

Екатерина Климович / Ekaterina Klimovich
doktorantka, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie
<https://orcid.org/0009-0003-5761-2841>
ekaterinak197@gmail.com

Невербальные средства коммуникации в социальных медиа (на материале Рунета)

Введение

Актуальность исследования невербальных средств коммуникации в социальных медиа обусловлена тем, что социальные медиа породили феномен «устно-письменной коммуникации», при которой физическое отсутствие собеседника компенсируется специфическими графическими маркерами. Таким образом, выявление наиболее характерных невербальных средств коммуникации позволяет понять, как человеческое сознание адаптирует традиционные невербальные сигналы (мимику, жесты и др.) к технологическим ограничениям интерфейсов.

Научная значимость данной проблемы обусловлена необходимостью переосмысления классических теорий коммуникаций в контексте глобальной цифровизации. Современные социальные медиа создают уникальную знаковую систему, которая постоянно эволюционирует. Изучение этого процесса необходимо для лингвистического анализа новых способов передачи модальности и экспрессии, социологического понимания правил сетевого этикета и групповой идентификации, выявления паттернов передачи эмоций и распознавания манипулятивных стратегий.

Невербалика в социальных медиа перестала быть дополнением к тексту. Она превратилась в сложный контекстуальный фильтр, без которого адекватная интерпретация сообщения практически невозможна. Изучение

этих средств позволит выявить, как современный пользователь остается «человеком общающимся» (*homo communicans*¹) в условиях технологического посредничества.

Современный человек за день произносит примерно 16 тысяч слов (при этом самый «молчаливый» участник исследования произносил около 700 слов, в то время как самый разговорчивый – более 47 000 слов в сутки)². Трудно представить, какое количество невербальных средств коммуникации было при этом использовано и каков разброс как по количественным, так и по качественным показателям наблюдался, учитывая огромное множество способов и стилей общения.

Невербальные компоненты коммуникации передают огромную информацию, позволяя понять настроение, переживания, ожидания, чувства, намерения, а также морально-личностные качества общающихся людей. К невербальным средствам коммуникации относятся:

1. *Кинесика*, изучающая совокупность телодвижений, применяемых в процессе человеческого взаимодействия.
 - Мимика – динамические движения мышц лица, являющиеся главным индикатором эмоциональных состояний.
 - Жестикуляция – движения рук и головы, выполняющие функции иллюстрации, регуляции или замещения речи.
 - Пантомимика – моторика всего тела (поза, осанка, походка), отражающая общую психологическую установку индивида.
2. *Паралингвистика* и *экстралингвистика*, включающие систему вокализации, дополняющих вербальное сообщение.
 - Паралингвистика – качество голоса, его диапазон, тональность, тембр и логические ударения.
 - Экстралингвистика – включение в речь пауз, а также неречевых звуков (смех, плач, вздохи, темп речи).
3. *Проксемика*, определяющая влияние пространственных факторов на эффективность общения. Исследует дистанции между субъектами и их ориентацию в пространстве. Выделяет четыре основные зоны: интимную, личную, социальную и публичную.

¹ Данный термин был сформулирован французским исследователем Филиппом Бретоном, который еще в 1992 году в своей работе *L'utopie de la communication* обосновывал возникновение антропологического типа *Homo communicans* (*l'homme communicant*), для которого акт коммуникации становится высшей социальной ценностью и способом существования в информационной среде. См. Ph. Breton, *L'homme communicant, une nouvelle utopie?*, «Sciences Humaines» 1992, no. 18, p. 34–37.

² M.R. Mehl, S. Vazire, N. Ramirez-Esparza, R.B. Slatcher, J.W. Pennebaker, *Are Women Really More Talkative Than Men?*, “Science” 2007, vol. 317, no. 5834, p. 82.

4. *Окулесика*, включающая визуальный контакт или «язык глаз». Регулирует очередность реплик, транслирует уровень доверия и заинтересованности в собеседнике³.
5. *Такесика (Гаптика)*, изучающая роль тактильных контактов (рукопожатия, прикосновения, похлопывания) в коммуникативном акте. Такесика строго детерминирована статусом партнеров и культурными нормами⁴. По мнению И. Стернина, «сегодня наблюдается тенденция к сокращению общения с людьми за счет увеличения «общения» со средствами массовой коммуникации (ТВ, интернет, кино, видео, газеты)»⁵. Поэтому важно изучать вербальные и невербальные средства коммуникации, используемые в социальных медиа.

