

Романова Н. В.

Херсонський державний університет

МОДЕЛЮВАННЯ СЕМАНТИКИ ЕМОДЗІ В НІМЕЦЬКОМОВНІЙ ДИГІТАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Реферовану статтю присвячено проблемі моделювання семантики емодзі в німецькомовній дигітальній комунікації. Висвітлено роль, переваги й недоліки дигітальної комунікації у житті сучасної людини, увиразнено природу емодзі з позиції вітчизняної та зарубіжної (німецька, англійська) лінгвістики, підтверджено ідею відкритості поняття емодзі та його тісний зв'язок з національними науковими традиціями, констатовано некоректність тлумачення емодзі адресатом. Репрезентовано гіпотетичну історію колонки WhatsApp додатка Jetzt – найбільшої щоденної газети Німеччини *Süddeutsche Zeitung*, охарактеризовано читацьку аудиторію цього додатка, деталізовано структурно-семантичні та концептуальні особливості колонки WhatsApp додатка Jetzt, наголошено на універсальних ознаках текстових повідомлень WhatsApp та авторському творчому підході до їх оформлення. З'ясовано лексичну норму емодзі колонки WhatsApp останніх електронних випусків додатка Jetzt, виокремлено дві основні тенденції моделювання семантики емодзі, зіставлено лексичну й текстову семантику феномену, виявлено понад двадцять типів емодзі, що перегукуються як з теоретично можливою семантикою, так і текстовою, відповідно. Вказано на кількісну асиметрію показників емодзі у висловлюванні, ідентифіковано їхні позиції та частоту в пості, доведено вплив семантики емодзі на розширення, інтенсифікацію, емотивність предмета розмови та емоційний стан співрозмовників. Для емодзі характерна модальність переживання та естетична оцінка з лінійкою «гарне – негарне». У формуванні семантики емодзі відіграють важливу роль соціальні, психологічні, психічні, емоційні, естетичні та субкультурні чинники. Гендерне вивчення семантики емодзі певного контенту наблизить нас до розуміння культури й емоційної поведінки індивідуума, а також поглибить уявлення про цифрову грамотність людини. Зіставні дослідження так само сприятимуть укладанню одно- й двомовних словників, неупередженому ставленню до нової штучної мови, стануть підґрунтям для розвитку національної та світової інтернет-лінгвістики.

Ключові слова: дигітальна комунікація, колонка WhatsApp, емодзі, семантика емодзі, моделювання семантики емодзі, висловлювання, дивергенція, конвергенція.

Постановка проблеми. Сучасний світ швидко змінюється, технологізується, оптимізується та глобалізується [10, с. 4–5]. На передній план виходить проблема дигітальної комунікації. Останню розуміють як усне або письмове спілкування через комп'ютер, планшет, смартфон в Інтернеті [7]. Доведено, що дигіталізація (діджиталізація) має не тільки переваги (швидкість, (економічна) ефективність, доступність, масштабність, локації по всьому світу, нівелювання кордонів, зручність, нові мовні жанри), а й недоліки (трансформація когнітивних процесів і здібностей людини, деформація сенсорики індивідуума, зменшення обсягу знань особистості, нашарування дигітальної культури на масову відповідно, обмеженість методів виховання, диференціація заможних і бідних прошарків населення, дистанціювання між природною та штучною творчістю тощо) [8, с. 28–31].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наведені вище недоліки, очевидно, й спонукають науковців до дослідження віртуального світу зага-

лом та його можливостей зокрема (праці Я. Андруцопулоса, А. О. Глебової, Х. Дюршейд, С. Х. Зака, М. А. Кирилюк, Л. А. Ковбасюк, В. Маслова, Ф. Ніксдорфа, В. Рейсмана, Н. Романченко, Ф. Фогеля та ін.). Студії щодо моделювання семантики емодзі в німецькомовній дигітальній комунікації дотепер лишаються на периферії, що й зумовлює актуальність нашої наукової розвідки.

Постановка завдання. Метою статті є виявлення семантичних особливостей емодзі в емпіричному матеріалі. Досягнення мети передбачає вирішення низки завдань: висвітлити коротко історію WhatsApp-Kolumne, розглянути будову аналізованої колонки, уточнити терміни *моделювання семантики* та *емодзі*, виявити особливості текстової семантики емодзі, класифікувати емодзі за квантитативною ознакою.

