

Пигина Екатерина Сергеевна

**СМАЙЛИК КАК ЭЛЕМЕНТ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

Статья посвящена изучению и описанию функционирования в процессе виртуальной коммуникации паралингвистических знаков – параграфем, в частности смайликов. Обладая способностью самостоятельно передавать эмоцию, смайлики часто комбинируются с вербальным высказыванием и выступают, таким образом, в роли дублеров и усилителей соответствующих вербальных конструкций. Исследованный материал позволяет утверждать, что, изменяя определенным образом эмоционально-психологическое состояние партнеров по коммуникации и являясь хорошим способом передачи эмоции при виртуальном общении, адекватные параграфемы повышают информативность и прагматизм коммуникации в сети Интернет.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2013/11-2/38.html](http://www.gramota.net/materials/2/2013/11-2/38.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2013. № 11 (29): в 2-х ч. Ч. II. С. 144-146. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2013/11-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2013/11-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_phil@gramota.net](mailto:voprosy_phil@gramota.net)

УДК 81

**Филологические науки**

*Статья посвящена изучению и описанию функционирования в процессе виртуальной коммуникации пара-лингвистических знаков – параграфем, в частности смайликов. Обладая способностью самостоятельно передавать эмоцию, смайлики часто комбинируются с вербальным высказыванием и выступают, таким образом, в роли дублеров и усилителей соответствующих вербальных конструкций. Исследованный материал позволяет утверждать, что, изменяя определенным образом эмоционально-психологическое состояние партнеров по коммуникации и являясь хорошим способом передачи эмоции при виртуальном общении, адекватные параграфемы повышают информативность и прагматизм коммуникации в сети Интернет.*

*Ключевые слова и фразы:* параграфема; смайлик; эмоция; коммуникация; Интернет.

**Пигина Екатерина Сергеевна***Российский государственный социальный университет**ekaterina\_pervai2@mail.ru***СМАЙЛИК КАК ЭЛЕМЕНТ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ  
В ОРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ<sup>©</sup>**

Жест, мимика, движение, взгляд, интонация – весь спектр невербальных способов передачи информации служит тем средством, с помощью которого человек передает (вольно или невольно) свое отношение к фактам реальной действительности. Происходит то, что Г. Е. Крейдлин называет «экстериоризацией чувств» [4, с. 220]. Известно также, что степень эмоциональной экспрессивности оказывает существенное влияние на характер межличностных отношений; от того, какими средствами и насколько адекватно осуществляется передача чувств и эмоций, может повышаться или ослабляться информативность и прагматичность коммуникации [1, с. 167]. Чрезмерная сдержанность, как и чрезмерная открытость, зачастую становится препятствием для установления нормальных отношений между людьми. Между тем в современном многополярном мире «умение правильно интерпретировать и использовать получаемую нами информацию о том, что чувствуют другие люди, – один из необходимых навыков для современного человека» [13, с. 76].

Сегодня «Интернет становится инструментом экспансии языков и культур, а также превращается в своеобразную лабораторию испытаний над естественным языком, где язык растягивают, перемешивают, разбавляют и проделывают над ним множество операций» [2].

Как отмечает Л. Г. Флджян, «пользователи Интернета очень часто прибегают к неязыковым – параграфемическим средствам, которые все больше приобретают популярность и заменяют традиционные языковые средства. Различные эмодзи стали одним из основных средств выражения эмоций в сетевых разговорных жанрах. Традиционные графические знаки также находят новые формы реализации: многократное использование восклицательных и вопросительных знаков, запятых и многоточий, пробелов, использование заглавных букв приводит к отклонению языковых норм. Новые дискурсивные отношения, установившиеся между субъектами коммуникации в новой виртуальной реальности, способствуют развитию новых лингвистически релевантных особенностей глобальной сети и нового электронного языка» [9, с. 183].

