

DOI: 10.31866/2410-1311.45.2025.325062
УДК 316.7:004.8:[316.772.5:004

КУЛЬТУРА ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ, ЧАТ-БОТІВ ТА ЕМОДЗІ ЯК НОВИЙ ЕТАП КУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ЇХНІЙ ВПЛИВ НА СОЦІАЛЬНІСТЬ І ПОВ'ЯЗАНІ СУПЕРЕЧНОСТІ

Інна Шевель

Кандидат соціологічних наук, доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
ORCID ID: 0000-0002-6387-2506
e-mail: shevelinna@ukr.net

Для цитування:

Шевель, І. (2025). Культура штучного інтелекту, чат-ботів та емодзі як новий етап культурної комунікації в цифрову епоху: їхній вплив на соціальність і пов'язані суперечності. *Питання культурології*, 45, 234–245. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.45.2025.325062>

Метою статті є дослідження впливу сучасних технологій, таких як мова емодзі, чат-ботів і штучного інтелекту (ШІ) на культурну комунікацію, соціальну взаємодію та формування людської соціальності, а також з'ясування природи суперечностей, що виникають у процесі використання цих інструментів, їхнього потенціалу у створенні нових форм соціальної взаємодії, здатності провокувати соціокультурні конфлікти й породжувати тривоги. Результати дослідження. В ході аналізу встановлено, що мова емодзі є унікальним культурним явищем, який поєднує універсальність з культурною специфікою. Однак її багатозначність часто призводить до непорозуміння у міжкультурній комунікації. Вплив чат-ботів і ШІ на соціальну взаємодію визначається їхньою здатністю імітувати людську комунікацію, проте це викликає занепокоєння щодо втрати автентичності спілкування та можливого зростання залежності від автоматизованих рішень. Крім того, встановлено, що ШІ та чат-боти можуть допомагати у врегулюванні конфліктів, але водночас провокують нові суперечності через обмеженість алгоритмів і пов'язані з ними етичні проблеми. *Наукова новизна* дослідження полягає у висвітленні подвійної природи впливу цифрових технологій на культурну комунікацію. З одного боку, ці інструменти сприяють появі нових можливостей для взаємодії, а з іншого — провокують конфлікти, пов'язані з проблемами культурної ідентичності, соціальної адаптації та знецінення соціальних цінностей. Особливу увагу приділено ролі емоційних інструментів, таких як емодзі, які можуть і посилювати, і зменшувати комунікативну напругу в цифровому середовищі. *Висновки.* У сучасному світі технології мови емодзі, чат-ботів і ШІ стали невід'ємною частиною сучасної культурної комунікації, однак їхня

інтеграція в суспільні процеси потребує глибокого аналізу та критичного осмислення. Для зменшення соціокультурних ризиків необхідно працювати над удосконаленням алгоритмів штучного інтелекту, враховувати культурну специфіку та забезпечувати етичне використання цифрових інструментів у комунікаційних процесах. Стаття також окреслює перспективні напрямки подальших досліджень у сфері цифрової соціальності, зокрема щодо впливу ШІ на формування культурних норм і поведінкових моделей у суспільстві.

■ **Ключові слова:** культура штучного інтелекту; мова емодзі; культурна комунікація; чат-бот; людська соціальність; цифрові технології; соціокультурні конфлікти; етика ШІ; міжкультурна взаємодія; цифрова соціальність.

■ Вступ

Сучасні цифрові технології кардинально трансформують способи взаємодії між людьми, впливаючи на всі аспекти культурної та соціальної комунікації. Одним із яскравих прикладів є мова емодзі, чат-боти та штучний інтелект (ШІ), які не тільки спрощують процес спілкування, але й породжують нові соціокультурні явища, виклики й суперечності. Використання цих інструментів відкриває нові горизонти для взаємодії, але водночас викликає тривогу щодо їхнього впливу на автентичність людського спілкування, культурну ідентичність і соціальні цінності.

Невід'ємною частиною цифрового спілкування стала *мова емодзі*, яка має глибоке історичне коріння. Ще за часів первісних суспільств, використовували піктограми, що з'явилися як засіб передавання інформації через символічні зображення. Сучасний вигляд емодзі отримали в 1990-х роках завдяки японському інженеру Сігетакі Куріті (Данилюк, 2020), який розробив перший набір піктограм для цифрових пристроїв. Сьогодні емодзі стали універсальною мовою, що дозволяє передавати емоції та ідеї без використання тексту. Проте їхня багатозначність часто стає причиною неправильного тлумачення, особливо в міжкультурній комунікації (Г. Йордан & Х. Йордан, 2019).

