

RU

Смайлик, эмотикон и эмодзи как невербальные средства общения в интернет-коммуникации

Турко У. И.

Аннотация. Цель исследования – выявление специфики использования невербальных средств коммуникации в цифровой среде. В статье анализируется семантика терминов «смайлик», «эмотикон» и «эмодзи», употребляемых в современной речевой практике как синонимы. Научная новизна исследования состоит в том, что в нем анализируются тенденции использования невербальных средств устно-письменной интернет-коммуникации, выявляются их функции, устанавливается нормативный орфографический вариант в парах «эмодзи – эмоджи», «эмотикон – эмотикойн». В результате исследования установлено, что пиктограммы, не являясь знаками препинания, способны выступать в заместительной функции. Присутствие невербальных средств общения в тексте зависит от цели коммуникантов и содержания исходного текста. Если контент носит прагматический характер и цель интернет-подписчиков ресурса состоит в получении информации, обмене опытом, то использование невербальных средств коммуникации является не столь значимым. Если же первичный источник обращен к чувствам интернет-адресатов, то большинство словесных откликов сопровождается также пиктограммами в качестве средств демонстрации или усиления выражения чувств адресантов. Невербальные знаки цифровой коммуникации позволяют в краткой форме наглядно передать эмоциональное состояние подписчиков интернет-ресурса.

EN

Smiley, emoticon, and emoji as nonverbal communication tools in internet communication

U. I. Turko

Abstract. The aim of the research is to identify the specifics of using nonverbal communication tools in the digital environment. The paper analyzes the semantics of the terms “smiley”, “emoticon”, and “emoji”, used in modern speech practice as synonyms. The scientific novelty of the research lies in analyzing the trends in the use of nonverbal tools in oral-written internet communication, identifying their functions, and establishing the normative spelling variant in the pairs “эмодзи – эмоджи” (emoji), “эмотикон – эмотикойн” (emoticon). As a result of the research, it has been found that pictograms, while not being punctuation marks, can act as substitutes. The presence of nonverbal communication tools in the text depends on the goals of the communicators and the content of the original text. If the content is pragmatic in nature and the goal of subscribers is to obtain information and exchange experiences, the use of nonverbal communication tools is not as significant. If, however, the primary source appeals to the feelings of internet addressees, then most verbal responses are also accompanied by pictograms as a means of demonstrating or intensifying the expression of the addressees’ feelings. Nonverbal signs of digital communication allow for a concise and visually clear transmission of the emotional state of subscribers.

Введение

Особенностью электронного контактирования в XXI веке является возможность передать эмоциональное состояние участников общения, усилить коммуникативный посыл, визуализировать текст, используя графические символы.

В цифровой среде для этого активно применяются невербальные знаки: смайлики, эмодзи, эмотиконы, выявление тенденций употребления которых представляется актуальным. Смайлики, или пиктограммы, выражающие эмоции, в русскоязычном Интернете появились в середине 2000-х годов и за время своего существования приобрели широкую популярность, однако, помимо термина *смайлик*, в современной речевой

практике используются также *эмодзи*, *эмотикон*, которые наряду с термином *смайлик* употребляются как синонимы или родо-видовые понятия. Кроме того, использование двух графических оболочек для выражения одной лексической единицы приводит к разнобою в написании: *эмодзи* – *эмоджи*, *эмотикон* – *эмотикойн*. Поэтому назрела необходимость уточнить содержание указанных понятий и определить орфографическую норму – в этом видится актуальность исследования.

Для решения указанных целей ставятся задачи:

- определить семантику терминов *смайлик*, *эмотикон*, *эмодзи*;
- установить нормативный орфографический вариант в парах: *эмодзи* – *эмоджи*, *эмотикон* – *эмотикойн*;
- на материале комментариев, оставленных на сайте сервиса TikTok, выявить и проанализировать использование невербальных средств общения, применяемых подписчиками социальной сети;
- исследовать функции невербальных средств устно-письменной интернет-коммуникации.

Материалом для исследования послужили комментарии интернет-пользователей, размещенные на сайте популярного интернет-сервиса для просмотра видео TikTok:

- САША DRIVE. 30.12.2021. <https://www.tiktok.com/@sasha.pro.avto/video/7047407128360848641?q=автомобиль&t=1712688862368>;
- Татьяна Любимая. 03.04.2021. https://www.tiktok.com/@tatiana_lubimay/video/6946948000166006018?q=весна&t=1712770964722.

К исследованию привлекались также данные из следующих лексикографических источников:

- Захаренко Е. Н., Комарова Л. Н., Нечаева И. В. Новый словарь иностранных слов: 25 000 слов и словосочетаний. 2003. <https://www.slovari.ru/search.aspx?s=0&p=3068&di=vsis&wi=15090> (НСИС).
- Комлев Н. Г. Словарь иностранных слов. 2006. https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/747/эмотикон_
- Русский орфографический словарь: около 200 000 слов / под ред. В. В. Лопатина, О. Е. Ивановой. Изд-е 4-е, испр. и доп. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2013 (РОС).
- Словарь языка интернета.ru / под ред. М. А. Кронгауза. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2016 (СЯИ).
- Downing D. A., Covington M. A., Covington M. M. Dictionary of Computer and Internet Terms. 10th ed. N. Y.: Barron's, 2009 (DCAIT).
- Cambridge Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/emoticon>.
- Computer Dictionary, Terms, and Glossary. [https://www.computerhope.com/jargon/e/emoticon.htm\(CDTaG\)](https://www.computerhope.com/jargon/e/emoticon.htm(CDTaG)).
- Oxford English Dictionary. https://www.oed.com/dictionary/emoticon_n?tab=meaning_and_use#11798347 (OED).

А также иные источники:

- Набоков о Набокове и прочем: интервью, рецензии, эссе / сост. Н. Г. Мельников. М.: Независимая газета, 2002.
- «Эмодзи» или «эмоджи»: как говорить правильно // Мел. 10.04.2023. <https://mel.fm/gramotnost/kak-govorit/2736490-emoji-ili-emoji-kak-govorit-pravilno> (Мел).
- Mayer J. The Origin of the Word 'Emoji' // Science Friday. 13.03.2019. <https://www.sciencefriday.com/articles/the-origin-of-the-word-emoji/>.

Теоретическую базу исследования составили труды авторов в области языкознания, связанные с изучением коммуникативных, прагматических и стилистических аспектов речевой практики интернет-пользователей: А. В. Бабука (2023), С. Н. Лохова, Л. Л. Комаровой (2024), анализирующих функционирование паралингвистических средств коммуникации в интернет-тексте, К. И. Белоусова, И. А. Обуховой (2019), В. И. Егоровой (2023), уделяющих внимание гендерным особенностям употребления эмодзи, И. В. Борисовой (2019), рассматривающей смайлы (эмотиконы) в качестве средств архивирования эмоциональной составляющей информации и определяемой уровнем интеллектуальной и эмоциональной наполненности участников общения, С. Г. Бусаревой (2022), считающей эмодзи графическим искусственным языком, обладающим образовательным потенциалом, Е. А. Кольцовой и Ф. И. Карташковой (2022), описывающих когнитивную, семиотическую и психолингвистическую природу эмодзи.

В ходе работы применялись следующие методы исследования: метод теоретического анализа, позволивший систематизировать фактический материал и выявить тенденции в употреблении невербальных знаков коммуникации, метод словарных дефиниций, используемый для установления лексикографического значения языковых единиц, метод сплошной выборки невербальных знаков коммуникации на двух сайтах сервиса TikTok для проведения анализа письменной речевой практики, статистический метод для количественных измерений степени распространенности средств демонстрации эмоционального состояния интернет-пользователей.

Практическая значимость работы состоит в возможности применения результатов исследования в практике преподавания профильно ориентированных дисциплин, изучаемых в вузе, например, «Практикума по креативному письму», при разработке курсов, посвященных правилам этикета интернет-переписки.

Обсуждение и результаты

Графические средства электронной переписки появились в языке несколько десятков лет назад и стали предметом обсуждения большого количества изданий. Наибольшее число статей в области исследования невербальных знаков цифровой коммуникации, по данным научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU (<https://elibrary.ru/defaultx.asp?>), содержит лексему *смайлик*, на которую приходится 10165 публикаций, эмодзи рассматриваются в 3212 работах, эмотиконы упоминаются в 2834 научных трудах.

Хронологическое распределение статей в журналах, рекомендованных ВАК, дает следующую статистику (см. Рис. 1), что свидетельствует о смещении исследовательского интереса.

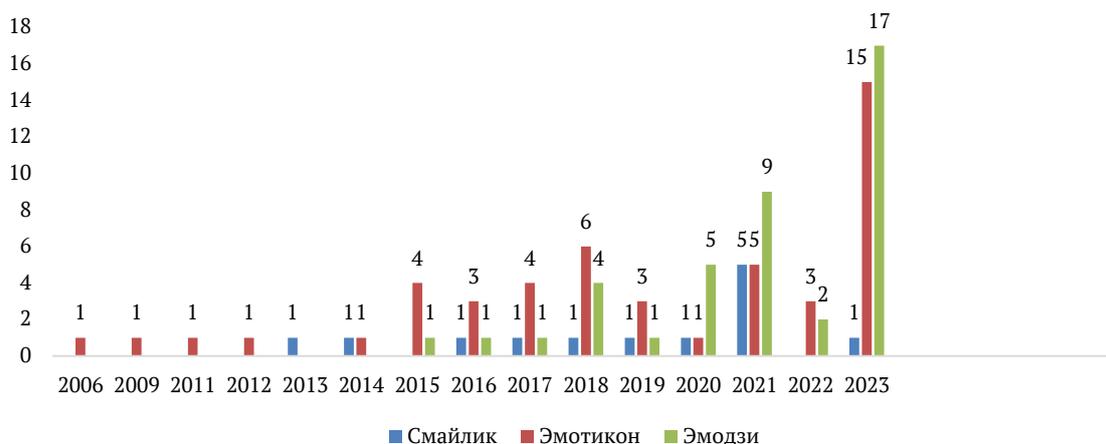


Рисунок 1. Публикации в журналах ВАК с упоминанием лексем «смайлик», «эмотикон», «эмодзи»

Пристальное внимание к изучению феномена эмотикона и эмодзи показывает их значимость, однако орфография указанных лексем испытывает колебания: *эмотикон* – *эмотикойн*, *эмодзи* – *эмоджи*. Так, в работе Д. И. Мосейкина (2022) употребляется термин *эмотикойн*.

Несмотря на то, что невербальные знаки общения функционируют в качестве составляющей устно-письменной формы взаимодействия между коммуникантами, в лексикографических источниках русского языка они находят единичные примеры фиксации. Так, «Русский орфографический словарь» приводит написание лексем *смайлик*, *эмотикон*, сопровождая последнее стилистической пометой «термин информатики» (РОС, 2013, с. 848), однако не дает орфографию лексемы *эмодзи*.

В статье «*Эмодзи или эмоджи*», опубликованной 10 апреля 2023 года и разъясняющей, какой из двух вариантов является нормативным, отмечается со ссылкой на экспертизу специалистов портала «Грамота.ру», что оба являются правильными (Мел, 2023). Обращение к указанному справочному ресурсу показывает, что данная рекомендация была сделана в 2018 году (Вопрос № 295978 // Справочная служба «Грамота.ру». 27.01.2018. <https://gramota.ru/spravka/vopros/295978>).

Орфографический вариант *эмоджи* появился под влиянием английского произношения слова в языке-оригинале. Несмотря на отсутствие словарной прописки, можно отметить, что в письменной речевой практике из двух вариантов *эмодзи* и *эмоджи* наиболее употребительным является первый.

Что касается толкования неологизмов, то значение лексемы *смайлик* (англ. *smile* – ‘улыбка’) содержится в «Новом словаре иностранных слов» Е. Н. Захаренко, Л. Н. Комаровой, И. В. Нечаевой 2003 года, в котором под ним понимается ‘комбинация специальных символов в Интернете или имейле для обозначения эмоций’ (НСИС, 2003). Например, улыбка :) огорчение :(удивление :о.

В «Словаре иностранных слов» Н. Г. Комлева 2006 года отмечается, что слово *эмотикон* заимствовано из английского *emoticon*, которое, в свою очередь, восходит к лексемам *emotion* – ‘эмоция’ + *icon* – ‘образ’ и имеет значение ‘информационная система сокращений и значков (чаще шуточных), используемых в электронной почте из-за невозможности передать нюансы своего настроения с помощью жестов, мимики или даже почерка’: 4U – for you ‘для вас’; (-) левша; T42 – tee for two ‘чай для двоих’; (:>) зазнайка.

Указанные примеры высвечивают, помимо эмоциональной составляющей, прагматическую направленность – экономию языковых средств в цифровом тексте.

По данным «Оксфордского словаря английского языка», *emoticon* в качестве термина вычислительной техники фиксируется в 1988 году и указывается в значении «представление выражения лица, образованного короткой последовательностью символов клавиатуры (обычно для просмотра сбоку) и используемое в электронной почте и т. д. для передачи чувств отправителя или предполагаемого тона» (OED) (здесь и далее перевод автора статьи. – У. Т.).

Идея запечатления типографского знака «вроде выгнутой линии, лежащей навзничь скобки» для демонстрации улыбки, принадлежала еще в 1969 году Владимиру Набокову (Набоков о Набокове..., 2002, с. 260). Претворил эту идею в жизнь 19 сентября 1982 года американский информатик Скотт Фалман, который вошел в историю Интернета как создатель смайлика. Отправляя короткое сообщение на онлайн-доску объявлений внутренней сети университета, он предложил использовать знаки клавиатуры двоеточие, минус и закрывающую скобку :-) как маркеры шуток, при этом смотреть на них необходимо сбоку, и, наоборот, открывающую скобку :-(для текста, не имеющего такой смысл (CDTAG).

Следует отметить, что английское слово *emoticon* на русский язык переводится как *смайлик*. Ср. пример из «Кембриджского словаря»: *Smiley is also sometimes used as a generic term for any emoticon* (Cambridge Dictionary). / *Смайлик также иногда используется как общий термин для обозначения любого смайлика* [следует читать – *эмотикона*].

В «Словаре компьютерных терминов и терминов Интернета» 2009 года *smiley* – ‘значок или изображение лица, дающее читателю информацию об эмоциональном состоянии или намерении автора текста, может сопровождаться звуком или анимацией’ ☺, ☹, 😊 (DcaIT, 2009, p. 441). А *emoticon* в том же источнике расшифровывается как ‘машинописный символ выражения лица, часто используемый в электронной почте’. Ср. ;-) означает «подмигивать» (DcaIT, 2009, p. 167).

Выделяя три группы смайлов, И. В. Борисова различает 1) смайл-знак (эмотикон), 2) смайл-символ – «стилизованная желтая рожица с глазками-точками и улыбкой» (2019, с. 86), 3) анимированный смайл. Таким образом, смайлик широко применяется «как общий термин для любого эмотикона» (Моисеенко, 2018, с. 142), хотя лексема *эмотикон*, по справедливому замечанию М. А. Кронгауза, является научным обозначением смайлика (СЯИ, 2016, с. 213).

Другие исследователи склонны считать термин *смайлик* родовым не только для *эмотиконов*, но и для *эмодзи*. В. И. Егорова (2023) выделяет визуальные, графические и звуковые смайлы, называя их эдитами (от англ. additional – ‘дополнительный’), то есть дополнительными, но в то же время обязательными компонентами интернет-коммуникации, и считает термин *смайлик* общим наименованием для других невербальных средств коммуникации: «На данный момент существует огромное количество и разнообразие смайликов, но самой свободной системой смайликов в техническом аспекте является эмодзи».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что смайлик представляет собой 1) изображение лица или 2) совокупность знаков клавиатуры, воспроизводящих лицо, и используется для демонстрации эмоции. В соответствии с семантикой лексемы в узком смысле обозначает улыбающееся лицо.

Под *эмодзи* (от японского *э* – ‘картинка’, *модзи* – ‘знак’) следует понимать пиктограмму с небольшим изображением лица, животного, символа и любого иного объекта, которую можно использовать вместо текста или рядом с ним. Считается, что вхождению этого понятия в цифровой обиход мы обязаны японскому программисту Сигетаке Курите (Mayer, 2019), который в 1999 году создал для мобильной связи 176 маленьких картинок с изображениями людей, мест, погоды, предметов и др.

Анализируя невербальные средства общения, применяемые пользователями для передачи эмоционального состояния, мимики в электронной коммуникации, К. И. Белоусов и И. А. Обухова (2019, с. 10) выделяют 1) эмодзи-картинки и 2) эмоции-пиктограммы, называемые эмотиконами. Весь арсенал эмоций-пиктограмм, содержащих буквы алфавита, типографские знаки, преимущественно пунктуационные, цифры, математические знаки и другие, можно воспроизвести с помощью символов компьютерной/мобильной клавиатуры.

Е. А. Кольцова и Ф. И. Карташкова отмечают, что «эмодзи добавляют эмоции обычным текстовым сообщениям и в отличие от предшествовавших им эмотиконов позволяют передать целый спектр эмоций от простых улыбок или хмурого выражения лица до сарказма, удивления, возмущения и пр.» (2022, с. 774). На наш взгляд, эмотиконы также несут в себе широкий диапазон показа эмоциональных состояний, поэтому здесь уместнее говорить о том, что эмодзи позволяют визуализировать передаваемую информацию за счет образности.

Участвуя в устно-письменной коммуникации, собеседники не имеют возможности увидеть мимику, жесты, куляцию других, то есть все то, что помогает поддерживать общение. Кроме того, как отмечает Е. С. Пигина, объемные текстовые блоки, описывающие эмоции, не приветствуются. В цифровом тексте уместны лаконичные и информативно достаточные фразы, ведь здесь все направлено на максимальную скорость передачи сообщаемого. Но в то же время для пользователей важно, чтобы их знаки верно интерпретировали, поэтому необходимо направить «какой-либо сигнал, свидетельствующий о хорошем отношении к собеседнику, что будет способствовать успеху коммуникации» (Пигина, 2013, с. 144).

Ученые рассматривают эмодзи как средство доступа к психологическому состоянию интернет-коммуникантов. Так, на материале 19179 реплик 299 пользователей социальной сети «ВКонтакте» К. И. Белоусов и И. А. Обухова (2019, с. 9) отмечают 15 эмоциональных категорий эмотиконов и эмодзи, среди которых наиболее частотными являются следующие: 1) эмоции радости доминируют, 2) чувства любви выражают в 5 раз меньше, 3) эмоции печали испытывают интернет-пользователи в 39 раз реже, чем эмоции радости, 4) конкретные действия, например, подмигивания совершают в 81 раз реже. В то же время, несмотря на проявление позитивных настроений, направленных на создание комфортной среды для коммуниканта, фиксируется демонстрация негативных посылов, задевающих собеседника: 5) сарказм и ирония встречаются в 112 раз меньше. Еще реже представлены 6) удивление, 7) одобрение, 8) благодарность, 9) безразличие. Менее 10 примеров отводится в порядке убывания 10) недоумению, 11) страху, 12) вине, 13) смущению, 14) задумчивости, 15) злости.

Эмодзи называют графическим искусственным языком, в котором активно используются параллельный, комплементарный, а также субститутивный синтаксис. В современном обществе применение эмодзи не ограничивается сферой межличностных отношений, их вводят в образовательных целях в качестве вкраплений в художественные тексты, размещенные, например, на сайте просветительского проекта “Argamas”, для мнемонической техники. Эмодзи проникают в медийную и рекламную интернет-коммуникации и реализуют субститутивную функцию: заменяют «вербальные элементы, участвуя в графической передаче фактуальной информации» (Бусарева, 2022, с. 88).

Ежегодное появление большого количества невербальных знаков позволяет сделать вывод о развитии языка.

И. В. Космарская называет систему смайликов и эмодзи параязыком, обеспечивающим «трансформацию письменной интернет-речи в устную» (2021, с. 110). В. И. Егорова (2023) считает, что люди оперируют эмодзи, комбинируя их с текстом или иллюстрациями, но эмодзи нельзя считать полноценной лингвистической системой.

Для выявления специфики употребления невербальных средств цифровой коммуникации мы рассмотрели комментарии пользователей на сайте сервиса для создания и просмотра коротких видео. Мы изучили комментарии к видео с двух интернет-ресурсов: 1) обзор про авто (САША DRIVE); 2) красота природы весной (Татьяна Любимая).

Анализ комментариев, связанных с автомобильной тематикой, показал, что из 750 откликов лишь малая часть имеет невербальные средства общения. Для достоверности статистических данных мы повторно пересчитали комментарии вручную. Дело в том, что не все из заявленных на сайте 750 откликов доступны для чтения. Фактическое количество представленных комментариев составило 309, из которых лишь 64 содержало также смайлики в виде колобков и эмодзи.

В результате обработки данных мы пришли к следующим выводам.

1. В большинстве представленных комментариев, посвященных автомобильной тематике, смайлики и эмодзи занимают позицию конца предложения или речевого такта. В конце фразы после пиктограмм не ставится точка, однако она отсутствует и в большей части предложений, не имеющих графического сопровождения.

Смайлики и эмодзи присутствуют после вопросительного и восклицательного знаков, после многоточия (см. Табл. 1).

Таблица 1. Количество примеров с использованием смайликов и эмодзи в конце предложений

Без точки перед знаком	С точкой перед знаком	Восклицательный знак перед знаком	Вопросительный знак перед знаком	Многоточие перед знаком
38	3	3	4	2

В четырех примерах отсутствует словесный комментарий, даны только невербальные знаки коммуникации, в двух примерах графические средства употребляются в начале предложения.

Количество примеров с использованием смайликов и эмодзи в середине предложений без знаков препинания составило 7 примеров, в то время как со знаком завершения повествовательного предложения – 1, которое скорее является исключением из современной речевой практики: *179 т. км. ☺. Вот это машина 🖐️👉👈* (здесь и далее орфография и пунктуация источника сохранены. – У. Т.).

Наряду со смайликами в виде колобков в речевой практике интернет-пользователей употребляются скобки как показатели эмоционального состояния. В материалах нашего исследования из 22 комментариев, содержащих смайлики-скобки, только в одном случае была использована открывающаяся скобка, символизирующая сильное разочарование: *Самый неприятный момент, в Иркутске он сгниет(((из-за соли*

В большинстве других примеров со скобочными пиктограммами были использованы закрывающиеся скобки, демонстрирующие дружелюбное отношение к собеседнику: *Я понял про что вы) нет, номер и щит не переверен, не планка; Бывает),* причем в большинстве примеров комментарии со смайликами-скобками исходили от самого автора видео, рассказывающего об автомобиле и реагирующего на обращения пользователей. В комментариях встретились также дублированные пиктограммы, выражающие эмоцию сильной радости: *А эта машина самая лучшая))))))*

На вопрос о том, является ли смайлик пунктуационным знаком, лингвисты отвечают отрицательно: «Смайлик – не знак препинания» (Вопрос № 264639 // Справочная служба «Грамота.ру». 26.11.2010. <https://gramota.ru/spravka/vopros/264639>), но указывают, что, несмотря на сложившуюся систему пунктуации в русском письме, «в каком-то смысле новым знаком препинания можно назвать смайлик, передающий на письме интонацию, эмоции» (Вопрос № 286225 // Справочная служба «Грамота.ру». 11.01.2016. <https://gramota.ru/spravka/vopros/286225>).

2. Анализ комментариев, оставленных после просмотра видео о весенней природе, позволяет сделать вывод о зависимости употребления смайликов от содержания первичного источника.

На наш взгляд, если контент носит прагматический характер и цель авторов состоит в получении информации, обмене опытом, то использование смайлов является не столь релевантным. Подтверждением этому служит содержание предыдущего ресурса: 64 реплики из 309 содержат смайлики-колобки и эмодзи и 22 – скобочные знаки.

Если же первичный источник обращен к чувствам интернет-адресата, то большинство словесных откликов содержат также пиктограммы в качестве средства усиления или демонстрации чувств адресанта. Смайлик позволяет в краткой форме наглядно передать эмоциональное состояние подписчиков интернет-ресурса.

На сайте TikTok указано количество комментариев, относящихся к видео о природе весной, – 222, однако для точности статистики исходных данных мы тоже просчитали их вручную. Доступными оказались 133 комментария, из которых 89 содержали смайлики и эмодзи, 4 – открывающуюся скобку. Все это подтверждает точку зрения о том, что источник, апеллирующий к чувствам интернет-пользователей, находит сильный эмоциональный отклик у подписчиков ресурса, которые выражают таким образом свое внутреннее состояние или создают в красках пиктографических знаков эту красоту природы.

Отсутствие целевой установки на продвижение своего материала, на получение выгоды со стороны интернет-комментаторов показывает, что у них нет необходимости расположить собеседника к себе, поэтому встречается низкий процент употребления скобочных символов, в отличие, например, от комментариев к предыдущему видео об автомобиле.

Эмодзи способны визуализировать написанное: *Благодарю, что поделились такой красотой с нами* 🙏👉👉👉👉; усиливать реплики: *Красотище* 🙏🙏🙏🙏; дополнять сообщаемое: *Какая прелесть* 😊👉; *Как в сказке, в красивой доброй сказке...* ❤️; *Красота* 🙏🙏🙏 – или выступать как комментарий в пиктограмме: 🙏🙏🙏🙏🙏 [100100100100100100](https://doi.org/10.100100100100100100).

Мы провели опрос молодых людей на предмет знания терминов *смайлик*, *эмотикон* и *эмодзи*. Из 30 человек только 7 понимают значение слова *эмотикон*, в то время как знают или имеют представление о *смайле* и *эмодзи* все. На наш взгляд, такая ситуация в уровне осведомленности об одной терминологии и незнании другой поддерживается также ресурсами Интернета. Популярный сервис WhatsApp предлагает использовать среди прочих пиктограмм знаки, объединяемые в тематической рубрике «*смайлы и люди*». Интересно отметить, что в этих тематических блоках не используются такие наименования, как *эмотикон*, *эмодзи*, хотя фактически картинки, их иллюстрирующие, функционируют. Кроме изображений лица человека, здесь встречаются также изображения в форме кошек, нечеловеческих выражений, части тела человека, уделяется внимание в первую очередь ладони человека, так как для изображения кисти или руки отводится 43 картинки, в отличие, например, от ноги или стопы (4), губ (3), глаз (2) или носа (1). Это позволяет сделать вывод о том, что в интернет-общении важно тактильное взаимодействие. Популярный почтовый сервис «Майл.ру» предлагает пользователям набор смайликов и животных в рубрике «*эмодзи*», а также вертикальные и горизонтальные скобки с двоеточием и тире или в комбинации с другими знаками, называя их *каомодзи*.

Заключение

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Простота и понятность термина *смайлик*, обозначающего изображение лица или совокупность знаков клавиатуры, воспроизводящих лицо, делают его общеупотребительным наименованием среди других невербальных средств коммуникации – эмотикона, являющегося научным обозначением смайлика, и эмодзи – картинки, иллюстрирующей любой предмет, идею, состояние, в том числе и эмоции. Ставить знак равенства между смайликом и эмодзи неверно, так как второе понятие оказывается шире. Несмотря на то, что во внутренней форме слова *смайлик* заложена установка на передачу радостных эмоций, в речевой практике говорящих смайлик не осознается связанным только с улыбкой, так как в основе номинации лежит показ любого эмоционального состояния, ведь и улыбка бывает с оттенком иронии, насмешки и т. д. Лексема *эмотикон* имеет нейтральную коннотацию, однако не все носители языка понимают значение этой номинативной единицы.

2. В парах *эмодзи* – *эмоджи*, *эмотикон* – *эмотикойн* нормативным орфографическим вариантом является первый.