Для того чтобы вызвать у собеседника положительные эмоции, в процессе естественной коммуникации собеседники часто пользуются специальной лексикой или какими-либо невербальными действиями – жестовыми, мимическими или интонационными [11, с. 198]. Однако в процессе интерактивного общения, столь популярного в наши дни, собеседники не видят ни глаз, ни мимики, ни жестыкуляции друг друга – всего того, что способствовало бы адекватному пониманию. Тем более что во время интернет-общения использование длинных блоков, описывающих эмоции, является некорректным. Приоритетным считается построение как можно более лаконичной и информативной фразы, ведь в интерактивном общении главное – передача информации с максимально возможной скоростью. Но при этом собеседники стремятся, конечно же, быть правильно понятыми, не обидеть реципиента и не вызвать его агрессию. Для этого важно послать какой-либо сигнал, свидетельствующий о хорошем отношении к собеседнику, что будет способствовать успеху коммуникации. Для этого и используются такие средства невербального общения, как параграфемы, в частности смайлики.

Термин «параграфемика», введенный в научный обиход Э. Хэмпом, означает «систему графических элементов, которые существуют наряду с графемной системой, но не входят в набор собственно дифференциально-графических противопоставлений» [10, с. 190]. Н. Л. Шубина определяет параграфемы как вторичные по отношению к языку невербальные средства, сопровождающие письменную речь и способствующие восприятию и пониманию текста читателем [12, с. 112].

Существует мнение, что предшественниками смайликов стали театральные ремарки, которые авторы пьес оставляют на полях рукописи для того, чтобы подсказать актерам эмоцию, необходимую по ходу пьесы. Интернетовским пользователям для общения явно не хватало таких театральные ремарок. Ведь, как и в литературе, в сети Интернет всевозможные человеческие чувства – гнев, радость, сострадание – изображались длинными блоками текста, причем авторы кроме непосредственно слов могли использовать только знаки препинания. Это было долго и неудобно. И, чтобы сэкономить время, но в то же время выразить чувства и эмоции,

пользователи стали привлекать к разговору театральные ремарки. Но и это оказалось слишком длинным. Вскоре ремарки были заменены короткими сочетаниями стандартных компьютерных символов – смайликами.

Смайлики (от англ. *smile* – улыбка) – это значки, составленные из знаков препинания, букв и цифр, обозначающие какие-либо эмоции. Смайлик, если посмотреть на него, повернув голову на 90 градусов, – это рожица, сложенная из цифр, букв, знаков препинания и других клавиатурных символов. На сегодняшний день смайлик является, пожалуй, лучшим способом передать чувства и эмоции при виртуальном общении. Маленькие забавные рожицы, которые вставляются в текст, избавляют от необходимости писать длинные тексты о ваших переживаниях – одним-единственным смайликом можно описать целое событие.

Сложно сказать, кто первым придумал смайлик. Нам нравится версия, приписывающая авторство его создания В. В. Набокову, который в апреле 1969 года сказал в интервью корреспонденту газеты *“The New York Times”* Олдену Уитмену: *“Often think there should exist a special typographical sign for a smile – some sort of concave mark, a supine round bracket”* / «Мне часто приходит на ум, что надо придумать какой-нибудь типографический знак, обозначающий улыбку, – какую-нибудь закорючку или упавшую навзничь скобку» [5, с. 193]. Другие утверждают, что ещё в декабре 1963 года американский художник Харви Болл (англ. *Harvey Ball*) создал первое графическое изображение эмоции в виде 2 точек и дуги в жёлтом круге по заказу компании *The State Mutual Life Assurance*. Это изображение впоследствии использовалось во многих компаниях, торговых марках и слоганах. Но известным всему миру смайлик стал лишь в 1970-е, когда был придуман слоган *“Have a Happy Day”*. Улыбка с таким девизом сразу стала хитом, и вскоре смайлик появился на эмблемах, открытках, футболках и бейсболках – одним словом, на всём, что может быть быстро продано. Ну, а привычный компьютерный смайлик :-)) изобретен профессором Скоттом Фалманом (англ. *Scott E. Fahlman*), его и считают «официальным отцом» смайлика. Сегодня смайлики можно увидеть в электронной почте, на сайтах, на значках, на календарях, а также на любой поверхности, где их только можно нарисовать.

