

**ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ
ЛИНГВИСТИКА/THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE LINGUISTICS**

DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2025.69.9>

ПИКТОГРАММЫ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ: ЛИНГВОСЕМИОТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЭМОДЗИ

Научная статья

Дрыгина И.В.¹, Яцкая Д.Д.² *

¹ORCID : 0000-0002-5090-8506;

²ORCID : 0009-0002-0929-2962;

^{1,2} Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева, Красноярск,
Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (daryayatskaya[at]gmail.com)

Аннотация

Цель данной работы — определить функциональные возможности и ограничения эмодзи как формы аналогической коммуникации в цифровой среде, выявить их роль во взаимодействии с вербальным (цифровым) кодом в межкультурном общении и соотнести полученные данные с классическими положениями теории коммуникации. В статье эмодзи рассматриваются как элемент современной пиктографической системы, выполняющей разнообразные коммуникативные функции в цифровом общении. Особое внимание уделяется вопросам универсальности и сложности интерпретации эмодзи в различных культурных контекстах. Основу анализа составили данные опроса, в котором приняли участие 117 человек: студенты-лингвисты из разных регионов России, школьники в возрасте 13–15 лет, а также участники книжных телеграм-каналов. Результаты показали, что восприятие эмодзи во многом зависит от возраста, уровня цифровой компетенции и культурного опыта. Несмотря на популярность эмодзи и их способность заменять отдельные вербальные единицы, участники опроса отмечали трудности в точной передаче смысла при межкультурной коммуникации. Практическая значимость работы заключается в возможности применения полученных данных в области межкультурной коммуникации, преподавания иностранных языков и формирования цифровой грамотности. В ходе исследования сделан вывод о том, что эмодзи могут эффективно дополнять речь, облегчая понимание в условиях языкового барьера, однако не способны полностью заменить язык как систему.

Ключевые слова: эмодзи, пиктографическая система, межкультурная коммуникация, невербальные средства, языковой барьер, интерпретация, визуальное общение.

PICTOGRAMS OF THE DIGITAL AGE: A LINGUISTIC-SEMIOTIC ANALYSIS OF EMOJIS

Research article

Drigina I.V.¹, Yatskaya D.D.² *

¹ORCID : 0000-0002-5090-8506;

²ORCID : 0009-0002-0929-2962;

^{1,2} Reshetnev Siberian State University of Science and Technology, Krasnoyarsk, Russian Federation

* Corresponding author (daryayatskaya[at]gmail.com)

Abstract

The aim of this work is to determine the functional capabilities and limitations of emojis as a form of analogical communication in the digital environment, to identify their role in interaction with verbal (digital) code in intercultural communication, and to correlate the obtained data with the classical provisions of communication theory. In this paper, emojis are viewed as an element of the modern pictographic system that performs various communicative functions in digital communication. Particular attention is paid to the issues of universality and complexity of emoji interpretation in different cultural contexts. The analysis is based on survey data collected from 117 participants: linguistics students from different regions of Russia, schoolchildren aged 13–15, and participants in book Telegram channels. The results showed that the perception of emojis largely depends on age, level of digital competence, and cultural experience. Despite the popularity of emojis and their ability to replace individual verbal units, the survey participants noted difficulties in accurately conveying meaning in intercultural communication. The practical significance of the work lies in the possibility of applying the data obtained in the field of intercultural communication, foreign language teaching, and digital literacy development. The research concluded that emojis can effectively complement speech, facilitating understanding in conditions of language barriers, but cannot completely replace language as a system.

Keywords: emoji, pictographic system, intercultural communication, non-verbal means, language barrier, interpretation, visual communication.

Введение

В условиях стремительного развития цифровых технологий и глобальной интеграции общества возрастает потребность в эффективной межкультурной коммуникации. Современные формы общения, особенно в цифровой среде, характеризуются мультимодальностью, при которой текст дополняется визуальными, аудиальными и символическими элементами. Эмодзи — один из видов графических пиктограмм, используемых в цифровом общении, — стали неотъемлемой частью повседневной коммуникации. Эти знаки выполняют функцию выражения эмоций,

акцентирования смысла, дополнения или даже замены текста, а также используются как средство формирования коммуникативного стиля в электронной переписке.

Популярность эмодзи во многом объясняется их способностью визуально и компактно передавать эмоциональное содержание сообщений, а также, как считается, обеспечивать определённую степень универсальности в межкультурном общении. Согласно исследованию Unicode Consortium, более 90% пользователей цифровых платформ регулярно используют эмодзи в переписке [18]. Однако представление об их универсальности часто оказывается иллюзорным: смысловая интерпретация эмодзи нередко зависит от культурного контекста, личного опыта, возрастной и гендерной принадлежности пользователя [15], [16]. Одно и то же графическое изображение может восприниматься по-разному представителями разных культур, что делает использование эмодзи как средства межкультурной коммуникации не столь однозначным.

