

УДК 81-26

DOI: 10.34670/AR.2026.13.88.001

Паралингвистические особенности виртуальной коммуникации

Егорова Виктория Игоревна

Кандидат филологический наук, доцент,
Юго-Западный государственный университет,
305040, Российская Федерация, Курск, 50 лет Октября ул., 94;
e-mail: tinkivinki78@yandex.ru

Аннотация

Статья посвящена анализу паралингвистических средств, используемых в виртуальной коммуникации для компенсации дефицита невербальных каналов. Рассматриваются теоретические подходы к изучению данного феномена, классификация паралингвистических маркеров (повторяющиеся знаки препинания, эдиты, параграфемные средства), их функции в процессе цифрового взаимодействия. Особое внимание уделяется экспериментальным данным, демонстрирующим влияние паралингвистических средств на формирование впечатления о коммуниканте и поведенческие интенции реципиента. Делается вывод о двойственной природе паралингвистических маркеров: с одной стороны, они выполняют компенсаторную и эмоционально-экспрессивную функции, с другой — могут приводить к снижению оценки компетентности коммуниканта и коммуникативным неудачам.

Для цитирования в научных исследованиях

Егорова В.И. Паралингвистические особенности виртуальной коммуникации // Культура и цивилизация. 2026. Том 16. № 3А. С. 5-13. DOI: 10.34670/AR.2026.13.88.001

Ключевые слова

Паралингвистика, виртуальная коммуникация, компьютерно-опосредованная коммуникация, эдиты, параграфемика, межкультурная коммуникация, невербальная коммуникация.

Введение

Стремительная цифровизация всех сфер жизни привела к кардинальной трансформации коммуникативных практик современного общества. Компьютерно-опосредованная коммуникация становится доминирующим способом взаимодействия, что актуализирует проблему эффективности передачи информации в условиях редукции традиционных невербальных каналов.

В классической психолингвистике паралингвистика определяется как раздел языкознания, изучающий невербальные компоненты речи, сопровождающие вербальное сообщение и влияющие на его смысл: громкость, темп, тембр, паузы, смех, вздохи и т.д. В условиях виртуальной коммуникации эти сигналы элиминируются, что создает «эмоциональный вакуум» и повышает риски недопонимания между участниками взаимодействия.

Естественным ответом на этот коммуникативный вызов стало возникновение и широкое распространение новых паралингвистических средств, адаптированных к цифровой среде. К их числу относятся повторяющиеся знаки препинания («!!!», «???»), эдиты, включающие в себя эмодзи (графические представления эмоций с помощью знаков препинания, например, :-)) и эмодзи (стандартизированные графические пиктограммы), а также иные параграфемные средства (капслок, искусственное нарушение орфографии, акронимы и др.) [Егорова, 2024].

Целью данной работы является комплексный анализ паралингвистических особенностей виртуальной коммуникации с позиций современной психолингвистики, включая их классификацию, функциональную нагрузку, а также оценку влияния на процессы восприятия, интерпретации и формирования впечатления о коммуниканте.

Теоретические основания изучения паралингвистических средств

В структуре невербальной коммуникации традиционно выделяют несколько форм: кинесику (жесты, мимика, пантомимика), проксемику (пространственная организация общения), визуальное общение (контакт глаз) и паралингвистику. Паралингвистика в узком смысле охватывает акустические и звуковые средства (интонация, громкость, тембр, тон, ритм, речевые паузы), а экстралингвистика — несвязанные с речью вокализации (смех, плач, кашель, вздохи).

В виртуальной коммуникации указанные средства теряют свою актуальность, что порождает необходимость поиска функциональных аналогов. Как отмечает Е.И. Литневская, важнейшей особенностью интернет-коммуникации является конкуренция норм русской письменной и устной речи, что активизирует поиск средств языковой компенсации при отсутствии визуального контакта между собеседниками [Литневская, Бакланова, 2005].

Одним из центральных понятий в изучении паралингвистических особенностей виртуальной коммуникации является параграфемика. Под параграфемными средствами понимаются неалфавитные письменные знаки, включая знаки препинания, шрифтовые выделения, графические символы и др. Как отмечает Е.С. Пигина, параграфемы (в частности, смайлики) обладают способностью самостоятельно передавать эмоцию, часто комбинируются с вербальным высказыванием и выступают в роли дублеров и усилителей соответствующих вербальных конструкций [Пигина, 2013]. В электронном общении параграфемика дифференцируется на несколько полей письменных и кинетических механизмов интернет-дискурса, которые способствуют увеличению количества каналов восприятия, дополняют

семантическое значение высказывания и вносят в него экспрессивные оттенки [Гришкова, 2010; Егорова, 2011].

