

НОВЫЕ МЕДИАЖАНРЫ / NEW MEDIA GENRES

Жанр невербального ответа в виртуальной коммуникации

Ю. В. Крылов

The genre of non-verbal response in virtual communication

Yu. V. Krylov

Крылов Юрий Владимирович – кандидат филологических наук; Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Российская Федерация

E-mail: filin1402@gmail.com

Статья поступила: 27.10.2022. Принята к печати: 20.11.2022.

В статье рассматривается проблема определения ответной невербальной реакции виртуальной коммуникации в качестве самостоятельного речевого жанра. Данная проблема подразумевает в первую очередь необходимость выделения и описания элементов невербальной коммуникации, используемых в виртуальном дискурсе. В качестве научной базы в работе дается общий анализ лингвистической литературы, посвященной изучению виртуальной коммуникации и невербальных средств коммуникации. Понимание различий между невербальными элементами разговорной речи и виртуальной коммуникации, по мнению автора, является значимой причиной для выделения нового речевого жанра. В статье предлагаются к рассмотрению следующие невербальные и паравербальные элементы: лайк, эмодзи, gif-анимация, стикер, знаки плюс и минус. Внимание уделяется общим и индивидуальным особенностям семантики и функционирования выделенных элементов. Делается вывод, что данные элементы имеют различия в использовании на разных виртуальных платформах (VK, Инстаграм, WhatsApp, Фейсбук, Телеграм и пр.), но объединяются на основании общих коммуникативных задач и возможности использования их в качестве отдельного высказывания без текста. Во-вторых, в работе предлагается к рассмотрению анализ выделенных ответных невербальных реакций с опорой на анкету речевого жанра, предложенной Т.В. Шмелевой. Данный анализ позволяет определить характерные цели коммуникации (фатическую и оценочную), выявить значимые для жанра иерархические отношения между субъектом и адресатом коммуникации, актуальность фактора прошлого для анализируемого речевого жанра. Выполненный анализ, по мнению автора, является основанием для выделения ответной реакции в невербальной коммуникации в отдельный речевой жанр.

Ключевые слова: речевой жанр, виртуальная коммуникация, невербалика, эмодзи, лайк, невербальная реакция

УДК 070:004.9:81.221

Yuri V. Krylov – Candidate of Sciences in Philology; Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russian Federation

ORCID 0000-0001-8842-9837

Received: 27/10/2022. Accepted for publication: 20/11/2022.

The article deals with the problem of determining the non-verbal response of virtual communication as an independent speech genre. This problem implies, first of all, the need to identify and describe the elements of non-verbal communication used in virtual discourse. As a scientific basis, the paper provides a general analysis of the linguistic literature devoted to the study of virtual communication and non-verbal means of communication. Understanding the differences between the non-verbal elements of colloquial speech and virtual communication, according to the author, is a significant reason for highlighting a new speech genre. The following non-verbal and paraverbal elements are proposed for consideration in the article: like, emoji, gif-animation, sticker, plus and minus signs. Attention is paid to the general and individual features of the semantics and functioning of the selected elements. It is concluded that these elements have differences in use on different virtual platforms (VK, Instagram, WhatsApp, Facebook, Telegram, etc.), but are combined based on common communicative tasks and the possibility of using them as a separate statement without text. Secondly, the paper proposes for consideration an analysis of the selected response non-verbal reactions based on the questionnaire of the speech genre proposed by T.V. Shmeleva. This analysis makes it possible to determine the characteristic goals of communication (phatic and evaluative), to identify the hierarchical relations between the subject and the addressee of communication that are significant for the genre and the relevance of the past factor for the analyzed speech genre. The performed analysis, according to the author, is the basis for highlighting non-verbal communication response as a separate speech genre.

Keywords: speech genre, virtual communication, non-verbal, emoji, like, non-verbal reaction

OECD: 5.08.EU

V

Постановка проблемы. Появление интернета и виртуального общения привело к тому, что традиционные формы коммуникации претерпевают изменения. Носители языка стали больше писать, виртуальное общение породило новое понятие «разговорной письменной речи» [Валиахметова, 2021, с. 8]. В результате меняются

различные параметры акта коммуникации: невербальные средства языка заменяются эмодзи, мемами и другими визуальными элементами; время коммуникации меняет свою природу (реплики диалога могут быть разорваны часами и даже сутками). В виртуальной коммуникации появляются новые элементы, которых просто не существовало в устной речи: мемы, эмодзи, лайки и прочее.

Цель статьи – описать средства, используемые в виртуальной коммуникации для невербального ответа и решить вопрос о возможности объединения различных форм невербальной реакции (лайк, эмодзи, знак плюс и пр.) в единый речевой жанр на основании общности цели и других параметров речевого жанра.

История вопроса. Лингвисты на сегодня бесспорно признают становление новых элементов коммуникации виртуального пространства (лайки, эмодзи и пр.), новых жанров и изменение старых, традиционных речевых жанров (мем, демотиватор, статус), новых условий, характерных для виртуального диалога (отсутствие личного контакта, использование креолизованного текста).