Актуальность данного исследования определяется необходимостью комплексного анализа функций и ограничений эмодзи в условиях межкультурной коммуникации. Несмотря на их широкое распространение и способность дополнять или частично заменять текст, интерпретация этих пиктограмм зависит от культурного и технологического контекста. Это создаёт потребность в изучении того, каким образом визуальные элементы взаимодействуют с вербальной речью, способствуют ли они точной передаче смысла и при каких условиях могут становиться источником недопонимания. Отдельные работы, такие как исследования Е. Дрэзнер и С. Херринг [9], Л. Керсклейк, Р. Уэйгери [8], В. Эванса [11], а также отечественные исследования в области цифровой лингвистики [4], [6] подчеркивают как функциональную гибкость эмодзи, так и наличие интерпретационных трудностей, особенно в кросс-культурных коммуникационных ситуациях. Эти наблюдения требуют дальнейшего теоретико-прикладного анализа.

Проблема исследования заключается не столько в вопросе, могут ли эмодзи заменить вербальный язык (что, в свете аксиом коммуникации, представляется невозможным), сколько в выявлении границ и механизмов их взаимодействия с вербальной формой в цифровой среде. Важно понять, в каких случаях аналогические средства, к которым относятся эмодзи, могут эффективно дополнять цифровой код, а в каких — усиливают риск коммуникативных сбоев.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: во-первых, проанализировать природу эмодзи как формы аналогического способа коммуникации в свете четвёртой аксиомы П. Вацлавика и др. и концепции Н. Лумана, а также определить их лингвистический и семиотический статус на стыке языка и образа; во-вторых, выявить особенности интерпретации эмодзи в различных культурных контекстах и установить условия их эффективного взаимодействия с вербальным (цифровым) кодом; в-третьих, на основе эмпирических данных и анализа кейсов определить, в каких коммуникативных ситуациях эмодзи повышают успешность межкультурного общения, а в каких — усиливают риск недопонимания.

Объектом исследования являются эмодзи как элемент современной цифровой коммуникации. Предметом исследования выступают особенности использования и интерпретации эмодзи в межкультурном взаимодействии, а также их роль как формы аналогического способа коммуникации.

Теоретической базой данного исследования послужили классические коммуникативные и семиотические концепции. В частности, П. Вацлавик, Дж. Бивин и Д. Джексон в «Прагматике человеческих коммуникаций» сформулировали пять аксиом, из которых ключевое значение имеет четвёртая: «Люди используют как цифровой, так и аналогический способ коммуникации». Цифровой язык (прежде всего вербальная речь) обладает сложным синтаксисом и позволяет формировать логически чёткие высказывания, в то время как аналогический (жесты, мимика, визуальные символы) имеет богатую семантику отношений, но лишён строгого синтаксиса. Эмодзи, таким образом, можно рассматривать как форму аналогической коммуникации, дополняющей, но не замещающей цифровой код [2].

Концепция Н. Лумана о «Невероятности коммуникации» дополняет это понимание, подчеркивая, что успешная передача смысла всегда сопряжена с риском интерпретационных искажений — фактор, особенно заметный в визуальной коммуникации, где культурные и индивидуальные коды играют ключевую роль [3].

В рамках семиотического подхода учитывались идеи Р. Якобсона [13] и Ч. Пирса [14], позволяющие анализировать эмодзи как знаки, сочетающие иконические и символические свойства. Исследования Е. Дрэзнер и С. Херринг [9] рассматривают эмодзи как параязыковой код, а работы Л. Керсклейк, Р. Уэйгери [8] и В. Эванса [11] — как культурно-специфичные визуальные символы. Современные отечественные исследования, в том числе труды У.И. Турко [5], К.В. Макарова и В.Г. Шумиловой [4], С. Ань и др. [1], [6], [7], анализируют эмпирические аспекты функционирования эмодзи в социальных сетях и мессенджерах.

Методологическую основу работы составляют методы лингвистического анализа (семантический, прагматический, дискурсивный), сравнительно-сопоставительный анализ интерпретаций эмодзи в разных культурах, а также элементы эмпирического подхода — анкетирование, наблюдение за цифровыми дискурсами и кейс-анализ кросс-культурного взаимодействия.

