

Міністерство освіти і науки України  
Сумський державний університет  
Факультет іноземної філології  
та соціальних комунікацій

# IX

**ВСЕУКРАЇНСЬКА  
НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ**



## СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

15-16 квітня 2021 року

# Матеріали

2. Вальтер фон Ла Рош. Вступ до практичної журналістики: навчальний посібник / за заг. ред. В. Іванова та А. Коль. Київ: Академія Української Преси, 2005. 229 с.

3. Кацавець Р. Ділова мова: сучасний вимір: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 196 с.

4. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / за заг. ред. Ю. Бідзілі. Ужгород: Закарпаття, 2007. 224 с.

5. Здоровега, В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.

*Науковий керівник:* О. М. Сушкова, кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики та філології Сумського державного університету

**Аміна Болотаєва,**

студентка Сумського державного університету

## **КОМУНІКАТИВНА РОЛЬ КУЛЬТУРИ СМАЙЛІВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

*Актуальність дослідження.* У сучасному інформаційному суспільстві фактом є те, що соціальні мережі стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. Тенденція до зростання частоти використання смайлів у соціальних мережах помітна як у міжособистій комунікації, так само й у професійному спілкуванні. Реагуючи на попит, ринок програмних продуктів пропонує програми, що враховують особливості спілкування у віртуальному просторі. Розробники доповнюють вже існуючі зображення смайлів новими, розширюючи можливості вираження емоцій.

*Метою* даного дослідження є виявлення ролі, яку відіграють смайли та культура їх застосування у віртуальних комунікаціях соціальних мереж.

*Завдання дослідження:*

– виявити причини просування та закріплення людини у віртуальному просторі соціальних мереж;

– з'ясувати сутність, структуру та особливості комунікативного процесу;

– виявити роль культури смайлів у спілкуванні суб'єктів віртуальних соціальних мереж.

*Виклад матеріалу.* Спілкування є невід'ємною частиною людського життя, соціальності людини як такої. Щодня ми зустрічаємося, розмовляємо,

обмінюємося віртуальними повідомленнями з іншими людьми. Соціальні мережі дозволяють розширити коло спілкування, створювати повідомлення приватного та публічного характеру. У комунікації, як безпосередній, так і віртуальній, ми використовуємо не тільки вербальні, але й невербальні засоби. Це жести, міміка, погляд, рухи тіла, пози та ін. Суспільство змінюється, розвивається, тому невербальна комунікація також розвивається, зокрема, розширюється сфера її використання. Виникають і розвиваються нові засоби взаєморозуміння, що засновані на знаково-символічних формах. Пов'язано це, в першу чергу, з розширенням соціальності людини, яка розширюється у своїх виявах і можливостях у просторі соціальних мереж. Причинами такого перенесення та закріплення людини у віртуальному світі є як її сутнісне намагання вийти за власні межі, так і практичні можливості самих мереж у навчанні, самореалізації, зокрема, професійній, подорожах, сприйнятті тощо.

Соціальні мережі – це структури, утворені індивідами чи соціальними спільнотами. В Інтернеті соціальні мережі виглядають як сайти, на яких користувачі можуть створювати персональні сторінки та організовуватися у віртуальні спільноти для спілкування та поширення інформації серед великої кількості людей. Понад половина користувачів Інтернету зареєстровані хоча б у одній із соціальних мереж, що вказує на їх популярність [1].

Якщо ще кілька років тому вважалося, що переважно підлітки цілодобово користувалися телефонами для мережевого спілкування, то в теперішній час у соціальних додатках, зокрема, соціальних мережах і месенджерах все частіше «зависають» люди, які досягнули віку дорослості. Вважаємо, що це відбувається не тільки тому, що виросло покоління користувачів, але так само прийшло усвідомлення розширених можливостей використання таких засобів комунікації.

Комунікація (спілкування) є багатоаспектним процесом. У цьому дослідженні під комунікацією розуміємо процес передачі повідомлень від однієї людини до іншої з метою здійснення комунікативного чи іншого впливу. Цей процес складається з комунікативно-інформаційної взаємодії сторін

комунікації, що ґрунтується на психологічному контакті, сприйнятті та розумінні, впливові на поведінку для досягнення поставленої мети [2, с. 111].

Предметом широкої дискусії останніх років є переваги та обмеження безпосереднього спілкування та спілкування у соціальних мережах. Прихильники безпосереднього спілкування переконані, що співрозмовник бачить людину, її емоції та почуття, може зрозуміти по її жестах зацікавленість, інтерес як до теми, так і до самого співрозмовника. Прихильники спілкування у соціальних мережах переконують, що опосередкований спосіб комунікації простіший і зручніший, а обмеження спілкування, зокрема, беземоційність сприйняття, легко подолати за допомогою смайлів, емоджі, стікерів тощо. Дійсно, смайли дозволяють легше передавати та сприймати емоції, проте безпосереднє спілкування все ж не зможе замінити віртуальне.

Смайли є графічними зображеннями, універсальними для розуміння, що можливо завдяки їх іконічності. Іконічність є засобом передачі схожості між мовним знаком і референтним означуваним об'єктом [3, с. 26]. Смайли по зовнішньому вигляду нагадують обличчя, що відображають емоції. Саме тому вони легко читаються на підсвідомому рівні. Так, у різних культурах смайли можуть відрізнятися зовнішнім виглядом, проте передача одних і тих самих емоцій робить їх зрозумілими незалежно від віку, статі, етнічної чи іншої приналежності суб'єктів комунікації.

