

ЯЗЫКОВЫЕ КОНФЛИКТЫ

LANGUAGE CONFLICTS

УДК 81'276:004.738.5

DOI: 10.37892/2713-2951-2-18-36-51

**ЭМОДЗИ КАК ЭЛЕМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-ЖАРГОНА
ПРИ МАСКИРОВКЕ ДЕНОТАТА И РАЗЛИЧНЫХ ПРОЯВЛЕНИЯХ
РЕЧЕВОЙ АГРЕССИИ В КОМПЬЮТЕРНО-ОПОСРЕДОВАННОЙ КОММУНИКАЦИИ****Александр В. Бабук** Научно-практический центр Государственного комитета
судебных экспертиз Республики Беларусь,
Республика Беларусь

Статья посвящена проблеме эмодзи, невербальным компонентам интернет-жаргона, и их использованию как инструмента маскировки денотативного компонента и речевой агрессии. Обосновывается мысль о синонимичности терминов «жаргон» и «сленг» в связи с признаком принадлежности их субъектов к компьютерно-опосредованной коммуникации. Показывается, что, будучи элементами интернет-жаргона, эмодзи выполняют основные функции, связанные с экономией речевых средств, – преодоление языковой двусмысленности и кодирования предмета речи. Подчеркивается, что в процессе создания текстов в интернет-дискурсе во внутренней форме эмодзи совершается «семантический сдвиг», благодаря которому невербальные компоненты приобретают значение, актуальное для данного высказывания в конкретной коммуникативной ситуации. Большое внимание уделяется роли эмодзи в маскировке денотата, а также различным вариантам речевой агрессии (оскорбление, кибергруминг, угроза, экстремизм) в компьютерно-опосредованной коммуникации как на интенциональном стремлении говорящего. Поскольку в современных текстах интернет-дискурса все большую популярность приобретают эмодзи, то представляется важным описание всевозможных значений невербальных компонентов и разработки необходимого для этого инструментария, применяемого в судебной лингвистической экспертизе текста. Особое внимание уделяется функциональным особенностям эмодзи в современных текстах компьютерно-опосредованной коммуникации, содержащих криминалистически значимую информацию.

Ключевые слова: эмодзи, компьютерно-опосредованная коммуникация, речевая агрессия, маскировка денотата, интернет-жаргон, судебная лингвистическая экспертиза

Статья опубликована на условиях Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0).

© А.В. Бабук, 2024

**EMOJI AS ELEMENTS OF ONLINE-JARGON IN DENOTATION DISGUISE AND
DIFFERENT TYPES OF SPEECH AGGRESSION IN COMPUTER-MEDIATED
COMMUNICATION****Alexander V. Babuk** Scientific and Practical Center
of the State Forensic Examination Committee
of the Republic of Belarus,
The Republic of Belarus

The article is dedicated to the problem of emoji, non-verbal components of online-jargon, and their using as a masking denotative component and speech aggression tool. The idea of the synonymy of the terms “jargon” and “slang” is substantiated in connection with the sign that their subjects belong to computer-mediated communication. It is shown that, being elements of online-jargon, emoji perform basic functions related to saving speech resources, overcoming linguistic ambiguity and encoding the subject of speech. It is emphasized that in the process of creating texts in Internet discourse, the internal form of emoji undergoes a “semantic shift”, due to which non-verbal components acquire a meaning that is relevant for a given utterance in a specific communicative situation. Attention is paid to the role of emoji in masking denotation and various variants of speech aggression (insult, cybergrooming, threat, extremism) in computer-mediated communication as an intentional desire of the speaker. Since emoji have become becoming increasingly popular in modern texts of Internet discourse, it seems important to describe the various meanings of non-verbal components and develop the necessary tools for this, used in the forensic linguistic examination of the text. A great attention is paid to the functional features of emoji in modern texts of computer-mediated communication containing forensically significant information.

Keywords: emoji, computer-mediated communication, speech aggression, denotation disguise, online-jargon, forensic linguistic examination

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0).

© Aleksandr V. Babuk, 2024

1. Введение

Согласно представлению классической лингвистики человек говорящий может использовать одни и те же языковые элементы, знаки в различных социальных и коммуникативных ситуациях. Интерпретации этих элементов могут варьироваться в зависимости от обликовых характеристик субъектов коммуникации. Отсюда возникает понятие социолекта – языка конкретной социальной группы, объединенной по какому-либо признаку (этносу, возрасту, полу, профессиональной принадлежности, роду занятий, родному языку и т.д.).

Социолект часто называют *жаргоном* или *сленгом*. Этимология первого термина восходит к французскому языку, этимология второго – к английскому. Изначально под жаргоном понимали любой непонятный язык, с которым европейцы сталкивались в процессе колониальных завоеваний [Vonvillain, 2016: 355]. Затем им стали называть «испорченный язык», т.е. динамическую языковую систему, изменившуюся вследствие внешних факторов: *Он меня на понт взял* – ‘он меня обманул’. Сленгом в современном английском языке часто называют несвойственное слову его значение, используемое в типичной коммуникативной конструкции, поэтому о значении такой языковой единицы часто можно догадаться только из контекста [Coleman, 2012: 3]:

– *Идем к тебе домой сегодня после уроков?*

– *Боюсь, что я не смогу. Мои шнурки в стакане* (‘мои родители дома’).