Виклад основного матеріалу. Гіпотетично, виникнення колонки WhatsApp-Kolumne в електронному додатку Jetzt – відомої німецької газети *Süddeutsche Zeitung* – пов'язане з молодіжною

культурою 90-х років минулого століття та потребою вести відкритий діалог із 18–35-річною аудиторією щодо актуальних проблем зокрема й навіть і кіно, телебачення, музика, поп-культура, політика, робота, навчання, секс, кохання, суспільство. Додаток виходив упродовж 1993–2002 щотижня, з 2003 виходить щоквартально. Має друкований варіант із травня 2017 року [20]. Політику аналізованої колонки оновлено в 2020 році. Своєрідною «родзинкою» стало покращення і спрощення моделей комунікації, що призвело до продуктивного стилю спілкування підприємців і бізнесменів [18].

WhatsApp-Kolumne електронного додатку *Jetzt* – авторські, тобто їх ведуть штатні колумністи/ки та фрілансери/ки. Спеціальних правил користування колонкою немає. Зразок написання і оформлення повідомлення розміщують після короткої анотації (2–3 речення), імені й прізвища укладача/ки, схематичної ілюстрації тематичної концепції діалогу.

Зміст WhatsApp-повідомлення структурують на три частини: 1) *Wer schreibt?* «Хто пише?», 2) *Und warum?* «І навіщо?» / *Und warum schreiben sie?* / *(Und) wieso schreiben sie?* «(І) навіщо вони пишуть?», 3) *Und so könnte das aussehen:* «А так це могло б виглядати:» та ілюструють фото з дівчиною або хлопцем із рухомою стрічкою реклами контенту газети *Süddeutsche Zeitung* [23].

Перша частина *Wer schreibt?* маніфестує «історію», що починається з вигаданого імені, віку, професії, роботи адресанта та адресата, відповідно. Інакше кажучи, зображують соціальні портрети співрозмовників.

Наприклад:

Hülya (33) ist studierte Statistikerin und generell ein Zahlen-Nerd. Ermöglicht hat ihr das ihr Vater Stefan (69), der Jahrzehnte lang in einer Autofarbkabine am Band stand, um ihre Bildung zu finanzieren [22].

Друга частина *Und warum?* / *Und warum schreiben sie?* / *(Und) wieso schreiben sie?* інформує про так звану «проблему» або тему розмови, наприклад, допомога літнім батькам, прохання доглянути домашню тварину, підготовка до подорожі, весілля, вечірки, розрив романтичних чи інших міжособистісних стосунків, робота тощо.

Третя частина *Und so könnte das aussehen:* є моделюванням письмового або комбінованого діалогу [23]. Моделювання розуміємо як процес і водночас результат відтворення потрібних («ідеальних») властивостей об'єкта і нехтування його іншими («неідеальними») властивостями [14, с. 374].

Письмовий діалог *WhatsApp-Kolumne* включає в себе день, час, текст повідомлення, (емодзі, фото, маршрутну карту, відео або фрагменти відео тощо), комбінований передбачає й усну розмову (телефонні дзвінки, музика).

Колумніст/ка пропонує кілька письмових варіантів (2–11) або моделей ведення діалогу та дві візуальні моделі реакцій на певну репліку діалогу: 1) із залученням емодзі та 2) без. При наведенні курсору на емодзі з'являється комірка з англomовним поясненням, наприклад: *sweat(smile)*, *hugging*, *joy*, *heart_eyes* тощо. Щоправда, такі позначки характерні для останніх випусків додатка. За О. Зайцевою, позначки є важливим засобом нормування лексичної семантики та механізмом розмежування основного й похідного значень слова [4, с. 170–171].

Простежуємо дві тенденції моделювання семантики емодзі: дивергенцію та конвергенцію (терміни – Л. Белехової [2, с. 11–12]). Дивергенція передбачає розосередження емодзі в межах висловлювання Nico: *Haha kein Stress! Das klingt super 😊* 11:06 // Maja: *Super! Dann bis später 😊* 11:08 [21], конвергенція концентрацію, відповідно Alessio: *Okay dann hör auf damit. Ich komm schon klar. Ich muss das jetzt nur irgendwie auf die Reihe kriegen... Uff dafür hab ich jetzt wirklich zeroooo Nerven 🤔🤔🤔🤔🤔🤔* 12:12 [17].

