**Эмоционировать или не эмоционировать: роль эмодзи в интернет-коммуникации**

***Голяр Ярослав Валерьевич***

Студент Государственного университета просвещения, Москва, Россия

E-mail: golar941@gmail.com

Объектом изучения данного исследования стали эмодзи. Предмет исследования определяется особенностями их использования в интернет-коммуникации. В частности был проанализирован чат студенческой группы в мессенджере Телеграм. Целью нашей работы стало выявление самых распространённых эмодзи и последующее описание их прагматического потенциала.

В настоящее время невозможно представить цифровою коммуникацию без средств визуализации, которые расширяют возможности передачи информации. Эмодзи по праву можно считать дискурсивными формами цифровой коммуникации, поскольку они органически вплетены в коммуникацию. Отсутствие эмодзи в чате может негативно сказаться не только эмоционально-оценочной стороне общения, но и на ее содержательной и формальной сторонах.

Данные проведённого статистического исследования показывают, что самым популярным эмодзи является *Face with Tears of Joy,* смайлик, изображающий смеющееся лицо со слезами. Вторым и третьим по популярности стали смайлики *rolling on the floor laughing и thums up.* Также в топ-10 самых популярных эмодзи вошли *red heart, face blowing a kiss, smiling face with hearts, smiling face with heart-eyes, smiling face with smiling eyes.* Отметим, что и эмодзи с отрицательной коннотацией также присутствуют: *tired face* и *weary face*.

Основываясь на классификацию эмодзи в работе Б. Кевена (B. Kavanagh) [1] мы рассмотрели следующие прагматические функции эмодзи: установление дружеских отношений, смягчение просьбы, средство донесения эмоциональной составляющей сообщения. Следует особенно отметить синтаксическую функцию эмодзи. Они зачастую сигнализируют смену темы внутри беседы или подводят ее итог.

Нам также представляется уместным использование эмодзи и в образовательном процессе, например, для лучшего запоминания слов или выражений. Их можно использовать в оценке проделанной работы. Безусловно, использование эмодзи тесно связано со сферой деятельности пользователя, особенностями его характера, возрастом и другими личностными характеристиками. Коммуникация, основанная только на эмодзи не будет полноценной. Эмодзи дополняют вербальный текст, особенно в неформальном общении.

**Литература**

1. Kavanagh, B. (2010). A cross-cultural analysis of Japanese and English nonverbal online communication: The use of emoticons in weblogs. *Intercultural Communication Studies*, *3*, 65–80.