

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА /
THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE LINGUISTICS

DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3>

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ЭМОДЗИ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ

Научная статья

Егорова В.И.^{1,*}

¹ ORCID : 0000-0003-4673-3907;

¹ Юго-Западный государственный университет, Курск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (tinkivinki78[at]yandex.ru)

Аннотация

Данная статья посвящена рассмотрению дополнительных средств интернет-коммуникации. Автор вводит такое понятие как эдит и рассматривает один из видов графических эдитов – смайлики. Автор говорит о том, что самой свободной системой смайликов в техническом аспекте является эмодзи. Приводятся данные исследования гендерных особенностей употребления эмодзи в социальной сети «Instagram». Все сообщения рассматриваются по трем параметрам: зависимость количества эмодзи от пола говорящего; замены знака препинания или слова в тексте. В заключении автор приходит к выводу, что эмодзи не представляют собой полноценную лингвистическую систему, а пользователи используют их только в комбинации с текстом или иллюстрациями.

Ключевые слова: виртуальная коммуникация, эдит, социальная сеть, эмодзи.

GENDER SPECIFICS OF EMOJI USAGE IN THE INTERNET ENVIRONMENT

Research article

Yegorova V.I.^{1,*}

¹ ORCID : 0000-0003-4673-3907;

¹ South-West State University, Kursk, Russian Federation

* Corresponding author (tinkivinki78[at]yandex.ru)

Abstract

This article is dedicated to the review of additional means of Internet communication. The author introduces such a concept as an edit and discusses one of the types of graphic edits – emoticons. The author says that the most free system of emoticons in the technical aspect is emoji. The data of the research of gender specifics of emoji usage in the social network "Instagram" are presented. All messages are studied according to three parameters: the dependence of the number of emoji on the gender of the speaker; substitutions of a punctuation mark or a word in the text. The author concludes that emoji does not represent a full-fledged linguistic system, and users utilize them only in combination with text or illustrations.

Keywords: virtual communication, edit, social network, emoji.

Введение

Современные технологии и появление Всемирной сети изменило все сферы деятельности человека. Одной из таких сфер стал язык. Новейшие технологии способствовали тому, чтобы переосмыслить процесс общения, расширить его границы и многократно увеличить его скорость. Особенно на процесс общения сказалась динамичная среда, меняющаяся с учетом нужд пользователей – это интернет-среда. Язык в интернете очень креативный, так как в устной коммуникации, пользователи не ограничиваются обычной нормой общения. Интернет-тексты красочнее оформлены с точки зрения графики, дополняются фото, выделениями в тексте и особыми специальными эффектами.

Одной из особенностей интернет языка являются «эдиты» [7]. В своей работе [7], мы уже давали определение этому понятию и пришли к выводу, что «эдиты» являются дополнительными, но в то же время и обязательными атрибутами интернет-коммуникации и интернет языка. Слово «эдит» произошло от английского слова additional (дополнительный). Мы считаем, что существует 3 группы «эдитов»: визуальные, графические, звуковые. К графическим «эдитам» относятся смайлики, анимашки и игра шрифта и цвета. Для нашего исследования нам были интересны самые яркие графические «эдиты» – смайлики.

С самого своего появления смайлики обращали на себя внимание лингвистов, однако единого мнения относительно данной системы выработано не было. Например, Г. МакКаллик сопоставляет смайлики с мимикой и жестами, которые «поддерживают» основной вербальный канал коммуникации при общении [1].

На данный момент существует огромное количество и разнообразие смайликов, но самой свободной системой смайликов в техническом аспекте является эмодзи. Актуальность данного исследования и заключается в том, что эмодзи является заметным трендом в современной интернет-коммуникации, недостаточно исследованным лингвистами.

Основные результаты

В последнее время общение, осуществляемое через смартфоны, стало гораздо популярнее, чем через компьютеры, а пользователям, общающимся в интернете, стали нужны символы, легко сочетающиеся с информацией (текстом) на разных платформах, распознающиеся как получателям, так и отправителем и обладающие достаточной экспрессией. Эту роль начал играть самый современный и популярный вид графических эдитов – эмодзи.