Мова емодзі — система візуальних символів; її походження пов'язане з еволюцією піктограм, які використовуються для передачі емоцій, ідей і змісту в цифровому спілкуванні, що створює новий вид культури для передавання інформації.

Окрема цифрова технологія — *чат-боти* — уперше з'явилися в 1966 р. завдяки програмі ELIZA, розробленій Джозефом Вейценбаумом. Відтоді чат-боти пройшли довгий та складний шлях від примітивних алгоритмів до складних систем, здатних підтримувати діалог на основі технологій ШІ. Сьогодні чат-боти широко застосовуються в різних сферах — від обслуговування клієнтів (сервіс, культура, івенти та ін.) до терапії. Їхній вплив на соціальну взаємодію є значним, але водночас породжує питання щодо етики, конфіденційності та залежності від автоматизованих рішень. неправильного тлумачення, особливо в міжкультурній комунікації (GigaCloud, 2022).

Чат-боти — програмні алгоритми, створені для автоматизованого спілкування з користувачами через текстовий або голосовий інтерфейс.

Ще одна окрема цифрова технологія, яка є однією з ключових технологій сучасності — *штучний інтелект*, ідеї якого сягають досліджень Джона Маккарті в середині ХХ ст. Завдяки здатності аналізувати великі обсяги даних і моделювати поведінку ШІ відкриває нові можливості для автоматизації та вдосконалення комунікації. Проте разом із цим ШІ провокує етичні дискусії, пов'язані з використанням даних, дискримінацією, а також зростанням соціальної нерівності через технологічний розрив (GigaCloud, 2023).

Штучний інтелект (ШІ) — технологія, що імітує когнітивні функції людини, такі як навчання, прийняття рішень і аналіз даних, із використанням спеціалізованих алгоритмів.

■ Аналіз попередніх досліджень

Проблематика впливу цифрових технологій на культурну комунікацію, соціальну взаємодію та формування нових соціокультурних практик стала предметом численних наукових дискусій та наукових праць різних галузей, таких як культурологія, соціологія, ІТ технології, медицина, медіа, філософія та ін. У сучасній науковій літературі ця тема активно обговорюється: велика увага приділяється загальним аспектам цифровізації культури і серед українських, і зарубіжних науковців, які досліджують вплив ШІ на креативні та культурні індустрії, та конкретних явищ, таким як використання мови емодзі, розвиток чат-ботів і штучного інтелекту. Серед науковців особливо вирізняються такі: Б. Караміо, Ф. Лотте, Й. Гертс (Caramiaux et al., 2019), Н. Анантасірічай та Д. Булл (Anantrasirichai & Bull, 2022), Ю. Худолій, В. Косолапенко (2023). У їхніх працях значна увага приділяється трансформаціям комунікаційних практик у цифрову епоху, а також пов'язаним із цим викликам і суперечностям.

Серед досліджень, що охоплюють аспекти культурології, слід виокремити роботи Т. Петренко (2024), І. Антіпіна (2024), у яких аналізуються взаємодія цифрових технологій із культурною ідентичністю та міжкультурною комунікацією, активне використання штучного інтелекту у сферах крос-культурної комунікації, котрий можна застосовувати в різних соціальних платформах, таких як ZOOM, де вбудована програма для проведення аналізу й систематизації відео конференцій і виступів. Також науковець В. Охримович (2024) акцентує увагу на поєднанні культурологічного, історичного та психологічного методів аналізу вплив штучного інтелекту на перевтілення моделей культури в цифрову епоху. У своєму дослідженні Н. Кунанець та Липак (2024) розглядають конкретні шляхи впровадження штучного інтелекту в процес збереження культурної спадщини та її розповсюдження для масового вивчення.

