

## СМАЙЛИКИ И ЭМОДЗИ КАК НЕВЕРБАЛЬНЫЕ КОМПОНЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Общение в Интернете – это одна из самых распространенных форм взаимодействия в современном социуме. Подобное взаимодействие предполагает письменную фиксацию. Однако пользователи в силу коммуникации в онлайн-режиме стремятся приблизить ее к устной речи, а значит, в том числе и добавить невербальные компоненты. Достойной заменой жестам и мимике в виртуальном общении становятся смайлики и эмодзи.

В центре нашего внимания – смайлики и эмодзи как компоненты интернет-коммуникации, частотность их употребления, а также семантический сдвиг, наблюдаемый при непосредственном использовании их как знаков.

Источником материала исследования стали текстовые фрагменты группового чата в мессенджере Telegram, размещенные в сети с 28 августа 2022 г. по 16 апреля 2023 г. включительно. Посредством сплошной выборки нами было выявлено 9 видов смайликов и 50 видов эмодзи.

По нашей статистике, лишь 1,09 % сообщений характеризует использование смайликов в их составе. Установлено, что смайликами пользуются преимущественно люди, помнящие так называемую «эру смайликов» (время до появления и активного использования эмодзи).

Эмодзи, по сравнению со смайликами, пользуются большей популярностью. По нашим данным, 11,3 % от общего количества сообщений отмечено использованием в их составе эмодзи. Заметим, что женский пол использует невербальные компоненты сообщений активнее, чем мужской, в связи с большей общительностью, чувствительностью и эмоциональностью женщин: из 1130 фактов использования эмодзи 85 % приходится на представительниц женского пола.

В ходе активного применения смайликов и эмодзи в языковых контекстах можно наблюдать семантический сдвиг в семантике используемых невербальных знаков. Для определения первоначального их значения нами был использован онлайн-словарь эмодзи (<https://emojipedia.org/>). Реальное значение эмодзи в коммуникативной практике оказывалось зачастую модифицированным (в ходе исследования мы прибегали к методам рефлексии и саморефлексии, а также контекстного анализа). Выявлено, что семантическому сдвигу подвержены в большей степени эмодзи и смайлики, передающие эмоции и чувства (грусть, мольба, сердце, улыбка), которые могут использоваться во вторичных (дружелюбие, восторг, радость) и радикально иных значениях.

Смайлики и эмодзи, являющиеся неотъемлемыми компонентами интернет-коммуникации, просты в использовании, но при этом «заряжены» глубоким смыслом и способны передавать то, что с трудом может быть описано вербальными средствами.