Целью данного исследования является описание невербальных средств общения в социальных медиа. Эмпирическую базу исследования составил корпус текстов, отобранных из русскоязычного сегмента социальных сетей ВКонтакте, Одноклассники и Facebook. Общий объем проанализированного материала составил 300 публикаций (по 100 постов из каждой социальной сети), датированных периодом с августа по сентябрь 2025 года. Это позволило зафиксировать актуальное использование невербальных средств коммуникации и минимизировать влияние устаревших трендов. Выбор данных платформ обусловлен различием их целевых аудиторий, что позволяет проследить вариативность языковых особенностей в разных социально-возрастных группах.

Материал был собран путем целевой выборки из публичных сообществ информационной и развлекательной направленности. Процедура анализа материала включала несколько этапов:

1. Сбор и первичная фильтрация – сбор публикаций и удаление спама, рекламных объявлений и дубликатов.
2. Классификация – распределение отобранных единиц по типам использованных невербальных средств коммуникации (например, использование эмодзи, стикеров, редупликация знаков препинания).
3. Лингвистическое описание – анализ и описание наиболее репрезентативных примеров, иллюстрирующих использование невербальных средств коммуникации в социальных медиа.

³ В.А. Лабунская, *Не язык тела, а язык души! Психология невербального выражения личности*, Феникс, Ростов-на-Дону 2009, 342 с.

⁴ R. Heslin, *Steps toward a taxonomy of touching*, Paper presented at the meeting of the Midwestern Psychological Association, May, Chicago 1974, <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED103690.pdf> [дата обращения: 14.04.2026].

⁵ И.А. Стернин, *Основы речевого воздействия*, Истоки, Воронеж 2012, с. 30.

Трансформация исследований невербальных средств коммуникации

Эволюция научных представлений о невербальных средствах коммуникации характеризуется переходом от описательного анализа отдельных жестов, интонаций и мимики к комплексным междисциплинарным исследованиям. Классическими работами второй половины XX века являются труды А. Мехрабиана и А. Пиза.

Альберт Мехрабиан (Albert Mehrabian) – известный американский социопсихолог, почетный профессор Университета Калифорнии в Лос-Анджелесе. Основные идеи Мехрабиана изложены в его фундаментальных работах *Silent Messages (Безмолвные сообщения)*⁶, впервые опубликованную в 1971 году, и *Nonverbal Communication (Невербальная коммуникация)*⁷. Наибольшую известность он получил благодаря исследованию того, как люди интерпретируют сообщения в условиях межличностного взаимодействия, при передаче чувств и отношений друг к другу.

На основе экспериментальных исследований А. Мехрабиан предложил модель, согласно которой в ситуациях, связанных с выражением эмоций и чувств, вклад различных средств коммуникации распределяется следующим образом: 7% информации приходится на вербальный компонент (т.е. сами слова), 38% – на вокальные характеристики речи (интонация, тембр, громкость), 55% – на невербальные сигналы (мимика, жесты, поза). Данная модель получила название «правило 7–38–55» и стала одной из самых цитируемых в области социальной психологии и коммуникационных исследований.

Однако важно подчеркнуть, что ключевым аспектом работ А. Мехрабиана является строгое ограничение сферы применимости модели. Сам автор подчеркивал, что соотношение «7–38–55» относится исключительно к ситуациям, в которых, во-первых, передаются эмоции, чувства или отношения, во-вторых, существует несоответствие между вербальными и невербальными сигналами. В подобных случаях реципиенты склонны доверять невербальной информации в значительно большей степени (до 93%), чем содержанию слов (7%). Например, если человек утверждает «Я спокоен», но при этом демонстрирует напряженную мимику, резкий тон и интенсивную жестикуляцию собеседник, как правило, интерпретирует это сообщение как проявление ярких эмоций говорящего.

Довольно частой ошибкой является распространение «правила 7–38–55» на всю коммуникацию в целом, включая передачу фактов, инструкций

⁶ A. Mehrabian, *Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes*, Wadsworth, Belmont 1971, 152 p.

⁷ A. Mehrabian, *Nonverbal Communication*, Routledge, New York 2017, 238 p.

или академических знаний. А. Мехрабиан неоднократно подчеркивал, что в подобных ситуациях вербальный канал играет ведущую роль, а его модель не предназначена для универсального применения.

