

УДК 81 + 811.116-3 + 81-139

Й. Подело

*Университет Отто Фридриха в Бамберге  
5, An der Universität, Бамберг, 96049, Германия*

*jochen.podelo@uni-bamberg.de*

**СМАЙЛИКИ, УЛЫБКА И СМЕХ  
КАК СОЦИАЛЬНЫЙ СИГНАЛ И ИНДИКАТОР ЭМОЦИОНАЛЬНОГО  
СОСТОЯНИЯ В ПРОЦЕССЕ КОММУНИКАЦИИ  
(СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ)**

Смайлик является одним из наиболее известных графических приемов в интернет-коммуникации, прежде всего благодаря его изображению, сразу же бросающемуся в глаза. Более 30 лет электронная улыбка широко используется носителями различных языков, о ней многое известно, но непосредственное родство смайлика с улыбкой и смехом крайне редко становится объектом изучения этого коммуникативного феномена.

Изучение человеческих эмоций, напротив, уже имеет долгую традицию. Подходы разнообразны и чрезвычайно продуктивны, но все же до сих пор не было попыток сопоставить функционирование реальных эмоций улыбки и смеха с их электронным отображением.

Статья реализует междисциплинарный подход: сначала обобщаются исследования смеха и улыбки в реальной офлайн-коммуникации, выполненные с позиций психологии, социологии и нейробиологии, затем их результаты переносятся на использование смайликов в электронном общении. На примере двух кратких русскоязычных тредов к статьям на веб-странице *news.rambler.ru* сопоставляются характеристики видов выражения эмоций на экране и на лице. Цель исследования – показать высокую продуктивность междисциплинарного подхода в этой области электронной коммуникации и выявить наиболее значимые сходства и различия между цифровой и настоящей формами улыбки и смеха.

*Ключевые слова:* смех, улыбка, смайлик, интернет-коммуникация, виртуальная коммуникация, компьютерно-опосредованная коммуникация.

**Введение и цели статьи**

В 1963 г. американский коммерческий художник Харви Болл создает первое изображение смайлика – желтое лицо с двумя глазами и улыбающимся ртом [Ballhausen et al., 2008. P. 274]. Первоначально это личико использовалось только в печатном виде и лишь спустя два десятилетия, т. е. в 1982 г., смайлик получает свое цифровое предназначение, благодаря предложению специалиста по информатике Скотта Фалмана [Heu, Páray,

2014. P. 241]. С возникновением Интернета, его популяризацией и широким использованием в повседневной жизни изображение улыбающегося личика становится вездесущим в электронной коммуникации и зачастую выходит за пределы виртуальной формы человеческого общения: сегодня смайлик можно найти и в книгах, и на футболках, и на телевидении.

Несмотря на непосредственное родство смайлика с реальной улыбкой на лице, в науке до настоящего времени не было, насколько

*Подело Й.* Смайлики, улыбка и смех как социальный сигнал и индикатор эмоционального состояния в процессе коммуникации (сопоставительный анализ) // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. Т. 14, № 2. С. 80–90.

ISSN 1818-7935

Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. Том 14, № 2

© Й. Подело, 2016

ко нам известно, попыток проанализировать графические изображения эмоций в электронной коммуникации на основе исследований человеческой улыбки и смеха: смайлики изучаются только в электронной сфере, а их реальные «сородичи» не принимаются во внимание. Для более глубокого понимания характеристик смайликов в данной статье предлагается рассмотреть исследования о смехе и улыбке ряда наук, занимающихся эмоциями (в том числе нейробиологии, психологии и социологии), и тем самым показать продуктивность междисциплинарного подхода в компьютерно-опосредованной коммуникации. Главная цель статьи – не только показать тесную связь смайлика с реальными эмоциями на лице, но и выявить те коммуникативные области, в которых проявляются различия.

### Теоретическая основа исследования

В 1992 г. американский психолог Уолтер опроверг теорию редукиции социальных сигналов (*reduced social cues theory*), согласно которой Интернет имеет дефицитный характер коммуникации, так как социальные сигналы (прежде всего невербальные элементы, такие как мимика и жестикация) в письменном общении не передаются, что якобы приводит к потере важной для коммуникации информации [Kimmerle, 2012a; Kimmerle, 2012b]. В противовес теории редукиции социальных сигналов он предложил теорию обработки социальной информации (*social information processing theory*): по мнению ученого, социальная информация может все же быть перенесена в письменную речь, и тем самым радикальное обеднение межчеловеческой коммуникации не происходит.

