

СЕКЦИЯ III ПРОБЛЕМЫ ДИСКУРС-АНАЛИЗА И ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ ТЕКСТА

УДК 343.148:81'33

ЭМОТИКОНЫ И ЭМОДЗИ КАК ОБЪЕКТЫ СУДЕБНОЙ АВТОРОВЕЧЕДСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

А. В. Бабук

*Научно-практический центр Государственного комитета судебных экспертиз
Республики Беларусь, ул. Филимонова, 25, 220114, г. Минск, Беларусь,
alexander-babuk@yandex.ru*

Статья посвящена проблеме исследования эмодзи в судебной автороведческой экспертизе. В связи с распространением текстов компьютерно-опосредованной коммуникации и поступлением их на экспертизу возникает необходимость в создании соответствующих программ, сочетающих качественные и количественные методы исследования, предполагающие анализ эмотиконов и эмодзи, которые также выступают в качестве маркеров авторства.

Ключевые слова: эмотиконы; эмодзи; судебная автороведческая экспертиза; лингвостатистический анализ текста.

EMOTICONS AND EMOJI AS OBJECTS OF FORENSIC AUTHORSHIP

A. V. Babuk

*Scientific and Practical Center (SPC) of The State Forensic Examination Committee of
The Republic of Belarus, Filimonov St., 25, 220114, Minsk, Belarus,
alexander-babuk@yandex.ru*

The article is dedicated to the problem of studying emoji in forensic authorship. In connection with the spread of computer-mediated communication texts and their submission for examination, there is a need to create appropriate programs that combine qualitative and quantitative research methods that are supposed to analyze emoticons and emoji that are also represented as authorship markers.

Keywords: emoticons; emoji; forensic authorship; linguistic and statistic analysis of the text.

В современных условиях слово все чаще становится инструментом правонарушения, а интернет-дискурс – ареной его совершения. Угроза, клевета, оскорбление, экстремизм, вовлечение в противоправную деятельность – все эти речевые инсинуации в настоящее время совершаются в основном в пространстве глобальной сети. Особенность такой коммуникации заключается в анонимности и опосредованности, где говорящий, опираясь на иллюзорное чувство свободы, вседозволенности, использует образ «виртуальной языковой личности» [1], в основе которой лежит никнейм и аватарка. С целью установления личности злоумышленника, в том числе и в интернет-дискурсе, во многих странах мира проводится судебная автороведческая экспертиза.

Судебная автороведческая экспертиза (далее – САЭ) – это судебно-экспертное исследование текста, проводимое с целью установления авторства текста по обликовым характеристикам человека (диагностическое исследование) или принадлежности текста личности конкретному автору (идентификационное исследование). В основе САЭ лежит социолингвистический профайлинг – создание речевого портрета автора текста по его обликовым характеристикам (возраст, пол, родной язык, профессиональная принадлежность и т. д.) с целью сужения круга подозреваемых лиц или установления принадлежности определенного текста конкретному человеку. Предметом САЭ выступают «фактические данные о личности и навыковой деятельности автора документа, условиях его составления, устанавливаемые экспертом-автороведом на основе специальных знаний при исследовании текста документа и иных материалов дела» [2, с. 18]. Объектами САЭ являются тексты различных видов и объемов, наиболее частотными из которых в современных условиях являются тексты компьютерно-опосредованной коммуникации – электронные письма, эссе, посты (сообщения) в соцсетях, чат-переписка и т. д.

В последнее время интернет-тексты, поступающие на экспертное исследование, все чаще содержат смайлики (от англ. *smile* – улыбаться), т. е. эмодзи и эмотиконы. Первоначально в компьютерно-опосредованной коммуникации использовались только эмотиконы (от англ. *emotion* + *icon*, т.е. эмоция + иконка) – невербальные компоненты коммуникации, созданные на основе графем и пиктограмм. Они выступают репрезентантами эмотивности текста, а также мимики, жестов, просодического компонента высказывания, которые коммуниканты не в состоянии выразить в интернет-дискурсе из-за опосредованности общения.

При этом представители разного пола и возраста используют эмодзи для разных коммуникативных целей. Так, соцпрос, проведен-

ный среди американских мужчин и женщин в 2015 г., показал, что 78 % женщин в компьютерно-опосредованной коммуникации больше используют эмодзи с целью эмоционального обогащения своих текстов, в то время как число опрошенных мужчин, прибегающих к применению данных невербальных компонентов коммуникации, составляет 60 %. При этом большинство женщин предпочитает выражать больше положительные эмоции посредством эмодзи, нежели отрицательные. Данные признаки, являющиеся маркерами женской половой принадлежности, в целом подтверждают социально-антропологическое представление (стереотип) о высокой эмоциональности женщин [3, р. 2].