Обсуждение

Эмодзи (от яп. 絵文字 — «картинка» + «символ») представляют собой графические пиктограммы, используемые в цифровой коммуникации для выражения эмоций, действий, объектов, символических ситуаций и других элементов, дополняющих или заменяющих текстовое сообщение. Впервые эмодзи были внедрены в Японии в конце 1990-х годов разработчиком Сигэтакэ Куритой как часть набора символов для мобильных телефонов компании NTT DoCoMo. С тех пор они стали глобальным явлением, интегрированным в основные платформы цифровой коммуникации — от мобильных приложений до социальных сетей и профессиональных мессенджеров [8].

Семиотически эмодзи можно трактовать как знаки, сочетающие в себе элементы иконического и символического: они обладают внешним сходством с изображаемым объектом (иконичность), но при этом их значение часто закрепляется культурной конвенцией, а не только визуальной формой [11]. Эмодзи выполняют преимущественно

экспрессивную и фатическую функции коммуникации (по классификации Р. Якобсона), однако в определённых контекстах могут приобретать и референтную, метаязыковую и даже поэтическую функции [5].

С лингвистической точки зрения эмодзи представляют собой параязыковые элементы, то есть не полностью самостоятельные знаки, способные формировать связную речь, но выступающие в роли маркеров настроения, интенции, отношения к сообщаемому. По мнению Е. Дрезнер и С. Херринг, эмодзи «не являются языком в узком смысле слова, но функционируют как дополнение к письменной речи, выражая прагматические оттенки, которые в устной речи передаются интонацией, жестами, мимикой» [9].

На современном этапе эмодзи классифицируются по нескольким основаниям:

По семантическому содержанию:

- эмоциональные (например, 😊, 😭, 😡);
- прагматические/ситуативные (например, 🏠, 📱, 🚗);
- объектные (еда, животные, предметы – 🍕, 🐶, 📺);
- абстрактные/символические (например, 🌈, 🍀, 🍀).

По функции в сообщении:

- эмодзи-усилители — уточняют или эмоционально окрашивают текст (например: «Я жду тебя 😊»);
- эмодзи-заменители — подставляются вместо слов или целых фраз (например: «🍕?» вместо «Пойдём поедим пиццу?»);
- эмодзи-маркеры реакции — используются в качестве отклика на сообщение (например: 🙄, 🙄, 🙄 в соцсетях и мессенджерах).

По расположению в структуре текста:

- интерлингвистические — встраиваются внутрь текстового предложения;
- посттекстовые — располагаются после основной фразы как дополнительный комментарий;
- автономные — используются как самостоятельные сообщения.

Подобные классификации предлагаются в работах Л. Керсклейк, Р. Уэйгериш [8], В. Эванса [11], С. Херринга и Е. Дрезнер [9], а также отечественных исследователей цифровой коммуникации (К. В. Макаров, В. Г. Шумилина [4], У. И. Турко [5], К. А. Фролов, Е. А. Кольцова, Ф. И. Карташкова [7]).

Некоторые исследователи предлагают более расширенные таксономии эмодзи, включая их морфологию и синтаксическую функцию в рамках эмоджи-дискурса. Так, Л. Керсклейк, Р. Уэйгериш рассматривают эмодзи как элементы «визуального лексикона», способные образовывать квазипредложения, подчинённые правилам прагматического контекста [8, С. 52–60].

Необходимо отметить также, что система эмодзи подлежит международной стандартизации: их графическая реализация унифицирована в рамках стандарта Unicode, который определяет кодовые обозначения, допустимые графемы и их обновления. Однако визуальное отображение одного и того же эмодзи может варьироваться от платформы к платформе (например, между Android, iOS и Windows), что нередко становится причиной интерпретационных расхождений и ошибочной декодировки [15].

Так, эмодзи — это не просто украшение цифровой речи, а сложный лингвосомиотический феномен, обладающий определёнными грамматическими и прагматическими характеристиками. Их растущее использование требует дальнейшего теоретического осмысления и лингвистической систематизации, особенно в контексте межкультурной коммуникации, где на первый план выходят вопросы интерпретируемости, универсальности и контексто-зависимости.

При этом необходимо учитывать, что эмодзи как форма визуального языка сочетают в себе элементы как иконической, так и символической коммуникации. Некоторые пиктограммы сохраняют непосредственное визуальное сходство с объектами (например, 🍕 или 🐶), другие — приобретают условный, культурно закреплённый смысл (например, 🌈 как символ мира или 🙏 как жест благодарности/молитвы, варьирующийся по культуре). Это сближает современную пиктографику с семиотическими концепциями Ч. Пирса, где знаки делятся на иконы, индексы и символы в зависимости от типа репрезентации.

