

## Феноменология эмоций в цифровой среде

Научный руководитель – Венкова Алина Владимировна

*Чистова Анастасия Дмитриевна*

*Сотрудник*

Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Институт философии человека, Saint Petersburg, Россия

*E-mail: chistova.kult@gmail.com*

Феноменология эмоций является актуальным вопросом для изучения. Анализ эмоциональных процессов необходим в социальной, педагогической, политической и культурных сферах. В настоящее время нет общепризнанной научной теории эмоций, которая могла бы позволить ученым изучить и представить феноменологию эмоций через четкую систему, которая имеет свои понятия, механизмы и закономерности [Торопова, 2006, с. 91].

Феноменология эмоций, как предмет научных исследований начала формироваться в начале двадцатого века. Изначально она представляла собой набор определённых феноменов, которые либо противопоставляли друг другу, либо представляли, как факторы выделяющиеся друг из друга.

Человек формируется под влиянием среды, поэтому и эмоции формируются и изменяются в зависимости от среды и ее динамики. Изучение отношений человека с внешним миром помогает проектировать окружающую среду так, чтобы она имела ряд условий, которые мотивируют социально-приемлемое поведение личности, и прогнозировала вероятные модели поведения. Именно поэтому изучение эмоций необходимо производить, опираясь не только на человека, но и на среду.

Цифровая среда стала неотъемлемой частью жизни современного общества. Люди получили свободный и самостоятельный доступ к информации, возможность общения с людьми из любой географической точки, а также возможность творческой деятельности. Цифровая среда имеет ряд особенностей: распространение информации и знаний, а также усиление их роли для общества; массовое внедрение информационных технологий в жизнь человека; стремительное развитие информационных коммуникаций [Кафтан В.В., 2017, с. 41]. Все это накладывает определенный отпечаток на формирование эмоциональной сферы человеческого существования.

Для общения в цифровом пространстве к настоящему времени сформировался интернет-язык. Он имеет отношение к письменной речи, но фактически больше похож на разговорный язык, поскольку наделен ее основными признаками: неподготовленностью и непринужденностью общения, преобладанием диалога над монологом, сильной экспрессивностью и наличием эмоциональных реакций, прерывистостью и непоследовательностью высказываний [Гох О.В., 2011, с. 56-60]. Нахождение в социальных сетях наиболее характеризуются графическим выражением эмоций. Несмотря на появление визуальных и аудиальных средств общения в приложениях, графическое выражение остается главенствующим в проявлении себя в цифровом пространстве.

Крылова М.Н. пишет о том, что общение в интернете – это зафиксированное устное общение, в связи с этим пользователи пытаются графически отобразить фонетические средства выражения эмоций [Крылова М.Н., 2016]. Например, имитация произношение через увеличение количества звуков, с помощью продления гласных букв на письме. Таким образом, человек переносит свои эмоции, которые он испытывает в момент написания текста.

Другими средствами выражения эмоционального фона являются: применение намеренное орфографической или пунктуационной неправильности, применение математических знаков, компенсация невербальных средств выражения эмоций эмодзи.

Эмодзи (иначе смайлы, смайлики) являются пиктографическими символами, которые предназначены для графического обозначения эмоций. В 1969 году В. Набоков в интервью для газеты «New York Times» упомянул: «Мне часто приходит на ум, что надо придумать какой-нибудь типографический знак, обозначающий улыбку, — какую-нибудь закорючку или упавшую навзничь скобку, которой я бы мог сопроводить ответ на ваш вопрос» [Nabokov's interview, The New York Times, 1969]. Изначально эмодзи создавались из знаков пунктуации. В 1982 году С. Фаллман предложил использовать их. Со временем эмодзи эволюционировали, появились эмодзи. В 2000 году создан каталог эмодзи. Apple разработала мемы с анимацией через Face ID. Таким образом человек отражал свои эмоции через пиктограммы.

Кроме приведенных средств выражения эмоций, в цифровой среде также существует система «лайков». Оценить высказывание, фотографию, комментарий или сообщение можно просто поставив «лайк». В некоторых сетях существует также система «дизлайков», которые отражают обратную, негативную эмоцию. В разных сетях система одобрения или порицания изображается по-разному: это может быть пиктограмма в форме целого и разбитого сердца, также это могут быть изображение жеста «палец вверх» или «палец вниз». Примечательно, что многие социологи негативно оценивают наличие дизлайков, так как это негативно влияет на эмоциональный фон в «реальной», не «виртуальной» жизни. Так 10 ноября 2021 года, компания «YouTube» заявила, что до конца года удалит с пространства платформы кнопку дизлайка. Основной целью представители называли задачу сделать сайт более дружелюбным пространством для зрителей и создателей контента.

Еще одним способом самовыражения в коммуникации сетей является отсутствие эмоциональной составляющей в тексте. Некоторые пользователи специально игнорируют пунктуационные правила русского языка, не окрашивая свое сообщение никаким эмоциональным фоном. Это связано с высокой потребностью пользователя быть услышанным. Безэмоциональные сообщения вызывают реакцию у других пользователей, у которых появляется желание узнать обстоятельства дел у комментатора. Поэтому отсутствие эмоциональных средств выражения – тоже средством эмоционального выражения [Крылова М.Н., 2016].

Феноменология эмоций остается не до конца изученным дисциплинарным полем. Формирование эмоций у индивида зависит не только от его личных качеств и генетических предрасположенностей, но и от среды, в которой он находится. Так, в пространстве рабочей среды человек может выражать определенный спектр эмоций, который формируется самой средой и ее аспектами, а в повседневной жизни это может быть совершенно другой человек, с отличающимися эмоциональными реакциями. В цифровой среде человек также следует определенным правилам и нормам, которые не всегда регулируются обществом. Это может быть выбранный человеком стиль поведения, который он хочет транслировать в виртуальном пространстве.

### Источники и литература

- 1) Гох О.В. Фонетические средства выражения эмоций в Интернет-языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Грамота – 2011- № 1 (8) - С. 56-60.
- 2) Кафтан В.В. Философия современного информационного общества // Вестник Московского гос. обл. ун-та. Сер. Философские науки – 2017 – № 2. – С. 39-47.

- 3) Крылова М.Н. Способы выражения эмоций в социальных сетях // Филология и литературоведение – 2016. – № 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://philology.snauka.ru/2016/01/1841> (дата обращения: 17.05.2023).
- 4) Торопова И.В. Феноменология эмоций // Общество и право – 2006. – №4 (14). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomenologiya-emotsiy> (дата обращения: 17.05.2023).
- 5) Nabokov's interview. (11) The New York Times [1969] <http://lib.ru/NABOKOW/Inter11.txt> (Дата обращения: 15.02.2024)