В настоящее время в текстах компьютерно-опосредованной коммуникации чаще всего используются эмодзи (от япон. 絵 э – «картинка» и 文字 модзи, т. е. «знак», «символ»), выражающие не только эмотивность в тексте, но и различные идеи, артефакты, предметы быта и даже действия. Согласно электронной энциклопедии «Эмодзипедия» компанией Apple к сентябрю 2022 г. было создано 3 664 единиц эмодзи на основе Юникод Стандарт [4]. Широкое применение эмодзи объясняется особенностями работы мозга человека, который пытается затратить как можно меньше сил и энергии для решения той или иной речевой задачи. Отсюда возникает стремление человека передать максимально ярко выраженный смысл минимальными речевыми средствами, чем обосновывается минимизация объема вербального авторского текста и в то же самое время увеличение количества этих текстов, произведенных одним автором-коммуникантом в единицу времени. Например, если раньше до возникновения социальных сетей и мессенджеров поступающие на экспертизу тексты были большого объема (эссе, статьи), то теперь их вербальный объем совсем небольшой, но при этом них обязательно присутствует невербальный компонент, создаваемый в том числе и с помощью эмодзи. Рекомендуемый минимальный объем вербального текста, представленного на САЭ и позволяющего получить достаточное количество признаков для выводов эксперта, составляет 100–150 слов или 1000 знаков.

При этом понимание и осмысление используемых коммуникантами эмодзи также варьируется. Так, в 2018 г. был проведен опрос среди 519 учащихся и преподавателей университета штата Индиана молодого и старшего возраста, который выявил, что 92 % женщин и 78 % мужчин используют эмодзи в своих сообщениях социальной сети Фейсбук. При этом 58 % женщин и 47 % мужчин понимают смысл и значение эмодзи, встречаемых ими в социальных сетях в процессе коммуникации [3, р. 8]. Что касается возрастного диапазона субъектов, то 40 % этих опрошенных лиц возрастом до 30 лет иногда применяют эмодзи. Из них 61 % понимают значение и смысл встречающихся им в

жизни невербальных компонентов коммуникации [3, р. 9]. При этом большая часть опрошенных лиц старше 50 лет не понимают значение эмодзи, которые им регулярно встречаются в компьютерно-опосредованной коммуникации [3, р. 19].

В современных условиях многие интернет-пользователи продолжают использовать эмотиконы, игнорируя эмодзи в силу отсутствия навыка и понимания отличий данных невербальных компонентов коммуникации друг от друга. Как правило, они используют базовые эмотиконы, обозначающие улыбку – 😊, удивление – 😮 и плач – 😭. Это подтверждает социолингвистическое исследование, проведенное в университете среди студентов и преподавателей американского штата Мичиган в 2022 г., по результатам которого было установлено, что коммуникативные лидеры считают эмодзи более эффективными невербальными средствами, поэтому часто прибегают к их использованию в различных сферах – рекламе, переписке с друзьями, неформальному общению с коллегами по работе и т. д. Согласно данному исследованию большинство пользователей, которые не являются коммуникативными лидерами, предпочитают использовать эмотиконы в коммуникации [5, р. 12] в силу знания и понимания их значений, смыслов, а также ошибочного представления о том, что эмодзи применяются только для выражения эмотивности в коммуникации. Преимущественное использование эмодзи коммуникативными лидерами в диалогах наталкивают автора эксперимента к выводу о важности эмодзи в диалогической речи [5, р. 15], что указывает на невербальные компоненты как на средства речевого воздействия, способствующие развитию динамики в коммуникации и используемые говорящим с лингвопрагматической целью получения желаемого результата.

Согласно социолингвистическим исследованиям, из 10573 различных вариантов эмодзи наиболее популярными среди всех половозрастных групп являются лицевые эмодзи (смайлики) – 😊, сердечки – ❤️, предметы – 🍷 и жесты – 🙌. Возраст респондентов, наиболее активно использующих лицевые эмодзи, составляет 20–29 лет; сердечки – 14–19 лет и 40+ лет; предметы – 40+ лет; жесты – 30–39 лет. При этом в возрасте 14–19 лет 53,9 % мужчин используют эмодзи в повседневной коммуникации, что составляет наибольшее число мужчин рассматриваемой группы, в возрасте 20–29 лет; 75,1 % женщин использует эмодзи в повседневной коммуникации, что составляет наибольшее число женщин из данной половозрастной группы респондентов [6, р. 47].

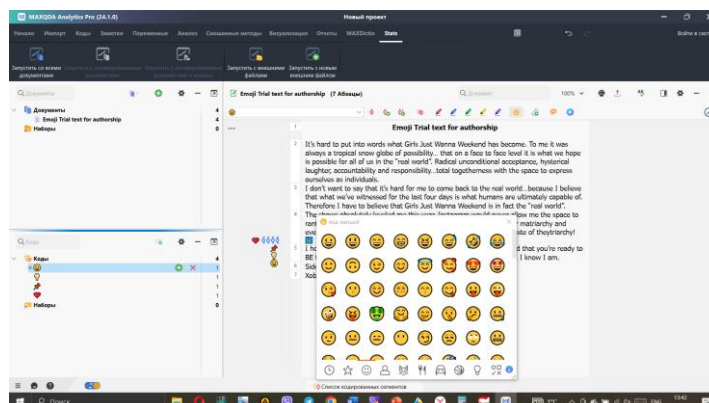
Успешное проведение САЭ в современных условиях требует соблюдение от эксперта ряда условий. При исследовании текста компьютерно-опосредованной коммуникации одним из таких условий является