Проблематика виртуальной коммуникации находится в центре внимания многих отечественных и зарубежных исследователей [Горошко, 2017; Абрамзон, 2019; Моногарова, 2020] и др. В трудах лингвистов затрагиваются аспекты общения и взаимодействия пользователей в Сети; параметры самопрезентации личности в сетевом общении, выработки идентичности в виртуальном пространстве, специфика формирования складывающихся виртуальных общностей, специфика речевых жанров в виртуальном дискурсе. При описании виртуальных речевых жанров рассматриваются проблемы «уникальных» жанров, характерных для интернет-общения: персональные страницы, чаты, форумы и мессенджеры (например, Телеграм), например, [Рогачева, 2009; Баева, 2014; Горошко, 2017; Стеклова, & Крылов, 2018; Кожеко, 2020]. Продолжается анализ традиционных жанров речи в плане того, как они изменились (трансформировались или мутировали) в условиях виртуального общения: разработка общих основ классификации и упорядочения системы всех жанров – как виртуальных, так и «реальных», например, [Стеклова, 2014; Столярова, 2020; Маслова, 2021; Пром, 2022].

При этом следует признать, что критерии классификации жанров в работах разных исследователей (Л. Антонова, Е. Буторина, Е. Вавилова, Е. Галичкина, Е. Жуленова, Л. Иванов, Л. Капанадзе, Д. Кристал, В. Нестеров, И. Розина, Е. Соколинская, Г. Трофимова и др.) различны и зачастую недостаточно системны. По нашему мнению, порой в выделении жанров идет смешение подходов: в [Галичкина, 2004], например, выделяется такой жанр виртуальной коммуникации, как электронная почта, хотя, по мнению других лингвистов (Л.Ю. Иванов, Е.А. Буторина,

Л.Г. Антонова, Е.С. Жуленова), электронная почта – форма коммуникации, в рамках которой могут использоваться различные жанры.

Невербальные уровни традиционной коммуникации были изучены и описаны еще во второй половине XX века. Можно отметить фундаментальные работы [Крейдлин, 2002] и [Акишина, 1991] с описанием и систематизацией мимики и физиологии тела и отражения этих сигналов в русском языке.

Последние десятилетия лингвисты анализируют невербальные средства виртуальной коммуникации: эмодзи (А.С. Чернова, А.И. Ускова, Ю.В. Крылов, Р.В. Кожина и пр.), мемы (Т.А. Гридина, Ю.В. Щурина, Л.В. Мосеенко и пр.), лайки (Н.А. Стефанова, В.О. Кравченко, О.М. Вертинская и пр.). Следует отметить, что в изучении невербальных средств виртуальной коммуникации внимание лингвистов привлекает функционально-семантический, правовой, национально-культурный и лексикографический аспекты. Изучения и описания невербалики в рамках жанрового подхода к речи редки и несистемны.

На основании сделанных наблюдений представляется логичным выполнить анализ невербальных средств виртуальной коммуникации в рамках функционально-прагматического подхода и рассмотреть связь невербальных средств с особенностями речевых жанров.

Методология и методика анализа. Анализ текстов виртуальной коммуникации проводился с помощью метода прагмалингвистического и семантического анализа высказывания, предусматривающего анализ особенностей коммуникативной ситуации и особенностей изменения семантики в зависимости от представленной ситуации.

В качестве материала исследования были использованы ветки диалогов из личной переписки пользователей (60 чатов) и официальных групп (36 чатов) мессенджеров WhatsApp, Telegram, социальных сетей ВК (ВКонтакте), Instagram, Facebook, YouTube. Всего в чатах методом сплошной выборки было выделено более 450 диалогов с невербальной ответной реакцией. Чаты личной переписки были предоставлены группой студентов различных вузов (возраст 18–25 лет) и группой пользователей возрастной группы 35–60 лет. Официальные чаты представлены группами работников или служащих различных учреждений и чатами официальных страниц лиц влияния или фирм в социальных сетях.

Анализ материала.

Роль и состав невербальных уровней коммуникации. Невербальными элементами коммуникации традиционно принято считать физические и физиологические сигналы субъекта речи: мимика, взгляд, движение рук, головы, положение тела, покраснение или другие изменения цвета кожи. Как отмечается в исследованиях [Якушева, & Сабитова, 2018; Ермакова, 2021], данные знаки являются чаще всего спонтанными, неосознаваемыми.

В отличие от обычной коммуникации виртуальный диалог сильно ограничивает использование невербальных средств: в нем отсутствует уровень интонации, «язык жестов», взгляд. Все эти элементы могут быть отчасти замещены и заменяются в виртуальном диалоге, но такая замена требует от субъектов большей рефлексии при выборе того или иного способа выражения ответной реакции.

Так, в частности, подчеркивается, что интернет образует особую коммуникативную среду – место реализации языка, которое не имело аналогов в прошлом [Горошко, 2017]. С помощью языка участники коммуникации пытаются выразить не только мысли, но и действия и эмоции. Другими словами, улыбка или кивок головы «идут от сердца», являются естественными реакциями, а смайлик или стикер с комментарием требуют пусть небольшого, но процесса выбора.

