он использует мат (ненормативную лексику) в социальных сетях. Использование мата может быть способом выразить сильные эмоции, подчеркнуть важность сообщения, создать ощущение близости с определенной группой людей или даже спровоцировать реакцию. Однако важно помнить, что мат может быть воспринят негативно и повредить отношениям. К возможным причинам использования мата в онлайн-общении это выражение сильных эмоций (мат может использоваться для усиления эмоционального воздействия сообщения), создание "своего" круга (в некоторых группах использование мата может быть признаком принадлежности и солидарности), провокация и юмор (в определенных ситуациях мат может использоваться для шутки или привлечения внимания), в некоторых случаях недостаток словарного запаса (ограниченное владением языком и неумением выразить эмоции более конструктивным способом).
- Люди, которые лучше понимают свои собственные эмоции, возможно, менее активны в социальных сетях, и наоборот, активные пользователи соцсетей хуже осознают свои эмоции. Они могут устанавливать границы,

ограничивать время, проводимое в сети, и выбирать контент, который соответствует их эмоциональному состоянию. Это может быть связано с эмоциональной регуляцией (использование социальных сетей как инструмента для управления своими эмоциями (например, для поиска поддержки или отвлечения от негативных мыслей), но не злоупотребляя ими), самосознанием (понимание того, как социальные сети влияют на их эмоциональное состояние, и предпринимать шаги для защиты своего благополучия), предпочтением реального общения: Они могут предпочитать более глубокое и личное общение в реальной жизни, где они могут лучше контролировать и понимать свои эмоции.

- Люди с более развитым межличностным эмоциональным интеллектом чаще используют GIF-анимации в своей коммуникации. GIF-анимации могут выступать в роли инструмента для более точной передачи эмоций, создания атмосферы и установления контакта с собеседником. Люди, хорошо понимающие эмоции других, могут использовать GIF-анимации, чтобы эффективнее взаимодействовать с собеседником, вызвать у него эмоциональный отклик. Умеренная сила связи указывает на то, что это лишь один из возможных инструментов, используемых эмоционально интеллигентными людьми.
- Люди с более развитым межличностным эмоциональным интеллектом с большей вероятностью могут использовать мат. Это может показаться парадоксальным, однако, люди с высоким эмоциональным интеллектом могут использовать мат осознанно, как инструмент усиления эмоционального воздействия, для создания определенного эффекта, демонстрации близости или юмора. Умеренная сила связи также говорит о том, что это не единственная стратегия выражения эмоций.
- Существует отрицательная корреляция между общим эмоциональным интеллектом и использованием аватара. Это означает, что люди с более высоким общим эмоциональным интеллектом менее склонны использовать аватары в своей онлайн-коммуникации. Вероятно, для таких

людей важнее реальное представление о себе, они предпочитают демонстрировать себя такими, какие они есть. Возможно, они видят в аватарах элемент отчуждения или маскировки, что противоречит их стремлению к подлинности и эмоциональной открытости.

- Чем больше времени человек проводит онлайн, тем чаще он использует эмоциональные слова в своей переписке. Вероятно, длительное пребывание в виртуальном пространстве усиливает потребность в эмоциональном выражении, люди стараются сделать свою коммуникацию более яркой и насыщенной. Также, чем больше времени человек проводит в сети, тем больше у него возможностей использовать такие слова.
- Подобно предыдущей корреляции, чем больше времени человек проводит онлайн, тем чаще он использует слэнг в своей переписке. Длительное пребывание в онлайн-сообществах может приводить к усвоению и активному использованию сленговых выражений. Сленг может использоваться для демонстрации принадлежности к определенной группе или для создания более неформального стиля общения.
- Существует умеренная положительная корреляция между использованием уменьшительно-ласкательных слов и мата. Это может показаться противоречивым, но возможно, что эти две формы выражения используются для создания определенного эффекта в коммуникации. Уменьшительно-ласкательные слова могут использоваться для смягчения грубости мата, а мат – для придания эмоциональной окраски.
- Существует слабая отрицательная корреляция между использованием смайлов/эмодзи и метафор. Это может означать, что люди, которые часто используют смайлы и эмодзи, реже прибегают к метафорам в своей речи, и наоборот. Возможно, смайлы и эмодзи воспринимаются как более простой и прямой способ выражения эмоций, в то время как метафоры требуют большей языковой изобретательности.
- Умеренная положительная корреляция между использованием смайлов/эмодзи и мата. Обе формы выражения могут использоваться для