Создателем эмодзи считается Сигетака Курита. Он дополнил обычный текст мобильных сообщений символами, передающими эмоции. Эти символы были зашифрованы так, чтобы они напоминали буквы, и были просты в использовании. Таким образом был создан первый набор эмодзи, состоящий из 172 изображений. Символы эмодзи распознаются так же легко, как и буквы алфавита, и очень быстро внедряются в интернет-общение. Например, в последнее время наблюдается корреляция между снижением популярности ПТУ-стайла [6] и увеличением использования таких же эмодзи. Такие слова как "lol" (от англ. "laughing out loud"), "хохо" (означает «целую»), "omg" (от англ. "oh my god"), сошли на нет в своем использовании и вместо них стали употребляться эмодзи, обозначающие то же самое (рис. 1).



Рисунок 1 - Примеры часто используемых эмодзи
 DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3.1>

Примечание: а) "lol" (от англ. "laughing out loud"), б) "хохо" (означает «целую»), в) "omg" (от англ. "oh my god")

Эмодзи – это удобная и универсальная система небуквенных знаков, яркая и понятная, но в то же время предоставляющая пользователям широкий выбор и легко комбинируемая с текстом (рис. 2).

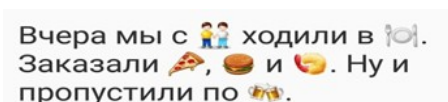


Рисунок 2 - Использование эмодзи в текстах сообщений
 DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3.2>

Интернет-коммуникация представляет собой «микс» письменной и устной речи, соответственно, все жанры интернет-коммуникации делятся на «письменные» (научные статьи, новости, художественные тексты) и «устные» (чаты, блоги и форумы). Из-за популярности смартфонов существует тенденция поляризовать жанры интернет-общения с учетом использования устройств при появлении текстов: все письменные жанры приблизились к стационарному компьютеру, а устные – к мобильным устройствам. Это обусловлено тем, что на обычном компьютере гораздо удобнее писать сложные и длинные тексты, требующие изменения и коррекции. Этот инструмент необходим для работы и учебы, то есть для тех областей, которые требуют более формального языка.

Смартфон всегда находится в непосредственной близости к владельцу, его гораздо удобнее использовать для обычного, повседневного общения, просмотра и публикации фото в социальных сетях (если автор хочет сразу поделиться новостью) (рис. 3).

annakhilkevich Я сегодня была самой счастливой на свете 😊😊😊 мы с Ри плавали в бассейне))) это было наше первое занятие по грудничковому плаванию 🧑🧑🧒
 🙏❤️ можно заниматься с 1,5 месяцев 🙌😊 в общем, я впечатлена, Арианна сладко спит, и мы очень-очень ждём следующего занятия 🧑🧒 знакомлю дочь с ЗОЖ с детства 😊🙌 Физкульт- привет!!!) #держисьхилькевич

Рисунок 3 - Эмодзи в «Instagram*»
 DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3.3>

Таким образом, мы наблюдаем, как «устные» жанры общения удаляются из компьютеров, форумов и веб-сайтов и «переходят» в приложения мобильных телефонов. Кроме того, люди с большей вероятностью будут «постить» фотографии сопровождая их маленькими публикациями, чем объемными текстами. Сеть «Instagram*» может служить ярким этому примером (рис. 4).



Рисунок 4 - Использование эмодзи в «Instagram*»
DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3.4>

В наших работах [4], [5] мы уже говорили о том, что интернет-общение изобилует орфографическими ошибками. Однако из-за того, что пользователи больше перенесли свое общение на смартфоны, орфографическая грамотность разговора в Интернете значительно возросла. Это связано с тем, что допускать ошибки стало гораздо сложнее. Написать слово на «олбанском» или ПТУ-стайле стало настоящей проблемой [6], поскольку телефон автоматически исправляет эти ошибки самостоятельно.

Еще одна особенность смартфонов – это многократное ускорение обмена сообщениями. Мобильный интернет доступен круглосуточно и без выходных, что позволяет пользователям постоянно находиться на связи. Включение эмодзи в сообщения также частично решает проблему скорости – например, общепринятой заменой слову «спасибо» служат графические «эдиты» (рис. 5).



