

## *Способы выражения положительных эмоций в Интернете*

JADWIGA TARSA\*

Интернет-коммуникации было посвящено уже много работ. Большинство авторов замечает отрицательные черты общения в Сети: троллинг, кибербуллинг, языковую агрессию. Кроме того, авторы исследований обращают внимание на проблемы интернет-пользователей с выражением эмоций. По их мнению, «наблюдается оскудение языка, используемого в письменной речи для выражения эмоций, по всему миру. Смайлы, мемы и видео-нарезка заменяют большинство выражений, используемых для передачи эмоций при переписке. Помимо этого происходит унификация персональных эмоций, которые обретают форму стандартных и общепринятых символов. Все многообразие эмоций претерпевает деградацию за счет выделения нескольких основных, самых ярких смайлов и мемов» (Беляева, Варюхина 2013: 103). Трудно, однако, полностью согласиться с таким мнением, так как, читая комментарии интернет-пользователей под разными статьями или постами в блогах, можно заметить весь спектр эмоций – от восторга до отвращения. И выражены они не только графическими средствами, т.е. смайлами, мемами и демотиваторами.

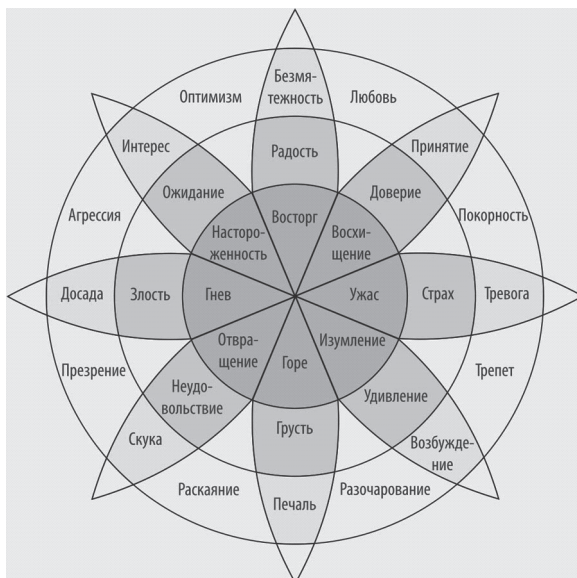
---

\* <https://orcid.org/0000-0002-4381-2637>, Uniwersytet Opolski, [jadwiga.tarsa@uni.opole.pl](mailto:jadwiga.tarsa@uni.opole.pl)

А.О. Мозговая замечает, что «для кодирования и отображения эмоций в качестве эмотивных маркеров интернет-коммуниканты используют всевозможные вербальные и невербальные средства: междометия (включая звукоподражательные) и междометные единицы; инфлективы и акронимы; эмотивные лексико-стилистические средства (эмоционально-усилительные или эмоционально-оценочные существительные, прилагательные, глаголы, наречия и др.); эмотивные метафоры и фразеологизмы; знаки препинания в эмотивной функции (например, восклицательный „!“ и вопросительный „?“ знаки; многоточие „...“ и др.; эмотивные графические средства (эмотиконы, эмодзи и т.д.; эмотивные фото- и видеоизображения (эмотивный видеоряд)» (Мозговая 2017: 126). Ее исследования показали, что наиболее часто в интернет-общении используются два первых маркера, а также всевозможные графические средства и видеоизображения. Настоящая статья будет посвящена способам выражения положительных эмоций в интернет-общении, так как до сих пор этому вопросу посвящено мало работ.

Психологи дают разные классификации эмоций – чаще всего различают эмоции и чувства. Эмоции выражают наше отношение к действительности. Чувства – сугубо человеческие переживания, которые характеризуют отношение к потребностям, удовлетворение которых вызывает положительные или негативные эмоции. «На основании кросс-культурных исследований выражения лица, сопутствующего различным эмоциям, ученые констатировали набор шести базовых эмоций – эти эмоции считаются пан-культурными, по крайней мере с точки зрения мимического выражения (*faciale xpression*). К ним относятся – *anger* (гнев / злость / раздражение), *disgust* (отвращение / неприятие), *fear* (страх / ужас), *happiness* (счастье / радость), *sadness* (грусть / печаль), *surprise* (удивление). Иногда к разряду базовых относят и эмоцию *contempt* (презрение / высокомерие), также имеющую специфическое выражение, узнаваемое в различных культурах» (Клобуков 1988: 112). Кэрролл Изард, американский психолог, автор дифференциальной теории человеческих эмоций выделил десять базовых эмоций – интерес, удовольствие, удивление, отвращение, гнев, презрение, горе, стыд, вину и страх (Изард 1999). Стыд (как и гордость) он считает своего рода высшими эмоциями, т.к. они присущи только человеку. Как видно, в приведенной классификации базовых эмоций преобладают негативные. Если обратиться к более подробной классификации

