

ФУНКЦИИ ЭМОДЗИ КАК ДИСКУРСИВНОГО МАРКЕРА СОВРЕМЕННОГО ЦИФРОВОГО ОБЩЕНИЯ

Джумабаева Мохира Анварджановна
Кафедра Теоретических Аспектов Английского языка
Андижанский Государственный Институт
Иностраннных языков

Аннотация: В этой статье рассматривается растущее влияние эмодзи и их функции в современной онлайн-коммуникации. В исследовании рассматриваются основные функции эмодзи: знаковое использование, когда эмодзи непосредственно отображают объекты или эмоции; прагматическое и дискурсивное использование, когда эмодзи помогают структурировать сообщение, организовать идеи или обозначить новую тему. В статье на примерах из социальных сетей объясняется, что эмодзи - это не просто декоративные символы, но полифункциональные маркеры современного цифрового дискурса.

Ключевые слова: цифровая коммуникация, дискурсивные маркеры, мультимодальность, прагматика, иконические знаки, семиотика, создание нового значения.

THE FUNCTIONS OF EMOJIS AS DISCOURSE MARKERS IN CONTEMPORARY DIGITAL COMMUNICATION

Djumabaeva Mohira Anvardjanovna
Andijan State Institute of Foreign Languages
Department of Theoretical Aspects of English

Abstract:

This article examines the growing influence of emojis and their functions in contemporary online communication. The study analyzes the main functions of emojis, including their referential use, when emojis directly represent objects or emotions, as well as their pragmatic and discursive use, when emojis help structure a message, organize ideas, or signal the introduction of a new topic. Drawing on examples from social media, the article demonstrates that emojis are not merely decorative symbols but multifunctional markers of modern digital discourse.

Keywords: digital communication, discourse markers, multimodality, pragmatics, iconic signs, semiotics, meaning construction

Введение

Эмодзи – это японское слово, буквально означающее “письмо-картинка”, которое представляет собой небольшую цифровую картинку или графический символ, представляющий вещь, чувство или концепцию и т.д., используемый в текстовых сообщениях и других электронных коммуникациях. Они используются почти так же, как и смайлики, и существуют в различных жанрах, включая выражения лица, жесты, обычные предметы, места и типы погоды, а также животных, например, 😊 и ❤️.

Исторически сложилось так, что эмодзи были созданы в конце 1990-х годов, а именно в 1999 году Сигетакой Куритой, который работал в компании по веб-разработке NTT Docomo, телекоммуникационной фирме в Японии. Для создания эмодзи Сигетака в основном использовал японские социальные условия, уличные знаки, погоду. С момента своего появления эмодзи существует и развивается в различных жанрах, включая выражения лица, обычные предметы, места и типы погоды, а также животных. Херн (2015) добавляет, что на самом деле эмодзи существуют в различных жанрах, включая выражения лица, обычные объекты, места и типы погоды, а также животных. Они во многом похожи на смайлики, за исключением того, что эмодзи – это картинки, а не типографские обозначения. Тогда термин "эмодзи" в строгом смысле относится к таким картинкам, которые могут быть представлены в виде закодированных символов, но иногда его также применяют к стикерам для обмена сообщениями.

Собственно говоря, этимологически слово "эмодзи" происходит от японского "э" (絵, "картинка") и "модзи" (文字, "иероглиф"). Таким образом, можно сказать, что в эмодзи используются картинки.

Обсуждение

В общении лицом к лицу широкий спектр функциональных вербальных (например, ударение, интонация, тембр голоса и т.д.) и невербальных (например, язык тела, одежда, выражение лица и т.д.) средств может

способствовать достижению коммуникативной цели обеими сторонами. Однако такие условия виртуального общения, как форум, блог, обмен мгновенными сообщениями, которые в основном основаны на письменных текстах, делают вербальное общение неполным из-за отсутствия надсегментарных функций и даже не позволяют участникам использовать обычные невербальные инструменты для плавного и успешного общения.

