



оригинальная статья

<https://elibrary.ru/xyfyuj>

Эмотикон как пример развития графической эмотиологии в виртуальном пространстве

Иванова-Якушко Мария Михайловна

Академия профессиональной переподготовки и инновационных технологий, Россия, Орехово-Зуево
<https://orcid.org/0009-0003-7414-9094>

Анумян Карпис Саркисович

Московский государственный лингвистический университет, Россия, Москва
Российский университет дружбы народов им. П. Лумумбы, Россия, Москва
eLibrary Author SPIN: 4250-1744
<https://orcid.org/0000-0001-6125-4942>

karpisanumyan93@mail.ru

Карабулатов Михаил Николаевич

Хэйлунцзянский университет, Китай, Харбин

Аннотация: Эмотиконы являются ярким примером развития графической эмотиологии в виртуальном пространстве. Цель – исследовать проблему развития графической эмотиологии на примере использования эмотикона в виртуальной коммуникации. Актуальность подхода обусловлена междисциплинарным характером, что позволяет объединить лингвистику с точными и естественными науками, в том числе с вопросами развития эмоционального искусственного интеллекта. Многообразие форм эмотиконов требует их упорядочивания (классификации), что будет способствовать упрощению их восприятия и толкования, что, в свою очередь, подкрепляет актуальность нашего исследования. Приоритет коммуникационного взаимодействия в виртуальном пространстве актуализирует поиск средств передачи психоэмоциональных переживаний, в частности с помощью пиктографики эмоций, для более точного понимания эмотивного содержания в сообщении за счет использования ассоциативных связей между изображением конкретного психоэмоционального состояния и его восприятием носителем конкретной лингвокультуры. Несмотря на универсальный характер базовых эмоций и унификацию интерпретации эмотиконов носителями разных лингвокультур, обнаруживается ошибочность в декодировании из-за разницы восприятия экспрессии эмоции в том или ином эмотиконе в разных этноязыковых сообществах, что может служить маркером в определении коммуникантов на оси *свой – чужой*. Эмотиконы являются наглядным примером развития семантики графической эмотиологии. Интерпретация эмотиконов представляет собой интересную задачу в аспекте формализации графической эмотиологии как понимания детализации эмотивных состояний в виртуальной коммуникации с использованием новых способов передачи переживания эмоции. Результаты исследования показали, что эмотиконы представляют собой четко выверенный репертуар эмотивных состояний, апелляция к которым возможна в виртуальной коммуникации. В связи с этим авторы предлагают новое научное направление – *графическую эмотиологию* как разновидность лингвосемиотики. Метафоричность эмотикона как кодируемой эмоции с дополнительными оценочными оттенками раскрывается за счет принятых эмотивных норм речевого поведения в обществе в виде некоего унифицируемого изображения или комплекса знаков. Проведенные эксперименты показывают актуальность использования эмотиконов в условиях компрессии виртуальной коммуникации. Виртуальное общение между представителями разных этнолингвокультур способствует обогащению эмотиконов в лингвострановедческом аспекте, что развивает графическую эмотиологию в международном плане.

Ключевые слова: эмоции, эмотикон, графическая эмотиология, виртуальная коммуникация, графическая эмотивная метафора

Цитирование: Иванова-Якушко М. М., Анумян К. С., Карабулатов М. Н. Эмотикон как пример развития графической эмотиологии в виртуальном пространстве. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2024. Т. 3. № 3. С. 296–308. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2024-3-3-296-308>

Поступила в редакцию 03.06.2024. Принята после рецензирования 03.09.2024. Принята в печать 09.09.2024.

full article

Emoticon in Development of Virtual Graphic Emotionology

Maria M. Ivanova-Yakushko

Academy of Professional Retraining and Innovative Technologies, Russia, Orekhovo-Zuyevo
<https://orcid.org/0009-0003-7414-9094>

Karpis S. Anumyan

Moscow State Linguistic University, Russia, Moscow
Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Russia, Moscow
eLibrary Author SPIN: 4250-1744
<https://orcid.org/0000-0001-6125-4942>

karpisanumyan93@mail.ru

Mikhail N. Karabulatov

Heilongjiang University, China, Harbin

Abstract: Emoticons are a vivid example of graphic emotionology in virtual communication. The interdisciplinary character of this research made it possible to combine linguistics with exact and natural sciences, including the young science of emotional artificial intelligence. Transmitting psycho-emotional experiences is important for effective virtual communication. Emotional pictography provides a more accurate understanding of the emotive content in a message. It relies on associative links between the image of a specific psycho-emotional state and its perception by a carrier of a specific linguistic culture. Basic emoticons are of universal nature, and internet users with different cultural and linguistic backgrounds tend to interpret them similarly. However, members of different ethno-linguistic communities sometimes decode the same emotions differently, which may lead to misunderstanding, as well as to serve as a marker on the friend – foe axis. Emoticons represent a clearly verified range of emotive states, which can be appealed to in virtual communication. The authors developed a classification of emoticons and proposed graphic emotionology as a new branch of linguistic semiotics. The metaphorical nature of the emoticon as a coded emotion with additional evaluative shades is revealed as a certain unified image or a complex of signs due to the accepted emotive norms of speech behavior. In addition, emoticons provide efficient compression during virtual communication. Intercultural virtual communication enriches the range of emoticons both linguistically and culturally, thus developing graphic emotionology internationally. Emoticons provide insight into the development of graphic emotionology.

Keywords: emotions, emoticon, graphic emotionology, virtual communication, graphic emotive metaphor

Citation: Ivanova-Yakushko M. M., Anumyan K. S., Karabulatov M. N. Emoticon in Development of Virtual Graphic Emotionology. *Virtual Communication and Social Networks*, 2024, 3(3): 296–308. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2024-3-3-296-308>

Received 3 Jun 2024. Accepted after review 3 Sep 2024. Accepted for publication 9 Sep 2024.

Введение

Переход активной коммуникации в виртуальное пространство актуализирует графическую передачу психоэмоциональных состояний с целью более точного понимания переживаемых эмоций в системе *адресат – адресант*, что выводит на новый уровень развитие эмоционального искусственного интеллекта [Шаховский 2021] и понимания естественного эмоционального интеллекта [Дударева, Шпильная 2023], ставя во главу угла целевые установки эмотивности в виртуальной коммуникации [Голев 2023]. Вопросы представленности эмоций в языке на сегодняшний день освещаются

в области теории эмоций (эмотиологии) и теории языковой личности [Анумян, Арутюнян 2022; Анумян, Карабулатова 2022; Гох 2015; Карасик 2004; 2021; Пищальникова 2023; Романов, Сорокин 2008; Шаховский 2012; 2021].