Важно отметить, что научный вклад А. Мехрабиана заключается не столько в самих числовых соотношениях, сколько в акценте на значимости невербальных средств коммуникации в передаче эмоций и отношений.

На научных трудах А. Мехрабиана и Р. Бердвистелла⁸ базируется теория Алана Пиза⁹. Согласно его модели, вербальный канал (непосредственно лексические единицы) обеспечивает передачу 7% смысловой нагрузки сообщения. 38% занимают паралингвистические средства (*просодика, тембр, интонационные акценты*) и 55% – невербальные сигналы (*кинесика, проксемика*). Следует отметить, что А. Пиз популяризировал «правило 7–38–55», экспериментально выведенное А. Мехрабианом.

А. Пиз также утверждал, что жесты и мимика – это внешнее проявление внутренних эмоциональных состояний, что позволяет «читать» истинные чувства человека. Жесты объединяются в «предложения», которые дают более полное понимание, чем изолированные сигналы, и должны сравниваться со словами. Некоторые жесты имеют эволюционные корни, как у животных, показывая защитные реакции или агрессию (например, раздувание ноздрей, обнажение зубов). Жесты могут иметь разные значения в разных культурах (например, большой палец вверх в Греции и США), поэтому важен контекст.

Работы А. Пиза имеют большую практическую значимость, поскольку учат замечать несоответствия между словами и сигналами тела, понимать истинные намерения собеседника, избегая манипуляций, а также лучше понимать собственные эмоции.

Проблема невербальной передачи информации в последние годы претерпела значительную теоретическую трансформацию. В современных исследованиях акцент сместился на нейронауки, цифровые коммуникации и автоматическое распознавание эмоций искусственным интеллектом. В. Манусов¹⁰ отмечает трансформацию невербальных средств коммуникации, обусловленную цифровизацией и дистантным общением. Г. Крейдлин в книге *Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык*¹¹ описывает проведенное детальное лингвистическое исследование жестов как знаковой системы. В. Морозов в книге *Невербальная коммуникация:*

⁸ R.L. Birdwhistell, *Kinesics and Context: Essays on Body Motion Communication*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia 1970, 338 p.

⁹ А. Пиз, Б. Пиз, *Новый язык телодвижений. Расширенная версия*, пер. с англ. Н. Романовой, Эксмо, Москва 2006, 416 с.

¹⁰ *The SAGE Handbook of Nonverbal Communication*, eds. V. Manusov, M. Patterson, SAGE Publications, Thousand Oaks 2023, 616 p.

¹¹ Г.Е. Крейдлин, *Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык*, Новое литературное обозрение, Москва 2002, 581 с.

Экспериментально-психологические исследования¹² приводит данные новейших психофизиологических экспериментов в области восприятия голоса и жестов. М. Газзанига¹³ описывает новейшие данные нейробиологии о том, как мозг обрабатывает невербальные сигналы.

В. Лабунская¹⁴ подчеркивает, что невербальное выражение личности не является статичным набором жестов. Она предлагает социально-перцептивный подход, согласно которому интерпретация невербалики зависит от «когнитивных схем» наблюдателя, что делает процесс декодирования субъективным и глубоко психологизированным.

Вопрос биологической детерминации жестов находит подтверждение в работах В. Морозова¹⁵. Его экспериментальные данные доказывают наличие у человека специализированных сенсорных систем для восприятия невербальной информации, которые работают на бессознательном уровне быстрее, чем вербальный анализ.

Важно упомянуть также работу В. Манусова и М. Паттерсона. В их обновленном руководстве *The SAGE Handbook of Nonverbal Communication*¹⁶ представлена концепция мультимодальности. Авторы доказывают, что разделение на «слова» и «жесты» во многом искусственно: мозг обрабатывает их как единый коммуникативный поток, где невербалика выполняет роль контекстуального фильтра.

Кросс-культурный аспект, затронутый еще Пизом, получил развитие в исследованиях Д. Мацумото¹⁷. С помощью современных методов фиксации микровыражений (*Facial Action Coding System*) Д. Мацумото выявил, что, несмотря на универсальность базовых эмоций, существуют строгие социокультурные правила «дисплея» (выражения) чувств, которые могут полностью блокировать невербальный сигнал в определенных сообществах.

