

## 2.3.4.2.2 Užívání emotikonů na sociálních sítích

### 2.3.4.2.2.1 Emotikony a jejich typy

Emotikony jsou jedním z nejčastěji užívaných prostředků digitální komunikace a významně přispívají k multimodálnímu charakteru elektronických (a částečně i tištěných) textů. Vyskytují se především v neformální elektronické komunikaci, typicky ve skupinách přátel, lidí, kteří se osobně dobře znají (Derks – Bos – von Grumbkow, 2007), pronikají však i do textů (prostředí) dalších, např. do pracovní komunikace aj. (Krohn, 2004; Darics, 2010; Komrsková, 2016; Dürscheid, 2021; viz též výklad o institucionální komunikaci na Twitteru v 5. kapitole).

Emotikon bývá definován jako „symbol vytvořený pomocí grafických znaků nebo obrázků pro vyjádření pocitů, duševních stavů, užívaný v elektronické komunikaci (e-mailech, SMS ap.), sloužící k vyjádření nálady pisatele“ (Martincová et al., 2004, s. 107; podobně Dresner – Herring, 2010, ad.); emotikony mohou být vkládány přímo do textu, nahrazovat slova nebo interpunkční znaménka.<sup>23</sup> Ztotožnění užívání emotikonů s vyjadřováním emocí (vycházející z etymologie výrazu, spojení slov *emotion* a *icon*) je společné laickému chápání i mnoha definicím ve slovnících i v odborné literatuře. Při bližším zkoumání způsobů jejich užívání se ale ukazuje, že spektrum jejich funkcí je mnohem širší. Obecně lze říci, že emotikony do určité míry kompenzují ty aspekty významu, které jsou v komunikaci tváří v tvář neseny nonverbálními a paraverbálními prostředky (mimika, intonace); nejsou tedy jen indikátory emocionálního stavu, ale také nositeli dalších pragmatických významů (srov. Dresner – Herring, 2010; Seargeant, 2019).

V odborné literatuře se rozlišují emotikony typografické, tj. složené z interpunkčních a speciálních znaků, písmen nebo číslic, např. :-), emotikony grafické, tj. malé stylizované obrázky zobrazující výraz lidské tváře, např. 😊, a verbální, tj. slovní opisy typografických a grafických emotikonů, např. *happy smiley* (Amaghlobelí, 2012); odtud v češtině užívaný výraz *smajlík*.<sup>24</sup> Původní a nejdéle užívané jsou typografické emotikony, v současnosti se však užívají především emotikony grafické.<sup>25</sup> Pisatelé mohou dnes při vytváření textů využívat rozsáhlé repertoáry grafických emotikonů, dostupné na internetu i v mobilních telefonech. Kromě zobrazení výrazů lidské tváře nabízejí tyto repertoáry také množství nejrůznějších dalších typů symbolů/objektů, jako jsou obrázky jídel, nápojů, květin, zvířat, státních vlajek, typizovaných lidských postav, jako např. policisty či běžce, gest, např. mávající ruky či palce nahoru, atp. (srov. např. <https://www.emoji1.com/en/>); i tyto znaky jsou běžně označovány jako emotikony.<sup>26</sup> Grafické

<sup>23</sup> Srov. též „Emoji are pictographs (pictorial symbols) that are typically presented in a colorful form and used inline in text. They represent things such as faces, weather, vehicles and buildings, food and drink, animals and plants, or icons that represent emotions, feelings, or activities“ (<https://home.unicode.org/emoji/about-emoji/>).

<sup>24</sup> Komrsková (2019) rozlišuje emotikony textové, tj. typografické, a grafické.

<sup>25</sup> Některé softwary, např. Microsoft Word, automaticky převádějí typografické emotikony na grafické.

<sup>26</sup> V úzu i odborné literatuře se lze dále setkat s výrazem *kaomaji/kaomodži*, označujícím japonské typografické emotikony (Markman – Oshima, 2007; Katsuno – Yano, 2007), nebo s výrazem *frownies*, označujícím emotikony vyjadřující záporné emoce (Škodová, 2002).

emotikony bývají také někdy označovány výrazem *emoji/emodži*, přejatým z japonštiny. Tento termín v současnosti v běžném úzu i v odborné literatuře zřejmě převládá, v tomto výkladu však všechny výše uvedené typy označujeme jako emotikony. Většina emotikonů je statických, existují ale také emotikony ve formátu GIF,<sup>27</sup> tj. animované obrázky, opakující ve smyčce určitý pohyb, např. emotikon zobrazující lidskou tvář stereotypně pohybuje očima, ústy či obočím.<sup>28</sup>

Repertoár emotikonů vyjadřujících emoce je v zásadě ustálený, užívání ostatních, případně zavádění nových může reflektovat aktuální společenskou situaci. To je případ emotikonu 🤔, tj. obličej zakrytý rouškou, který se masivně rozšířil v reakci na koronavirovou pandemii (Dürscheid, 2021). Repertoáry emotikonů se proměňují také v reakci na požadavky či potřeby uživatelů dané platformy. Např. uživatelé Facebooku mají nyní při hodnocení příspěvků jiných uživatelů k dispozici nejen emotikon „To se mi líbí“, ale také emotikony „Super“, „Péče“,<sup>29</sup> „Haha“, „Paráda“, „To mě mrzí“, „To mě štve“, umožňující nuancovanější, i když stále značně typizovanou reakci.