Рисунок 5 - Эмодзи «спасибо»
DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3.5>

Суммируя вышесказанное, следует еще раз подчеркнуть, что интернет-коммуникация работает по совершенно иным правилам, чем устная и письменная речь и находится под сильным влиянием технических инноваций и быстро развивается.

Нами было проведено экспериментальное исследование гендерных особенностей употребления эмодзи в социальной сети «Instagram*». Данная сеть была выбрана по нескольким причинам:

- во-первых, эмодзи чаще всего используются в неформальном общении при помощи мобильных устройств. Тексты, доступные широкой аудитории, публикуются в социальных сетях, а социальная сеть «Instagram*» является второй по популярности сетью в России после «Вконтакте»;

- во-вторых, «Instagram*» – это сервис, который не позволяет публиковать и просматривать новости с компьютера. Социальная сеть полностью ориентирована на мобильные устройства и является отличным источником для сбора общедоступных текстов, опубликованных с мобильных устройств;

- в-третьих, в основном в этой социальной сети публикуются фотографии. Текст не может быть опубликован сам по себе, он может быть опубликован только в качестве сопровождения к определенному изображению. Следовательно, пользователи будут чаще использовать графические инструменты.

Поскольку использование эмодзи считается модным трендом, мы проанализировали авторов с большим количеством подписчиков, е-страницы которых отслеживает значительная аудитория. «Instagram*» – это сервис, которым пользуются в основном подростки, поэтому 40 студентов Юго-Западного государственного университета (20 мужчин и 20 женщин) в возрасте 18-24 лет попросили написать о самых популярных пользователях, на которых они подписаны. Таким образом были выбраны следующие авторы: *Annakhilkevich*, *xenia_sobchak*, *sashaspilberg*, *samburskaya*, *timatioofficial*, *borodylia*, *panufnik_anton*.

Нами были взяты 20 сообщений в хронологическом порядке от каждого автора. Это составило 140 сообщений. Кроме этого, каждое сообщение оценивалось по следующим параметрам:

1. Связь эмодзи с полом говорящего;
2. Связь эмодзи со знаками препинания;
3. Замена эмодзи какого-либо слова или понятия.

Наше исследование позволило сделать несколько важных выводов о функционировании эмодзи в тексте публикаций социальной сети «Instagram*». Итак, мы выяснили, что женщины все чаще и чаще используют эмодзи в

своих текстах: 70% (75) символов эмодзи использовали женщины, в то время как мужчины – только 32 из этих символов. Возможным объяснением этого могут быть более длинные предложения в тексте (длина высказываний женщин больше, чем у мужчин). Кроме того, было установлено, что женщины больше мужчин используют максимальное количество эмодзи в одном сообщении. В самом распространенном сообщении четыре женщины употребили более двенадцати эмодзи по количеству графических символов. У мужчин такой тенденции не наблюдалось.

Далее была изучена связь эмодзи и знаков препинания. Согласно полученным данным, в большинстве случаев одиночные эмодзи и группы эмодзи располагаются в тех же позициях, что и знаки пунктуации. В то же время некоторые знаки препинания сохраняются (вопросительный знак, восклицательный знак), а другие (запятая, точка) могут быть опущены (рис. 6).

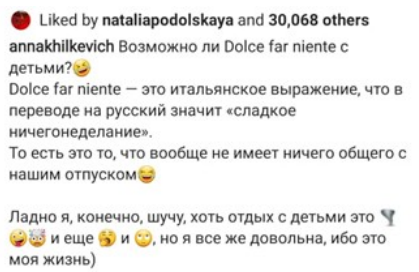


Рисунок 6 - Использование эмодзи в «Instagram*» Анной Хилькевич
DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3.6>

После анализа собранных данных стало ясно, что эмодзи размещаются в тексте либо после знаков препинания, либо вместо них, и крайне редко они ставятся перед знаками препинания (что хорошо видно в предыдущем примере). Эмодзи в четырех из пяти случаев занимает позицию знака препинания или дублирует его. Эмодзи используются для придания эмоциональной оценки утверждению (или его части), которое размещается перед символом. Мы также обнаружили, что знаки препинания, после которых ставятся эмодзи, являются восклицательным знаком (21% всех пользователей) и вопросительным знаком (в 4% случаев). Существует очень мало случаев, когда эмодзи дублировали бы такие знаки препинания, как точка или запятая.

