

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЭМОТИКОНОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В статье рассматриваются коммуникативно-прагматические особенности эмодзи как графических элементов, используемых в интернет-коммуникации в качестве знаков, дополняющих и изменяющих смысловое понимание текстового сообщения. Уточняется понятие эмодзи и других иконических знаков, неоднозначно трактуемых исследователями. Автором делается вывод о полифункциональности пиктограмм при ведущей функции передачи эмоционального компонента коммуникации.

Ключевые слова: интернет-коммуникация, смайлик, эмодзи, эмодзи, функционал, интернет-пользователи, визуализация информации, социальные сети.

В современном мире интернет-коммуникация, знаковый феномен нашего времени, является в высшей степени динамически развивающейся системой, оказывающей существенное влияние на форму речевого взаимодействия участников коммуникации. Можно утверждать, что интернет сегодня является не только и не столько источником информации, сколько пространством формирования новой социокультурной среды. При этом главная отличительная черта неформальной интернет-коммуникации отмечена формированием особого вида речи – письменно-разговорного, выступающего в особом виде коммуникации – виртуальном [Жданов 2021: 51].

Как полемически утверждает М. Кронгауз, письменная речь стала намного популярнее устной: «Это экспансия письменной речи <...> сегодня устное обращение с человеком воспринимается как некая нагрузка на него, беспокойство, а может, даже агрессия.

<...> В Интернете, хотя мы вроде бы используем письменный язык, речь идет о живом общении, соответствующем нашей устной речи. Когда мы беседуем, мы почти не используем сложные предложения, причастные и деепричастные обороты, а если используем – то крайне редко. Современный язык Интернета по своей структуре – это, скорее, устный язык» [Пронина 2021: 2].

Как известно, средства письменной речи не отражают такие экстралингвистические факторы межличностного общения, как жесты, мимика, поза. Кроме того, в традиционном устном общении коммуниканты имеют возможность наблюдать за эмоциональным состоянием друг друга либо непосредственно (при визуальном контакте друг с другом), либо опосредованно (через интонацию, темп речи и т.п.) [Саидова 2017: 23].

Для устранения дефицитов естественной устной коммуникации в интернете пользователи получили новые коммуникативные возможности в виде использования иллюстраций: видео, эмодзи, анимированных вставок и др. Таким образом, тексты интернет – коммуникации являются креолизованными, поскольку состоят из двух частей, вербальной (языковой/речевой) и невербальной, принадлежащей к другим знаковым системам. При этом знаки этих разных семиотических систем не противопоставлены друг другу, но создают своего рода семиотический континуум [Суббота 2019: 326].

В креолизованном тексте происходит взаимодействие различных семиотических кодов, которые, в свою очередь, интерпретируются и перерабатываются реципиентом в единое целое. Креолизация текста позволяет не только придать эмоциональную окраску тексту, но и увеличивает информационную наполненность сообщений [Рашевских 2016: 167]. В современном мире приоритетным способом передачи информации в различных средствах массовой коммуникации становится не вербальный, а визуальный способ, и такое увеличение визуальной составляющей в коммуникации рассматривается как одна из ведущих тенденций последних десятилетий.

Этот процесс философы называют визуальным или иконическим поворотом. Так, В. Савчук, анализируя данное понятие, пишет: «<...> фотография, кино, реклама, теле-изображение и смайл становятся главными средствами коммуникации, решительно отдавая на второй план слово, поскольку визуальное куда как непосредственнее сообщает человека с информацией, событием и катастрофой. Современная цивилизация ведет к упрощению языка общения, к редукции глубины символического, к плоскому знаку, к иконке, «смайлу», образу». Далее философ приводит мнение композитора В. Мартынова, который называл смену вербально ориентированной парадигмы на парадигму визуально ориентированную «выскальзыванием из-под власти слова», когда власть текста сменяется властью картинки [Савчук 2013: 96].

Ю. Шаев отмечает нарастание иконичности, преобладание в интернет-коммуникации знаков иконического типа, мотивация которых, т.е. связь означающего и означаемого, основана на «естественном» сходстве, но она в меньшей степени связана с конвенциональностью. По его мнению, «иконичность связана с использованием визуальных, аудиальных и тактильных (стремятельное развитие сенсорных технологий) эффектов в мультимедийных технологиях. Сюда же можно отнести разработку, распространение и внедрение интуитивно понятных интерфейсов программных продуктов, развитие языков программирования, максимально приближенных к языкам человеческого общения» [Шаев 2012].