Жесткий стандарт общения по скрипту в сетевом пространстве делает коммуникацию сухой и безэмоциональной [Рябова 2023]. Эта механистичность общения смягчается за счет использования разнообразных эмотиконов, выполняющих роль некоего психоэмоционального убежища, позволяющего современному человеку спрятаться от угнетающего

груза требований стандарта, предъявляемого к общению современным социумом в условиях прозрачности цифровой реальности и отслеживанию различными контролирующими организациями.

Стандартизированный набор эмодзи подталкивает к применению коммуникантами повторяющихся пиктограмм, позволяющих выбрать из вкладки *рекомендуемые* те эмодзи, которые использовались недавно и / или чаще. Данное обстоятельство дает возможность ускорить процесс общения, чем искать подходящий смайлик в остальных вкладках эмодзи с соответствующей эмоцией [Thompson, Filik 2016]. Нам близка идея С. В. Коростовой о том, что «выявление смыслов и установление ценностей в картине мира языковой личности невозможно без изучения ее эмодзи» [Коростова 2015: 77].

Эмодзи (от англ. *emotion* – эмоции, *icon* – знак, *emoticon* – символ) рассматриваются как графические фигуры (или пунктуационные знаки), передающие определенные эмоции и настроения человека с помощью мимики, жестов, поз и в основном употребляющиеся в интернет-коммуникации. Эмодзи предназначены также для выполнения роли невербальных средств общения, передающие семантику сообщения (во взаимосвязи с вербальными средствами) в пределах конкретной информации. Для сравнения приведем несколько определений этого термина. Так, Н. Н. Орлова дает следующее определение: «Эмодзи – экстралингвистические формы общения – пиктограммы, выражающие эмоции (смайлики)» [Орлова 2017: 169].

Классические словари близки в своих трактовках в определении эмодзи как такового. Например, Оксфордский словарь дает определение: «Эмодзи – изображение выражения лица, такого как радость (улыбка) или хмурость (недовольство) взгляда, сформированные различными комбинациями символов клавиатуры и используемые для передачи чувств автора или предполагаемого тона»¹. При этом Кембриджский словарь дает похожее определение, апеллируя к лингвистике: «Эмодзи – это изображение, состоящее из символов, таких как знаки препинания, используемые в текстовых сообщениях, электронных письмах и т.д. для выражения определенной

эмоции»². В то же время мы встречаем и попытки определения эмодзи через призму семиотики: «Эмодзи – это символ, используемый в текстах или электронных письмах, чтобы показать, что человек чувствует»³, – утверждается в словаре Коллинза.

Экспрессия эмодзи позволяет проводить нюансировку в передаче испытываемых эмоций, являясь, по сути, графической мотивной метафорой для *Homo Digitalis*, который «можно определить как «1) индивидуума, утрачивающего свою человечность и свои эмпатические качества; 2) индивидуума, реализующегося преимущественно в сфере цифровой коммуникации и цифрового социума; 3) человека со встроенными бионическими и иными цифровыми "улучшениями"» [Карбулатов 2023: 18].

Таким образом, виртуальная коммуникация с ее практически безграничной интерпретацией реальной действительности и доминированием развлекательного компонента становится в цифровую эпоху некой заменой объективного опыта, получаемого в результате преодоления неких препятствий с опорой на ситуативное напряжение и душевно-эмоциональных затрат.

Цель – исследовать проблему развития графической эмодзиологии на примере использования эмодзи в виртуальной коммуникации.

Специфика функционирования эмодзи предопределила векторы их анализа, который осуществляется в четырех основных направлениях: 1) психологическом [Пиотровская 2023]; 2) прагматическом [Karabulatova et al. 2023; Trushchelev 2023]; 3) лингвистическом [Бутова, Вязигина 2023; Гуц 2023]; 4) формально-структурном в машинном обучении и NLP [Мамина, Пирайнен 2023; Qin et al. 2022], что позволило сконцентрировать исследование в зависимости от методологических задач.

Некоторые ученые связывают появление эмодзи с буддизмом языком символической коммуникации XVIII в. [Анумян 2022], в которой была разработана система предметных метафор, сигнализирующих об эмоциях отправителя невербального сообщения. Например, цветки календулы помогали понять адресату, что отправитель находится в недоумении, требуя объяснений своего поведения с посылом: «Почему ты так себя ведешь?», «Я жду

¹ Emoticon. *Oxford English Dictionary*. URL: https://www.oed.com/dictionary/emoticon_n?tab=meaning_and_use#11798347 (accessed 10 May 2024). Здесь и далее перевод выполнен авторами статьи.

² Emoticon. *Cambridge English Dictionary*. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-russian/emoticon> (accessed 10 May 2024).

³ Emoticon. *Collins Dictionary*. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/emoticon> (accessed 10 May 2024).

объяснений»⁴. Что касается предтечи эмотиконов, то справедливо будет упомянуть о символических изображениях в натюрмортной живописи, которая выступала как *визуальные афоризмы*, предлагаемые зрителю для декодирования [Петренко и др. 2010]. Благодаря живописи графическая эмотиология обогатилась изображениями песочных часов как символа времени (а также сожаления о быстротекущем времени или необходимости ускориться вследствие бега времени), поникшего цветка как скорби, бутылкой шампанского с вылетающей пробкой как символа праздника и радости и т.п. В итоге исследователи стали писать о визуальной метафоре в живописи и рекламе [Петренко и др. 2010]. При этом упускается важный момент, что в условиях цифровой коммуникации эмотиконы тоже могут быть использованы как графическая метафора.

Вместе с тем базовые изображения радости и грусти берут свое начало от древнегреческих театральных представлений с использованием улыбающейся и печальной масок. Применение масок для моделирования транслируемых эмоций широко использовалось в языческие времена шаманизма, анимализма, а также в различных религиозных мистериях древности. Рассмотрение истории эмотиконов представляет собой отдельную лингвокультурологическую и лингвострановедческую задачу [Романов, Сорокин 2008; Miltner 2020].