Так, история пиктографии от наскальных рисунков до эмодзи демонстрирует устойчивое стремление человечества к универсальной, визуально понятной передаче информации. Возвращение пиктограммы в центр цифровой коммуникации свидетельствует не о деградации письма, как иногда утверждают критики, а об адаптивной трансформации языка в условиях новых медиа.

Современные эмодзи представляют собой уникальное явление цифровой эпохи, в котором пиктографические принципы сочетаются с мультимодальной, интернациональной и пользовательски-ориентированной природой коммуникации. Эмодзи — это графические символы, отражающие эмоции, действия, объекты, идеи и ситуации, используемые в цифровых сообщениях и на онлайн-платформах. Их функциональность выходит за рамки декоративного оформления текста: они играют роль параязыковых и метаязыковых маркеров, дополняя или даже замещая традиционные вербальные формы.

С точки зрения своей семиотической природы, эмодзи, как и пиктограммы, обладают преимущественно иконической репрезентацией: они отображают объекты или действия на визуальном уровне, близком к универсальному восприятию. Однако, как отмечает В. Эванс, несмотря на визуальную однозначность формы, значение эмодзи может быть полисемантическим, контекстуально обусловленным и зависимым от культурного кода пользователя [11].

Согласно теории медиалингвистики, эмодзи выполняют в цифровом общении ряд важных функций: эмоциональную, эмфатическую, регулятивную, контактноустанавливающую и прагматическую [4]. Это делает их не просто иконографическими элементами, но также важными медиаторами смысла в ситуации межкультурной коммуникации, где языковое непонимание может быть компенсировано универсальным визуальным кодом.

М. Данези предлагает рассматривать эмодзи как «третий тип языка» — визуально-гибридную систему, совмещающую свойства письма и невербального общения, функционирующую на стыке текста и изображения [8]. В этом смысле эмодзи могут быть интерпретированы как цифровой аналог древних пиктограмм, адаптированных под нужды современной цифровой среды.

Отдельное внимание заслуживает вопрос автоматизации и стандартизации эмодзи как языка. Unicode Consortium, контролирующий добавление новых символов, принимает решения на основе социальных, культурных и технологических факторов. Это придает эмодзи институциональную легитимность, отличающую их от традиционной народной пиктографии. Таким образом, современная система эмодзи представляет собой сочетание спонтанного пользовательского творчества и централизованного контроля, что сближает её с формализованными письменными системами.

Однако стоит отметить, что несмотря на единство кода, различная визуальная реализация может приводить к смысловым расхождениям и даже коммуникативным сбоям, что подтверждает ограниченность эмодзи как полностью универсального языка.

Тем не менее в совокупности визуальная доступность, стилистическая экономия, эмоциональная выразительность и мультимодальность делают эмодзи достойным продолжателем пиктографической традиции в цифровую эпоху. Как отмечает Е. Херринг, эмодзи трансформируют письменную речь, добавляя к ней параязыковые и кинетические элементы, ранее доступные только в устном взаимодействии [8].

Следовательно, эмодзи не только наследуют черты традиционной пиктографии, но и развивают их в новом медийном контексте, становясь частью глобального, поликультурного цифрового общения.

Современная цифровая коммуникация характеризуется высокой степенью мультязычности, ускорением темпов взаимодействия и возрастанием числа участников из разных культурных контекстов. В этих условиях эмодзи становятся не только инструментом эмоциональной экспрессии, но и потенциальным средством преодоления языкового барьера, выполняя роль универсального кода. Однако, как и любая система знаков, эмодзи обладают одновременно интегративным и ограничивающим потенциалом в межкультурной коммуникации.

С одной стороны, визуальная природа эмодзи способствует интуитивному пониманию. Некоторые символы, особенно те, что изображают базовые эмоции (, ,) или предметы повседневного обихода (, ,), интерпретируются относительно одинаково вне зависимости от языковой принадлежности коммуникантов. Это связано с универсальностью человеческого опыта и биологической природы эмоций, о чём писали ещё П. Экман и В. Фрайзен, выдвинувшие концепцию «шести базовых эмоций», имеющих универсальные мимические корреляты [9].

Благодаря этому, эмодзи активно используются в международной деловой переписке, туристических сервисах, онлайн-обучении и социальных сетях как способ поддержания нейтральной, но выразительной формы общения. Некоторые эмодзи (например, или) приобретают статус символов «глобального языка», понятного вне зависимости от национальной культуры. Как отмечает В. Эванс, именно в этом заключается их преимущество: они минимизируют необходимость перевода и облегчают когнитивную обработку сообщений в ситуации кросс-культурного контакта [11].