В отличие от жаргона сленг более экспрессивен, наполнен неологизмами, просторечиями, вульгаризмами. В нашем исследовании мы будем считать сленг и жаргон синонимами, поскольку в данном случае говорящие объединены одной общей социолингвистической характеристикой – принадлежностью к субъектам компьютерно-опосредованной коммуникации.

2. Материал исследования

Материал данного исследования составлен на основе практики судебных лингвистических экспертиз, проводимых в Государственном комитете судебных экспертиз Республики Беларусь, а также множественных описаний эмодзи, опубликованных в интернет-энциклопедии «Эмодзипедия» [Emojipedia, 2023]. Кроме того, материалом для написания данной статьи послужили лингвистические и лингвокриминалистические исследования отечественных и зарубежных ученых в области описания интернет-жаргона и эмодзи как невербальных компонентов компьютерно-опосредованной коммуникации.

Цель данной статьи – описание эмодзи как невербальных компонентов интернет-жаргона в маскировке денотата и различных проявлениях речевой агрессии, выявление их лексико-семантических, синтаксических и лингвопрагматических особенностей.

Впервые в отечественной лингвистике на основе эмпирического материала исследования эмодзи описываются не просто как структурные единицы современного интернет-жаргона, но и как элементы маскировки денотата и выражения речевой агрессии с выделением конкретных функциональных особенностей.

3. Методы исследования

В работе использовались общенаучные методы анализа, синтеза, описания, наблюдения, а также применялся лингвистический анализ денотативного компонента текста. Кроме того, эмодзи как объекты исследования рассматривались с точки зрения семиотики, теории референции, семантики, синтаксиса и лингвопрагматики текста во взаимосвязи с социолингвистическим фактором принадлежности субъектов к компьютерно-опосредованной коммуникации.

4. Особенности интернет-жаргона как социолекта

Особенности жаргона как языка социальной группы проявляются на фонологическом и семантическом уровнях [Чемоданов, 1975: 16], олицетворяя групповую идентичность. Жаргон принадлежит к социолекту, который отличается нестабильностью, имеет ограниченную

продолжительность и преемственность в поколениях. Он чаще всего «приобретает характер социального символа – символа принадлежности к определенной социально-экономической, профессиональной, возрастной, этнической или иной группе и символа противопоставления ее другим группам. С точки зрения социолингвистики жаргонная лексика часто имеет более негативную коннотацию, выражающую «отрицательную социальную оценку лиц, находящихся вне данной группы» [Швейцер и др., 1978: 21], а сами жаргонизмы относятся к категории эмоционально-экспрессивной лексики. Типичным примером такого социолекта является описанный М.А. Грачёвым язык арго – жаргон деклассированных элементов, объединенных по своей социальной принадлежности к преступному сообществу [Грачёв, 2003].

Развитие компьютерных технологий и современных средств массовой информации и коммуникации привело к созданию цифрового языка письменной и устной речи, а вместе с этим и формированию интернет-жаргона как особого социолекта, главный признак которого заключается в принадлежности субъектов интернет-сообществу. Возникновение данного явления обусловлено стремлением говорящего сократить ментальную дистанцию между реципиентом и языком коммуникации, что в итоге стало частью так называемой PR-технологии – применения средств массовой информации и коммуникации с целью формирования общественного сознания по определенному образу [Leitner, 2008: 197].

Если ранее с появлением первых компьютерных и мобильных устройств на постсоветском пространстве интернет-жаргон носил характер профессионально специфичных языковых образований [Беликов и др., 2001: 34–35], то теперь такая форма коммуникации касается всех субъектов, объединенных по признаку принадлежности к компьютерно-опосредованной коммуникации. Используя различные средства интернет-жаргона, понятные только субъектам такой коммуникации, пользователь как бы ищет себе собеседника в своей среде. Б. Тошович пишет, что «основная ориентация носителей жаргона – выражать интерперсональные отношения. Они могут быть положительными (в форме дружбы), отрицательными (конфликт, ссоры) и нейтральными» [Тошович, 2006: 61]. Именно отрицательные отношения между субъектами коммуникации способствуют созданию речевого конфликта.


5. Эмодзи как средства лингвистической экономии и маскировки денотата

Одними из широко распространенных средств современного интернет-жаргона выступают эмодзи (от яп. 絵 э – ‘картинка’ и 文字 модзи – ‘знак’, ‘символ’) – невербальные компоненты коммуникации. Первые такие невербальные компоненты были созданы на основе графем и пиктограмм. Они назывались эмотиконами (от англ. *emotion* + *icon*, т.е. ‘эмоция’ и






‘иконка’) и применялись только для создания эмотивно-экспрессивного компонента текста. Эмодзи в отличие от эмотиконов используются в компьютерно-опосредованной коммуникации не только для выражения интерактивных эмоций, просодических компонентов высказывания, мимики и жестов, но и для обозначения сакральных символов, идей и номинации конкретных объектов (сооружений, учреждений, инструментов, бытовых предметов, артефактов и т.д.).