Роль эмоций в структуре языковой личности освещена в работах многих исследователей [Апресян 1995; Арутюнова 1999; Карасик 2004; 2019; 2021; Караулов 2014]. Не случайно В. И. Карасик пишет, что личность (человек, осознающий себя) «проявляется в вербальном и невербальном коммуникативном поведении» [Карасик 2019: 158]. Это позволяет подойти к анализу эмотиконов в виртуальной коммуникации с позиции эмотивного пространства виртуального диалога, в котором используется индивидуальный репертуар предпочитаемых изображений эмоционального реагирования на информацию.

В системе эмотикона О. И. Недоступ выделяет *сложные знаки*, подразделяя их на три группы: *эмоциональные*, *предикативные* и *знаки-объекты* [Недоступ 2020]. Иными словами, эмотикон удивления, являясь сложным знаком, реализуется в рамках так называемого *первого закона красоты*, который был сформулирован И. Кантом, и поэтому может удивлять, вызывать чувство растерянности, потому

что характеризует красоту через эмоцию эстетического удовольствия без какого-либо иного интереса [Кормин 2022].

На наш взгляд, развитие электронно-цифровой коммуникации становится триггером в исследованиях по эмотиологии в различных аспектах [Анумян 2022; Двойникова, Карпов 2020; Мишланов и др. 2020; Karabulatova et al. 2021; Qin et al. 2022]. Впервые эмотиконы :-)/ 😊 и :-(/ 😞 были использованы Скоттом Э. Фалманом в 1982 г. Автор предложил совокупность знаков препинания :-)/ 😊 = 😊 для обозначения шуточных (радостных) высказываний и :-(/ 😞 = 😞 – для более серьезных, деловых (грустных) выражений. Так, при рассмотрении вербальных стратегий эмоционального напряжения среди преподавателей иностранного языка был сделан вывод, что выражение естественных эмоций предпочтительнее, чем поверхностное действие. Однако исследователи обратили внимание на то, что аспекты измерения обладают умеренно отрицательной корреляцией [Dewaele, Wu 2021].

В лингвистических исследованиях на передний план выходит человек, да и сам искусственный интеллект, который сейчас интенсивно исследуется с разных аспектов науки, создается по аналогии с человеческой перцепцией окружающего мира, при этом оценка психоэмоциональных состояний человека осуществляется за счет автоматического вычленения эмотивной лексики, составляющей основу анализа настроений [Бутакова, Вязгина 2023; Nasukawa, Yi 2003; Qin et al. 2022]. Вместе с тем исследователи все чаще говорят об эмотиконах как о характерной черте лингвографологии [Dürscheid, Meletis 2019], пытаюсь определить их место в языке и речи. Однако, на наш взгляд, более точным является предлагаемое нами определение *графической эмотиологии*, т.к. во главу угла ставится передача эмоционального восприятия и / или эмотивной оценки сообщения с помощью графических знаков. Не случайно некоторые ученые определяют эмотикон как разновидность графикона, или графического знака [Konrad et al. 2020].

В связи с актуализацией споров о взаимодействии человека и машины вопрос *антропоцентризма в языке* поднимается на новую высоту [Карабулатов 2023], причем структуралисты получили возможность реванша, говоря об искусственном интеллекте как о «мыслящей машине,

⁴ Таинственный язык цветов, или цветочно-русский разговорник. *Аргументы и факты*. 18.07.2006. URL: <https://archive.aif.ru/archive/1727672> (дата обращения: 01.10.2023).

🤖, 🧠 и др. Приведем несколько примеров употребления эмотикемы удивление из социальной сети ВКонтакте⁵:

- [автор 1] я так в беседе потока родственницу нашла
- [автор 2] Вроде ничего особенного, но все равно удивительно.
- Такие моменты заставляют нас ощущать всю мощь и величие природы, напоминая нам о том, насколько удивителен и непредсказуем мир вокруг нас.
- Я был удивлён, что такое возможно, если честно. 🤖🧠🌟

В первом примере выражается сильное удивление с использованием эмотива *поразиться*, что особо подчеркивается маркером *до глубины души*. В следующих вышеприведенных примерах видим *простое удивление*, вызванное непривычной для индивида картиной. Совмещение текстовой информации с эмотивным знаком, передающим психоэмоциональное переживание, как и использование нескольких эмотиконов, позволяющих проникнуть в мир коммуниканта, дают возможность вести речь о креолизации метафоры, в которой совмещены вербальный и невербальный коды.

При этом художественная метафора, которая, как правило, описывает то или иное психоэмоциональное состояние [Bulegenova et al. 2023], передается в спрессованном виде с помощью графического изображения, позволяя определить степень переживания эмоции (рис. 1).

Градация эмотиконов с той или иной эмотивной доминантой соответствует синонимической шкале, поэтому трактуется нами как развернутая *графическая эмотивная метафора*, в которой присутствует добавочное эмотивное значение к основной эмоциональной доминанте переживания и / или реакции. При этом постоянство в использовании конкретных эмотивных пиктограмм рассматривается нами как индивидуальная характеристика эмоциональной



Рис. 1. Подборка эмотиконов с эмотикемой удивление и дополнительными эмотивными значениями
Fig. 1. Emoticons with the major emoticeme of surprise and additional emotive meanings

внутренней картины мира пользователя. В связи с этим постулируемая исследователями эмоциональность, эмоциогенность и эмотивность выступают также характеристикой цифровой картины мира через призму эмоционального интеллекта [Балашова 2011; Береснев 2020; Гавриш и др. 2024].

Если семантика отдельных эмотиконов обладает диффузностью вследствие использования в повторяющихся контекстах, то это предположение позволяет утверждать о наличии окказиональной семантики эмотиконов, реализующейся в качестве способа эмотивного описания языковой личности. Частотность использования тех или иных эмотиконов в виртуальной коммуникации дает возможность пользователю смоделировать ответную эмотивную реакцию у реципиентов сообщения с заведомой эмоциогенной интерпретацией. Нацеленность на отображение нюансов невербального компонента эмотивности в коммуникативном виртуальном сообщении предопределила создание обширной коллекции эмотиконов с имитацией некоторых интонационных движений мимики и жестов, связанных с семантикой эмоциогенности в том или ином высказывании (рис. 2). Так, эмотиконы могут выражать эмоции с помощью характерных изображений глаз, положения рта и губ или изменения формы носа, что соответствует аналогичным проявлениям в реальном общении.