На окрему увагу заслуговують дослідження, у яких висвітлюється мова емодзі як унікальна система комунікації. Орест Рожак (2023) зазначає, що емодзі слугують своєрідною «візуальною мовою», яка поєднує універсальність із культурною специфікою, але водночас може провокувати міжкультурні непорозуміння. Дослідник висвітлює вплив символів емодзі на емоційний стан спілкування, які допомагають виражати емоції і змінити та додати цікавий контекст у повідомлення. О. Рожак (2023) наголошує, як люди відчувають велику свободу, самовиразність, сміливість, відкритість у віртуальному світі,

що може суттєво впливати на їхню поведінку та ідентичність. Інтернет спілкування створює нові слова для спілкування, які дуже стали популярні серед споживачів і користувачів соціальних мереж, наприклад селфі (selfie) — фотографія, мем (meme) — ідея, стиль, котрий дуже швидко розповсюджується в інтернеті, лайк (like) — вподобайка, вираз задоволення інформацією в інтернеті.

Що стосується штучного інтелекту і чат-ботів, автори чат-ботів Microsoft, Google, OpenAI дослідники М. Рідха і Х. Махарані (Ridha & Maharani, 2022) вивчали чат-боти в контексті зі штучним інтелектом та розуміння форми впровадження чат-бота у сфері обслуговування клієнтів різних галузей суспільства. Науковці Я. Белінська (2024), І. Мудра та О. Кухарська (2021) акцентують увагу на їхній ролі у спрощенні соціальної взаємодії, проте наголошують на ризиках, пов'язаних із етичними викликами та залежністю від автоматизованих рішень проєктування своїх емоцій. Водночас дослідники осереджуються на ризиках втрати автентичності комунікації внаслідок впровадження чат-ботів у соціальні процеси.

ШІ створює нові форми творів у культурі та мистецтві, літературі. Головний алгоритм ШІ Generative Art, який кидає виклик новим уявленням про творчість, на відміну від традиційного. Також цей алгоритм формує нові культурні норми та поведінкові моделі і стає як інструментом гармонізації, так і джерелом соціальних суперечностей через етичні дилеми, зокрема в культурній комунікації (Rayhan & Gross, 2024).

■ **Мета статті**

Метою дослідження є аналіз історичних аспектів розвитку цифрових технологій та їхнього впливу на формування нових культурних форм соціальної взаємодії, зокрема мови емоції, чат-ботів і штучного інтелекту, у сучасній культурній комунікації. Дослідження спрямоване на виявлення позитивних і негативних аспектів цих явищ, а також визначення суперечностей, що виникають у процесі їхньої інтеграції в суспільні культурні практики.

■ **Результати дослідження**

У сучасних реаліях усе помітнішим є зростання ролі в людському житті цифрових технологій. Постійно змінюється не лише технічні процеси, а й аспекти культурної взаємодії з ними. Фундаментальна трансформація в штучному інтелекті (ШІ), чат-ботах та мові емоції стають важливими елементами впливу на культурну ідентичність.

Штучний інтелект стає активним учасником культурних процесів, і не тільки в його рамках, а виходить за межі суто технічного інструмента, Чат-боти, як медіатори в цифровій комунікації, інтегруються в різні соціальні сфери. Вони є невід'ємними помічниками в розвантаженні людини в надінформаційному потоці. Однак такі інструменти викликають суперечності: чи зможе автоматизована система повністю замінити людське спілкування, зберігши його емоційність і етичність? На жаль, ні. Ця система потребує вдосконалення й перегляду. Рис. 1. (Поліковська, 2023).



Рис. 1. Українці розуміють переваги ШІ
Джерело: (розроблено автором)

Українські користувачі налаштовані на позитивні перспективи розвитку технологій штучного інтелекту. ШІ має позитивні й негативні ознаки, але не потрібно зупиняти його розвиток — таку думку українців виявило проведене опитування (рис. 2) (Лише 15% європейців, 2024).



Рис. 2. Європейці про використання ШІ
Джерело: (розроблено автором)

За результати соціологічного дослідження виявлено, що респонденти покладають великі надії на ШІ в побутовому, повсякденному житті людей, у культурній поведінці, технологіях та ін. ШІ звільнить людство від тяжкої небезпечної праці. Соціально це свідчить про готовність людей до інновацій, які допоможуть заощаджувати час і ресурси, пояснення переваг і ризиків технологій. Невелика частина людей, яка становить 9% має альтернативні погляди на ШІ, які відображають культурні особливості, недовіру, етичні занепокоєння щодо впровадження цих технологій. Саму культурний контекст відіграє ключову роль у формуванні цих позицій, що демонструє рис. 3 (*Лише 15% європейців, 2024*).