В отличие от традиционных средств невербальной коммуникации, которые, как уже отмечалось, описаны и систематизированы в лингвистических исследованиях, невербальные средства виртуальной коммуникации могут пониматься и классифицироваться по-разному: в большинстве работ представлены отдельные фрагменты виртуальной невербалики. Для попытки сведения в общую систему выделяемых различных элементов надо выбрать основание классификации. Поскольку виртуальное общение обусловлено техническими возможностями коммуникантов, ограничивается платформой общения (видом социальной сети или мессенджера), предлагается в качестве параметров для выделения невербальных элементов использовать именно технические возможности различных платформ общения. В таком случае возможно выделить следующие виды невербальных элементов, которые будут проанализированы:

1. Лайк (отдельная кнопка под сообщением, позволяющая поставить оценку данному сообщению). Лайки в свою очередь будут дифференцированы на три варианта:

- a. Собственно лайк;
- b. Лайк с положительной или отрицательной оценкой (лайк-дизлайк);
- c. Вариативный лайк (возможность выбора оценки-реакции из нескольких вариантов).

2. Эмодзи. Смайлики, графические улыбки, которые являются отдельным сообщением – ответом к начальному посту.

3. Стикеры. Графические изображения, позволяющие выразить свои эмоции и передать настроение.

4. Gif-анимация. Короткий повторяющийся видеоряд, передающий некую эмоцию, согласие или не согласие с высказыванием.

5. Знаки плюс и минус.

В список невербальных элементов не включены мемы, поскольку, по мнению большинства лингвистов, мем сопоставим с идиоматической единицей, фразеологизмом, поэтому его логично рассматривать в рамках вербальных средств общения.

В работе «Модель речевого жанра» предложена анкета речевого жанра. В анкете представлены следующие жанрообразующие признаки: коммуникативная цель, образ автора, образ адресата, диктум, фактор прошлого, фактор будущего, формальная организация [Шмелева, 1997]. Взяв за основу эту модель, рассмотрим языковое воплощение невербальных элементов виртуальной коммуникации, что позволит определить представленный набор как единый жанр, подчиненный

определенной цели коммуникации и обладающий интегральными характеристиками.

Коммуникативная цель – ответ на инициальную реплику диалога. Необходимость ответной реакции в диалоге – явление неоспоримое в коммуникации. Субъект речи, строя свое высказывание, нуждается в сигналах от слушающего о том, что тот воспринимает и понимает сказанное, что предмет разговора интересен или не интересен слушающему. С точки зрения теории коммуникации реакция на высказывание – это «обратная связь, выполняющая различные функции» [Коренев, 2018].

Можно выделить следующие функции ответной реакции в виртуальном диалоге: фатическая (этикетная) и оценочная.

Фатическая функция поддержания контакта выявляется в большинстве неформальных диалогов, при этом можно отметить, что с помощью невербальной реакции собеседник обозначает окончание диалога (здесь и далее орфография и пунктуация авторские):

Собеседник1 (C1): Спасибо за цветы – они шикарные!

Собеседник2 (C2): 🙄

(частная переписка)

C1: Хорошо погуляли! Надо бы повторить как-нить

C2: 😏

(частная переписка)

Оценочная функция реализуется в случае, когда невербалика содержит оценку темы инициального высказывания, субъекта или самой формы высказывания:

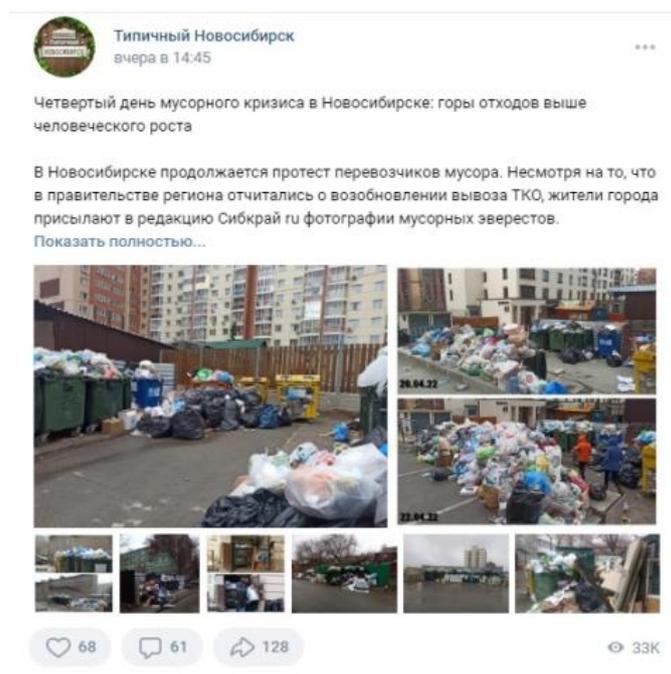


Рис. 1. Оценочная функция невербалики

В данном примере (Рис. 1) содержание новости (забастовка мусорщиков, количество мусора на улицах города) не предполагает положительной оценки, но 68 читателей дали ответную реакцию. Можно интерпретировать их действие как оценку работы субъекта высказывания (редакции, которая поднимает актуальные темы).

C1: Что скажешь? Лёля клёвая же?!

C2: 👍

(частная переписка)

В данном случае характерный жест может быть интерпретирован, как ответ на запрос «оценки» Лёли.

Частным случаем оценки можно считать использование невербальных или паравербальных реакций в качестве ответной реакции на запрос голосования. «За» и «против» в таком случае успешно заменяются знаками + и – или 👍 и 👎 в неформальных диалогах.

Следует отметить, что выполнение сразу двух функций: фатической и оценочной – это особенность невербалики виртуального диалога. Отвечая на сообщение эмодзи 😊, субъект высказывания одновременно обозначает окончание диалога или факт понимания предыдущей реплики, но вместе с тем, этот смайл выражает положительные эмоции. Аргументами данного вывода являются многочисленные примеры, в которых ответные реплики не содержали никакой невербалики, только текст. В таких случаях адресат непременно уточнял статус общения, эмоциональный фон и прочее. Например:

C1: До завтра! Хорошего вечера! 😘

C2: Пока до завтра!