В связи с глобальным переходом в онлайн-пространство, критически значимыми становятся работы по цифровой невербалике. Е. Дхаван¹⁸ вводит понятие «цифрового языка тела», описывает, как невербалика трансформируется в видеозвонках (Zoom, Teams) и переписке, анализируя, как паузы

¹² В.П. Морозов, *Невербальная коммуникация: экспериментально-психологические исследования*, 2-е изд., Институт психологии РАН, Москва 2019, 528 с.

¹³ M.S. Gazzaniga, T.F. Heatherton, D.F. Halpern, *Psychological Science*, 5th ed., W.W. Norton & Company, New York 2015, 864 p.

¹⁴ В.А. Лабунская, *Не язык тела...*

¹⁵ В.П. Морозов, *Невербальная коммуникация...*

¹⁶ *The SAGE Handbook...*

¹⁷ D. Matsumoto, H.C. Hwang, M.G. Frank, *Nonverbal Communication: Science and Applications*, SAGE Publications, Thousand Oaks 2022, 336 p.

¹⁸ E. Dhawan, *Digital Body Language: How to Build Trust and Connection, No Matter the Distance*, St. Martin's Press, New York 2021, 288 p.

в мессенджерах, использование эмодзи и ракурсы в видеоконференциях заменяют традиционные физические жесты, формируя новую систему паралингвистических знаков.

Е. Кененбаев проследил динамику развития невербальных средств коммуникации в социальных сетях в период 1990–2019 годов. Он отметил, что в конце 90-х и начале 2000-х годов участники сетевого общения только сокращали написание отдельных слов или подменяли их коннотативными словами, часто с оттенком просторечия и жаргона. (Например, эмоция смеха передавалась так: *ахахахах, ржунимагу, жжжжж, бугага, гыгыгы* и др.) Буквально через несколько лет эти сокращения заменились иконками, на которых знаками пунктуации рисовались определенные фигурки. (Например, *., – подмигивание, . ^ – задранный нос, обозначающий гордость, . @ – спутанные мозги, вызванные переутомлением.*) Еще через 2-3 года произошло видоизменение смайликов, из символьных они превратились в графические и в готовом иллюстративном виде обозначали необходимые эмоции, не требуя никакой предварительной подготовки. Подобное упрощение применения средств коммуникации, привело в кратчайший срок к вытеснению с полей интернета ранее использовавшихся символов¹⁹.

Таким образом, трансформация исследований невербальных средств общения отражает общую тенденцию к цифровизации, что требует пересмотра традиционного инструментария анализа коммуникативных актов.

Смайлики и эмодзи

Несмотря на широкую известность и повсеместное распространение «смайликов» в 21 в., их история уходит корнями в Древний Китай. Появление первых «смайликов» по некоторым источникам датируется XVI столетием до Рождества Христова. Китайские монахи оставляли их на скалах и на бамбуковой бумаге для фиксации списка жителей данной провинции. В одной из современных версий возникновения «смайликов» авторство их создания приписывают известному русскому писателю-эмигранту Владимиру Набокову. Согласно историческим данным, в 1969 году писатель в интервью газете «The New York Times» признался, что «надо придумать какой-нибудь типографический знак, обозначающий улыбку, – какую-нибудь закорючку или упавшую навзничь скобку»²⁰.

¹⁹ Е.Т. Кененбаев, *Изменение взаимодействия невербальных и вербальных средств коммуникации в социальной сети интернета*, «Ўзбекистонда хорижий тиллар» 2020, № 2 (31), с. 80–90.

²⁰ Е.С. Смагина, *Невербальные способы ответственности в интернет-коммуникации*, «Метеор-Сити. Наука развития» 2017, № 2, с. 59.

Американский информатик Скотт Фалман вошел в историю Интернета как создатель смайлика. 19 сентября 1982 года он отправил короткое сообщение на онлайн-доску объявлений внутренней сети университета с предложением использовать двоеточие, минус и закрывающуюся скобку :-) как маркеры шуток, при этом смотреть на них необходимо сбоку, и, наоборот, открывающуюся скобку :-(для текста, не имеющего такого смысла²¹.

Смайлик представляет собой 1) изображение лица или 2) совокупность знаков клавиатуры, воспроизводящих лицо, и используется для демонстрации эмоции. Эмотикон является научным обозначением смайлика.

