

ЭМОДЗИ КАК СРЕДСТВО НЕВЕРБАЛЬНОЙ МОЛОДЕЖНОЙ КОММУНИКАЦИИ

О. В. ДУБРОВСКАЯ¹⁾

¹⁾Институт журналистики БГУ, ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь

Отмечено, что в настоящее время виртуальная коммуникация не только представляет собой новый канал связи, но и является специфической социокультурной средой, в которой происходит формирование сознания молодого поколения. Сделан вывод о том, что условия протекания коммуникативного акта в интернете позволяют выделить новую форму речи – письменно-разговорную, основу которой составляют эмодзи. Утверждается, что идеограммы служат для выражения мыслей, становясь полноценной заменой словам и буквам. Высказано предположение о том, что эмодзи призваны не только экономить языковые средства, но и наполнять речь экспрессией, совершенствовать систему «реципиент – коммуникатор» и сокращать употребление обсценной лексики.

Ключевые слова: интернет; коммуникация; эмодзи; эмоции; смайл; пользователь; коммуникант; речь; пиктография; эмодзи; идеограмма; интернет-иконка.

EMOJI AS A WAY OF NONVERBAL YOUTH COMMUNICATION

O. V. DUBROVSKAJA^a

^aThe Institute of Journalism of the Belarusian State University,
Kal'variiskaya street, 9, 220004, Minsk, Republic of Belarus

Today virtual communication represents not only a new communication channel, but also is the specific sociocultural environment in which there is a formation of consciousness of the younger generation. The author comes to a conclusion that conditions of course of the communicative act on the Internet allow to allocate a new form of the speech – written and colloquial which basis is made today by emoticons. It is possible to conclude that ideograms serve users for expression of the thoughts, becoming full replacement to words and letters. At the same time considers, emodji it is urged not only to save language means, but also to fill the speech with an expression, to improve system the recipient communicator and to reduce the use of obscene lexicon.

Key words: internet; communication; emoticon; emotion; smile; user; communicant; speech; pictography; emoji; ideogram; internet icon.

В настоящее время интернет является не только способом передачи данных, как это было на этапе его изобретения, но и одним из важнейших инструментов ориентации человека в мире в условиях постоянно ускоряющегося темпа жизни. Как отмечает известный американский социолог О. Тоффлер, основанная на силе и богатстве власть утрачивает свое влияние, хотя и не исчезает полностью [1, с. 34]. Мускульная сила, как способ получения богатства, уступает место экономике информационного общества. Интернет – это не только новый канал связи, опосредующий коммуникацию электронными сигналами, но и новая социокультурная среда, накладывающая отпечаток на все стороны общения, в том числе и язык, являющийся его основным средством. Условия протекания коммуникативного акта в интернете позволяют выделить новую форму речи в молодежной среде – письменно-разговорную. Ученые называют

Образец цитирования:

Дубровская О. В. Эмодзи как средство невербальной молодежной коммуникации // Весн. БДУ. Сер. 4, Філалогія. Журналістыка. Педагогіка. 2016. № 2. С. 101–103.

For citation:

Dubrovskaja O. V. Emoji as a way of nonverbal youth communication. *Vesnik BDU. Ser. 4, Filalogija. Zhurnalistyka. Pedagogika*. 2016. No. 2. P. 101–103 (in Russ.).

Автор:

Ольга Валерьевна Дубровская – аспирантка кафедры истории журналистики. Научный руководитель – доктор исторических наук, профессор О. Г. Слука.

Author:

Dubrovskaja Olga, postgraduate student at the department of history of journalism.
odubrovsk@gmail.com

ее «особым машинным видом» естественного языка, «не сводимым к его устной или письменной форме» [2, с. 7]. Под письменной разговорной речью мы понимаем запись диалога (полилога) участников коммуникативного акта, сделанную ими самими при помощи интернет-языка межличностного общения. Отличительной чертой такой записи является отсутствие акцента на фиксации высказываний, так как в данном случае беседа ведется при помощи ввода текста с клавиатуры в диалоговое окно в реальном времени. Основу письменной разговорной речи на данном этапе составляет эмодзи – язык идеограмм и смайлов, используемый в электронных сообщениях и на веб-страницах для выражения идеи или эмоции. О чем-то подобном мечтал еще писатель В. Набоков. В интервью для газеты *The New York Times* в 1969 г. он рассуждал: «Я часто думаю, что должен существовать специальный типографский знак, обозначающий улыбку, – нечто вроде выгнутой линии, лежащей навзничь скобки».