Рассматривая особенности и функциональный потенциал современных знаков-пиктограмм, ученые нередко проводят параллель с древними письменными знаками, произведенными человеком. Так, немецкий лингвист Томас Брунс, сравнивая древнейшие и новейшие пиктографические изображения, приходит к выводам: *Между древнейшими и новейшими пикторальными формами – тысячелетняя, чрезвычайно разнообразная письменная традиция, которая, в зависимости от отдельной культуры, в той или иной степени сочетала и дополняла письменную систему пиктографическими формами искусства. В качестве таких форм можно*

привести средневековые рукописи с их художественными миниатюрами. Напротив, современные, сгенерированные компьютером миниатюрные изображения смайликов и эмодзи могут показаться банальными и весьма простыми. Их ценность заключается не столько во внешнем виде, сколько в функциональности. В отличие от средневековых декоративных рукописей, которые все были уникальны, компьютерная графика может воспроизводиться бесконечно, с бешеной скоростью и в неизменном качестве, что делает их пригодными для массового использования. Нередко инфляционное использование этих коммуникационных элементов в очередной раз произвело революцию в нашем способе обмена информацией. Скептики даже боятся, не без оснований, что эмодзи и эмодзи отчасти заменят письменный язык в определенных цифровых каналах связи [Брунс 2017: 189].

К таким скептикам можно отнести, например, Роберта Гручке, который считает, что современный *хомо дигиталис*, «человек цифровой», в своей личной коммуникации все больше возвращается к «обновленной пещерной живописи»: *Ein gutes Buch, ein Abschiedsbrief, eine essayistische Artikelreihe über digitalen Wandel – Worte können so viel mit uns machen. In der persönlichen Kommunikation kehren wir aber mehr und mehr zu einer Art geupdateten Höhlenmalerei zurück. Werden Emojis unsere neue Universalsprache?* [Gryczke 2020: 1].

Существует много попыток создавать тексты только из невербальных знаков, которые образуют т. н. «нарративные секвенции», серии последовательно расположенных графических знаков, рассказывающих определенную историю. К. Дюршайд дает пример предложения из романа Г. Меелвилла «Моби Дик», полностью «переведенного» на язык эмодзи с помощью такой «нарративной секвенции» (см. Рис.1).



Рис.1. Пример из романа «Моби Дик»

Смысловую связь цепочки пиктограмм и оригинального предложения из романа установить при этом невозможно, что со всей очевидностью доказывает невозможность коммуникации только на основе знаков-пиктограмм: *Es gibt keine Äquivalenz zwischen Buchstaben- und Emojisequenzen; Emojis können nicht zu einer Universalsprache werden, sie können nur zusammen mit Text auftreten, diesen aber nicht durchgängig substituieren. Sieht man einmal von eigens zu diesem Zweck konstruierten Beispielen ab, handelt es sich denn auch meist um ein Miteinander von Emojis und Text, nicht um ein Entweder-Oder* [Dürscheid 2017: 260].

В интернет-коммуникации пользователи активно используют различные невербальные иконические знаки: эмодзи, смайлики, эмоджи (эмодзи), стикеры, мемы и др. Однако эти термины не всегда однозначно трактуются в литературе. Так, в словаре «эмоджикон» (англ. Emoticon < emotion – эмоция + icon – образ) определяется следующим образом: это идеограммы, изображающие эмоции, графические знаки, относящиеся к паралингвистическим средствам письменной речи, не отображающие графические, лексические и другие стороны языка, но сопутствующие им с целью конкретизации и дополнения смысла высказывания [Академик (ЭС) 2017].

Первоначально эмоджиконы изображались с помощью знаков препинания и графем и использовались для восполнения невербального уровня коммуникации. Самым известным эмоджиконом считается знак, изображающий улыбку : –).

В настоящее время многие лингвисты используют понятие эмоджикона широко, включая в него не только стандартные типографские значки, имеющиеся в стандартном наборе символов любого текстового редактора, но и более сложные картинки (эмоджи) с элементами художественного плана для графического изображения эмоции, замещающей ее текстовое выражение, выражения концепции или идеи без использования слов [Галышина 2022: 45].

