

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

УДК 80.811.161.1

<http://doi.org/10.30515/0131-6141-2025-86-2-96-107>

Эмодзи в разных сферах коммуникации

Сабина Гадир-кызы Бусарева

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, г. Нижний Новгород, Россия, sabina.sapharova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6940-2193>

Аннотация. В статье рассматриваются поликодовые тексты, в которых содержатся эмодзи, дается характеристика структуры отдельных высказываний и определяется роль эмодзи в передаче фактуальной информации. На основе когнитивно-дискурсивного и коммуникативно-прагматического методов дан анализ языкового материала – эмодзи-статусов социальной сети «ВКонтакте»; рекламных заголовков электронных рассылок; эмодзи-ребусов в рамках онлайн-викторин; онлайн-тестов с использованием эмодзи; адаптаций произведений У. Шекспира, переведенных на русский язык. Цель статьи состоит в выявлении специфики функционирования эмодзи в поликодовых текстах русскоязычного сегмента Интернета, относящихся к различным коммуникативным сферам (интернет-общение, реклама, образование, развлечения, искусство и др.). Автор исходит из положения о том, что эмодзи в пространстве интернет-коммуникации обладают расширенной сферой функционирования. В ходе анализа языковых фактов показано, что в зависимости от ситуации общения и типа референтной соотнесенности вербальных и визуальных компонентов эмодзи могут быть использованы как знаки дублирования, экспликации или субституции вербальной части высказывания, а также могут выполнять жанрообразующую (эмодзи-статусы, эмодзи-ребусы) и текстообразующую функции. При изучении источников, содержащих сведения об эмодзи, автором установлены различия в представлении об эмодзи в научной, научно-популярной, справочной и методической литературе, что свидетельствует о сохраняющейся новизне эмодзи как элементов поликодового текста. В результате исследования автор делает вывод об активном участии эмодзи в формировании высказываний, обладающих тематической разнородностью, о полифункциональности данных знаков в зависимости от сферы коммуникации и ситуации общения.

Ключевые слова: лингвистика текста, мультимодальность, поликодовый текст, эмодзи, интернет-коммуникация, русский язык Интернета

Источник финансирования. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00368, <https://rscf.ru/project/23-28-00368/>

Для цитирования: Бусарева С. Г. Эмодзи в разных сферах коммуникации // Русский язык в школе. 2025. Т. 86, № 2. С. 96–107. <http://doi.org/10.30515/0131-6141-2025-86-2-96-107>.

ORIGINAL RESEARCH ARTICLE

Emoji in different spheres of communication

Sabina G. Busareva

National Research Nizhny Novgorod Lobachevsky State University, Nizhny Novgorod, Russia, sabina.sapharova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6940-2193>

Abstract. The article examines polycode texts containing emoji. Moreover, it characterises the structure of individual utterances, and determines the role of emoji in conveying factual information. Cognitive-discursive and communicative-pragmatic methods enabled an analysis of linguistic material which included emoji statuses from the “VKontakte” social networking service, advertising headlines of electronic newsletters, emoji rebuses in online quizzes, online tests using emoji, adaptations of W. Shakespeare’s works translated into Russian. The article aims to identify the distinctive features of emoji functions in polycode texts of the Russian-language segment of the Internet. The texts are related to various communicative spheres including Internet communication, advertising, education, entertainment, art, and others. The study proceeds from the thesis that emoji have an extended sphere of functioning in the Internet communication context. The analysis of linguistic facts shows that emoji can be used as signs of duplication, explication, or substitution of the verbal part of the utterance depending on the communication situation and the type of referential correlation between their verbal and visual components. Moreover, emoji can also perform genre-forming (emoji statuses, emoji rebuses) and text-forming functions. The examination of sources containing information about emoji enabled the author to identify differences in the conception of emoji in scientific, popular science, reference, and methodological

literature, which indicates that emoji as elements of polycode texts are still a novel phenomenon. As a result of the study, it is concluded that emoji actively participate in the production of utterances which are thematically heterogeneous and that these signs can be multifunctional depending on the communication sphere and situation.

Keywords: text linguistics, multimodality, polycode text, emoji, internet communication, Russian internet language

Funding source. The study was supported by the Russian Science Foundation, grant No. 23-28-00368, <https://rscf.ru/project/23-28-00368/>

For citation: Busareva S. G. Emoji in different spheres of communication. *Russkii yazyk v shkole = Russian language at school*. 2025;86(2):96–107. (In Russ.). <http://doi.org/10.30515/0131-6141-2025-86-2-96-107>.

Введение. Лингвистические исследования новейшего времени отражают специфику информационного обмена в цифровую эпоху. Структурная неоднородность текстов, возникающих и впоследствии функционирующих в интернет-пространстве, свидетельствует о комплексном характере коммуникации, под которой современные ученые понимают «интегративное речемыслеиспытательное пространство, природа которого не сводится к языку» [Шарандин 2019: 118].

В. М. Алпатов акцентирует внимание на том, что, изучая факты языка, лингвист находится в проблемной ситуации методологических ограничений, связанных со спецификой изучаемого материала: «Постоянно идет борьба стремления к строгому изучению своего объекта по образцу естественных наук, с опорой на наблюдаемые факты, и желание рассматривать язык вместе с говорящим на нем человеком, с учетом интуиции, интроспекции и творческих способностей людей» [Алпатов 2015: 18].

Постулат А. Е. Кибрика о незавершенности процесса лингвистической экспансии — «каждый раз снятие очередных ограничений дает новый толчок лингвистической теории, конкретным лингвистическим исследованиям» [Кибрик 1992: 20] — находит отражение в изучении новейших дискурсивных практик. Как отмечает В. Е. Чернявская, «можно констатировать расширение предметных границ лингвистики, изменение ее теоретических представлений о речевой системности, перемещение фокуса на информацию о поликодовом характере коммуникации, о роли иных семиотических кодов в организации высказывания в социальном взаимодействии (курсив наш. — С. Б.)» [Чернявская 2021: 8]. Объектом исследований все чаще становятся поликодовые тексты — вербально-визуальные единства, в которых «для выражения

смыслов значимы различные семиотические ресурсы и коммуникативные форматы» [Там же: 173].