C1: Ты обиделась?

C2: Нет, до завтра 💋

C1: 💋

(частная переписка)

Ответная реплика Собеседника 2 без эмодзи порождает сомнение в эмоциональном наполнении диалога. Прощальное «пока» без эмодзи не может выполнить фатическую функцию: диалог не завершается. В реальной коммуникации подобное окончание диалога могло быть реализовано той же репликой, но с неподвижным лицом, без улыбки и соответствующей интонации. Эмодзи в конце диалога, напротив, выполняет как фатическую функцию, так и оценочную.

Характерным виртуального невербального ответа является возможность реализовать фатическую функцию без оценки. Поставить лайк или соответствующий эмодзи (улыбка, сердечко) сообщению друга в социальной сети, отметить лайком

или знаком плюса пост кумира – это фактически подтвердить контакт, прочтение сообщения. Лайк в большинстве случаев не может быть заменен сообщениями типа «отлично», «здорово», «молодец» и прочее, то есть он не содержит оценку. Для элементов обычной невербальной коммуникации такое нехарактерно: даже небольшая улыбка или покачивание головы воспринимаются как оценка.

Образ автора. Эмодзи, гиф-анимация, стикеры могут отражать авторский подход к отбору средств. Большое количество данных элементов позволяет носителям языка проявлять креативность в выборе и сочетании тех или иных элементов. В собранном контекстном материале присутствуют примеры, в которых субъект высказывания в различных случаях использует ограниченный набор эмодзи. Выделены также случаи специфического, авторского использования эмодзи. Например, девушка 21 года в личной переписке использовала эмодзи 🥰 в значении «перевернутое сердечко», а эмодзи 🐉 в ее диалогах всегда обозначает её молодого человека. Эти наблюдения позволяют характеризовать образ автора как субъекта, позволяющего себе выбор реакции на инициальную реплику.

Стикеры являются индивидуальным набором реакций, которые можно использовать как дополнительную клавиатуру, а некоторые коммуникативные платформы (VK, iOS) позволяют создавать уникальные наборы стикеров. Эта особенность дает возможность использовать стикеры и отчасти эмодзи с идентифицирующим смыслом: применение «тематических» наборов характерно для общения различных субкультур и позволяет «говорить на одном языке» и определять принадлежность к одной субкультуре

Напротив, лайки и плюсы характеризуются неличным характером. Индивидуальность стиля в них не может быть проявлена. Авторство лайка доступно адресату, но требует дополнительных усилий для определения того, кто поставил лайк.

Образ адресата. Адресат ответной реакции непременно учитывается субъектом высказывания. Адресат может быть как равным по статусу субъекту высказывания, тогда можно говорить о неформальном общении, так и неравным по статусу (выше или ниже), в таком случае диалог можно назвать формальным.

Отбор диалогов для анализа строился с опорой на данную классификацию. В рамках предпринятого исследования анализ языкового материала показал, что все разнообразие жанров речи с точки зрения функционирования ответной невербальной реакции можно свести к двум глобальным группам диалогов.

Неформальный диалог (отношения субъектов равные и/или близкие) – собеседники друзья, близкие родственники (как правило, одного возраста), коллеги равного уровня иерархии.

Формальный диалог (отношения субъектов иерархичны, официальные) – официальная, рабочая переписка. Субъекты диалога могут быть незнакомы или малознакомы друг с другом (дистанционно-элитный тип [Моногарова, 2020, с. 207]).

В диалоги неформальные включены тексты переписки с друзьями в социальных сетях и мессенджерах (более 60 веток).

К формальным диалогам отнесены ветки рабочих чатов в мессенджерах, ветки

переписок при официальных группах различных организаций (36 веток), ответные реакции в чатах «ведущих» блогеров и известных людей. Можно отметить, что использование эмодзи в формальных диалогах сильно ограничено. Официальный или полуофициальный стиль общения не предполагает проявления эмоции или шуток. Напротив, неофициальное виртуальное общение «требуется» эмодзи.

Таким образом, будем считать образ автора и адресата высказывания и иерархию их отношений основным, «грубым» параметром выбора варианта той или иной невербальной ответной реакции.

Фактор прошлого. Невербальный ответ по своей сути «реактивный жанр» [Ермакова, 2021, с. 182]. При этом можно отметить, что если эмодзи, gif-анимация и стикеры в принципе могут использоваться в качестве инициальной реплики (не в качестве ответной реакции), то лайки и знаки + и – можно использовать исключительно только как ответ на начальную реплику. Их задача, как отмечалось, дать оценку в ответ на высказывание или подтвердить его прочтение.

Фактор будущего. В зависимости от коммуникативной цели невербальный ответ либо поддерживает коммуникацию, «поощряет» продолжение диалога, либо обозначает завершение коммуникации. Можно отметить, что невербальная реакция не может быть однозначно охарактеризована как высказывание, требующее продолжения коммуникации или ее обрыва. Если рассматривать ответную реакцию как жанр, то фактор будущего в нем проявляться не будет.

