

УДК 811.81'06

DOI <https://doi.org/10.52726/as.humanities/2023.1.10>

Ю. В. ЛІТКОВИЧ

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології,
Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
Електронна пошта: litkovych@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-4962-0617>*

Л. В. КОВАЛЬЧУК

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри англійської філології,
Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
Електронна пошта: kovalchuk.liudmyla@vnu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-4531-1326>*

Л. М. КИРИЧУК

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології,
Волинський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
Електронна пошта: ky-la-my@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-2944-4268>*

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СПІЛКУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Інтернет надає нам численні можливості для спілкування з іншими користувачами, а отже, спектр його засобів є надзвичайно широким. У нашій статті ми зосереджуємося на мові соціальних мереж, яка стала надзвичайно популярною серед інтернет-користувачів. Сьогодні велика кількість філологічних досліджень присвячена розумінню та аналізу комунікації, а особливо живого спілкування через Інтернет, яке є доступним завдяки численным сучасним пристроям, що яскраво свідчить про високий рівень науково-технічного прогресу. У статті представлені лінгвістичні особливості спілкування в соціальних мережах, а саме паралінгвістичні засоби емотиконів.

Комп'ютерна комунікація багатогранна. За масштабами її можна розглядати як масову (спілкування з усім світом), внутрішньоособистісну (спілкування між користувачем і комп'ютером) та групову комунікацію. Комп'ютерна комунікація може бути засобом міжособистісного спілкування (one to the other); формою масової комунікації (one to many) і комунікації відносин (many to many).

У мережевому спілкуванні емотикони мають велике значення. Без смайликів були б труднощі з гумором, оскільки іноді повідомлення можуть виглядати образливими, але смайлик в кінці повідомлення все змінює і робить віртуальне спілкування більш насиченим, оригінальним і емоційним.

Видимі проблеми та недоліки притаманні смайликовій формі комунікації, яка використовує допоміжні елементи для інтерпретації емоцій за допомогою посмішок. У новому розумінні контексту мережевого суспільства спілкування розвивається подібно до спілкування дітей на тому етапі, коли вони тільки навчилися говорити прості фрази, а більш складні передавати мімікою, жестами та виразом обличчя. Є лише одна суттєва відмінність – дитина не може брехати, як дорослий, який може використовувати образливі смайлики. Наприклад, фальсифікація поганого настрою, завуальована вмілим маніпулюванням словами і набором посмішок.

Ключові слова: соціальні мережі, емотикон, смайлик, емоджі, емотивність.

Постановка проблеми. Характерною особливістю спілкування в соціальних мережах є використання емотиконів. Перш за все, термін емотикон з'явився в англійській мові середовищі (від поєднання англійських слів *emotion* – емоція та *icon* – символ, знак). Першим задокументованим випадком використання емотико-

нів в інтернет-комунікації стало повідомлення Скотта Фалмана, який 19 вересня 1982 року опублікував на сайті Університету Корнегі-Меллона текст з пропозицією використовувати комбінацію :-) для позначення жартів і :(для позначення не жартівливих, серйозних висловлювань.

Відповідно до визначення Oxford Dictionary емотикон/смайлик – це зображення міміки, наприклад, посмішки або невдоволення, за допомогою різних комбінацій символів клавіатури, яке використовується в електронній комунікації для передачі почуттів автора або тональності, закладеної в повідомленні. У цьому сенсі смайлик є синонімом терміну текстовий смайлик, більш застосовним до україномовного інтернет-середовища і який використовується в подальшому.

Аналіз попередніх досліджень. Велика кількість філологічних досліджень присвячена розумінню та аналізу комунікації, а особливо живого спілкування через Інтернет, яке є доступним завдяки сучасним пристроям, що яскраво демонструють високий рівень технічного прогресу. Оскільки інтерес до молодіжної комунікації, в тому числі і до Інтернет-спілкування, зростає, багато науковців тримають цю сферу в полі зору своїх досліджень. Серед них такі вчені, як М. Богдан [Богдан 2014], Д. Кристал [Crystal 2019] та багато інших, які проводять дослідження в галузі лінгвістики, аналізуючи комунікацію у всіх можливих аспектах. Варто зазначити, що чим більше люди спілкуються в Інтернеті, тим більше користувачі впливають на мови інших країн і тим більше людей піддаються впливу цих змін, адже живе спілкування має величезний вплив на розвиток мови.

