

УДК 316.7

ФІЛОСОФІЯ СИМВОЛІЧНИХ ЗОБРАЖЕНЬ У СУЧАСНОМУ ЕЛЕКТРОННОМУ СВІТІ

Резвіна Анна

Простеження еволюції емодзі в історичному контексті розвитку спілкування: від перших малюнків облич до сучасних емодзі у смартфонах. Метою роботи було встановлення доречності використання емодзі у різних сферах життя на основі досліджень, проведених в останні 5 років, а також виявлення місця емодзі у розвитку мови. У результаті було окреслено основне призначення емодзі для сучасного спілкування у мережі Інтернет, визначено вплив емодзі на емоційну реакцію реципієнта інформаційного повідомлення.

Ключові слова: емодзі, смайлик, спілкування, повідомлення, обмін інформацією, онлайн.

Інтернет змінив не лише швидкість взаємодії між людьми, а її форму. Спілкування 21 століття неможливо уявити без використання емодзі - вони стали незамінною частиною обміну інформацією онлайн. Під час розмови з око на око співрозмовники не лише чують інформацію, вони бачать додаткові допоміжні елементи спілкування: жести, вираз обличчя, відчують зміну в голосі тощо; цей комплекс сенсорно-зорових вражень й формує ритм розмови, надає їй певну емоційну криву, якої слід дотримуватися. Коли ж співбесідники набирають повідомлення онлайн, то вони не бачать одне одного, тобто позбавлені можливості вловити усі ці сигнали, і процес породження та сприйняття емоційної реакції на прочитане перетворюється у важке завдання.

Усміхнена та сумна дужечка, увесь спектр емоцій смайликів та символічні зображення об'єктів та явищ навколишнього світу стали тими засобами, що замінюють невербальну складову звичайної живої розмови. Вони допомагають зрозуміти, що відчуває людина по той бік екрану, коли пише ту чи іншу фразу, надають можливість пришвидшити темп розмови та набирання тексту замінує певних слів на відповідний ним смайл. Емодзі стали універсальним засобом миттєвої реакції на повідомлення – одна картинка замінює багатослівність та влучно передає стан людини.

Метою даної роботи є прослідкувати появу та трансформацію емодзі в історичному аспекті, обґрунтувати доцільність їх використання у текстах різного призначення та визначити, чи є вони новим ступенем розвитку спілкування або його деградацією.

Еможі (емодзі) — особлива мова ідеограм і смайлів, які широко використовують в електронних повідомленнях та на сторінках сайтів¹. Перші емодзі було створено в 1995 році японцем Сігетака Куріта, їх завданням було спрощення обміну електронними повідомленнями. Довгий час емодзі були доступні тільки в Японії, тільки після їх додання до Юнікод вони заповнили операційні системи

пристроїв Windows Phone та iPhone. Лише у 2009 році Gmail надав можливість їх використання своїм користувачам, а 2013 року їх стали підтримувати усі клавіатури Google у версіях Android від 4.4. Цілком закономірно постає питання: «Невже до 1995 року ніхто не замислювався про таку форму комунікації?» У 1963 році американець Харві Болл намалював щасливе обличчя для страхової компанії, яка хотіла мотивувати своїх співробітників; цей малюнок став першим смайлом. У 80-х роках викладач з Каліфорнії запропонував малювати на дошці « :) » в якості позначення жартівливого повідомлення, але всі вони були не першими, хто малював ці обличчя. Ще за 30 000 років до них люди епохи палеоліту малювали свої малюнки на стінах печер, щоб розповісти про найважливіші події свого життя, передавати повідомлення. А на початку ХХ ст. своє слово сказав австрійський філософ Людвіг Вітгенштейн.