Собрание эмодзи в сети интернет представляет собой банк данных, обращение к которому в процессе создания текста осуществляется посредством различных программ и приложений для компьютерных устройств и смартфонов. Так, например, приложение Яндекс и Apple разработали специальную виртуальную клавиатуру, используемую коммуникантами в качестве средств подбора необходимых по значению эмодзи на основе калькирования – буквальной заменой языковых средств невербальным компонентом. Ее работа построена по принципу крупных переводческих систем, вроде Trados, которая позволяет автоматически настраивать список часто используемых компонентов в тексте. Однако существенный недостаток данного инструмента заключается в трансформации высказывания в эмодзи на основе буквалистического подхода к тексту, т.е. буквального звукобуквенного совпадения, что неизбежно влечет за собой неверную интерпретацию высказывания: *Кот Матроскин мне голову оторвет, если я ружье домой не привезу* –




Созданные на основе Юникода эмодзи воплощают следующие основные принципы, типичные для современной компьютерно-опосредованной коммуникации: 1) универсальность; 2) открытость; 3) оперативность; 4) последовательность и логичность; 5) семантичность; б) конвертируемость. Первый принцип позволяет субъектам вступать в коммуникацию вне зависимости от своей идентичности; второй принцип обеспечивает доступность средств коммуникации; третий принцип позволяет оперативно выполнить коммуникативную задачу; четвертый принцип опирается на синтаксис и логику построения высказывания; пятый принцип задает актуальное значение в соответствии с референцией высказывания; шестой принцип создает условия для проведения замены эмодзи актуальным вербальным компонентом в соответствии с референцией высказывания.

Эмодзи являются объектами, изучением которых занимается семиотика – наука о языковых знаках и знаковых системах. Сущность языка эмодзи как семиотических объектов опирается на признаки символичности и иконичности. Первый признак предполагает описание образности данного знака, второй – его свойство. Типичным примером синтеза этих двух признаков может служить эмодзи с изображением чернокожего повара () в размещенном на сайте одного из ресторанов меню представленных блюд, где изображенный человек в белом

колпаке – это иконическое свойство знака, а его цвет кожи – символическое, обозначающее чернокожего повара, работающего в данном ресторане.

Основу эмодзи составляют языковая игра и метафоризация. Первый лингвистический прием предполагает сознательное отступление от различных речевых норм с целью создания комического эффекта и абсурдизации высказывания, второй – перенос значения слова на другой предмет или явление путем сравнения на основании различных признаков – по форме, функции и т.д. Кроме того, как и слово, эмодзи имеют внутреннюю форму, состоящую из плана содержания (что изображать) и плана выражения (как изображать). В первом случае эмодзи выражают какой-то общий класс предметов, идей, артефактов, во втором – конкретные предметы, идеи или артефакты. Так, для выражения средств транспорта служат эмодзи с изображениями автомобиля () , поезда () , самолета () , корабля () , автобуса () и т.д.

Основная функция эмодзи – экономия речевых средств и преодоление языковой избыточности. Это обусловлено нейрофизиологическими особенностями работы мозга человека, который при выполнении поставленной задачи стремится затратить наименьшее количество усилий. Вот почему с точки зрения нейролингвистики при решении любой речевой задачи человек старается передать максимально ярко выраженный смысл минимальными речевыми средствами. В этом смысле эмодзи являются эффективным инструментом замены вербальных компонентов при построении высказывания в форме короткого электронного сообщения.

Пополнение банка эмодзи новыми элементами и их значениями в компьютерно-опосредованной коммуникации осуществляется на основе процессов проникновения новых жаргонизмов в язык, которые могут быть вызваны какими-то внешними событиями или социальными изменениями [Zhang et al., 2016: 13]. Так, пандемия коронавируса в 2020 г. стала причиной широкого распространения и употребления эмодзи с защитной медицинской маской () , обозначающих режим карантина и больных данным заболеванием, а эмодзи с изображением шприца () – сторонников вакцинации, эмодзи с изображением фиксированного бицепса () – лиц, успешно прошедших вакцинацию. Подобные изменения обусловлены не только социальными трансформациями, но и динамикой языка как системы.

Другая основная функция эмодзи заключается в стремлении говорящего уменьшить или полностью преодолеть неоднозначность (двусмысленность) в тексте, создавая более точное (прямое) выражение предмета речи (референта), и использование сложных для понимания лингвистических приемов, поскольку семантическое значение невербальных компонентов может противоречить вербальному смыслу всего текста [Godard et al., 2022: 7].

В современных текстах компьютерно-опосредованной коммуникации, содержащих криминалистически значимую информацию, эмодзи все чаще используют для средства маскировки денотата. Более того, проведенные в последнее время в зарубежных странах социолингвистические исследования показывают, что, как и лексемы, используемые преступными группами, невербальные компоненты утрачивают свое первоначальное значение и получают «семантический сдвиг» [Тошович, 2006: 61], т.е. специфическое значение денотата, актуальное только для данного контекста и коммуникативной ситуации, связанной с совершением противоправного деяния. Это обусловлено тем, что значения эмодзи, как и значения употребляемых говорящим лексических единиц, «определяются исходя из микроконтекста (словесного окружения) и макроконтекста (содержания и композиции текста в целом)» [Грачёв, 2016: 27]. Утрачивая первоначальное значение, эмодзи трансформируются в знаки или маркеры принадлежности субъекта к данной конкретной социальной группе, создавая соответствующий жаргонизм в невербальной форме. Например, эмодзи чашки кофе (☕) на жаргоне сутенеров в китайском интернет-дискурсе означают приход клиента к месту встречи и готовность «жриц любви» оказать требуемые услуги; красная роза (🌹) – удовлетворенность клиента и получение преступниками прибыли в результате совершенной оплаты за оказанные «услуги»; увядшая красная роза (🌵) – завершение всех процедур и уход клиента из данного места встречи. Снеговик (☃️) служит маркером номинации определенного наркотического вещества или средства, бильярдный шар (🎱) – вес данного наркотического вещества или средства, школьный рюкзак (🎒) – также вес или цену данного наркотического вещества или средства [Pei et al., 2022: 5–6].