Luryan&Dale (2016) утверждают, что в 2015 году в четырех группах постов в Instagram использование эмодзи увеличилось на 30-40% по сравнению с показателями за последние 2-3 года, и наблюдалось постепенное снижение использования текстового сленга, что позволяет предположить, что эмодзи заменяют функции, выполняемые текстовыми сообщениями. сленг последних лет. На самом деле, не только сленг, но и другие формы письменных текстов сейчас быстро уступают место эмодзи.

Чрезвычайно быстрое развитие технологий также ускоряет этот процесс. Почти 40% постов в Instagram в 2015 году содержали хотя бы один эмодзи, что на 40% больше, чем в 2012 году, благодаря выпуску Apple и Android emoji keyboard и запуску Instagram на платформе Android (Luryan& Dale, 2016). Эмодзи стали настолько популярными, что Оксфордский словарь даже назвал 😊 (лицо со слезами радости) словом 2015 года вместо других популярных текстовых слов.

Эмодзи являются эффективным средством коммуникации, и лингвисты неизбежно начинают замечать их функции в интернет коммуникации. Обмен текстовыми сообщениями через интернет, WhatsApp, Tweeter, Instagramm и другие подобные платформы стал одной из самых популярных форм цифровой коммуникации.

Хотя обмен текстовыми сообщениями показал себя как эффективный способ общения с другими людьми без какого-либо личного контакта, у него есть недостатки, связанные с отсутствием использования невербальных сигналов, особенно эмоций и чувств. (Койл, Морин, Кармайкл, Шерил, 2019).

Эмодзи стали универсальным языком, преодолевающим языковые и культурные барьеры, и широко используются в личном, профессиональном и академическом контекстах. Эмодзи полезны для текстового общения, потому что они помогают эмоциональному восприятию, улучшают понимание и придают эмоциональную глубину.

Было обнаружено, что эмодзи стимулируют участки мозга, отвечающие за обработку эмоций. Кроме того, они влияют на то, как интерпретируются сообщения, смягчая указания или подчеркивая смысл. Эмодзи используются для выражения таких эмоций, как счастье, грусть, сарказм или энтузиазм, в текстовом общении, которому не хватает интонации голоса и мимики. Поскольку эмодзи создают контекст для нейтральных или неясных высказываний, такая эмоциональная прозрачность помогает избежать недоразумений.

Эмодзи в цифровой коммуникации перестали быть декоративным элементом, превратившись в самостоятельные семиотические единицы. В социальных сетях они выполняют ряд прагматических, дискурсивных и социокультурных функций. Они формируют особый тип гибридного текста, сочетающий в себе вербальные и визуальные знаки. Исследователи цифрового дискурса рассматривают эмодзи как паралингвистические маркеры, компенсирующие отсутствие невербальных сигналов в письменной онлайн коммуникации (Herring).

Наиболее очевидная функция эмодзи это передача эмоций. В отсутствии мимики и интонации пользователи добавляют графические символы для маркирования эмоционального состояния. Согласно S. Herring и A. Dressner, эмодзи функционируют как индикаторы эмоциональной рамки высказывания, уточняя интерпретацию текста (Dressner&Herring). Они могут: 1) усиливать позитивное сообщение, 2) смягчать негативное, 3) сигнализировать иронию. Таким образом эмодзи выполняют роль компенсаторного параязыкового механизма.

Следующая функция – прагматическая. Эмодзи способны менять иллокутивную силу высказывания. Одно и то же предложение без эмодзи и с эмодзи интерпретируется по-разному. Например «Спасибо.» и «Спасибо 😊» . Во втором случае сообщение воспринимается как более тёплое и искреннее. Простое утверждение типа "Я в порядке" ("I'm fine") может быть истолковано по-разному, но добавление улыбающегося эмодзи дает понять, что оно имеет в виду хорошее, в то время как грустное выражение лица может выражать разочарование (Дж. Кэрролл, 2023). Исследование J. Derks, A. Vos J. и Von Grumbkow показало, что эмотиконы существенно влияют на восприятие дружелюбия и сарказма. Они могут снижать степень конфликта, маркировать шутку, сигнализировать флирт и усиливать критику.