Рис. 3. Використання ШІ серед європейців у повсякденному житті
Джерело: (розроблено автором)

За даними соціологічного дослідження встановлено, що 47% респондентів мають уявлення про ШІ, що відображає поверхневі знання і відсутність глибокої інтеграції цих технологій у культурне сприйняття суспільства. Це створює виклики для популяризації та освіти, а відсутність у 38% може бути пов'язане з культурними упередженнями, небажанням змінювати свої звички чи недовірою, страхом перед новими технологіями в різних країнах Європи. Соціально це вказує на потребу в підвищенні цифрової грамотності та доступності ШІ (*Лише 15% європейців, 2024*).

Результати дослідження свідчать, що для ширшого прийняття ШІ в Україні потрібні комплексні дії: розширення доступу до технологій, створення освітніх проєктів та адаптація ШІ до культурного контексту.

На думку відомого соціолога Г. Зіммеля (Simmel, 2009), який вивчав розвиток суспільства через призму конфліктів, де конфлікти несуть позитивне вирішення проблем, саме емоції виступають найважливішим елементом соціального життя.

Кожна людина в своєму житті переймається різними емоціями — від позитивних до негативних, які є культурно й історично обумовленими. Саме спонтан-

ні форми емоцій, дуже цінні й реальні, несуть соціокультурний розвиток як процес створення культурних форм індивідуалізації людини. Отже, «потік переживань» (за Г. Зімеллем) — це розвиток та самореалізація індивідуальності. Але коли соціальне життя ускладнилося через міжособистісні стосунки, то обов'язково призведе до переживань, різних типів емоцій, які можна виразити голосом, криком, посмішкою, мімікою, поглядом, виразом обличчя та ін. І змістити їх на раціональні стосунки (Simmel, 2009).

Сьогодні ми всі свої емоції передаємо в різноманітних соціальних мережах, програмах обміну, повідомленнях, електронних поштах, форумах, чатах, постах тощо, завдяки емодзі, появи різних видів піктаграм, смайликів. Не так давно з'явилася тенденція передавати емоційну інформацію за допомогою різних видів розділових знаків і завдяки їм побачити реакцію користувача, таку як: :) — усмішка; :-| — серйозність; :(— сум; :-D — сміх; :-* — поцілунок.

За останній період розвитку цифрової ери всі розробники намагаються створити якомога доступнішу, практичнішу й неповторну програму передавання емоцій, що набуває значної популярності серед молоді. Кожна популярна соціальна мережа, така як Facebook, Instagram, Viber, Telegram тощо, намагається виділитися найкрасивішим інтерфейсом програми, різноманітними видами емодзі, стікерами, смайликами та ін., які використовують у кожній мережі свої різні графічні дописи і несуть смислове навантаження.

Варто зазначити: в різних системах емодзі спостерігаються певні недоліки: не всі користувачі реагують однаково на смайли, можуть неправильно їх тлумачити, виникають смислові помилки, що ускладнює спілкування; багато користувачів не знають, які символи коли використовувати під якісь свої ситуації, це займає багато часу на пошук емодзі і вони мають сумнів щодо їхнього використання взагалі.

Як стверджує автор, емодзі — це самостійна мова спілкування, яка набирає шаленої популярності й актуальності, що залежить від регулярного використання багатьох смайлів і популярності, котрі закріплюються за ними в повідомленнях; вона може бути гармонізуюча і деструктуюча, спрощує вираження емоцій знижує рівень вербальної комунікації (Олейник, 2022).

Багато досліджень розкривають три характеристики використання емодзі, такі як: індивідуальне, культурне походження та системні платформи (Tossell et al, 2012), всі ці види суттєво впливають на використання за віком, статтю (жінки частіше використовують за чоловіків у публічному спілкуванні) (Li et al., 2018).

Культурна ідентичність також перебуває під впливом ШІ, контенту в соціальних мережах, як об'єднувати і роз'єднувати людей. Це призводить до створення інформаційної «бульбашки» і породжує соціокультурні конфлікти та викликає занепокоєння щодо маніпуляцій із суспільною думкою.