6. Эмодзи при создании высказываний речевой агрессии

Стремительное распространение интернет-жаргона в повседневной коммуникации постепенно стало фактором порождения множества видов речевой агрессии и конфликтов, разжигание которых осуществляется в пространстве глобальной сети. Соответственно жаргон преступных элементов, проникнув в язык повседневной коммуникации, также постепенно охватил интернет-дискурс. Проведенные в последние десятилетия исследования [Swift Key Emojī Report, 2015] в зарубежных странах показывают, что эмодзи как элементы жаргона в компьютерно-опосредованной коммуникации все чаще используются для речевого выражения насилия и агрессии.

Если рассмотреть феномены насилия и агрессии с точки зрения лингвистики, то можно заметить, что в их основе лежит речевой конфликт [Плотникова, 2017: 10], представляющий

собой коммуникативное событие, предмет которого экстраполируется в правовую сферу, становится причиной для последующего судебного разбирательства и инициации судебной лингвистической экспертизы (далее – СЛЭ) – процессуального действия, проводимого с целью установления фактических данных, имеющих значение доказательства. Предметом этого доказательства оказываются тексты различных видов и объемов: эссе, статьи, сообщения, доклады, публикации, листовки, плакаты и т.д. В последнее время объектами СЛЭ все чаще становятся тексты компьютерно-опосредованной коммуникации. Анализ зарубежных источников показывает, что в связи с частотным использованием эмодзи в интернет-дискурсе в современной СЛЭ возникло особое направление, цель которого – криминалистическое исследование данных невербальных компонентов коммуникации [Danesi, 2021].

Помимо лингвистической экономии и маскировки денотата, при создании речевого конфликта эмодзи широко применяются в современной компьютерно-опосредованной коммуникации с целью кодирования такого предмета речи, вербальное выражение которого представляет трудность в связи с недостатком словарного запаса (лексикона) и/или низким уровнем речевой грамотности (грамматикона) говорящего. Одним из важнейших мотивов использования эмодзи в компьютерно-опосредованной коммуникации выступает преодоление психоэмоциональных барьеров, всегда присутствующих при коммуникации «лицом к лицу», препятствующих выражению табуированных тем. Поскольку адресат текстов, публикуемых в пространстве интернет-дискурса, является в основном интерперсональным, то снятие данных барьеров в процессе компьютерно-опосредованной коммуникации порождает иллюзорное чувство свободы, которое может вдохновить говорящего на создание речевого конфликта в отношении выбранного объекта агрессии со стороны других участников коммуникации.

В современной компьютерно-опосредованной коммуникации эмодзи, выражающие различные формы интенциональной речевой агрессии, выступают новыми инструментами создания иллюзии текста, имеющие смысловую значимость и приобретающие характер фактических данных, которые не могут быть проигнорированы в ходе судебных разбирательств. К таким типовым видам речевой агрессии относят:

- *Оскорбление* – вид речевой агрессии, предполагающий осуществление адресантом негативной оценки лица с применением нормативной или ненормативной формы ее речевого выражения. При использовании эмодзи в оскорблении особую значимость приобретает этнокультурная идентичность адресата высказывания, в контексте которой осуществляется интерпретация текста.
- *Угроза* – вид речевой агрессии, представляющий собой речевой акт, в котором говорящий выражает условия, при выполнении или невыполнении которых в отношении адресата

(или связанных с ним третьих лиц) будут совершены небенефактивные действия (угроза-предупреждение), а также свое обещание совершить небенефактивные действия в отношении адресата за что-то содеянное в прошлом (угроза-наказание). При наличии невербальных компонентов в угрозе важность представляют в первую очередь эмодзи, выражающие непосредственно менасивный компонент текста, который может быть описан соответствующими глаголами: – *зарезать*; – *взорвать*; – *застрелить*; – *заколоть*; – *зарубить*; – *поджечь*, – *побить*, *покалечить* и т.д., где обозначает мертвого человека, а – человека, пострадавшего от воздействия высоких температур.

- *Кибергруминг* – преступление против половой неприкосновенности личности, осуществляемое посредством интернет-переписки, направленное на принуждение адресата к действиям сексуального характера. Инструментом кибергруминга выступает, как правило, угроза или шантаж – речевой акт, предполагающий обещание адресантом распространить или разгласить какую-либо компрометирующую информацию об адресате. При совершении данного типа правонарушения злоумышленник использует жаргонизмы, а также эмодзи, референт которых относится к обозначению половых органов человека (, , , и т.д.) или каких-либо намеков на совершение различных действий сексуального характера (, , , и т.д.).
- *Экстремизм* – вид речевой агрессии, направленный на создание негативной оценки лица по какому-либо признаку (язык, раса, религия, национальность или принадлежность к какой-либо группе) и выражение на этом основании призыва к насильственным действиям одной группы лиц по отношению к другой. Как правило, в экстремистских высказываниях встречаются эмодзи, обозначающие лиц, принадлежащих к различным этническим или религиозным группам (– чернокожий, – араб, – мусульманин, – католик, – православный христианин, – китаец, – иудей, – еврей и т.д.).