Существуют разные этнолингвокультурные стили эмотиконов: западный – американский (вестерн), японский (*каомодзи*, дословно – лицо персонажа), китайский и др. Использование этнолингвокультурной специфики в эмотиконах демонстрирует направленность на целевую аудиторию.

В каждом языке данные записи (символы) эмотиконов могут различаться, или один и тот же эмотикон может обозначать разные эмоции. В первую очередь это зависит от этнокультурных проявлений разных народов и сложившейся эмотивной картины мира определенного социума. Вместе с тем



Рис. 2. Разнообразие палитры эмотиконов с дополнительными эмотикемами
Fig. 2. Palette of emoticons with additional emoticemes

⁵ ВКонтакте. URL: <https://vk.com/brainfeed?from=search> (дата обращения: 01.10.2023).

в Китае использование эмодзи гораздо чаще представлено в виртуальной деловой коммуникации (профессиональных чатах на работе), чем в России, Казахстане или Армении, что обусловлено необходимостью в скорости виртуальных сообщений и совмещенностью чатов с различными иными системами виртуального пространства, объединенными в китайском сегменте Интернета [Joe 2023].

Как показывают данные наших опросов, сегодня наблюдается рост использования эмодзи в обыденной коммуникации (эпистолярном жанре, чат-сообщениях, комментировании и т.п.), что, предположительно, обусловлено стремлением к сжатию информации и быстротой обмена содержания информации.

Приоритет использования эмодзи в виртуальной коммуникации был подтвержден в опросе студентов 18–21 года в 2021–2024 гг., проведенном в Москве и Московской области. Группу респондентов составили 200 человек, которые ответили на следующие вопросы: *Является ли использование эмодзи / эмодзи при электронной переписке необходимо для Вас?; Есть ли у Вас предпочтение в использовании смайликов / эмодзи?; С какой целью Вы используете смайлики / эмодзи?; Можете ли Вы отказаться от использования эмодзи / смайликов?* Анонимные опросы, которые проводились среди студентов 1 курсов Московского государственного лингвистического университета (Москва), Московского государственного гуманитарно-технологического университета им. С. Т. Морозова (Орехово-Зуево, Московская обл.), предполагали лишь четкий ответ *да* или *нет*, без позиции *не знаю*, что позволяло более ясно определить систему координат в аспекте использования эмодзи в современной электронной коммуникации.

Опрос проводился в очном формате в письменной форме. Целевая аудитория была определена исходя из признания того факта, что представители данной возрастной категории являются официально признанными *цифровыми аборигенами* [Karabulatova et al. 2021]. В связи с чем 100 % получение ответов является нормой для понимания процессов коммуникации в виртуальном пространстве. Для качественного получения данных и контроля был использован традиционный способ предъявления опросной анкеты, а ее вопросы составлены в простой, четко сформулированной и понятной форме, не требующей дополнительной рефлексии респондентов, гарантируя быстроту ответов

с эффективной вовлеченностью участников опроса. Прямой опрос предполагает личное заполнение анкеты респондентами, при этом авторы статьи участвовали в качестве организаторов анкетирования. Четкая поляризация возможных ответов позволяет понять внутреннюю систему регламентации использования эмодзи в электронной коммуникации. Кроме того, отсутствие «плавающего» ответа, указывающего на «тихий уход» от ответа (например, *я не знаю* и т.п.), задает четкий алгоритм, благодаря которому моделируется определенная картина использования эмодзи в повседневной коммуникативной практике респондентов. При этом респонденты могли выбрать только один вариант ответа. Форма ответа гарантировала анонимность благодаря подаче опроса, в котором респонденту предлагалось обозначить лишь верный с его точки зрения вариант (как при тестировании) в виде обозначения [x], что обеспечивало максимальную защиту от возможности идентификации респондента. Мы полагаем, что проведение аналогичного опроса в более взрослой когортной группе даст другие результаты в связи с приоритетом других форматов общения. Однако в нашем исследовании мы не ставили такую задачу, потому что для нас выбор целевой аудитории был обусловлен ее важностью для формирования прогностического портрета будущей России (табл.).

Использование эмодзи в электронной переписке и виртуальной коммуникации нацелено на усиление эмотивности сообщения, демонстрируя включенность эмодзи в современное социальное общение, что подтверждается не только ростом использования эмодзи, но и нежеланием отказа от этого способа оценочного выражения отношения к тому или иному факту / явлению / событию в виртуальном общении. Увеличение масштабов виртуальной коммуникации практически уравнило использование эмодзи при электронной переписке с передачей информации с помощью слов, а в ряде случаев демонстрирует приоритет выбора в сторону эмодзи. В итоге появляется проблема эмотивизации пиктографии на современном этапе, в результате чего возникает специфический семиотический континуум [Суббота и др. 2019]. В этой связи хотелось бы подчеркнуть повсеместное использование цифр в китайской виртуальной коммуникации вместо слов и отдельных значимых выражений на основе омофонии, что находится, на наш взгляд, между эмодзи и эмотивной пиктографией на современном этапе, т.к. написание фраз

Табл. Приоритеты использования эмотиконов в виртуальной коммуникации студенческой аудитории, %
Tab. Reasons for using emoticons in virtual communication given by university students, %

Вопрос	Варианты ответа	2021	2024
Является использование эмотиконов / эмодзи при электронной переписке необходимостью для вас?	Да, необходимо	52	82
	Нет, не является необходимостью	48	18
Есть ли у вас предпочтения в использовании эмотиконов / смайликов?	:-) = 😊	92	72
	:-(= 😞	46	64
	.* = 😡	39	61
С какой целью вы используете смайлики / эмотиконы?	Для передачи собственных эмоциональных переживаний, психоэмоциональных оценок	52	78
	Сохранение лаконичности и экономии языковых средств	37	63
	Просто так, не задумываясь над этим	39	17
Можете ли вы отказаться от использования эмотиконов / смайликов?	Да, могу	41	22
	Нет, не могу	59	78

на основе чисел гораздо проще, чем написание иероглифов. Такие замены с использованием цифр широко распространены в WeChat, а также в социальной сети Weibo как в постах, так и в комментариях, не считая обычной переписки. Например: 1314 [yī fān yī sì] похоже на звучание фразы 一生一世 [yīshēng yīshì] / *На всю жизнь*; 360 [sān liè líng] соотносится с выражением 想念你 [xiǎngniàn nǐ] / *Скучаю по тебе*. Иногда цифровые фразы становятся источником новых трендов. Так, дата 20 мая в КНР стала неофициальным праздником всех влюбленных, позиционируясь как День признаний в любви в Китае. Это связано с тем, что звучание самой даты 20 мая (5.20, где май – буквально 5 месяц, и 20 – число мая) на китайском языке звучит омофонично признанию в любви: 5–2–0 [wǔ èr líng] / 20 число пятого месяца и 我爱你 [wǒ ài nǐ] / я люблю тебя. При этом цифровая замена буквенному выражению также сопровождается соответствующим эмодзи для усиления эмотивности сообщения: 😍.