В коммуникативном общении, в том числе и интерактивном, важным является впечатление, произведенное на собеседника или слушателя. Внешнее впечатление складывается не только из вербальной составляющей, но и из целого ряда паралингвистических элементов (жестов, мимики, интонации), которые, в крайней мере, при первом контакте воспринимаются бессознательно. В эмоциональном воздействии смайлика как элемента паралингвистики следует различать бессознательное воздействие и намеренное. Возможность бессознательного невербального воздействия связана, по-видимому, с возникновением у коммуникантов инстинктивных ассоциаций. «Знаковая система естественного языка – это знаковая система сознательного языка, она реализует в речи, как правило, то, что вы осознанно собираетесь в ней реализовать; а знаковая система паралингвистики – это семиотика бессознательного, она реализует те мотивы, которые находятся в бессознательном. Зона бессознательного в известной мере противоречит зоне сознания» [3, с. 437].

Возможно, успех смайликов обусловлен еще и тем, что они напоминают нам наши первые детские рисунки. Ведь рисование – один из главнейших приемов риторики, оно делает речь наиболее доходчивой и запоминающейся, поскольку затрагивает не только разум, но и эмоции читателей. Психологический и нравственный опыт детства, как известно, в значительной мере определяет инстинктивные реакции человека на те или иные воздействия в течение всей жизни. Неосознанная знаковость детских впечатлений надолго (или навсегда) определяет выбор приоритетов. Вследствие этого информация, передаваемая смайликом, воспринимается неосознанно, нашим подсознанием. Таким образом, она затрагивает не только разум, но и чувства реципиента.

Нам представляется очень важным то обстоятельство, что смайлик передает чаще всего именно улыбку. На роли улыбки в коммуникации следует остановиться отдельно. Не случайно многие современные пособия по психологии общения советуют своим читателям как можно чаще улыбаться и демонстрировать всякого рода положительные эмоции, уверяя (не без оснований, впрочем), что это существенно влияет на самоощущение и способствует коммуникативному успеху. Участники реальной коммуникации довольно часто прибегают к такому методу, в том числе как к средству маскировки негативных эмоций. «Улыбка все более социологизируется в России (несмотря на такую стандартную характеристику русского поведения, как бытовая неулыбчивость) и становится обязательным элементом коммуникативного взаимодействия» [6, с. 27]. Интересно еще и то, что смайлик как символ улыбки может быть введен в коммуникацию намеренно, например для маскировки чувств или эмоций.

Известно, что в Америке, на родине смайлика, характерно открытое и яркое выражение положительных эмоций, пусть даже не всегда искренних. Азиатский смайлик принял совсем другой вид – его можно прочесть, не переворачивая, он содержит больше символов. Характерной чертой азиатских смайликов является акцент на глазах, а не на губах, как это принято в Америке. Связано это, очевидно, с тем, что в восточных культурах возбраняется открытое проявление эмоций. Это прослеживается во всей культуре Востока, даже японские мультфильмы аниме или манго являются показательными в этом смысле. Герои этих мультфильмов изображаются с неестественно большими глазами и маленьким ртом, глаза занимают практически всё лицо. Все эмоции в этих мультфильмах выражаются изменением формы глаз и символов возле них. Такие же символы можно встретить и в азиатских смайликах. Нужно отметить, что азиатские смайлики в сети не прижились.

В заключение следует подчеркнуть, что невнимание к иной культуре, навязывание другому народу собственных культурных ориентиров, существующих в своей стране в качестве нормы поведения, становится источником непонимания, нежелания взаимодействовать, неприязненного отношения представителей различных народов друг к другу. Для России, к сожалению, характерна бытовая неулыбчивость, она, к сожалению, является пока еще нормой в нашей стране. Смайлики же позволяют выражать эмоции, не опасаясь осуждений за чрезмерную открытость. А улыбка, как известно, способствует налаживанию продуктивной коммуникации не только в сети Интернет, но и в жизни.