С точки зрения теории речевых актов, важным условием для выражения любого вида речевой агрессии, как пишет И.М. Кобозева, выступает локутивное значение высказывания [Кобозева, 1986: 14], где особую роль играет говорящий субъект, создающий высказывание с интенциональным стремлением выражения агрессии. В случае отсутствия данной интенции у говорящего, а также явно выраженных объектов речевой агрессии в параметрической структуре высказывания, текст нельзя считать интенциональным речевым конфликтом. Как показывают

современные зарубежные исследования, в настоящее время эмодзи больше популярны среди школьников и студентов [Nyakana et al., 2023: 123], поэтому подобные высказывания с невербальными компонентами могут выступать типичным средством выражения жаргона городской молодежи (*Твоя идея просто* 🧨💣).

Исходя из наполненности текста невербальными компонентами эмодзи также различаются по степени креолизации. Опираясь на классификацию типов креолизованных текстов Е.Е. Анисимовой [Анисимова, 2003: 15], в зависимости от наличия изображения и характера его связи с вербальной частью высказывания можно выделить три основные группы текстов, содержащих эмодзи: а) тексты с нулевой креолизацией, где эмодзи отсутствуют: *Наши ребята замочат тебя сегодня!*; б) тексты с частичной креолизацией: вербальная часть может выражать смысл независимо от изображения, эмодзи выполняют комплементарную функцию: *Мы придем и отрежем* 🪒 *кусок твоего уха* 🗣️; в) тексты с полной креолизацией, где смысл вербальной части в полной мере зависит от значения эмодзи: *Если ты не принесешь деньги в назначенное место, я* 🧨💣 *твой* 🏢 – ‘Если ты не принесешь деньги в назначенное место, я взорву твой офис’.

Вербализация эмодзи может осуществляться семиотическими методами, применяемыми при исследовании знаков и знаковых систем. По мнению М. Данеси, одним из распространенных способов описания является синтез анализа семантики, синтаксиса и прагматики эмодзи [Danesi, 2016: 77–94].

Семантика эмодзи, по мнению ученого, может быть выявлена на основе их референциальной функции [Alsboul, 2021: 49], т.е. соотношения невербального компонента с конкретным объектом внеязыковой действительности (референтом). Оно может быть установлено различными способами (например, на основе результатов анализа коммуникативной ситуации).

Синтаксис эмодзи можно проанализировать исходя из занимаемого места невербальных компонентов в структуре высказывания, выявляемого путем применения логико-грамматического метода анализа текста. Исследование синтаксиса эмодзи проводится с учетом возможности их буквальной вербализации. Синтаксическая роль эмодзи может быть проанализирована на основании их семантико-синтаксических функции (ССФ) в высказывании. Такими функциями могут быть субъект, объект, инструмент и локатив.

Прагматика эмодзи может быть исследована на основании их дополнительной функциональной роли, вытекающей из коммуникативной формулы Р. Якобсона [Якобсон, 1975]: адресант, сообщая некую идею реципиенту, зашифровывает ее в определенный языковой код, который должен быть расшифрован реципиентом в процессе коммуникации (см. рис. 1):



Рис. 1. Формула коммуникации по Р. Якобсону

Большое количество текстов, наполненных невербальными компонентами в компьютерно-опосредованной коммуникации, понуждает современных лингвистов к осуществлению поиска новых подходов и разработке инструментов, необходимых для описания и дешифровки эмодзи. Одним из популярных средств описания является размещенная в открытом доступе электронная энциклопедия «Эмодзипедия» [Emojipedia, 2023], где представлены наиболее распространенные невербальные компоненты коммуникации с описаниями их значений на английском языке. Отсутствие подобных прикладных инструментов в русскоязычном пространстве существенно затрудняет описание эмодзи при проведении СЛЭ в современных условиях, в связи с чем возникает необходимость в создании подобного аналога для отечественной практики.

Современные эмодзи в текстах компьютерно-опосредованной коммуникации имеют различные модификации. Развитие социальных сетей и мессенджеров, в свою очередь, стимулирует возникновение всевозможных вариантов эмодзи и их модификаций, обусловленных спецификой используемых средств коммуникации. Так, возникновение социальной сети Твиттер привело к появлению типичных для нее невербальных компонентов, так называемых Твимодзи (Twemoji), в то же самое время развитие анимационных изображений GIF-формата – появление анимационных эмодзи, так называемых Анимодзи (Animoji), которые могут быть использованы в том числе и при выражении речевой агрессии (см. рис. 2):



Рис. 2. Анимодзи, используемые для выражения угрозы и кибергруминга

На основе вышеизложенного, составим следующую таблицу функций эмодзи в современных тестах компьютерно-опосредованной коммуникации, содержащих криминалистически значимую информацию (см. таблицу 1).