Диктум. Содержание невербального ответа в виртуальной коммуникации – это отнесение к факту реальности, отраженному в инициальном высказывании. Выбирая вариант реакции (соответствующий эмодзи, стикер с соответствующим содержанием) субъект высказывания соотносит этот выбор с содержанием начальной реплики. Очевидно, что грустное событие предполагает выбор эмодзи «грустный» или «плачущий», поход к врачу или на экзамен будет отмечен «испуганным» или «дрожащим» эмодзи. Даже лайк как безвариантная оценка ориентирован на явление действительности, отраженное в инициальной реплике: если начальное сообщение содержит негативную информацию, то при постановке лайка субъект высказывания поясняет в дополнительном сообщении, кому или чему именно (автору или общей проблеме негативного сообщения) он ставит лайк.

Невербалика

Лайк. Лайк – это заимствование из английского языка, в котором слово являлось глаголом и обозначало действие «нравится». Изначально слово пришло в русский язык в 2007-2008 годах с появлением в социальной сети Фейсбук виртуальной кнопки с соответствующим названием под постами пользователей. Нажатием этой кнопки читатели выражали свою оценку данному посту. Подобные «кнопки» (способы выражения оценки высказывания) вскоре появились во всех остальных социальных сетях. В мессенджерах возможность поставить «лайк» сообщению пользователя реализована с 2022 года.

В некоторых соцсетях помимо кнопки «лайк» присутствует оценка «дизлайк» (<https://www.youtube.com/>), со значением отрицательной оценки. Таким образом, функция оценки у данной реакции подтверждается: можно поставить

положительную или отрицательную оценку. Можно отметить, что сам «лайк» как вид ответной реакции в виртуальной коммуникации весьма разнообразен. Это может быть традиционная кнопка с названием «лайк», кнопка в виде сердечка (<https://www.instagram.com>, <https://vk.com>), выбор нескольких вариантов эмодзи (<https://facebook.com>): сердечко, смех, слезы, возмущение или удивление. В русской версии Фейсбука новые эмодзи переводятся так: Супер! Ха-ха! Ух ты! Сочувствую. Возмутительно (Рис. 2).

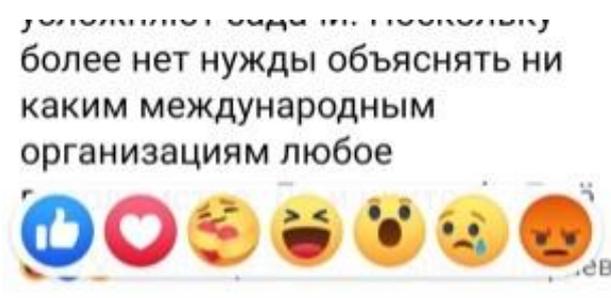


Рис. 2. Лайк как показатель оценочности

Отличия лайка от использования эмодзи: лайк можно использовать один раз для одного сообщения (поставить лайк); лайк невозможно комбинировать (нельзя одновременно поставить «супер» и «сердечко»); лайк можно «отозвать», отменить; адресат или другие пользователи не видят авторство лайка (в ряде социальных сетей, например, Инстаграм автор публикации может видеть список тех, кто «лайкнул» его сообщение). Также значимой особенностью лайка является учет количества ответных реакций – лайков на публикацию.

В примере из Telegram (Рис. 3) можно видеть, что 73 пользователя поставили сообщению «лайк» в виде пиктограммы 👍. Пиктограммы «огонь», «сердце» и «какашка» – это отмеченная ранее возможность поставить «дизлайк» или конкретизировать свою оценку, уточнить ее.

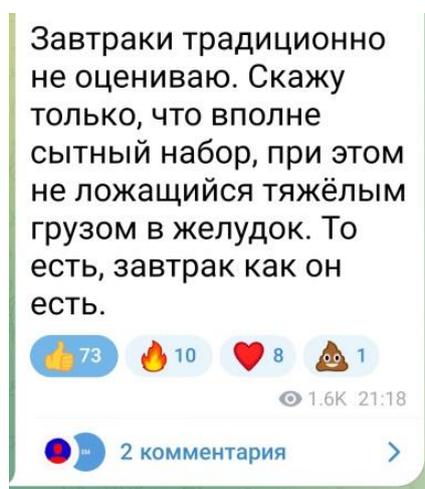


Рис. 3. Пиктограммы как показатели оценочности

Лайк как реакция широко применяется в чатах официальных страниц компаний социальных сетей. Сообщения страниц той или иной компании или медийного лица отмечаются лайками (126 контекстов). Лайк – это относительно анонимная реакция; под публичным официальным постом его можно сравнить с аплодисментами – это одобрение не требующее персонального взаимного отклика. В свою очередь появившаяся недавно возможность поставить лайк под сообщением в мессенджере не привлекает интереса пользователей. В собранном материале такие примеры не выделены. Сравнивая условия коммуникативной ситуации официального и неофициального общения, можно сделать вывод, что лайк как реакция характерен для публичного диалога. В таком случае лайк, с одной стороны, может быть виден всем участникам диалога, с другой стороны, анонимен (может быть идентифицирован только получателем). В личном общении использование лайка избыточно, поскольку дублирует более привычное средство – эмодзи.

