

МОВЛЕННЄВЕ ВИСЛОВЛЮВАННЯ ЧЕРЕЗ ПЕРЕВАЖАННЯ КУЛЬТУРНОГО МЕДІАТОРА (ЕМОДЗІ) У ПИСЬМОВОМУ МОВЛЕННІ

SPEECH EXPRESSION THROUGH THE PREDOMINANCE OF CULTURAL MEDIATOR (EMOJI) IN WRITTEN SPEECH

У перші десятиліття XXI століття комунікація стрімко трансформується під впливом цифрового середовища. Одним із примітних явищ цього процесу стає активне використання емодзі – піктографічних символів, спочатку задуманих як доповнення до тексту, а нині перетворених на самостійні носії сенсу. В умовах постійної онлайн-взаємодії емодзі починають виконувати функцію культурного медіатора, беручи участь у вираженні емоцій, інтонацій, оцінних суджень і навіть замінюючи частини традиційного мовного висловлювання. Ця стаття присвячена аналізу емодзі як соціокультурного та лінгвістичного феномена, що входить до структури письмової мови. Ми розглянемо, яким чином емодзі стають невід'ємним елементом сучасного спілкування, вбудовуючись у синтаксис і семантику висловлювань, а також опишемо їхню функціональність у міжособистісній комунікації та вплив на формування нових норм мовленнєвої поведінки. З позицій лінгвістики культурний медіатор «емодзі» визначається як піктографічний знак, іконічний знак, параграфемний знак і паралінгвістичний елемент. Для розкриття теми пояснюються значення цих понять, які є одиницями дослідження новітніх культурних медіаторів. У межах дослідження застосовано кількісний контент-аналіз цифрових повідомлень підлітків у соціальних мережах із метою виявлення особливостей мовного функціонування емодзі та структури письмових висловлювань. Такий підхід дозволив зафіксувати об'єктивні мовні показники у природному середовищі підліткової комунікації – цифровому дискурсі. Результати свідчать, що культурний медіатор «емодзі», будучи елементом письмової мови сучасності, фактично згорає її у внутрішню мову. Зафіксовано високий рівень використання емодзі у підліткових повідомленнях – понад 45 одиниць на 100 речень. У середньому для формування предиката повідомлення підлітки використовують понад 11 речень, що вказує на фрагментованість письмової комунікації. Емодзі стали частиною підліткової письмової мови, однак їх активне використання не сприяє розвитку словесно-логічного мислення.

Ключові слова: емодзі, культурний медіатор, письмова мова, цифрова комунікація, підлітки, мовлення, мислення, семантика, параграфемний знак, когнітивні процеси.

In the first decades of the 21st century, communication is rapidly transforming under the influence of the digital environment. One of the notable phenomena of this process is the active use of emojis – pictographic symbols initially intended as complements to text, now transformed into independent carriers of meaning. In the context of constant online interaction, emojis begin to function as cultural mediators, participating in the expression of emotions, intonations, evaluative judgments, and even replacing parts of traditional linguistic expression. This article is dedicated to the analysis of emojis as a sociocultural and linguistic phenomenon, integrated into the structure of written language. We will examine how emojis become an integral element of modern communication, embedded into the syntax and semantics of expressions, and describe their functionality in interpersonal communication and influence on the formation of new norms of speech behavior. From the perspective of linguistics, the cultural mediator “emoji” is defined as a pictographic sign, iconic sign, paragraphemic sign, and paralinguistic element. To explore the topic, the meanings of these concepts, which are units of research into new cultural mediators, are explained. Within the study, a quantitative content analysis of digital messages from teenagers on social networks was conducted to identify the features of linguistic functioning of emojis and the structure of written expressions. This approach allowed for the recording of objective linguistic indicators in the natural environment of teenage communication – digital discourse. The results indicate that the cultural mediator “emoji”, being an element of contemporary written language, effectively compresses it into internal language. A high level of emoji usage in teenage messages was recorded – over 45 units per 100 sentences. On average, teenagers use more than 11 sentences to form the predicate of a message, indicating the fragmentation of written communication. Emojis have become part of teenage written language, yet their active use does not contribute to the development of verbal-logical thinking.