Теоретической рамкой для понимания роли паралингвистических средств в виртуальной коммуникации выступает социально-информационная теория (Social Information Processing Theory), предложенная Дж. Уолтером [Walther, 2004]. Согласно этой теории, паралингвистические сигналы используются в качестве заместителей невербальных средств для преодоления ограничений компьютерно-опосредованной коммуникации, связанных с дефицитом социального присутствия.

Исследователи подчеркивают, что паралингвистические средства обогащают выразительность текста, снимают неоднозначность, передают аффективные состояния и чувство непосредственности, а также подчеркивают значимость высказываемых утверждений. В этом контексте они выступают как важный компенсаторный механизм, восполняющий утерю невербального канала и делающий цифровую коммуникацию более релевантной и эффективной [Егорова, 2013].

На основе анализа теоретических источников можно выделить несколько основных групп паралингвистических средств, используемых в виртуальной коммуникации (рисунок 1).



Рисунок 1 – Паралингвистические средства виртуальной коммуникации

Одной из наиболее распространенных форм паралингвистических маркеров являются повторяющиеся знаки препинания — многократное использование восклицательных и вопросительных знаков («!!!», «???»), «?!», «!!!!» и др.). Данные средства выполняют функцию эмоционально-смыслового усиления высказывания, сигнализируя о важности, срочности или аффективном состоянии отправителя. Например, в исследовании Ю. Сиди и соавторов показано, что авторы сообщений используют повторяющиеся знаки препинания для передачи ситуативных сигналов — подчеркивания важности или безотлагательности сообщения, а также выражения эмоций, не намереваясь сообщать информацию о своих личностных чертах [Sidi, Glikson, Cheshin, 2021].

Наиболее ярким и активно развивающимся классом паралингвистических средств являются эдиты. В своей работе [6], мы уже давали определение этому понятию и пришли к выводу, что эдиты являются дополнительными, но в то же время и обязательными атрибутами интернет-коммуникации и интернет языка. Мы считаем, что существует 3 группы эдитов: визуальные, графические, звуковые. К графическим эдитам относятся эмодзи — графические

комбинации знаков препинания, имитирующие мимические выражения (например, :) , :(, ;) и эмодзи — более сложные стандартизированные графические пиктограммы, включенные в систему Unicode .

Д.Ю. Омарова предлагает классифицировать эмодзи по аналогии с традиционными невербальными средствами:

- аффективные (эмоциональные) — напрямую передают эмоции (😊 — улыбка, 😞 — грусть, 😡 — гнев), являясь цифровым аналогом мимики;
- регулятивные — служат для управления ходом коммуникации (👋 — приветствие/прощание, 👍 — согласие/одобрение), выступая аналогом жестов-регуляторов;
- иллюстративные — дополняют или конкретизируют вербальное сообщение (🍕 — указание на пиццу, ⌚ — напоминание о времени);
- эмблематические — могут заменять целые высказывания (🙄 — «я не знаю», 🙄 — «высказываю сомнение/раздражение») [Омарова, www...].

К последней группе паралингвистических средств виртуальной коммуникации относятся разнообразные неалфавитные способы передачи информации: использование прописных букв (капслок) для имитации повышенной громкости или интенсивности эмоции, искусственное нарушение орфографии для передачи диалектных особенностей или эмоционального состояния, а также акронимы (например, *СПС - спасибо, ХЗ – не знаю, ПС – P.s.*), выполняющие функцию сжатия информации и демонстрации принадлежности к определенному дискурсивному сообществу.

Все паралингвистические средства в процессе виртуального взаимодействия выполняют те или иные функции (рисунок 2):



Рисунок 2 – Ключевые функции паралингвистических средств виртуальной коммуникации

Основной функцией паралингвистических маркеров является компенсация дефицита невербальных сигналов, присущего текстовым форматам коммуникации. Как отмечается в исследовании Ю. Сиди и соавторов, паралингвистические сигналы используются для

преодоления разрыва между намерениями автора и интерпретациями читателя. Они выступают виртуальными заместителями просодических характеристик устной речи (интонации, тембра, громкости) и кинесических сигналов (мимики, жестов) [Sidi, Glikson, Cheshin, 2021].