Эмодзи – картинки, иллюстрирующие любой предмет, идею, состояние, в том числе и эмоции. Под эмодзи (от японского э – «картинка», модзи – «знак») следует понимать пиктограмму с небольшим изображением лица, животного, символа и любого иного объекта, которую можно использовать вместо текста или рядом с ним. Считается, что вхождению этого понятия в цифровой обиход мы обязаны японскому программисту Сигетаке Курите, который в 1999 году создал для мобильной связи 176 маленьких картинок с изображениями людей, мест, погоды, предметов и др.²².

Ученые рассматривают эмодзи как средство доступа к психологическому состоянию интернет-коммуникантов. Так, на материале 19179 реплик 299 пользователей социальной сети *ВКонтакте* К. Белоусов и И. Обухова отмечают 15 эмоциональных категорий эмотиконов и эмодзи, среди которых наиболее частотными являются следующие: 1) эмоции радости доминируют, 2) чувства любви выражают в 5 раз меньше, 3) эмоции печали испытывают интернет-пользователи в 39 раз реже, чем эмоции радости, 4) 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, 5) сарказм и ирония встречаются в 112 раз меньше. Еще реже представлены 6) удивление, 7) одобрение, 8) благодарность, 9) безразличие. Менее 10 примеров отводится в порядке убывания: 10) недоумению, 11) страху, 12) вине, 13) смущению, 14) задумчивости, 15) злости²³.

²¹ У.И. Турко, *Смайлик, эмотикон и эмодзи как невербальные средства общения в интернет-коммуникации*, «Филологические науки. Вопросы теории и практики» 2024, т. 17, вып. 9, с. 3007.

²² Е.А. Кольцова, Ф.И. Карташкова, *Мультимодальный характер цифровой коммуникации: функционирование эмодзи в межличностном общении*, «Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика» 2022, т. 13, № 3, с. 776.

²³ К.И. Белоусов, И.А. Обухова, *Влияние пола и самооценки пользователей социальной сети на использование эмотиконов и эмодзи в процессе речевой коммуникации*, «Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология» 2019, т. 11, вып. 3, с. 9.

И. Космарская называет систему смайликов и эмодзи параязыком, обеспечивающим «трансформацию письменной интернет-речи в устную»²⁴. В. Егорова²⁵ считает, что люди оперируют эмодзи, комбинируя их с текстом или иллюстрациями, но эмодзи нельзя считать полноценной лингвистической системой.

Ежедневно в мире отправляется более 10 миллиардов эмодзи. Визуальный язык стал настолько повсеместным, что около 92% всех интернет-пользователей регулярно используют их в общении. В верхние строчки рейтингов по популярности в соцсетях стабильно входят «Громко плачущее лицо» (😭), «Лицо со слезами радости» (😄), «Красное сердце» (❤️), «Огонь» (🔥), «Блестки» (💎) и «Сложенные руки» (🙏). Наименее используемыми остаются специфические символы, такие как «Ввод латинских букв» (📄) и «Непитьевая вода» (🚫)²⁶.

В 2026 году ожидается появление новых наборов эмодзи благодаря которым общее количество стандартизированных символов Unicode может приблизиться к 4000. В начале года внедряются 164 эмодзи (Unicode 17.0), а в сентябре планируется утверждение еще девяти («лицо с прищуром», «большой палец вправо/влево», «желтая бабочка», «огурец», «маяк», «метеорит», «ластик», «сачок»)²⁷.

Использование невербальных средств коммуникации в социальных сетях

Рассмотрим примеры, иллюстрирующие использование невербальных средств общения в популярных социальных сетях.

1. Кинесика. Как и в обычном общении, в цифровой коммуникации довольно широко представлена, репрезентируется символически и включает следующие компоненты:

- **Мимика.** В цифровом тексте смайлики, эмодзи и стикеры выполняют функцию мимики, позволяя подчеркнуть модальность высказывания (например, отличить юмор от серьезного утверждения).

²⁴ И.В. Космарская, *Формирование строевых элементов письменной интернет-речи (на материале смайлика и эмодзи)*, «Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки» 2021, № 3 (845), с. 110.

²⁵ В.И. Егорова, *Гендерные особенности употребления эмодзи в интернет-среде*, «Russian Linguistic Bulletin» 2023, № 11 (47), с. 1–5.

²⁶ Unicode Consortium (2026), Unicode Home Page, <https://home.unicode.org/> [дата обращения: 25.03.2026].