Так, Е.А. Губина выделяет графемные эмоджиконы, состоящие из графем, как алфавитных, так и неалфавитных (знаков препинания), и пиктографические, которые являются полноценными изображениями и интегрируются в текст, но не связаны с языковой

графикой [Губина 2019: 73]. Б.Н. Ведешкина использует термин «классический эмотикон» для обозначения эмотиконов, представляющих собой определенную последовательность знаков препинания, и «графический эмотикон» для анимированных изображений [Ведешкина 2012: 36].

В русскоязычной интернет-среде синонимом эмотикона часто выступает «текстовый смайлик». Однако сам термин «смайл/смайлик» тоже трактуется очень неоднозначно, хотя чаще всего под смайликом понимается именно пиктограмма, изображающая лицо человека (ср. широко известное изображение в виде желтого лица с овальными глазами и улыбкой 😊).

Графические смайлики, безусловно, обладают гораздо большей экспрессией, чем текстовые. Однако технически они ограничены в использовании, поскольку не могут быть скопированы с одного сайта и вставлены в текст на другом. Поэтому логическим развитием системы эмотиконов является создание нового знака – эмодзи (эмоджи), что обусловлено развитием IT-технологий. Унификация способа передачи изображений смайлика позволила дополнить набор традиционных смайликов с помощью клавиатуры эмодзи (эмоджи) (Рис. 2).

Термин эмодзи заимствован из японского языка и состоит из двух компонентов: *e* «картинка» + *moji* «знак». Таким образом, звуковое совпадение с эмотиконом является чисто случайным. Основные характеристики эмодзи сформулированы в статье швейцарской германистки Кристи Дюршайд, ср.: *Emojis können also definiert werden als in der digitalen Kommunikation verwendete, im Unicode gelistete Zeichen, deren Gestalt, anders als bei Kombinationen aus herkömmlichen ASCII-Zeichen der Fall, nicht beliebig veränderbar ist* [Dürscheid 2017: 260].



Рис. 2. Слева эмотикон, справа эмодзи

Кроме того, репертуар эмодзи значительно шире, хотя они как и смайлики обозначают и различные эмоции. В 2011 году эмодзи были включены в систему «Unicode»¹, став универсальным средством в СМС-сообщениях и мессенджерах. В настоящее время «Unicode» насчитывает более 3000 эмодзи с чрезвычайно разнообразной семантикой: смайлики и люди, природа, животные, техника, путешествия, деятельность, флаги и символы и т.д. [Крылов 2017: 50].

Фонд эмодзи разрастается очень быстро, но для включения в указанную систему новые эмодзи должны отвечать ряду критериев, которые обосновывает К. Дюршайд, ср.: *Damit ein Zeichen als Emoji in den Unicode aufgenommen wird, muss es eine ganze Reihe von Bedingungen erfüllen. So muss der Antragsteller nachweisen, dass es sich um ein Zeichen handelt, das potenziell auf der ganzen Welt genutzt wird, also nicht beispielsweise für eine regionale Essensspezialität steht, die man andernorts nicht kennt (so die Aussage von Mark Davis, einem der Gründer von Unicode, in einem Interview in der NZZ am Sonntag <...>). Ein weiteres Kriterium ist, ob das Zeichen gesellschaftliche Relevanz aufweist, also dazu beiträgt, die Vielfalt an Kulturen, Religionen und Menschen abzubilden. Nicht zuletzt dieser Punkt hat dazu geführt, dass es nun unter den Emojis Gesichtszeichen in verschiedenen Hautfarben gibt* [Dürscheid 2017: 260].

Роль критерия общественной значимости (*gesellschaftliche Relevanz*) в расширении репертуара эмодзи ярко проявилась и в разгар пандемии. Так, корпорация Apple изменила известную пиктограмму «медицинский шприц с кровью» на эмодзи «шприц без крови», хотя обычно эмодзи – пиктограммы очень редко подвергаются изменениям. Причиной замены было названо стремление снять страх у людей перед вакцинацией, а шприц без крови, по мнению разработчиков эмодзи, не внушает такого страха, как

¹ Юникод (англ. *Unicode*) – стандарт кодирования символов, включающий в себя знаки почти всех письменных языков мира и в настоящее время преобладающий в Интернете.