Л. Вітгенштейн малював прості малюнки облич, що виражають різні емоції, багато раз на своїх лекціях, підіймаючи питання «обличчя, що посміхається». Його цікавило питання, що означає «бачити добро в усмішці», які візуальні асоціації в такому випадку викличе фраза «доброта у руці» у голові людини. Чому поняття доброти поєднується з певними візуальними картинками у мозоку, серед яких немає чорного кольору та насуплених брів, як зчитати цю доброту з малюнку? Крістіян Крчач у своїй роботі «Обличчя з чотирьох рисок Вітгенштейна та ідея візуальної філософії» досліджує питання, чи можна вважати Людвіга Вітгенштейна винахідником емодзі та як саме ці малюнки «посміхаючого обличчя» змінюють візуальну структуру мислення людини. Автор робить заяву, що всі ці символи «щастя» та «доброти» вже є певною узагальненою міжкультурною домовленістю. «Основною функцією малюнка, щоб бути емотиконом, а не просто виразом обличчя, - доповнити текстове повідомлення вказівкою на настрій». Тому є деякі відмінності між зображеннями облич та смайликами, хоча за визначеннями самого Вітгенштейна «відмінності між ними можна вважати неактуальними, якщо їх порівняти з аспектом візуального мислення та мислення у словах» [Крчач, 2020].

Внесок Вітгенштейна у формування понять візуальної комунікації було розглянуто і лекторами Ханданом Дай та Дефне Алкандемір у статті «Змінення вживання мови: символи та емоції». Розпочинаючи з фрази самого Вітгенштейна «межі моєї мови - це межі мого світу» вони досліджують зміну мови у історичному процесі розвитку комунікації. Вважаючи, що «реальність мови повинна представляти реальний стан речень, і загальне співвідношення повинно встановлюватися між сказаним і реальністю», емодзі, як «стислий словниковий запас, відкривають нові двері у природу емоцій та їх вплив на співрозмовника. Крім того, смайли, які є нешкідливими і використовуються скрізь, пом'якшують жорсткі та розмиті сторони цифрового життя.»[Дау, 2021].

Вище розглянуті дві роботи не спростовують і, водночас, не приписують Вітгенштейну статус «винахідника емодзі». Вони, скоріш, стверджують, що його дослідження лише через роки знайшли відгук та застосування у повсякденні. Сучасні емодзі містять лише незначну частинку тих чотирьохрискових малюнків філософа, тому Вітгенштейн, на мою думку, безсумнівно є батьком смайликів, – «облич, що посміхаються/ плачуть/зляться/сумують», - а не всіх емодзі у наших телефонах.

¹ Джерело: <https://artsandculture.google.com/entity/m02kb4w?hl=uk>

Історичні аспекти розвитку емоції розкрив Хамза Альшенкеті у соціально-семіотичному дослідженні «Смайлики створюють нову чи стару візуальну мову нових поколінь?»: «Зростання популярності пристроїв мобільного зв'язку спочатку викликало занепокоєння традиціоналістів в лінгвістичному співтоваристві щодо того, що мова стає стислою, а короткі та життєво важливі комунікаційні сигнали, особливо невербальні, втрачаються, що знецінює загальну комунікативну здатність.» [Alshenqetii, 2016.] Автор наголосив, що емоції є важливою сферою розвитку мови та спілкування, що ілюструється тим, що Оксфордський словник англійської мови обрав смайлики «сліз радості» як «Слово року» у 2015 році, акцентуючи на частоті їх використання у міжлюдському спілкуванні. У той же час спілкування є складним, і використання емоції може або домогти, або заплутати людину, оскільки вони вказують на наявність емоцій, але позбавлені індивідуальності через їх «цифрову природу». Підкреслюється й те, що смайли не є «новою мовою виключно для використання молодого покоління, - вони представляють повернення до використання візуалізації, а отже і кодування інформації» [Alshenqetii, 2016.]. Хамза Альшенкеті підняв важливе питання «новизни» емоції, адже вони є просто комп'ютерною проекцією скельних малюнків перших людей. Проте не можна сказати, що спілкування страждає або деградує через їх використання, воно, навпаки, еволюціонує: правльна інтерпретація смайлика у контексті повідомлення вимагає значно більшого свідомого розуміння прочитаного у порівнянні зі звичайним текстом.

Щодня по всьому світу відправляється 41.5 білліонів текстових повідомлень, в яких використовуються понад 6 мільйонів емоцій та їх варіацій. Проте не всі повідомлення надсилаються з ними. У нашій свідомості вже сформувався певний механізм, завдяки якому ми розуміємо, що можемо «спамити» друзів смайлами, а ознаку емоційності листа, що відправляється викладачу/керівнику можна надати тільки знаком оклику.