²⁷ К. Broni, *Draft Emoji List for 2026-27*, “Emojipedia” 2026, <https://blog.emojipedia.org/draft-emoji-list-for-2026-2027/> [дата обращения: 25.02.2026].

Исследования²⁸ показывают, что мозг воспринимает эмодзи в социальных сетях аналогично реальным человеческим лицам, активируя те же нейронные механизмы:

Я так рад 😊 !

Я очень рада за вас 😊.

Я рад, что все так получилось 😊.

В данных трех предложениях эмодзи меняют смысл предложения, хотя семантически фразы подобны.

- **Жестикуляция.** В социальных сетях передается через эмодзи, стикеры и GIF-анимации:

Помогите, пожалуйста 🙏 !

И что лучше выбрать 🤔?

Устала с этим бороться 🧑 🚺...

- **Пантомимика.** Пользователи могут использовать эмодзи, GIF-анимацию для иллюстрации эмоционального состояния или психологической установки:

Скоро каникулы 🎉 !

Я справился (Анимация танцующего человека)!

Как же это ужасно (Анимация льющихся слез)!

2. Паралингвистика и экстралингвистика. В социальных медиа также присутствуют возможности проиллюстрировать систему вокализации, дополняющую вербальное сообщение.

- **Паралингвистика.** Использование только заглавных букв обычно интерпретируется как выражение повышенной эмоциональности или крика. Редупликация знаков препинания (???, !!!) или букв передает эмоциональный акцент и длительность звука. Выделение жирным шрифтом указывает на важность информации. Выбор слов, сленг, скорость набора, смайлики и пунктуация позволяют отобразить интонацию: **СКОЛЬКО МОЖНО ПИСАТЬ ОДНО И ТО ЖЕ! ЖЭЭЭСТЬ!**

Соглааааасен!!!

- **Экстралингвистика.** Использование многоточия часто заменяет значимые паузы, передавая неуверенность, сомнения или подтекст. Темп речи передается через скорость набора и отправки сообщений: быстрые ответы демонстрируют заинтересованность собеседника, долгие – неуверенность, отсутствие желания коммуницировать, размышления. Короткие сообщения, как правило, указывают на спешку. Смех, плач, вздохи могут передаваться с помощью эмодзи и GIF-анимации: *Он ушел ... вечером.*

²⁸ O. Churches, M. Nicholls, M. Thiel, H. Keage, M. Kohler, *Emoticons in mind: An event-related potential study*, "Social Neuroscience" 2014, no. 9 (2), p. 196–202.

Я купила билеты 🎫! Придется весь вечер смотреть футбол 🏈! На 8 марта пойдем вместе на оперу 🎭!

3. Проксемика. Настройки приватности и фильтры доступа определяют границы цифрового личного пространства, устанавливая дистанцию между «близкими друзьями» и остальной аудиторией. Выбор мессенджера (личные чаты, групповые чаты, форумы) указывает на разные уровни близости собеседников. Время отправки сообщения (ночью, в рабочее время, в выходные дни и т.д.) также относится к невербальным средствам коммуникации. Эмодзи также помогают показать дистанцию между собеседниками, время суток:

Хорошо, что ты рядом 🧑❤️🧑!

Дедуля, спасибо за помощь 🧑🧑!

Уже поздно это обсуждать 🌙, поговорим об этом утром 🌞.

4. Окулесика. Использование эмодзи, репрезентирующих направление взгляда или выражение глаз в момент коммуникации, является распространенной практикой общения в цифровом мире:

Я уже ничего не понимаю 😞.

Фильм просто прекрасен 😊!

Вот это платье 😍!

А может отказаться 😐?

Вот это новость 😬...

Что-нибудь придумаю 😏!

5. Такесика. Хотя физические прикосновения, конечно же, невозможны в цифровой среде, в социальных медиа существуют их символические эквиваленты: лайки и реакции, выступающие как форма «социального поглаживания». Могут использоваться также графические эмодзи и GIF-анимации, иллюстрирующие рукопожатие, похлопывание по плечу и др.:

Значит, мы договорились 🤝.

Пойдем вместе 👯.

Таким образом, в условиях отсутствия физического контакта («социального присутствия») пользователи социальных медиа выработали систему цифровых субституттов, которые выполняют функции невербальных средств коммуникации.