Key words: emoji, cultural mediator, written language, digital communication, teenagers, speech, thinking, semantics, paragraphemic sign, cognitive processes.

УДК 159.98:81'221-028.22:004]:81'27
DOI <https://doi.org/10.32782/hbts.75.1.17>
Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

Шевченко С.В.

к.психол.н., доцент
Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

Погорілий С.О.

здобувач вищої освіти
Український державний університет імені Михайла Драгоманова

У перші десятиліття XXI століття комунікація стрімко трансформується під впливом цифрового середовища. Одним із примітних явищ цього процесу стає активне використання емодзі – піктографічних символів, спочатку задуманих як доповнення до тексту, а нині перетворених на самостійні носії сенсу. В умовах постійної онлайн-взаємодії емодзі починають виконувати функцію культурного медіатора, беручи участь у вираженні емоцій, інто-

націй, оцінних суджень і навіть замінюючи частини традиційного мовного висловлювання.

Ця стаття присвячена аналізу «емодзі» як соціокультурного та лінгвістичного феномена, що входить до структури письмового мовлення. Ми розглянемо, яким чином «емодзі» стають невід'ємним елементом сучасного спілкування, вбудовуючись у синтаксис і семантику висловлювань, а також опишемо їх функціональність у міжособистісній

комунікації та вплив на формування нових норм мовленнєвої поведінки.

З точки зору лінгвістики культурний медіатор «емодзі» визначають як піктографічний знак, іконічний знак, параграфемний знак та паралінгвістичний елемент. Для розгляду нашої теми пояснимо значення цих термінів, оскільки вони служать одиницями вивчення нових культурних медіаторів.

У межах піктографічного знака «емодзі» – це коректне позначення форми, що має візуально-графічну природу.

Іконічний знак – термін семіотики, що підкреслює мотиваційний зв'язок форми і значення. «Емодзі» використовуються для інтернет-комунікації, тому врахуємо мотиваційну сферу їх використання. О.Р. Лурія, який був представником харківської школи психології, визначив, що в усному діалогічному і монологічному мовленні містяться мотиви, які спонукають до висловлювання і відповідно містяться в питанні запитувача. Тому «емодзі» можна розглядати як іконічний знак.

Параграфемний знак – термін із графіки та письма, застосовний для позначення невербальних символів у тексті. «Емодзі» є елементами письмового мовлення, вони містять у собі позамовні засоби вираження, які відіграють роль «семантичних маркерів», а саме використовуються для передачі інтонації, паузи, особистого ставлення.

Паралінгвістичний елемент використовується в теорії комунікації та стилістиці для опису елементів, що супроводжують основну мову. «Емодзі» дійсно успішно виступає як засіб комунікації.

У цій статті ми розглядаємо «емодзі» як культурний медіатор і для більш повного розуміння теми зупинимося на процесі формування письмової монологічної мови та на особливостях, які відрізняють її від усної мови.

Писемне мовлення за своєю суттю є виключно монологічним, оскільки включає у себе те досконале усамітнення думки, свідомості та слова, які лише за допомогою письма можуть бути виражені в досконалому вигляді.

Наведемо точку зору на письмову монологічну мову О.Р. Лурії: «Письмова монологічна мова – це мова без співрозмовника, її мотив і задум повністю визначаються суб'єктом. Якщо мотивом письмової мови є контакт, бажання, вимога, то той, хто пише, має уявити собі того, до кого він звертається, уявити його реакцію на своє повідомлення. Особливість письмової мови полягає саме в тому, що весь процес контролю над нею залишається в межах діяльності самого пишучого, без корекції з боку слухача. Але в тих випадках, коли письмова мова спрямована на уточнення чогось для себе, людина пише лише для того, щоб з'ясувати думку, щоб вербалізувати свій задум, розгорнути його для себе». «Письмова мова не має майже ніяких позамовних, додаткових засобів вираження. Вона не передбачає ні знання ситуації адресатом, ні симпрактичного контакту, вона не супроводжується жестами, мімікою, інтонацією, паузами, які віді-