наличие операционной системы со всеми последними обновлениями, соответствующими версии кода конфигурации поступивших на экспертизу объектов. Так, например, если Юникод использованных в тексте эмодзи соответствует операционной системе Apple мобильного устройства 12 iPhone, то установленная для проведения исследования версия операционной системы должна быть не ниже этой версии. В противном случае данные семиотические знаки не поддаются распознаванию, и соответственно проводить исследование не представляется возможным. Кроме того, необходимо соблюдать определенные меры предосторожности для обеспечения целостности и сохранности подобного рода доказательств, поскольку они могут быть подвергнуты различным изменениям и разрушению в процессе проведения экспертизы [7, р. 4].

Для получения более достоверных данных эксперту приходится исследовать большое количество текстов в единицу времени, вот почему другим условием проведения САЭ на современном этапе является использование передового программного обеспечения актуальной версии. Поскольку современные тексты компьютерно-опосредованной коммуникации отличаются небольшим объемом с минимальным набором вербального компонента, в САЭ чаще применяется компьютерное обеспечение, сочетающее в себе синтез лингвоквантитативных и качественных методов анализа текста.

Одной из таких программ, используемых в настоящее время в зарубежных странах, позволяющих исследовать в том числе эмодзи, является MAXQDA 2024. Данная программа, сочетающая в себе количественные и качественные методы исследования, позволяет проводить анализ англоязычного текста на основе создания сегментированной матрицы кодировки. Программа предоставляет возможность осуществлять лингвостатистический анализ объектов исследования путем трансформации текста в систему кодифицированных данных, включая невербальные компоненты коммуникации [8]. Проблема анализа эмодзи заключается в том, что их кодировка значительно отличается от кодировки традиционных звуко-буквенных символов, используемых в тексте. Вот почему, опираясь на имеющуюся виртуальную библиотеку, которая состоит из более чем 3000 видов невербальных компонентов коммуникации, все содержащиеся в тексте эмодзи посредством данной программы преобразовываются в так называемый эмодзикод (Emoticode), который в свою очередь затем преобразовывается в числовые данные (токиены), необходимые для статистического анализа. Программа MAXQDA 2024 распространяется на коммерческой основе, но при этом в открытом доступе существует демонстрационная 14-дневная русскоязычная версия, по-

средством которой можно ознакомиться с ее основными функциями (рисунк):



Кодификация эмодзи в исследуемом тексте

Считаю, что принципы работы данной программы могут быть положены в разработку отечественного аналога для проведения САЭ с учетом наличия в тексте невербальных компонентов коммуникации и специфики лингвостатистических методов анализа на современном этапе.

Таким образом, эмодзи являются популярными элементами среди субъектов компьютерно-опосредованной коммуникации, где интернет-дискурс все чаще становится ареной правонарушения, а слово – инструментом его совершения. Этим объясняется необходимость установления авторства текста в компьютерно-опосредованной коммуникации, для чего проводится судебная автороведческая экспертиза. Установленная высокая и низкая популярность эмодзи среди данных половозрастных групп в названных исследованиях может быть использована в качестве примера выявления маркера пола и возраста автора текста. Это, на наш взгляд, может быть положено в основу разработки отечественного аналога программы MAXQDA 2024, что в конечном итоге окажет содействие следствию как в сужении круга подозреваемых лиц (диагностическая экспертиза), так и в установлении тождества или различия принадлежности текста конкретному человеку (идентификационная экспертиза).

Библиографические ссылки

1. Лутовинова О. В. Виртуальная языковая личность: к определению понятия // Мир науки, культуры, образования. 2015. № 50. С. 288–292.
2. Моисеева Т. Ф., Огорелков И. В. Судебная автороведческая экспертиза: учеб. пособие. М. : РГУП, 2022.

3. *Herring C. S., Dainas A. R.* Gender and Age Influences on Interpretation of Emoji Functions // *ACM Transactions on Social Computing*. vol. 3. Issue 2. P. 1–26.
4. *Emoji statistics* [Electronic resource]. URL: <https://emojipedia.org/stats>, (date of access: 25.01.2024).
5. *Marko K.* “Depends on Who I’m Writing To” – The Influence of Addressees and Personality Traits on the Use of Emoji and Emoticons, and Related Implications for Forensic Authorship Analysis // *Frontiers in communication*. Vol. 7. March 2022. P. 1–17.
6. *Marko K.* Exploring the Distinctiveness of Emoji Use for Digital Authorship Analysis Language and Law // *Linguagem e Direito*. Vol. 7(1-2). 2020. P. 36–55.
7. *Pei J.* Deciphering emoji variation in courts: a social semiotic perspective // *HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES COMMUNICATIONS*. 2022. N. 9(445). P. 1–8.
8. *Gizzi M. C., Rädiker S.* The practice of qualitative data analysis. Research examples using MAXQDA. Berlin : MAXQDA Press, 2021.