Результати та дискусії. У працях західних дослідників властивість комбінування розділових знаків також виокремлюється лише для смайликів. Їх написання абсолютно не залежить від технічних особливостей використовуваної комунікаційної програми (*Skype, ICQ, Facebook Messenger*, форма для заповнення анкети на сайті бібліотеки тощо) або пристрою (смайтфон, планшет, стаціонарний комп'ютер). Оскільки розділові знаки доступні всім, автор може бути впевнений, що екран читача відтворить повідомлення текстовими смайликами в тому вигляді, в якому воно було задумано.

Водночас суттєвим недоліком цього типу смайликів є їхня візуальна бідність, складність в інтерпретації та обмежений набір легко впізнаваних комбінацій. Графічний смайлик – це поняття, яке найчастіше асоціюється з круглим жовтим обличчям з точковими очима та посмішкою. Це зображення було створено в 1963 році для прикраси канцелярських кнопок і стало відомим по всій Америці.

У 1971 році зображення смайлика було зареєстровано в Європі як торгову марку компанією SmileyWorld, яка згодом поширила свою ліцензію в 100 країнах на більш ніж 25 різних класів товарів і послуг.

На момент появи технічної можливості додавати невеликі зображення в текст, ці усміх-



Рис. 1. Базові емотикони/смайлики

нені обличчя використовувалися в першу чергу. Сервіси, які надавали можливість спілкування онлайн – форуми, чати, програми миттєвого обміну повідомленнями тощо – були надзвичайно зацікавлені в цьому. Кожен подібний сервіс мав додати до свого коду набір картинок, які згодом ставали доступними користувачам під час написання повідомлень.

Графічні смайлики, на відміну від текстових, мають набагато більшу виразність. Вони яскравіші, цікавіші та легше доносять зміст до читача. Однак вони обмежені у використанні – зображення, використані на конкретному сайті, не можна скопіювати і вставити в текст на іншому ресурсі. Більше того, багато ресурсів просто не надають можливості використовувати будь-які зображення в тексті [Rich 2010: 47].

Набір базових символів – смайлів, у тексті виглядає наступним чином:

:-) – посмішка. Вона позначає жарт, розташування співрозмовника до спілкування або просто посмішку. Але оскільки скорочення має скорочувати зміст слів і знаків, то те ж саме, але в скороченому вигляді, набуває форми :) або просто використання дужки). Слід зазначити, що саме останній варіант набув найбільшої популярності.

I suggest the following character sequence for joke markers :-)

;) – підморгування. Скоріше, це означає хвилювання, флірт і всі інші дії, що відповідають підморгуючій людині в реальності;

Why then do you need camps at all? Or do you need a camp – you eat, swim for 10 minutes, eat, sleep, jump, eat, sleep again. ;)

:(– означає сумний вираз обличчя, розчарування в чомусь;

And what is possible if nothing is impossible? :(

: - / – символізує обличчя з кривим ротом або косу посмішку, означає розчарування, скептицизм, сарказм.

So she hasn't found anything in 20 years? : - /

8-) – символізує усміхнене обличчя з широкими очима. Як правило, виражає здивування та іронію. Часто ці дві емоції, об'єднані в одному смайлику, можуть стосуватися різних людей (тобто один здивувався, а іншому стало смішно).

I am sitting reading the next chapter from the book "Waiting for the child." The husband comes in, looks into the book, sees a drawing of a baby

in the stomach in the seventh month of pregnancy and says approvingly: "Oh, you are studying the operating manual ..." 8-)

% -) – символізує обличчя з вираженими очима та посмішкою. Він може позначати стан "ошелешеності" або іншу надмірно інтенсивну емоцію (наприклад, шок або відчуття краху) переважно неприємного типу. Посмішка в цьому смайлику часто означає сарказм, хоча іноді вона просто не несе серйозного смислового навантаження.