грають роль «семантичних маркерів» у монологічній усній мові, і лише частковим заміщенням цих останніх є прийоми виділення окремих елементів викладеного тексту, наприклад курсивом або абзацом. Таким чином, уся інформація, яка виражається в письмовій мові, має спиратися лише на досить повне використання розгорнутих граматичних засобів мови. Звідси письмова мова має бути максимально синсемантичною, і граматичні засоби, які вона використовує, мають бути повністю достатніми для вираження переданого повідомлення. Той, хто пише, має будувати своє повідомлення так, щоб той, хто читає, міг пройти весь зворотний шлях від розгорнутої зовнішньої мови до внутрішнього сенсу викладеного тексту. Процес розуміння письмової мови різко відрізняється від процесу розуміння усної мови тим, що написане завжди можна перечитати, тобто довільно повернутися до всіх включених у нього ланок, що зовсім неможливо при розумінні усної мови» [1, с. 203].

Іншими словами, О.Р. Лурія, який вивчав суттєві властивості письмової мови, а не її прояви, показав, що в письмовій мові не передбачається знання ситуації адресатом і не передбачається симпрактичний контакт. Для сучасності 50-річної давнини письмова мова була невід'ємною частиною життя людей. Міжособистісна письмова комунікація була поширеною: письмова мова містилася в книгах, газетних статтях, листах та інших паперових носіях. На поточний момент кількість паперових носіїв зменшується: люди перестали писати повноцінні листи один одному, читають електронні книги, в месенджерах з підказками написання слів друкують короткі повідомлення, в яких використовують емодзі. У комунікації домінують цифрові носії, в яких спостерігається лише «прояв» письмової мови, а не сама письмова мова. Ми хочемо вказати на проблематику розвитку технологій. З моменту монографії «Мова і свідомість», видання якої відбулося в 1979 році, до випуску «емодзі» в маси, який відбувся в 2011 році, коли компанія «Apple» випустила емодзі-клавіатуру на свою операційну систему «iOS5», пройшло трохи більше 30 років. Однак ця праця не втратила своєї значимості, тому що суть монографії була побудована на вивченні суттєвих властивостей письмової мови. Раніше, написавши листа, відповідь на нього доводилося чекати кілька днів, тижнів або місяців. У нинішніх реаліях така функція нерелевантна, позаяк можна за допомогою телекомунікацій відправити листа в іншу частину континенту за одну секунду за допомогою Інтернету. В результаті розвитку технологій значні зміни зазнала і письмова мова. На нашу думку, одним із факторів змін є «емодзі».

Зупинимося на процесі формування письмового мовлення, а саме розглянемо процес навчання писемного мовлення. За словами О.Р. Лурії, «... усне мовлення формується в процесі природного спілкування дитини з дорослим, яке спочатку було симпрактичним і лише потім стає особливою

самостійною формою усного мовного спілкування. Однак у ньому ... завжди зберігаються елементи зв'язку з практичною ситуацією, жестами і мімікою» [1, с. 203].

«Письмове мовлення з'являється в результаті спеціального навчання, яке починається з усвідомленого оволодіння всіма засобами письмового вираження думки. На ранніх стадіях формування його предметом є не стільки думка, яка підлягає вираженню, скільки технічні засоби написання звуків, літер, а потім слів, які ніколи не були предметом усвідомлення в усному діалогічному або в усному монологічному мовленні. На цих етапах у дитини відбувається формування рухових навичок письма. Дитина, яка вчиться писати, оперує спочатку не стільки думками, скільки засобами їх зовнішнього вираження, способами позначення звуків, літер і слів. Лише значно пізніше предметом усвідомлених дій дитини стає вираження думок. Таким чином, письмове мовлення, на відміну від усного, яке формується в процесі живого спілкування, із самого початку є усвідомленим довільним актом, в якому засоби вираження виступають як основний предмет діяльності. Такі проміжні операції, як виділення фонем, зображення цих фонем літерою, синтез літер у слові, послідовний перехід від одного слова до іншого, ніколи не усвідомлювані в усному мовленні, в письмовому мовленні залишаються ще протягом тривалого часу предметом усвідомленої дії. Лише після того, як письмове мовлення автоматизується, ці усвідомлені дії перетворюються на автоматичні операції і починають займати те місце, яке подібні операції (виділення звуку, знаходження артикуляції тощо) займають в усному мовленні. Таким чином, письмове мовлення, як за своїм походженням, так і за своєю психологічною будовою кардинально відрізняється від усного мовлення, і усвідомлений аналіз засобів його вираження стає основною психологічною характеристикою письмового мовлення» [1, с. 214].