Однако универсальность эмодзи носит условный характер. В действительности многие пиктограммы оказываются неоднозначными и требуют интерпретации в культурном контексте. Так, эмодзи в Японии ассоциируется с выражением благодарности или просьбы, тогда как в западной культуре чаще интерпретируется как символ молитвы. Эмодзи в некоторых странах используется шутливо, в других же — воспринимается как оскорбительный. Исследование Г. Миллера и соавторов выявило, что пользователи по-разному воспринимают даже базовые эмоциональные эмодзи в зависимости от используемой платформы и родного языка, что порождает эффект «семиотического шума» в коммуникации.

Особую роль играет религиозный и национальный контекст. Например, эмодзи (Кааба) может восприниматься как сакральный символ в исламской культуре и неуместный или даже провокационный в других. Символика пищи также демонстрирует культурную специфику: эмодзи может быть воспринято положительно во французской культуре, но отрицательно — в мусульманской. Как подчеркивает У.И. Турко, «эмодзи не являются полностью универсальными знаками, они опосредованы социокультурным кодом» [5, С. 89].

Несмотря на указанные ограничения, эмодзи все же играют важную роль в ситуациях, когда языковая коммуникация затруднена. Они позволяют выразить эмоции, подтвердить внимание, подчеркнуть дружелюбие, особенно в асинхронных, коротких или фрагментарных диалогах. В условиях миграции, международных онлайн-игр, международного маркетинга или обучения иностранным языкам эмодзи становятся эффективным средством снижения коммуникативных рисков.

Из этого можно сделать вывод, что эмодзи действительно выполняют функцию своеобразного переводчика, однако они не устраняют необходимость в языковом коде, а скорее дополняют его, функционируя в качестве метаязыковых индикаторов. Их эффективность в межкультурной коммуникации зависит от грамотного выбора, контекста употребления и культурной чувствительности участников коммуникации.

Для того чтобы оценить функциональные возможности эмодзи как инструмента межкультурной коммуникации, важно обратиться к эмпирическим данным, полученным в рамках как международных, так и отечественных исследований. Они позволяют выявить реальные сценарии использования эмодзи, уровень их интерпретируемости и степень зависимости восприятия от культурного и технологического контекста.

Одним из наиболее масштабных исследований является анализ, проведённый Unicode Consortium, в котором регулярно отслеживаются частота использования эмодзи, контексты и популярность отдельных символов. Согласно их данным за 2023 год, наиболее используемыми эмодзи остаются , , , , , что подтверждает тенденцию к эмоционально-оценочной и поддерживающей функции эмодзи в глобальном общении [17]. Анализ показывает, что вне

зависимости от языка общения пользователи прибегают к эмодзи, прежде всего, для передачи эмоций и поддержания неформального тона.

В работе Г. Миллера и соавторов, исследователи провели опрос среди 334 пользователей из США и выявили, что одни и те же эмодзи вызывают противоположные интерпретации в зависимости от платформы. Эмодзи воспринимался как положительный на iOS, но как агрессивный — на Android, из-за различий в графической реализации. Это указывает на техническую медиативность символов и зависимость их интерпретации от визуального оформления.

Интересные данные предоставляет также исследование, проведённое аналитическим центром Pew Research Center, согласно которому около 71% респондентов в возрасте от 18 до 34 лет считают эмодзи частью повседневного общения и утверждают, что с их помощью легче устанавливать контакт с собеседниками из других стран, особенно при ограниченном знании языка. Однако лишь 38% считают, что эмодзи можно использовать для обсуждения сложных или абстрактных тем, что указывает на ограниченность их семантической нагрузки [17].

Для выявления специфики функционирования эмодзи как потенциального универсального средства межкультурной коммуникации в данном исследовании был проведён авторский эмпирический опрос. Его основная задача заключалась в том, чтобы подтвердить или опровергнуть гипотезу о степени универсальности пиктографических символов в реальных коммуникативных практиках. Выборка была сформирована целенаправленно, с ориентацией на активных пользователей цифровых платформ, обладающих как коммуникативной, так и межкультурной практикой. В первую очередь, в опрос были включены студенты-лингвисты из разных городов России (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань, Воронеж, Новосибирск и др.), поскольку именно эта категория респондентов обладает теоретической подготовкой, чувствительностью к нюансам значения и интерпретации, а также склонностью к рефлексии языковых и параязыковых средств. Их участие обеспечивало глубину анализа и позволило соотнести эмпирические наблюдения с лингвистической моделью осмысления коммуникации. Вторую часть выборки составили школьники в возрасте от 13 до 15 лет — группа, представляющая наиболее активных пользователей эмодзи в повседневной переписке, для которых пиктограммы являются органичной частью цифрового речевого этикета. Кроме того, в исследовании приняли участие подписчики литературных и образовательных Telegram-каналов, взаимодействующие с кросскультурным контентом и регулярно использующие визуальные средства в процессе общения. Такая стратификация выборки позволила получить данные, охватывающие как компетентных в теории, так и «естественных» пользователей пиктограмм, что усиливает репрезентативность результатов.