Из теории Уолтера следует, что смайлик следует считать альтернативным отображением мимики и одним из тех самых социальных сигналов. Именно таким образом невербальные элементы устной коммуникации проникают в письменную сферу и поддерживают ход компьютерно-опосредованного общения. С социолингвистической точки зрения термин *социальный сигнал* соответствует по Гамперцу «ключу / сигналу контекстуализации» [Gumperz, 1982], и это значит, что как коммуникационные науки и психология, так

и лингвистика дают основания рассматривать смайлики как элементы коммуникации, несущие дополнительную информацию и обогащающие письменное общение.

Кроме того, теория Уолтера подразумевает, что интернет-коммуникация совмещает в себе как письменную, так и устную речь. Эта качественная черта компьютерно-опосредованной коммуникации постулируется различными дисциплинами, занимающимися вебом: лингвистикой, коммуникационными науками и проч. [Baron, 1998. P. 161–166; Beck, 2006. P. 93; Bittner, 2003. S. 53]. Принимая во внимание такой гибридный устно-письменный ее характер, на теоретическом основании можно сопоставить функционирование реальных феноменов улыбки и смеха с употреблением смайликов в аналогичных функциях. В лингвистике такой синтетический подход к изучению письменных и устных элементов речи уже имеет традицию (ср., например, нестандартную орфографию *языка падонкафф* как письменное отражение устной речи), но на невербальных элементах коммуникации он еще мало апробирован.

### Метод и материал исследования

Данное исследование базируется на междисциплинарном, сопоставительном подходе, реализованном по следующей схеме:

1) излагаются наиважнейшие характеристики смеха и улыбки, имеющие место в реальной коммуникации<sup>1</sup> и установленные рядом наук, в частности психологией, социологией и нейробиологией;

2) проводятся наблюдения над использованием смайликов в интернет-коммуникации и выявляются сходства и различия между реальными и виртуальными (графическими) сигналами эмоций.

Сопоставление совершается «наглядным» способом, т. е. на ситуативных примерах комментариев к двум статьям на странице *news.rambler.ru* (см. ниже). Такой «наглядный» способ объясняется краткостью корпуса: два

<sup>1</sup> Под термином *реальная коммуникация* подразумевается межчеловеческое общение с непосредственным физическим присутствием тела, в отличие от *виртуальной коммуникации*, происходящей посредством телекоммуникационных технологий.

треда содержат 130 комментариев, из которых лишь в 19 употребляются смайлики, число которых в общей сложности составляет 27 элементов. Из этого следует, что статистическая репрезентативность анализа отсутствует, но избранный подход оправдывается целью статьи, а именно: продемонстрировать наличие связи между эмоциональными индикаторами в реальной и электронной коммуникации и тем самым дать толчок дальнейшим более детальным исследованиям.

### **Смех и улыбка в реальной коммуникации**

Насколько часто наша жизнь сопровождается смехом и улыбкой, настолько же редко мы осознаем их присутствие и еще реже понимаем их действительную роль в общении между людьми. Рассмотрим далее наиболее важные черты этих двух способов спонтанного выражения эмоций, суммировав в виде теоретических положений исследования в области психологии, социологии и нейробиологии.

1. Смех возникает в социальном контексте [Provine, Emmorey, 2006. P. 403; Scott et al., 2014. P. 618].

Мы наиболее «подвержены» смеху тогда, когда окружены другими людьми. Это позволяет утверждать, что смех является коммуникативным актом. Однако Веттин и Тодт показали также, что человек часто смеется после или во время своего собственного высказывания, т. е. зачастую смех не является реакцией на речь другого [Vettin, Todt, 2004]. На первый взгляд, такое поведение противоречит выводу о коммуникативной функции смеха, но такое заключение будет ошибочным, смех в таких ситуациях указывает на широкую вариативность своих функций. Так, смех регулируется скрытыми психосоциальными нормами, следуя которым человек решает, выразить или нет свои эмоции на лице. Когда мы находимся в окружении людей, с большей вероятностью мы засмеемся в том случае, если хотим завести новое знакомство [Grammer, 1990; Vettin, Todt, 2004]. Таким образом, смех и улыбка имеют две основные функции: поддержание социального контакта и, в связи с этим и как следствие этого,

создание позитивной самопрезентации (если это необходимо).

2. Смех может быть беззвучным [Provine, Emmorey, 2006].

Глухонемые тоже смеются. Провайн и Эммори показали, что индивидуумы из глухонемых семей смеялись практически так же часто, как и исследуемые из слышащих семей [Ibid. P. 407]. Этот факт означает, что акустическое восприятие звука, сопровождающего смех, не является условием, необходимым для его функционирования.