Можно с уверенностью предположить, что функция эмодзи в тексте соответствует функциям запятых и точек. Они помогают разбить текст на значимые фрагменты [10] и, следовательно, могут легко заменять эти знаки препинания в сообщениях.

Восклицательный знак, по-видимому, очень близок к функции эмодзи: он передает эмоциональность высказывания [10]. И все же графические символы не могут полностью заменить их в тексте. Возможные причины этого заключаются в том, что восклицательный знак сам по себе является своего рода эмодзи, то есть он указывает на эмоции автора, а в сочетании с графическими символами более глубоко передают настроение (рис. 7).

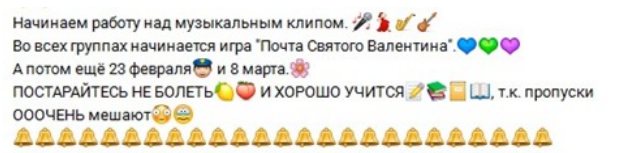


Рисунок 7 - Передача настроения с помощью эмодзи
DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3.7>

Следует также отметить, что частое и, возможно, чрезмерное использование восклицательных знаков является своего рода авторским стилем многих участников исследования. Тенденция к такого рода использованию восклицательных знаков приводит к более частым случаям их совместного использования с эмодзи.

По мнению многих исследователей [2], [3], [8], считается, что женская речь в интернет-общении более нормирована, то есть следует ожидать, что именно женщины предпочитают соблюдать нормы языка и расставляют все знаки препинания. Однако, судя по нашему эксперименту, это не так – в 67% случаев мужчины поступают именно так. Похоже, что женщины с большей вероятностью откажутся от норм пунктуации, чтобы включить в свою речь больше эмодзи.

Последней задачей нашего исследования было выяснить, заменяет ли эмодзи слово или понятие. В большинстве случаев эмодзи использовались вместо существительных, что неудивительно, поскольку большинство рисунков представляют собой конкретные объекты, явления и выражают эмоции (рис. 8).

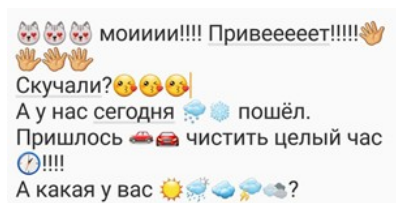


Рисунок 8 - Замена слов с помощью эмодзи
DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3.8>

В данном примере (рис. 8) легко восстановить текст «Кошечки мои! Привет! Скучали? А у нас сегодня дождь со снегом пошел. Пришлось машину чистить целый час! А какая у вас погода?»

Также у нас были примеры использования эмодзи для замены наречий и прилагательных (рис. 9):

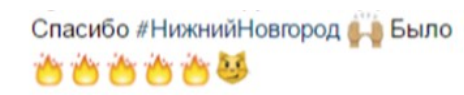


Рисунок 9 - Замена наречий с помощью эмодзи
DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3.9>

В этом примере сочетание эмодзи дает описание того, как прошел концерт. Вероятно, автор имел в виду «круто», «тепло», «горячо», «ярко». Интересно, что в данном случае вместо заключительного знака препинания используется эмодзи с изображением кошки. Этот последний знак не заменяет слово, а скорее выражает отношение автора к своему высказыванию.

Эмодзи нельзя интерпретировать без сопроводительного текста. Интернет-текст – это текст, в котором вербальные и визуальные компоненты образуют единое визуальное, структурное, семантическое и функциональное целое, которое обеспечивает его сложное прагматическое влияние на получателя.

