

Заключение. Таким образом, выявленные в текстах судебных лингвистических экспертиз на лексическом уровне средства аргументации выступают как дискурсивные формулы и указывают на принадлежность текста к судебно-экспертному дискурсу.

1. Баранов, А. Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): автореф. дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01, 10.02.19 «Русский язык», «Теория языкознания» / А. Н. Баранов. – М., 1990. – 48 с.

2. Карасик, В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. – Волгоград, 2000. – С. 5–20.

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭМОТИКОНОВ В ТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ЭЛЕКТРОННОГО ОБЪЯВЛЕНИЯ О ЗНАКОМСТВЕ

Алексеевич Е.В.,

*аспирант ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Никитенко Т.В., канд. филол. наук, доцент*

Ключевые слова. Невербальные средства, эмотикон, индивидуализация текста, эмоции.

Keywords: Non-verbal means of communication, emoticon, text individualisation, emoticons.

В настоящее время интернет предстает как новая информационная среда современной культуры, знаковое явление современной эпохи, которое формирует новые коммуникативные практики, новый тип мировосприятия и новый образ жизни, в которой присутствуют такие средства коммуникации, как форум, чат, блог, видеоконференция, электронная почта и другие типы интернет общения.

Актуальность изучения средств репрезентации человеческих эмоций с помощью языкового кода обусловлена растущим интересом к изучению языковой личности в современной лингвистике.

В сети Интернет общение на сайте знакомств представляет собой взаимодействие в рамках определенного сетевого сообщества, под которым понимается группа людей, участвующих в социальном взаимодействии посредством установления виртуального контакта в результате отклика реципиента сообщения на заранее подготовленный адресантом текст межличностной рекламы. Данные тексты на современных сайтах знакомств представляют собой смешанный тип и включают в себя две негомогенные части: вербальную (языковую/речевую) и невербальную (принадлежащую к другим знаковым системам, нежели естественный язык).

Целью данного исследования является описание специфики использования невербальных средств коммуникации в современном объявлении о знакомстве с лингвистической точки зрения. К невербальным, иконическим средствам организации текстов можно отнести эмотиконы (смайлы). Смайлы можно отнести к паралингвистическим средствам письменной коммуникации, или к таким средствам, которые не являются речевыми единицами, но сопутствуют последним с целью уточнения, конкретизации смысла основного сообщения. Исследование паралингвистических языковых средств уже становилось объектом интереса некоторых ученых (например, см. работы Т.М. Николаевой, Л. М. Садко и др.) [2].

Следует отметить, что возникновение смайлов в сфере электронной коммуникации обусловлено тем, что она сочетает в себе черты письменной и устной речи: технически это письменная речь, а с точки зрения структуры используемого языка и режима общения может быть охарактеризована как устная.

Материал и методы. В ходе исследования мы изучили мужские и женские объявления о знакомстве, размещенные на англоязычных и русскоязычных сайтах в равных пропорциях (в количестве 100 единиц на каждый язык). Для достижения поставленной цели на разных этапах работы нами применялись следующие методы и приемы исследования: метод лингвистического наблюдения и описания, метод сопоставительного ана-

лиза, метод сплошной выборки, контекстологический анализ, элементы количественного метода.

Результаты и их обсуждение. В ходе исследования специфики использования эмодзи в текстах межличностной рекламы, мы выявили следующие особенности:

1) для создания смайлов используются пунктуационные и типографские знаки. Перечень смайлов, однако, постоянно расширяется, и в последнее время распространение получают смайлы-рисунки и анимационные смайлы, которые не прилагая особый усилий, в готовом виде можно вставить в текст электронного сообщения. В текстах объявлений о знакомстве обнаруживается широкое употребление эмодзи (смайлов), которые служат для выражения всевозможных экспрессивных эмоционально-оценочных значений, свойственных единицам, входящим в данные тексты;

2) смайлы не имеют устойчивого, принятого набора знаков, т.к. это динамично развивающаяся система. Объединяет все существующие в сети интернет смайлы их общее функциональное назначение – обогатить и разнообразить высказывание, расширить смысловую составляющую, усилить экспрессивно-интонационную окраску, установить контакт с предполагаемым адресатом, более точно и конкретно выразить эмоциональное состояние;

3) гораздо реже смайлы служат для обозначения различных понятий, абстрактных или конкретных объектов, действий и состояний человека. (Такие смайлики мы будем называть смысловыми);

4) основная причина использования невербальных средств коммуникации в электронных объявлениях о знакомстве – желание индивидуализировать текст и замотивировать адресанта на знакомство. В подавляющем большинстве случаев авторы объявлений о знакомстве используют эмодзи, отражающие исключительно положительные эмоции и используют грустные эмоции в крайне редких случаях, если этого требует вербальный контекст сообщения;

5) значительной разницы в частотности обогащения текста невербальными средствами коммуникации между представителями русской и английской лингвокультур не выявлено;

6) исследованный нами материал свидетельствует о том, что к использованию эмодзи в своих сообщениях гораздо чаще прибегают лица женского пола в обеих языковых культурах, чем мужчины. В объявлениях, где автором является женщина, невербальные средства коммуникации встречаются приблизительно в 70% текстов. Подобных текстов, где автором-составителем является мужчина в нашей выборке оказалось не более 10%.

Заключение. Таким образом, на основе проведенного анализа объявлений о знакомстве можно сделать вывод, что, хотя эмодзи и являются достаточно молодым средством коммуникации, но на сегодняшний день представляют собой крайне популярный способ индивидуализации текста, особенно среди представительниц женского пола. Смайлы (эмодзи) в текстах объявлений о знакомстве выполняют следующие функции: выражение эмоционального состояния, дополнение смысла высказывания, уточнение экспрессивно-интонационной окраски, установление контакта с адресантом.

1. Калашникова, А. А. Языковая личность в русскоязычном блоге: когнитивно-прагматический аспект : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / А. А. Калашникова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону, 2011. – 19 с.

2. Садко, Л. М. Паралингвистические средства в современной экспериментальной поэзии Австрии, России, Беларуси / Л. М. Садко // Ученые записки УО "ВГУ имени П. М. Машерова" : сб. науч. трудов. - Витебск : ВГУ имени П. М. Машерова, 2019. – Т. 29. - С. 174-179 URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/18788> (дата обращения: 09.09.2021).

3. Основы теории коммуникации: Учебник / Под ред. проф. М.А. Василюка. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.

4. Доска бесплатных объявлений Leboard [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://leboard.ru/by/minsk/znakomstva>. – Дата доступа: 01.09.2021.

5. Социальная сеть Badoo [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://badoo.com/> (03.09.2021).

6. DateMyAge [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.datemyage.com/people> – Дата доступа: 02.09.2021.

7. Telegraph Dating [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dating.telegraph.co.uk>. – Дата доступа: 02.09.2021.