3. Существует два вида смеха [Gervais, Wilson, 2005; Scott et al., 2014]:

а) произвольный смех, который имеет реактивную природу и вызывается внешними факторами;

б) преднамеренный (социальный) смех, который возникает в ходе коммуникативного акта, является контролируемым и нарочитым (неестественным).

Жерве и Уилсон считают, что существование этих двух видов вокализации эмоций вызвано эволюционными причинами [Gervais, Wilson, 2005]. Подтверждением этого можно считать эксперименты Давила-Росс и др., которые выявили разные виды смеха также и у шимпанзе [Davila-Ross et al., 2011]. Как известно, у этих приматов наблюдаются ярко выраженные социальные связи, и смех (причем оба его вида) несет у них разнообразные функции. Так, Давила-Росс и ее коллеги показали в своих исследованиях, что произвольный смех у приматов возникает, например, как реакция на щекотание, а преднамеренный смех используется ими во время игры (с целью продолжить ее далее) [Ibid.]. Таким образом, человек обладает способностью продуцировать два вида смеха, цели использования которых могут быть различными.

4. Оба вида смеха отличаются не только в функциональном, но и в перцептивном плане [Scott et al., 2014].

Как установлено, участники коммуникации акустически отличают «настоящий» смех от «фальшивого»:

а) преднамеренный смех вызывает резкую активизацию вентромедиальной префронтальной коры головного мозга (рис. 1);

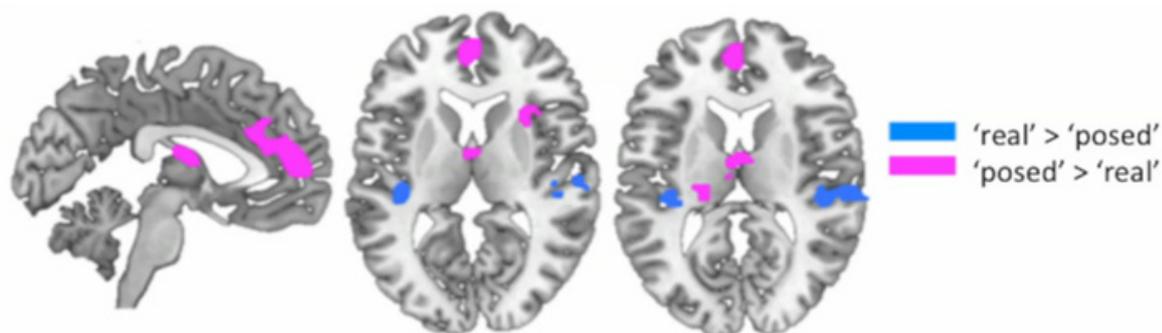


Рис. 1. Активизация различных центров головного мозга при автоматической классификации человеком смеха на непроизвольный и преднамеренный. Источник: *Scott S. Why we laugh*. TED. URL: [https://www.ted.com/talks/sophie\\_scott\\_why\\_we\\_laugh#t-548650](https://www.ted.com/talks/sophie_scott_why_we_laugh#t-548650), 04.01.2016. 2015; [McGettigan C. et al., 2015]

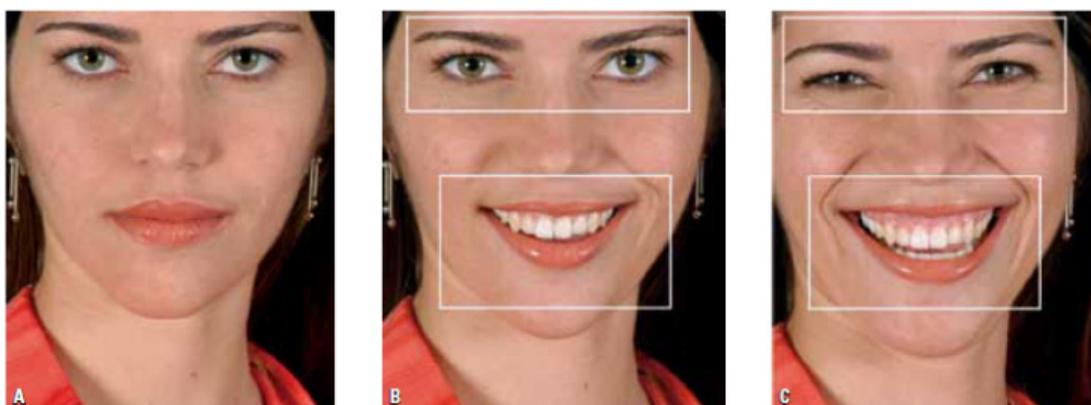


Рис. 2. Улыбка: а – расслабленное лицо; б – социальная улыбка; в – улыбка Дюшена.  
Источник: [Cámara, 2010]

б) непроизвольный смех вызывает активизацию слуховой коры головного мозга (см. рис. 1).