Под смайлом (англ. *smile* ‘улыбка’), или эмотиконом (англ. *emoticon* – акроним *emotion* ‘эмоция’ и *icon* ‘пиктограмма’), понимается символ, состоящий из последовательности знаков письма (букв, цифр, знаков пунктуации и т. д.), обозначающий какое-либо понятие или эмоциональное отношение в письменной речи. Смайл не зависит от языка, которым пользуются участники переписки, и не подчиняется его грамматическим правилам, являясь интернациональным понятием. Одним из основных назначений смайла является выражение на письме невербальной информации (эмоций), передаваемой в устной речи мимикой и интонацией.

В эпоху информационных технологий идеограммы настолько плотно вошли в сетевую жизнь школьников и студентов, что практически во все социальные сети и мессенджеры была встроена поддержка набора смайлов. Многие юноши и девушки уже не представляют общения без них. В сутки во всем мире с помощью мобильных приложений отправляется и получается около 6 млрд эмодзи. По данным американского фонда «Глобальный мониторинг языка», эмодзи все чаще служат для выражения мыслей пользователей, становясь полноценной заменой словам и буквам. В настоящее время компьютеры и мобильные электронные устройства распознают почти тысячу знаков эмодзи [3]. Свою историю интернет-иконки ведут с 1990-х гг., когда сотрудник японской компании *NTT Docomo* Сигэтакэ Курита заметил, что коммуникацию по пейджеру и электронной почте можно дополнить символами, выражающими эмоции, – например, простым изображением сердца. С началом эры смартфонов количество эмодзи выросло до нескольких сотен. Как показали результаты исследований японских ученых, смайлы, которые мы отправляем друг другу, наш мозг воспринимает как настоящие улыбки [4, с. 17–24]. Настроение человека меняется, и он начинает испытывать те эмоции, которые демонстрирует определенный стикер. Эмодзи становятся способом невербального общения. Таким образом, смайлы в восприятии человека – это не слова, а визуализированные эмоции, которые играют очень важную роль в донесении смысла сообщения до собеседника. Эмодзи выполняют ту же роль, что и тон голоса при разговоре по телефону или жесты и выражение лица при личном общении.

Несмотря на то что коммуникация в интернете предполагает письменную фиксацию производимых текстов, общение в онлайн-режиме воспринимается пользователями как разговор (ср. «поболтать в чате», «потрепаться в аське», «услышать в чате» и др.), и они так или иначе стараются приблизить его именно к привычной для разговора устной форме. Кроме того, в данном случае, как отмечают ученые, можно говорить и об экономии усилий говорящего [5, с. 58]. Действительно, хотя в процессе интернет-коммуникации, в отличие от устного общения, протекающего в ситуации реального взаимодействия, у коммуникантов имеется возможность исправить ошибки или опечатки перед тем, как отправить сообщение, ей очень редко пользуются. При этом эмодзи призвано не столько экономить языковые средства, сколько наполнять речь экспрессией, совершенствовать систему «реципиент – коммуникатор». Кроме того, было отмечено, что использование смайлов в виртуальной коммуникации молодежи способствует сокращению употребления обценной лексики. В одном из недавних исследований разработчики *Instagram* (приложения для обмена фотографиями и видеозаписями, обладающего элементами социальной сети) пришли к выводу о том, что использование сленговых слов среди пользователей значительно сократилось, поскольку теперь они предпочитают им эмодзи [6]. Именно в рамках этой виртуальной площадки язык эмодзи стал универсальным средством общения. Согласно отчету компании почти 50 % всех комментариев в *Instagram* сопровождаются одним или двумя стикерами. Самыми популярными являются смайлы, выражающие радость (включая подмигивание, поцелуй, улыбку и ухмылку): их используют в общении более 44,7 % пользователей. Также часто люди посылают друг другу грустные лица (в том числе расстроенные и рассерженные), сердечки, различные жесты и романтические изображения. Производители программного обеспечения создали даже специальную кастомную клавиатуру эмодзи – *EmojiJo*. Главная ее функция – перевод текста в смайлы. Программа работает следующим образом: пользователь набирает текст, а клавиатура синхронизированно его сканирует и переводит слова в изображения. Таким образом распознается более 2,5 тыс. слов.