В исследовании начала XXI в., посвященных анализу языка Интернета, эксплицируется проблематика, связанная с употреблением эмодзи и других визуальных элементов, а именно:

- специфика функционирования эмодзи в виртуальной межличностной коммуникации [Крылов 2017; Emoticons... 2019];
- роль эмодзи в формировании и дальнейшей трансформации технически опосредованных жанров¹ маяка [Елина, Фризен 2018] и невербального ответа [Крылов 2022];
- возможность использования эмодзи в качестве цифрового доказательства / средства выражения волеизъявления в отечественной судебной практике [Селькова 2023; Фролова, Берман 2024], а также криминалистического исследования данных знаков как объектов судебной лингвистической экспертизы [Бабук 2024];
- статус эмодзи как элемента мультимедиа интернет-стилистики [Стилистические доминанты... 2020; Клушина, Николаева 2020], иконической стилистики [Тошович 2018: 97];
- влияние эмодзи на выражение эмоций в ситуации аналоговой, а не компьютерно-опосредованной коммуникации [Юнова 2023];
- участие эмодзи в замене словесных позиций [Бабук 2023] и преобразовании структуры словесных конструкций [Матусевич 2014; Полидовец 2021; Сонин 2016];
- случаи неконвенционального употребления эмодзи в функции прагматических маркеров в текстах современной

¹ В дополнение к указанным жанрам в данной статье рассматриваются жанры эмодзи-статуса и эмодзи-ребуса (см. ниже).

русскоязычной поэзии [Захаркив 2021; Соколова 2024];

- динамика текстуальности и речемыслительной деятельности, связанная с использованием поликодовых сообщений [Сонин, Мичурин 2012].

Интернет, как отмечают исследователи, «является самым широким, самым разнообразным и самым сложным коммуникативным пространством, средством и каналом связи, придуманным и созданным когда-либо человеком» [Тошович 2018: 31]. Специфика изучения языка Интернета во многом определяется тем, что его «стилистическое пространство... структурируется с помощью взаимообусловленных стилевых доминант, наиболее важными из которых представляются: **устность, компрессия и мультимедиальность и креативность**» [Стилистические доминанты... 2020: 137]. В частности, в подобных текстах особенно ярко проявляется «доминанта мультимедиальности в стилистическом пространстве интернета (частным проявлением которой становится язык эмодзи)» [Там же].

Включение эмодзи (от яп. 絵 [э] ‘изображение’ + 文字 [модзи]/[моджи] ‘знак’) в структуру высказывания на естественном языке может быть соотнесено с современными коммуникативными условиями и потребностями, с влиянием вышеупомянутых стилевых доминант устности и компрессии, а также с историей изобретения дорожных знаков, которые изначально содержали в себе только вербальные компоненты, однако впоследствии были заменены на графические знаки: «текстовые знаки... сложно читать на высокой скорости – и нужно что-то более удобное для восприятия. С ростом мобильности все более актуальной становилась и другая проблема: водитель легко мог оказаться в стране, язык которой был ему незнаком. В результате дорожные знаки превратились едва ли не в единственный общераспространенный в мире пиктографический язык, выражающий довольно большой и разнообразный набор значений» [Пиперски 2017: 64]. Мы также отмечаем увеличение количества поликодовых текстов, в которых наблюдается взаимодействие единиц естественного и искусственного языков, что свидетельствует о необходимости описания и научного осмысления комплексных объектов интернет-коммуникации.

Цель исследования – выявление специфики функционирования эмодзи в поликодовых текстах, относящихся к различным коммуникативным сферам (интернет-общение, реклама, образование, развлечения, искусство и др.).

Методы и материалы исследования. В работе используется исследовательский инструментарий комплексного, семантического и функционального, анализа эмодзи, который основан на методах когнитивно-дискурсивного и коммуникативно-прагматического анализа поликодового текста, представленных в работах [Бабук 2023; Соколова 2023; Сонин 2016; Чернявская 2021; Emoticons... 2019]. Использован компонентный метод при моделировании семантико-синтаксической структуры предложения, включающего элементы различных кодовых систем.

Материалом исследования послужили фрагменты повседневного технически опосредованного общения в социальной сети «ВКонтакте»; рекламные заголовки электронных рассылок; эмодзи-ребусы в русскоязычном сегменте Интернета; переведенные на русский язык адаптации произведений У. Шекспира (авторы Бретт Райт и Кортни Карбоун).

Анализ. Эмодзи и(ли) смайлики? Эмодзи как система знаков развивалась параллельно смайликам (эмотиконам), которые предложил использовать американский специалист в области информационных технологий Скотт Эллиот Фалман в 1982 г. Нередко по этой причине слова *эмодзи* и *смайлик* употребляются как синонимы.

Так, некоторые исследователи невербальной коммуникации предлагают не «проводить различий между эмотиконами и эмодзи, рассматривая их как феномены одного порядка» [Китова 2016: 657]. В «Словаре молодежного и интернет-сленга» один из разделов озаглавлен как «Словарь смайликов», хотя в этом разделе содержатся пиктограммы типа «<:3)~~~~~» ‘мышь’, «_@/» ‘улитка’, «d(i)b» ‘бабочка’, «с~/» ‘полный стакан’, «<><>» ‘нарезанная пицца’² и др., не имеющие отношения к эмотивной сфере коммуникации.

² Словарь молодежного и интернет-сленга. Толкование более 10 000 слов и выражений / авт.-сост. Н. В. Белов. Минск: Харвест, 2007. С. 247–248.

По нашему мнению, определение эмодзи через смайлики и наоборот (см., например: [Романов 2018; Конишевский, Кушнарева, Ветров 2019: 29]), неразграничение этих явлений не вполне корректны.

Частью эмодзи действительно являются смайлики³, или эмотиконы (англ. *emoticon*, от *emotion* + *icon* ‘эмоциональная иконка, картинка’) – графические знаки, изображающие различные эмоции. В последней версии эмодзи (Emoji 16.0) насчитывается 3790 знаков, из них к числу эмотиконов можно отнести около 20 % знаков, из чего можно сделать вывод, что не все эмодзи являются эмотиконами.

Эмодзи в научной, научно-популярной, справочной и методической литературе. Как показывает анализ различных источников, термин *эмодзи* используется в научной, научно-популярной, справочной и методической литературе – в изданиях, имеющих различную целевую аудиторию. В подобных текстах можно обнаружить попытку не только определить эмодзи и их роль в высказывании, установить отличия эмодзи от ранее возникших неязыковых систем, но и спрогнозировать уместность их повсеместного употребления на последующих временных срезах развития языка.

М. Б. Попов и С. В. Друговейко-Должанская в учебнике современной русской графики, орфографии и пунктуации относят эмодзи к неалфавитным знакам русского письма и определяют их как «пиктограммы, используемые в интернет-коммуникации» [Друговейко-Должанская, Попов 2019: 351], обращая внимание на функцию этих знаков в коммуникации: «Однако эмодзи призваны не только передавать эмоцию пишущего, но и служить заместителями слов, поэтому при помощи эмодзи могут быть созданы целые тексты» [Там же].