## Список литературы

1. Боева Е. Д. Когнитивная паралингвистика. Анапа, 2005. 402 с.
2. Войскунский А. Е. Развитие речевого общения как результат применения Интернета [Электронный ресурс]. URL: <http://banderus2.narod.ru/80194.html> (дата обращения: 12.10.2013).
3. Зарецкая Е. Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации. М., 1999. 626 с.
4. Крейдлин Г. Е. Кинесика // Григорьева С. А., Григорьев Н. В., Крейдлин Г. Е. Словарь языка русских жестов. М. – Вена, 2001. 367 с.
5. Набоков В. В. Набоков о Набокове и прочем. М., 2002. 260 с.
6. Панченко Н. Н. Ложь в коммуникации // Лаборатории коммуникативных исследований ВГПУ: мат-лы семинара. М., 2004. С. 25-27.
7. Рыбакова О. Н. Дискурсивные, коммуникативные, прагматические и семиотические характеристики англоязычной печатной рекламы: автореф. дисс. ... к. филол. н. Иваново, 1999. 153 с.
8. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого общения. М., 1990. С. 180-186.
9. Флджян Л. Г. Об особенностях межкультурной коммуникации в сетевом пространстве // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 8. Ч. 1. С. 182-185.
10. Хэмп Э. Словарь американской лингвистической терминологии. М., 1964. 264 с.
11. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. М., 2008. 208 с.
12. Шубина Н. Л. Пунктуация современного русского языка: учебник. Изд-е 1-е. М.: Академия, 2006. 256 с.
13. Экман П. Психология эмоций / пер. с англ. В. Кузина. СПб., 2010. 336 с.

## SMILEY AS ELEMENT OF EMOTIONAL IMPACT IN ORGANIZATION OF INTERNET COMMUNICATION

**Pigina Ekaterina Sergeevna**  
 Russian State Social University  
 ekaterina\_pervaia2@mail.ru

The article is devoted to the study and description of the functioning of paralinguistic signs – paragraphemes, in particular smileys in the process of virtual communication. Having the property to convey emotion on their own, smileys are often combined with the verbal statement and act as the doublers and amplifiers of appropriate verbal constructions. According to this material it is stated that changing communication partners' emotional-psychological state in a certain way and being a good method for conveying the emotions in virtual communication, adequate paragraphemes increase informational and pragmatic content of communication on the Internet.

*Key words and phrases:* paragrapheme; smiley; emotion; communication; Internet.

УДК 8.81.811

## Филологические науки

*В статье рассматриваются эмотивные глаголы, описывающие каузацию субъектом собственного эмоционального переживания. Разнообразные формы выражения глагольных предикативов, их семантико-функциональные признаки, лексические средства маркировки участника ситуации, выраженного на синтаксическом уровне дополнением, выделение ряда групп глагольных эмотивов по критерию «возможность / невозможность» каузации субъектом собственного эмоционального переживания или каузации переживания у другого лица – особенности представления собственной эмоциональной сферы субъекта.*

*Ключевые слова и фразы:* глагол; эмотивность; каузация; возвратность; переходность/непереходность.

**Полежаева Светлана Серафимовна**, к. филол. н., доцент  
 Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко, Молдова  
 pssd@idknet.com

ОСОБЕННОСТИ ГЛАГОЛЬНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СОБСТВЕННОЙ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СФЕРЫ СУБЪЕКТА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ. ВОЗВРАТНОСТЬ<sup>©</sup>

В современной лингвистике как приоритетные рассматриваются направления, изучающие роль языка в жизнедеятельности человека. Интерес исследователей (Ю. Д. Апресяна, Н. Д. Арутюновой, А. Вежицкой, Ю. Н. Караулова, Е. С. Кубряковой, Е. В. Падучевой, Ю. С. Степанова и др.) обращен к вопросам, связанным с тем, какие стороны человеческой жизни и каким образом получают отражение в языке.

Одна из важнейших сфер человека – эмоциональная, она находит яркое и многообразное выражение в языке. Эмотивная лексика отражает опыт интроспекции многих поколений и может служить надежным проводником во внутренний мир человека [1]. В русском языке семантическое поле чувств является хорошо разработанным, эмотивная лексика тонко дифференцирована. «Высокий эмоциональный накал русской речи» [4] создается за счет богатства языковых средств выражения и номинации эмоций и существующей у носителей русского языка установки на их выражение и описание.