

ЭМОДЗИ КАК ЗАМЕНА НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Реджепов Р. А.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Сычёва Е. С. – преподаватель

В статье рассматриваются эмодзи как заменители невербальных средств общения в цифровой коммуникации. Показано, что пиктографические знаки способны компенсировать отсутствие мимики и жестов в переписке, а при определённых условиях – полностью замещать вербальный текст. Проанализированы субститутивная и компенсаторная функции эмодзи, их зависимость от контекста высказывания. Универсальность восприятия подтверждена экспериментально: 92 % респондентов трактуют эмодзи одинаково вне зависимости от демографических характеристик.

В цифровой переписке участники лишены возможности видеть мимику и жесты собеседника. Это создаёт коммуникативную проблему: эмоциональная составляющая высказывания легко теряется. Цель данной работы – выяснить, насколько полно эмодзи способны восполнить этот пробел и заменить традиционные невербальные средства.

Прежде всего стоит разграничить близкие понятия. У. И. Турко указывает, что в современной лингвистике нормативны два термина: «эмодзи» и «эмотикон» [1]. Эмотикон – это комбинация обычных печатных символов (например, :-)). Эмодзи – стандартизированное изображение из кодировки Unicode. Это различие принципиально: именно графическая природа эмодзи делает их похожими на иконические невербальные знаки. Д. С. Серёгин прямо характеризует эмодзи как визуализированные жесты, эмоции и мимику, связывая их с кинесической системой общения [2].

В живом общении мимика и жесты создают непрерывный паравербальный фон: уточняют, усиливают или опровергают слова. В текстовой переписке этот фон исчезает. Турко отмечает, что его компенсируют именно пиктографические знаки, которые позволяют кратко и наглядно передать эмоциональное состояние говорящего [1]. Иными словами, эмодзи берут на себя роль «визуального интонирования» письменного текста.

Субститутивная функция эмодзи проявляется тогда, когда пиктограмма не сопровождает текст, а полностью его заменяет. Серёгин констатирует, что эмодзи позволяют замещать слова и выражения, не искажая при этом эмоциональную составляющую высказывания [2]. Благодаря эмоционально окрашенным связям пиктограмма способна полностью заменить печатный текст в определённых ситуациях: ассоциативное поле знака оказывается достаточно устойчивым, чтобы смысл передавался без единого слова.

Вместе с тем возможности такой замены не безграничны. Турко показывает, что роль эмодзи зависит от цели высказывания: в прагматическом контенте, где важна точная информация, они менее значимы, а в эмоциональном - наоборот, усиливают чувства [1]. Наблюдения за комментариями в TikTok подтверждают: эмодзи часто стоят в конце предложений, выполняя роль логической паузы и эмоционального итога. Пиктограммы, формально не являясь знаками препинания, выступают в заместительной функции по отношению к ним – обозначают конец высказывания и его эмоциональную окраску.

Принципиален вопрос универсальности. Серёгин приводит результаты ассоциативного эксперимента: 92 % респондентов воспринимают эмодзи одинаково вне зависимости от пола, возраста и образования [2]. Это говорит о высокой конвенциональности таких знаков и их независимости от демографических факторов. В отличие от многих невербальных сигналов, интерпретация которых варьируется в разных культурах, эмодзи формируют единое межкультурное ассоциативное поле.

Таким образом, эмодзи – полифункциональные визуальные знаки. Они компенсируют отсутствие невербальных средств в цифровом общении, могут замещать отдельные слова, знаки препинания, а в эмоционально насыщенных ситуациях – и весь вербальный текст. Экспериментально подтверждённая универсальность восприятия делает их эффективным межкультурным инструментом. В информационно насыщенном, прагматическом контенте вербальный компонент по-прежнему остаётся необходимым. Дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение динамики ассоциативного поля эмодзи в условиях меняющихся коммуникативных норм.

Список использованных источников:

1. Турко, У. И. Смайлик, эмотикон и эмодзи как невербальные средства общения в интернет-коммуникации // У. И. Турко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. №9 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/smaylik-emetikon-i-emodzi-kak-neverbalnye-sredstva-obscheniya-v-internet-kommunikatsii>. – Дата доступа: 11.03.2026.

2. Серёгин, Д. С. Эмодзи – способ невербального общения // Д. С. Серёгин // IN SITU. 2024. №6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/emodzi-sposob-neverbalnogo-obscheniya>. – Дата доступа: 11.03.2026.