Заключение

Коммуницируя в социальных медиа, собеседники не могут увидеть мимику, жесты, услышать интонацию собеседника. Однако поскольку невербальные компоненты общения крайне важны, возникает необходимость передать «какой-либо сигнал, свидетельствующий о хорошем отношении к собеседнику,

что будет способствовать успеху коммуникации»²⁹. В качестве таких сигналов выступают эмодзи, смайлики, GIF-анимации, а также оформление сообщения, скорость ответа, время ответа, использование CAPS LOCK, выбор платформы, формат общения. Это формирует своеобразный «язык медиа», в котором по-прежнему важны и актуальны невербальные средства общения.

Невербальные цифровые средства помогают выразить эмоции и отношение к прочитанному, уточнить окраску сообщения, снизить напряжение, подчеркнуть шутку или важность сообщения, и, конечно же, сделать общение более «живым».

Невербальные средства коммуникации в социальных медиа перестали быть лишь «украшением» текста. Они выполняют важные функции: уточняют модальность высказывания, отображают мимику и жесты (*кинесика*), регулируют психологическую дистанцию (*проксемика*), заменяют тактильный контакт (*такесика*), отображают контакт глаз (*окулесика*) и передают интонационные акценты (*паралингвистика*).

Сетевая невербалика прошла путь от простейших текстовых сокращений и пунктуационных смайликов к сложным графическим системам (эмодзи, смайлики, GIF-анимация), которые сегодня воспринимаются человеческим мозгом аналогично реальным мимическим реакциям. Ожидаемое расширение стандарта *Unicode* подтверждает запрос общества на дальнейшую детализацию визуального языка.

Таким образом, коммуникация в сети представляет собой адаптацию вербальных средств и создание новых символов для передачи всего спектра человеческого общения. При этом развитие «цифровой грамотности», знаний и умений «считывать» контекст и цифровые средства невербальной коммуникации, становится актуальной задачей при общении в социальных медиа.

Литература

- Белюсов 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, т. 11, вып. 3, с. 5–18, <https://doi.org/10.17072/2073-6681-2019-3-5-18>.
- Егорова В.И., *Гендерные особенности употребления эмодзи в интернет-среде*, «Russian Linguistic Bulletin» 2023, № 11 (47), с. 1–5, <https://doi.org/10.18454/RULB.2023.47.3>.
- Кененбаев Е.Т., *Изменение взаимодействия невербальных и вербальных средств коммуникации в социальной сети интернета*, «Ўзбекистонда хорижий тил-лар» 2020, № 2 (31), с. 80–90, <https://doi.org/10.36078/1588575386>.

²⁹ Е.С. Пигина, *Смайлик как элемент эмоционального воздействия в организации общения в сети Интернет*, «Филологические науки. Вопросы теории и практики» 2013, № 11 (29): в 2-х ч., ч. II, с. 145.