В научно-популярной литературе существуют полярные точки зрения относительно общеупотребительности эмодзи: в одних публикациях содержится осторожный прогноз в отношении эмодзи как универсального средства общения, в других – отрицание подобного совершенствования и развития эмодзи в цифровую эпоху.

³ В русскоязычном сегменте Интернета зафиксированы также варианты *смайлы* и *лыбки* (об этом подробнее см. [Гусейнов 2012: 179]).

А. Ч. Пиперски отмечает, что «универсальный язык... со всей неизбежностью должен быть пиктографическим, основанным на использовании иконических знаков... В наши дни шанс стать общепринятым стандартом имеют эмодзи, но посмотрим, как сложится их судьба» [Пиперски 2017: 83–84].

Мнение М. А. Кронгауза об универсальности эмодзи представляется не таким оптимистичным: «...что будет с эмодзи дальше, пока непонятно. В значительной степени все зависит от того, кто будет ими пользоваться, насколько эмодзи будут характеризовать автора сообщения. Сегодня смайлик почти никак не характеризует человека, и если он моложе определенного возраста, то для него это почти обязательный элемент письменной речи. А эмодзи – элемент необязательный, и человек, который использует эмодзи, тем самым дает понять, что принадлежит к определенной группе, это такая особая самохарактеристика, с точки зрения коммуникации. Поэтому, на мой взгляд, рано называть эмодзи неким важным достижением нашей культуры, рано говорить, что это устойчивый элемент письменной речи. Надо подождать еще пять-десять лет»⁴.

Отметим также, что М. А. Кронгауз связывает расширение инвентаря эмодзи не столько с коммуникативными, сколько с эстетическими причинами: «...мы имеем дело с огромным разнообразием, потому что пользователи интернета придумывают все новые и новые эмодзи. Но все это, скорее, ради эстетики, не ради коммуникации»⁵.

При строгом следовании данной точке зрения трудно понять, с какой целью используются эмодзи, отражающие современные общественные процессы, поскольку в этом изменении содержится важное соотношение между процессами неологизации в естественном и искусственном языках. Например, такие эмодзи, как «☞» ‘шприц’ (2015)⁶ или «🦠» ‘бактерия, вирус’

⁴ Кронгауз М. А. Можно ли общаться с помощью эмодзи [Электронный ресурс]. URL: <https://nplus1.ru/blog/2018/07/17/emoji-not-smiley> (дата обращения: 24.03.2024).

⁵ Там же.

⁶ В скобках дается информация о времени включения эмодзи в международную кодовую систему “Unicode”.

(2018), активно использовались в русскоязычном сегменте Интернета во время пандемии коронавирусной инфекции COVID-19 вместе с семантическими неологизмами типа *вакцина* 'лекарственный препарат, предназначенный для выработки иммунитета к коронавирусу SARS-CoV-2, вызывающему коронавирусную инфекцию'⁷ или *вирус* 'о коронавирусе SARS-CoV-2, о коронавирусной инфекции COVID-19'⁸, зафиксированными в «Словаре русского языка коронавирусной эпохи».

Эмодзи в интернет-общении. Эмодзи особым образом участвуют в организации коммуникации участников социальной сети «ВКонтакте». В конце марта 2020 г. разработчики этой социальной сети ввели эмодзи-статусы, тематически связанные с пандемией коронавирусной инфекции COVID-19: *Сижу дома*, *Игнорирую пандемию* или *Хожу на работу*. Эти короткие статусы соотносятся с разными эмодзи в профиле пользователя (см. рис. «Эмодзи-статусы социальной сети “ВКонтакте”»):

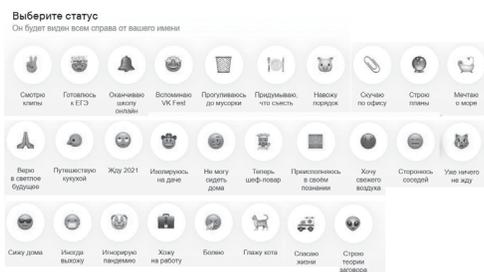


Рис. Эмодзи-статусы социальной сети «ВКонтакте»

Fig. Emoji statuses of the "VKontakte" social networking service

Можно отметить полифункциональность данных графических элементов. С одной стороны, они информативны и позволяют пользователю не только узнать отношение других пользователей к ситуации вокруг пандемии, но и сообщить о том, чем он занят во время самоизоляции. С другой

стороны, эмодзи-статусы выступают как контактоустанавливающие реакции, фатические элементы, представляют ответ на воображаемые вопросы типа Как дела?, Чем занимаешься?, что, возможно, позволит сократить количество коммуникативных ходов и тем самым игнорировать эти вопросы при обмене личными сообщениями в чате.

Кроме этого, эмодзи-статусы могут выступать в качестве идентификатора говорящего в зависимости от его возраста (*Смотрю клипы*), социального статуса (*Готовлюсь к ЕГЭ*, *Оканчиваю школу онлайн*), профессиональной занятости (*Скучаю по офису*, *Спасая жизни*) и отношения к теме пандемии (*Строю планы*, *Верю в светлое будущее*, *Путешествую кукошкой*, *Игнорирую пандемию*, *Строю теории заговора* и др.). Таким образом, указанные невербальные элементы могут выполнять роль социолингвистических маркеров цифровой языковой личности.

Эмодзи в рекламной коммуникации. Эмодзи проявляют высокую активность и в рекламной интернет-коммуникации, причем синтаксическая структура анализируемых фрагментов соотносится с параллельным, комплементарным и субститутивным типами корреляции вербальных и визуальных элементов в зависимости от их референтной соотнесенности [Sauerbier 1978].

Субститутивная корреляция возникает в случае замены знака естественного языка знаком искусственного языка [Радбиль 2021: 139]. Частичное наложение содержания иконической части и содержания вербальной части является признаком комплементарной корреляции. При параллельной корреляции содержание вербальных и визуальных элементов совпадает.