Опрос проводился в онлайн-формате с 1 по 10 апреля 2025 года посредством Google Forms, а ссылки на анкету распространялись через Telegram и ВКонтакте. Всего приняли участие 117 человек. Респонденты ответили на ряд закрытых и открытых вопросов, касающихся характера и частоты использования эмодзи, оценочной характеристики их универсальности, а также предоставили примеры недопонимания в межкультурной среде.

Результаты показали, что 96% опрошенных используют эмодзи ежедневно или почти ежедневно, преимущественно в неформальном общении. Наиболее часто используемыми оказались символы, выражающие позитивные эмоции (😊, 😊, 😊, 😊), что соответствует их функции эмоциональной экспрессии. При этом около 65% участников отметили, что эмодзи нередко помогают восполнить отсутствие интонации в письменной речи, а 38% указывали на их роль как «ускорителей» коммуникации — то есть как заменителей целых фраз или выражений. Примечательно, что лишь 9% респондентов вообще не доверяют эмодзи в передаче смысла или избегают их использования из-за риска неправильной интерпретации.

Что касается оценки универсальности эмодзи, средний балл составил 3,4 по пятибалльной шкале. Интересно, что школьники чаще оценивали пиктограммы как универсальные (4–5 баллов), а вот студенты-лингвисты, напротив, высказывали сдержанное мнение (2–4 балла), аргументируя это культурными, контекстуальными и визуальными расхождениями в интерпретации. В свободных комментариях участники указывали, что смысл эмодзи может значительно искажаться в зависимости от платформы (iOS, Android, Telegram, WhatsApp), поскольку графическая реализация одного и того же символа может существенно различаться, создавая тем самым предпосылки для коммуникативных сбоев. Так, 63% респондентов отметили, что не раз сталкивались с тем, что их собеседники по-разному интерпретировали одни и те же эмодзи, особенно при общении с иностранцами.

Наиболее показательным оказался вопрос о случаях недопонимания: 54% участников вспомнили как минимум одну ситуацию, когда их сообщение с эмодзи было воспринято не так, как они намеревались. В числе примеров — эмодзи 🙌, воспринимаемый в англоязычной среде как «high five», а не «спасибо» или «пожалуйста»; смайлик 😏, вызывающий ощущение насмешки у одних и знак смущения — у других; или же эмодзи 🤔, который в ряде контекстов может восприниматься как фамильярный или даже агрессивный. Подобные случаи подтверждают, что хотя эмодзи и претендуют на роль «визуального эсперанто», на практике они подвержены влиянию культурной семиотики, индивидуального опыта и интерфейсной адаптации.

Так, результаты опроса подтверждают тезис о том, что эмодзи играют важную роль в цифровом межличностном и межкультурном взаимодействии, однако не обладают абсолютной универсальностью. Они значительно облегчают экспрессию и помогают передавать интонационные и эмоциональные оттенки речи, особенно в условиях ограниченности текстового формата. В то же время использование эмодзи требует культурной и медиаграмотности, а также осознания ограничений визуальной семиотики, обусловленных платформенной спецификой и интерпретационными рамками конкретного сообщества. Следовательно, данный вид пиктограмм следует рассматривать как вспомогательное, а не основное средство межкультурной коммуникации.

Заключение

Проведённое исследование позволяет утверждать, что эмодзи представляют собой важный элемент современной цифровой коммуникации, обладающий значительным потенциалом для упрощения межкультурного взаимодействия, но не способный полностью заменить вербальные языковые средства. Пиктограммы выполняют функции

эмоциональной экспрессии, прагматического уточнения смысла и визуальной поддержки текста, а в некоторых случаях — и самостоятельного сообщения. Их востребованность объясняется не только удобством и скоростью использования, но и стремлением к экономии речевых усилий и созданию более человеческого и эмоционально окрашенного общения в цифровой среде.

Анализ теоретических источников показал, что эмодзи, как современная форма пиктографии, могут быть рассмотрены в русле лингвистических, семиотических и прагматических подходов. Они функционируют как элементы параязыковой системы, близкие по своим функциям к жестам, интонации или мимике в устной речи. Однако в отличие от естественных языков, эмодзи лишены чёткой синтаксической структуры, не обладают системой склонений и спряжений, не могут выражать сложные абстракции и логические отношения. Это накладывает принципиальные ограничения на их способность выступать в качестве полноценного средства общения, особенно в формальных и кросс-культурных контекстах.