Мова емодзі є ще одним важливим елементом цифрової культури; вона виражає швидке, емоційне забарвлення в спілкуванні, долає мовні бар'єри. Але вона викликає труднощі в міжкультурній комунікації, тому що має різне значення в різних культурних контекстах, що нерідко призводить до непорозумінь, постає ключовою проблемою етики їхнього використання. Спостерігається залежність

від технологій, яка може призвести до соціальної ізоляції та втрати навичок міжособистісного спілкування.

Отже, нині постають суперечності цифрової соціальності: живе спілкування замінюється цифровими форматами, змінюючи спосіб людської взаємодії з культурним надбанням і ставлячи під загрозу культурну спадщину.

Висновки

Штучний інтелект, чат-боти та мова емодзі є важливими складниками сучасної культурної комунікації, що формують нові моделі взаємодії та поведінки. Вони виходять за межі веб-комунікації і проникають у всі сфери культурного й соціального життя, створюючи унікальні можливості для розвитку соціальних і культурних практик, але при цьому викликаючи серйозні суперечності та виклики. З одного боку, ці технології сприяють глобалізації культурного обміну, мінімізують затрати часу на спілкування і надають застарілим формам нового життя, з іншого — створюють ризики втрати культурної ідентичності та емоційної автентичності спілкування.

Для ефективної інтеграції цифрових технологій у культурну комунікацію необхідно враховувати етичні аспекти, забезпечувати прозорість алгоритмів і зберігати баланс між традиційними та інноваційними формами соціальної взаємодії. Подальші дослідження в цій сфері мають зосередитися на аналізі довгострокового впливу цифрових технологій на культуру, соціальність і людську ідентичність.

Список посилань

- Антіпіна, І. (2024). Штучний інтелект як інструмент трансформації культурологічних ідей. *Часопис Національної музичної академії України ім. П. І. Чайковського*, 3(64), 74–90. [https://doi.org/10.31318/2414-052X.3\(64\).2024.314744](https://doi.org/10.31318/2414-052X.3(64).2024.314744)
- Белінська, Я. В. (2024, 1 липня–11 серпня). Можливості використання штучного інтелекту у вищій освіті. В *Штучний інтелект у вищій освіті: ризики та перспективи інтеграції* [Матеріали підвищення кваліфікації] (с. 20–22). Liha-Pres.
- Данилюк, Д. (2020, 1 грудня). *Як зе'явилися емодзі та чому всі їх використовують*. Bazilik. <https://bazilik.media/iak-z-iavylysia-emozdi-ta-chomu-vsi-ikh-vykorystovuiut/>
- Йордан, Г., & Йордан, Х. (2019). Питання генези та функціонування емодзі в сучасному інтернет-дискурсі. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*, 45, 373–380. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10021>
- Кунанець, Н. Е., & Липак Г. І. (2024, 8–10 жовтня). Використання методів штучного інтелекту для збереження культурного надбання. В О. М. Василенко (Ред.), *Бібліотека. Наука. Комунікація. Інтеграція у міжнародний бібліотечний простір* [Матеріали конференції] (Т. 1, с. 117–120). Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/2012>
- Лише 15% європейців знають, як використовувати ШІ у повсякденні.* (2024, 27 вересня). Samsung Newsroom Україна. <https://news.samsung.com/ua/only-15-of-europeans-know-how-to-use-ai-to-benefit-their-daily-lives>
- Мудра, І., & Кухарська, О. (2021). Чат-боти як інструмент для популяризації матеріалів ЗМІ. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*, 2(2), 69–75. <https://doi.org/10.23939/sjs2021.02.069>