По мнению О.В. Поймановой [9], существует несколько сценариев взаимодействия вербальных и изобразительных компонентов в тексте:

1. Репетиционные;
2. Аудитивные;
3. Выделительные;
4. Оппозитивные;
5. Интегративные;
6. Изобразительноцентрические [9].

Эта классификация не совсем подходит для наших исследовательских задач, поскольку изначально все исследуемые тексты по умолчанию связаны с центральностью изображения (в этом заключается особенности среды, в которой они публикуются). Однако такая классификация привлекает внимание к тому факту, что эмодзи также могут добавлять информацию к фото, выделять элемент, противоречить ему или вместе создавать новое значение.

В нашем исследовании проявились только 4 вида сценариев, изображенных на рисунке 10.

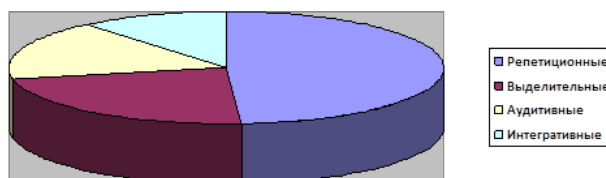


Рисунок 10 - Сценарии взаимодействия вербальных и изобразительных компонентов в тексте
DOI: <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3.10>

Заключение

В заключение мы пришли к выводу, что эмодзи являются важной частью интернет-общения, которая вносит большой вклад в развитие Интернета. Эмодзи не представляют собой полноценную языковую систему или «язык», и пользователи не пытаются общаться друг с другом только с помощью эмодзи, а используют их в сочетании с фото или текстом.

Полученные результаты вносят вклад в исследования русскоязычного интернет-общения и подчеркивают аспекты, которые ранее не затрагивались, например, использование графических «эдитов» – эмодзи в социальной сети

«Instagram*». Кроме того, полученные результаты могут помочь в анализе эмоциональной окраски сообщений в социальных сетях.

* Instagram — проект Meta Platforms Inc., деятельность которой в России запрещена.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. McCulloh G. Will We All Speak Emoji Language in a Couple Years? / G. McCulloh // *Mental_floss*. — 09.04.2015. — URL: <http://mentalfloss.com/article/62584/will-we-all-speak-emoji-language-couple-years> (accessed: 15.05.2016)
2. Гришкова В. И. Специфика речевого поведения мужчин и женщин в лингвистических исследованиях / В. И. Гришкова // *Язык для специальных целей. Система. Функции. Среда: сборник материалов Международной научно-практической конференции, Курск, 13—14 мая 2004 года / ответственный редактор Е. Г. Баянкина*. — Курск: Курск. гос. техн. ун-т, 2004. — С. 36-38.
3. Гришкова В. И. Проявление гендерного фактора в молодежном жаргоне / В. И. Гришкова // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Вопросы образования: языки и специальность*. — 2006. — № 1. — С. 53-56. — EDN IJEWFB.
4. Егорова В. И. Образ в виртуальной среде / В. И. Егорова // *Фундаментальные исследования. Филологические науки*. — 2012. — №9. — С. 956- 960.
5. Егорова В.И. Интернет язык и его особенности / В.И. Егорова // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика*. — 2016. — № 1 (18). — С. 52-56.
6. Егорова В.И. ПТУ-СТАЙЛ — одна из составляющих карнавальности / В.И. Егорова // *Известия Юго-Западного государственного университета*. — 2011. — № 2. — С. 158a- 161.
7. Егорова В.И. Эдиты виртуального общения / В. И. Егорова // *Современные исследования в гуманитарных и естественнонаучных отраслях: Сборник научных статей // Научный редактор В.И. Спирина*. — Часть V. — Москва: Издательство "Перо", 2020. — С. 73-79. — EDN FUXWBP.
8. Касумова М. Ю. Специфика гендерной коммуникации в интернетсреде / М. Ю. Касумова, Сердар Мерве // *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. — 2013. №5. — URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-gendernoy-kommunikatsii-v-internet-srede> (дата обращения: 15.05.2023)
9. Пойманова О. В. Семантическое пространство видеотекста: автореф. дисс. канд. филол. наук / О. В. Пойманова. — М., 1997.
10. Розенталь Д.Э. *Справочник По Правописанию, Произношению, Литературному Редактированию* / Д.Э. Розенталь, Е.В. Джанджакова, Н.П. Кабанова. — М.: ЧеРо, 1999. — §75, 77.