эмоциональных состояний Роберта Плутчика, то можно убедиться, что и в ней доминируют отрицательные эмоции.



1. Колесо эмоций Роберта Плутчика (источник: <https://www.e-libra.su/read/494007-rechevaya-samooborona.html>)

Казалось бы, если в нашей жизни больше отрицательных эмоций, то и интернет-пользователи главным образом будут такими переживаниями делиться в Сети. Однако результаты анкетирования показали совсем другую картину. Институт общественного мнения провел в 2019 году опрос на тему чувств и эмоций россиян в социальных сетях. По его результатам оказалось, что 94% опрошенных назвали свою новостную ленту скорее позитивной и наполненной положительными новостями. «Если говорить о конкретных эмоциях, которые испытывают россияне после сессии в соцсетях, то большинство из них чувствует заинтересованность (62%), веселье (53%), восхищение (43%) и возмущение (36%). Среди негативных эмоций преобладает раздражение (31%), чувство напрасно потраченного времени (33%), зависти (16%), а также снижение самооценки (12%). В разрезе пола отметим, что женщины чаще испытывают после посещения соцсетей (22% против 11% у мужчин), снижение

самооценки (17% и 7%), вдохновение (47% и 26%) и заинтересованность (73% и 56%)»<sup>1</sup>. Как видно, пользователи соцсетей чаще чувствуют и выражают в основном положительные эмоции. Данные опроса подтверждают слова В.И. Шаховского: «Если [...] сравнить эмотивную лексику, взяв за критерий тип оценочного знака, то во всех языках четко вырисовывается такая картина: эмотивов с отрицательной оценочной семантикой в словарях разных языков в количественном отношении больше, чем с положительной, но употребляются они при общении значительно реже, чем последние. Это позволяет сделать вывод о том, что эмоциональные системы разных народов и культур похожи, т.к. негативность, превалируя в их лексиконе, уступает позитивности в употреблении и синтагматическом комбинировании, что объясняется психологическим стремлением человечества к позитивности» (Шаховский 2009: 16-17). Шаховский замечает тоже, что положительные эмоции выражаются всеми народами более однообразно, чем отрицательные, которые всегда конкретны, отчетливы и многообразны.

Итак, как интернет-пользователи выражают позитивные эмоции? «Эмоции – это психофизиологический феномен, поэтому о возникновении переживания человека можно судить как по самоотчету человека о переживаемом им состоянии, так и по характеру изменения вегетативных показателей (частоте сердечных сокращений, артериальному давлению, частоте дыхания и т.д.) и психомоторики: мимике, пантомимике (позе), двигательным реакциям, голосу» (Ильин 2001: 20). В интернет-коммуникации нет возможности наблюдать за изменениями в мимике, интонации голоса, выражении лица. Эмоции даже трудно передавать в устной коммуникации, в общении лицом к лицу, потому что, как справедливо замечает А. Кемпински: «...Когда приходится давать определение таких понятий, как, например, страх, боязнь, тревога и т.п., то, несмотря на то, что, как правило, можно чувствовать правильность или неправильность употребления термина, дать его точное определение не удается. Впрочем, обычно так бывает всегда, когда речь идет о понятиях, касающихся наиболее личных переживаний. Их можно чувствовать, но трудно определить. Собственный мир, в противоположность миру окружающему, как бы ускользает от попыток классификации и интеллектуальной манипуляции» (Ильин 2001: 31).

