

ЭМОДЗИ КАК ЭЛЕМЕНТ ПАРАЯЗЫКА В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Тохтасинова Р.¹

Цой М.К.²

¹ Бакалавр, 3 курс, ФРФ, УзГУМЯ

toxtasinovaruxshona@gmail.com

² Научный руководитель: преп. кафедры

современного русского языка УзГУМЯ

Ташкент, Узбекистан

<https://doi.org/10.5281/zenodo.19678993>

Аннотация. В статье эмодзи и смайлы рассматриваются как элементы параязыка в современной интернет-коммуникации. Анализируются их соотношение с невербальными средствами общения и основные функции в электронном дискурсе: выражение эмоций, смыслообразование, замещение вербальных единиц и уточнение значения сообщения.

Ключевые слова: эмодзи, смайлы, эмотиконы, параязык, невербальная коммуникация, интернет-коммуникация, электронное общение, передача эмоций, онлайн-коммуникация.

Паралингвистика, как раздел лингвистики, изучает невербальные компоненты речи, сопровождающие вербальное сообщение и влияющие на его смысл: громкость, темп, тембр, паузы, смех, вздохи и т.д. [1]. Для начала определим, что же такое язык эмодзи. Наиболее общее понятие «язык эмодзи» сформулировала П.Д. Накостик, которая в своей статье [8] указывает, что эмодзи представляет собой графический язык идеограмм и смайликов, в котором вместо слов используются сочетания картинок. Более подробно о понятии «язык эмодзи» говорит в своей работе Р.В. Кожина: «эмодзи – это важная часть современной коммуникации, которая определяется лингвистом как «параязык, помогающий нам так же, как жесты, выражение лица или интонация помогают при непосредственном общении» [8, с. 140].

В «Словаре иностранных слов» Н.Г. Комлев отмечает, что слово эмотикон заимствовано из английского *emoticon*, которое, в свою очередь, восходит к лексемам *emotion* – «эмоция» + *icon* – «образ» и имеет значение «информационная система сокращений и значков (чаще шуточных), используемых в электронной почте из-за невозможности передать нюансы своего настроения с помощью жестов, мимики или даже почерка»: 4U – for you «для вас», (-:) левша; T42 – tee for two «чай для двоих», (:>) зазнайка [4].

А.И. Байгильдин, Г.А. Волгин, А.Ф. Сагитов в своей работе [1] считают, что эмотикон представляет собой пиктограмму, которая изображает эмоцию. Смайлик же по их мнению – это стилизованное графическое изображение улыбающегося человеческого лица. Их изображают в письме в виде желтого круга с двумя черными точками, представляющими глаза, и черной дугой, символизирующей рот.

И.В. Борисова [8] выделяет три группы смайлов: смайл-знак (эмотикон), смайл-символ – стилизованная желтая рожица с глазками-точками и улыбкой и

анимированный смайл. Таким образом, смайлик широко применяется как общий термин для любого эмотикона.

А.И. Ускова определила функции не самого языка, а роль конкретно самих символов эмодзи. *Функция дублирования* – после написанного текста, пользователь ставит смайлик, подтверждая им свои эмоции им для последующего визуального восприятия читающим. *Функция смыслообразования* – последовательное использование цепочки эмодзи, которые представляют собой определенную историю действий человека. *Функция придания текстовому сообщению дополнительного значения*. Осуществляется в случае, если необходимо изменить значение вербального высказывания. *Функция замещения*. Представляет собой замену слова, которое хочет сказать пользователь, смайликом в целях экономии времени [2, с. 112].

Анализируя невербальные средства общения, применяемые пользователями для передачи эмоционального состояния, мимики в электронной коммуникации, К.И. Белоусов и И.А. Обухова [2] выделяют эмодзи-картинки и эмоции-пиктограммы, называемые эмотиконами. Весь арсенал эмоций-пиктограмм, содержащих буквы алфавита, типографские знаки, преимущественно пунктуационные, цифры, математические знаки и другие, можно воспроизвести с помощью символов компьютерной или мобильной клавиатуры.