Такая функциональная реакция мозга на смех показывает, что преднамеренный («фальшивый», нарочитый) смех воспринимается мозгом как речь. Слушатель пытается, во время его перцепции, активно определить цель этой вокализации эмоций, при этом происходит активный поиск семантики услышанного смеха.

5. Существует два вида улыбки. Так же, как и смех, улыбка подразделяется на два вида: «настоящая», улыбка Дюшена (названная в честь французского психолога Дюшена (1806–1875)), и социальная улыбка [Gumperz, 1982; Kimmerle, 2012b]. Последняя вызывается присутствием другого человека [Изард,

1999. С. 171], что сближает ее с преднамеренным смехом. Но, в отличие от непроизвольного смеха, улыбку Дюшена все-таки возможно сфальсифицировать [Gunnery et al., 2013. P. 37]. На рис. 2 показаны различия между социальной улыбкой и улыбкой Дюшена, при которой задействуются глаза.

6. Смех – это более чем простое выражение положительных эмоций [Scott et al., 2014].

Этот физиологический феномен имеет важную социальную функцию:

а) непроизвольный смех редуцирует негативные эмоции (такие как страх или ненависть) и обеспечивает поддержание социальных связей [Ibid. P. 619–620];

б) функция преднамеренного смеха предположительно аналогична функции языка

(что подтверждается асимметричной реакцией головного мозга (см. рис. 1)).

Оба вида смеха показывают согласие с коммуникатором, демонстрируют понимание или же сигнализируют о когнитивном присутствии слушателя в коммуникативном акте. Смех как бы приглашает человека принять участие в коммуникации и таким образом имеет инклюзивный характер. С этой функцией связана также вышеназванная возможность самопрезентации посредством (преднамеренного) смеха и (социальной) улыбки.

7. Смех коррелирует со знаком препинания, при транскрипции речи в месте появления смеха требуется обозначить его присутствие [Provine, Emmorey, 2006. P. 404].

Так, более часто встречается выражение типа «Ты идешь туда? – ха-ха» и реже «Ты идешь – ха-ха – туда?». Смех редко прерывает структуру предложений устной речи, и это значит, что речь доминирует над смехом. Этот феномен Провайн и Эммори назвали «пунктуационным эффектом» [Ibid.].

#### **Анализ материала: смайлик в виртуальной коммуникации**

Консенсус состоит в том, что смайлики признаются индикатором эмоционального состояния в электронной коммуникации [Baron, 2000. P. 242; Crystal, 2001. P. 36; Derks et al., 2008; Ganster et al., 2012]. Несмотря на многочисленные труды, посвященные изучению этого типа коммуникации, вопрос о степени близости смайликов (эмотиконов) действительным эмоциям коммуникаторов остается открытым. Теория обработки социальной информации и гибридный, устно-письменный характер интернет-коммуникации позволяют, однако, предположить наличие тесной связи между смайликами и эмоциями, элементами реальной коммуникации, проникшими в письменно-электронную сферу. Смайллик, конечно, не сопровождается звуком, но из исследования Провайн и Эммори известно, что звук не является обязательным условием для восприятия и использования смеха в реальной коммуникации [Provine, Emmorey, 2006]. Сопоставим далее наблюдения об использовании смайликов в

двух тредах <sup>2</sup>, обладающих вышеописанными качествами, с одной стороны, и функции улыбки и смеха, с другой. В табл. 1 воспроизведены только те комментарии, в которых встречается смайлик.

Прежде всего, пару замечаний о структурных аспектах смайликов. В корпусах замечается некая графическая вариативность: «улыбка» передается то однократным знаком скобки, то мультипликацией этого знака (в одном случае до двенадцатикратного повторения). В большинстве случаев смайлик воспроизведен двумя или тремя знаками скобки. Есть ли связь между числом скобок и принадлежностью смайлика к улыбке (или смеху), выявить в данном корпусе и имеющемся контексте не представляется возможным <sup>3</sup>. Подавляющее большинство смайликов воспроизведено в «абстрактном» виде, при котором изображение лица с улыбкой редуцировано только до улыбки, а «глаза» и «нос» вовсе отсутствуют. Лишь в одном случае проявляется полное воспроизведение смайлика в его первоначальном облике :-)) способом кодирования эмотикона знаками препинания. Вообще, не зарегистрировано ни одного изображения эмотикона графическим символом в виде ☺, что, возможно, связано с компьютерно-программными особенностями вебсайта *news.rambler.ru*.