Таблица 1

Функции эмодзи в современных криминалистически значимых интернет-текстах

№	Дополнительная функция эмодзи	Пример высказывания
1	Людическая (языковая игра)	<i>Если не дашь нам 🎲, мы тебе 🖐️👉 – ‘Если не дашь нам деньги, мы тебе дадим в нос’.</i> В данном высказывании посредством указанных эмодзи реализуется прием языковой игры в невербальном поведении человека, основанном на синтаксическом сходстве и метафорическом переносе значения глагола <i>дать</i> в словосочетании <i>дать в нос</i> .
2	Маскировочно-денотативная	<i>Завтра к 12:00 привези мне 🧑‍🦲 с деревянными ножками.</i> В данном высказывании наличествует смысловое несоответствие денотата и совокупности указанных признаков. Эмодзи с изображением снеговика выступает семиотическим обозначением наркотического средства.
3	Оценочная	<i>Ты и вся твоя семья – самая настоящая 🐍 подколотная.</i> В данном высказывании эмодзи с изображением змеи является оценочным предикатом; <i>ты и вся твоя семья</i> – объектом оценки. Адресатом выступает носитель китайского языка, поэтому оно содержит негативную оценку, средством выражения которой выступает лингвистический прием аллегории и зоосемантизм <i>змея</i> , полученный в результате калькирования соответствующего эмодзи. Символ змеи в китайской культуре – «лицетворение коварства, лести, хитрости и зла» [Уильямс, 2011: 178]. Соответственно, подобное высказывание, адресатом которого выступает носитель китайского языка и культуры, в соответствующем контексте может быть квалифицировано как оскорбление.
4	Инструментальная	<i>Если не заплатишь выкуп, я тебя 🗡️👤🪦.</i> В данном высказывании сочетание различных эмодзи с изображением ножа, мертвого человека и гроба выступает в роли семантико-синтаксической функции, выраженной в форме инструментального падежа, который можно вербализовать соответствующим глаголом <i>зарезать</i> .
5	Денотативная	<i>Если ты со мной не 🧑‍🦹, то о твоих “проделках” узнают все твои одноклассники.</i> Эмодзи гоблина с вытянутым носом в данном высказывании выступает эвфемизмом, обозначающим совершение действий сексуального характера.
6	Референциальная	<i>Этому 🧑🏫 не место в нашей группе. Давайте, забудем ему стрелку сегодня после занятий!</i> Референтом данного высказывания является единственный арабский студент, который учится в данной академической группе, обозначенный соответствующим эмодзи.
7	Эмотивно-экспрессивная	<i>Джон, подбегии скорей ко мне! Он тебя завалит! 🧑🏫🔫.</i> Данное высказывание является средством выражения речевого акта предупреждения, а эмодзи в форме водяного пистолета – жаргонизмом городской молодежи, используемого в качестве приема гиперболизации эмотивно-экспрессивного компонента [Danesi, 2021: 1123].
8	Пунктуационная	<i>Слышишь, ты, 🐶, ты ведь не 🧑🏫👉. Тогда завтра встречаемся с тобой после уроков!</i>

		Эмодзи могут выступать заменителем «точки, запятой, многоточия, восклицательного или вопросительного знака в тексте» [Воякина, 2023: 397], поскольку при их применении часто игнорируются знаки препинания. В данном случае эмодзи, выражающие размышление (🤔), используются вместо вопросительного знака, т.к. следующее новое предложение начинается с прописной буквы.
9	Саркастическая	<i>Ты не волнуйся! Тебе просто 🗑️🗑️🗑️🤔 и все! И ты зла в этом мире больше видеть не будешь! – ‘Ты не волнуйся. Тебе просто глаза выколют! И больше ты зла в этом мире больше видеть не будешь!’</i> В данном высказывании сарказм как прием, благодаря менасивному контексту, созданному посредством соответствующих эмодзи, приобретает более жесткие формы и трансформирует иронический смысл в угрозу.
10	Нивелирование значения вербального компонента	<i>Ты этого достоин 🗑️🗑️🚑🗑️ = ‘Ты достоин того, чтобы тебя избили и убили’.</i> В данном примере эмодзи выступают средством трансформации позитивной оценки человека в менасив. Средством выражения небенефактивных действий в данном высказывании выступают эмодзи с изображением ножа (🗑️), капли крови (🗑️), и скорой помощи (🚑), когда эмодзи гроба выражают смерть (🗑️).

Перечислить все функции, которые могут выполнять эмодзи в современных текстах компьютерно-опосредованной коммуникации, содержащих криминалистически значимую информацию, в рамках одной статьи не представляется возможным. При желании этот перечень может быть продолжен.

7. Выводы

Таким образом, эмодзи – это не только визуальный язык общения, но и новый цифровой код современной компьютерно-опосредованной коммуникации, который имеет другие стандарты, обусловленные стремительным развитием цифровых технологий. Выступая средством замещения вербального компонента текста, эмодзи стали постепенно частью интернет-жаргона, который используется не только в качестве средств лингвоэкономии, но и маскировки языковых элементов, а также средств создания речевой агрессии в различных вариантах. Описание эмодзи может быть произведено в ходе судебной лингвистической экспертизы текста при наличии соответствующего инструментария. Наиболее простой и распространенный способ исследования эмодзи опирается на синтез семантики, синтаксиса и прагматики данных невербальных компонентов. Реализация эмодзи в современных текстах компьютерно-опосредованной коммуникации, содержащих криминалистически значимую информацию, зависит от функциональной роли невербальных компонентов, которая может быть людической, маскировочно-денотативной, оценочной, денотативной, референциальной, эмотивно-экспрессивной и т.д.