В ходе интернет-мониторинга были выявлены случаи использования эмодзи в вышеуказанных моделях:

- субститутивной корреляции: *Широкая Масленица пришла и вкусных 🍩🍩🍩 принесла* (auchan.ru, 10.03.2024) – *пришла и вкусных [блинов] принесла; Корм для 🐾 с дополнительной скидкой до 15 мая! 🍷🍷🍷* (auchan.ru, 02.05.2024) – *корм для [кошек]; Дарим скидку 250 Р 🍕* (dodopizza.ru, 10.05.2024) – *дарим скидку [здесь]; 🎁 3 миниатюры-сюрприза в 🍷 для идеального образа!* (yves-rocher.ru, 22.05.2024) – *миниатюры в [подарок]; Тушь*

⁷ Словарь русского языка коронавирусной эпохи / сост. Х. Вальтер, Е. С. Громенко, А. Ю. Кожевников [и др.]; ред. коллегия Е. С. Громенко, А. С. Павлова, М. Н. Приемышева (отв. ред.) [и др.]. СПб.: Институт лингвистических исследований РАН, 2021. С. 31.

⁸ Там же. С. 37.

в 🍷 и 2 = 1 на продукты для 🍷 (yves-rocher.ru, 07.10.2024) – в [подарок], для [лица];

• комплементарной корреляции: 🍷🍷

Романтика... или покрепче? (lenta.ru, 23.02.2024) – романтика ‘свечи’, покрепче ‘алкогольные напитки’, **Собери ноты и создай свой аромат** 🍷 (goldapple.ru, 27.04.2024) – свой ‘волшебный, чудесный’; **Быстрая доставка продуктов на дачу!** 🍷🍷 (ozon.ru, 28.04.2024) – продукты ‘еда’;

• параллельной корреляции: 🍷 **Космические скидки** (4lap.ru, 08.04.2024); 🍷 **Здесь только новинки** (citilink.ru, 03.05.2024); **До свидания, старые цены** 🍷 (book24.ru, 11.05.2024); 🍷 **Любимые игры** (stradarium.ru, 17.05.2024); **Оцените масштаб скидок** 🍷 (ozon.ru, 21.05.2024); **Отмечаем день гика** 🍷 (citilink.ru, 25.05.2024); **Дзынь-дзынь** 🍷 **Скидка 30 %** (book24.ru, 28.05.2024); 🍷 **Зеленый чай**, 🍷 **Вишня или** 🍷 **Роза?** (yves-rocher.ru, 01.07.2024).

Отметим, что в некоторых контекстах, иллюстрирующих явление параллельной корреляции, можно наблюдать несовпадение вербального и визуального компонентов: 🍷 **Инструменты философа** (stradarium.ru, 15.07.2024) – здесь эмодзи эксплицирует коннотацию, не соотносящуюся с субъектом действия в заголовке⁹. В заголовке **Внимание! Цены снижаются** 🍷 (chitai-god.ru, 05.05.2024) глагол *снижаться*, употребляемый в значении ‘1. что. Сделать более низким, малым (степень, величину, интенсивность чего-л.); уменьшить’¹⁰, соотносится с эмодзи, иллюстрирующим другое значение полисеманта: ‘5. что. Уменьшить высоту полета самолета, опустить (самолет)

⁹ В естественном языке некоторые многозначные слова образуют неодинаковые стандартные ассоциации у говорящих, принадлежащих к различным социально-профессиональным группам. Эта особенность владения языком на национально-культурном уровне, как отмечает Л. П. Крысин, проявляется в том, что «по-разному коннотируются одни и те же факты данного национального языка. Так, за словом *материал* портному и юристу, ученому и скульптору видится разная реальность; глагол *сидеть* вызывает разные ассоциации у подсудимого и у молодых родителей (чей ребенок уже ползает, но еще не сидит) и т. д.» [Крысин 2021: 85].

¹⁰ Большой толковый словарь / гл. ред. С. А. Кузнецов. СПб.: Норинт, 2000. С. 1222.

вниз, ниже’¹¹. Вероятно, можно говорить о том, что эмодзи в подобных случаях выступают в качестве «ложного» детерминатива: функционируют как нечитаемые знаки при словах *инструмент, снижаются*, однако не указывают на актуальные для контекста значение или коннотацию¹².

Многие заголовки рекламных сообщений содержат эмодзи, используемые в функции знака пунктуации: **На дачу** 🍷 **В дорогу** 🍷 **Вотпуск** (detmir.ru, 21.04.2024); **Да будут тренировки на улице стильными** 🍷 (sportmaster.ru, 11.06.2024); **ВСЁ до 299 ₺ + КиберПромокоды до 25 %** (detmir.ru, 30.05.2024); **3 = 2 на одежде и обуви + Скидки до 70 %** (detmir.ru, 04.08.2024); **Раз** 🍷 **Два** 🍷 **Три** 🍷 **Выгода внутри** 🍷 (detmir.ru, 24.08.2024); **Толстовки от 799 ₺** 🍷 **Брюки от 599 ₺** 🍷 **Водолазки от 499 ₺** (detmir.ru, 12.09.2024).

Результаты интернет-мониторинга свидетельствуют о функционировании эмодзи в предложениях различной синтаксической структуры, причем наиболее частотным является использование эмодзи в конструкциях с параллельным типом корреляции.

Эмодзи в сфере образования. Очевидным следствием структурной и стилистической неоднородности интернет-пространства является возникновение таких гибридных жанров, как «инфотейнмент (подача стандартных новостей в более привлекательном виде по принципу «информируя развлекай») и эдьютейнмент (передача новостей в игровой форме с одновременным развлечением и информированием)» [Тошович 2018: 87].

Как отмечает В. А. Ефремов, «для популяризации русского языка и культуры... используют разнообразные формы: от классических (лекции, семинары, литературные встречи, мастер-классы и др.) до новых, связанных прежде всего с игровыми технологиями и – шире – эдьютейнментом (образовательное развлечение или образование через развлечение)» [Ефремов 2017: 252].

Эмодзи функционируют и в сфере образования в процессе обучения с использованием игровых методик. Включение эмодзи в структуру художественного текста может

¹¹ Там же.

¹² Скорее всего, будет считаться аномальным и «ложный» детерминатив, связанный с неразличением омонимических отношений в системе языка в заголовке типа **Рецепт самых вкусных пирожков с луком* 🍷.

быть обусловлено тем, что нестандартное представление материала предполагает его игровую подачу и деавтоматизацию восприятия впоследствии.

В описании игровых форм, используемых «Сообществом ревнителers русского языка» при РГПУ им А. И. Герцена, упоминается игра «Русская сказка», построенная «по принципу электронной игры в эмодзи; задача – восстановить, подобрав наиболее подходящие эмодзи/картинки, текст русской народной сказки, в котором пропущены слова» [Ефремов 2017: 254].