V odborné literatuře i mimo ni se nezdá diskutuje o univerzálnosti emotikonů, jejich nezávislosti na určitém jazyku či obecněji kultuře (srov. např. Azuma – Ebner, 2008; v českém prostředí Niševa, 2003; Čmejrková, 2006). Ve prospěch univerzální platnosti či srozumitelnosti emotikonů se často argumentuje Ekmanovou typologií univerzálních emocí rozpoznatelných z výrazu tváře (tj. znechucení, zlost, strach, smutek, štěstí, překvapení a opovržení; Ekman, 2015). Proti tomu lze ale namítnout, že existují emotikony spjaté s jistou kulturou či jazykem. Ty sice mohou označovat univerzální emoce, ale jejich forma, způsob zápisu nemusí být mimo dané jazykové či kulturní společenství srozumitelné, viz např. kaomodži o'▽'o, označující radost (<http://kaomoji.ru/en/>). Spjatost s určitým společenstvím je pak evidentní u některých emotikonů označujících předměty či osoby, např. internetová stránka Czemoji (<https://www.sonajurikova.com/czemoji>) nabízí uživatelům emotikony „autobus společnosti Regiojet“, „punčový řez“ ad., označující české realie.

Spíše než o univerzální platnosti emotikonů má tedy smysl uvažovat o jejich globalizaci a glocalizaci (k tomuto pojmu srov. Robertson, 1995), tj. přenášení těchto (a samozřejmě i dalších) prostředků internetové komunikace z jedné kulturní oblasti do oblastí dalších a následném přizpůsobování místním zvyklostem. Např. emotikon

<sup>27</sup> Těmto emotikonům se někdy říká gif/GIF, toto označení je však častěji užíváno pro opakující se videosekvence, např. z nějakého filmu (viz gif Draculy vstávajícího z rakve v př. 86 v odd. 5.4.3.2.1).

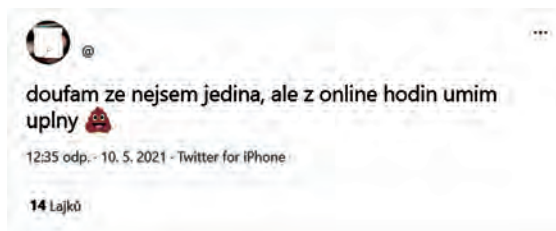
<sup>28</sup> Uživatelé sociálních sítí a chatovacích aplikací využívají také samolepky, angl. stickers, a avatary. *Samolepka* je statický, případně animovaný obrázek, který se od běžných emotikonů liší kódováním, velikostí a tím, že jej nelze vkládat do verbálního textu, je tedy užíván jako samostatná replika. K nejčastěji užívaným animovaným samolepkám patří obrázek žluté mávající ruky 🙌.

*Avatar*, tj. stylizovaný obrázek obličejů či postavy, reprezentuje svého uživatele – podobně jako profilová fotografie – na internetových fórech, v počítačových hrách nebo na sociálních sítích. Stejně jako v případě emotikonů jsou uživatelům k dispozici repertoáry samolepek a avatarů (viz např. <https://www.redbubble.com/shop/stickers> nebo <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vectors/emo-avatar-people-vectors>).

<sup>29</sup> Pro českého uživatele Facebooku může být zavádějící označení emotikonu vyjadřujícího soucit nebo empatii výrazem Péče, ekvivalentem anglického výrazu *Care*. Když Facebook v dubnu 2020 tento emotikon zavedl, mluvil o tom, že jde o virtuální objekt (Dürscheid, 2021, s. 508).

💩 [hovínko], v japonském prostředí užívaný s významem štěstí,<sup>30</sup> na českém Twitteru (a zřejmě i na dalších sociálních sítích a nejen pro české uživatele, srov. Dürscheid, 2021, s. 503) nahrazuje nebo zdvojuje výraz *hovno* či *srát* (v doslovném i přeneseném významu, př. 24); lze tedy mluvit o eufemizaci (srov. odd. 2.4.2.1.3). Někdy vyjadřuje negativní postoj pisatele k jisté osobě nebo tématu. Viz jeho užití na konci tweetu reagujícího na fotografii ze schůzky prezidenta Miloše Zemana a ministryně spravedlnosti Marie Benešové (25).

(24)



(Twitter: teenagerka)

(25)



(Twitter: běžný uživatel)

#### 2.3.4.2.2.2 Vztah emotikonů k verbální složce textu a jejich funkce

V internetové komunikaci (ale např. i v SMS) mohou být emotikony užity samostatně, jako reakce na jiný text (viz blahopřání k dokončení vysokoškolského studia v př. 26), výjimečně i jako kontextově nezapojená replika (př. 27).