---

<sup>1</sup> <https://iom.anketolog.ru/2019/05/23/emotsii-i-socseti>

Самыми распространенными эквивалентами эмоций в интернет-общении являются эмодзи. «Функционально эмодзи очень многогранны. С их помощью представитель виртуального сообщества создает свой образ (то есть демонстрирует эмоции и самого себя) и ближе знакомится с образом виртуального партнера по коммуникации, передает свое эмоциональное состояние в момент коммуникативного акта и воспринимает эмоциональное состояние своего визави, придает своему высказыванию определенную экспрессию. Эмодзи формируют ролевые взаимоотношения, способствуют выявлению статуса партнера, придают сообщению контекстную многозначность, часто связанную с лингвокультурологическим аспектом, смягчают или, наоборот, заостряют вербальную семантику высказывания, помогают коммуникантам в реализации закона экономии речевых средств, позволяющей приблизиться к живому темпу устной разговорной практики» (Трофимова 2011: 260). Смайлики выполняют очень важную функцию в интернет-коммуникации. Благодаря смайликам интернет-пользователи не только экономят время, но и передают экспрессивную окраску и уточняют смысл высказываний, придают своему высказыванию дополнительные оттенки. Иногда без смайлов трудно было бы понять интенцию автора высказывания. Комментарий «Замечательно!» может означать восхищение прочитанным или увиденным, а может быть иронической, насмешливой критикой. Целый ряд смайлов с улыбающимся лицом выражает положительные эмоции, но если после комментария «Замечательно» появится перевернутая легкая улыбка, то он будет означать иронию или сарказм.

Среди смайликов самым популярным является смайлик-улыбка, который похож на восклицательный знак. Но «не на всякий восклицательный знак, а только на тот, который передает восклицательную и радостную интонацию» (Кронгауз 2013: 155). Не менее часто интернет-пользователи используют смайлик «лицо со слезами радости». Смайлики чаще всего появляются в конце высказывания, но когда автора сообщения переполняют очень сильные эмоции, то он размещает эмодзи и после каждого предложения:

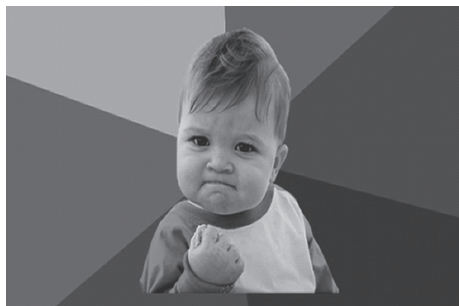
– Класс 😊<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=7FFqcKGgMTA>– здесь и далее орфография и пунктуация оригинала.

- Агнише 🍷🍷🍷 ждём продолжение 👍👍👍 😄<sup>3</sup>.
- ЭТО НЕ ВОЗМОЖНО ДО СЛЁЁЁЁЁЁЭЗ..... 😄😄😄😄😄😄 ОЙ РЕБЯТА! Вы лучшие!<sup>4</sup>
- Господи оруууууу. 🍷»Хоп хей ла ла лей 🍷🍷<sup>5</sup>.

Смайлы-лица наиболее универсальные и понятные всем интернет-пользователям графические эквиваленты эмоций. Они появляются и в текстах блогов, и в комментариях, и в социальных сетях. Гифы, т.е. анимационные картинки тоже способны передавать эмоции, но они чаще всего используются в различных социальных сетях или на форумах. Еще одним графическим способом передачи эмоций являются мемы-картинки. Они появляются в социальных сетях или становятся частью демотиваторов. Примером может послужить мем «успешный ребенок» (*success kid*) (илл. 2). Этом мем символизирует радость победы и успеха.



Илл. 2. Источник: <https://memepedia.ru/success-kid>



Илл. 3. Источник: <https://memepedia.ru/success-kid>

Однако в демотиваторах он может быть использован для передачи не только положительных чувств, но и иронии, стеба, может использоваться как элемент игры. В демотиваторе с Путиным и Медведевым успешный ребенок становится коварным ребенком (илл. 3). Слова Путина: «Будь осторожен с этим пацаном. Не целуй его в животик!» это аллюзия к другому мему – «Путин ест детей», который появился в 2006 году, когда

<sup>3</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=NKXk5aGedGI&ab\\_channel=МаксимГалкин](https://www.youtube.com/watch?v=NKXk5aGedGI&ab_channel=МаксимГалкин)

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=7FFqcKGgMTA>

<sup>5</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=u420L87drhU>

Путин во время прогулки по Кремлю неожиданно поцеловал в живот пятилетнего мальчика.