Лайк в большинстве случаев – оценка. Функцию положительной оценки он может содержать при условии, если есть выбор «лайк-дизлайк» или есть варианты оценки, как в приведенном примере из поста в Telegram. Если же лайк – это безвариативная отметка, кнопка «сердечко» как в Инстаграм, в таком случае лайк может утрачивать оценочность и выполнять фатическую функцию. Например, вежливым среди молодежи считается поставить лайк любому сообщению своего друга в Инстаграм. В таком случае лайк может означать только: «я увидел» и просто подтверждает, что коммуникация между субъектами не прерывается.

Можно отметить следующую особенность лайка как оценки: лайком может быть отмечен автор сообщения, само сообщение (тексту) или же событие, объект, которому посвящено сообщение. В таких случаях лайк может сопровождаться дополнительными комментариями в чате.

Эмодзи, смайлик.

Эмодзи, как и лайк, является встроенным функционалом практически всех платформ виртуальной коммуникации. В некоторых виртуальных клавиатурах с предикативным вводом текста эмодзи могут предлагать автоматически при наборе ключевых слов.

Клавиатура эмодзи состоит из 9 групп, в каждой из которых содержится от нескольких сотен, до полутора тысяч вариантов эмодзи. Состав эмодзи регулярно пополняется.

Как показал анализ контекстов (303 контекста с эмодзи), практически любой эмодзи может стать ответной реакцией на высказывание. При этом он будет выполнять, как минимум, фатическую функцию. Возможность необычного сочетания стимула и ответной картинки позволяет также реализовать креативную составляющую в диалоге (здесь и далее персональные данные пользователей заменены обозначением «собеседник», орфография и пунктуация сохранены):

Собеседник 1 (C1): Спокойной ночи, солнышко.

Собеседник 2 (C2): 🙄

(частная переписка)

Среди эмодзи, чаще используемых в качестве ответной реакции выделяется группа с тематикой «поздравительные». Это эмодзи типа: 🍰 🥞 🍰 🍷 🍷 🍷 🍷 (еда, напитки); 😊 (смайлы и эмоции); 🙌 (люди и тело); 🎁 🏆 🏆 🏆 (активность). Данные эмодзи встречаются в диалогах различного типа (10 контекстов в официальных диалогах, 96 контекстов в неофициальных диалогах). В качестве специфики можно отметить, что в неофициальных диалогах данные эмодзи комбинируются, составляют некий набор, который может выполнять уже не только функцию этикетной ответной реакции, но уже содержать оценку и некоторое индивидуальное послание. В официальных диалогах данные смайлики, как правило, носят единичный характер и используются, когда надо присоединиться к поздравлению, но при этом нет условий для выражения личного отношения к адресату.

C1: Братан! С др тебя! Будь пацаном, не говнюком..... Станешь говнюком пацаны не оценят!

C2: 😎 🕶️ 🙌

(частная переписка)

C1: Уважаемую Галину Сергеевну поздравляем с днем рождения! Спасибо вам за ваш профессионализм и неформальное отношение к работе!

C2: Присоединяюсь!

C3: 🍰

(рабочий чат)

Сравнение неофициальных и официальных диалогов показал, что есть группа эмодзи, которая активно используется в ситуациях полуофициального общения (группы малознакомых людей, общение с субъектом выше по статусу). Эти эмодзи являются наиболее распространенными, семантика их однозначна и не может быть интерпретирована неправильно, вид и значение данных эмодзи всем знаком: 😊 😄 😞 😟 😡 ❤️ 🙌 и ряд аналогов.

Большинство остальных эмодзи может использоваться в качестве ответной реакции с фатической функцией только в неформальном диалоге. Общая семантика любого эмодзи в таком случае: сообщение получено, прочитано, понято. При этом регулярно встречаются неожиданные сочетания:

C1: Отличная поездка получилась! Второй день хожу под впечатлением!

C2: 🧚

(частная переписка)

заглавными буквами в виртуальной коммуникации воспринимается как крик, повышение голоса. Стикер также воспринимается как более интенсивный невербальный знак в сравнении с эмодзи. Поэтому если эмодзи может использоваться как безоценочный этикетный компонент высказывания и встречается в формальных диалогах, то стикер содержит в своем значении коннотативный компонент интенсивности.

Гиф-изображения встречаются в диалогах редко (3 контекста в 96 ветках диалогов). Гиф-изображения могут быть встроены в виртуальную клавиатуру, что сравнимо с доступностью эмодзи. Все случаи использования гиф-изображения, как и стикеров были отмечены только в неофициальных диалогах и у субъектов в возрасте до 25 лет.

Плюс. Плюс как вариант ответной реакции был выделен в диалогах формального типа (7 контекстов). Пример его использования:

S1: До 4 июня необходимо прислать отчеты за май! С каждого подразделения требуется один представитель на выезд в конце июня. Жду ФИО.

S2: +

S3: +

S4: +

(рабочий чат)

Плюсами собеседники обозначают не свою оценку информации, а подтверждают, что информация прочтена и принята к исполнению. В начальном сообщении отсутствует запрос оценки, но присутствует упоминание обязательности исполнения (*необходимо прислать*) и обращение к множественному собеседнику (*каждого подразделения*), это требует подтверждения, что действительно все представители подразделений приняли информацию.

Использование + и/или – в чатах было отмечено также в неформальных типах виртуального диалога (2 контекста).

S1: Девочки, что завтра будем готовить на даче?

S2: Не знаю.

S3: С меня фаршированные перцы, голубцы. Вы же не против?