Внедрение эмотиконов преобразует высказывания в виртуальной коммуникации в креолизованные тексты, в которых происходит кодирование и декодирование разнообразных семиотических кодов в сообщении, что не только эмоционально окрашивает текст, но и способствует увеличению объема информационной наполненности самого сообщения [Рашевских, Лаврова 2016].

Несмотря на сложную внутреннюю и внешнюю геополитическую и социально-экономическую ситуации, респонденты демонстрируют значительную эмоциональную устойчивость, что проявляется в выборе любимых эмотиконов, используемых в виртуальной переписке.

Человеческие эмоции могут быть выражены как вербально, так и невербально (с помощью мимики и жестов), а также паравербально (с помощью интонации). Виртуальная коммуникация апеллирует к письменной речи, позволяя выражать эмоции с помощью пунктуационных и математических знаков. Новые форматы общения в цифровую эпоху побудили появление нового способа выражения эмоций – с помощью эмотиконов / эмодзи / смайлов.

В современном виртуальном общении, которое ориентировано на высокую скорость реагирования и лаконичность, использование эмотиконов является компонентом коммуникации, потому что смайлы содержат в себе комплексные понятия, пояснение которых с помощью слов потребовало бы нескольких строк. Красноречивые эмотиконы придают высказыванию соответствующую интонационную окраску, что помогает избежать недопонимания в опосредованной виртуальной коммуникации, когда собеседники не видят друг друга. Таким образом, можно утверждать о развитии эмотиологии в графическом ракурсе вследствие компрессии современной коммуникации онлайн-формата, или о графической эмотиологии.

Рассмотрим случай выражения эмотикемы *удивление* на примере вариаций традиционного рисунка, изображающего удивленно-смущенное лицо: 😳. При этом признаком смущения является изменение цвета щек (достаточно вспомнить выражение *покраснеть от смущения*), а удивление передается через увеличенный размер глаз и приподнятые брови (что соответствует выражениям *вытаращить глаза от удивления* и *брови поползли вверх от удивления*).

Итак, эмодикон представляет развернутую графическую метафору, которая замещает собой достаточно большое определение, а не только одно. Ввиду этого эмодикон по своей семантике сближается с невербальным эвфемизмом (например, волосы, окрашенные в желто-голубой цвет, как знак протеста против СВО и т.п.), который предполагает считывание информации по габитусу как варианта психофизиологической коммуникации [Карабулатова и др. 2024]. Если позволить изображению на рисунке произвести на нас впечатление, то мы скажем, что это не просто закорючки, а лицо с *особым* выражением (рис. 2). Но это приблизительное описание представленного выражения, ведь часто утверждается, что словами нельзя дать точное описание той или иной эмоции. В связи с чем используются картинки, метафоры или эвфемизмы. Однако может возникнуть ощущение, что «то, что называют выражением лица, – это нечто такое, что может быть обособлено от нарисованного лица» [Витгенштейн 2022: 323].

Далее мы можем дать подробное описание данному выражению и установить, что это лицо человека, оно имеет особое выражение, и это *удивленный человек*. В этом случае мы, согласно Л. Витгенштейну, «находимся под воздействием оптимистической иллюзии, которая из-за некоторого типа отражения заставляет нас думать, что существует два объекта там, где есть только один» [Там же].

Многообразие эмодиконов, передающих эмоции, сосредоточено на передаче нюансов конкретного психоэмоционального состояния в структуре синонимической шкалы. Так, полярность переживания удивления может быть передана как в позитивном, так и в негативном спектре. Отсюда и распределение эмодиконов на две группы: 1) с доминантой улыбки и позитивного восприятия удивления (удивление + восхищение; удивление + радость и т.п.); 2) с доминантой грусти и / или недовольства (удивление + страх; удивление + раздражение и т.п.). Таким образом, эмодиконы призваны придать письменной речи определенную интонационную краску, которая помогает лучше понять эмоции и чувства коммуникантов в виртуальном общении.

Проблема использования эмодиконов в настоящий момент испытывает исследовательский бум: аналитики ищут способы полномасштабного шкалирования, поэтому представление некоторых объемных психолингвистических выводов видится нам делом отдаленного будущего.

Заключение

Эмодиконы характеризуют развитие виртуальной коммуникации в аспекте графической эмотиологии, помогая не только понять эмотивное содержание письменного сообщения в онлайн-общении, но и декларируя эмотивный антропоцентризм. Цифровизация современного общения активизировала использование изображений (как схематичных, так и мультитехнологических), в связи с чем эмодиконы, возникнув в далекой древности, получили новое развитие в виртуальном общении, являясь наглядным примером нового прочтения творчества, апеллирующего к психоэмоциональной сфере человека, позволяя ему эффективно взаимодействовать с миром. Эмодиконы также выступают отражением нейротаргетинговых стратегий в цифровой коммуникации, демонстрируя попытки стандартизации психоэмоционального реагирования на предъявляемую информацию, поскольку IT-технологии все больше проникают в нашу повседневную жизнь [Seargeant 2019].

Однако следует признать, что эмодиконы вследствие широкого ассоциативного «веера» трактовок и интерпретаций дают людям возможность более аутентично выражать эмоции, тем самым увеличивая смысловое содержание сообщений при виртуальной коммуникации. В то же время следует признать, что имеющийся реестр эмодиконов позволяет людям максимально достоверно передавать свое эмотивное состояние с акцентом на собственной индивидуальности при выборе конкретного эмодикона, повышая семантическую ценность визуальной коммуникации в виртуальном взаимодействии.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

Conflict of interests: The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.

Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

Литература / References

- Амурская О. Ю. Изоморфизм и алломорфизм вербально-семантического уровня языковой личности русскоязычного и немецкоязычного чат-коммуниканта: на материале чатов общей тематики: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Казань, 2008. 25 с. [Amurskaya O. Y. *Isomorphism and allomorphy of the verbal-semantic level of the linguistic personality of a Russian-speaking and German-speaking chat communicant: Based on the material of chats of general topics*. Cand. Philol. Sci. Diss. Abstr. Kazan, 2008, 25. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zntqix>
- Анумян К. С. Категория «удивление» как маркер лингвокультурного шока мигранта: на примере России и Армении: дис. ... канд. филол. наук. М., 2022. 286 с. [Anumyan K. S. *Category of surprise as a marker of migrant's linguistic and cultural shock (on the example of Russia and Armenia)*. Cand. Philol. Sci. Diss. Moscow, 2022, 286. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nsubdz>
- Анумян К. С., Арутюнян В. Н. Армянская диаспора в России: коммуникативно-эмотивная картина мира мигранта. *Филологические науки: Научные доклады высшей школы*. 2022. № 3. С. 66–71. [Anumyan K. S., Arutyunyan V. N. *Armenian diaspora in Russia: Communicative and emotive picture of migrant's world*. *Philological sciences. Scientific essays of higher education*, 2022, (3): 66–71. (In Russ.)] <https://doi.org/10.20339/PhS.3-22.066>
- Анумян К. С., Карабулатова И. С. Эмотикема «удивление» в аспекте проективно и прагматически построенной информации. *Вестник Российского нового университета. Серия: Человек в современном мире*. 2022. № 2. С. 85–91. [Anumyan K. S., Karabulatova I. S. *Emotiveme "surprise" in the aspect of projectively and pragmatically constructed information*. *Vestnik of Russian new university. Series "Man in the modern world"*, 2022, (2): 85–91. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18137/RNU.V925X.22.02.P.085>
- Апресян Ю. Д. Избранные труды. Лексическая семантика. 2-е изд., испр. и доп. М.: Вост. лит. РАН, 1995. Т. I. 472 с. [Apresyan Yu. D. *Selected works. Lexical semantics*. 2nd ed. Moscow: Vost. lit. RAN, 1995, vol. I, 472. (In Russ.)]
- Арсеньев А. С., Ильенков Э. В., Давыдов В. В. Машина и человек, кибернетика и философия. *Ленинская теория отражения и современная наука*, ред. Ф. В. Константинов. М.: Наука, 1966. С. 263–284. [Arsenyev A. S., Ilyenkov E. V., Davydov V. V. *Machine and man, cybernetics and philosophy*. *Lenin's Theory of Reflection and Modern Science*, ed. Konstantinov F. V. Moscow: Nauka, 1966, 263–284. (In Russ.)]
- Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. 2-е изд., испр. М.: ЯРК, 1999. 896 с. [Arutyunova N. D. *Human language and world*. 2nd ed. Moscow: IaRK, 1999, 896. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ylawar>
- Балашова В. В. Эмоциональный интеллект как составляющая часть интеллекта личности. *Социально-гуманитарный вестник Юга России*. 2011. № 9. С. 28–38. [Balashova V. V. *Emotional intelligence as an integral part of personality intelligence*. *Social and Humanitarian Bulletin of the South of Russia*, 2011, (9): 28–38. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/xqjdtv>
- Бенвенист Э. Общая лингвистика. М.: Либроком, 2010. 448 с. [Benveniste E. *General linguistics*. Moscow: Librocom, 2010, 448. (In Russ.)]
- Береснев Н. П. «Эмодзи» – иероглифы цифрового века. *Студенческий форум*. 2020. № 18-1. С. 78–80. [Beresnev N. P. *"Emojis" – the hieroglyphs of the digital era*. *Student Forum*, 2020, (18-1): 78–80. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/tfranl>
- Бутакова Л. О., Вязигина С. Ю. Эмотивная составляющая воздействия текста интернет-блога. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*. 2023. Т. 22. № 1. С. 39–52. [Butakova L. O., Vyazigina S. Yu. *Emotive component of the impact in the internet blog text*. *Science journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2023, 22(1): 39–52. (In Russ.)] <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.1.4>
- Витгенштейн Л. Голубая и Коричневая книги: предварительные материалы к «Философским исследованиям». М.: Канон-Плюс, 2022. 384 с. [Wittgenstein L. *Blue and Brown books: Preliminary materials to "Philosophical research"*. Moscow: Kanon-Plus, 2022, 384. (In Russ.)]
- Гавриш А. Д., Гуляева Е. В., Компанеева Л. Г. Эмоционально-когнитивные блоки в современном медиасре. *Когнитивные исследования языка*. 2024. № 1-2. С. 267–270. [Gavrish A. D., Gulyaeva E. V., Kompaneeva L. G. *Emotional cognitive units in modern mediaspace*. *Cognitive studies of language*, 2024, (1-2): 267–270. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/nsvgpy>