Демотиваторы тоже способны выражать положительные чувства, но само название этого жанра подсказывает, что чаще всего они лишают мотивации, желания заняться каким-нибудь делом или активностью. Авторы демотиваторов часто используют эффект обманутого ожидания. И хотя графический элемент демотиватора выражает положительные эмоции (радость, восторг, восхищение), то вербальный элемент может нести иронию, демотивацию (илл. 4).



Илл. 4. Источник: <http://rusdemotivator.ru/demotivatory-o-zhizni/page/5/>



Илл. 5. <https://kaifolog.ru/demotivatory/7799-ironichnye-russkie-demotivatory-40-foto.html>

Или, наоборот, вербальный элемент казался бы полон положительных эмоций, но картинка показывает их настоящий смысл (илл. 5).

Как было отмечено раньше, в общении лицом к лицу огромную роль играет интонация, с которой произносятся слова. В интернет-общении фонетические средства устной речи, выражающие эмоциональное состояние человека, передаются с помощью графической системы. О.В. Гох в статье *Средства субъективного выражения в английском и русском интернет-языках: опыт сопоставительного анализа* называет пролонгацию, скандирование, словесное и фразовое ударение как основные способы выражения эмоций (Гох 2011: 79). Словесное ударение, т.е. выделение в слове отдельного слога, служит передаче только негативных эмоций –

иронии, раздражения, презрения, отвращения, поэтому в настоящей статье этому приему не будет уделено внимание.

Под пролонгацией в интернет-языке он понимает «письменно выраженное удлинение звуков с целью эмфатически выделить отдельное слово, фразу или предложение. Явления пролонгации чаще всего отмечаются в восклицательных предложениях» (Гох 2011: 79). Как можно заметить в приведенных ниже примерах, восхищение выражается не только пролонгацией, но и прописными буквами, которые в интернет-общении передают крик, а также повторением восклицательных знаков и эмодзи:

– Эти пакеты просто ЧУУУДООО!!!<sup>6</sup>

– ❤️❤️❤️Идея – просто уносящая за облака!!! Чудо! Чууудооо!! ЧУДО!!! Давно размышляла о чем-то подобном; обязательно использую идейку для своего проекта<sup>7</sup>.

– БОЖЕЕЕСТВЕННО!!!!!! Больше нет слов)<sup>8</sup>.

В устной речи пролонгируются гласные, а в интернет-высказываниях встречаются и удлиненные согласные:

– Крас-с-савчик!)<sup>9</sup>.

– Пицца бомммба!<sup>10</sup>

– СУППППЕР ОТДЫХ, СУППППЕР ОТЕЛЬ!<sup>11</sup>

Скандирование – «четкое произношение в устной речи слогов, в интернет речи имеет графическое выражение – четкое деление слова на слоги различными способами» (Гох 2011: 80). Так как и в случае пролонгации, подчеркивая свою радость или восхищение, интернет-пользователи записывают разделенные на слоги слова прописными буквами:

---

<sup>6</sup> [https://otzovik.com/review\\_21070.html](https://otzovik.com/review_21070.html)

<sup>7</sup> [pinterest.de>anutachizhik/пуюоделе/](https://pinterest.de>anutachizhik/пуюоделе/)

<sup>8</sup> <http://www.cn.ru/terka/post/73337745/>





<sup>9</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=NKXk5aGedGI&ab\\_channel=МаксимГалкин](https://www.youtube.com/watch?v=NKXk5aGedGI&ab_channel=МаксимГалкин)

<sup>10</sup> [https://www.tripadvisor.ru/ShowUserReviews-g34439-d7147341-r665754204-Mister\\_O1\\_Extraordinary\\_Pizza\\_South\\_Beach-Miami\\_Beach\\_Florida.html](https://www.tripadvisor.ru/ShowUserReviews-g34439-d7147341-r665754204-Mister_O1_Extraordinary_Pizza_South_Beach-Miami_Beach_Florida.html)

<sup>11</sup> [https://www.tripadvisor.ru/ShowUserReviews-g297557-d299731-r193348370-The\\_Bayview\\_Taba\\_Heights\\_Resort-Taba\\_Red\\_Sea\\_and\\_Sinai.html](https://www.tripadvisor.ru/ShowUserReviews-g297557-d299731-r193348370-The_Bayview_Taba_Heights_Resort-Taba_Red_Sea_and_Sinai.html)










-    Восторг и восхищение!!! <sup>18</sup>
- Замечательная статья! Спасибо, что поделились!
- Прочла на одном дыхании! Потрясающе!!!
- Потрясающие фотографии!!! Получилась очень полезная и интересная статья, спасибо:)<sup>19</sup>.