У наведеному прикладі емодзі 🤔🤔🤔🤔🤔🤔 символізують запаморочення та оглушення і водночас інтенсивність враження адресанта ситуацією та поведінкою адресата (негативний сенс). Отже, концентрація емодзі зумовлює розширення смислу й змісту висловлювання, інтенсифікує його емотивність, увиразнює творчий задум.

Розглянемо термін *емодзі* в українській, німецькій та англійській мовах.

В українській мові цей елемент, на жаль, не отримав «офіційного статусу» [3; 15, с. 213]. Серед робочих визначень виокремлюємо дефініцію А.О. Бахтіної: *емодзі* – «особливі мовні ідеограми, нефонетичні, багатомодальні писемні знаки, що виражають людські емоції в текстах різних цифрових медіа» [1, с. 79]. У цій дефініції емодзі тотожні словам-картинкам через які можна дізнатися про ставлення адресанта до віртуального світу, зрозуміти, що він безпосередньо переживає, як оцінює (предметну, комунікативну) ситуацію і, зрештою, до якої культури належить [9, с. 290]. Погляди німецьких лінгвістів на *Еможі* дещо ширші, ніж у цитованої авторки. Йдеться про частину мови (іменник середнього роду), іншомовне походження слова (японська мова), пер-

вісне значення (*Emoticon* «пиктограма»), похідні семантичні підкласи (почуття, предмети, об'єкти, місце, пункт, тварини, їжа тощо) та сферу функціонування (електронні новини) [16]. Тут підкреслюють комплексну природу поняття «Емої», яка, з одного боку, є запозиченням, з другого – витвором східного мистецтва. Відомо, що запозичення пристосовують до системи мови-позичальниці або засвоюють [6, с. 138–139]. Стосовно східного мистецтва, то воно апелює не стільки до майстерно виконаного малюнка чи живопису, скільки до ритуалу пізнання гармонії та цілісності (все) світу [5, с. 85]. Звідси виходить, що Емої опосередковує гармонію і хаос, цілісність і частину (все)світу.

Англійська мова кодифікує *emoji* як одиничний та множинний іменник, запозичений з японської мови, що позначає «*a small digital image used to express an idea or emotion on social media, on the internet, in emails, etc.*» [19]. Очевидно, що англійське *emoji* семантично пов'язане з розміром масиву даних, отриманих шляхом дискретизації (аналого-цифрового перетворення) оригіналу, та когнітивною й емоційною сферами людини у віртуальній реальності. Етимологію англійського *emoji* визначають як композит зі значенням «картинка, зображення символу» [12].

Бачимо, що поняття «емодзі», «Емої», «емої» зводять до його предметного розуміння у річищі нових технологій на тлі культурного континууму [13, с. 52].

Популярність емодзі в дигітальній комунікації трактують крізь призму психології позитивних емоцій (радість), специфіки фізіології організму (візуальний канал) та естетичної оцінки з лінійкою «гарне – негарне» [11].

Спостереження над емпіричним матеріалом показує [23], що активують понад двадцять типів емодзі з-поміж 3000 [11]: 1) **обличчя** (усміхнене (догори ногами), радісне (з нахилом вліво), сумне, ридаюче, знервоване, здивоване, зле, задумливе, розчароване, сором'язливе, непривітне, благальне, похмуре, збентежене, нейтральне, пітливе від сорому, що плаче або святкує, стомлене, хворе, розслаблене, надуте, незадоволене, з відкритим ротом, висунутим язиком, рум'янцем, трьома сердечками, вищиром, слізьми, рукою на роті, витріщеними очима, моноклем, відірваною головою, тріумфальним гнівом, піднятими бровами, відкритими очима і без рота, заковченими очима й хвилястим ротом, запаморочливими очима й відкритим ротом, медичною маскою, холодним потом), 2) **дії** (слухати, співати, підморгувати, обіймати,