- Голев Н. Д. Аксиология ментально-коммуникативного плана современной виртуальной педагогической коммуникации: дискуссионные заметки. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2023. Т. 2. № 4. С. 204–214. [Golev N. D. Cognitive and communicative axiology of modern virtual pedagogical communication: Notes for discussion. *Virtual Communication and Social Networks*, 2023, 2(4): 204–214. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2023-2-4-204-214>
- Гох О. В. Графико-фонетические средства выражения эмоций в русском интернет-языке. *Февральские чтения: конф.* (Сыктывкар, 01–28 февраля 2015 г.) Сыктывкар: СГУ им. Питирима Сорокина, 2015. С. 34–41. [Goch O. V. Graphic and phonetic means of expressing emotions in the Russian Internet language. *February readings: Proc. conf.*, Syktyvkar, 1–28 Feb 2015. Syktyvkar: SyktSU, 2015, 34–41. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/zqajgn>
- Гуц Е. Н. Ассоциативный потенциал лексем – обозначений эмоций. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*. 2023. Т. 22. № 1. С. 53–64. [Goots E. N. Associative potential of lexemes – designations of emotions. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2023, 22(1): 53–64. (In Russ.)] <https://doi.org/10.15688/jvolsu.2023.1.5>
- Двойникова А. А., Карпов А. А. Аналитический обзор подходов к распознаванию тональности русскоязычных текстовых данных. *Информационно-управляющие системы*. 2020. № 4. С. 20–30. [Dvoynikova A. A., Karpov A. A. Analytical review of approaches to Russian text sentiment recognition. *Information and control systems*, 2020, (4): 20–30. (In Russ.)] <https://doi.org/10.31799/1684-8853-2020-4-20-30>
- Дударева Я. А., Шпильная Н. Н. Диалог как текст, содержащий эмодиконы: юрислингвистический аспект рассмотрения. *Юрислингвистика*. 2023. № 27. С. 99–105. [Dudareva Ya. A., Shpilnaya N. N. Dialogue as text containing emoticons: Jurislinguistic approach. *Legal Linguistics*, 2023, (27): 99–105. (In Russ.)] [https://doi.org/10.14258/leglin\(2023\)2718](https://doi.org/10.14258/leglin(2023)2718)
- Калашникова А. А. Языковая личность в компьютерно-опосредованной коммуникации: вопросы теории и прагматики. Ростов н/Д: ДГТУ, 2017. 119 с. [Kalashnikova A. A. *Linguistic personality in computer-mediated communication: Issues of theory and pragmatics*. Rostov-on-Don: DSTU, 2017, 119. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/ypgllr>
- Карабулатов М. Н. Homo Digitalis и проблема искусства XXI века сквозь призму воззрений Э. В. Ильенкова. *Вестник Российского нового университета. Серия: Человек в современном мире*. 2023. № 1. С. 15–22. [Karabulatov M. N. Homo Digitalis and the problem of art of the XXI century through the prism of E. V. Ilyenkov's view. *Vestnik of Russian New university. Series "Man in the modern world"*, 2023, (1): 15–22. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18137/RNU.V925X.23.01.P.015>
- Карабулатова И. С., Ко Ч., Сунь Ц., Иванова-Якушко М. М. Метафорическая эвфемизация нейропсихологической коммуникации в терминологии традиционной китайской медицины. *Вопросы современной лингвистики*. 2024. № 1. С. 33–51. [Karabulatova I. S., Ko Ch., Sun Q., Ivanova-Yakushko M. M. Metaphorical euphemization of neuropsychophysiological communication in the terminology of traditional Chinese medicine. *Key Issues of Contemporary Linguistics*, 2024, (1): 33–51. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18384/2949-5075-2024-1-33-51>
- Карасик В. И. Языковая пластика общения. М.: Гнозис, 2021. 536 с. [Karasik V. I. *Linguistic plasticity of communication*. Moscow: Gnosis, 2021, 536. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/aiogmr>
- Карасик В. И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы. М.: Гнозис, 2019. 422 с. [Karasik V. I. *The linguistic spiral: Values, signs, and motives*. Moscow: Gnosis, 2019, 422. (In Russ.)] <https://www.elibrary.ru/sbjjwj>
- Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. 2-е изд. М.: Гнозис, 2004. 390 с. [Karasik V. I. *Language circle: Personality, concepts, discourse*. 2nd ed. Moscow: Gnosis, 2004, 390. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/qqwtkl>
- Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. 8-е изд. М.: URSS, 2014. 264 с. [Karaulov Yu. N. *Russian language and linguistic personality*. 8th ed. Moscow: URSS, 2014, 264. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/sirwqn>
- Кормин Н. А. И. Кант: как возможно эстетическое? *Философия и культура*. 2022. № 4. С. 60–112. [Kormin N. A. I. Kant: How is aesthetic possible? *Philosophy and Culture*, 2022, (4): 60–112. (In Russ.)] <https://doi.org/10.7256/2454-0757.2022.4.37815>
- Коростова С. В. Эмодикон языковой личности в текстах современных масс-медиа. *Известия Южного федерального университета. Филологические науки*. 2015. № 1. С. 77–87. [Korostova S. V. Emoticon of the language