- Олейник, А. (2022). Роль символів емодзі та їх значення у спілкуванні онлайн. *Перспективи. Соціально-політичний журнал*, 3, 108–114. <https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2022.3.15>
- Охримович, В. (2024). Симбіозні форми соціокультурної комунікації та комеморації XXI століття: вплив штучного інтелекту. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2, 83–88. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2024.308285>
- Петренко, Т. В. (2024). Ресурси штучного інтелекту для крос-культурної комунікації учасників освітнього процесу у закладі вищої освіти. *Інноваційна педагогіка*, 74, 179–183. <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/74.33>
- Поліковська, Ю. (2023, 8 грудня). *Kantar: 76% опитаних українських респондентів розуміють переваги штучного інтелекту*. Media Sapiens. <https://ms.detector.media/internet/post/33698/2023-12-08-kantar-76-opytanykh-ukrainskykh-respondentiv-rozumiyut-perevagu-shtuchnogo-intelektu/>
- Рожак, О. (2023, 26 травня). Мовні феномени інтернет-спілкування. В *Мовний простір сучасного світу* [Матеріали конференції] (с. 175–178). Національний університет «Києво-Могилянська академія». <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b6713a8d-a037-473b-a445-0667e76e1352/content>
- Худолій, Ю. С., & Косолапенко, В. С. (2023). Особливості застосування чат-ботів на основі штучного інтелекту у фінансовій сфері. *Економіка і регіон*, 3(90), 97–103. [https://doi.org/10.26906/EiR.2023.3\(90\).3036](https://doi.org/10.26906/EiR.2023.3(90).3036)
- Anantrasirichai, N., & Bull, D. (2022). Artificial intelligence in the creative industries: a review. *Artificial Intelligence Review*, 55, 589–656. <https://doi.org/10.1007/s10462-021-10039-7>
- Caramiaux, B., Lotte, F., & Geurts, J. (Eds.). (2019). *AI in the media and creative industries*. New European Media. <https://arxiv.org/abs/1905.04175>
- GigaCloud. (2022, 16 травня). *Що таке штучний інтелект: історія, види та складові*. <https://gigacloud.ua/blog/navchannja/scho-take-shtuchnij-intelekt-istorija-vidi-ta-skladovi>
- GigaCloud. (2023, 29 вересня). *Джон Маккарті – «батько» штучного інтелекту та хмарних обчислень*. <https://gigacloud.ua/blog/navchannja/dzhon-makkarti-batko-shtuchnogo-intelektu-ta-hmarnih-obchislennj>
- Li, W., Chen, Y., Hu, T., & Luo, J. (2018). Mining the Relationship between Emoji Usage Patterns and Personality. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 12(1), 648–651. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v12i1.15054>
- Rayhan, A., & Gross, D. (2024). *Artificial Intelligence and Its Impact on Society*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/380940525_Artificial_Intelligence_and_Its_Impact_on_Society
- Ridha, M., & Maharani, K. H. (2022). Implementation of Artificial Intelligence Chatbot in Optimizing Customer Service in Financial Technology Company PT. FinAccel Finance Indonesia. *Proceedings*, 83(1), 21. <https://doi.org/10.3390/proceedings2022083021>
- Simmel, G. (2009). *Sociology: inquiries into the construction of social forms*. Brill. http://ni.biz.ua/10/10_26/10_268449_funktsionalnaya-teoriya-konflikta-georga-zimmelya.html
- Tossell, Ch. C., Kortum, P., Shepard, C., Barg-Walkow, L. H., Rahmati, A., Zhong, L. (2012). A longitudinal study of emoticon use in text messaging from smartphones. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 659–663. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.012>