шприц с кровью, означая «шприц с вакциной против ковида» (см. Рис 3).

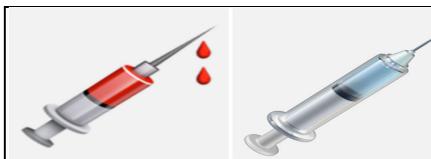


Рис. 3. Эмодзи «шприц» до и после трансформации

Специально для условий «социальной дистанции» как символ поддержки, заботы во время пандемии появился эмодзи: желтый смайлик, прижимающий к себе красное сердечко, обозначая виртуальные объятия:



Вместе даже на расстоянии

Мы добавили новую реакцию, чтобы вы могли поддержать друзей и близких в непростое время. Будьте вместе даже на расстоянии!

Рис.4. Эмодзи «виртуальные объятия»

Основная функция, которую призваны выполнять эмодзи, – функция эмотивная (экспрессивная), поскольку эти невербальные знаки так восполняют недостаток эмоций письменного дискурса. Коммуникативно-прагматический потенциал эмодзи, выражающих эмоции, велик и разнообразен. Они не только обозначают базовые эмоции человека, но могут выражать разную степень эмоциональности, детальную характеристику эмоционального состояния собеседника. Специальные интернет-ресурсы, напри-

мер, emojiworld.ru, предлагают «список эмоджи смайликов/людей в WhatsApp с их обозначением и юникодом».

Приведем примеры вариантов эмодзи для разных эмоций (негативных и позитивных) [emojiworld.ru]:

 «разочарованное лицо»: разочарование и огорчение с облегчением, что стресс позади;

 «лицо с холодным потом»: стресс / беспокойство из-за плохого результата;

 «лицо с открытым ртом и холодным потом»: «Я в шоке!»

Очень разнообразен и набор «классических» смайликов, выражающих улыбку:

 «ухмыляющееся лицо»: универсальное изображение, означающее приветствие, радость, возбуждение, используется наиболее часто;

 «улыбающееся лицо с открытым ртом и улыбающимися глазами»: смеется громко, свободно, от души, но сарказм не исключен;

 «улыбающееся лицо с открытым ртом и холодным потом»: Потная улыбка. Облегчение от того, что справился с ситуацией положительно;

 «лицо, катающееся на полу от смеха»: «Это так смешно, я не могу больше смеяться!»

 «лицо со слезами счастья»: «Я едва могу сдержать улыбку! Что-то настолько невероятно смешно, что вы смеетесь до слез». Этот смайлик является самым популярным. Неслучайно в 2015 году Оксфордский словарь впервые назвал в качестве слова года не слово, а графическое изображение – emoji-смайлик («лицо со слезами радости»);

 «улыбающееся лицо с улыбающимися глазами»: застенчивая, смущенная улыбка. Красные щеки как знак радости. Обозначает счастье, удовольствие, душевный покой и благодарность.

Несмотря на значительную унификацию графических символов, использование эмодзи сильно зависит от операционной системы и/или производителя используемого устройства. Изображения эмодзи могут различаться в каждой из систем, хотя и отражают одно и то же понятие.

Так, смайлик с широкой улыбкой в большинстве систем изображается как крайне позитивный, в то время как изображение на устройствах «Apple» воспринимается пользователями негативно, часто выражая в их сообщениях страх и другие негативные эмоции [Хапалова 2016: 16].

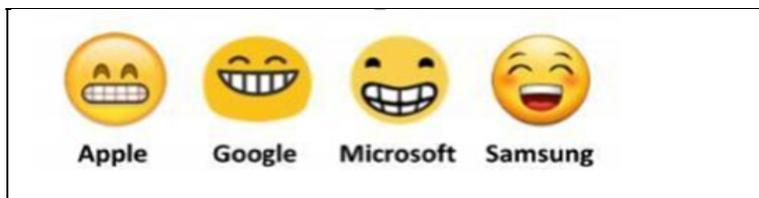


Рис. 5. Различия смайликов с улыбкой

Эмодзи являются семиотической системой международного общения, имеющей универсальный характер, что позволяет представителями разных культур в целом эффективно использовать их в виртуальной коммуникации. Однако есть немало изображений, которые по-разному интерпретируются в разных культурных сообществах, что может вызвать проблемы декодирования содержания, непонимание. К числу знаков-эмодзи с неоднозначной семантикой относятся, например:



«Человек с руками, сложенными к молитве». По версии «Эмоджипедии», этот эмодзи носит в первую очередь религиозный характер, изображая молящегося, однако в сети он широко используется просто как жест благодарности («спасибо!»).