At the first stages, the experimenters "trained" themselves to such food, even making pies with biomass. Nasty, they say, rare %-)

% (– символізує сумне обличчя з вираженими очима. Значення близьке до попереднього знаку, але вже не містить сарказму, а радше несе відтінок песимістичного сприйняття дійсності.

This is not "my beggarly \$ 4", but my hard-earned hundred rubles. % (

: - [] – символізує обличчя з відвислою щелепою. Вказує на високий ступінь здивування, зазвичай неприємного.

What are you: - []

; -> – підморгування грізної фізіономії;

Were you thinking of something else? ;> ;> ;>

; -O – цей смайлик несе в собі контекст завершення розмови, замінює слова "See you!", "Bye!" [Wellman 2001: 15].

В даний час текстові смайлики починають зникати, і їм на зміну приходять графічні, ще більш схожі на своїх попередників, графічні картинки, що зображують обличчя, предмети, знаки і т.д.

І якщо символічні смайлики були мало кому зрозумілі, то графічні дозволили розширити коло людей, які використовують цей інструмент віртуальної реальності, щоб додати емоційності своїм повідомленням. Це пов'язано з тим, що візуально самі смайлики стали цікавішими, а головне – зрозумілішими для людей різних вікових категорій.

Залежно від того, що вони зображують, смайлики можна розділити на шість груп:

1. Власне смайлики. Смайлики, найчастіше жовтого кольору, передають різні емоції – радість, сміх, гнів, плач, здивування тощо.

You bumped your thread after just a couple of minutes, with a lame pun. What sort of reaction were you expecting? 😏

It is Sulphur monoxide 😊 I give up 😞

Pen and paper personally 😊 | but your choice. 😊

2. Люди. Зображення людей, які поділяються за статтю, віком, професією, статусом тощо (чоловік, жінка, перукар, наречена, сноубордист, плавець тощо).

No talk ✕ 🗣️

3. Природа. Це зображення найбільш впізнаваних тварин (собака, кішка, корова тощо), птахів (курка, голуб, пінгвін), водних мешканців (дельфін, кит), а також комах, рослин, квітів, атмосферних і природних явищ.

Всесвітній фонд дикої природи (WWF) запустив проєкт #EndangeredEmoji. Його суть проста: зайти на сайт endangeredemoji.com, натиснути на посилання Retweet to Start і підписатися на Twitter-канал проєкту. Після цього ви зможете використовувати емоджі одного з 17 видів тварин, що перебувають під загрозою зникнення (рис. 2).

4. Їжа. Зображення їжі, які в свою чергу поділяються на власне страви / десерти, фрукти/овочі та напої.

I've made delicious soup 🍲

5. Предмети та символи. Зображення різних предметів, які представляють наступні класи:

– хобі / заняття (гітара, баскетбольний м'яч, більярдний шар, кубики, палітра фарб);

– офісне / шкільне приладдя (книга, зошит, комп'ютер, схема, розклад, скріпка, лінійка), одяг / взуття / аксесуари (сукня, черевик, сумка, корона);

My phone is dying. Do you have a charger?



- транспортні засоби (потяг, літак, автомобіль, мотоцикл, трактор, ракета),

The family is afraid of going on a cruise, getting stranded and having to swim home.



– символи (серце, сонце, земля, дорожні знаки), прапори (США, Німеччини, Китаю, Кореї тощо) тощо [Wellman 2001: 85].

Вивчивши їх, ми дійшли висновку, що смайлики – це не тільки піктограми, але в деяких випадках ідеограми (наприклад, різноманітні сердечка). Вони також мають наступні характеристики:

1. *Впізнаваність і розуміння.* За основу смайлика обов'язково береться найбільш впізнаване, широко відоме, популярне явище або предмет (кішка, собака, сонце, місяць, троянда, банан, книга).

2. *Єдність.* Як правило, смайлик представлений у вигляді одного предмета (за винятком смайликів парних об'єктів, таких як дві руки, які аплодують і зображення пар людей, що ніби ілюструють певні відносини між ними).



Рис. 2

Також було виявлено, що 35% жінок частіше використовують смайлики, які передають гумор, тоді як чоловіки схильні використовувати смайлики для вираження сарказму (31%). Ще один цікавий висновок з дослідження Е. Вольф був опублікований в її роботі *"CyberPsychology and Behavior"*.