S1: +

S2: +

S4: +

(семейный чат)

В данном примере знак + можно считать уже не формальным показателем «прочитал и принял информацию, а своего рода положительным ответом, голосованием за предложение С3.

C1: Давайте Сафронову. Катя не против быть старостой. Кто за?

C2: +

C3: +

C4: -

C5: + А Маша что? Не выбираем?

(чат студенческой группы)

В примере представлен официальный диалог (есть «ведущий», устроитель голосования), но при этом отношения между участниками не проявлены (можно не учитывать). В данном случае нельзя однозначно утверждать, что знак + выполняет только формальную функцию ответной реакции. Основная его функция – оценка (за или против), однако, как и в любом голосовании, четкая позиция «за» или «против» – это тоже реакция на запрос.

Таким образом, знаки + и – могут быть отнесены к видам невербальной ответной реакции (как паравербальные элементы вариант). Чаще всего они выполняют фатическую функцию, давая понять собеседнику, что его сообщение принято и понято. Либо данные знаки могут выражать согласие и несогласие с высказыванием собеседника. Такое функционирование может быть сопоставлено с некоторыми функциями лайка в социальных сетях.

Выводы. В материале были выделены средства, используемые в качестве ответной реакции в виртуальном диалоге. Предпринятый анализ выделенных средств в анкете речевого жанра показал их функциональную общность. Подтверждением этому являются приведенные кратко параметры жанра невербальной ответной реакции:

Коммуникативная цель. Вариативная: этикетная (фатическая функция) и/или оценочная.

Образ автора. Субъект высказывания, проявляющий в высказывании определенные иерархические отношения с адресатом.

Образ адресата. Конкретный субъект, предложивший инициальную реплику диалога.

Фактор прошлого. Реактивное высказывание (ответ на инициальное высказывание)

Фактор будущего. Не требует реакции или пролонгирует диалог.

Диктум. Предмет высказывания совпадает с инициальной репликой, что характерно для реактивных жанров.

Невербалика. Представлена набором средств виртуальной коммуникации: лайк, эмодзи, стикер, гиф-анимация и пр.

Возможность характеризовать по всем параметрам речевого жанра предмет анализа позволяет выдвинуть гипотезу о том, что невербальная реакция в виртуальном диалоге может быть выделена в качестве отдельного речевого жанра.

Практически все выделяемые лингвистами невербальные средства виртуальной коммуникации (лайк, эмодзи, стикер, гиф-изображение, знаки плюса и минуса) могут выполнять фатическую функцию, выражать оценку или давать возможность реализовать креативные возможности собеседника. Использование рассмотренных элементов коммуникантами зависит от особенностей речевых жанров: официального или неофициального общения, возраста собеседников или предмета речи.

Лайк как форма ответной реакции характерен для официальных жанров с множественным адресатом речи. Эмодзи как реакция используется в диалогах неофициальных с одиночным адресатом высказывания. Gif анимация и стикеры используются в диалогах определенной возрастной группы (молодежь) и не встречаются в коммуникациях групп другого возраста. Знаки плюса и минуса используются в диалогах с множественным адресатом и сопоставимы с голосованием в традиционной коммуникации.

За рамками исследования остались такие явления, как сочетания нескольких невербальных элементов, использование креолизованных текстов и прочее.

Литература

- Абрамзон, Т. Е. (2019). Специфика интернет-жанров. *Актуальные проблемы современной науки, техники и образования*, 10(2), 71–74.
- Акишина, А. А. (1991). *Жесты и мимика в русской речи. Лингвострановедческий словарь*. Москва: Русский язык.
- Баева, Л. В. (2014). Виртуальная коммуникация: классификация и специфика. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика*, 14(4), 5–10.
- Валиахметова, Д. Р. (2001). Письменная разговорная речь в контексте особенностей Интернет-дискурса. *Бодуэновские чтения: Бодуэн де Куртэнэ и современная лингвистика: Междунар. науч. конф. (Казань, 11–13 дек. 2001 г.): Труды и материалы* (с. 7–9). Казань: Издательство Казанского университета.
- Галичкина, Е. Н. (2004). Характеристики компьютерного дискурса. *Вестник Оренбургского государственного университета*, 10(35), 55–59.
- Горошко, Е. И. (2017). Полиформатный мессенджер как жанр 2.0 (на примере мессенджера мгновенных сообщений Telegram). *Жанры речи*, 1(15), 92–100.
- Ермакова, О. П. (2021). Косвенные ответы в естественном разговорном диалоге. *Жанры речи*, 3(31), 181–189.
- Кожеко, А. В. (2020). Лингвопрагматические особенности речевого жанра "соболезнование" в интернет-коммуникации. *Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева*, 1(51), 169–181.
- Корнев, А. А. (2018). Обратная связь в обучении и педагогическом общении. *Ремма*, 2, 112–127.
- Крейдлин, Г. Е. (2002). *Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык*. Москва: Новое литературное обозрение.
- Маслова, В. А. (2021). Теория речевых жанров сквозь призму современной лингвистики. *Жанры речи*, 1(29), 6–11.
- Моногарова, А. Г. (2020). Современный электронный текст: жанровое многообразие и прагматический потенциал. *Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методологии*, 13, 205–210.
- Пром, Н. А. (2022). Диалогоизация дискурса и жанра в медиа. *Жанры речи*, 2(34), 146–155.
- Рогачева, Н. Б. (2009). Язык и стиль вторичных речевых жанров: на материале Интернет общения. *Жанры речи: сб. науч. статей. Вып. 6. Жанр и язык* (с. 127–149). Саратов: ИД «Наука».
- Стеклова, Т. И. (2014). Комментарий как речевой жанр и его вариативность. *Жанры речи*, 1–2(9–10), 81–88.
- Стеклова, Т. И., & Крылов, Ю. В. (2018). Новая жизнь старого жанра: к проблеме вариативности жанра (на материале лозунга и слогана). *Жанры речи*, 3(19), 179–188.
- Столярова, А. О. (2020). Основные компоненты коммуникативной ситуации деловых переговоров. *Вестник*