«Отже, письмова монологічна мова за своєю структурою завжди являє собою повні, граматично організовані розгорнуті структури і майже не використовує форми прямої мови. Ось чому довжина фрази в письмовій мові значно перевищує довжину фрази в усній мові. У розгорнутій письмовій мові трапляються значно складніші форми керування, наприклад, включення підрядних речень, які лише зрідка трапляються в усній мові. Все це надає граматиці писемного мовлення зовсім інший характер».

Писемне мовлення є важливим засобом для процесів мислення. З одного боку, включаючи у свій склад свідомі операції мовних категорій, мовлення відбувається в зовсім іншому, значно повільнішому темпі, ніж усне мовлення. З іншого боку, дозволяючи багаторазово звертатися до вже написаного, воно забезпечує свідомий контроль за операціями, що відбуваються. Все це робить писемне мовлення потужним інструментом уточ-

нення та відпрацювання розумового процесу. Тому писемне мовлення використовується не тільки для передачі вже готового повідомлення, але й для того, щоб відпрацювати, уточнити власну думку. Відомо, що для усвідомлення думки найкраще спробувати написати, виразити цю думку письмово. Саме тому писемне мовлення як робота над способом і формою висловлювання має велике значення і для формування мислення. Уточнення самої думки за допомогою писемного мовлення чітко проявляється, наприклад, у підготовці доповіді або статті. Робота перекладача – це не просто переклад з однієї системи кодів на іншу, це складна форма аналітичної діяльності, найважливішим завданням якої є усвідомлення самого логічного устрою думки, її логічної структури» [1, с. 216].

Отже, ми розглянули особливості формування та функціональність письмової мови. Тепер розберемо семантику «емодзі».

У зв'язку з тим, що розвиток мислення безпосередньо пов'язаний з розвитком мовлення, вивчення смислоутворення «емодзі» у сучасній комунікації є важливим. Досліджуючи сучасну письмову та усну мову, зокрема мову підлітків, ми можемо вивчити зміни їхнього мислення. На сьогодні кількість досліджень, які б вивчали суттєві властивості семантики «емодзі», залишаються мінімальними. Більшість досліджень зосереджені на вивченні їхньої комунікаційної сторони, а не фундаментальної сторони проблеми. На нашу думку, вивчення семантики «емодзі» має виходити з внутрішнього мотиву системи, який виражається через предметний зміст і несе у собі конкретний, справжній сенс виключно для такої ситуації. Лише в цьому випадку можливий повний аналіз структури «емодзі».

Уже зараз існує низка досліджень, які показують характер використання «емодзі» як нелінгвістичних параметрів, таких як міміка. У Всесвітній день емодзі «Apple» та «Google» опублікували перший в історії звіт про тенденції емодзі (Emoji Trend Report) за 2019 рік. Основні висновки авторів звіту полягають у тому, що «емодзі» приносять радість, долають бар'єри та сприяють комунікації. Дослідження виявило, що 83% всіх користувачів емодзі – це сучасні підлітки та люди, які належать до ранньої дорослості. Серед опитаних користувачів емодзі більшість використання смайликів, щоб підняти настрій розмови (93%) та підтримати людей (91%). 65% користувачів використовують смайлики для простішого вираження своїх емоцій [4, с. 17].