Табл. 2 обобщает краткие статистические данные использованного корпуса. Важно отметить, что смайлики наблюдаются менее чем в 15 % комментариев, т. е. смайлик вовсе не «вездесущ», как иногда утверждается, и не используется по принципу «где-хочу-там-и-пишу». Редкость использования смайликов следует считать показателем речевой стратегии коммуникантов.

<sup>2</sup> Для наблюдений использованы комментарии к электронным статьям «Тигр Амур, подружившийся с козлом Тимуром, на день стал вегетарианцем» ([http://news.rambler.ru/lifestyle/32214007/comments/?track=news\\_comments,27.12.2015](http://news.rambler.ru/lifestyle/32214007/comments/?track=news_comments,27.12.2015)) и «Названы ТОП-10 направлений для отдыха россиян в 2016 году» ([http://news.rambler.ru/lifestyle/32405137/comments/?track=news\\_comments,05.01.2016](http://news.rambler.ru/lifestyle/32405137/comments/?track=news_comments,05.01.2016)). Обе статьи были опубликованы на сайте *news.rambler.ru*.

<sup>3</sup> Для изучения связи между числом скобок или числом собственно смайликов необходим экспериментальный подход.

Таблица 1

## Комментарии из корпусов с использованием смайликов

<b>Тред I:</b> «Тигр Амур, подружившийся с козлом Тимуром, на день стал вегетарианцем» ( <a href="http://news.rambler.ru/lifestyle/32214007/comments/?track=news_comments">http://news.rambler.ru/lifestyle/32214007/comments/?track=news_comments</a> , 27.12.2015)	
Внук Петровича: «тигр заметил интересную травку и решил попробовать ее»))))	Эй моряк ты слишком долго плавал: Классная парочка)) Вот так иногда природа извращается))
☆ \$hitka ☆: даа.. животные оне нравственные! то то у меня йорк кота постоянно пердолит)	Эй моряк ты слишком долго плавал: Как дальше то будем жить без этой парочки)) Мне будет грустно без них))
Винни Пух – сын Инчу-Чуна для олег бирюков: Лев и Собачка. Толстой. Кстате Лев Толстой. Тоже как бэ намекает))	просто прохожий: вообще меня умиляет. все тут так переживают что тигр сожрёт бедного козлика)) сейчас посидят подолбят по клавишам, а потом в магазин за мяском пойдут
зять-17 просто для отец Федор: а потом ПРЕМЬЕР министр!))))	Sean Pen: Звери могут дружить друг с другом, а люди все пересобачились и войну затеяли))
sara kureg для Valentin Reutov: )))))))))) может, этого козлика поменять на диреХтора...)	sara kureg для Ефросинья Прекрасная: мне кажется. что он даже больше козёл, чем Тимурчик...)
sara kureg для Свободу Народу: как типично все мыслят...))	Игорь Ворожбянов: Козел выселил тигра ... бывает ... :-)
alex.lex men: )) Вот так и в жизни – благородные уступают место всяким козлам вовремя не «сожравши» их, а те потом их места занимают и устраивают всем козлячью жизнь))	
<b>Тред II:</b> «Названы ТОП-10 направлений для отдыха россиян в 2016 году» ( <a href="http://news.rambler.ru/lifestyle/32405137/comments/?track=news_comments">http://news.rambler.ru/lifestyle/32405137/comments/?track=news_comments</a> , 05.01.2016)	
крошка крис: Ну я понимаю заказ власти пиарить Крымнаш...)))) Но кто туда поедет? ))) Там действует система «ВСЕ ВЫКЛЮЧЕНО» вмсето системы «ВСЕ ВКЛЮЧЕНО» вплоть до света и отопления..))) Зачем россиян считать за ЛОХОВ? ))))	щелен гондуроссий для ГОЛОС ПРАВДЫ НАРОДА: да ладно не духарись так! доживай кем жил.....))))
щелен гондуроссий для ПроФФесор ЯнуковичЪ: там вон ниже холоп один грамотный отписывает, поинтересуйся он по всем лечебницам тусанулся, подскажет))) шойговский наверное иль чайковский)))	крошка крис для ПроФФесор ЯнуковичЪ: В воинских санаториях убогих, типа судака в Крыменашем... кому это надоть...))))
куплю гривну: При курсе 50р. за 1\$, желающих отдохнуть в Крыму не много было, цены кукались, пляжи полупустые. Курс к лету 100 р за 1 \$ и «наплыв» в Крым отдыхающих неизбежен.)	tyubik ty: Простите, а позвольте мне самому решать, где отдохнуть? И катитесь куда подальше со своим Великим Новгородом )))