У результаті моніторингу онлайн-спілкування між чоловіками та жінками було виявлено, що жінки почали частіше використовувати саркастичні смайлики під час спілкування з чоловіком, тоді як чоловіки використовували набагато більше смайликів під час спілкування з жінками, ніж під час спілкування з іншими чоловіками. Іншими словами, обидва учасники комунікації змінили свої мовні онлайн-звички відповідно до того, як спілкується їхній співрозмовник.

На смартфоні ці символи потребують встановлення спеціального додатку. Зазвичай на клавіатурі є спеціальна кнопка, яка надає можливість вибрати зображення.

Крім стандартних смайликів, додатки для обміну миттєвими повідомленнями розширили свій візуальний діапазон новим видом графічних смайликів – стікерами. Це, як правило, авторські картинки, зроблені на замовлення програми. Вони досить складні і представляють якийсь певний сюжет або персонажів.

Стікери можуть бути анімованими. Стікер (від англ. Sticker <stick to stick – приклеювати) – це етикетка, що наклеюється на товар. Стікер може використовуватися як інформаційний банер, елемент настінного декору, прикраса інтер'єру. Він виражає емоції, які в даний момент відчуває відправник, у збільшеному розмірі. На відміну від смайликів, стікери мають конкретних авторів і чітко класифікуються за групами. У кожній групі від 16 до 48 і більше стікерів з різними емоціями (найчастіше це радість, сміх, гнів, смуток або здивування).

Однак їх не можна використовувати одночасно з текстом – для відправки стікера потрібно одне окреме повідомлення, тоді як звичайні графічні і текстові смайлики можна поєднувати з буквами і розділовими знаками в одному повідомленні. Крім того, для повсякденних потреб, мабуть, не дуже зручно використовувати такі складні, ситуативні зображення, значення яких не завжди інтуїтивно зрозумілі.

Крім того, комунікаційні програми часто монетизують можливість надсилати стікери – до свят, кінопрем'єр тощо випускаються спеціальні набори картинок, які треба купувати, щоб ними користуватися. Стікери часто використовуються в рекламних цілях – на певний час з'являються анімовані зображення рекламних героїв, що асоціюються з певним товаром чи послугою, які можна безкоштовно використовувати у своїй комунікації.

Відповідно, такий графічний смайлик не можна очікувати в довгостроковій перспективі, і він не може стати частиною звичного репертуару смайликів користувачів. Таким чином, зі зростанням важливості спілкування через смартфони з'являється порожня ніша – користувачам, які спілкуються в інтернеті, потрібні символи, які можна легко поєднувати з текстом на будь-якій можливій платформі. Крім того, щоб вони однаково впізнавалися як читачем, так і автором, мали достатню виразність, були різноманітними, але не надто специфічними. Саме таку роль почали відігравати емоджі – найсучасніший і найпопулярніший різновид графічних смайликів.

Смайлики та стікери – це зображення поширених жестів та міміки, що використовуються у безпосередньому спілкуванні. Ці невербальні одиниці детально описані в низці робіт таких дослідників, як Аллан Піз (Allan Pease, 2004), Джеймс Борг (James Borg, 2013), Г.Е. Крейдлін (G.E. Kreidlin, 2018), Пол Екман (Paul Ekman, 2009) та інших.

Таким чином, текстові смайлики прості у використанні в будь-якому контексті і можуть поєднуватися з будь-яким текстом, проте їх кількість обмежена і використовуються лише знаки, що виражають радість – :-) – і смуток: :- (.

Групи символів, що виражають більш складні поняття, не завжди зрозумілі читачеві, і потрібно мати достатню фантазію, щоб інтерпретувати деякі з них.

Звичайні графічні смайлики, як правило, можна поєднувати з текстом. Вони візуально зрозумілі і, як правило, надаються користувачам у достатній кількості. Однак їх використання обмежене однією платформою, автор не може бути впевнений, що читач отримає повідомлення в оригінальному вигляді.