В социальных сетях существует возможность выражать состояние души и эмоции при помощи так называемых статусов, т.е. кратких текстов, характеризующих состояние или настроение. Подчеркивая силу эмоций, интернет-пользователи употребляют эмотивную лексику, дублированные знаки препинания, прописные буквы и смайлы:

- Я на седьмом небе от счастья!!! Лестницу не подставляйте!!! Не слезу!!!
- СЧАСТЬЕ – это, когда друзья рядом!!! СПАСИБО, ЧТО ВЫ У МЕНЯ ЕСТЬ) ЛЮ ВАС)
- Крепкий кофе, в наушниках любимая музыка, в душе радость и нежность... как прежде... СЧАСТЛИВА!)<sup>20</sup>
- Позитив из всех щелей прёт!
- Улыбка – это мое лицо... Смех – это мой характер... А Радость – это моя жизнь!!!
- У меня сегодня радость – я кому-то сделал гадость)))<sup>21</sup>.

Так как в Интернете отсутствуют кинетические, просодические и экстралингвистические средства общения, то интернет-пользователи стараются описать словами свою позу, движение и голос в момент испытывания сильных положительных эмоций:

- Рыдаю буквами от счастья видеть гениального Мастера слова...<sup>22</sup>
- Смеюсь и плачу. был в Германии и реально у меня «узкий диапазон» языка. <sup>23</sup>.
- Я сейчас из вас всё вытресу Оруууууу    <sup>24</sup>.

---

<sup>18</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=u420L87drhU>

<sup>19</sup> <https://simplebeyond.com/wonders-of-the-faroe-islands/>

<sup>20</sup> <https://statusy.me/rubrika/veselye-statusy>

<sup>21</sup> [https://dastiham.ru/load/pro\\_ehmocii/pro\\_radost/303](https://dastiham.ru/load/pro_ehmocii/pro_radost/303)

<sup>22</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=GQGbtusBh70&ab\\_channel=VERKASERDUCHKA](https://www.youtube.com/watch?v=GQGbtusBh70&ab_channel=VERKASERDUCHKA)

<sup>23</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=hXNBAB07fUM&ab\\_channel=ВячеславМясников](https://www.youtube.com/watch?v=hXNBAB07fUM&ab_channel=ВячеславМясников)

<sup>24</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=NKXk5aGedGI&ab\\_channel=МаксимГалкин](https://www.youtube.com/watch?v=NKXk5aGedGI&ab_channel=МаксимГалкин)

- Аааааа!!!! Ржуууууу!!!!!! На весь кабинет! )))))))) 😄😄😄😄😄😄<sup>25</sup>.
- Сел на пол чтоб не упасть со стула от этого номера, И сука упал С пола<sup>26</sup>.
- Под стАлом!!!! 😄😄😄😄😄😄<sup>27</sup>

Два последних примера – это варианты выражения жаргона падонков: эрративов *пацтулам*, *пацталом* или *упалпацтол*, которые означают, что пишущий комментарий от смеха упал под стол (стул). Гох считает, что «наиболее характерным способом выражения эмоций в интернет-языке является эрратическое письмо – намеренное искажение существующей орфографии с целью придать высказыванию пользователя комическую окраску или выразить положительные эмоции: восхищение или негативные эмоции: неодобрение, раздражение, презрение» (Гох 2011: 79). В настоящее время жаргон падонков почти исчез из Рунета, однако остались некоторые устойчивые словосочетания, как упомянутое выше *пацтулом* или *ржунемогу* для выражения смеха и радости:

- Ржу немогу))) Особенно новая версия письма Татьяны А про танчики вообще шутка улет<sup>28</sup>.
- 100 раз, наверное, смотрела. РжуНеМогу!!!!<sup>29</sup>
- Ржу и не могу как всё достоверно 🤔<sup>30</sup>.