Список литературы на английском языке / References in English

1. McCulloh G. Will We All Speak Emoji Language in a Couple Years? / G. McCulloh // *Mental_floss*. — 09.04.2015. — URL: <http://mentalfloss.com/article/62584/will-we-all-speak-emoji-language-couple-years> (accessed: 15.05.2016)
2. Grishkova V. I. Specifica rechevogo povedeniya muzhchin i zhenshchin v lingvisticheskikh issledovaniyah [The Specifics of the Speech Behavior of Men and Women in Linguistic Research] / V. I. Grishkova // *Yazyk dlya special'nyh celej. Sistema. Funkcii. Sreda: sbornik materialov Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Kursk, 13—14 maya 2004 goda [A Language for Special Purposes. System. Functions. Wednesday: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference, Kursk, May 13-14, 2004]* // chief ed. E. G. Bayankina — Kursk: Kursk State Technical University, 2004. — p. 36-38. [in Russian].
3. Grishkova V. I. Proyavlenie gendernogo faktora v molodezhnom zhargone [The Manifestation of the Gender Factor in Youth Jargon] / V. I. Grishkova // *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Voprosy obrazovaniya: yazyki i special'nost' [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Education Issues: Languages and Specialty]*. — 2006. — № 1. — p. 53-56. — EDN IJEWFB [in Russian].
4. Egorova V. I. Obraz v virtual'noj srede [Image in a Virtual Environment] / V. I. Egorova // *Fundamental'nye issledovaniya. Filologicheskie nauki [Fundamental Research. Philological Sciences]*. — 2012. — №9. — p. 956- 960 [in Russian].
5. Egorova V.I. Internet yazyk i ego osobennosti [Internet Language and Its Features] / V.I. Egorova // *Izvestiya YUgo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika [Proceedings of the Southwestern State University. Series: Linguistics and Pedagogy]*. — 2016. — № 1 (18). — p. 52-56 [in Russian].
6. Egorova V.I. PTU-STAJL — odna iz sostavlyayushchih karnaval'nosti [Vocational SCHOOL—STYLE is One of the Components of Carnival] / V.I. Egorova // *Izvestiya YUgo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta [Proceedings of the Southwestern State University]*. — 2011. — № 2. — p. 158a- 161 [in Russian].

7. Egorova V.I. Edity virtual'nogo obshcheniya [Edits of Virtual Communication] / V. I. Egorova // *Sovremennye issledovaniya v gumanitarnykh i estestvennonauchnykh otraslyah: Sbornik nauchnykh statej* [Modern Research in the Humanities and Natural Sciences: Collection of scientific articles] // Scientific editor V.I. Spirina. — Part V. — M.: "Pero" Publishing House, 2020. — p. 73-79. — EDN FUXWBP [in Russian].
8. Kasumova M. YU. *Specifika gendernoj kommunikacii v internetsrede* [The Specifics of Gender Communication in the Internet Environment] / M. YU. Kasumova, Serdar Merve // *Aktual'nye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk* [Actual Problems of Humanities and Natural Sciences]. — 2013. №5. — URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-gendernoy-kommunikatsii-v-internet-srede> (accessed: 15.05.2023) [in Russian]
9. Pojmanova O. V. *Semanticheskoe prostranstvo videoverbal'nogo teksta: [Semantic Space of the Video Verbal Text]: abstract of the dissertation for PhD in Philology/ O. V. Pojmanova.* — M., 1997 [in Russian].
10. Rozental D.E. *Spravochnik Po Pravopisaniyu, Proiznosheniyu, Literaturnomu Redaktirovaniyu* [Handbook Of Spelling, Pronunciation, Literary Editing] / D.E. Rozental, E.V. Dzhandzhakova, N.P. Kabanova. — M.: ChRo, 1999. — §75, 77. [in Russian]