

ВИЗУАЛЬНЫЙ ЯЗЫК: ЭМОДЗИ И ЭВОЛЮЦИЯ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ

Иванова П.С.,

учащаяся 2 курса Полоцкого колледжа ВГУ имени П.М. Машерова,

г. Полоцк, Республика Беларусь

Научный руководитель – Кабылкова А.А., канд. филол. наук

Ключевые слова. Эмодзи, символы, коммуникация, изображение, подростки.

Keywords. Emoji, symbols, communication, image, teenagers.

Еще 5-10 лет назад многие люди не имели четкого представления о том, что такое эмодзи и как их применять. Сейчас же эти значки приобрели статус отдельного способа общения, своего рода языка, составленного из изображений. В социальных сетях пользователи активно добавляют эмодзи в свои сообщения, а компании включают их в рекламные материалы. Значки, отражающие эмоции, представляют собой важную тему для обсуждения. Несмотря на определенные ограничения, со временем эти изображения стали популярны и начали использоваться для украшения текста и передачи чувств. Этот подход стал характерным для эмодзи. В течение длительного времени эмодзи не воспринимались крупными игроками как революционное средство общения – их считали просто картинками, которые сэкономили трафик на веб-страницах. Однако с появлением возможности отправки эмодзи в SMS и чатах вне закрытых платформ их популярность как способа выражения эмоций значительно возросла.

Отдельные аспекты функционирования эмодзи в русском языке представлены в работах Е.Д. Першиной, Н.И. Полидовца, М.А. Беловой и других, что доказывает актуальность направления исследования.

Цель исследования - изучить влияние эмодзи на русскоговорящее сообщество.

Материал и методы. Материал собран на основе открытых интернет-ресурсов. Методы исследования: анализ, систематизации, социологический опрос.

Результаты и их обсуждение. Эмодзи – это графические изображения, помогающие придать определенную окраску текстовым сообщениям в переписках. Создателем первого смайлика считается Харви Болл (Бэлл), который изначально использовал собственноручно созданное изображение улыбающегося лица в рекламных целях [2].

Первыми эмоджи считаются каомоджи (каомодзи). Каомоджи – это текстовые изображения, использующие в себе символы из разных алфавитов и всего, что доступно на клавиатуре. Каомоджи появились в 90-х годах в Японии. А в 1999 году сотрудник DoCoMo оператора сотовой связи NTT Шигеката Курита решил создать первые уже знакомые нам эмоджи уже в качестве графических изображений. Изначально они были необходимы для передачи такой информации, как прогноз погоды, гороскоп и прочее, и лишь некоторые из нарисованных им картинок могли использоваться для стандартного общения.

Тем временем в Европе люди предпочитали эмотиконы – классические текстовые смайлики, знакомые нам всем. Изначально это были классические изображения лиц, которые в последующем дополнились изображениями некоторых предметов.

В 1997 году Николя Лауфрани, генеральный директор компании Smiley, владеющей торговой маркой и авторскими правами на изображение и название смайлика, обратил внимание на рост популярности текстовых смайликов в интернете. В 1998 он создал первый каталог графических смайликов, которые в 2000 году объединил в каталог smileydictionary.com.

Но окончательная популяризация эмоджи произошла в 2011 году, когда компании Apple и Google ввели смайлики в iOS 5. Они отличались от своих предшественников – каомоджи – высокой детализацией.

В настоящее время эмоджи является неотъемлемой частью коммуникации в интернете. Их количество переваливает за 3,5 тысяч. Они помогают заменить длинное описание простым символом. Существует эмоджи плача, страха, смеха, поцелуя, злости, а совсем недавно появились даже отрицательные и положительные кивки головой [1].

Эмоджи продолжают набирать свою популярность во всем мире, и, безусловно, это влияет и на язык тоже. Ведь для описания своих эмоций теперь достаточно нажать на пару кнопочек и вовсе необязательно давать словесное описание.

В рамках настоящего исследования был проведен опрос, направленный на выяснение отношения современных подростков к эмодзи как к средству коммуникации, а также их прогнозов относительно дальнейшего использования эмодзи в общении. Опрос, проведенный среди респондентов в возрасте 13–18 лет, показал, что большинство участников положительно оценивают использование эмодзи в коммуникации. 78% респондентов отметили, что эмодзи делают переписку более живой и эмоциональной, обеспечивая более точную передачу настроения и намерений. Многие участники опроса указали на то, что использование эмодзи способствует предотвращению недопонимания, которое может возникать из-за отсутствия невербальных сигналов в текстовом общении. Вместе с тем, 22% респондентов выразили сомнения относительно чрезмерного использования эмодзи, аргументируя это потенциальным снижением языковой грамотности и способности выражать мысли посредством вербальных средств. Некоторые участники опроса отметили, что чрезмерное упрощение коммуникации посредством использования эмодзи может негативно сказаться на способности к глубокому анализу и критическому мышлению у молодого поколения. Результаты опроса также выявили разделение мнений относительно дальнейшей динамики использования эмодзи. 55% подростков выразили уверенность в том, что эмодзи продолжат набирать популярность и станут неотъемлемой частью коммуникации в будущем, в то время как 45% респондентов полагают, что со временем их использование может снизиться в связи с возвратом к более традиционным формам коммуникации.

Эмодзи оказывают влияние не только на способы коммуникации, но и на русский язык. С одной стороны, они позволяют сокращать объем текстовых сообщений и повышать их выразительность. С другой стороны, существует опасение, что использование эмодзи может привести к упрощению языка и снижению его богатства.

Согласно исследованиям, проведенным лингвистами, эмодзи могут выполнять не только функцию эмоциональной окраски, но и заменять отдельные слова или фразы. Например, вместо фразы «Я люблю тебя» может быть использован символ сердца ❤️. Данная тенденция упрощает процесс коммуникации, однако может приводить к потере нюансов и глубины выражения чувств.

Кроме того, интерпретация эмодзи может варьироваться в зависимости от культурного контекста. Символ, имеющий положительную коннотацию в одной культуре, может восприниматься негативно в другой. Данный факт подчеркивает необходимость учета контекста коммуникации и культурных особенностей при использовании эмодзи.

Заключение. Эмодзи представляют собой интересный феномен в современной коммуникативной среде, оказывающий влияние на способы общения и языковые нормы. Использование эмодзи способствует упрощению и эмоциональной окраске коммуникации, однако необходимо учитывать потенциальные риски, связанные с упрощением языка и снижением его выразительности.

В дальнейшем представляется целесообразным продолжение исследований, направленных на изучение влияния эмодзи на язык и коммуникацию, с целью определения их роли в формировании новых языковых норм и стандартов общения. Эмодзи представляют собой не просто графические символы, а новую форму языка, находящуюся в процессе развития и адаптации к потребностям современного общества.

1. Воякина, Е.Ю. Визуализация современной цифровой коммуникации: эмодзи вместо слов / Е.Ю. Воякина. – Преподаватель XXI век. 2023. – № 2. Часть 2. – С. 392–404.

2. Данези, М. Семиотика эмодзи: Возникновение визуального языка в эпоху Интернета / М. Данези. – Bloomsbury Academic, 2017. – 132 с.