

Трачук Л. Ф.

*кандидат історичних наук, доцент,
ВСП «Надвірнянський фаховий коледж
Національного транспортного університету»*

НЕВЕРБАЛЬНА ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЯ

Інтернет – особливе інформаційне середовище, соціальний комунікаційний простір, основа розвитку інформаційно-комунікативного суспільства. Його головною функцією, на думку багатьох дослідників, є спілкування, завдяки чому Інтернет постає як місце реалізації унікальної мови, якої не існувало в минулому. Тобто, Інтернет – це не просто технологічний феномен, це феномен соціальний, головним зняряддям якого є мова.

За рахунок посилення значущості Інтернету в житті людей постійно зростає кількість термінів для вивчення особливостей їх спілкування в мережі. Доречним вбачається термін «інтернет-комунікація», як найбільш коректний щодо комунікації в Інтернеті, яка здійснюється не тільки за допомогою комп'ютерів (як в терміні «комп'ютерно-опосередкована комунікація»), а й завдяки мобільному доступу.

Інтернет-комунікація є поліфункціональною та має ряд специфічних характеристик, зокрема, таких, як умовна анонімність; своєрідність протікання процесів міжособистісного сприйняття в умовах відсутності невербальної інформації; труднощі з емоційним компонентом спілкування і, в той же час, стійке прагнення до емоційного наповнення тексту, яке виражається в створенні спеціальних значків для позначення емоцій або в описі емоцій словами; добровільність і бажаність контактів, чи їх уникання; прагнення до нетипової, ненормативної поведінки. Однією з важливих характеристик інтернет-комунікації є бажання заощадити час.

Інтернет-комунікація здійснюється, переважно, у формі письмового спілкування, тому у цій роботі беремо до уваги текст, не пов'язаний зі звуковим та/або відео передаванням інформації. Іноді надіслане нами в Інтернеті повідомлення втрачає частину сенсу через відсутність його невербальної складової, адже при спілкування віч-на-віч люди, крім слів, також висловлюють свої думки чи емоції за допомогою жестів, дотиків, інтонації тощо, які несуть часом більше інформації, чим слова.

Месенджери та соціальні мережі змушують людей придумувати нові способи передачі емоцій і сенсу без використання мови тіла або тону

голосу. Крім того, бажаючи заощадити час, співрозмовники пишуть повідомлення з маленької літери, речення, які складаються з одного-двох слів, відправляють дужку (замість того, щоб написати «Дуже смішно»), не використовують пунктуаційні знаки. Тому інтернет-спілкування стає все більш лаконічним, нагадує репліки, якими ми обмінюємося в усному мовленні, в розмові віч-на-віч.

Щоб повністю передати сенс повідомлення в інтернет-комунікації активно використовують засоби креолізації (шрифт, колір, фон тексту, засоби орфографії, пунктуації та словотвори, іконічні друковані символи, графічне оформлення вербального тексту тощо), тому сприйняття мови співрозмовника відбувається дещо інакше. Пов'язано це з тим, що людина не може верифікувати повідомлення (тобто перевірити, чи відповідають вони реальності) – співрозмовник може надіслати смайл-посмішку, хоча насправді сидить в сльозах або, навпаки, надіслати емодзі «зі сльозами на очах», просто маніпулюючи адресатом.

Нового значення набувають навіть розділові знаки, наприклад, за свідченнями дослідників крапка в кінці речення в повідомленні стала для багатьох ознакою роздратування, грубості, пасивної агресії, небажання спілкуватися, категоричності, напруженості, докору [1]. Текстова повідомлення без іконічних друкованих символів (смайлів, емодзі тощо) вважається поганим тоном – вони надають тексту особливого емоційного забарвлення та передають настрої. Без них у адресата складається відчуття, що співрозмовник – нудна і неемоційна людина, а підкреслене дотримання правил правопису в інтернет-комунікації викликає відчуття зверхності, зарозумілості, суворості, холодності або навіть грубості.

Зручність смайлів та емодзі в тому, що вони не вимагають перекладу та зрозумілі будь-якою мовою. Їх називають «першою в світі посправжньому і незаперечно універсальною формою комунікації» [2]. Свідченням цього може бути той факт, що за допомогою емодзі в останні роки переказують книги, фільми, кліпи, політичні першоджерела. Зокрема, у 2013 році в Бібліотеку Конгресу США було додано твір Германа Мелвіла «Мобі Дік», близько 800 сторінок тексту якого були повністю перекладені мовою емодзі. У 2015 році на емодзі була перекладена промова президента США Барака Обами, а журнал *The New Yorker* надрукував на обкладинці Хіллари Клінтон у стилі емодзі. Того ж року Оксфордський словник удостоїв честі бути «словом року» не слово, а емодзі – обличчя зі сльозами радості. У 2017 р. Королівська опера в Лондоні виклала на свій сайт 20 всесвітньо відомих опер мовою емодзі. Силами фанів був повністю перекладений мовою емодзі один з кліпів співачки Бейонсе.

Станом на 2021 р. універсальний стандарт кодування символів Юнікод, який регулює питання застосування ідеограм, налічує 3 633 емодзі, Apple, Google та Facebook розробили власні їх варіанти, в Instagram існує можливість використовувати хештеги з емодзі і шукати за ними відповідні публікації. Зараз смайли та емодзі несуть не тільки емоційне навантаження, а іноді замінюють вербальне повідомлення, перетворюючись на ребуси. Наприклад, олімпійський чемпіон і переможець Вімблдону шотландський тенісист Енді Маррей повідомив про своє одруження, не використовуючи слова, – він описав цю подію за допомогою самих лише емодзі.



- Andy Murray (@andy_murray) [April 11, 2015](#)

Однак, незважаючи на свою популярність, емодзі навряд чи витіснять писемність і отримають визнання в якості самостійної мови, оскільки процес мислення спирається на мову, а думати на мові емодзі неможливо. Смайли та емодзі є додатковими лінгвістичними інструментами для посилення повідомлень в інтернет-комунікації і самі по собі навряд чи стануть осмисленим засобом спілкування між двома сторонами. Це ніяк не зменшує цінності того, що вони нам можуть запропонувати, перш за все – можливість для кожного середньостатистичного інтернет-користувача новим, специфічним чином включати в текст почуття та емоції. Другою чергою, комунікація у вигляді емодзі та смайлів може виконувати і когнітивну функцію, іноді замінюючи вербальне повідомлення.

Список використаних джерел:

1. Evans V. Emoji is the new universal language. And it's making us better communicators. 2017. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/emoji-new-universal-language-its-making-us-better-vyv-evans>.
2. Wallace D. Why Using a Period at the End of a Sentence Sounds So Angry. The smallest piece of punctuation in our arsenal might actually be the most powerful. 2019. URL: <https://forge.medium.com/why-using-a-period-at-the-end-of-a-sentence-sounds-so-angry-1bd6bae71ea1>.