Сказане тут стосується переважно класичних смайлів. Водночас, оскільки смайли є доступними для створення на звичайній клавіатурі, вони також все частіше входять у сферу комунікацій окремих спільнот. Сучасна культура смайлів активно поповнюється національними смайлами, смайлами окремих компаній та брендів. Проте, їх головною комунікативною властивістю залишається однакове сприйняття у відповідній комунікативній спільноті.

Донедавна вважалося, що смайли доречно використовувати лише у неформальному спілкуванні. Зокрема, використання гумору або смайлів під час спілкування з діловими партнерами вважалося виявом низького рівня культури ділового спілкування, сприймалося як неприйнятне. Проте, завдяки розвитку

ринкових відносин і формуванню культури смайлів, у сучасному світі ними активно користуються у бізнес-комунікації через соціальні мережі.

Використання смайлів допомагає налагоджувати комунікацію в ситуаціях існування мовного бар'єру. Так, якщо комунікант забув чи не може підібрати відповідне слово, вийти з незручної ситуації допоможе вдало підібраний смайл. Однак, противники використання смайлів звертають увагу на одночасне збіднення словникового запасу суб'єктів спілкування. Вважаємо, що таке судження є суперечливим, адже смайли доповнюють мову, збагачують її для віддаленого спілкування, роблять її гнучкою та зрозумілою для соціальних мереж. Доповнимо сказане тим, що використання смайлів дозволяє зняти напруженість у спілкуванні. Дійсно, суцільне текстове повідомлення може викликати сумніви у дружельюбності комуніканта. Навпаки, повідомлення зі смайлами пом'якшує діалог. Комунікація стає живою, невимушеною, сприяє формуванню довіри як до комуніканта, так і до предмета комунікації.

Важливо усвідомлювати, що недостатньо просто обрати смайл, що сподобався, і надіслати його. Формуванню культури смайлів сприяє розуміння їх значення. Хоч смайли здебільшого універсальні для сприйняття та розуміння, проте, в залежності від контексту, вони можуть трактуватися по різному, іноді в негативному значенні. Щоб спілкування було комфортним та для глибшого порозуміння, користувачам соціальних мереж варто засвоїти значення смайлів і розумітися на культурі їх використання.

Сучасний соціум орієнтований на формування культури подолання бар'єрів між націями, релігіями, расами, орієнтаціями, гендерами, бідними та багатими і т. д. Виробники електроніки та розробники програмного забезпечення враховують зазначену тенденцію. Так, сучасні клавіатури мають функцію, за допомогою якої можна відправляти смайли з відповідним кольором шкіри, що приєє формуванню толерантного ставлення до представників різних рас. Сучасні електронні пристрої у розділі смайлів із прапорами мають прапори ЛГБТ-спільнот. Це нововведення допомагає людям з нетрадиційною орієнтацією не почуватися інакшими та не соромитися своєї орієнтації.

Усе це є проявами комунікативної культури сучасного суспільства, члени якого орієнтовані на спілкування в месенджерах і соціальних мережах.

*Висновки.* Людина по своїй природі орієнтована на вихід за межі освоєного простору, за власні межі, на сприйняття нового та незвіданого. Соціальні мережі дозволяють людині освоювати новий простір, спілкуватися з новими людьми. Водночас, спілкування у соціальних мережах відрізняється від безпосереднього спілкування обмеженістю невербальної комунікації. Саме тому смайли, як емотивні зображення набувають популярності не тільки в приватному, але так само й у діловому, професійному спілкуванні.

Соціальні мережі з різною метою, – для праці чи проведення дозвілля, – застосовують люди різного віку, статі, національної приналежності чи інших ідентифікацій. Іконічність смайлів апелює до сенсорних образів і, таким чином, емоційно впливає на адресата мовного повідомлення. Звідси випливає, що незалежно від культурного досвіду суб'єктів комунікативної взаємодії, мови їх спілкування, вони однаково зрозуміють один одного.

Комунікативна роль культури смайлів особливо зростає в умовах пандемії COVID-19. Соціальні мережі тут залишаються простором для спілкуватися без епідеміологічних перешкод. Це дає змогу не наражати інших і себе на небезпеку та зупинити хворобу, а смайли дозволяють підтримувати один одного в умовах карантинних обмежень.

### **Список використаних джерел:**

1. Гребінь А. А. Соціальні мережі – сучасне середовище спілкування з користувачами (нотатки координатора бібліотечного сайту) : тези доповідей міжнародної наукової конференції «Бібліотека. Наука. Комунікація», Київ, 06-08 жовтня 2015 р. // Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL : <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/615> (дата звернення : 23.03.2021).

2. Кость С. Мистецтво спілкування : сутнісні характеристики. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2015. Вип. 26. С. 110–116.

3. Вовк О. В. Емотивність та емоційність в ракурсі іконічності (на матеріалі англomовного роману жаків Р. Блоха «Psycho»). *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство*. 2016. № 6. С. 24–29.

*Науковий керівник:* В. В. Опанасюк, кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету