



УДК 81'272

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭМОТИКОНОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Вишнякова Александра Валентиновна

Севастопольский государственный университет

кандидат филологических наук, доцент кафедры «Лингводидактика и зарубежная филология»

Симененко Андрей Андреевич

Севастопольский государственный университет

Студент 1 курса магистратуры,

кафедры «Лингводидактика и зарубежная филология»

Аннотация

Статья посвящена лингвистическому анализу группы графических паралингвистических средств, присущих виртуальному коммуникативному пространству. На примере англоязычной социальной сети Twitter и информационного портала Reddit рассматриваются некоторые типы эмотиконов (эмодзи) и их роль в выражении эмоционального состояния участников коммуникации.

Ключевые слова: паралингвистика, графические изображения, эмотиконы, вербально-визуальная репрезентация информации, текстовые смайлы.

EMOTICONS' LINGUISTIC POTENTIAL IN THE ENGLISH SPEAKING INTERNET

Aleksandra V. Vishniakova

Sevastopol State University

PhD in Philology

Foreign Philology Department

Andrey A. Simenenko

Sevastopol State University

A 1st-year student of Master degree.

Foreign Philology Department

ABSTRACT

The article is devoted to the linguistic analysis of the group of graphic paralinguistic means inherent in the virtual communicative space. With the help of the English-language social

network Twitter and the information portal Reddit, some types of emoticons (emoji) and their role in expressing the emotional state of the participants in communication are considered.

Keywords: paralinguistics, graphic images, emoticons, verbal-visual representation of information, text emoticons.

Введение

Стремительное развитие коммуникационных технологий способствовало появлению виртуальной среды, в которой люди взаимодействуют друг с другом независимо от их социального статуса или принадлежности к той или иной языковой группе. Общественные связи формируются в открытом киберпространстве, именуемом социальная сеть, которая в свою очередь позволяет пользователям обмениваться опытом и знаниями в масштабе реального времени [1, с. 182]. Социальные сети становятся основной и практически единственной формой организации связи в период возникшей в 2019 году пандемии COVID-19, заменяя реальный вербальный коммуникативный акт. Особое внимание пользователи уделяют визуальной составляющей интернет-коммуникации – графическим изображениям, стимулирующим эмоциональное реагирование пользователей на сообщения [2, с. 120-126].

Графические изображения как пунктуационные знаки. Изначально графические изображения, также называемые смайликами, эмотиконами или эмодзи, представляли собой набор пунктуационных знаков, затем эволюционировали в более сложные изображения, удовлетворяющие практически все запросы пользователя. Исследователи А. Вуд и М. Смит относили подобные субституции языковых явлений к виртуальному коммуникативному пространству, где эмотиконы используются для сокращения дистанции между собеседниками и организации неформального общения [3]. Таким образом, происходит переход от вербальной репрезентации информации к вербально-визуальной.

Набор основных знаков-смайликов обычно составлялся путём варьирования знаков пунктуации, например, ":((" при обозначении грусти или ";-)" при обозначении подмигивания, и использовался в разных частях коммуникации (в середине фразы, после приветствия), отражая эмоциональную реакцию коммуниканта [4]. Свои функции эмотиконы сохранили, но текстовое их выражение уступило место графическим (иконическим) картинкам, как инструментам визуальной реальности, содержащим информацию об эмоциональном настрое и речевом поведении участников коммуникации. Использование такого рода смайлов может также дать информацию об уровне владения коммуниканта специальным языком, соответственно, указать на его принадлежность к определённой группе пользователей в сети Интернет. В ходе исследования автор выделил наиболее распространённые в виртуальном пространстве группы эмодзи:

1) текстовые смайлы: "*congratulations adam driver <3*", "*miss you all <33*" (подобная комбинация символов изображает сердце, то есть наличие теплых чувств и положительных эмоций по отношению к кому-то) ; "*Let's put them together and play! :-)*", "*Still nice :)*" (выделенные смайлы изображают улыбку. На приведенных примерах показано, что некоторые знаки из текстового смайла могут опускаться вплоть до использования только одной круглой скобки, смысл при этом не теряется); "*is just a game for somebody else :(*", "*i hate seeing frong sad omg pls i wanna give him a hug :(*" (смайлы, придающие ситуации оттенок грусти, разные уровни эмоциональности выражаются дублированием элементов смайлов); "*hi oomfs interact with me pls :D*", "*Don't prefer but need to see the end :D*" (реакция на забавную и смешную ситуацию, фактически – громкий смех). Существует большое количество

вариаций текстовых смайлов, но отсутствие точных значений, закреплённых за ними, всегда приводит к субъективному толкованию параграфических средств. На информационном форуме Reddit'e использование текстовых смайлов часто высмеивается ввиду их устаревшего формата: *":) looks like you're gonna kill someone and tell them with hidden messages"*, *":D is happy :) is putting on a smile around you friends after your cat died an hour ago"*.

