

УДК 316.772.5(043.2)

Белічкова В.О.*Національний авіаційний університет, Київ*

МОВА ІДЕОГРАМ І СМАЙЛІВ ЯК СОЦІАЛЬНІ ТА АНТИСОЦІАЛЬНІ ФАКТОРИ КОМУНІКАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Стрімка віртуалізація життя сьогодні є вирішальним чинником у його течії та загальній взаємодії соціуму. Людина щодня прискорює свій стиль буття, використовуючи дедалі більше засобів для цього. При цьому, факторами комунікації і прогресу суспільства стають, так звані, емоджі, або певна знакова мова мережі Інтернет.

Шигетака Куріта визначає функцію емоджі, як те, що додавання тонкого емоційного акценту на речення у тексті, не надто відрізняється від емоцій похмурих смайлів та смайлів, із якими люди стикаються з пунктуацією з середини 1990-х років [4].

Доктор Оуен Чорчес акцентує увагу на тому, що людський мозок навчився розпізнавати емоджі як обличчя з посмішкою. З тих пір, це стає набутою нейрологічною культурною реакцією. На його думку, емоджі більш подібні до людського обличчя, ніж емотікони, які визначаються, як створені зі звичайних символів, і має більший психологічний вплив. Тут враховуються процеси сприйняття людини та певних асоціацій кольору, образу [3].

Основною причиною використання емоджі є потреба в емоційному спілкуванні. Так, наприклад, японці відчують певний емоційний дискомфорт за умов відсутності відчуттів, які можуть бути виражені на відстані. Емоджі дають можливість абсолютно точно і просто відтворити необхідні відчуття лише декількома знаками. Тут можна взяти до уваги і феномен часу – людина отримує більші можливості для реалізації своєї діяльності, не витрачаючи забагато ресурсів для подачі інформації.

Варто згадати і про уніфікацію емоджі, як культурний фактор. Так, малюнок «складені долоні» сприймається як молитва, вибачення, прохання. Відкриті долоні є символом щирості, в той час як американці сприймають їх як свій традиційний танець. Таким чином виступає потреба у розвитку такої системи емоджі, в якій сприйняття було б максимально наближеним до однакового, наразі робота над цим ведеться і прогресує.

Арік Чешин, у своїй роботі, намагався довести, що смайли можуть мати не лише позитивне значення, але й негативне. На трьох експериментах він показав, що на відміну від фактичних усмішок, смайлики не збільшують сприйняття теплоти і фактично зменшують сприйняття компетентності. Сприйняття низької компетентності, у свою чергу, зменшило обмін інформацією. Небажані наслідки використання смайликів ускладнюються формальністю соціального контексту та опосередкованими уявленнями про відповідність повідомлення [1].

У книзі Вівіан Еванс, автор стверджує, що зміцнення емоджі у суспільстві не призвело до деградації мови, а, скоріше, до необхідності, яка властива тому, як ми взаємодіємо один з одним. На її думку, звичайний текст у електронному листі, за відсутності емоційного забарвлення, може

сприйматись без певної емпатії [5].

На думку психолога Лариси Рудневої, емоджі не ведуть до збагачення мови, вони лише ведуть до деградації та зменшення міжособистісного спілкування. Певним антисоціальним фактором, також, може виступати один із найвідоміших і прогресуючих символів емоджі, так званий, «лайк». Так, Кембриджський словник подає нам одне зі значень слова «лайк», як «бути подібним, тим самим шляхом» [5].

Будь-який соціальний феномен починається з антропоцентризму. Людина народжується в соціумі і завжди потребує бути частиною групи, щоб задовольняти певні потреби. На думку Кортні Сейтер, лайк – це те, що ми потребуємо стабільності відносин. Лайком ми додаємо цінність для відносин і підкріплюємо цю близькість; це ефект взаємності, коли ми відчуваємо себе зобов'язаними, отримуємо і намагаємось віддати належним чином. Наприклад, розсилки, на які ми підписуємось у відповідь, реагуючи на прояв соціального [2].

Безумовно, варто акцентувати увагу і на негативній стороні «лайку», як на одній з активних проблем 21 сторіччя. Тут і психологія наслідування – більш молодший підліток спостерігає за поведінкою старшого, авторитетнішого, який збирає за допомогою нестандартної поведінки значну кількість «лайків». У такий спосіб дитина з несформованим життєвим розумінням отримує установку, що вона не гірша, що здатна на більше заради отримання певного рівня поваги, впливовості у соціумі. Без сумніву, тут роль може зіграти і виховання, і вплив оточуючих, проте саме лайк, у більшості випадків, виступає тим фактором, який може призвести до летальних наслідків.

Отже, емоджі – це рушійна сила сьогоденного соціуму; економія часу, прогрес у комунікації на відстані; культурний феномен. Разом із цим, це регресія, деградація. Мова ідеограм є звичною частиною нашого життя, процесом сприйняття, образом, однак вона ніколи не зможе повноцінно контролюватися, на відміну від спілкування «тет-а-тет».

Список літератури

1. ArikCheshin. The Dark Side of a Smiley: Smiling Emoticons in Virtual First Impressions [Електронний ресурс]/ ArikCheshin //Social Psychological and Personality Science. – 2017. – Режим доступу: https://www.academia.edu/34106960/The_Dark_Side_of_a_Smiley_Smiling_Emoticons_in_Virtual_First_Impressions
2. Courtney Seiter. The Psychology of Social Media: Why We Like, Comment, and Share [Електронний ресурс] / Courtney Seiter. – 2018. – Режим доступу: <https://buffer.com/resources/psychology-of-social-media>
3. Owen Churches. Emoticons in mind: An event-related potential study [Електронний ресурс]/ Owen Churches // Social Neuroscience. – 2014. – Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/259584961_Emoticons_in_mind_An_event-related_potential_study
4. Shigetaka Kurita. The man who invented emoji [Електронний ресурс]/ Jacopo Prisco // CNN. – 2018. – Режим доступу: <https://edition.cnn.com/style/article/emoji-shigetaka-kurita-standards-manual/index.html>
5. Vyvyan Evans. The Emoji code [Електронний ресурс]/ Vyvyan Evans. – 2017. – Режим доступу: <https://www.vyvevans.net/the-emoji-code>

Науковий керівник: Подкопасва Ю.В.,