Литература

- Анисимова Е.Е.* (2003) Лингвистика текста и межкультурная коммуникация: (На материале креолизованных текстов): Уч. пособие для студ. фак. ин. яз. вузов. М.: Академия. 128 с.
- Беликов В.И., Крысин Л.П.* (2001) Социоллингвистика. М.: Рос. гос. гум. ун-т. 315 с.
- Воякина Е.Ю.* (2023) Визуализация современной цифровой коммуникации: Эмодзи вместо слов // Преподаватель XXI век. № 2 (2). С. 392–404.
- Грачёв М. А.* (2003) Словарь тысячелетнего русского арго: 27 000 слов и выражений. М.: РИПОЛ КЛАССИК. 1120 с.
- Грачёв М.А.* (2016) Судебно-лингвистическая экспертиза: Учебник.. М.: ФЛИНТА. 360 с.
- Кобозева И.М.* (1986) «Теория речевых актов» как один из вариантов теории речевой деятельности // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVII. С. 7–21.
- Плотникова А.М.* (2017) Конфликтная коммуникация в аспекте судебной лингвистики / Мин. образ. и науки РФ; Урал. федер. ун-т. Екатеринбург; М.: ТХТ. 197 с.
- Тошович Б.* (2006) Экспрессивный синтаксис глагола русского и сербского/хорватского языков. М.: Языки славянской культуры. 560 с.
- Уильямс Ч.* (2011) Китайская культура: Мифы, герои, символы / Пер. с англ. С. Фёдорова. М.: Изд-во Центр-полиграф. 478 с.
- Чемоданов Н.С.* (1975) Проблемы социальной лингвистики в современном языкознании // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. VII. Социоллингвистика. С. 5–33.
- Швейцер А.Д., Никольский Л.Б.* (1978). Введение в социоллингвистику. М.: Высшая школа. 215 с.
- Якобсон Р.* (1975) Лингвистика и поэтика // Структурализм: «За» и «против» / Пер. с англ., фр., нем., чеш., польск. и болг. яз.; под ред. Е.Я. Басина и М.Я. Полякова; [предисл. В.П. Крутоуса]. М.: Прогресс. С. 193–230.
- Alsoul, N.* (2021) The Emoji Linguistic Functions on Facebook Interactions among Undergraduate Students at Jadara University in Jordan // Journal for the Study of English Linguistics. No. 1 (9). Pp. 43–54.
- Bonvillain, N.* (2016) The Routledge Handbook of Linguistic Anthropology. L.; N. Y.: Routledge Taylor & Francis Group. 494 p.
- Coleman, J.* (2012) The Life of Slang. Oxford University Press. 354 p.
- Danesi, M.* (2016) The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of internet. N. Y.: Bloomsbury Academic. 208 p.
- Danesi, M.* (2021) The Law and Emojis: Emoji Forensics // International Journal of the Semiotics. No. 32. Pp. 1117–1139.
- Emojipedia. Available at: <https://emojipedia.org/>. Access date: 12.12.2023.
- Godard, R., Holtzman, S.* (2022) The Multidimensional Lexicon of Emojis: A New Tool to Assess the Emotional Content of Emojis // Frontiers in psychology. Vol. 13. Pp. 1–10.
- Leitner, G.* (2008). The Sociolinguistics of Communication Media // The Handbook of Sociolinguistics / Ed. by F. Coulmas. Oxford: Blackwell Publishing. Pp. 187–205.
- Nyakana, C., Smith, C., Mphahlele, L.* (2023) Emojis as Novel Way to Communicate Using Whatsapp // Per Linguam: A Journal of Language Learning = Per Linguam: Tydskrif vir Taalaanleer. Vol. 39. No. 2. Pp. 115–133.
- Pei, J., Cheng, L.* (2022) Deciphering emoji variation in courts: A social semiotic perspective // Humanities and Social Sciences Communications. No. 9 (445). Pp. 1–8.
- Siyang, L.* (2015) The golden era of emoji an exploration of emoji and emoji system design: An exploration of emoji and emoji system design. Available at: <https://www.politesi.polimi.it/handle/10589/142189>. Access date: 08.12.2023.
- Zhang, L., Zhang, L., Zhao, J., Xu, K.* (2016) Who creates Trends in Online Social Media: The Crowd or Opinion Leaders? // Computer-Mediated Communication. No. 21. Pp. 1–16.

