

Рамазанова Амина Ахмедовна – научный руководитель, старший преподаватель кафедры английской филологии ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет», г. Махачкала.

Ramazanova Amina Ahmedovna – research advisor, senior teacher of the English philology department of FSBEI of Higher Education “Dagestan State University”, Makhachkala.

Салманова Патимат Шамиловна – студентка факультета иностранных языков ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет», г. Махачкала.

Salmanova Patimat Shamilovna – a student of the faculty of foreign languages of FSBEI of Higher Education “Dagestan State University”, Makhachkala.

ЛИНГВО-КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ Е-МОJI КОММУНИКАЦИИ В МОБИЛЬНЫХ МЕССЕНДЖЕРАХ

LINGUISTIC AND CULTURAL FEATURES OF E-MOJI COMMUNICATION IN MOBILE MESSENGERS

Аннотация. Данная статья посвящена особенностям коммуникации в мобильных мессенджерах. В статье также рассматриваются основные функции и закономерности использования е-моji.

Abstract. The given article is devoted to the peculiarities of communication in mobile messengers. The article also reviewed the main functions and regularities of e-moji.

Ключевые слова: *е-моji, интернет-коммуникация, мессенджеры*

Key words: *e-moji, internet communication, messengers*

В настоящее время происходит расширение границ коммуникативного пространства. Данная тенденция обуславливается научно-техническим прогрессом, который предоставляет любому человеку возможность

использовать ресурсы электронных средств связи в сети Интернет [Ускова]. Интернет-коммуникация имеет свою специфику и функционирует по принципиально другим правилам, нежели устная и письменная речь, ее развитие способствовало появлению необходимости в дополнительном инструменте, способном передавать эмоции коммуникантов и повысить эффективность интернет-коммуникации – таким инструментом стали e-moji.

Емоji — акроним из японских слов e (絵 — картинка) и moji (文字 — символ, письменный знак)[Демченко]. В виртуальном общении e-moji, в первую очередь, используются для передачи эмоционального состояния коммуникантов. Пользователям предоставляется выбор из целого набора e-moji, которые ассоциируются с определенными эмоциями, например, улыбающиеся или хмурые лица указывают на радость или грусть соответственно. Однако нельзя не отметить, что поскольку e-moji используются сознательно, они служат инструментом для передачи коммуникативных сигналов и не обязательно представляют реальные эмоции отправителя.

К ключевым функциям e-moji относятся:

1. функция дублирования – выражается в интенсификации значения текстового сообщения, что позволяет акцентировать внимание получателя на определенной идее;
2. функция замещения – предполагает замещение как лексических единиц, так и какого-либо понятия или образа;
3. смыслообразующая – e-moji могут выстраиваться в целые предложения и замещать не только отдельные слова, но и целые тексты;
4. функция придания дополнительного значения – выступая в качестве дополнительного инструмента e-moji способны смягчить или усилить сообщение, передать юмор, сарказм или иронию;
5. функция самоидентификации – так как e-moji могут изображать людей с разным цветом кожи, разных возрастов, обозначать

представителей различных религиозных конфессий, представителей мужского, женского пола и небинарных персон, людей с ограниченными возможностями и т.д. – они позволяют идентифицировать себя в виртуальном мире и являются инструментом самовыражения.

Интернет обуславливает существование совершенно нового стиля речи. Выраженное в письменной форме, интернет-общение характеризуется такими существенными признаками разговорной речи, как спонтанность, интерактивность и наличие невербального контекста. Данный вид коммуникации реализуется в мессенджерах – приложениях или сайтах, специально предназначенных для мгновенного обмена текстовыми сообщениями, фото, видео-, аудио-файлами.

Коммуникация в мобильных мессенджерах характеризуется:

1. доминированием разговорной лексики, частым употреблением жаргонизмов и просторечий, ведь интернет-пространство относительно свободно от цензуры;
2. употреблением односложных и простых грамматических конструкций, неполной структурой предложений;
3. отклонениями от орфографической нормы, которые часто носят ситуативный характер;
4. практически полным «игнорированием» пунктуационных знаков, особенно запятых;
5. использованием аббревиатур и акронимов;
6. использованием e-moji, хэштегов как способов выражения чувств и эмоций, категоризации контента;
7. частым употреблением неологизмов.

По состоянию на март 2020 года в стандарте Unicode насчитывается 3304 e-moji, однако использование e-moji зависит от операционной системы и/или производителя используемого устройства. Изображения e-moji немного различаются в каждой их систем, хотя и отражают одно и то же

понятие. Компания Apple чаще и быстрее других добавляет новые возможности и новые знаки (например, выбор цвета кожи для используемого e-moji). Именно поэтому, часто e-moji, отправленные с устройства Apple, не распознаются на устройствах Android. В настоящее время клавиатура e-moji на устройствах с IOS содержит 8 категорий: смайлики и люди, животные и природа, еда и напитки, мероприятия, путешествия и места, объекты, символы и флаги мира для каждой страны.

Анализ использования e-moji в мессенджерах позволил выделить следующие закономерности:

1. чаще всего e-moji используются парами, а не одиночно;
2. женщины используют e-moji чаще, чем мужчины;
3. чем моложе пользователь, тем больше e-moji он использует;
4. e-moji используются с социо-культурным контекстом: афроамериканцы используют символы, обозначающие людей или жесты, с темным цветом кожи; люди нетрадиционной сексуальной ориентации – значки ЛГБТ-сообщества и т.п.

Для того чтобы понять значение e-moji, пользователь должен иметь общие знания о символах и социальных ситуациях - кроме того, опыт наблюдения, как они используются в определенном контексте, их значения или коннотации. Следует отметить, что значение определенных e-moji может быть основано на личном контексте, а не быть универсально понятным.

Поскольку мы все больше времени проводим в Интернете, требования к визуальным формам важны для социальных взаимодействий. Хотя сам язык и способен полностью выражать сложные эмоции и идеи, e-moji чрезвычайно полезны в цифровом коммуникативном пространстве, так как они позволяют передать четкое, краткое и в какой-то степени универсальное сообщение.

Более того, e-moji уже давно вышли за рамки интернет-коммуникации и стали частью массовой культуры: литературные

произведения переводятся на язык е-тојі, по ним снимают мультфильмы; мотивы е-тојі встречаются в архитектуре и других видах изобразительного искусства. На сегодняшний день е-тојі являются неотъемлемым инструментам маркетинга, существует даже международный день е-тојі.

Еще рано говорить о том, что е-тојі станут, понятным для всех, «языком будущего», однако история возникновения е-тојі и их популярность позволяет заключить, что их развитие будет продолжаться и, возможно, пойдет по совершенно новому, эволюционному пути.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ускова, А. И. ЭМОДЗИ КАК ФЕНОМЕН ЦИФРОВОЙ КОММУНИКАЦИИ XXI ВЕКА / А. И. Ускова. — Текст : электронный // : [сайт]. — URL: <https://www.alba-translating.ru/ru/ru/articles/2019/uskova-2019.html> (дата обращения: 08.07.2020).
2. Анастасия, Демченко Язык эмодзи: :) или :(? / Демченко Анастасия. — Текст : электронный // : [сайт]. — URL: https://expert.ru/russian_reporter/2018/24/yazyik-emoji-ili/media/321951/#anchor-1#anchor-1 (дата обращения: 08.07.2020).