«победоносное лицо»: Смайлик с улыбкой, из носа выходят белые облака пара. Дышит презрительно: это знак превосходства, торжества, но ассоциируется он часто с выражением яростной злости.



«Лицо с выражением «все в порядке». Руки над головой формируют круг (знак «ОК!»). Этот эмоджи обозначает согласие. Однако в интернете он очень часто используется в значении «удовольствие, счастье» или просто «танцы». Из-за движения руками этот эмоджи называют «балериной» [Emojiworld.ru].

Как показал материал, коммуникативно-прагматический потенциал эмоджи включает и социокультурный компонент, отражающий особенности употребления эмоджи в различных культурах. Кроме того, он может также выступать в роли своего рода коммуникативного маркера в оппозиции «свой ↔ чужой», манифестируя особенности использования знаков-эмоджи в молодежной среде. Так, «миллениалы» (поколение 1995) плохо понимают своих детей – «джензеров» (поколение 2000), хотя используют с ними один и тот же фонд эмоджи, – это утверждение часто звучит в сети. Джензеры (англ. Generation Z) – это «люди гаджетов», которые плохо помнят или не помнят совсем время без цифровых технологий и не представляют своей жизни без высокоскоростного соединения» [kto-takie-centenialy]. Коммуникацию в сети они не представляют без использования эмотиконов, однако стремятся изменить смысл конвенциональных знаков, чтобы отличаться от поколения миллениалов. При этом изменения, как правило, касаются самых употребительных эмоджи. Так, знак  «лицо со слезами счастья» становится сигналом того, что пользователь – «чужой», не владеет молодежным «кодом» и принадлежит к поколению взрослых.

Вместо этого эмодзи джензеры используют череп, который символизирует «смерть» и «опасность». На языке джензеров эмодзи  означает: «Это было так смешно, что мы от смеха умерли».

Наряду с эмотивной функцией в исследованиях феномена эмодзи называется и целый ряд других функций, которые фактически могут быть сведены к двум основным: функция комментирования и иллюстративная функция [Хапалова 2016: 52].

В работах В.О. Рашевских и А.Г. Лавровой функции невербальных знаков эмодзи формулируются более дифференцированно: 1. дублирующая функция: значение используемого слова дублируется, усиливается; 2. заменяющая функция: «эмоджи» замещает слово, понятие или образ, подразумеваемые автором, но не использующиеся напрямую по разным причинам; 3. смыслообразующая функция: при помощи последовательности нескольких пиктограмм «эмоджи» выстраивается выражение или фраза, смысл которой может быть дешифрован; 4. функция изменения смысла вербального высказывания: с помощью «эмоджи», добавляемому к фразе, значение последней может быть заменено от придания особой эмоциональной окраски до инверсии первоначального смысла фразы [Рашевских 2016: 168]

Функция дублирования применяется в виртуальной коммуникации наиболее часто. При этом эффективно реализуется коммуникативно-прагматический потенциал невербальных знаков, придающих экспрессивно-эмоциональную окраску высказыванию,

например, *Приятного аппетита и спокойной ночи!*  *Спокой-*

ной ночи! .¹ А усиление экспрессивности высказывания при дублировании достигается повтором нескольких эмодзи, напри-

мер: *А как это будет технически осуществляться?*  



¹ Здесь и далее использованы примеры из частной переписки автора статьи.

Функция замещения, встраивания картинок в синтаксическую структуру предложения («Я приеду завтра ) служит уточнению вербального сообщения. По нашим наблюдениям, эта функция используется значительно реже остальных, возможно потому, что даже изображения конкретных предметов не всегда могут быть однозначно поняты адресатом в различных ситуациях.