References

- Abramzon, T. E. (2019). Specificity of Internet genres. *Aktual'nyye problemy sovremennoy nauki, tekhniki i obrazovaniya [Modern problems of modern science, technology and education]*, 10(2), 71–74. (In Russian).
- Akishina, A. A. (1991). *Gestures and facial expressions in Russian speech. Linguistic and regional dictionary*. Moscow: Russkij yazyk. (In Russian).
- Baeva, L. V. (2014). Virtual communication: classification and specificity. *Izvestiya of Saratov University. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 14(4), 5–10. (In Russian).
- Ermakova, O. P. (2021). Indirect responses in natural conversational dialogue. *Speech Genres*, 3(31), 181–189. (In Russian).
- Galichkina, E. N. (2004). Characteristics of computer discourse. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of the Orenburg State University]*, 10(35), 55–59. (In Russian).
- Goroshko, E. I. (2017). Polyform messenger as a genre 2.0 (on the example of instant messaging messenger Telegram). *Speech Genres*, 1(15), 92–100. (In Russian).
- Korenev, A. A. (2018). Feedback in learning and pedagogical communication. *Remma*, 2, 112–127. (In Russian).
- Kozheko, A. V. (2020) Linguistic and pragmatic features of the speech genre "condolence" in Internet communication. *The bulletin of KSPU named after V. P. Astafyev*, 1(51), 169–181. (In Russian).
- Kreidlin, G. E. (2002). *Non-verbal semiotics: Body language and natural language*. Moscow: Novoye literaturnoye obozreniye. (In Russian).
- Maslova, V. A. (2021). The theory of speech genres through the prism of modern linguistics. *Speech Genres*, 1(29), 6–11. (In Russian).
- Monogarova, A. G. (2020). Modern electronic text: genre diversity and pragmatic potential. *Professional'naya kommunikatsiya: aktual'nyye voprosy lingvistiki i metodiki [Professional Communication: Topical Issues of Linguistics and Methodology]*, 13, 205–210. (In Russian).
- Prom, N. A. (2022). Dialogueization of discourse and genre in media. *Speech Genres*, 2(34), 146–155. (In Russian).
- Rogacheva, N. B. (2009). Language and style of secondary speech genres: on the material of Internet communication. *Speech Genres: Collection of scientific articles. Saratov: Issue. 6. Genre and Language* (pp. 127–150). Saratov: "Nauka" Publ.. (In Russian).
- Shmeleva, T. V. (1997). Speech genre model. *Speech Genres: Collection of scientific articles* (Is. 1, pp. 88–98). Saratov: GosUNC "Kollledzh". (In Russian).
- Steksova, T. I. (2014). Commentary as a speech genre and its variability. *Speech Genres*, 1–2(9–10), 81–88. (In Russian).
- Steksova, T. I., & Krylov, Yu. V. (2018). New life of the old genre: to the problem of genre variability (based on the slogan and motto). *Speech Genres*, 3(19), 179–188. (In Russian).
- Stolyarova, A. O. (2020). The main components of the communicative situation of business negotiations. *NSU Vestnik*.

НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 18(1), 120–131.

Шмелева, Т. В. (1997). Модель речевого жанра. *Жанры речи: сб. науч. ст.* (Вып. 1, с. 88–98). Саратов: ГосУНЦ «Колледж».

Якушева, Е. В., & Сабитова, А. М. (2018). Сущность графических невербальных средств при анализе коммуникативного акта в интернет-пространстве. *Филологический аспект*, 8(40), 75–79.

Series: Linguistics and Intercultural Communication, 18(1), 120–131. (In Russian).

Valiakhmetova, D. R. (2021). Written colloquial speech in the context of Internet discourse features. *Baudouin Readings: Baudouin de Courtenay and Modern Linguistics: Intern. scientific conf. (Kazan, December 11–13, 2001): Proceedings and materials* (pp. 7–9). Kazan: Izdatel'stvo Kazanskogo universiteta. (In Russian).

Yakusheva, E. V., & Sabitova, A. M. (2018). The essence of graphic non-verbal means in the analysis of a communicative act in the Internet space. *Filologicheskii aspekt [Philological Aspect]*, 8(40), 75–79. (In Russian).

Для цитирования статьи:

Крылов, Ю. В. (2022). Жанр невербального ответа в виртуальной коммуникации. *VERBA. Северо-Западный лингвистический журнал*, 2(4), 19–35. DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-19-35

For citation:

Krylov, Yu. V. (2022). The genre of non-verbal response in virtual communication. *VERBA. North-West linguistic journal*, 2(4), 19–35. (In Russian). DOI: 10.34680/VERBA-2022-2(4)-19-35