3. На использование смайликов и эмодзи влияет тематика первичного текста, цель сообщаемого. Материалы нашего исследования показали, что комментарии к видео релаксирующего характера: с обзорами красот природы, с пением птиц и т. д., – кроме ответной реплики, содержали также невербальные знаки, передающие эмоциональное состояние интернет-пользователей от увиденного. Наличие иллюстративных элементов можно рассматривать как подкрепление письменного текста для усиления сообщаемого. Потребность в использовании невербальных знаков вызывается также самой социальной платформой, так как участнику в цифровом пространстве предлагается оценить увиденное, кликнув по значку «сердечко».

4. Невербальные знаки цифровой коммуникации в предложении выполняют субститутивную функцию, заменяя слова. Не будучи знаками препинания, смайлики, эмотиконы и эмодзи способны играть роль разделительных логических пауз, так как в большинстве комментариев невербальные знаки общения используются в конце предложений без точки или в середине предложения, указывая на логическое завершение, но не соседствуют с запятыми. После пиктограмм не ставятся точки, восклицательные, вопросительные знаки, однако перед ними в практике устно-письменной коммуникации они употребляются, хотя гораздо реже.

Перспективным аспектом исследования представляется привлечение более широкого корпуса языкового материала для выявления наиболее предпочтительных знаков невербальной коммуникации и проведение сопоставительного исследования на базе других языков для сравнения коммуникативного поведения интернет-пользователей в других странах.

Источники | References

1. Бабука А. В. Эмотиконы и эмодзи в интернет-коммуникации // Журналистика – медиалогия – наставничество: материалы международной научно-практической конференции, посвященной памяти профессора Б. В. Стрельцова (г. Минск, 1 марта 2023 г.). Мн.: Белорусский государственный университет, 2023.
2. Белоусов К. И., Обухова И. А. Влияние пола и самооценки пользователей социальной сети на использование эмотиконов и эмодзи в процессе речевой коммуникации // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2019. Т. 11. Вып. 3.
3. Борисова И. В. Языковая архивация в интернет-общении // Litera. 2019. № 5.
4. Бусарева С. Г. Графический искусственный язык эмодзи на образовательно-просветительском сайте “Arzamas” // Русский язык в школе. 2022. Т. 83. № 5.
5. Егорова В. И. Гендерные особенности употребления эмодзи в интернет-среде // Russian Linguistic Bulletin. 2023. № 11 (47). <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3>

6. Кольцова Е. А., Карташкова Ф. И. Мультиmodalный характер цифровой коммуникации: функционирование эмодзи в межличностном общении // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Теория языка. Семиотика. Семантика». 2022. Т. 13. № 3.
7. Космарская И. В. Формирование строевых элементов письменной интернет-речи (на материале смайлика и эмодзи) // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2021. № 3 (845).
8. Лохов С. Н., Комарова Л. Л. Эмотиконы и знаки препинания: сочетание графем и последовательность их расположения в тексте // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. 2024. № 2 (106).
9. Моисеенко Л. В. Модализация сообщения в социальных сетях // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. № 17 (815).
10. Мосейкин Д. И. Опосредованное межличностное общение и его специфика в условиях онлайн-коммуникации // Гуманитарные науки в новой реальности: проблемы, подходы, ценности: материалы X международной научной конференции (г. Саратов, 14 апреля 2022 г.) / ред. колл.: И. В. Бибина (отв. ред.) и др. Саратов: СГУ, 2022.
11. Пигина Е. С. Смайллик как элемент эмоционального воздействия в организации общения в сети Интернет // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 11-2 (29).

Информация об авторах | Author information



Турко Ульяна Игоревна¹, к. филол. н., доц.

¹ Елецкий государственный университет имени И. А. Бунина



Ulyana Igorevna Turko¹, PhD

¹ Bunin Yelets State University

¹ selishchevskaya@mail.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 19.04.2024; опубликовано online (published online): 02.09.2024.

Ключевые слова (keywords): смайллик; эмотикон; эмодзи; интернет-коммуникация; невербальные знаки цифровой коммуникации; параязык; smiley; emoticon; emoji; internet communication; nonverbal signs of digital communication; paralanguage.