

*Н.А. Захаров*  
*Самарский университет, Самара, Россия*  
*Научный руководитель Л.А. Киселева*

## **ГРАФИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ПЕРЕДАЧИ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ОКРАСКИ ВЫСКАЗЫВАНИЯ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ЭМОДЗИ И СТИКЕРОВ)**

*Аннотация.* В статье анализируются особенности использования эмотиконов для передачи эмоциональной окраски высказывания в различных ситуациях виртуального общения. Дается характеристика основных особенностей интернет-коммуникации, осуществляется классификация соответствия используемых эмотиконов фактическому смыслу сообщений интернет-пользователей. Описываются случаи совпадения / различия смысла коммуникативного символа и эмоционального посыла высказывания. Приводятся результаты опроса пользователей сети, нацеленного на выявление степени индивидуальности восприятия ими эмотиконов. Делается вывод о тенденции к индивидуализации использования графических средств передачи эмоциональной информации.

*Ключевые слова:* виртуальная коммуникация, эмоциональность, коммуникативный символ, стикер, эмодзи.

С развитием информационных технологий во всемирной сети Интернет зародилась специфическая социальная среда со своими законами и особенностями функционирования вербальных и невербальных средств. Под влиянием многих факторов в Интернете появился локальный этикет, в некоторой степени отличающийся от того набора негласных правил, которые регулируют непосредственное общение. Исследователи выделяют следующие ключевые принципы виртуальной коммуникации: тенденция к упрощению лексических, морфологических, грамматических, пунктуационных норм [1]; стремление к визуальному выражению посыла [3]; повышенная эмоциональность [5]. Все эти принципы преимущественно обусловлены минимизацией усилий, затрачиваемых на коммуникацию, и увеличением скорости ответа на сообщения. Среди указанных принципов особо выделяется стремление к визуальному выражению эмоциональной реакции в виде символов, изображений и т.д. Такие графические средства передачи эмоциональной окраски высказывания, как эмодзи и стикеры, иначе говоря, эмотиконы, являются одной из ключевых составляющих интернет-общения. Исследователи отмечают, что эмотиконы используются в виртуальной коммуникации для конкретизации высказывания и придачи ему экспрессивности [4].

М.А. Крылова пишет о том, что эмодзи, задуманные изначально как дополнение к тексту, приобретают самостоятельное значение [2]. Исследователь считает, что это обусловлено их шаблонностью и простотой. Мы же со своей стороны можем добавить, что эмодзи не просто стали самостоятельным способом выражения эмоций, но и приобрели индивидуальное значение. Цель данной работы – установление содержательной специфики эмодзи в различных ситуациях виртуального общения.

В ходе исследования мы выяснили, что значение графических средств выражения эмоций в интернет-коммуникации (иначе – коммуникативных символов) может различаться в зависимости от контекста. На основе наблюдений за использованием данных средств мы предлагаем следующую классификацию типов соответствия коммуникативного символа эмоциональному послылу высказывания:

1. Полное соответствие.
2. Неполное соответствие.

Рассмотрим оба выделенных типа на примере зафиксированных нами коммуникативных ситуаций. Отметим, что при анализе примеров во внимание брался объект, спровоцировавший реакцию, фактическая реакция (выявленная, в том числе, при помощи опроса участников коммуникации) и непосредственный графический способ её выражения.

В случае полного соответствия коммуникативного символа эмоциональному послылу высказывания эмоция, передаваемая с помощью графического средства, полностью соотносится со смыслом, который был заложен автором сообщения. Дадим описание следующей коммуникативной ситуации: пользователь социальной сети оставляет в комментариях под постом с фотографией котёнка стикер с изображением щенка, держащего лапами «сердечко». В данном случае графическая форма обозначает умиление, чувство любви, эйфории и полностью отражает отношение пользователя к публикации. Это значит, что никаких других трактовок у данной формы быть не может и её значение полностью соотносится с реакцией пользователя на текущую ситуацию. Кроме того, в случаях, подобных описанному выше, для правильной интерпретации графического сообщения пользователь должен понимать лишь прямое значение используемых символов, а также уметь интерпретировать человеческие эмоции.