Результаты эмпирического исследования, подтвердили, что:

Во-первых, эмодзи активно используются в повседневной коммуникации, в основном для передачи эмоций и сокращения объёма текста.

Во-вторых, большинство участников считают эмодзи скорее дополнением к тексту, чем заменой слов, указывая на неоднозначность их интерпретации.

В-третьих, более половины сталкивались с ситуациями межкультурного или межличностного недопонимания, вызванного различиями в интерпретации эмодзи, особенно в общении с представителями других стран.

Проведённое исследование не только фиксирует ограничения эмодзи, но и демонстрирует актуальность классических положений теории коммуникации в цифровую эпоху. Эмодзи выступают в роли аналогового канала, который, взаимодействуя с цифровым (вербальным), формирует мультимодальное сообщение. Подобно тому, как утверждали П. Вацлавик, Дж. Бивин и Д. Джексон, эти два канала дополняют друг друга, а не конкурируют. Наши данные подтверждают, что в межкультурной коммуникации эффективность эмодзи зависит от их согласованного использования с вербальным текстом и культурной компетентности участников. Полученные результаты вносят вклад в понимание того, как классические коммуникативные модели проявляются и адаптируются в условиях интернет-коммуникаций.

В перспективе, с развитием технологий, возможно расширение выразительных возможностей эмодзи, в том числе путём стандартизации визуальных форматов и внедрения анимированных, контекстно адаптивных пиктограмм. Тем не менее любые такие усовершенствования не отменяют того, что вербальный язык остаётся незаменимым инструментом концептуализации мира, логического анализа и культурной репрезентации.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Ань С. Понятие и функции эмодзи в коммуникации в интернет-коммуникации. / С. Ань // International Journal of Humanities and Natural Sciences. — 2024. — № 10–1 (97).
2. Вацлавик П. Прагматика человеческих коммуникаций: изучение паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия / П. Вацлавик, Дж. Бивин, Д. Джексон. — Москва : Эксмо-Пресс, 2000. — 320 с.
3. Луман Н. Невероятность коммуникации. / Н. Луман // Издательство СПбГУ. — 2000. — № 3.
4. Макаров К. В. Понятие и функции языка эмодзи в невербальной коммуникации интернет-пользователей. / К. В. Макаров, В. Г. Шумилиа // Электронный научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации». — 2020. — № 5.
5. Турко У.И. Смайлик, эмодзи и эмодзи как невербальные средства общения в интернет-коммуникации. / У.И. Турко // Грамота. — 2024. — № 9. — С. 3005–3011.
6. Фролов К. А. Эмодзи в политической интернет-коммуникации: универсальное и национальное. / К. А. Фролов, И. В. Фролова // Власть. — 2020. — № 6.
7. Кольцова Е.А. Мультимодальный характер цифровой коммуникации: функционирование эмодзи в межличностном общении / Е.А. Кольцова, Ф.И. Карташкова // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2022. — Т. 13. — № 3. — С. 769–783. — EDN: CVTIEZ.
8. Kerslake L. The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet. / L. Kerslake, R. Wegerif // Media and Communication. — 2017. — № 4.
9. Dresner E. Functions of the Non-Verbal in CMC: Emoticons and Illocutionary Force. / E. Dresner, S.A. Herring // Communication Theory. — 2010. — № 3.
10. Krauss R.M. Nonverbal Behavior and Nonverbal Communication: What Do Conversational Hand Gestures Tell Us? / R.M. Krauss, Y. Chen, P. Chawla // Academic Press. — 1996. — № 28.
11. Evans V. The Emoji Code: The Linguistics Behind Smiley Faces and Scaredy Cats. / V. Evans. — New York : Picador, 2017. — 256 p.

12. Gelb I.J. A Study of Writing. The Foundations of Grammatology / I.J. Gelb. — Chicago: University of Chicago Press, 1963. — 416 p.
13. Jakobson R. Language in Literature / R. Jakobson. — Cambridge : Belknap Press, 1987. — 548 p.
14. Peirce C.S. Collected papers / C.S. Peirce. — Cambridge : Belknap Press of Harvard University Press, 1960. — 808 p.
15. Miller H. Understanding Emoji Ambiguity in Context: The Role of Text in Emoji-Related Miscommunication. / H. Miller, D. Kluver // AAAI. — 2016. — № 10.
16. Pavalanathan U. More Emojis, Less Words: Visuals in Communication. / U. Pavalanathan, J. Eisenstein // AAAI. — 2016. — № 10.
17. Vogels E.A. Teens, Social Media and Technology / E.A. Vogels, N. Massarat, R. Gelles-Watnick // Pew Research Center. — 2022. — URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/> (accessed: 10.07.25).
18. Unicode Emoji Charts // Unicode Consortium. — 2025. — URL: <https://www.unicode.org/emoji/charts/> (accessed: 10.07.25).