- Кольцова Е.А., Карташкова Ф.И., *Мультимодальный характер цифровой коммуникации: функционирование эмодзи в межличностном общении*, «Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика» 2022, т. 13, № 3, с. 769–783.
- Космарская И.В., *Формирование строевых элементов письменной интернет-речи (на материале смайлика и эмодзи)*, «Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки» 2021, № 3 (845), с. 110–121, https://doi.org/10.52070/2542-2197_2021_3_845_110.
- Крейдлин Г.Е., *Невербальная семиотика: Язык тела и естественный язык*, Изд-во «Новое литературное обозрение», Москва 2002, 581 с.
- Лабунская В.А., *Не язык тела, а язык души! Психология невербального выражения личности*, Феникс, Ростов-на-Дону 2009, 342 с.
- Морозов В.П., *Невербальная коммуникация: экспериментально-психологические исследования*, 2-е изд., Институт психологии РАН, Москва 2019, 528 с.
- Пигина Е.С., *Смайлик как элемент эмоционального воздействия в организации общения в сети Интернет*, «Филологические науки. Вопросы теории и практики» 2013, № 11 (29): в 2-х ч., ч. II, с. 144–146, <https://www.gramota.net/article/phil20131838/fulltext> [дата обращения: 12.04.2026].
- Пиз А., Пиз Б., *Новый язык телодвижений. Расширенная версия*, перевод с английского Н. Романовой, ИздЭксмо, Москва 2006, 416 с.
- Смагина Е.С., *Невербальные способы воздеятвенности в интернет-коммуникации*, «Метеор-Сити. Наука развития» 2017, № 2, с. 58–62, <https://cyberleninka.ru/article/n/neverbalnye-sposoby-vozdeystvennosti-v-internet-kommunikatsii> [дата обращения: 13.04.2026].
- Стернин И.А., *Основы речевого воздействия. Учебное издание*, Истоки, Воронеж 2012, 178 с.
- Турко У.И., *Смайлик, эмотикон и эмодзи как невербальные средства общения в интернет-коммуникации*, «Филологические науки. Вопросы теории и практики» 2024, т. 17, вып. 9, с. 3005–3011, <https://doi.org/10.30853/phil20240427>.
- Birdwhistell R.L., *Kinesics and Context: Essays on Body Motion Communication*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia 1970, 338 p.
- Breton P., *L'homme communicant, une nouvelle utopie?*, «Sciences Humaines» 1992, no. 18, pp. 34–37.
- Broni K., *Draft Emoji List for 2026-27*, «Emojipedia» 2026, <https://blog.emojipedia.org/draft-emoji-list-for-2026-2027/> [дата обращения: 23.02.2026].
- Churches O., Nicholls M., Thiel M., Keage H., Kohler M., *Emoticons in mind: An event-related potential study*, “Social Neuroscience” 2014, no. 9 (2), pp. 196–202, <https://doi.org/10.1080/17470919.2013.873737>.
- Dhawan E., *Digital Body Language: How to Build Trust and Connection, No Matter the Distance*, St. Martin's Press, New York 2021, 288 p.
- Gazzaniga M.S., Heatherton T.F., Halpern D.F., *Psychological Science*, 5th ed, W.W. Norton & Company, New York 2015, 864 p.
- Heslin R., *Steps toward a taxonomy of touching*, Paper presented at the meeting of the Midwestern Psychological Association, May, Chicago 1974, <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED103690.pdf> [дата обращения: 14.04.2026].

- Matsumoto D., Hwang H.C., Frank M.G., *Nonverbal Communication: Science and Applications*, SAGE Publications, Thousand Oaks 2022, 336 p.
- Mehl M.R., Vazire S., Ramírez-Esparza N., Slatcher R.B., Pennebaker J.W., *Are Women Really More Talkative Than Men?*, "Science" 2007, vol. 317, no. 5834, p. 82, <https://doi.org/10.1126/science.1139940>.
- Mehrabian A., *Nonverbal Communication*, Routledge, New York 2017, 238 p., <https://doi.org/10.4324/9781351308724>.
- Mehrabian A., *Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes*, Wadsworth, Belmont 1971, 152 p.
- Mehrabian A., *Silent Messages: Implicit Communication of Emotions and Attitudes*, Wadsworth, Belmont 1981, 196 p.
- The SAGE Handbook of Nonverbal Communication*, eds. V. Manusov, M. Patterson, 2nd ed., SAGE Publications, Thousand Oaks 2023, 616 p.
- Unicode Consortium (2026), Unicode Home Page, <https://home.unicode.org/> [дата обращения: 25.03.2026].

Резюме

Статья посвящена исследованию невербальных средств коммуникации в условиях цифровизации современного коммуникативного пространства (на материале Рунета). Приводится краткий теоретический обзор трансформации научных исследований от классических теорий невербалики (А. Мехрабиан, А. Пиз) к современным концепциям «цифрового языка тела». В работе описывается классификация цифровых субститутов традиционных невербальных средств общения, использующихся в социальных сетях (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook). Традиционные невербальные компоненты коммуникации не исчезают, а адаптируются к интерфейсам платформ, превращаясь в разветвленную систему графических знаков.

Ключевые слова: социальные медиа, невербальные средства коммуникации, эмодзи, смайлики, Рунет

Nonverbal Means of Communication in Social Media (based on material from the Russian Internet)

Abstract

The article is devoted to the study of nonverbal means of communication in the context of the digitalization of contemporary communicative space (based on material from the Russian Internet). It provides a brief theoretical overview of the transformation of scholarly research from classical theories of nonverbal communication (A. Mehrabian, A. Pease) to contemporary concepts of "digital body language." The paper presents a classification of digital substitutes for traditional nonverbal means of communication used in social media platforms (VKontakte, Odnoklassniki, Facebook). Traditional nonverbal components of communication do not disappear; rather, they adapt to platform interfaces, transforming into an elaborate system of graphic signs.

Keywords: social media, nonverbal means of communication, emoji, emoticons, the Russian Internet