Паралингвистические средства являются эффективным инструментом передачи эмоционального состояния коммуниканта. Вербальная речь передает преимущественно содержательно-фактуальные интенции, в то время как невербальные средства помогают демонстрировать эмоционально-оценочное значение высказывания. Эдиты позволяют выразить широкий спектр эмоций — от радости и удивления до грусти и гнева, обогащая эмоциональную палитру цифрового общения [Егорова, 2020].

Одной из важнейших функций паралингвистических средств является снятие неоднозначности текстового сообщения. Ирония, сарказм или шутка в текстовой форме без интонационного оформления легко могут быть поняты буквально. Эмотиконы (😊, 😊) сигнализируют о несерьезности намерения, предотвращая недопонимание. В этом смысле они выполняют роль метакоммуникативных маркеров, регулирующих интерпретацию сообщения.

Эдиты помогают установить и поддержать контакт, демонстрируя доброжелательность и вовлеченность. Это особенно важно на начальных этапах взаимодействия, когда уровень неопределенности высок. Регулярное использование позитивно окрашенных эдитов способствует формированию положительного впечатления о коммуниканте и созданию атмосферы доверия.

Экспериментальное исследование

Нами было проведено экспериментальное исследование влияния паралингвистических средств на восприятие сообщения и формирование впечатления о коммуниканте. В рамках пилотного исследования и двух экспериментов мы изучали, как использование повторяющихся знаков препинания в студенческих электронных письмах влияет на поведенческие интенции реципиента.

Пилотное исследование было направлено на выяснение интенций отправителей, использующих повторяющиеся знаки препинания. Участники ($n=63$) оценивали причины использования множественных вопросительных знаков. Результаты показали, что аффективные и контекстуальные причины (например, «подчеркивание срочности вопроса») получили значительно более высокие оценки ($M=4,32$ и $M=4,63$ соответственно), чем причины, связанные с личностными особенностями отправителя ($M=3,58$). Это подтверждает теоретическое предположение о том, что паралингвистические средства воспринимаются как способ передачи ситуативной информации, а не информации о характере пишущего.

В первом эксперименте изучалось влияние повторяющихся вопросительных знаков на восприятие компетентности, теплоты и важности сообщения, а также на готовность помочь отправителю. Участники ($n=140$) читали электронное письмо, содержащее вопросы в двух вариантах: с одним вопросительным знаком («?») и с тремя («???»).

Результаты показали, что использование повторяющихся знаков препинания значимо снижало восприятие компетентности отправителя ($\beta = -0,36$, $p < 0,01$) и, через это, снижало положительные поведенческие намерения реципиента. При этом влияние на восприятие важности сообщения (ситуативная атрибуция) оказалось статистически незначимым. Интересно, что гендерные эффекты не были обнаружены: использование повторяющихся знаков препинания негативно влияло на восприятие вне зависимости от пола отправителя.

Во втором эксперименте исследовались другие типы повторяющихся знаков препинания («!!», «?!») на более экологически валидных стимулах — реальных студенческих письмах. Участники ($n=108$) оценивали три независимых письма в двух условиях: с повторяющимися знаками препинания и без них. Результаты подтвердили основные выводы: использование повторяющихся знаков препинания снижало восприятие компетентности отправителя ($\beta = -0,36$, $p < 0,01$) и увеличивало восприятие его негативного аффективного состояния ($\beta = 0,35$, $p < 0,01$). При этом готовность оказать помощь отправителю снижалась за счет снижения оценки его компетентности.

Проведенное исследование позволило нам сформулировать следующие важные выводы:

- Парадокс паралингвистических средств: несмотря на то, что отправители используют повторяющиеся знаки препинания для передачи ситуативной информации (важности, срочности, эмоционального состояния), реципиенты интерпретируют их прежде всего как сигналы о личностных качествах отправителя — в частности, о его компетентности.
- Эффект фундаментальной ошибки атрибуции: результаты согласуются с теорией фундаментальной ошибки атрибуции, согласно которой люди склонны переоценивать диспозиционные (личностные) факторы и недооценивать ситуационные при объяснении поведения других.
- Негативные последствия: использование повторяющихся знаков препинания в студенческой переписке может приводить к негативным последствиям для отправителя — снижению оценки его компетентности и, как следствие, снижению готовности реципиента оказывать ему содействие.
- Отсутствие гендерных различий: вопреки ожиданиям, эффект не зависел от гендерной принадлежности отправителя, что свидетельствует об универсальности обнаруженной закономерности.