У 2017 році у статті «Вплив смайлів на емоції одержувачів» Катя Ломанн, Себастьян Стефан Пика та Корнелія Зангер з університету Флориди провели онлайн-експеримент серед 1745 жінок, де вони представляли два сценарії, які відрізняються лише використанням позитивного або негативного смайлика². Одною з гіпотез дослідників стало: «Смайлики значно впливають на емоційний стан одержувача повідомлення. Смайлики також повинні бути здатними спровокувати міжособистісний соціальний механізм... Емоційне зараження є більш вірогідним у жінок (Doherty et al., 1995), які використовують більше смайлів, ніж чоловіки (Tossell et al., 2012)» [Lohmann, Pyka, Zanger, 2017].

Учасникам було запропоновано уявити, що їх найкращий друг, який завжди мріяв потрапити у Нью-Йорк, нарешті там побував. Запропоновані випадки закінчуються фрагментом розмови - обміном повідомленнями після його / її повернення і містять лише запитання "Ну, як пройшов твій відпочинок?". У

²Доцільність обох смайликів висловлювати позитивні чи негативні емоції було протестовано в дослідженні, в якому взяли участь 18 респондентів [Lohmann, Pyka, Zanger, 2017].

першому випадку він / вона просто відповідає щасливим смайликом (😊), тоді як відповідь у другому випадку містить лише сумний смайлик (😞).

Результати показують, що найкращий друг у позитивному стані смайлика сприймається як щасливий (середнє = 5,27) і що його / її повідомлення відображає насолоду (5,30) та відсутність засмучення (2,33). На відміну від цього, учасники негативного стану смайлика сприймали найкращого друга як пригніченого (2,00) і оцінювали, що повідомлення відображає засмучення (5,52), а не задоволення (1,76) (див. таблицю 1)³ [Lohmann, Pyka, Zanger, 2017].

Таблиця 1 Результати оцінки емоційного стану друга за його повідомленням

Смайлик	Емоційний стан друга	Емоції у його/її повідомленні	
		Насолода	Пригнічення
😊	5.27	5.30	2.33
😞	2.00	1.76	5.52
Шкала	1 «дуже засмучений» ... 7 «дуже щасливий»	1 «зовсім відсутні» ... 7 «дуже багато»	

Експеримент підтвердив припущення, що емоції, висловлені смайликами, впливають на емоції одержувачів у процесі емоційного зараження [Lohmann, Pyka, Zanger, 2017]. Цікавим є те, що сумний смайл має більш граничні значення насолоди/пригнічення, ніж веселий. Це можна пояснити тим, що обраний в ході експерименту «веселий смайл» не є тим, що загальноприйнято демонструє найвищу міру позитивних емоцій. Дані таблиці наводять на думку й про те, що відгук на подорож у вигляді «веселого смайлу» був сприйнятий як факт того, що все пройшло добре, але не неймовірно.

Як вже зазначалося вище, підсвідомо ми відчуваємо ситуації, коли використання смайлів не є бажаним. Це, перш за все, сфери ділової комунікації. У голові ми інтуїтивно розмежуємо випадки, коли тест зі смайлами сприйматиметься позитивно, а коли складе враження несерйозності з нашого боку.

Група дослідників Гліксон Е., Чешин А., ван Кліф Г.А. з університету Амстердаму опублікувала у 2018 році статтю «Темна сторона смайлика. Ефекти усміхнених смайликів на перше онлайн-враження». Вони провели експеримент: «ми набрали 100 учасників онлайн з понад 30 країн. Ми використали метод сніжної кулі, щоб перевірити надійність та зовнішню валідність результатів, включивши учасників, які мали досвід роботи в глобальних командах...остаточна вибірка включала 90 осіб, які представляли 29 різних національностей у Північній та Південній Америці, Західній та Східній Європі та на Близькому Сході» [Glikson, Cheshin, van Kleef, 2017]. Суть експерименту полягала у наступному: учасники

³Для вимірювання оцінки зображених емоцій у повідомленні було використано шість пунктів зі шкали диференціальних емоцій, розробленої Ізардом (1977).