References

- Anisimova, E.E.* (2003) Lingvistika teksta i mezhkul'turnaja kommunikacija: (Na materiale kreolizovannyh tekstov) [Linguistics of a text and cross-cultural communication: (On the material of creolized texts)]: Uch. posobie dlja stud. fak. in. jaz. vuzov. M.: Akademija. 128 p. (In Russ.)
- Belikov, V.I., Krysin, L.P.* (2001) Sociolingvistika. M.: Ros. gos. gum. un-t. 315 p. (In Russ.)
- Vojakina, E.Ju.* (2023). Vizualizacija sovremennoj cifrovoj kommunikacii: Jemodzi vmesto slov [Visualization of modern digital communication: Emojis instead of words] // Prepodavatel' XXI vek. No. 2. Vol. 2. Pp. 392–404. (In Russ.)
- Grachev, M.A.* (2003) Slovar' tysjacheletnego russkogo argo: 27 000 slov i vyrazhenij [Dictionary of millennial Russian argot: 27 000 words and expressions]. M.: RIPOL KLASSIK. 1120 p. (In Russ.)
- Grachev, M.A.* (2016) Sudebno-lingvisticheseskaja jekspertiza [Forensic linguistic examination]: Uchebnik. 2-e izd., ster. M.: FLINTA. 360 p. (In Russ.)
- Kobozeva, I.M.* (1986) "Teorija rechevyh aktov" kak odin iz variantov teorii rechevoj dejatel'nosti // Novoe v zarubezhnoj lingvistike. Vyp. XVII. Pp. 7–21. (In Russ.)
- Plotnikova, A.M.* (2017) Konfliktnaja kommunikacija v aspekte sudebnoj lingvistiki [A conflict communication in the aspect of forensic linguistics] / Min. obraz. i nauki RF; Ural. feder. un-t. Ekaterinburg. M.: THT. 197 p. (In Russ.)
- Toshovich, B.* (2006). Jekspressivnyj sintaksis glagola russkogo i serbskogo/horvatskogo jazykov. [Expressive syntaxis of a Russian and Serbian verb] M.: Jazyki slavjanskoj kul'tury. 560 p. (In Russ.)
- Uil'jams, Ch.* (2011) Kitajskaja kul'tura: Mify, geroi, simvoly [Chinese culture: Myths, heroes and symbols] / Per. s angl. S. Fedorova. M.: Izdatel'stvo Centr-poligraf. 478 p. (In Russ.)
- Chemodanov, N.S.* (1975) Problemy social'noj lingvistiki v sovremennom jazykoznanii [Problems of social linguistics in a modern foreign language science] // Novoe v zarubezhnoj lingvistike. Vyp. VII. Sociolingvistika. Pp. 5–33. (In Russ.)
- Shvejcer, A.D., Nikol'skij, L.B.* (1978). Vvedenie v sociolingvistiku [Introduction to sociolinguistics]. M.: Vyshnejshaja shkola. 215 p. (In Russ.)
- Jakobson, R.* (1975) Lingvistika i pojetika [Linguistics and poetics] // Strukturalizm: "za" i "protiv" / Per. s angl., fr., nem., chesh., pol'sk. i bolg. jaz.; pod red. E.Ja. Basina i M.Ja. Poljakova; [predisl. V.P. Krutousa]. M.: Progress. Pp. 193–230. (In Russ.)
- Alsoul, N.* (2021) The Emoji Linguistic Functions on Facebook Interactions among Undergraduate Students at Jadara University in Jordan // Journal for the Study of English Linguistics. No. 1 (9). Pp. 43–54.
- Bonvillain, N.* (2016) The Routledge Handbook of Linguistic Anthropology. L.; N. Y.: Routledge Taylor & Francis Group. 494 p.
- Coleman, J.* (2012) The Life of Slang. Oxford University Press. 354 p.
- Danesi, M.* (2016) The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of internet. N. Y.: Bloomsbury Academic. 208 p.
- Danesi, M.* (2021) The Law and Emojis: Emoji Forensics // International Journal of the Semiotics. No. 32. Pp. 1117–1139.
- Emojipedia. Available at: <https://emojipedia.org/>. Access date: 12.12.2023.
- Godard, R., Holtzman, S.* (2022) The Multidimensional Lexicon of Emojis: A New Tool to Assess the Emotional Content of Emojis // Frontiers in psychology. Vol. 13. Pp. 1–10.
- Leitner, G.* (2008) The Sociolinguistics of Communication Media // The Handbook of Sociolinguistics / Ed. by F. Coulmas. Oxford: Blackwell Publishing. Pp. 187–205.
- Nyakana, C., Smith, C., Mphahlele, L.* (2023) Emojis as Novel Way to Communicate Using Whatsapp // Per Linguam: A Journal of Language Learning = Per Linguam: Tydskrif vir Taalaanleer. Vol. 39. No. 2. Pp. 115–133.



- Pei, J., Cheng, L. (2022) Deciphering emoji variation in courts: A social semiotic perspective // Humanities and Social Sciences Communications. No. 9 (445). Pp. 1–8.
- Siyang, L. The golden era of emoji an exploration of emoji and emoji system design: An exploration of emoji and Swift Key Emoji Report. Available at: <https://dokumen.tips/documents/swiftkey-emoji-report.html>. Access date: 16.11.2023.
- Siyang, L. (2015) The golden era of emoji an exploration of emoji and emoji system design: an exploration of emoji and emoji system design. Available at: <https://www.politesi.polimi.it/handle/10589/142189>. Access date: 08.12.2023.
- Zhang, L., Zhang, L., Zhao, J., Xu, K. (2016) Who creates Trends in Online Social Media: The Crowd or Opinion Leaders? // Computer-Mediated Communication. No. 21. Pp. 1–16.

Бабук Александр Вадимович – кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник лаборатории психолого-лингвистических исследований научного отдела гуманитарных исследований государственного учреждения «Научно-практический центр государственного комитета судебных экспертиз Республики Беларусь», Республика Беларусь

<https://orcid.org/0000-0002-8805-3910>

Адрес: 220114, Республика Беларусь, г. Минск, ул. Филимонова, 25

Эл. адрес: alexander-babuk@yandex.ru

Alexander V. Babuk – Candidate of Science (Philology), Senior Researcher of Psycho & Linguistic Laboratory of Scientific Department of Humanities of the State Institution “Scientific and Practical Center of the State Forensic Examination Committee of the Republic of Belarus”

<https://orcid.org/0000-0002-8805-3910>

Address: 25 Filimonova St., Minsk, 220114, Republic of Belarus

E-mail: alexander-babuk@yandex.ru

Для цитирования: *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. DOI: 10.37892/2713-2951-2-18-36-51

For citation: *Babuk A.V.* Emoji as elements of online-jargon in denotation disguise and different types of speech aggression in computer-mediated communication // Sociolinguistics. 2024. No. 2 (18). Pp.36–51. (In Russ.) DOI: 10.37892/2713-2951-2-18-36-51

The article was submitted 20.12.2023;
approved after reviewing 12.04.2024;
accepted for publication 12.06.2024.