С психолингвистической точки зрения, восприятие паралингвистических средств предполагает активацию как лингвистических, так и экстралингвистических механизмов обработки информации. Как отмечается в исследованиях по специфическим языковым нарушениям, коммуникативная значимость настолько важна, что при дефектах вербальной сети эти нарушения могут быть частично компенсированы за счет паралингвистических ресурсов.

Интерес к осмыслению и локализации переносных значений, метафор, аффективных ситуаций, влияющих на интерпретацию языкового материала, указывает на зависимость активации определенных мозговых структур не только от стимула как такового, но от довольно широкого контекста. В случае паралингвистических маркеров эта зависимость особенно выражена, поскольку их интерпретация требует интеграции вербальной и невербальной информации, что предполагает взаимодействие различных когнитивных систем.

Наше исследование показало, что эффект использования повторяющихся знаков препинания зависит от ясности сообщения. При высокой ясности сообщения (когда смысл легко интерпретируется) эффект снижения восприятия компетентности проявлялся слабее. Это свидетельствует о том, что интерпретация паралингвистических средств является контекстно-зависимым процессом, в котором реципиенты учитывают как формальные характеристики сообщения, так и его содержательные особенности.

Проведенный анализ позволяет утверждать, что паралингвистические средства в виртуальной коммуникации обладают двойственной природой. С одной стороны, они выполняют важные компенсаторные, эмоционально-экспрессивные и дисамбигуирующие

функции, обогащая цифровое взаимодействие и делая его более человечным. С другой стороны, их использование может приводить к нежелательным последствиям, особенно в формальных контекстах, таких как деловая переписка.

Заключение

Паралингвистические средства виртуальной коммуникации представляют собой сложный и динамично развивающийся феномен, требующий междисциплинарного изучения на стыке психолингвистики, социолингвистики, психологии общения и культурной антропологии.

Теоретический анализ и экспериментальные данные позволяют сделать следующие выводы:

- В условиях компьютерно-опосредованной коммуникации паралингвистические средства выполняют компенсаторную функцию, замещая отсутствующие невербальные сигналы и обогащая эмоционально-экспрессивную составляющую взаимодействия.
- Основными типами паралингвистических маркеров являются повторяющиеся знаки препинания, эдиты и иные параграфемные средства, каждый из которых выполняет специфические функции — аффективные, регулятивные, иллюстративные, эмблематические.
- Экспериментальные исследования демонстрируют, что использование повторяющихся знаков препинания может приводить к снижению восприятия компетентности отправителя и, как следствие, к снижению положительных поведенческих намерений реципиента.

Перспективными направлениями дальнейших исследований являются изучение нейрокогнитивных механизмов обработки паралингвистических маркеров, анализ их роли в формировании впечатления в различных коммуникативных контекстах, а также разработка рекомендаций по эффективному использованию данных средств в образовательной и межкультурной коммуникации.

Библиография

1. Гришкова, В. И. Всемирная паутина и языки мира / В. И. Гришкова // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2010. – № 1(7). – С. 23-27. – EDN NBQJFV.
2. Егорова, В.И. Гендерные различия использования графических эдитов в Telegram / В. И. Егорова // Культура и цивилизация. – 2024. – Т. 14, № 7-1. – С. 19-28.
3. Егорова, В.И. Факторы проявления карнавальности в виртуальной реальности / В. И. Егорова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2011. – № 1-2. – С. 32-35.
4. Егорова, В.И. Эдиты виртуального общения // Современные исследования в гуманитарных и естественнонаучных отраслях. М., 2020. С.73-79.
5. Егорова, В.И. Эмотивная лексика в лингвистике // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2013. № 2. С. 44-49.
6. Литневская, Е.И., Бакланова, А.П. Психолингвистические особенности Интернета и некоторые языковые особенности чата как исконного сетевого жанра // Вестник Московского университета. Сер. 9, Филология. 2005. № 6. С. 46–61.
7. Омарова Д.Ю. Эмотиконы как новый паралингвистический код в межкультурной интернет-коммуникации. Режим доступа: <https://www.teacherjournal.ru/categories/20/articles/13316>
8. Пигина, Е.С. Смайлик как элемент эмоционального воздействия в организации общения в сети Интернет // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 8 (26). Ч. 1. С. 149–152.
9. Sidi Y., Glikson E., Cheshin A. Do You Get What I Mean?!? The Undesirable Outcomes of (Ab)Using Paralinguistic Cues in Computer-Mediated Communication // *Frontiers in Psychology*. 2021. Vol. 12. Article 658844.
10. Walther, Joseph B. Language and Communication Technology // *Journal of Language and Social Psychology*. 23 (4): 384–396.