Ученые также рассматривают эмодзи как средство доступа к психологическому состоянию интернет-коммуникантов. Так, на материале 19 тыс. 179-ти реплик 299 пользователей социальной сети «ВКонтакте» К.И. Белоусов и И.А. Обухова [2] отмечают 15 эмоциональных категорий эмотиконов и эмодзи, среди которых наиболее частотными являются следующие: эмоции радости доминируют, чувства любви выражают в пять раз меньше, эмоции печали испытывают интернет-пользователи в 39 раз реже, чем эмоции радости, конкретные действия, например, подмигивания совершают в 81 раз реже. В то же время, несмотря на проявление позитивных настроений, направленных на создание комфортной среды для коммуниканта, фиксируется демонстрация негативных посылов, задевающих собеседника: сарказм и ирония встречаются в 112 раз меньше. Еще реже представлены удивление, одобрение, благодарность, безразличие.

Эмодзи называют графическим искусственным языком, в котором активно используются параллельный, комплементарный, а также субститутивный синтаксис [3]. В современном обществе применение эмодзи не ограничивается сферой межличностных отношений, их вводят в образовательных целях в качестве вкраплений в художественные тексты.

Эмодзи в настоящее время проникают в медийную и рекламную интернет-коммуникации и реализуют субститутивную функцию, заменяют вербальные элементы, участвуя в графической передаче актуальной информации. Ежегодное появление большого количества невербальных знаков позволяет сделать вывод о развитии языка.

Проведенный анализ позволяет заключить, что эмодзи и эмотиконы являются значимыми элементами современной интернет-коммуникации и функционируют в системе параязыковых средств. Они дополняют вербальное сообщение, компенсируя

отсутствие интонации, мимики и жестов в письменной цифровой среде. Исследования показывают, что эмодзи выполняют ряд важных функций: дублирующую, смыслообразующую, субститутивную и функцию придания дополнительного значения, что свидетельствует об их высокой коммуникативной эффективности.

References:

1. Байгильдина А.И., Волгин Г.А., Сагитова А.Ф. «Эмоции в пикселях». Концепция «Общества знаний» в современной науке. – Уфа, 2018. – С.110-130.
2. Белоусов К.И., Обухова И.А. Влияние пола и самооценки пользователей социальной сети на использование эмодзи и эмодзи в процессе речевой коммуникации // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2019. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-pola-i-samoootsenki-polzovateley-sotsialnoy-seti-na-ispolzovanie-emotikonov-i-emodzi-v-protsesse-rechevoy-kommunikatsii> (дата обращения: 24.02.2026).
3. Бусарева С.Г. Графический искусственный язык эмодзи на образовательно-просветительском сайте «Arzamas» // Русский язык в школе. 2022. Т. 83. № 5. <https://doi.org/10.30515/0131-6141-2022-83-5-84-89>.
4. Комлев Н.Г. Словарь иностранных слов: [более 4500 слов и выражений] / Н. Г. Комлев. – Москва: Эксмо, 2006. – 669 с.
5. Кожина Р.В. «Эмодзи как часть современной коммуникации». XX юбилейная всероссийская научно-практическая конференция молодых ученых, аспирантов и студентов, 2019 г. аспирантов и студентов. Северо-Восточный Федеральный Университет имени М.К. Аммосова в г. Нерюнгри. – С 140-143.
6. Камалова М. А. SMS как эпистолярный жанр и проблема правописания в интернете // Вестник науки. – 2025. – Т. 1. – №. 3 (84). – С. 446-450.
7. Моисеенко Л.В. Модализация сообщения в социальных сетях // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2018. №17 (815). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modalizatsiya-soobscheniya-v-sotsialnyh-setyah> (дата обращения: 24.02.2026).
8. Накостик П.Д. «Смайлы (эмодзи) как современный способ общения». 2017.04.028. Методология современного языкознания: порождение и понимание речи. значение и смысл. виртуальная коммуникация / отв. ред. Сонин А.Г. – М: Ленанд, 2016. – 200 с.
9. Nasyrova N. A. What is creativity and what is its role in human life? //European research: innjvation in science, education and technology. – 2020. – С. 65-67.