усиления эмоционального воздействия сообщения. Смайлы и эмодзи могут смягчать грубость мата, а мат – добавлять эмоциональную окраску смайлам.

- Люди, использующие мат, могут отдавать предпочтение определенным типам смайлов/эмодзи. Связь типа смайла и мата может говорить о том, что выбор смайлов соответствует общей экспрессивности и стилю общения.
- Чем больше времени человек проводит в онлайн-коммуникации, тем богаче и эмоциональнее становится его лексикон. Вероятно, длительное пребывание в виртуальном пространстве способствует погружению в эмоционально окрашенные дискуссии, стимулирует рефлекссию и потребность в более точной передаче чувств. Также, чем больше времени человек проводит в сети, тем больше у него возможностей использовать такие слова.
- умеренно сильная положительная корреляция между использованием эмоциональных слов и GIF-анимаций. Это означает, что люди, которые чаще используют эмоциональные слова в своей переписке, также чаще используют GIF-анимации. Оба инструмента могут использоваться для усиления эмоциональной выразительности и создания более яркой и запоминающейся коммуникации.
- Люди, использующие GIF-анимации в своей переписке, с большей вероятностью могут включать в нее и мат. Здесь прослеживается связь между потребностью в выразительности и готовностью использовать ненормативную лексику для усиления эффекта. GIF-анимации могут создавать определенное настроение, а мат - усиливать его.
- Увеличение времени, проведенного в онлайн-среде, закономерно приводит к более частому использованию сленга. Длительное пребывание в виртуальных сообществах способствует усвоению неформальных выражений, характерных для данной группы. Сленг становится своеобразным маркером принадлежности, позволяющим устанавливать более тесные связи с другими членами сообщества.

- Наличие отрицательной корреляции говорит о том, что люди, которые склонны использовать метафоры, в меньшей степени нуждаются в смайлах/эмодзи для передачи своих эмоций, и наоборот. Это может быть связано с тем, что метафоры, как и смайлы/эмодзи, служат для усиления эмоционального воздействия сообщения, но делают это разными способами.
- Сочетание мата и уменьшительно-ласкательных выражений может указывать на особый стиль общения, направленный на создание контраста между грубостью и нежностью. Такое сочетание может использоваться для выражения иронии, сарказма, или же для создания более личного и доверительного тона.
- Использование мата в сочетании со смайлами/эмодзи может быть стратегией смягчения негативного воздействия ненормативной лексики и создания более шутливой или ироничной атмосферы. Смайлы/эмодзи в данном случае служат своеобразными "компенсаторами", позволяющими сгладить остроту мата и предотвратить возможные конфликты.
- Тип используемых смайлов/эмодзи может отражать общее отношение человека к мату. Те, кто использует мат осознанно и намеренно, могут выбирать более экспрессивные и ироничные смайлы, в то время как те, кто использует мат случайно или под влиянием эмоций, могут отдавать предпочтение более нейтральным и стандартным смайлам.
- Люди, использующие мат, могут чаще использовать GIF-анимации, чтобы усилить эмоциональное воздействие своих сообщений и создать более запоминающийся эффект. GIF-анимации, как и мат, могут быть использованы для передачи сильных эмоций, таких как гнев, удивление или радость.

Далее с помощью критерия Краскела-Уоллиса были обнаружены статистически значимые различия в аспекте использования инструментов дистанционного общения относительно возрастных групп. Результаты представлены в таблице №2.

Таблица №2 – Различия разных возрастных групп в контексте использования инструментов дистанционного общения.