знижувати плечима, цілувати, аплодувати, махати рукою, жартувати, виражати емоції [радість, щастя, вдячність, жах, подив, невдоволення], готувати страви, причісувати волосся у перукарні, фотографувати, сміятися, цілувати із заплученими очима, зателефонувати, кричати, подорожувати), 3) **серце** (червоне, жовте, біле, помаранчеве, зелене, що обертається за часовою стрілкою, пульсуюче, іскристе), 4) **очі** (сердечками, червоними або фіолетовими зірочками, крапками, одне велике око), 5) **міфічні істоти** (усміхнене обличчя з німбом, фіолетове обличчя з ріжками, фея, жінка-зомбі), 6) **жести** (великий палець вгору, середній палець вгору, складені й підняті вгору долоні рук), 7) **природа** (сонце, зірка/и, молодик (із обличчям), порив вітру, торнадо, веселка, тварина [мавпа, що мовчить або не бачить, горила, веселий, переляканий кіт, черепаха, скорпіон, пес, миша], чотирилисткова конюшина, рожевий цвіт вишні, могутнє листяне зелене дерево), 8) **об'єкти** (темні окуляри на обличчі, букет, іскри, ножиці, усміхнена купа лайна, дротяний телефон, подарунок, повітряна кулька, хляпавка, кулька з конфетті, головний мозок, каблучка, корона), 9) **руки** (кулак, вказівні пальці назустріч один одному, долоні підняті вгору, передпліччя з м'язами), 10) **символи** (палаюче серце, зімкнені в коло великий і вказівний пальці, висунутий язик, піт, жіночі руки, що охоплюють О-подібно голову зі значенням «усе гаразд», золотий кубок, золота медаль, зростаючий місяць, старий місяць), 11) **людина** (жінка, чоловік (із долоною до обличчя), наречений, наречена, принцеса, родина [батько, матір, дитина], закохані, балерина, танцюрист, студентка), 12) **транспорт** (червоний автомобіль, космічна ракета), 13) **відсутність знань**, 14) **напій** (кава, шампанське, пиво), **їжа** (піца), 15) **свято** (день народження, весілля), 16) **одяг** (бікіні), 17) **хобі** (подорож автомобілем, гра у гольф), 18) **геометрична фігура** (коричневе коло), 19) **сукупність** (облич, сердець, очей, людей, передпліч із м'язами, машин, хляпавок, тварин [мавп], кухлів із пивом, пляшок шампанського), 20) **процес** а) фізіологічний (потіти від брехні або радості), б) емоційний (вибухати [від захвату щодо частин людського тіла, через кардинальні зміни в особистому житті]), 21) **дисфемізм** (потіти на роботі [працювати]),

У текстових повідомленнях *WhatsApp-Kolumne* трапляються від 1-о до 40-а емодзі. Місце розташування емодзі у висловлюванні варіює: 1) замінює вербальне висловлювання Мама: 🍀🍀🍀 19:28, 2) стоїть після вербального висловлювання *Das ist aber lieb von dir* 😊, 3) розриває

вербальне висловлювання *ja er ist sehr nett* 😊
*und er wirkt zuverlässig und scheint wirklich viel von
 Hunden zu wissen.*

Для зручності унаочнимо схематично пропонувані моделі: 1) N, 2) V + N, 3) V + N + V, де N – невербальне висловлювання, V – вербальне висловлювання.

Для моделі 1) характерні комунікативні компоненти на зразок перехід до іншої теми Hülya: 😊 12:31 Hülya: *Wollen wir einfach Donnerstag nach dem Essen quatschen?* 12:32 та прощання Laszlo 😊 18:57 Emma *nachti* 😊 18:59.

Модель 2) реалізує лівову частку комунікативних компонентів, зокрема, вітання Elsa: 😊 11:39, звертання Xenі: Lyon 😊 20:45, номінація Nila: Hey ❤️ 18:20, введення до предмету розмови Maja: *Okay, dann bin ich beruhigt* 😊 08:32, перебіг розмови Elsa: *Dann koche ich einfach was* 😊 13:31, прохання Maja: *Aber dürfte ich dir eine vielleicht etwas dreiste Frage stellen?* 🍷 08:34, прощання Maja: *Super! Dann bis später* 😊 11:08.

Модель 3) апелює до прохання Therese: *Bitte, Tobi!!!!* 🙏 *Bitte, tu das nicht!!!! Vielleicht ist es unsere einzige Chance!* 16:01 та вибачення Hannah: *Guten Morgen! Sorry, dass ich so früh gehen musste. Meeting und so. Wäre gerne noch geblieben* 😊 *War schön! Wie sind deine Pläne für die Woche?* 09:47.