Таблица 2

## Статистические данные корпуса

Тред	Число комментариев	Число комментариев со смайликами (в % от общего числа комментариев)	Смайликов
I.	97	13 (13,4 %)	17
II.	33	6 (18,18 %)	10
Σ	130	19 (14,62 %)	27

Таблица 3

## Использование смайликов в деталях

Тред	Смайлики	
	в собственном высказывании (в интеракции с другими пользователями)	как реакция на чужое высказывание
I.	16; 59,26 % (5; 18,52 %)	1 (3,7 %)
II.	10; 37,04 % (4; 14,81 %)	0
Σ	26; 96,3 % (9; 33,33 %)	1 (3,7 %)

В табл. 3 обобщено использование смайликов в корпусе, выявляются параллели между улыбкой и смехом в реальной коммуникации и смайликами в Интернет-коммуникации. В абсолютном большинстве случаев (96,3 %) смайлики употребляются внутри собственного высказывания и лишь в одном случае (3,7 %) смайлик является реакцией на реплику другого коммуниканта. Эта особенность коррелирует с исследованием Веттин и Тодт, выявивших сходное поведение коммуникантов при смехе [Vettin, Todt, 2004]. Несмотря на частое использование смайликов в собственных высказываниях комментаторов,  $\frac{1}{3}$  цифровых улыбок применена в прямой интеракции с другими пользователями (эти комментарии маркированы как ответ на речь других комментаторов в формате «X для Y»). Таким образом, возникает диалогичность коммуникации, и смайлик проявляет непосредственную социальную функцию, напри-

мер, поддержание контакта или же позитивная самопрезентация.

Как было сказано выше, смех возникает в социальном контексте [Provine, Emmorey, 2006. P. 403; Scott et al., 2014. P. 618]. На первый взгляд, социальный контекст здесь отсутствует, так как смайлики используются в собственном комментарии. Но не стоит забывать, что комментарии пишутся в публичном пространстве, в форме треда, и это значит, что вероятность того, что строки комментатора будут прочитаны, всегда присутствует. Вероятность прочтения состоит также в том, что автор комментария ожидает того, что его / ее высказывание будет замечено другими. Используя смайлик, автор делает шаг к установлению контакта, и мы снова обнаруживаем параллель между функцией смайлика, с одной стороны, и смеха с улыбкой, с другой. Можно сказать, что в этом случае реализуется некая самопрезентация.

Характерно, что во всех случаях смайлики используются так же, как и смех, на границах фраз, не разбивают информационные цепочки синтагм. В этом аспекте смайлик следует модели введения реального смеха в реальную коммуникацию, являясь аналогом «пунктуационного эффекта».

Как было сказано, существует два вида смеха и улыбки – преднамеренный и непроизвольный. У каждого есть своя функция. В частности, принимая во внимание характеристики непроизвольного смеха, можно утверждать, что смайлики не могут являться отображением данного эмоционального сигнала, так как смех в этом случае неконтролируем. Напротив, чтобы изобразить смайлик, без контроля со стороны коммуниканта не обойтись, он обязателен для использования компьютерной клавиатуры. В связи с этим можно предполагать, что использование смайлика не является знаком достоверности выраженных эмоций.

### Заключение

Сопоставление смайлика со смехом и улыбкой в реальной коммуникации выявило следующие сходства и различия.

1. Социальный контекст не обязателен. Смайлик, как и смех, часто используется автором внутри собственного высказывания. Но комментатор, находясь в открытом, публичном пространстве (как в случае использованных в исследовании тредов), возможно, ожидает реакцию других потенциальных коммуникантов и тем самым считает себя принадлежащим к определенному кругу общения. Таким образом, смайлик может быть использован так же, как смех и улыбка, в качестве позитивной самопрезентации, протекающей в соответствии с социальными нормами.

2. Смех может быть таким же беззвучным, как и смайлик.

3. У смайликов, как и у смеха, отмечается эффект «пунктуационного знака».

4. В отличие от смеха и улыбки, у смайликов отсутствует деление на непроизвольные и преднамеренные. Смайлик может быть только преднамеренным, что ограничивает его функции по сравнению со смехом и улыбкой как реальными формами эмоций.

Для выявления детальных особенностей функционирования смайлика необходимо проведение более широких экспериментальных исследований. При этом не следует игнорировать в качестве точки отсчета реальные эмоции, их реализации и функции.

### Список литературы

*Izard K. Э.* Психология эмоций. СПб.: Питер. 1999. 460 с.

*Ballhausen H., Kleinelmern U., Niebuhr-Timpe P.* Die wichtigsten Erfindungen der Menschheit: geniale Ideen, die die Welt veränderten. Gütersloh, München: Chronik-Verl, 2008. 281 S.