References

- Anantrasirichai, N., & Bull, D. (2022). Artificial intelligence in the creative industries: a review. *Artificial Intelligence Review*, 55, 589–656. <https://doi.org/10.1007/s10462-021-10039-7> [in English].
- Antipina, I. (2024). Shtuchnyi intelekt yak instrument transformatsii kulturolohichnykh idei [Artificial intelligence as a catalyst for transforming cultural ideas]. *Journal of Tchaikovsky National Music Academy of Ukraine*, 3(64), 74–90. [https://doi.org/10.31318/2414-052X.3\(64\).2024.314744](https://doi.org/10.31318/2414-052X.3(64).2024.314744) [in Ukrainian].
- Belinska, Ya. V. (2024, July 1 – August 11). Mozhyvosti vykorystannia shtuchnoho intelektu u vyshchii osviti [Possibilities of using artificial intelligence in higher education]. In *Shtuchnyi intelekt u vyshchii osviti: ryzky ta perspektyvy intehtratsii* [Artificial intelligence in higher education: risks and prospects for integration] [Advanced training materials] (pp. 20–22). Liha-Pres [in Ukrainian].
- Caramiaux, B., Lotte, F., & Geurts, J. (Eds.). (2019). AI in the media and creative industries. *New European Media*. <https://arxiv.org/abs/1905.04175> [in English].
- Danyliuk, D. (2020, December 1). *Yak zviavlyisia emodzi ta chomu vsi yikh vykorystovuiut* [How emojis came about and why everyone uses them]. Bazilik. <https://bazilik.media/iak-z-iavlyisia-emodzi-ta-chomu-vsi-ikh-vykorystovuiut/> [in Ukrainian].
- GigaCloud. (2022, May 16). *Shcho take shtuchnyi intelekt: istoriia, vydy ta skladovi* [What is artificial intelligence: history, types and components]. <https://gigacloud.ua/blog/navchannja/scho-take-shtuchnij-intelekt-istorija-vidi-ta-skladovi> [in Ukrainian].
- GigaCloud. (2023, September 29). *Dzhon Makkarti - "batko" shtuchnoho intelektu ta khmarnykh obchyslen* [John McCarthy - the "father" of artificial intelligence and cloud computing]. <https://gigacloud.ua/blog/navchannja/dzhon-makkarti-batko-shtuchnogo-intelektu-ta-hmarnih-o> [in Ukrainian].
- Khudolii, Yu. S., & Kosolapenko, V. S. (2023). Osoblyvosti zastosuvannia chat-botiv na osnovi shtuchnoho intelektu u finansovii sferi [Specifics of the use of chatbots based on artificial intelligence in the financial sector]. *Economics and region*, 3(90), 97–103. [https://doi.org/10.26906/EiR.2023.3\(90\).3036](https://doi.org/10.26906/EiR.2023.3(90).3036) [in Ukrainian].
- Kunanets, N. E., & Lypak H. I. (2024, October 8–10). Vykorystannia metodiv shtuchnoho intelektu dlia zberezhenntia kulturnoho nadbannia [The use of artificial intelligence methods for the preservation of cultural heritage]. In O. M. Vasylenko (Ed.), *Biblioteka. Nauka. Komunikatsiia. Intehratsiia u mizhnarodnyi bibliotechnyi prostir* [Library. Science. Communication. Integration into the international library field] [Conference proceedings] (Vol. 1, pp. 117–120). V. I. Vernadskyi National library of Ukraine. <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/2012> [in Ukrainian].
- Li, W., Chen, Y., Hu, T., & Luo, J. (2018). Mining the Relationship between Emoji Usage Patterns and Personality. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 12(1), 648–651. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v12i1.15054> [in English].
- Lyshe 15% yevropeitsiv znaiut, yak vykorystovuvaty ShI u povsiakdenni* [Only 15% of Europeans know how to use AI in everyday life]. (2024, September 27). Samsung Newsroom Ukraina. <https://news.samsung.com/ua/only-15-of-europeans-know-how-to-use-ai-to-benefit-their-daily-lives> [in Ukrainian].
- Mudra, I., & Kukharska, O. (2021). Chat-boty yak instrument dlia populiaryzatsii materialiv ZMI [Chat bots as a tool for popularization of media materials]. *Bulletin of Lviv Polytechnic*