- personality in the texts of modern mass media. *Proceedings of Southern Federal University. Philology*, 2015, (1): 77–87. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tmgrjl>
- Кохановский В. А., Сергеева М. Х. Организация и планирование эксперимента. Ростов н/Д: ДГТУ, 2003. 167 с. [Kohanovsky V. A., Sergeeva M. H. *Organization and planning of the experiment*. Rostov-on-Don: DSTU, 2003, 167. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qjmofd>
- Мамина Р. И., Пирайнен Е. В. Эмоциональный искусственный интеллект как инструмент взаимодействия человека и машины. *Дискурс*. 2023. Т. 9. № 2. С. 35–51. [Mamina R. I., Piraynen E. V. Emotional artificial intelligence as a tool for human-machine interaction. *Discourse*, 2023, 9(2): 35–51. (In Russ.) <https://doi.org/10.32603/2412-8562-2023-9-2-35-51>
- Мишланов В. А., Каджая Л. А., Кузнецова Ю. М. Лингвистические маркеры эмоционального состояния субъекта речи (к проблеме автоматического мониторинга текстов сетевой коммуникации). *Медиалингвистика*. 2020. Т. 7. № 4. С. 428–444. [Mishlanov V. A., Kadzhaya L. A., Kuznetsova Yu. M. Linguistic markers of emotional state of the speech subject (on the problem of automatic monitoring of network communication texts). *Media linguistics*, 2020, 7(4): 428–444. (In Russ.) <https://doi.org/10.21638/spbu22.2020.405>
- Недоступ О. И. Знак-эмотикон в семантико-прагматическом аспекте. *Мир науки. Социология, филология, культурология*. 2020. Т. 11. № 4. [Nedostup O. I. The emoticon sign in the semantic and pragmatic aspect. *Space of science, Sociology, philology, cultural studies*, 2020, 11(4). (In Russ.) <https://doi.org/10.15862/47FLSK420>
- Орлова Н. Н. Риторика. М.: РГУ им. А. Н. Косыгина, 2017. 249 с. [Orlova N. N. *Rhetoric*. Moscow: RSU, 2017, 249. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zprkvb>
- Петренко В. Ф., Коротченко Е. А., Супрун А. П. Натюрморт как визуальный афоризм. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*. 2010. Т. 7. № 2. С. 26–44. [Petrenko V. F., Korotchenko E. A., Suprun A. P. Still life as a visual aphorism. *Psychology. Journal of the Higher School of Economics*, 2010, 7(2): 26–44. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qoymzs>
- Пиотровская Л. А. Эмоциогенность текста: психологический и лингвистический аспекты. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*. 2023. Т. 22. № 1. С. 28–38. [Piotrovskaya L. A. Emotiogenicity of text: Psychological and linguistic aspects. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2023, 22(1): 28–38. (In Russ.) <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.1.3>
- Пищальникова В. А. Принципы психолингвистического анализа текста и теория эмоций. *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание*. 2023. Т. 22. № 1. С. 5–12. [Pishchalnikova V. A. Principles of psycholinguistic text analysis and the theory of emotions. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2023, 22(1): 5–12. (In Russ.) <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.1.1>
- Рашевских В. О., Лаврова А. Г. Графический язык эмоджи как элемент дискурсивных практик в социальных сетях Интернет. *Политический вектор-Л. Комплексные проблемы современной политики*. 2016. № 1-2. С. 163–170. [Rashevskikh V. O., Lavrova A. G. Graphic emoji language as an element of discursive practices in Internet social networks. *Political vector-L. Complex problem of a modern policy*, 2016, (1-2): 163–170. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xhwdoz>
- Романов А. А., Сорокин Ю. А. Верб- и психосоматика: Две карты человеческого тела. М.: ИЯ РАН, 2008. 172 с. [Romanov A. A., Sorokin Yu. A. *Verb- and psychosomatics: Two maps of human body*. Moscow: IL RAS, 2008, 172. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tvcbxx>
- Рябова М. Ю. Особенности этикета виртуальной коммуникации. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2023. Т. 2. № 4. С. 239–245. [Ryabova M. Yu. Virtual communication etiquette and its features. *Virtual Communication and Social Networks*, 2023, 2(4): 239–245. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2023-2-4-239-245>
- Суббота Н. С., Ильичева И. Л., Стрижевич Е. Н. Словообразовательный потенциал интернет-дискурса. *Вестник Шадринского государственного педагогического университета*. 2019. № 4. С. 324–332. [Subbota N. S., Ilyicheva I. L., Strizhevich E. N. Word-formation potential of the internet discourse. *Journal of Shadrinsky State Pedagogical University*, 2019, (4): 324–332. (In Russ.) <https://elibrary.ru/yr1shk>
- Шаховский В. И. Голос эмоций в языковом круге homo sentiens. М.: URSS; Либроком, 2012. 141 с. [Shakhovsky V. I. *Voice of emotions in the language circle of homo sentiens*. Moscow: URSS; Librokom, 2012, 141. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qxfqsl>

- Шаховский В. И. Эмотивная футурология: достигнут ли киберы эмоционального уровня человека? *Человек: образ и сущность. Гуманитарные аспекты*. 2021. № 2. С. 91–111. [Shakhovsky V. I. Emotive futurology: Will robots be able to feel as humans do? *Human being: Image and essence. Humanitarian aspects*, 2021, (2): 91–111. (In Russ.)] <https://doi.org/10.31249/chel/2021.02.06>
- Bulegenova I. B., Karabulatova I. S., Kenzhetaeva G. K., Beysembaeva G. Z., Shakaman Y. B. Negativizing emotive coloronyms: A Kazakhstan-US Ethno-Psycholinguistic comparison. *Amazonia Investiga*, 2023, 12(67): 265–282. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.67.07.24>
- Dewaele J.-M., Wu A. Predicting the emotional labor strategies of Chinese English Foreign Language teachers. *System*, 2021, 103. <https://doi.org/10.1016/j.system.2021.102660>
- Dürscheid C., Meletis D. Emojis: A grapholinguistic approach. *Graphemics in the 21st Century: Proc. Grapholinguistics and its Applications*, Brest, 13–15 Jun 2018. Brest: Fluxus Editions, 2019, 167–183. <http://dx.doi.org/10.36824/2018-graf-duer>
- Joe B. Comparative review of using emoji in Russian and Chinese new media. *Foreign Languages in Uzbekistan*, 2023, (3): 69–86. <http://dx.doi.org/10.36078/1687760741>
- Karabulatova I. S., Aipova A. K., Butt S. M., Amiridou S. Linguocognitive conflict of digital and pre-digital thinking in online educational discourse during the pandemic: Social danger or a new challenge? *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 2021, (14): 1517–1537. <http://dx.doi.org/10.17516/1997-1370-0836>
- Karabulatova I. S., Anumyan K. S., Korovina S. G., Krivenko G. A. Emotiveme SURPRISE in the news discourse of Russia, Armenia, Kazakhstan and China. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 2023, 14(3): 818–840. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2023-14-3-818-840>
- Konrad A., Herring S. C., Choi D. Sticker and emoji use in Facebook Messenger: Implications for graphicon change. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2020, 25(3): 217–235. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmaa003>
- Miltner K. M. "One part politics, one part technology, one part history": Racial representation in the Unicode 7.0 emoji set. *New Media & Society*, 2020, 23(3): 515–534. <https://doi.org/10.1177/1461444819899623>
- Nasukawa T., Yi J. Sentiment analysis: Capturing favorability using natural language processing. *Proceedings of the 2nd international conference on Knowledge capture: Proc. Conf., Sanibel Island FL, 23–25 Oct 2003*. NY: Association for Computing Machinery, 2003, 70–77. <https://doi.org/10.1145/945645.945658>
- Qin M., Xiao D., Yuan L., Karabulatova I. Emotive tonality of the "Youth–Old Age" dichotomy in Russian and Chinese media discourses: The stage of psychosemantic expertise. *Journal of Psycholinguistic Research*, 2022, 52: 525–553. <http://dx.doi.org/10.1007/s10936-022-09899-z>
- Sergeant P. *The emoji revolution: How technology is shaping the future of communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 2019, 231. <https://doi.org/10.1017/9781108677387>
- Thompson D., Filik R. Sarcasm in written communication: Emoticons are efficient markers of intention. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2016, 21(2): 105–120. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12156>
- Trushchelev P. N. Emotive pragmatics of popularisation discourse: The impact of contextualisation on reader's interest. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 2023, 22(1): 173–185. <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2023.1.14>