На сайте гуманитарного просветительского проекта «Культура.РФ» в разделе «Литература» размещен онлайн-тест «Русская классика в эмодзи»:

Специально для любителей литературы и шпионских фильмов мы подготовили непростую задачу: зашифровали сюжеты русской классики в эмодзи. Сможете ли вы отгадать их все? Нажимайте на карточки со смайликами, чтобы перевернуть их и узнать правильные ответы. И поделитесь тестом с друзьями – пусть тоже попробуют себя в роли дешифровщиков (<https://www.culture.ru/materials/255760/test-russkaya-klassika-v-emoji>).

Разработчики просветительского проекта "Arzamas" предлагают пользователям не зашифрованные сюжеты, а поэтические тексты Б. Л. Пастернака «Зимняя ночь», «Март», «Осень» с пропущенными словами, на место которых нужно вставить эмодзи (<http://arzamas.academy/materials/643>).

Таким образом, использование эмодзи для нестандартного представления поэтических и прозаических текстов позволяет создать ситуацию общения, близкую к ситуации повседневной интернет-коммуникации, а также вызвать интерес к материалу, который может показаться учащемуся трудным для запоминания.

Эмодзи в сфере развлечений. Как было сказано выше, эмодзи могут заменять не только отдельные слова, но и тексты; С. В. Друговейко-Должанская и М. Б. Попов приводят пример – зашифрованные с помощью эмодзи строки из песни Земфиры «Хочешь?» [Друговейко-Должанская, Попов 2019: 351]:



Подобное явление характерно для сферы интернет-развлечений: «Уже создано множество сервисов, способных переводить любой текст, как письменный, так и устный, на язык эмодзи и наоборот. Такого рода тексты фактически представляют собой разновидность пиктографического или идеографического (словесного) письма, а их создание для пользующихся русским письмом является своего рода видом языковой игры» [Там же: 352].

Использование эмодзи в целях развлечения во многом соотносится с проявлением игрового начала в интернет-коммуникации: «Преобразования русского языка в Сети обусловлены не столько практическими потребностями упрощения кода, сколько игровыми условиями виртуального пространства» [Гусейнов 2000: 291].

Эмодзи в данном аспекте могут рассматриваться в качестве структурных единиц, формирующих тексты нового жанра – эмодзи-ребусы: несетевой жанр ребуса обретает в интернет-коммуникации цифровой аналог. Материалы с эмодзи-ребусами размещены на сайтах, где пользователю предлагается угадать название фильмов (🎸👩👧👧 – «В джазе только девушки»), песен (👁️👁️👁️👁️👁️👁️ – «Зеленоглазое такси»), книг (👑👑👑 – «Божественная комедия») по некоторой последовательности эмодзи.

Отличительный признак текстов игровой интернет-коммуникации, в которых использованы эмодзи, – функционирование иконических компонентов без сопровождения единицами естественного языка. Традиционные средства создания ребусов (употребление зачеркнутой/вставленной буквы для обозначения удаления/добавления буквы, цифр для обозначения последовательности чтения букв, запятой как знака снятия букв в начале или в конце слова и т. д.) также отсутствуют, поскольку эмодзи в данных контекстах предельно абстрактны и могут соотноситься не только со словами знаменательных (*божественный, такси*) или служебных (*и, только*) частей речи, но и с корневыми морфемами (*-глаз-, -зелен-*).

Эмодзи в эмодзи-ребусах также могут быть использованы для зашифровки наименований стран: в ряде случаев одним из кодирующих знаков является флаг страны, в других контекстах наименование страны

представляет собой последовательность эмодзи, которые по своей функции изоморфны словам-экзотизмам в естественном языке: для топонима *Франция* используется эмодзи ‘круассан’, для топонима *Япония* – ‘суши’ и др.

Эмодзи в искусстве. Согласно точке зрения Б. Тошовича, «интернет не является самостоятельным функциональным стилем в системе функциональных стилей литературного языка, но он является особым стилистическим пространством» [Стилистические доминанты... 2020: 137], формирующимся за счет комбинации стилистических доминант, «которые, подобно стилевым доминантам, структурируют общее пространство сети, подчиняя себе и изменяя функциональные особенности отдельных самостоятельных текстов, циркулирующих в интернете» [Там же: 139].

Поликодовость как композиционная доминанта текстов интернет-коммуникации может оказывать влияние на тексты несетевых жанров, в результате чего наблюдается изменение структуры художественного высказывания. Так, одна из переведенных на русский язык адаптаций пьесы У. Шекспира «Ромео и Джульетта» [Райт, Шекспир 2017] оформлена в виде групповой переписки, реплики персонажей повторяют структуру интернет-сообщений:

КАПУЛЕТТИ

Остынь, ничего страшного. Он себя ведет прилично. Я 🐶, он хороший парень. На празднике надо 😊, а не 😞

ТИБАЛЬД

пока он тут – исключено 🚫

Эмодзи в анализируемых текстах могут выполнять различные функции: идентификации действующего лица; повтора вербального компонента (👎 ‘неодобрение’); замены вербальных компонентов высказывания (👂 ‘слышал’, 😄 ‘веселиться’, 😞 ‘грустить’).

Наблюдается также введение в текст адаптации жанра голосового сообщения, используемого в неформальной интернет-коммуникации в мессенджерах. Так, монолог Ромео трансформируется в голосовое сообщение, о чем в тексте сообщается путем прямого указания на жанр (*голосовая заметка*) и с помощью эмодзи (🗣️):

🗣️ Голосовая заметка от Ромео

я прекрасно слышу, что она говорит. но мне надо убедиться, что Джульетта 🍷 меня по-настоящему..

Многие эмодзи в тексте адаптации употребляются в особой функции – функции идентификации действующего лица, поскольку основному тексту предшествует перечисление действующих лиц и соответствующих им эмодзи.

Примечательно также, что автор адаптации изменяет количество персонажей, формируя два списка действующих лиц: «Кто есть кто» и «Персонажи, которых вы не встретите в этой книге (потому что у них нет смартфонов)».

Персонажи, включенные в первый список, обозначаются различными эмодзи (эмодзи 📱 закреплен за Ромео, 📞 – за Джульеттой и т. д.), причем в некоторых случаях возможно ассоциативно-символическое употребление эмодзи (👑 – герцог Вероны, 🏔️ – Тибальд).

Персонажи, отнесенные ко второму списку, обозначаются одинаково с помощью эмодзи 📞 ‘стационарный телефон’, что указывает на их отсутствие в тексте адаптации.

Таким образом, стилистические доминанты интернет-коммуникации влияют не только на специфику онлайн-общения, но и на возможность альтернативного представления известного художественного текста путем использования нестандартных для данного текста знаков и дискурсивных моделей, что свидетельствует о расширении сферы функционирования эмодзи как элементов поликодового текста.