Функция смыслообразования путем использования ряда контекстуально связанных эмодзи используется пользователями очень активно. По нашим наблюдениям особенно часто такие цепочки связаны с ситуациями праздничных поздравлений. При этом текст поздравления содержит как невербальные цепочки, так и вербальные знаки, а в ответной реакции на поздравление часто

используется только цепочка эмодзи, ср.: *С днем рождения!* 

   ; *С Рождеством!*     .

Смысловые цепочки эмодзи в данных случаях не вызывают проблем с «прочтением», хотя и не могут быть точно «переведены» на естественный язык. Интересно, что подобные готовые смысловые комбинации для всех категорий эмодзи предлагают интернет-ресурсы, например, [Emojis.Wiki – Enzyklopädie von Emojī](#). Так, для комбинаций с медицинским шприцем предлагаются, например, как медицинские ситуации, например, «воспаление легких»     , так и образные выражения, например, «бездушный человек»    . Очевидно, что даже комбинации медицинского содержания, не могут быть «прочитаны» однозначно вне соответствующего контекста.

Функция изменения смысла вербального высказывания путем использования различных эмодзи позволяет пользователю произвести определенный коммуникативный эффект на адресата, при этом меняется прагматический потенциал пиктограммы. Так, фраза «Он тебя обманул!» может быть дополнена в качестве комментария следующими эмодзи:



– *раздумье: как такое могло случиться?*



– *Ужас! Это действительно дурно!*



– *горе, жалость: Мне искренне жаль тебя!* [Брунс 2021:

190].

Подводя итоги исследованию коммуникативно- прагматического потенциала эмодзи, отметим, что они стали неотъемлемой частью интернет-коммуникации. Широкое использование этих невербальных знаков в полной мере отвечает отмечаемой тенденции значительного возрастания визуальной составляющей коммуникации, т. н. иконического поворота. Иконические знаки тесно взаимодействуют со знаками вербальными, образуя семиотический континуум. Это позволяет не только придать эмоциональную окраску тексту, но и увеличивает его информативность. Основными для эмодзи являются функции комментирования и иллюстрации при ведущей эмотивной функции. Однако, несмотря на то, что роль эмодзи в интернет-коммуникации постоянно возрастает, они не являются самостоятельной семиотической системой и могут использоваться только во взаимодействии с вербальными знаками.

Библиографический список

1. Брунс Томас. Пунктуационные знаки и смайлики – объединяющие и разделяющие функции в цифровой коммуникации // Язык и метод 7. Русский язык в лингвистических исследованиях XXI века. Русская пунктуация в коммуникативном аспекте. – Краков, 2021. С.187-198 [Электронный ресурс]. URL: https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/283856/szumska_ozga_russkaa_punktuacia_v_kommunikativnom_aspekte_2021 (дата обращения 22.12.2022).

2. Васильева И.А., Халина Н.В. Эмодзи как дополнительный семантико-семиотический компонент современного SMM–текста // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. – Барнаул, № 252021. С.105-11.

3. Ведешкина Б.Н. Эмотиконы как семиотическая система // Язык и культура. – Новосибирск, 2012. № 1-2. 2. С.35-39.

4. Галяшина Е.И. Семиотика эмодзи и анимационных картинок в аспекте судебной лингвистической экспертизы // Вестник университета им. О.Е. Кутафина (МГЮА). 2022. №2. С.41-48.

5. Губина Е.А. Графемные эмодзи как разновидность вербально-пикториальных гибридов // Гуманитарные и социальные науки. – Ростов-на-Дону, 2019. № 6. С.73-81.

6. Жданов С.С. Семантико-прагматический потенциал эмодзи в контексте пандемии COVID-19 / С.С. Жданов, О.И. Недоступ, Е.Ю. Плешивцева // Научный диалог. 2021. N 10. С.48-64.

7. Козлова Л.В. Отношение к «эмоджи» и его взаимосвязь с эмоциональным интеллектом у молодежи // Научный журнал «Вестник по педагогике и психологии Южной Сибири». 2021. № 2. С.28-40.

8. Крылов Ю.В. Семантика эмодзи в виртуальном диалоге // Гуманитарные исследования. 2017. №2(15). С.50-52.

9. Мерзлякова В. Эмоции за скобками: как эмодзи стали универсальным языком общения [Электронный ресурс]. URL: <https://theoryandpractice.ru/posts/15847-emotsii-za-skobkami-kak-emoji-stali-universalnym-yazykom-obshcheniya> (дата обращения: 20.11.2022).