Кількість емоді у висловлюванні корелює з віком адресанта/ки, його/її емоційним станом, предметом розмови: що молодші співрозмовники, то більш широкий спектр емоцій (емоді) вживають. За критерієм модальності переживання емоції (емоді) кваліфікуємо на кілька різновидів: позитивні, негативні, нейтральні та їхні варіанти: позитивно-негативні, негативно-позитивні, нейтрально-позитивні. Позитивні емоції – любов, щастя, радість, задоволення, захоплення, негативні – страх, гнів, відраза, горе, нейтральні – цікавість, здивування, спокій. Емоція сорому може викликати як позитивне, так

і нейтральне або негативне ставлення до предмета розмови.

Зауважимо, що емоді змінюються щороку [11].

Висновки. Розгляд проблеми моделювання семантики емоді в німецькомовній дигітальній комунікації дозволяє зробити такі висновки: щоб бути успішною, сучасна людина повинна вчитися цифровій грамотності. Одним із векторів індивідуальної освіти є німецькомовна платформа WhatsApp-Kolumne – додаток до газети Süddeutsche Zeitung. Історія цієї платформи – прагматична, концепція – динамічна, форма існування – демократична. Етапи розвитку платформи охоплюють формально два періоди: 1) щотижневий (1993–2002), 2) щоквартальний (з 2003 року). Аналіз актуальних для молодіжної аудиторії проблем здійснюють на професійно-авторській основі, спираючись на «універсальну модель» і закони реклами. «Універсальна модель» передбачає три частини: 1) хто пише?, 2) чому?, 3) зразок WhatsApp-повідомлення з варіантами. Вербальну дигітальну комунікацію намагаються психологізувати емоційно, естетично й культурно. Основний механізм психологізації – емоді. Поняття емоді – складне, національно забарвлене, орієнтоване на нові технології інформування та спілкування. Семантика емоді лежить у площині позитиву, негативу, нейтральності або комбінування, відповідно. Виявлено понад 20 семантичних підкласів емоді, що локалізуються у висловлюванні через процеси розосередження та концентрації. Квантитативні характеристики емоді класифікуємо на три категорії: 1) мінімальні, 2) помірні, 3) максимальні. Кількісні показники детерміновано соціально й психологічно. Узагальнені моделі семантики емоді – 1) зображувальна (N) та 2) вербально-зображувальна (VN). Класифікацію емоцій, виражених через емоді, інтерпретовано за ознакою модальності переживання. Перспективним напрямом є вивчення семантики емоді з позицій гендерної лінгвістики, а також зіставної, відповідно.

Список літератури:

1. Бахтіна А. О. Полілатеральність *emoji* в комп'ютерному бутті (на матеріалі сучасних європейських мов) : дис. ... д-ра філософії : 035. Київ, 2023. 336 с.
2. Белєхова Л. І. Образний простір американської поезії: лінгвокогнітивний аспект : автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.04. Київ, 2002. 36 с.
3. ВТС – Великий тлумачний словник сучасної української мови. URL: <https://1531.slovaronline.com/search?s=%D0%B5%D0%BC%D0%BE%D0%B4%D0%B7%D1%96> (дата звернення: 24.11.2024).
4. Зайцева О. Ремарка як лексикографічна категорія. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2014. Вип. 9. С. 167–172.
5. Івашко Ю. Дослідження взаємозв'язку між традиційним японським мистецтвом і європейським модерном: Архітектурознавчий аспект. *Сучасні проблеми дослідження, реставрації та збереження культурної спадщини*. 2009. Вип. 6. С. 84–91.