Также пользователи могут задавать собственные эквиваленты смайлов для определенных слов. Те, кто уже применял приложение *Emojimo*, отмечают, что общаться с его помощью практически невозможно. Именно поэтому даже сами разработчики не прочат популярности данному пиктографическому языку. Рассуждая о перспективах развития направления, М. Грей и Т. Скотт отмечали, что мы точно не придем к общению с помощью одних изображений. У эмодзи есть свои подтексты, основанные на контексте, в котором их используют, и зачастую понятные только узкому кругу людей. Когда человек создает сообщение, используя более двух эмодзи, получателю остается лишь догадываться, как их соотносить друг с другом. Проблемой становится то, что смайлы проникают в письменную речь, передавая эмоции автора графическим способом, а не словами, как это происходило на протяжении тысяч лет, делая художественный текст разговорным. Соответственно, у молодых людей утрачивается навык художественной речи, теряются языковые способности. Таким образом, сегодня можно говорить о трансформации коммуникативного взаимодействия в молодежной сфере и связанной с этим проблеме речевых способностей. Нельзя оспаривать тот факт, что язык является важнейшим средством общения. С внедрением в дискурс виртуального общения знаковой системы эмотиконов стала проявляться тенденция, с одной стороны, к обогащению графических средств выражения экспрессии, с другой – к обеднению собственно языковых средств высказывания. В русскоязычном сегменте интернета уже возник саркастический термин «смайлофаги», или «смайлозависимые». Тех, кто чересчур часто употребляет эмотиконы, более сдержанные пользователи считают в некоторой степени наркоманами: нормальному человеку, по их мнению, и без дополнительной символики достаточно лексического запаса, для того чтобы выразить свою мысль. Российский исследователь Е. Помельникова связывает употребление в общении смайлов с деградацией речи и интеллекта [7, с. 24–30]. Ее исследование наглядно доказывает: чем больше эмотиконов в текстовых сообщениях человека, тем ниже его *IQ* в целом и гуманитарный интеллект в частности.

На наш взгляд, не стоит делать столь пессимистических прогнозов относительно употребления эмодзи, ведь символы всегда существовали параллельно или вместе с лингвистической коммуникацией, эффективно сокращая записи в математической логике и упрощая подсказки для навигации, которые должны занимать мало места. У эмодзи, которые представляют собой не набор символов, а скорее отдельную технологию передачи нелингвистического контента между устройствами, есть своя функция. Как нам видится, она заключается в дополнении языка, а не замене традиционной речи. Полагаем, что использование эмотикона не представляет собой угрожающее явление, однако следует понимать: паралингвистические символы не могут заменить слова. Развитие письменности начиналось с пиктограмм, и обратного пути не существует.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК (*REFERENCES*)

1. Тоффлер О. Смещение власти: знание, богатство и принуждение на пороге XXI века. М., 1991.
2. Совпель И. В. Лингвистические ресурсы белорусского языка и их приложения // Беларуская мова. Інтэрнет і камп'ютар: матэрыялы круглага стала Міжнар. сімп. «Разнастайнасць моў і культур у кантэксте глабалізацыі» (Мінск, 20 мая 2002 г.). Мінск, 2002. С. 7–15 [Sovpel' I. V. Lingvisticheskie resursy belorusskogo yazyka i ikh prilozeniya. *Belaruskaja mova. Intjernet i kamp'jutar*: matjeryjaly kruglaga stala Mizhnarodnaga simpoziuma «Raznastajнасць mow i kul'tur u kantjeksce glabalizacyi» (Minsk, 20 May 2002). Minsk, 2002. P. 7–15 (in Russ.)].
3. Глобальный мониторинг языка [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.languagemonitor.com> (дата обращения: 12.09.2015).
4. Yuasa M., Saito K., Mukawa N. Brain activity when reading sentences and emoticons: an fMRI study of verbal and nonverbal communication // *Electron. commun. Japan*. 2011. № 94 (5). P. 17–24 [Yuasa M., Saito K., Mukawa N. Brain activity when reading sentences and emoticons: an fMRI study of verbal and nonverbal communication. *Electron. commun. Jpn.* 2011. No. 94 (5). P. 17–24 (in Engl.)].
5. Бергельсон М. В. Языковые аспекты виртуальной коммуникации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19, Лингвистика и межкультур. коммуникация. 2002. № 1. С. 55–67 [Bergelson M. V. Yazykovye aspekty virtual'noi kommunikatsii. *Vestnik Mosk. universiteta. Ser. 19, Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*. 2002. No. 1. P. 55–67 (in Russ.)].
6. Instagram Engineering Blog [Electronic resource]. URL: <http://instagram-engineering.tumblr.com> (date of access: 12.09.2015).
7. Помельникова Е. А. Отражение языковых способностей молодежи в субкультуре мобильной коммуникации // Вестн. Самар. гуманит. акад. Сер. «Психология». 2011. № 1. С. 24–30 [Pomelnikova E. Reflection of language abilities of youth in subculture of mobile communication. *Vestnik Samar. humanit. akad. Ser. «Psikhol.»*. 2011. No. 1. P. 24–30 (in Russ.)].

Статья поступила в редколлегию 09.02.2016.
Received by editorial board 09.02.2016.