В случае неполного соответствия коммуникативного символа эмоциональному послылу высказывания внутреннее состояние, передаваемое с помощью графического средства, напрямую не соотносится со смыслом,

который был заложен в сообщение коммуникантом, но имеет значение для определённой группы пользователей. Иначе говоря, чтобы понять значение символа в данной конкретной ситуации, пользователь должен быть знаком со спецификой его употребления пользователем, оставившим сообщение. Приведем пример: в комментариях под постом с фотографиями котят пользователь оставляет стикер с изображением рыдающего человечка. Как правило, такое изображение передает эмоции грусти, печали, однако в данной ситуации объективной причины для грусти нет: с животными всё в порядке. Здесь проявляется высокая степень индивидуальности применения пользователями тех или иных графических символов. В ходе проведенного нами опроса выяснилось, что 68% пользователей приписали данному стикеру значение «умиление», однако остальные 32% информантов не смогли верно расшифровать содержание графического знака. В этом случае для корректного восприятия информации пользователь должен понимать, что именно этот стикер может употребляться не только в своём прямом значении, но и для передачи более специфической реакции, обусловленной различными для каждой ситуации факторами.

Отметим также, что в случае неполного соответствия коммуникативного символа эмоциональному посылу высказывания между пользователями может возникать недопонимание. Однако, как правило, оно является незначительным и не служит преградой для дальнейшего общения.

Итак, выявленные нами факторы различий и их классификация позволяют предположить наличие тенденции к индивидуализации использования графических средств передачи эмоциональной окраски. Пользователи всё чаще употребляют коммуникативные символы не в том значении, которое в них заложено изначально, что объясняется стремлением придать эмотиконам оригинальное, не шаблонное значение. Как следствие, это обеспечивает гармоничное сочетание эмоциональности и креативности мышления в интернет-общении, но в отдельных случаях может привести к увеличению коммуникативного барьера между пользователями сети.

### Литература

1. Карабань Н.А. Этический аспект интернет-коммуникации // Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. С. 158–188.
2. Крылова М.Н. Способы выражения эмоций в социальных сетях [Электронный ресурс] // Филология и литературоведение. 2016. №1. URL: <https://philology.snauka.ru/2016/01/1841> (дата обращения: 02.05.2023).

3. Леонович Я.В. Феномен визуальной коммуникации в современной интернет-среде // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2019. №1. С. 72–78.

4. Максимов А.А., Голубева Н.М. Эмотиконы как способ выражения эмоций // Проблемы и перспективы развития образования в России. 2015. №33. С. 126–130.

5. Смирнова Т.В. Эмоциональность в цифровом пространстве // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. 2020. Т. 4. №3. С. 259–264.

*М.В. Земсков*

*Самарский университет, Самара, Россия*

*Научный руководитель Л.А. Киселева*

## **ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ДАННЫХ КОРПУСНОЙ ЛИНГВИСТИКИ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ РКИ**

*Аннотация.* Темой статьи является использование лингвистических корпусов в обучении русскому языку как иностранному. Лингвистическим корпусом является электронное собрание письменных текстов, обладающее подробными параметрами для лингвистического поиска. Характеристики лингвистического корпуса позволяют эффективно использовать его в качестве дополнения к основным традиционным учебным материалам. Практическими случаями, в которых можно использовать лексические корпуса, являются поиск аутентичных текстов, поиск примеров использования языкового материала, а также поиск текстового материала для составления упражнений.

*Ключевые слова:* русский язык как иностранный, корпусная лингвистика, лингвистический корпус, учебный текст, аутентичный текст, грамматика, лексика.

Как известно, учебные пособия (далее «УП») являются основным методическим инструментом учителя, на основе которого строится программа обучения русскому языку как иностранному (далее «РКИ»). Несмотря на главенствующую роль УП в обучении РКИ, их использование без привлечения других методических инструментов делает процесс обучения неполноценным. Такое достоинство УП как содержательная и методическая отточенность является источником их главных недостатков – искусственности и ригидности. По нашему мнению, для того, чтобы дополнить процесс обучения РКИ, преподаватель может использовать данные корпусной лингвистики, а именно лингвистические корпуса русского языка (далее «ЛК»). Совместное использование ЛК и УП позволит объединить достоинства каждого из данных методических инструментов и сделать процесс обучения полноценным.