Характеризуя интернет-общение, Г.Н. Трофимова как основные его признаки называет невозможность использовать невербальные средства коммуникации и обеднение эмоционального компонента общения (Трофимова 2011: 101). Проведенный нами краткий анализ способов выражения положительных эмоций в Интернете показывает, что интернет-пользователи нашли возможности решения этих проблем. Высказывания интернет-пользователей характеризуются краткостью, потому что экономия времени – это тоже одна из черт коммуникации в виртуальном пространстве. Надо, однако, заметить, что эта экономия не влияет на обеднение

<sup>25</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=hXNBAB07fUM&ab\\_channel=ВячеславМясников](https://www.youtube.com/watch?v=hXNBAB07fUM&ab_channel=ВячеславМясников)

<sup>26</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=u420L87drhU&ab\\_channel=20Юмористов](https://www.youtube.com/watch?v=u420L87drhU&ab_channel=20Юмористов)

<sup>27</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=NKXk5aGedGI&ab\\_channel=МаксимГалкин](https://www.youtube.com/watch?v=NKXk5aGedGI&ab_channel=МаксимГалкин)

<sup>28</sup> Ibidem.

<sup>29</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=QanFo\\_pupyc&ab\\_channel=ОфициальныйканалКВН](https://www.youtube.com/watch?v=QanFo_pupyc&ab_channel=ОфициальныйканалКВН)

<sup>30</sup> [https://www.youtube.com/watch?v=NKXk5aGedGI&ab\\_channel=МаксимГалкин](https://www.youtube.com/watch?v=NKXk5aGedGI&ab_channel=МаксимГалкин)

эмоционального компонента общения. Используемые интернет-пользователями графические и лексические средства позволяют выразить весь спектр переживаний и состояний. Пролонгация и скандирование заменяют фонетические средства, смайлы передают мимику лица, дублированные знаки препинания выражают силу эмоций. Интернет как новое средство коммуникации способствует возникновению новых способов выражения мыслей и эмоций. «Язык интернета по одним своим характеристикам, безусловно, письменный (точнее говоря, визуальный), а по другим – устный. Он состоит из изображений и воспринимается визуально, то есть глазами» (Кронгауз 2013: 43). Стремление интернет-пользователей к передаче всего спектра эмоций порождает большую креативность, творческий подход к языку и доступным формам их выражения.

## Литература

- Беляева В. А., Варюхина С. А., 2013, Трансформация передачи эмоций через знаковые системы в медиапространстве. – *Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы. Материалы Международной научной конференции*, ред. И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун, Москва: Издательство АПК и ППРО, с. 100–104.
- Бондаренко С. В., 2004, *Социальная структура виртуальных сетевых сообществ*, диссертация на соискание степени доктора социологических наук (на правах рукописи), Ростов-на-Дону.
- Виноградова Т. Ю., 2004, Специфика общения в Интернете. – *Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект*, ред. Н. А. Андромонова, Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет.
- Гох О. В., 2011, Средства субъективного выражения в английском и русском интернет-языках: опыт сопоставительного анализа, *«Известия Коми научного центра УрО РАН»*, выпуск 1 (5), Сыктывкар, с. 78–82.
- Изард К. Э., 1999, *Психология эмоций*, Санкт-Петербург: Питер.
- Изотова Е. И., 2014, Инструменты эмоциональной насыщенности интернет-общения: эмоциональный интеллект и способы кодирования эмоций, *«Психологические исследования»*, т. 7, № 37, Москва, URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2014v7n37/1039-izotova37.html>.
- Ильин Е. П., 2001, *Эмоции и чувства*, Санкт-Петербург: Питер, URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/0>.
- Клобуков П. Е., 1998, Эмоции, сознание, культура (особенности отражения эмоций в языке). – *Язык, сознание, коммуникация*, ред. В.В. Красных, А. И. Изотов, Москва: МАКС Пресс, с. 110-123.

- Кронгауз М., 2013, *Самоучитель албанского*, Москва: АСТ.
- Мозговая А. О., 2017, Эмотивные маркеры интернет-коммуникации (на примере интернет-сервиса Инстаграм), «*Филологические науки. Вопросы теории и практики*» № 2, ч. 1, с. 125–129, Тамбов.
- Не в лайке счастье. Чувства и эмоции россиян в социальных сетях, URL: <https://iom.anketolog.ru/2019/05/23/emotsii-i-socseti>.
- Трофимова Г. Н., 2011, *Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты*, Москва: Издательство Российского университета дружбы народов.
- Шаховский В. И., 2009, *Язык и эмоции в аспекте лингвокультурологии*, Волгоград: Перемена.