Выводы. Анализ поликодовых текстов, содержащих эмодзи, свидетельствует о функционировании данных знаков на уровнях межличностной и массовой коммуникации, а также в моделях рекламной, игровой, литературной коммуникации. Эмодзи активно участвуют в формировании высказываний, характеризующихся тематическим разнообразием и принадлежащих к специфическим коммуникативным пространствам.

Эмодзи в социальных сетях выполняют функцию установления контакта, информирования, идентификации говорящего. Эмодзи-статус – частное проявление жанрообразующей функции эмодзи.

В рекламной коммуникации эмодзи используются в целях повтора, дополнения или замены вербального компонента (или замены пунктуационного знака), в некоторых случаях отсылая читателя к неактуальным для данного контекста значению пописеманта или коннотации.

Поэтические тексты с пропуском слов, размещенные на просветительских сайтах, содержат эмодзи в функции замены вербального компонента, что позволяет использовать данные знаки в качестве элемента мнемонической техники, настраивающей пользователя на визуальное восприятие и запоминание поэтического текста.

В эмодзи-ребусах эмодзи также заменяют языковые единицы, причем здесь важно отметить принадлежность зашифрованных единиц к уровням морфемики (представление в виде эмодзи корневых морфем), лексики (использование эмодзи, соотносимых по функции с экзотизмами) и морфологии (зашифровка в ребусе с помощью эмодзи слов знаменательных и незнаменательных частей речи). Появление эмодзи-ребуса наряду с эмодзи-статусом также связано с реализацией жанрообразующей функции эмодзи.

В тексте адаптации художественного текста эмодзи могут повторять или заменять содержание вербального компонента, выступать в качестве средства идентификации и дифференциации действующих лиц. Повтор эмодзи связан и с указанием на трансформацию коммуникативного формата: фрагмент адаптации, напоминающий переписку в мессенджере, может смениться фрагментом, который структурирован в виде голосовой заметки.

Значительное количество научной, научно-популярной, справочной и методической литературы, посвященной эмодзи, свидетельствует о возрастающем интересе исследователей к различным аспектам (жанровому, лингвоэкспертному, лингвоэстетическому, общекультурному, психолингвистическому, стилистическому, структурно-семантическому, функциональному и, возможно, другим) использования эмодзи в русском языке Интернета, а также о потребности в представлении разных толкований эмодзи для представителей отдельных социальных групп.

Появление, развитие и широкое распространение эмодзи можно связать с тем, что «очень быстро меняется окружающий нас мир (в социальном, культурном и технологическом отношении)» [Кронгауз 2019: 419]: эмодзи, будучи знаками цифровой среды, олицетворяют темп современной интернет-коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алпатов В. М. Что и как изучает языкознание? // Вопросы языкознания. 2015. № 1. С. 7–21.
2. Бабук А. В. Семиотика эмодзи и выявление вербальной угрозы в текстах интернет-коммуникации при проведении судебной лингвистической экспертизы в Республике Беларусь // Современный медиатекст и судебная экспертиза: междисциплинарные связи и экспертная оценка: сб. научных работ по итогам Международной научно-практической конференции. М.: ООО «СОЮЗКНИГ», 2023. С. 16–33.
3. Бабук А. В. Эмодзи как элементы интернет-жаргона при маскировке денотата и различных проявлениях речевой агрессии в компьютерно-опосредованной коммуникации // Социолингвистика. 2024. № 2(18). С. 36–51.
4. Гусейнов Г. Ч. Заметки к антропологии русского Интернета: особенности языка и литературы сетевых людей // Новое литературное обозрение. 2000. № 33. С. 289–321.
5. Гусейнов Г. Нулевые на кончике языка: краткий путеводитель по русскому дискурсу. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2012. 240 с.
6. Друговейко-Должанская С. В., Попов М. В. Современное русское письмо: графика, орфография, пунктуация: учебник. СПб.: Изд-во СПб. ун-та, 2019. 400 с.
7. Елина Е. Г., Фризен М. А. «Новая грамотность», «новая неграмотность» и речевые жанры // Жанры речи. 2018. № 3(19). С. 168–171. <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2018-3-19-168-171>.
8. Ефремов В. А. Эдьютейнмент: русский язык // Русский язык на перекрестке эпох: традиции и инновации в русистике: сб. научных статей / отв. ред. К. С. Акопян. Ереван: Российско-Армянский (Славянский) университет, 2018. С. 251–257.
9. Захаркив Е. В. Современная поэзия в эпоху цифровых технологий: новая функция прагматических маркеров // Новое литературное обозрение. 2021. № 1(167). С. 211–222.
10. Кибрик А. Е. Очерки по общим и прикладным вопросам языкознания (универсальное,

типовое и специфичное в языке). М.: Изд-во МГУ, 1992. 336 с.

11. Китова Е. Б. Общение в интернет-среде и «универсальный язык» эмодзи // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5, № 4. С. 654–664. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2016.5\(4\).654-664](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2016.5(4).654-664).

12. Клушина Н. И., Николаева А. В. Введение в интернет-стилистику: учебник. Москва: ФЛИНТА, 2020. 240 с.

13. Кошиевский Д. В., Кушнарева Н. В., Ветров С. А. Неологизмы цифровой культуры (активный словарь миллениала). М.; Берлин: Директ-Медиа, 2019. 48 с.

14. Крылов Ю. В. Семантика эмодзи в виртуальном диалоге // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2017. № 2(15). С. 50–52.

15. Крылов Ю. В. Жанр невербального ответа в виртуальной коммуникации // VERBA: Северо-Западный лингвистический журнал. 2022. № 2(4). С. 19–35. [https://doi.org/10.34680/VERBA-2022-2\(4\)-19-35](https://doi.org/10.34680/VERBA-2022-2(4)-19-35).

16. Крысин Л. П. Очерки по социолингвистике. М.: ФЛИНТА, 2021. 360 с.

17. Матусевич А. А. Грамматические средства выражения эмоций в сетевом общении // Вестник Вятского государственного университета. 2014. № 3. С. 94–97.

18. Питерски А. Ч. Конструирование языков: от эсперанто до дотракийского. М.: Альпина нон-фикшн, 2017. 224 с.

19. Полидовец Н. И. Некоторые особенности использования графического оформления синтаксических конструкций в интернет-коммуникации // Активные процессы в современном русском языке: национальное и интернациональное: сб. науч. ст. / отв. ред. Л. В. Ращибульская. М.: ФЛИНТА, 2021. С. 622–629.