читали електронне письмо яке, нібито, надіслав майбутній товариш по команді, потім вони оцінили «тепло/душевність» та компетентність людини. На рис. 1 зображено математично вирахований результат проведеного експерименту.

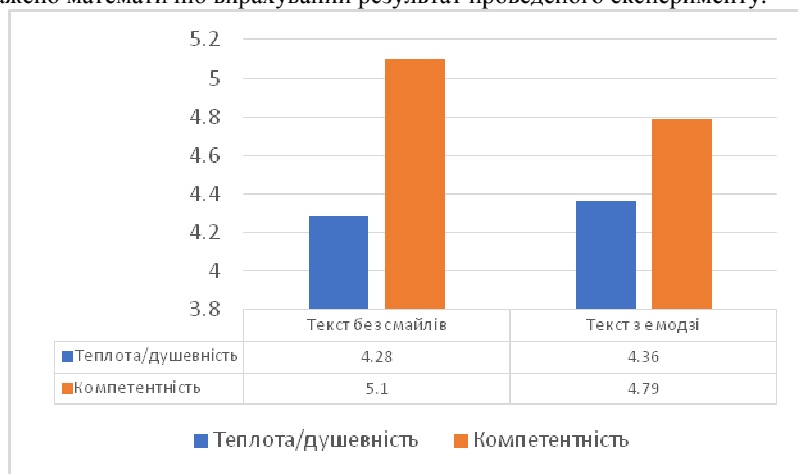


Рис. 1 Засоби та стандартні відхилення теплоти/душевності, компетентції, як функції використання смайликів в експерименті⁴

Висновком є наступне твердження: Смайли негативно впливали на сприйняття компетентності та зовсім незначно впливають на сприйняття тепла/душевності. «Більше того, ми спостерігали несприятливі наслідки використання смайликів для розкриття інформації»[Glikson, Cheshin, van Kleef, 2017]. Оскільки вибір у експерименті базувався лише на діловій точці зору, то доволі доречним доповненням до даного експерименту міг би стати розгляд листів з точки зору, яку людину було б обрано в якості не просто гравця, а й товариша.

Емодзі як мова спілкування постійно розвивається: з'являються нові слова (емотикони), оновлюються вже існуючі, деякі виходять з ужитку. Зараз все більше людей користується принципово новою формою емодзі – стікерами, які за рахунок анімації більш влучно передають емоційний стан за звичайний смайлик. Загалом, використання емодзі у процесі спілкування онлайн перетворює плоску розмову з власним екраном у певний багатовимірний формат, в якому окрім прочитання, можна відчутти співрозмовника – «побачити» крізь призму діджитал-картинки його міміку, жести. Зараз популярності набирає рух «проти смайлика, що сміється крізь сльози». Ще пару років тому ознакою гарного тону вважалося відповіді на щось смішне 2-3 такими смайлами підряд. Сьогодні ж це є немодним та приписується лише «старому поколінню» (старим у соц. мережах вважають тих, що народилися у 1998-2004 р.р.), оскільки лише від них покоління зет бачить такі смайли. Оминуті увагою неможливо й сайт <https://emojitracker.com/>, де в режимі реального часу

⁴ Отримані в результаті експериментів значення були помножені на спеціальний коефіцієнт [Glikson, Cheshin, van Kleef, 2017]

можна спостерігати за смайлами, що в дану секунду було використано у Твіттер. Якщо провести невелике дослідження, тобто пошукати скріншоти цього сайту за 2016-2018 роки, та порівняти їх з поточною картинкою, одразу в око кидається

еволюція смайлика «переробка/зелений цикл»(🔄). Якщо у 2016 році він займав позиції у другому рядку таблиці, то зараз пробився до топ-5, що є цілком логічним, оскільки саме в останні роки тема екології загострилася до максимуму, а без символу переробки її уявити взагалі неможливо. Так само як в ужитку з'являється певний еко-лексикон, так само швидко набирає й популярність емодзі, що безпосередньо символізують поняття цієї теми.