Показатель	Н, Краскела-Уоллиса	р-уровень
Дистанционное общение	13,72	0,008
Активность	10,26	0,03
Кол-во времени	17,48	0,006
Использование дублированных знаков	10,08	0,03
Смайлы/эмоджи	16,82	0,0021
Мат	36,63	0,001
Направленность дистанционного общения	15,93	0,003

На основе результатов, представленных в таблице №2, можно перейти к следующим выводам:

- Молодежь (10-20) и молодые взрослые (21-30) активно используют мессенджеры, в то время как группы 31-45 и 46-55 демонстрируют более разнообразный подход, включая в свой арсенал социальные сети и электронную почту. Важно отметить, что старшая возрастная группа (61+) также тяготеет к мессенджерам, вероятно, из-за их простоты и удобства для поддержания связи с близкими. Этот результат может указывать на разный уровень технической грамотности и потребностей в функциональности. Мессенджеры предоставляют быстрый и удобный способ обмена сообщениями, что особенно важно для тех, кто не стремится к освоению сложных интерфейсов социальных сетей.
- В отношении частоты дистанционного общения наблюдается выраженная неоднородность. Молодежь (10-20) демонстрирует склонность к колебаниям: либо очень частое, либо редкое общение онлайн. Группа 21-30 характеризуется более стабильной и высокой частотой дистанционного взаимодействия. Интересно, что ни одна из возрастных групп, кроме 61+, не отказывается полностью от живого общения, однако пожилые люди всегда отдают предпочтение дистанционному общению. Молодежь склонна к спонтанным и нерегулярным контактам, в то время как более

старшие группы используют дистанционное общение для поддержания социальных связей и решения практических задач.

- Большинство возрастных групп (10-20, 21-30, 46-55 и старше 61) предпочитают отправлять до одного стикера в конце сообщения, но иногда могут отправить до 4. Группа 31-45 обычно отправляет только один стикер в конце сообщения. Стикеры являются более сложной формой выражения эмоций по сравнению с обычными смайликами, и их использование может отражать стремление к большей выразительности или к упрощению коммуникации, в зависимости от контекста. Возможно, ограниченное использование стикеров группой 31-45 связано с тем, что они рассматривают их как менее уместные в деловом или формальном общении.
- Продолжительность пребывания в онлайн-формате общения также существенно различается. Группа 10-20 может проводить в мессенджерах и социальных сетях практически неограниченное время, в то время как группы 21-30 и старше 61 обычно ограничиваются 1-2 часами в день. Важно отметить, что во всех группах наблюдается вариативность: время, проведенное онлайн, может меняться в зависимости от обстоятельств. Молодежь использует интернет для развлечения и общения, в то время как более взрослые группы - для решения конкретных задач и поддержания социальных связей.
- В использовании эмодзи прослеживается чёткая тенденция к упрощению с возрастом. Молодые люди (10-20 и 21-30) активно используют разнообразные стикеры и нестандартные эмодзи, в то время как группы 31-45 и старше предпочитают классические, общепринятые смайлики. Молодежь использует эмодзи для выражения эмоций и добавления невербальных сигналов к тексту, в то время как старшие группы - для упрощения и уточнения смысла сообщения.
- Отношение к мату также сильно зависит от возраста. Молодые люди (10-20 и 21-30) могут использовать ненормативную лексику, хотя и не всегда.

Группы 31-45 и 46-55 стараются избегать мата, а люди старше 61, как правило, его не используют. Можно предположить, что с возрастом люди становятся более консервативными в выборе языка и стараются соблюдать социальные нормы.

- В направленности общения также наблюдается разница. Молодые люди (10-20 и 21-30) используют дистанционное общение в основном для обмена эмоциональной информацией и установления личных связей. Группы 31-45 и 46-55 чаще используют онлайн-формат для решения рабочих вопросов и официальных коммуникаций. Пожилые люди (61+) также склонны к обмену эмоциональной информацией, вероятно, для поддержания социальных связей и получения поддержки. С возрастом приоритеты смещаются с эмоциональной близости к функциональности и эффективности коммуникации.