20. Радбиль Т. Б. Активные процессы в синтаксисе современной русской речи в свете лингвосомиотической и лингвокогнитивной интерпретации // Критика и семиотика. 2021. № 1. С. 127–144. <https://doi.org/10.25205/2307-1737-2021-1-127-144>.

21. Романов Д. Эмодзи для старшего поколения ЛитРес: Самиздат, 2018. 21 с.

22. Селькова А. А. Эмодзи как доказательство: фангастика или реальность? // Арбитражный и гражданский процесс. 2023. № 5. С. 28–32. <https://doi.org/10.18572/1812-383X-2023-5-28-32>.

23. Соколова О. В. Новые технологии и прагматические техники в современной поэзии // Слово.ру: балтийский акцент. 2024. Т. 15, № 2. С. 81–97. <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2024-2-5>.

24. Соколова О. В. Транскодирование в современной поэзии: визуальная и аудиальная переводимость // Новое литературное обозрение. 2023. № 181 (3/2023). С. 173–187. https://doi.org/10.53953/08696365_2023_181_3_173.

25. Сонин А. Г. Эмодзи: некултурный код виртуальной коммуникации // Методология современного языкознания / отв. ред. А. Г. Сонин. М.: URSS: Ленанд, 2016. Вып. 2. С. 169–192.

26. Сонин А. Г., Мичурин Д. С. Эволюция поликодовых текстов: от воздействия к взаимодействию // Вопросы психолингвистики. 2012. № 16. С. 164–173.

27. Стилистические доминанты интернет-коммуникации / Н. И. Клушина, С. Ф. Барышева, А. В. Николаева [и др.] // Актуальные проблемы стилистики. 2020. № 6. С. 136–144.

28. Тошович Б. Структура интернет-стилистики: монография. М.: Флинта, 2018. 497 с.

29. Фролова Е. Е., Берман А. М. Способы волеизъявления сторон в условиях цифровой трансформации: актуальные тренды правоприменения // Право. Журнал Высшей школы экономики. 2024. № 3. С. 57–83. <https://doi.org/10.17323/2072-8166.2024.3.57.83>.

30. Чернявская В. Е. Текст и социальный контекст: социолингвистический и дискурсивный анализ смыслопорождения. М.: ЛЕНАНД, 2021. 208 с.

31. Шарандин А. Л. Коммуникация как особый тип интегративной когнитивной деятельности человека // Когнитивные исследования языка. Вып. XXXVII: Интегративные процессы в когнитивной лингвистике: материалы Международного конгресса по когнитивной лингвистике. Нижний Новгород: ДЕКОМ, 2019. С. 116–120.

32. Шекспир У., Карбоун К. кста Гамлет / пер. с англ. В. С. Сергеевой. М.: Эксмо, 2017. 128 с.

33. Шекспир У., Райт Б. Джульетта. Вместе навсегда / пер. с англ. В. С. Сергеевой. М.: Эксмо, 2017. 112 с.

34. Юхнова И. С. Что изменилось в выражении эмоций // Палимпсест. Литературоведческий журнал. 2023. № 2. С. 87–92.

35. Emoticons, kaomoji and emoji The Transformation of Communication in the Digital Age / E. Giannoulis and Lucas R. A. Wilde (eds.). New York: Routledge. 2019. 260 p. <https://doi.org/10.4324/9780429491757>.

36. Sauerbier S. D. Wörter bildlich, Bilder wörtlich. Schrift und Bild als Text. Probleme der Wort-Bild-Korrelation // Die Einheit der semiotischen Dimensionen. Hrsg. von der Arbeitsgruppe Semiotik. Tübingen, 1978. S. 27–93.

REFERENCES

1. Alpatov V. M. What and how does linguistics study? *Voprosy Jazykoznanija = Topics in the study of language*. 2015;(1):7–21. (In Russ.)
2. Babuk A. V. Semiotics of emoji and detection of verbal threat in the texts of Internet communication during forensic linguistic examination in the Republic of Belarus. *Sovremennyyi mediatekst i sudebnaya ekspertiza: mezhdistsiplinarnye svyazi i ekspertnaya otsenka: sb. nauchnykh rabot po itogam Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii = Modern media text and forensic examination: interdisciplinary relations and expert evaluation: a collection of scientific papers based on the results of the International Scientific and Practical Conference*. Moscow: Soyuzknig, 2023. P. 16–33. (In Russ.)
3. Babuk A. V. Emoji as elements of online-jargon in denotation disguise and different types of speech aggression in computer-mediated communication. *Sotsiolingvistika = Sociolinguistics*. 2024;2(18):36–51. (In Russ.) <https://doi.org/10.37892/2713-2951-2-18-36-51>.
4. Guseynov G. C. Notes to the anthropology of the Russian Internet: peculiarities of language and literature of network people. *Novoe literaturnoe obozrenie = New Literary Review*. 2000;(33):289–321. (In Russ.)
5. Guseynov G. The zeroes on the tip of the tongue: a brief guide to Russian discourse. Moscow: "Delo" RANEPa, 2012. 240 p. (In Russ.)
6. Drugoveiko-Dolzhanskaya S. V., Popov M. B. Modern Russian writing: graphics, orthography, punctuation: textbook. Saint Petersburg: SPbU Press, 2019. 400 p. (In Russ.)
7. Elina E. G., Frisen M. A. "New Literacy", "New Illiteracy" and the Genres of Speech. *Zhanyri rechi = Speech Genres*. 2018;3(19):168–171. (In Russ.) <https://doi.org/10.18500/2311-0740-2018-3-19-168-171>.
8. Efremov V. A. Edutainment and Russian language. *Russkii yazyk na perekrestke epokh: traditsii i innovatsii v rusistike: sb. nauchnykh statei / otv. red. K. S. Akopyan = Russian language at the crossroads of epochs: traditions and innovations in Russian studies: a collection of scientific articles / K. S. Akopyan (ed.)*. Yerevan: Russian-Armenian (Slavic) University, 2018. P. 251–257. (In Russ.)
9. Zakharkiv E. V. Modern poetry in the era of digital technologies: a new function of pragmatic markers. *Novoe literaturnoe obozrenie = New Literary Review*. 2021;(1):211–222. (In Russ.)
10. Kibrik A. E. Essays on general and applied issues of linguistics (universal, typical and specific in language). Moscow: MSU Publishing house, 1992. 336 p. (In Russ.)
11. Kitova E. B. Computer-mediated communication and the "universal language" of emoji. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*. 2016;5(4):654–664. (In Russ.) [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2016.5\(4\).654-664](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2016.5(4).654-664).
12. Klushina N. I., Nikolaeva A. V. Introduction to Internet stylistics: textbook. Moscow: FLINTA, 2020. 240 p. (In Russ.)
13. Konishevsky D. V., Kushnareva N. V., Vetrov S. A. Neologisms of digital culture (active dictionary of millennials). Moscow; Berlin: Direct-Media, 2019. 48 p. (In Russ.)
14. Krylov Yu. V. Emodji's semantics in the virtual dialogue. *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya = Review of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian research*. 2017;(2):50–52. (In Russ.)
15. Krylov Yu. V. The genre of non-verbal response in virtual communication. *VERBA: Severo-Zapadnyi lingvisticheskii zhurnal = VERBA. North West linguistic journal*. 2022;2(4):19–35. (In Russ.) [https://doi.org/10.34680/VERBA-2022-2\(4\)-19-35](https://doi.org/10.34680/VERBA-2022-2(4)-19-35).
16. Krysin L. P. Essays on sociolinguistics. Moscow: FLINTA, 2021. 360 p. (In Russ.)
17. Matushevich A. A. Grammatical means of expressing emotions in network communication. *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo universiteta = Herald of Vyatka State University*. 2014;(3):94–97. (In Russ.)
18. Piperski A. C. Constructing languages: from Esperanto to Dothraki. Moscow: Alpina Non-Fiction, 2017. 224 p. (In Russ.)
19. Polidovets N. I. Some particular features of using graphic design of syntactic constructions in Internet communication. *Aktivnyye protsessy v sovremennom russkom yazyke: natsional'noe i internatsional'noe: sb. nauch. st. / otv. red. L. V. Ratsiburskaya = Active processes in the modern Russian language: national and international: a collection of scientific articles / L. V. Ratsiburskaya (ed.)*. Moscow: FLINTA, 2021. P. 622–629. (In Russ.)
20. Radbil' T. B. Active Processes in the Syntax of Modern Russian Speech in the Aspect of Linguo-Semiotic and Linguo-Cognitive Interpretation. *Kritika i semiotika = Critique and Semiotics*. 2021;(1):127–144. (In Russ.) <https://doi.org/10.25205/2307-1737-2021-1-127-144>.
21. Romanov D. Emoji dictionary for the older generation [E-book]. LitRes Samizdat, 2018. 21 p. (In Russ.)
22. Sel'kova A. A. Emoji as evidence: fiction or reality? *Arbitrazhnyi i grazhdanskii protsess = Arbitrazh and Civil Procedure*. 2023;(5):28–32. (In Russ.) <https://doi.org/10.18572/1812-383X-2023-5-28-32>.
23. Sokolova O. V. New technologies and pragmatic techniques in modern poetry *Slovo.ru: baltiiskii*