- National University: journalism*, 2(2), 69–75. <https://doi.org/10.23939/sjs2021.02.069> [in Ukrainian].
- Okhrymovych, V. (2024). Symbiozni formy sotsiokulturnoi komunikatsii ta komemoratsii XXI stolittia: vplyv shtuchnoho intelektu [Symbiotic Forms of Socio-Cultural Communication and Commemoration in the XXI Century: Influence of Artificial Intelligence]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 2, 83–88. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2024.308285> [in Ukrainian].
- Oleinyk, A. (2022). Rol symvoliv emodzi ta yikh znachennia u spilkuванні onlain [Role of emoji symbols and their value in on-line communication]. *Perspectives. Socio-political journal*, 3, 108–114. <https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2022.3.15> [in Ukrainian].
- Petrenko, T. V. (2024). Resursy shtuchnoho intelektu dlia kros-kulturnoi komunikatsii uchashnykiv osvithnoho protsesu u zakladi vshchoi osvity [Artificial intelligence resources for cross-cultural communication in university]. *Innovative Pedagogy*, 74, 179–183. <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2024/74.33> [in Ukrainian].
- Polikovska, Yu. (2023, December 8). *Kantar: 76% opytanykh ukrainskykh respondentiv rozumiiut perevahy shtuchnoho intelektu* [Kantar: 76% of Ukrainian respondents understand the benefits of artificial intelligence]. Media Sapiens. <https://ms.detector.media/internet/post/33698/2023-12-08-kantar-76-opytanykh-ukrainskykh-respondentiv-rozumiyut-perevagy-shtuchnogo-intelektu/> [in Ukrainian].
- Rayhan, A., & Gross, D. (2024). *Artificial Intelligence and Its Impact on Society*. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/380940525_Artificial_Intelligence_and_Its_Impact_on_Society [in English].
- Ridha, M., & Maharani, K. H. (2022). Implementation of Artificial Intelligence Chatbot in Optimizing Customer Service in Financial Technology Company PT. FinAccel Finance Indonesia. *Proceedings*, 83(1), 21. <https://doi.org/10.3390/proceedings2022083021> [in English].
- Rozhak, O. (2023, May 26). Movni fenomeny internet-spilkuвання [Language phenomena of Internet communication]. In *Movnyi prostir suchasnoho svitu* [Language space of the modern world] [Conference proceedings] (pp. 175–178). National University of Kyiv-Mohyla Academy. <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b6713a8d-a037-473b-a445-0667e76e1352/content> [in Ukrainian].
- Simmel, G. (2009). *Sociology: inquiries into the construction of social forms*. Brill. http://ni.biz.ua/10/10_26/10_268449_funktsionalnaya-teoriya-konflikta-georga-zimmelya.html [in English].
- Tossell, Ch. C., Kortum, P., Shepard, C., Barg-Walkow, L. H., Rahmati, A., Zhong, L. (2012). A longitudinal study of emoticon use in text messaging from smartphones. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 659–663. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.012> [in English].
- Yordan, H., & Yordan, Kh. (2019). Pytannia henezy ta funktsionuvannia emodzi v suchasnomu internet-dyskursi [The issues of genesis and functioning of emodzy in the modern internet discourse]. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, 45, 373–380. <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2019.45.10021> [in Ukrainian].

CULTURE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE, CHATBOTS AND EMOJIS AS A NEW STAGE OF CULTURAL COMMUNICATION IN THE DIGITAL ERA: THEIR IMPACT ON SOCIALITY AND RELATED CONTROVERSIES

Inna Shevel

PhD in Sociological Sciences, Associate Professor,

Kyiv National University of Culture and Arts,

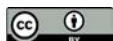
Kyiv, Ukraine

ORCID ID: 0000-0002-6387-2506

e-mail: shevelinna@ukr.net

The aim of the article is to study the influence of modern technologies such as the language of emojis, chatbots and artificial intelligence (AI) on the cultural communication, social interaction and formation of human sociality. This research also focuses on highlighting the nature of controversies arising in the process of using these tools, their potential in creating new forms of social interaction, as well as their ability to provoke socio-cultural conflicts and generate anxiety. *Results.* The analysis grounds that the emoji language is a unique cultural phenomenon that combines universality with cultural specificity. However, its ambiguity often leads to misunderstandings in intercultural communication. The influence of chatbots and AI on the social interaction is determined by their ability to imitate human communication. Still, this raises concerns about the loss of communication authenticity and possible increased dependence on automated solutions. In addition, it is found that AI and chatbots can help in resolving conflicts, but at the same time, they can provoke new controversies due to the limitations of algorithms and related ethical issues. *The scientific novelty* of the study lies in highlighting the dual nature of the impact of digital technologies on the cultural communication. On the one hand, these tools contribute to the emergence of new opportunities for interaction, but on the other hand, they provoke conflicts related to the problems of cultural identity, social adaptation and devaluation of social values. Particular attention is paid to the role of emotional tools, such as emojis, that can both increase and decrease communication tension in the digital environment. *Conclusions.* In today's world, the language of emojis, chatbots and AI have become an integral part of modern cultural communication, but their integration into social processes requires in-depth analysis and critical reflection. To mitigate socio-cultural risks, it is necessary to work on improving artificial intelligence algorithms, to take into account cultural specifics, to ensure the ethical use of digital tools in communication processes. The article also outlines promising directions for further research in the field of digital sociality, in particular, the influence of AI on the formation of cultural norms and behavioural patterns in society.

Keywords: culture of artificial intelligence; emoji language; cultural communication; chatbot; human sociality; digital technologies; socio-cultural conflicts; AI ethics; intercultural interaction; digital sociality



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.