На основании полученных результатов исследования можно выделить несколько ключевых выводов, которые раскрывают влияние дистанционной коммуникации и эмоционального интеллекта на психологическое благополучие различных возрастных групп. Исследование показало, что молодые люди в возрасте 10-20 лет и молодые взрослые (21-30 лет) активно используют мессенджеры и социальные сети как основное средство коммуникации, что говорит о стремлении к установлению эмоциональных связей и поддержанию близости. Это подчеркивает важность эмоционального обмена в их жизни, что может способствовать повышению их психологического благополучия.

С другой стороны, группы более старшего возраста (31-45 и 46-55 лет) демонстрируют более разнообразный подход к выбору инструментов для общения, включающего не только мессенджеры, но и социальные сети, электронную почту. Это может свидетельствовать о том, что с возрастом люди становятся более прагматичными в выборе способов коммуникации, предпочитая те инструменты, которые обеспечивают эффективность и функциональность, а не только эмоциональную близость. Также было отмечено,

что пожилые люди (старше 61 года) предпочитают мессенджеры, возможно, из-за их простоты и удобства.

Важно обратить внимание на отрицательную корреляцию между общим уровнем эмоционального интеллекта и использованием аватаров в онлайн-коммуникации. Это может указывать на то, что люди с высоким эмоциональным интеллектом предпочитают оставаться более аутентичными в своих взаимодействиях, избегая дополнительных "масок". Их стремление к подлинности может влиять на выбор стиля общения, что, в свою очередь, может способствовать лучшему пониманию и взаимодействию с окружающими.

Также следует отметить, что использование эмоциональных слов и других средств выражения эмоций, таких как стикеры и эмодзи, зависит от времени, проведенного в онлайн-формате общения. Более активные пользователи сети обладают более богатым эмоциональным лексиконом, что может положительно сказываться на их способности к эмоциональному самоосознанию и управлению своим эмоциональным состоянием.

Методы общения, включая использование метафор и уменьшительно-ласкательных слов, также раскрывают различные стратегии, которыми пользователи прибегают для управления своими эмоциями и поддержания гармонии в общении. Эмоциональный интеллект становится важным ресурсом в условиях современного общества, где дистанционные технологии играют ключевую роль в социализации и взаимодействии между людьми.

В будущем можно ожидать, что технологические изменения будут продолжать оказывать влияние на способы коммуникации. Психологи и исследователи должны сосредоточиться на изучении того, как новые формы общения могут восприниматься и использоваться различными возрастными группами. При этом важно учитывать, что эмоциональный интеллект становится все более актуальным инструментом для поддержания психологического благополучия и гармоничных отношений в условиях быстро меняющегося мира.

Библиографический список:

1. Андреева И.Н. Эмоциональный интеллект как феномен современной психологии / Полоцк. гос. ун-т. – Новополоцк, 2011. – 388 с.
2. Ларионова, Л. И. Взаимосвязь общего и эмоционального интеллектов с показателями психологического благополучия студентов / Л. И. Ларионова, В. Г. Петров, Д. Ю. Горелышева // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. – 2020. – Т. 9, № 2–1. – С. 23–33. – DOI 10.34670/AR.2020.73.68.003.
3. Люсин Д.В. Новая методика для измерения эмоционального интеллекта: опросник эмин // Психологическая диагностика. 2006. No 4. С. 3–22.
4. Goleman, D. (1995). Emotional intelligence. Bantam Books.
5. Mayer J.D. & Salovey P. What is emotional intelligence? // P. Salovey & D.J. Sluyter (Eds.) Emotional Development and Emotional Intelligence: Implications for Educators. New York, 1997. P. 3–34.
6. Mayer J.D., Salovey P. Emotional intelligence // Imagination, cognition, and personality. 1990. Vol. 9. Iss. 3. P. 185–211.

Оригинальность 82%