Список литературы на английском языке / References in English

1. An' S. Ponyatie i funkcii e'modzi v kommunikacii v internet-kommunikacii [The concept and functions of emoji in communication in Internet communication]. / S. An' // International Journal of Humanities and Natural Sciences. — 2024. — № 10–1 (97). [in Russian]
2. Vatslavik P. Pragmatika chelovecheskikh kommunikatsii: izuchenie patternov, patologii i paradoksov vzaimodeistviya [Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes] / P. Vatslavik, Dzh. Bivin, D. Dzhekson. — Moscow : Eksmo-Press, 2000. — 320 p. [in Russian]
3. Luman N. Neveroyatnost' kommunikacii [The Improbability of Communication]. / N. Luman // Saint Petersburg State University Press. — 2000. — № 3. [in Russian]
4. Makarov K. V. Ponyatie i funkcii yazy'ka e'modzi v neverbal'noj kommunikacii internet-pol'zovatelej [The concept and functions of emoji language in non-verbal communication of Internet users]. / K. V. Makarov, V. G. Shumilina // Electronic scientific & practical journal «Modern scientific researches and innovations». — 2020. — № 5. [in Russian]
5. Turko U.I. Smajlik, e'motikon i e'modzi kak neverbal'ny'e sredstva obshheniya v internet-kommunikacii [Smiley, emoticon, and emoji as nonverbal communication tools in internet communication]. / U.I. Turko // Diploma. — 2024. — № 9. — P. 3005–3011. [in Russian]
6. Frolov K. A. E'modzi v politicheskoy internet-kommunikacii: universal'noe i nacional'noe [Emoji In Political Internet Communication: The Universal And The National Component]. / K. A. Frolov, I. V. Frolova // Power. — 2020. — № 6. [in Russian]
7. Koltsova E.A. Multimodalnii kharakter tsifrovoy kommunikatsii: funktsionirovanie emodzi v mezhlichnostnom obshchenii [Digital Communication and Multimodal Features: Functioning of Emoji in Interpersonal Communication] / E.A. Koltsova, F.I. Kartashkova // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. [PFUR Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics]. — 2022. — Vol. 13. — № 3. — P. 769–783. — EDN: CVTIEZ. [in Russian]
8. Kerslake L. The Semiotics of Emoji: The Rise of Visual Language in the Age of the Internet. / L. Kerslake, R. Wegerif // Media and Communication. — 2017. — № 4.
9. Dresner E. Functions of the Non-Verbal in CMC: Emoticons and Illocutionary Force. / E. Dresner, S.A. Herring // Communication Theory. — 2010. — № 3.
10. Krauss R.M. Nonverbal Behavior and Nonverbal Communication: What Do Conversational Hand Gestures Tell Us?. / R.M. Krauss, Y. Chen, P. Chawla // Academic Press. — 1996. — № 28.
11. Evans V. The Emoji Code: The Linguistics Behind Smiley Faces and Scaredy Cats. / V. Evans. — New York : Picador, 2017. — 256 p.
12. Gelb I.J. A Study of Writing. The Foundations of Grammatology / I.J. Gelb. — Chicago: University of Chicago Press, 1963. — 416 p.
13. Jakobson R. Language in Literature / R. Jakobson. — Cambridge : Belknap Press, 1987. — 548 p.
14. Peirce C.S. Collected papers / C.S. Peirce. — Cambridge : Belknap Press of Harvard University Press, 1960. — 808 p.
15. Miller H. Understanding Emoji Ambiguity in Context: The Role of Text in Emoji-Related Miscommunication. / H. Miller, D. Kluver // AAAI. — 2016. — № 10.
16. Pavalanathan U. More Emojis, Less Words: Visuals in Communication. / U. Pavalanathan, J. Eisenstein // AAAI. — 2016. — № 10.
17. Vogels E.A. Teens, Social Media and Technology / E.A. Vogels, N. Massarat, R. Gelles-Watnick // Pew Research Center. — 2022. — URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/> (accessed: 10.07.25).
18. Unicode Emoji Charts // Unicode Consortium. — 2025. — URL: <https://www.unicode.org/emoji/charts/> (accessed: 10.07.25).