6. Каценельсон Я. О., Кузнєцова І. В. Адаптація японських запозичень в англомовному просторі. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Вип. 29, Т. 1. С. 137–142.
7. Кирилюк М. Мовні аспекти дигітальної комунікації в сучасному німецькомовному медіапросторі. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream/123456789/10802/1/movni_aspekty_digital_komunik_v_nimez_media.pdf (дата звернення: 24.11.2024).
8. Култаєва М. Homo digitalis, дигітальна культура і дигітальна освіта: філософсько-антропологічні і філософсько-освітні розвідки. *Філософія освіти*. 2020. Вип. 26 (1). С. 8–36.
9. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: У 2 кн. Київ : Либідь, 2004. Кн. 1 : Соціальна психологія особистості і спілкування. 576 с.
10. Пальчинська М. В. Віртуальний простір в умовах соціокультурних трансформацій : дис. ... д-ра філос. наук: 09.00.03. Одеса, 2016. 433 с.
11. Повний посібник зі значень символів Емої, використання та цікаві факти. URL: <https://www.mycountrymobile.com/uk/blog/emoji-meanings/> (дата звернення: 24.11.2024).
12. Походження слова «emojī». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3jjtLFZtBZg> (дата звернення: 24.11.2024).
13. Приходько Г. І. Категорія оцінки в контексті зміни лінгвістичних парадигм. Запоріжжя: Кругозір, 2016. 200 с.
14. Семотюк О. П. Сучасний словник іншомовних слів. Харків : Веста, 2008. 688 с.
15. Яковлева А. М., Кошечкіна Т. М. Сучасний тлумачний словник української мови. Харків : Навчальна література, 2020. 672 с.
16. DUDEN. Emoji. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Emoji> (дата звернення: 24.11.2024).
17. Ehtehaj A. Ich brauch das Geld von dir! URL: <https://www.jetzt.de/whatsapp-kolumne/whatsapp-kolumne-der-model-streit> (дата звернення: 24.11.2024).
18. Elbs M. WhatsApp-Workshop: Digitale Kommunikation neu gedacht. URL: <https://www.handwerk-magazin.de/kolumne-digitale-kommunikation-neu-gedacht-mit-dem-neuen-whatsapp-workshop-183607/> (дата звернення: 24.11.2024).
19. Emoji. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/emoji> (дата звернення: 24.11.2024).
20. Jetzt. URL: [https://de.wikipedia.org/wiki/Jetzt_\(Onlinemagazin\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Jetzt_(Onlinemagazin)) (дата звернення: 24.11.2024).
21. Meggendorfer P.J. Ich bin nicht hierher gekommen, um der Babysitter für eure Kinds zu sein. URL: <https://www.jetzt.de/whatsapp-kolumne/whatsapp-kolumne-babysitter-wider-willen> (дата звернення: 24.11.2024).
22. Soliman C. Auf mich hörst du nicht, aber auf irgendeinen windigen Finance Bro?! URL: <https://www.jetzt.de/whatsapp-kolumne/whatsapp-kolumne-papas-bitcoins-und-nfts> (дата звернення: 24.11.2024).
23. WhatsApp-Kolumne auf der Internetseite jetzt.de. URL: <https://www.jetzt.de/tag/whatsapp-kolumne> (дата звернення: 24.11.2024).

Romanova N. V. MODELING EMOJI SEMANTICS IN GERMAN DIGITAL COMMUNICATION

This article is devoted to the modeling emoji semantics in German digital communication. The role, advantages and disadvantages of digital communication in the life of a modern person are highlighted, the nature of emoji is expressed from the standpoint of domestic and foreign (German, English) linguistics, the idea of openness of the emoji concept and its close connection with national scientific traditions is confirmed, and the incorrectness of emoji interpretation by the addressee is stated. The hypothetical history of the WhatsApp column by Jetzt application of the largest German daily newspaper Süddeutsche Zeitung is presented, the readership of this application is characterized, the structural-semantic and conceptual features of the WhatsApp column are detailed, and the universal features of text messages and the author's creative approach to their design are emphasized. The lexical norm of emoji in the WhatsApp column of the latest electronic issues by Jetzt application was clarified, two main trends in modeling emoji semantics were identified, the lexical and textual semantics of the phenomenon were compared, and more than twenty types of emoji were identified that resonate with both theoretically possible semantics and textual semantics, respectively. The quantitative asymmetry of emoji indicators in the statement is indicated, their positions and frequency in the post are identified, and the influence of emoji semantics on the expansion, intensification, emotionality of the subject of conversation, and the emotional state of the interlocutors is proven. Emoji are characterized by a modality of experience and aesthetic evaluation with a "good – bad" line. Social, psychological, mental, emotional, aesthetic, and subcultural factors play an important role in shaping the semantics of emoji. Gender-based study of emoji semantics of certain content will bring us closer to understanding the culture

and emotional behavior of the individual, as well as deepen the understanding of human digital literacy. Comparative studies, in turn, will contribute to the compilation of monolingual and bilingual dictionaries, an unbiased attitude to the new artificial language, and will become the basis for the development of national and global Internet linguistics.

Key words: *digital communication, WhatsApp column, emoji, emoji semantics, modeling emoji semantics, utterance, divergence, convergence.*