10. Пронина М. Большое интервью с М. Кронгаузом на портале «Культура. РФ» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.culture.ru/materials/173675/kultura-rechi> (дата обращения: 23.12.2022).

11. Рашевских В.О., Лаврова А.Г. Графический язык эмодзи как элемент дискурсивных практик в социальных сетях Интернет // Политический вектор-Л. Комплексные проблемы современной политики. 2016. № 1-2. С.163-170.

12. Рязанцева Т.И. Некоторые особенности реализации коммуникативных принципов и стратегий в условиях компьютерно-опосредованного общения // Вестник Московского университета. Сер. 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2007. №1. С. 202-211.

13. Савчук В. В. Феномен поворота в культуре XX века // Международный журнал исследований культуры. 2013. №1(10). С. 93–108.

14. Саидова З.Э. Функционирование эмодзи в интернет-переписке на чеченском языке // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2017. № 8 (74): в 2-х ч. Ч. 1. С.123-125.

15. Суббота Н.С., Ильичева И.Л., Стрижевич И.Л. Словообразовательный потенциал интернет-дискурса // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. №4 (44). 2019. С.324-332.

16. Ускова А.И. Эмодзи как феномен цифровой коммуникации XXI века. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.alba-translating.ru/ru/ru/articles/2019/uskova-2019.html> (дата обращения: 23.11.2022).

17. Хапалова А.И. Функционирование эмодзи в тексте (на материале социальной сети «инстаграм»). Магистерская диссертация. – М., 2016. 66 С.

18. Шаев Ю.М. Семиотика смысла в виртуальном пространстве и современные информационные технологии // Современные проблемы науки и образования. 2012. №6. [Электронный ресурс]. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=7797> (дата обращения: 06.12.2022).

19. Frattaroli S. Der Clown ist nicht lustig. Diese Emojis werden oft falsch verstanden [Электронный ресурс]. URL: <https://www.blick.ch/wirtschaft/der-clown-ist-ist-nicht-lustig-diese-emojis-werden-oft-falsch-verstanden-id16683305.html> (дата обращения 21.12.2022).

20. Gryczke R. Homo Digitalis und seine Universalsprache. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.server-lesen.de/internet/homo-digitalis-und-seine-universalsprache.html> (дата обращения 23.12.2022).

21. Dürscheid Ch.; Siever Ch. M.. Jenseits des Alphabets – Kommunikation mit Emojis // Zeitschrift für germanistische Linguistik. 2017. 45 (2), S.256-285.

Источники

1. Эмоджипедия [Электронный ресурс]. URL: <https://emojipedia.org/apple/ios-9.1/> (дата обращения: 23.12.2022).

2. Академик: электронный словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1211176> (дата обращения: 23.12.2022).

3. Emojis.Wiki – Enzyklopädie von Emoji [Электронный ресурс]. URL: <https://emojis.wiki/de/spritze/> (дата обращения 22.12.2022).

4. Emojeworld.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://www.emojeworld.ru/spisok-smileys-ljudi-whatsapp> (дата обращения 23.12.2022).

5. Kto-takie-centenialy [Электронный ресурс]. URL: <https://studwork.org/spravochnik/polezno/kto-takie-centenialy> (дата обращения 23.12.2022).

DAS KOMMUNIKATIV-PRAGMATISCHE POTENTIAL VON EMOTICONS IN DER INTERNETKOMMUNIKATION

Im Beitrag werden kommunikativ-pragmatische Besonderheiten der grafischen Zeichen Emoticons analysiert, die in der Internetkommunikation als Zeichen fungieren, die den Sinn einer Mitteilung ergänzen oder ändern können. Da werden auch Begriffe Emoticon, Smile und Emoji, die in der einschlägigen Literatur nicht eindeutig definiert werden, unter die Lupe genommen. Der Autor kommt zur Schlussfolgerung, dass die zu analysierenden ikonischen Zeichen polyfunktional sind, führend ist dabei die emotive Funktion.

Schlüsselwörter: Internetkommunikation, Emoticon, Emoji, Emoticon, Emoticon-Funktionen, Internetnutzer, soziale Netzwerke, Informationsvisualisierung.