Одне з останніх досліджень робить висновок, що: «Емодзі часом використовуються навіть ізольовано, без вербального супроводу. Користувачі стверджують, що в деяких ситуаціях їм простіше підібрати відповідний символ-картинку, ніж слова для передачі своїх почуттів та емоцій. І якщо більш примітивний спосіб вираження емоцій за допомогою емотиконів не дозволяв повною мірою передати свої відчуття, то яскраві картини-сим-

воли, що представляють цілу гаму почуттів, здатні заповнити нестачу зорового контакту та надати повідомленню емоційність та виразність живого спілкування. Для посилення емоційного ефекту та інтенсифікації значення часто застосовується можливість подвоєння, потроєння тощо символу, а також каскад емодзі. Ці іконічні знаки, на думку користувачів, дозволяють їм встановити необхідний емоційний тон, передати відповідний настрій» [2, с. 82].

На підставі цього можна зробити висновок, що початкова функція емодзі, яка полягала в передачі нелінгвістичних систем у письмовій мові, була втрачена. Вона змінилась на абстрактну самотійну функцію, яка не має початкової предметності, а отже, не має узагальненого значення, оскільки слово не змогло розвинути повною мірою і перетворитися на вищу свою форму.

«Цифрова комунікація, отримавши домінуючу роль у міжособистісному спілкуванні, розвивається за певними законами і поступово включає у свій арсенал засоби, що компенсують і заміщують низку елементів, властивих живій мовній взаємодії. Поява мультимодальних текстів у рамках міжособистісного спілкування є закономірним процесом розвитку дистанційного цифрового спілкування. З часом семіотичні параграфічні знаки зазнали змін і вдосконалились. Сучасні емодзі стали виконувати цілу низку функцій: функцію невербальної складової частини комунікації, емотивну, прагматичну, пунктуаційну, замісну, декоративну та риторичну. Полікодові тексти, що містять у своєму складі такі семіотичні знаки, як емодзі, мають, серед іншого, певний впливовий ефект, що впливає на настрій адресата, його залученість у процес спілкування, на сприйняття повідомлення, що досягається за рахунок підключення системного механізму обробки інформації» [3, с. 82].

Результати цих досліджень викликають інтерес для майбутнього вивчення мовлення та мислення.

На завершення зупинимось на негативних функціях, які зараз виконують «емодзі». На нашу думку, вони не дозволяють сучасній мові розвинути до «значення», їх використання призводить до збіднення як внутрішньої, так і зовнішньої мови. Сучасні користувачі цифрових технологій у комунікації заміняють розгорнуту письмову мову культурними медіаторами вузького сенсу. «Емодзі» не містять глибоких семантичних структур. Регулярне і системне спрощення передачі емоційної інформації не тільки не сприяє розвитку мови та

мислення, а навпаки, не дозволяє мисленню природним шляхом розвинути до здатності узагальнення та аналізу інформації. Достатня кількість людей має труднощі вербального опису своїх емоцій і почуттів. Замість того, щоб збільшувати словниковий запас епітетів, люди користуються готовими штампами емодзі. «Емодзі» також позбавляє мислення здатності розвиватися в зоні найближчого розвитку. Використання «емодзі» зупиняє розвиток мислення на наочно-предметному рівні і не дає йому інтелектуальної «їжі», яка необхідна для переходу мислення на словесно-логічний рівень. Таким чином, «емодзі-висловлювання» за своєю структурою відповідають розмовній, а не писемній мові. Культурний медіатор «емодзі», ставши елементом писемної мови сучасності, насправді згортає письмову мову у внутрішню.

У межах цього дослідження був застосований кількісний контент-аналіз цифрових повідомлень підлітків у соціальних мережах з метою виявлення особливостей мовного функціонування емодзі та структури письмових висловлювань. Такий підхід дозволяє зафіксувати об'єктивні мовні показники в природному середовищі підліткової комунікації – цифровому дискурсі. Об'єктом аналізу стали текстові повідомлення, надані добровільно підлітками віком від 15 до 16 років, $n = 161$ (соціальні мережі Instagram, TikTok, Discord та ін.).