<sup>30</sup> V japonské kultuře jsou lidské výkaly tradičním symbolem štěstí na základě slovní, resp. grafické hříčky: obrácené čtení znaků ve slově štěstí (*kóun*) se podobá slovu označujícímu výkaly (*unko*).



(29)



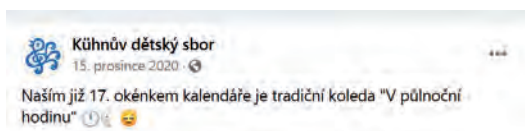
(Twitter: ministr zahraničí Jakub Kulhánek)

(30)



(Twitter: teenagerka)

(31)



(Facebook: Kühnův dětský sbor)

Často ale není vztah mezi výrazem a emotikonem tak jednoznačný jako v uvedených příkladech.<sup>32</sup> Většina dostupných cizích i českých repertoárů emotikonů sice uvádí jejich popis a některé i obvyklé užití (viz např. <https://www.emojiall.com/cs>), ale výklady v nich se někdy liší (k tomu srov. např. Yus, 2011, s. 170) a pisatelé užívají emotikony podle svých aktuálních komunikačních potřeb. Např. emotikonu 🙄 [Žena špulící rty] je v daném repertoáru připisován význam „podrážděná osoba, žena“,<sup>33</sup> ale v příkladu 32 pisatelka tyto emotikony použila jen jako označení dvou dívek.

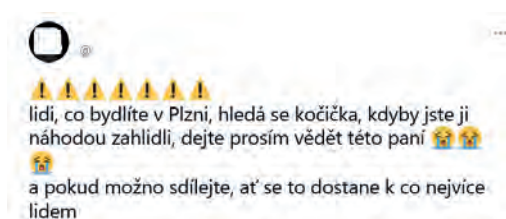
(32)



(Twitter: Puppy Cute)

Emotikony verbální text nejčastěji nějak doplňují, aniž mění jeho věcný obsah. Pokud jsou užity na začátku textu, mají upoutat pozornost adresátů, signalizovat naléhavost či důležitost sdělení (př. 33).<sup>34</sup>

(33)



(Twitter: běžný uživatel)

<sup>32</sup> K tomu srov. konstatování Dürscheidové, že vztah mezi emotikony a tím, co reprezentují, není ustálený, pevný (Dürscheid, 2021, s. 503), i následující doporučení z textu *Emotikony na sociálních sítích*: „Určitě nepoužívejte emotikony jako náhradu za slova, neboť by ostatní nemuseli pochopit, co tím chcete říct“ (<https://webzurnal.cz/socialni-media/emotikony-na-socialnich-sitich/>), nebo článek upozorňující na několik běžných emotikonů, které jsou v českém prostředí užívány jinak, než bylo původně zamýšleno (<https://www.tycico.cz/pouzivate-je-spravne-12-emoji-ktere-maji-jiny-vyznam-nez-si-mnozi-mysli/>).

<sup>33</sup> Srov.: „🙄 A pouting person with a serious face, usually used to indicate unhappiness, feeling bad, a little lost.“ (<https://www.emojiall.com/en/emoji/%F0%9F%99%8E>).

<sup>34</sup> K umístění emotikonů v textu srov. např. Provine – Spencer – Mandell (2007).

Ve vlastním textu slouží emotikony často jako členicí prostředky (někdy suplují či zdvojují interpunkci; př. 34, k tomu srov. Amaghlobeli, 2012), mohou čtenáře také upozorňovat na vložený hypertextový odkaz či jej jinak orientovat v textu (emotikon 📌 v př. 35).

(34)



(Facebook: běžná uživatelka)

(35)



(Twitter: politik Lubomír Zaorálek)

Emotikony se nepodílejí jen na konstrukci textu, ale zejména modifikují (část) sdělení, nejčastěji je intenzifikují (nebo naopak zeslabují,<sup>35</sup> srov. Darics, 2010); to se projevuje mj. i hromaděním stejných nebo i různých emotikonů (viz př. 26, 32, 36, 39).<sup>36</sup> „Kladné“ emotikony, např. ty v podobě usmívající se tváře, posilují kladné hodnocení (př. 38), souhlas s tvrzením jiného uživatele, v příkladech 36 a 37 zesilují přání určené adresátovi. V příkladu 40 naopak emotikon [Nespokojená/otrávená tvář] podporuje pisatelčinu nespokojenost, implikovanou již verbálním vyjádřením. Na konci textu, kde se vyskytují nejčastěji, slouží emotikony jako svého druhu pozdrav či jiná ukončující formule (př. 32, 36, 37, 38, 39), i zde ale mají stejně jako v jiných pozicích především funkci modifikovat a/nebo intenzifikovat sdělení.

<sup>35</sup> Viz např. *dala jsem tam emoji, aby to neznělo tak toxicky [...]* (Twitter: teenagerka).

<sup>36</sup> K opakování a kombinování emotikonů srov. Jílková (2020).

(36)



(Twitter: běžná uživatelka)

(37)



(Twitter: M)

(38)



(Twitter: Dopravní podnik města Olomouce)