Paralinguistic Features of Virtual Communication

Viktoriya I. Egorova

PhD in Philology,
Associate Professor,
Southwest State University,
305040, 94, 50 let Oktyabrya str., Kursk, Russian Federation;
e-mail: tinkivinki78@yandex.ru

Abstract

The article is devoted to the analysis of paralinguistic means used in virtual communication to compensate for the deficit of non-verbal channels. Theoretical approaches to the study of this phenomenon are examined, along with a classification of paralinguistic markers (repeated punctuation marks, edits, paragraphemic means) and their functions in the process of digital interaction. Particular attention is paid to experimental data demonstrating the influence of paralinguistic means on the formation of impressions about the communicant and the recipient's behavioral intentions. A conclusion is drawn about the dual nature of paralinguistic markers: on the one hand, they perform compensatory and emotional-expressive functions; on the other hand, they can lead to a decrease in the assessment of the communicant's competence and to communication failures.

For citation

Egorova V.I. (2026) Paralingvisticheckiye osobennosti virtual'noy kommunikatsii [Paralinguistic Features of Virtual Communication]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 16 (3A), pp. 5-13. DOI: 10.34670/AR.2026.13.88.001

Keywords

Paralinguistics, virtual communication, computer-mediated communication, edits, paragraphemics, intercultural communication, non-verbal communication.

References

1. Grishkova V.I. (2010). Vsemirnaya pautina i yazyki mira [World Wide Web and Languages of the World]. *Teoriya yazyka i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*, 1(7), 23-27. EDN NBQIFV.
2. Egorova V.I. (2024). Gendernyye razlichiya ispol'zovaniya graficheskikh editov v Telegram [Gender Differences in the Use of Graphic Edits in Telegram]. *Kul'tura i tsivilizatsiya*, 14(7-1), 19-28.
3. Egorova V.I. (2011). Faktory proyavleniya karnaval'nosti v virtual'noy real'nosti [Factors of Carnavalesque Manifestation in Virtual Reality]. *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta*, 1-2, 32-35.
4. Egorova V.I. (2020). Edity virtual'nogo obshcheniya [Edits of Virtual Communication]. In *Sovremennyye issledovaniya v gumanitarnykh i yestestvennonauchnykh otraslyakh* (pp. 73-79). Moscow.
5. Egorova V.I. (2013). Emotivnaya leksika v lingvistike [Emotive Lexicon in Linguistics]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika i pedagogika*, 2, 44-49.
6. Litnevskaya E.I., Baklanova A.P. (2005). Psikholingvisticheckiye osobennosti Interneta i nekotoryye yazykovyye osobennosti chata kak iskonno go setevogo zhanra [Psycholinguistic Features of the Internet and Some Linguistic Features of Chat as a Native Online Genre]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya*, 6, 46-61.
7. Omarova D.Yu. (n.d.). Emotikony kak novyy paralingvisticheckiy kod v mezhkul'turnoy internet-kommunikatsii [Emoticons as a New Paralinguistic Code in Intercultural Internet Communication]. Available at: <https://www.teacherjournal.ru/categories/20/articles/13316>

-
8. Pigina E.S. (2013). Smaylik kak element emotsional'nogo vozdeystviya v organizatsii obshtcheniya v seti Internet [Smiley as an Element of Emotional Influence in the Organisation of Communication on the Internet]. *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 8(26), Part 1, 149-152.
 9. Sidi Y., Glikson E., Cheshin A. (2021). Do You Get What I Mean?!? The Undesirable Outcomes of (Ab)Using Paralinguistic Cues in Computer-Mediated Communication. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 658844.
 10. Walther J.B. (2004). Language and Communication Technology. *Journal of Language and Social Psychology*, 23(4), 384-396.