Було досліджено низку параметрів, які є основою сучасної писемної мови підлітків: «Середня кількість надісланих емодзі на 100 письмових речень», «Середня кількість отриманих емодзі на 100 письмових речень», «Середня кількість слів в одному реченні без емодзі», «Середня кількість слів в одному реченні з емодзі», «Середня кількість речень для формування предиката повідомлення».

Методом кількісного контент-аналізу отримали такі результати, вони наведені у таблиці 1.

З отриманих результатів ми можемо зробити певні висновки і почнемо з останнього параметра (Середня кількість речень для формування предиката повідомлення) сучасної писемної мови підлітків. Можемо констатувати, що середня кількість речень для формування загального предиката (загального сенсу діалогу) повідомлення між співрозмовниками дорівнює 11,6 у процесі віртуальної взаємодії з іншою людиною. Іншими словами, підлітки в процесі віртуальної взаємодії з іншою людиною не можуть написати одне цілісне повідомлення, а дроблять його на 11–12 частин,

Таблиця 1

Кількісні показники використання емодзі в письмовому мовленні підлітків

№ з/п	Показник	Середнє значення
1	Середня кількість надісланих емодзі на 100 письмових повідомлень	45,5
2	Середня кількість отриманих емодзі на 100 письмових повідомлень	45,84
3	Середня кількість слів в одному реченні без емодзі	6,84
4	Середня кількість слів в одному реченні з емодзі	7,08
5	Середня кількість речень для формування предиката повідомлення	11,6

частіше не використовуючи пунктуаційні знаки, а замінюючи пунктуаційні знаки процесом відправки речення співрозмовнику. Також варто зазначити, що на фоні високого значення цього параметра ми спостерігаємо високі значення параметра «Середня кількість слів в одному реченні з емодзі» і параметра «Середня кількість слів в одному реченні без емодзі». Це приводить нас до висновку, що чим більше речень потрібно для позначення загального предиката повідомлення, тим більше можливостей у підлітка використовувати як звичайні слова, так і емодзі для передачі «сенсу». Наш висновок узгоджується з кількісним контент-аналізом цих параметрів. «Середня кількість слів в одному реченні з емодзі» дорівнює 7,08, а «Середня кількість слів в одному реченні без емодзі» дорівнює 6,84.

Це означає, що для підлітків використовувати емодзі замість слів для позначення в реченні загального предиката є нормою, оскільки ці параметри узгоджуються математичними параметрами.

Параметри «Середня кількість надісланих емодзі на 100 письмових речень» та «Середня кількість отриманих емодзі на 100 письмових речень» також узгоджуються математично, що виражено в даних 45,5 і 45,84 відповідно. З отриманих даних можна зробити висновок, що сучасний підліток у 45% своїх речень використовує емодзі. Як було раніше виявлено, культурний медіатор «емодзі» за своєю структурою є части-

ною розмовної мови, а не писемної мови. Культурний медіатор «емодзі», будучи елементом писемної мови сучасності, насправді згортає письмову мову у внутрішню мову. Ці параметри писемної мови сучасного підлітка констатують, що підлітки у своїй комунікації використовують культурний медіатор «емодзі». Немає підстав вважати, що «емодзі» можуть замінити писемну мову у своєму сенсі, але змінити письмову мову – так. Ці параметри констатують те, що культурний медіатор став частиною підліткової писемної мови. Таку комунікацію тепер можна вважати за норму у взаємодії підлітків один з одним, але неможливо вважати нормою у питанні формування вищих психічних функцій і в питанні розвитку когнітивних процесів, зокрема словесно-логічного мислення.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Vocate D.R. *The Theory of A. R. Luria: Functions of Spoken Language in the Development of Higher Mental Processes*. Hillsdale, NJ : Psychology Press, 1987. 320 с.
2. Manganari E.E. Emoji use in computer-mediated communication. *The International Technology Management Review*. 2021. Т. 10. № 1. С. 1–11.
3. Ljubešić N., Fišer D. A global analysis of emoji usage. *Proceedings of the 10th web as corpus workshop*. 2016. P. 82–89.
4. Gawne L., McCulloch G. Emoji as digital gestures. *Language and Internet*. 2019. Т. 17.