Стікери, підгрупа графічних смайликів, є дуже виразними, вони зображують конкретних персонажів або певні ситуації. Саме тому сервіси обміну повідомленнями надають своїм користувачам велику кількість стікерів на вибір. Проте це не можна назвати однозначною перевагою, оскільки їх розмір і кількість не дозволяють швидко вибрати потрібний символ.

Перевантаження деталями також заважає користувачам передавати прості ідеї та емоції. Крім того, стікери не поєднуються з текстом повідомлення і є надбанням кожної окремої платформи. У цьому світлі емоджі є найбільш зручною та універсальною системою нелітерних символів. Яскраві та зрозумілі, вони надають користувачам широкий вибір і легко поєднуються з текстом. Важливо, що емоджі адаптовані для зручного використання на мобільних пристроях, які переважно використовуються для неформального спілкування.

За характеристиками технічної свободи емоджі програють лише текстовим смайликам – емоджі все одно будуть по-різному відображатися на мобільних пристроях з різними операційними системами, але принаймні вони будуть видимі читачеві в тій чи іншій формі.

Можна сказати, що без такого додаткового елемента, як смайлики, наше спілкування у віртуальній мережі виглядало б одноманітним, більше схожим на ділове листування. Важко було б передати емоції, багато чого довелося б змальовувати словами, що забирає надто багато часу, а деякі речі взагалі неможливо передати словами [Garrand 2005: 47].

У мережевому спілкуванні без смайлів виникали б труднощі з гумором, оскільки іноді повідомлення можуть виглядати образливими – але смайлик в кінці повідомлення все змінює і робить віртуальне спілкування більш насиченим, оригінальним та емоційним.

Також слід звернути увагу на видимі проблеми та недоліки, які притаманні такій формі спілкування з використанням допоміжних елементів для інтерпретації емоцій за допомогою смайликів. У новому розумінні контексту мережевого суспільства спілкування розвивається подібно до спілкування дітей на етапі, коли вони тільки навчилися говорити прості фрази, а більш складні передавати за допомогою міміки, жестів та пантоміміки. Є лише одна

суттєва відмінність – дитина не може збрехати, а дорослий, навпаки, дуже часто зловживає смайликами. Найбільш нешкідливий приклад – фальсифікація поганого настрою, завуальована вмілим маніпулюванням словами і набором смайликів.

Сучасне покоління більшу частину свого часу проводить у віртуальному світі, постійно використовуючи і поповнюючи "смайликовий" запас слів та емоцій. У зв'язку з цим представник мережевого інтернет-суспільства, спілкуючись зі співрозмовником, не розписує вербально те, що він думає і відчуває, а просто використовує заздалегідь підготовлений кимось шаблон зображення емоції або набору емоцій.

Спілкуючись таким чином на просторах інтернету, у багатьох людей виникають труднощі з реальним спілкуванням, оскільки спілкування в інтернет-мережі, яке конструктивно засноване на використанні коротких повідомлень і різних смайликів, з кожним роком стає все більш спрощеним. І дійсно, навіть думати про те, як правильно висловити думку, почуття, емоції, якщо можна просто поставити посмішку. З одного боку, це несе з собою спрощення комунікації, з іншого – призводить до атрофії розумової діяльності людини, значно зменшуючи при цьому запас оперативно вживаних слів.

Висновки. Зважаючи на вищезазначене, можна зробити висновок про інноваційний метод спілкування за допомогою смайлів. Цей елемент віртуальної форми спілкування є дуже зручним та інформативним, саме при іманентному спілкуванні в рамках мережевих інтернет-сервісів. Однак за весь час розвитку комунікації в мережевому інтернет-суспільстві сформувалася індивідуальна культура, в якій, в першу чергу, цінується оригінальність при спілкуванні зі співрозмовником, втім, як і при живому спілкуванні.