*Baron N. S.* Letters by phone or speech by other means: the linguistics of email // *Language & Communication*. 1998. № 18 (2). P. 133–170.

*Baron N. S.* Alphabet to email. How written English evolved and where it's heading. London, New York: Routledge, 2000. 316 p.

*Beck K.* Computervermittelte Kommunikation im Internet. München: Oldenbourg, 2006. 321 S.

*Bittner J.* Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung. Berlin: Schmidt. 2003. 323 S.

*Câmara C. A.* Aesthetics in Orthodontics. Six horizontal smile lines // *Dental Press Journal Orthodontics*. 2010. № 15 (1). P. 118–131.

*Crystal D.* Language and the internet. Cambridge: Cambridge UP, 2011.

*Davila-Ross M., Allcock B., Thomas C., Bard K. A.* Aping expressions? Chimpanzees produce distinct laugh types when responding to laughter of others // *Emotion* (Washington, D.C.). 2011. № 11 (5). P. 1013–1020.

*Derks D., Bos A. E. R., Grumbkow J. von.* Emoticons in computer-mediated communication: social motives and social context // *Cyberpsychology & behavior*. 2008. № 11 (1). P. 99–101.

*Ganster T., Eimler S. C., Krämer N. C.* Same same but different!? The differential influence of smilies and emoticons on person perception // *Cyberpsychology, behavior and social networking*. 2012. № 15 (4). P. 226–230.

*Gervais M., Wilson D. S.* The evolution and functions of laughter and humor: a synthetic ap-

proach // *The Quarterly review of biology*. 2005. № 80 (4). P. 395–430.

*Grammer K.* Strangers meet. Nonverbal signs of interest in opposite-sex encounters // *Journal of Nonverbal Behavior*. 1990. № 14 (4). P. 209–236.

*Gumperz J.* *Discourse Strategies*. Cambridge: Cambridge UP, 1982. 240 p.

*Gunnery S. D., Hall J. A., Ruben M. A.* The Deliberate Duchenne Smile. Individual Differences in Expressive Control // *Journal of Nonverbal Behavior*. 2013. № 37 (1). P. 29–41.

*Hey T., Pápay G.* *The Computing Universe: A Journey through a Revolution*. Cambridge: Cambridge UP, 2014. 398 p.

*Kimmerle J.* Reduced-Social-Cues-Ansatz (Dorsch. Lexikon der Psychologie). 2012a. URL: <https://portal.hogrefe.com/dorsch/reduced-social-cues-ansatz/#> (date of access 23.12.2015).

*Kimmerle J.* Theorie der sozialen Informationsverarbeitung (Dorsch. Lexikon der Psychologie). 2012b. URL: <https://portal.hogrefe.com/dorsch/theorie-der-sozialen-informationsverarbeitung/> (date of access 23.12.2015).

*McGettigan C., Walsh E., Jessop R., Agnew Z. K., Sauter D. A., Warren J. E., Scott S. K.* Individual differences in laughter perception reveal roles for mentalizing and sensorimotor systems in the evaluation of emotional authenticity // *Cerebral cortex*. 2015. № 25 (1). P. 246–257.

*McGettigan C., Walsh E., Jessop R., Agnew Z. K., Sauter D. A., Warren J. E., Scott S. K.* Individual differences in laughter perception reveal roles for mentalizing and sensorimotor systems in the evaluation of emotional authenticity // *Cerebral cortex*. 2015. № 25 (1). P. 246–257.

*Provine R. R., Emmorey K.* Laughter Among Deaf Signers // *Journal of Deaf Studies and Deaf Education*. 2006. № 11 (4). P. 403–409.

*Scott S. K., Lavan N., Chen S., McGettigan C.* The social life of laughter // *Trends in Cognitive Sciences*. 2014. № 18 (12). P. 618–620.

*Vettin J., Todt D.* Laughter in conversation. Features of occurrence and acoustic structure // *Journal of Nonverbal Behavior*. 2004. № 28 (2). P. 93–115.

*Материал поступил в редколлегию 15.03.2016*

## J. Podelo

*Department of Slavic Languages  
Otto-Friedrich-University in Bamberg  
5 An der Universität, Bamberg, 96049, Germany*

*jochen.podelo@uni-bamberg.de*

### SMILEYS, SMILE AND LAUGHTER AS SOCIAL CUES AND INDICATORS OF EMOTIONAL CONDITION IN THE PROCESS OF COMMUNICATION (COMPARATIVE ANALYSIS)

Studies of human emotions share a long tradition. Their approaches are manifold and extremely productive. This article offers an interdisciplinary approach that attempts to combine knowledge related to real emotions with research on the electronic representation of the smile since the smiley emoji is one of the most widely used symbols in Internet communication.