aktsent = *Slovo.ru: Baltic accent*. 2024;15(2):81–97. (In Russ.) <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2024-2-5>.

24. Sokolova O. V. Transcoding in contemporary poetry: visual and audial translatability. *Novoe literaturnoe obozrenie = New Literary Review*. 2023;(3):173–187. (In Russ.) https://doi.org/10.53953/08696365_2023_181_3_173.

25. Sonin A. G. Emoji: non-cultural code of virtual communication. *Metodologiya sovremennogo yazykoznaniya / otv. red. A. G. Sonin = Methodology of modern linguistics / A. G. Sonin (ed.)*. Moscow: URSS: Lenand, 2016. Vol. 2. P. 169–192. (In Russ.)

26. Sonin A. G., Michurin D. S. Evolution of multimodal text: from impact to interaction. *Voprosy psikholingvistiki = Journal of Psycholinguistics*. 2012;(16):164–173. (In Russ.)

27. Web communication stylistic dominants / N. I. Klushina, S. F. Barysheva, A. V. Nikolaeva [et al.]. *Aktual'nye problemy stilistiki = Current issues of stylistics*. 2020;(6):136–144. (In Russ.)

28. Tosovic B. The structure of Internet stylistics. Moscow: FLINTA, 2018. 497 p. (In Russ.)

29. Frolova E. E., Berman A. M. Expression of the Parties' Will in the Context of Digital Transformation: Current Trends in Law Enforcement. *Pravo. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki = Law Journal of the Higher School of Economics*. 2024;17(3):57–83. (In Russ.) <https://doi.org/10.17323/2072-8166.2024.3.57.83>.

30. Chernyavskaya V. E. Text and social context: sociolinguistic and discursive analysis of meaning-making. Moscow: LENAND, 2021. 208 p. (In Russ.)

31. Sharandin A. L. Communication as a special type of integrative cognitive human activity. *Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. XXXVII: Integrativnye protsessy v kognitivnoi lingvistike: materialy Mezhdunarodnogo kongressa po kognitivnoi lingvistike = Cognitive Studies of Language. Issue. 37: Integrative processes in cognitive linguistics: proceedings of the International Congress on Cognitive Linguistics*. Nizhny Novgorod: Dekom, 2019. P. 116–120. (In Russ.)

32. Shakespeare W., Carbone K. srsly Hamlet / transl. from English by V. S. Sergeeva. Moscow: Eksmo, 2017. 128 p. (In Russ.)

33. Shakespeare W., Wright B. Juliet. YOLO Juliet / transl. from English by V. S. Sergeeva. Moscow: Eksmo, 2017. 112 p. (In Russ.)

34. Yukhnova I. S. What has changed in the expression of emotions. *Palimpsest. Literaturovedcheskii zhurnal = Palimpsest. A Literary Studies Journal*. 2023;(2):87–92. (In Russ.)

35. Emoticons, kaomoji and emoji: the transformation of communication in the digital age / E. Giannoulis, L. R. A. Wilde (eds.). New York: Routledge. 2019. 260 p. (In Engl.) <https://doi.org/10.4324/9780429491757>.

36. Sauerbier S. D. Wörterbildlich, Bilderwörtlich. Schrift und Bild als Text. Probleme der Wort-Bild-Korrelation. *Die Einheit der semiotischen Dimensionen / Hrsg. von der Arbeitsgruppe Semiotik = The unity of semiotic dimensions / the Semiotics Working Group (ed.)*. Tübingen: Narr, 1978. P. 27–93. (In Germ.)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Сабина Гадир-кызы Бусарева, старший преподаватель

Sabina G. Busareva, senior lecturer

Статья поступила в редакцию 21.06.2024; одобрена после рецензирования 27.11.2024; принята к публикации 25.12.2024.

The article was submitted 21.06.2024; approved after reviewing 27.11.2024; accepted for publication 25.12.2024.