Тому необхідно розширювати не тільки колекцію смайлів, але, в першу чергу, словниковий запас, підвищуючи загальний культурний рівень, заснований на цінностях реального світу. При виконанні цієї рекомендації вміле використання комбінації текстової та смайлової інформації гарантовано забезпечить найбільшу оригінальність і коректність самовираження у віртуальному середовищі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богдан М. С. Психологічні особливості спілкування залежних від соціальних мереж. *Психологія і соціологія: проблеми практичного застосування*. Херсон. 2014. С. 25–29.
2. Crystal D. *The Cambridge Encyclopedia of the English Language* [3rd edn]. 2019. 582 p.
3. Garrand T. *Writing for Multimedia and the Web. A Practical Guide to Content Development for Interactive Media*. Elsevier Inc. 2020. 520 p.
4. Lančarič, D. & Bojo, P. (2020). Structural lexical reduction in informal online communication. In *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*. Trnava : University of SS Cyril and Methodius in Trnava, 2020, V. 2, December 2020, p. 88–121. ISSN 2453-8035
5. Rich C. *Writing and Reporting News. A Coaching Method*. Wadsworth, Cengage Learning. New York : Forum. 2015. 136 p.
6. Wellman B. Physical place and cyberplace: the rise of networked individualism. *International Journal of Urban and Regional Research*. 2014. 26 p.

REFERENCES

1. Bohdan M. S. (2014) *Psykhologichni osoblyvosti spilkuvannia zaleznykh vid sotsialnykh merezh* [Psychological features of communication among addicts from social networks]. Kherson (In Ukrainian).
 2. Crystal D. (2019) *The Cambridge Encyclopedia of the English Language* [3rd edn]. 582 p.
 3. Garrand T. (2020) *Writing for Multimedia and the Web. A Practical Guide to Content Development for Interactive Media*. Elsevier Inc. 520 p.
 4. Lančarič, D. & Bojo, P. (2020). Structural lexical reduction in informal online communication. In *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*. Trnava: University of SS Cyril and Methodius in Trnava, 2020, V. 2, p. 88–121. ISSN 2453-8035
 5. Rich C. (2015) *Writing and Reporting News. A Coaching Method*. Wadsworth, Cengage Learning. New York : Forum. 136 p.
 6. Wellman B. (2014) Physical place and cyberplace: the rise of networked individualism. *International Journal of Urban and Regional Research*. 26 p.
-

YU. V. LITKOVYCH

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of English Philology,
Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk, Ukraine
E-mail: litkovych@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-4962-0617>*

L. V. KOVALCHUK

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of English Philology,
Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk, Ukraine
E-mail: kovalchuk.liudmyla@ynu.edu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-4531-1326>*

L. M. KYRYCHUK

*Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of English Philology,
Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk, Ukraine
E-mail: ky-la-my@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-2944-4268>*

LINGUISTIC FEATURES OF SOCIAL NETWORK COMMUNICATION

The Internet provides us with numerous opportunities to communicate with other users, and thus the range of its tools is extremely wide. In this article, we focus on the language of social networks, which has become extremely popular among Internet users. Today, a large number of linguistic studies are devoted to the understanding and analysis of communication, especially live communication via the Internet, which is accessible through numerous modern devices, which clearly indicates a high level of scientific and technological progress. The article presents the linguistic features of communication in social networks, namely the paralinguistic means of emoticons. Currently, a large number of philological studies are devoted to the understanding and analysis of communication, especially live communication via the Internet, which is available due to numerous modern devices, which clearly indicates a high level of scientific and technological progress. The article presents the linguistic features of communication in social networks, namely the paralinguistic means of emoticons.

Computer communication is multifaceted. In terms of scale, it can be considered mass (communication with the whole world), intrapersonal (communication between the user and the computer), and group communication. Computer communication can be a means of interpersonal communication (one to the other); a form of mass communication (one to many) and relationship communication (many to many).

In online communication, emoticons are of great importance. Without emoticons, there would be difficulties with humor, because sometimes messages can look offensive. Still, the emoticon at the end of a message changes everything and makes virtual communication more intense, original, and emotional.

Visible problems and shortcomings are inherent in the emoticon form of communication, which uses auxiliary elements to interpret emotions through smiles. In the new understanding of the context of the networked society, communication develops similarly to that of children at the stage when they have just learned to speak simple phrases and convey more complex ones with facial expressions, gestures, and facial expressions. There is only one significant difference – a child cannot lie like an adult who can use offensive emoticons. For example, a bad mood, veiled by skillful manipulation of words and a set of smiles.

Key words: social networks, emoticon, emoji, emotivity.