The author reviews research on smiles and laughter in real, offline communication from psychology, sociology and neurobiology and transfers it to the smileys in electronic communication. Using two short Russian-speaking threads of comments to articles on the Web-site *news.rambler.ru*, a comparison is made of the usage of emotions on the screen and those on the face.

The aim of the paper is to show the salience of an interdisciplinary approach in this field of electronic communication and to identify the most important similarities and differences between the digital and real forms of smile and laughter.

Keywords: *laughter, smile, smiley, Internet communication, virtual communication, computer-mediated communication.*

## References

Ballhausen H., Kleinelütern U., Niebuhr-Timpe P. Die wichtigsten Erfindungen der Menschheit: geniale Ideen, die die Welt veränderten. Gütersloh, München: Chronik-Verl, 2008, 281 S.

Baron N. S. Letters by phone or speech by other means: the linguistics of email. *Language & Communication*, 1998, № 18 (2), p. 133–170.

Baron N. S. Alphabet to email. How written English evolved and where it's heading. London, New York, Routledge, 2000, 316 p.

Beck K. Computervermittelte Kommunikation im Internet. München, Oldenbourg, 2006, 321 S.

Bittner J. Digitalität, Sprache, Kommunikation. Eine Untersuchung zur Medialität von digitalen Kommunikationsformen und Textsorten und deren varietätenlinguistischer Modellierung. Berlin, Schmidt, 2003, 323 S.

Câmara C. A. Aesthetics in Orthodontics. Six horizontal smile lines. *Dental Press Journal Orthodontics*, 2010, № 15 (1), p. 118–131.

Crystal D. Language and the internet. Cambridge, Cambridge UP, 2011.

Davila-Ross M., Allcock B., Thomas C., Bard K. A. Aping expressions? Chimpanzees produce distinct laugh types when responding to laughter of others. *Emotion* (Washington, D.C.), 2011, № 11 (5), p. 1013–1020.

Derks D., Bos A. E. R., Grumbkow J. von. Emoticons in computer-mediated communication: social motives and social context. *Cyberpsychology & behavior*, 2008, № 11 (1), p. 99–101.

Ganster T., Eimler S. C., Krämer N. C. Same same but different!? The differential influence of smileys and emoticons on person perception. *Cyberpsychology, behavior and social networking*, 2012, № 15 (4), p. 226–230.

Gervais M., Wilson D. S. The evolution and functions of laughter and humor: a synthetic approach. *The Quarterly review of biology*, 2005, № 80 (4), p. 395–430.

Grammer K. Strangers meet. Nonverbal signs of interest in opposite-sex encounters. *Journal of Nonverbal Behavior*, 1990, № 14 (4), p. 209–236.

Gumperz J. Discourse Strategies. Cambridge, Cambridge UP, 1982, 240 p.

Gunnery S. D., Hall J. A., Ruben M. A. The Deliberate Duchenne Smile. Individual Differences in Expressive Control. *Journal of Nonverbal Behavior*, 2013, № 37 (1), p. 29–41.

Hey T., Pápay G. The Computing Universe: A Journey through a Revolution. Cambridge, Cambridge UP, 2014, 398 p.

Izard K. E'. Psihologija e' motcii' [Psychology of emotions]. St-Petersburg, Peter, 1999, 460 p.

Kimmerle J. Reduced-Social-Cues-Ansatz (Dorsch. Lexikon der Psychologie). 2012a. URL: <https://portal.hogrefe.com/dorsch/reduced-social-cues-ansatz/#> (date of access 23.12.2015).

Kimmerle J. Theorie der sozialen Informationsverarbeitung (Dorsch. Lexikon der Psychologie). 2012b. URL: <https://portal.hogrefe.com/dorsch/theorie-der-sozialen-informationsverarbeitung/> (date of access 23.12.2015).

McGettigan C., Walsh E., Jessop R., Agnew Z. K., Sauter D. A., Warren J. E., Scott S. K. Individual differences in laughter perception reveal roles for mentalizing and sensorimotor systems in the evaluation of emotional authenticity. *Cerebral cortex*, 2015, № 25 (1), p. 246–257.

Provine R. R., Emmorey K. Laughter Among Deaf Signers. *Journal of Deaf Studies and Deaf Education*, 2006, № 11 (4), p. 403–409.

Scott S. K., Lavan N., Chen S., McGettigan C. The social life of laughter. *Trends in Cognitive Sciences*, 2014, № 18 (12), p. 618–620.

Vettin J., Todt D. Laughter in conversation. Features of occurrence and acoustic structure. *Journal of Nonverbal Behavior*, 2004, № 28 (2), p. 93–115.