2) графические смайлы, в отличие от текстовых, представляют собой целостную пиктограмму, соответственно, у пользователя нет необходимости набирать символы на клавиатуре вручную. Стоит заметить, что есть набор графических средств, варьируемый в зависимости от марки и модели сотовых телефонов, то есть встроенный в программное обеспечение устройства, есть и такие графические смайлы, которые предоставляют в использование социальные сети (в социальной сети Twitter такая функция доступна). Графическими маркируют такие эмодзи, основа которой имеет вид круглой рожицы, они могут выступать в качестве вторичного знака (замена текстового смайла) или идеограмм (представляют идею или объект, не называя его). Таким образом, синтаксические функции визуально-графических способов англоязычного интернет-пространства заключаются в придании тексту выразительности и эмоциональности.

Эмотиконы (смайлы) также могут использоваться, как синтаксические маркеры в разных частях предложения. Коммуникативная цель постановки эмодзи перед фразой – задать настроение последующему тексту и призвать собеседника к аналогичной ответной реакции. Такие препозитивные смайлики можно функционально определить как инициальные знаки, тогда как эмодзи в конце фразы несёт уже чисто эмотивное значение. В ходе исследования социальных сетей и информационных форумов авторы определили, что семь из десяти твиттов, если они не связаны с новостями политики или науки, содержат эмотиконы, чаще всего с их помощью участники коммуникации выражают своё отношение к предмету любви и обожания (известные люди, близкие люди, домашние питомцы, телевизионное искусство) и развлекательному контенту (юмористические твиты и посты). На портале Reddit невербальная коммуникация выражается другим форматом (мемами), эмоциональное оформление текста с помощью эмодзи выполняется в исключительных случаях.

Заключение

Невербальное общение не имеет алгоритма в отличие от вербального, так как общепринятого свода правил или словарей по правильному употреблению жестов, интонации или мимики не существует. Ввиду отсутствия в письме пара- и экстралингвистических средств передачи эмоционального настроения графические изображения (смайлы, эмотиконы, эмодзи) представляют собой сходные по семантике эффективные способы осуществления письменной коммуникации, отражающие свободную в выборе языковых средств личность виртуального коммуниканта. Перспективой дальнейших научных исследований является анализ лингвопрагматического аспекта англоязычного виртуального пространства, где особое внимание уделяется нахождению коннотативного и денотативного значений графических изображений, используемых в англоязычных социальных сетях и информационных порталах.

Список литературы

1. Горбатов, А. В. Социальные сети // Труды Института государства и права РАН. – 2011. – № 6. – С.182-192.
2. Желтухина, М. Р. Эмоциогенность современных медиатекстов / М. Р. Желтухина, А. Д. Гавриш // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2018. – № 4. – С.120-126.

3. Wood A. F., Smith M. J. *Online Communication: Linking Technology, Identity, and Culture* / A. F. Wood, M. J. Smith. – NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2005. 360 p.
4. Максимов, А. А. Эмотиконы как способ выражения эмоций [Электронный ресурс] / А. А. Максимов, Н. М. Голубева // Проблемы и перспективы развития образования в России. – 2015. – № 33. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotikony-kak-sposob-vyrazheniya-emotsiy> (дата обращения: 01.05.2021).

References

1. Gorbatov, A.V. *Social networks* / / Proceedings of the Institute of State and Law of the Russian Academy of Sciences. - 2011. - No. 6. - p. 182-192.
2. Zheltukhina, M. R. *Emotionogenicity of modern media texts* /M. R. Zheltukhina, A.D. Gavrish / / Actual problems of philology and pedagogical linguistics. - 2018. - No. 4. - pp. 120-126.
3. Wood A. F., Smith M. J. *Online Communication: Linking Technology, Identity, and Culture* / A. F. Wood, M. J. Smith – - NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2005. 360 p.
4. Maksimov, A. A. *Emoticons as a way of expressing emotions* [Electronic resource] / A. A. Maksimov, N. M. Golubeva / / Problems and prospects of education development in Russia. – 2015. - No. 33. - Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotikony-kak-sposob-vyrazheniya-emotsiy> (accessed: 01.05.2021).