Ніхто не може прогнозувати, що трапиться через наступні 30000 років. Можливо, що емодзі повністю витіснять писемну мову та стануть її заміною – своєрідною всесвітньою мовою спілкування, що буде зрозуміла всьому населенню планети. Але й зворотне не слід відхиляти, адже, як відомо, все в світі прагне прийняття простіших форм. Чи можна назвати емодзі простішою формою комунікації? На данному етапі розвитку, напевно, ні, адже величезна різниця між поколіннями у поєднанні з модою на емодзі лише обтяжує обмін інформацією. Але ми не можемо нехтувати еволюціонуванням мови, не маємо право відкидати емодзі як частину її розвитку.

Висновки

1. Емодзі – є результатом еволюції поняття про людську взаємодію та призначені спростити її прояви в мережі Інтернет.
2. Вміння розмежовувати сфери доречності використання емодзі є важливим навичком, що може вплинути на справлене враження людиною про вас.
3. Використання емодзі впливає на сприйняття емоційного стану відправника одержувачем.

Список літератури

1. Glikson, Ella, Arik Cheshin, and Gerben A. van Kleef. 2017. "The Dark Side Of A Smiley". *Social Psychological And Personality Science* 9 (5): 614-625. doi:10.1177/1948550617720269.
2. Lohmann, Katja, Sebastian Stefan Pyka, and Cornelia Zanger. 2017. "The Effects Of Smiles On Receivers' Emotions". *Journal Of Consumer Marketing* 34 (6): 489-495. doi:10.1108/jcm-02-2017-2120.
3. Alshenqeeti, Hamza. 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). doi:10.7575/aiac.all.v.7n.6p.56.
4. Krkač, Kristijan. 2020. "Wittgenstein'S Four-Stroke Faces And The Idea Of Visual Philosophy". *Wittgenstein-Studien* 11 (1): 31-52. doi:10.1515/witt-2020-0003.
5. Dayı, Handan. 2021. "Changing Use Of Language: Symbols And Emojis". *Academia.Edu*. URL: https://www.academia.edu/37902907/Changing_Use_Of_Language_Symbols_And_Emojis

*Rezvina Anna***PHILOSOPHY OF SYMBOLIC IMAGES IN THE CONTEMPORARY
ELECTRONIC WORLD**

With the Internet not only the speed of human interaction was changed, but also its form. When people lose the complex of sensory-visual impressions, that influences the rhythm of the conversation, gives it a certain emotional curve to follow, they are deprived of the opportunity to pick up all these signals, and the process of generating and perceiving an emotional response to what they read becomes a difficult task. Through tracing the evolution of emoji in the historical context of communication development: from the first drawings of faces to the modern emoji in smartphones, from Wittgenstein's Four-Stroke Faces to "smiley" in keyboard, the perception of message formality and appropriateness was demonstrated. The aim of the paper was to establish the relevance of the use of emoji in different spheres of life based on research carried out in the last 5 years, and to identify the place of emoji in the development of speech. As a result, the main purpose of emoji for contemporary communication on the Internet was identified, and the impact of emoji on the emotional response of the recipient of an information message was determined. One significant skill could be highlighted as a conclusion: knowledge of distinguishing between areas of appropriateness in the use of emoji can affect a person's impression of sender.

Keywords: *emoji, smiley face, communication, message, sharing, online.*

References

1. Glikson, Ella, Arik Cheshin, and Gerben A. van Kleef. 2017. "The Dark Side Of A Smiley". *Social Psychological And Personality Science* 9 (5): 614-625. doi:10.1177/1948550617720269.
2. Lohmann, Katja, Sebastian Stefan Pyka, and Cornelia Zanger. 2017. "The Effects Of Smileys On Receivers' Emotions". *Journal Of Consumer Marketing* 34 (6): 489-495. doi:10.1108/jcm-02-2017-2120.
3. Alshenqeeti, Hamza. 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). doi:10.7575/aial.v.7n.6p.56.
4. Krkač, Kristijan. 2020. "Wittgenstein'S Four-Stroke Faces And The Idea Of Visual Philosophy". *Wittgenstein-Studien* 11 (1): 31-52. doi:10.1515/witt-2020-0003.
5. Dayi, Handan. 2021. "Changing Use Of Language: Symbols And Emojis". *Academia.Edu*. URL: https://www.academia.edu/37902907/Changing_Use_Of_Language_Symbols_And_Emojis

Стаття надійшла до редакції 19.05.2021