## References

- Belyayeva V. A., Varyukhina S. A., 2013, Transformatsiya peredachi emotsiy cherez znakovyye sistemy v mediaprostranstve. – *Razvitiye russkoyazychnogo mediaprostranstva: kommunikatsionnyye i eticheskiye problemy. Materialy mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii*, red. I.M. Dzyaloshinskiy, M. A. Pil'gun Moskva: Izdatel'stvo APK i PPRO, s. 100-104.
- Bondarenko S. V., 2004, *Sotsial'naya struktura virtual'nykh setevykh soobshchestv*, dissertatsiya na soiskaniye stepeni doktora sotsiologicheskikh nauk (na pravakh rukopisi), Rostov-na-Donu.
- Vinogradova T.Yu., 2004, Spetsifika obshcheniya v Internete. – *Russkaya i sopostavitel'naya filologiya: Lingvokul'turologicheskyy aspekt*, red. N. A. Andramonova, Kazan': Kazanskiy (Privolzhskiy) federal'nyy universitet.
- Gokh O. V., 2011, Sredstva sub'yektivnogo vyrazheniya v angliyskom i russkom internet-yazykakh: opyt sopostavitel'nogo analiza, «*Izvestiya Komi nauchnogo tsentra Uro RAN*», vypusk 1 (5), Syktyvkar, s. 78–82.
- Izard K.E., 1999, *Psikhologiya emotsiy*, Sankt-Peterburg: Piter.
- Izotova Ye. I., 2014, Instrumenty emotsional'noy nasyshchennosti internet-soobshcheniya: emotsional'nyy intellekt i sposoby kodirovaniya emotsiy, «*Psikhologicheskkiye issledovaniya*», t. 7, № 37, Moskva, URL: <http://psystudy.ru/index.php/num/2014v7n37/1039-izotova37.html>.
- Il'in Ye. P., 2001, *Emotsii i chuvstva*, Sankt-Peterburg: Piter, URL: <https://docviewer.yandex.ru/view/0>.
- Klobukov P. Ye., 1998, Emotsii, soznaniye, kul'tura (osobnosti otrazheniya emotsiy v yazyke). – *Yazyk, soznaniye, kommunikatsiya*, red. V.V. Krasnykh, A.I. Izotov, Moskva: MAKS Press, s. 110–123.
- Krongauz M., 2013, *Samouchitel' olbanskogo*, Moskva: AST.

- Mozgovaya A. O., 2017, Emotivnyye markery internet-kommunikatsii (na primere internet-servisa Instagram), «*Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki*», № 2, ch.1, s. 125–129, Tambov.
- Ne v layke schast'ye. Chuvstva i emotsii rossiyan v sotsial'nykh setyakh*, URL: <https://iom.anketolog.ru/2019/05/23/emotsii-i-socseti>.
- Trofimova G. N., 2011, *Yazykovoy vkus internet-epokhi v Rossii. Funktsionirovaniye russkogo yazyka v Internete: kontseptual'no-sushchnostnyye dominanty*, Moskva: Izdatel'stvo Rossiyskogo universiteta druzhby narodov.
- Shakhovskiy V. I., 2009, *Yazyk i emotsii v aspekte lingvokul'turologii*, Volgograd: Peremena.

### *Ways to express positive emotions on the Internet*

The Internet, as a new means of communication, promotes the emergence of new ways of expressing thoughts and emotions. Our brief analysis of the techniques for verbalizing positive emotions on the Internet shows that Internet users have found ways to solve these problems. The graphic and lexical means they use allow them to express the entire range of experiences. Prolongation and chanting replace phonetic means, emoticons convey facial expressions, duplicated punctuation marks express the power of emotions. The statements of Internet users are characterized by brevity, because saving time is also one of the features of communication in the virtual space. It should be noted, however, that this saving does not affect the impoverishment of the emotional component of communications.

*Key words: emotions, Internet-based communication, emotive vocabulary, smiley face, punctuation marks*