Социоидентификационная функция эмодзи выражается в маркировке или определения пользователя к определенной группе. Разные возрастные, культурные и профессиональные сообщества используют эмодзи по-разному.

По данным В. Danesi, эмодзи формируют «визуальный социолект» цифрового поколения. Например: 🤪 – в молодежном дискурсе часто выражает «очень смешно», а 👍 - обозначает одобрение. Также 🙏 может интерпретироваться как благодарность или молитва в зависимости от культуры. Таким образом, эмодзи участвуют в конструировании цифровой идентичности.

Следующей интересной функцией эмодзи является дискурсивно-структурирующая функция, когда эмодзи используются для выделения текста, замены слов или организации визуальной структуры поста. В Instagram и Telegram они часто выступают как маркеры абзацев или тематических блоков. Исследования С. Kelly и К. Watts показывают, что эмодзи функционируют как графические «дискурсивные операторы», помогающие ориентироваться в сообщении.

Эмодзи могут выполнять фатическую функцию поддержания контакта по Р. Якобсону. Например, реакция в виде ❤️ или 👍 сигнализирует

присутствие и вовлеченность без необходимости вербального ответа. Это особенно характерно для реакций Telegram, лайков в Instagram, коротких ответов в мессенджерах. Эмодзи здесь становятся минимальной формой социального взаимодействия.



Ироническая и метакоммуникативная функция эмодзи используется для маркировки иронии, сарказма или двойного смысла. Исследования цифровой прагматики подтверждают, что символы способны сигнализировать «небуквальность» высказывания. Например: «Отличная работа 😏». Без эмодзи фраза может быть воспринята буквально, но с эмодзи читается как сарказм.

Выводы

Психология эмодзи показывает, что их использование не является универсальным; на него оказывают глубокое влияние культурные нормы и различия поколений. Хотя их следует интерпретировать с учетом контекста, эмодзи способствуют более динамичному и эмоционально насыщенному общению.

Современные эмодзи в социальных сетях выполняют комплекс функций: эмотивную, прагматическую, социоидентификационную, структурирующую, фатическую и ироническую. Они представляют собой не просто иллюстративные элементы, а полноценные семиотические знаки, формирующие новый тип цифрового дискурса. Их использование демонстрирует трансформацию письменной коммуникации в сторону визуально-гибридной формы, где текст и изображение функционируют как единая система.

Использованная литература

1. Herring, S. C. (2013). *Discourse in Web 2.0: Familiar, reconfigured, and emergent*. In D. Tannen & A. M. Trester (Eds.), *Discourse 2.0*. Georgetown University Press.
2. Dresner, E., & Herring, S. C. (2010). Functions of the nonverbal in CMC: Emoticons and illocutionary force. *Communication Theory*, 20(3), 249–268.
3. Derks, J., Bos, A., & von Grumbkow, J. (2008). Emoticons and social interaction on the Internet. *Computers in Human Behavior*, 24(3), 766–785.
4. Danesi, M. (2016). *The Semiotics of Emoji*. Bloomsbury Publishing.
5. Kelly, R., & Watts, L. (2015). Characterising the inventive appropriation of emoji. *Proceedings of the ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*.
6. Yus, F. (2014). Not all emoticons are created equal. *Journal of Pragmatics*, 59, 133–145.
7. G. Lupyan & R. Dale (2016). Why Are There Different Languages? The Role of Adaptation in Linguistic Diversity. 20(9), стр. 649–660
8. Djumabaeva M. EMOJI IN DIGITAL COMMUNICATION ACROSS CULTURES AND PLATFORMS. (2025). *Modern American Journal of Linguistics, Education, and Pedagogy*, 1(3), 21-26. <https://usajournals.org/index.php/6/article/view/381>