

# ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭМОДЗИ В СТИКЕРЫ КАК НОВЫЙ ШАГ В РАЗВИТИИ КОММУНИКАЦИИ В СЕТИ

*Шамилов П.*

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Арцыменя Д.Ф.*

В работе рассмотрены причины появления стикеров и их преимущества перед эмодзи, а также подробно описаны возможности, которые предлагают стикеры интернет пользователям.

В настоящее время наблюдается тенденция расширения границ коммуникативного пространства, которое обусловлено повсеместной интеграцией интернета в жизнь современного человека. Огромное значение начинают приобретать электронные формы связи, в том числе и текстовые чаты между собеседниками. Безусловно, переход из живого общения в виртуальный чат не мог произойти без видоизменений в самих методах передачи информации.

Одним из самых распространенных способов невербального общения и трансляции информации в компьютерно опосредованной среде XX века стали эмодзи, появившиеся впервые в 1998 или 1999 году.

Эмодзи представляют собой репрезентацию языка в символах. Сама идея подобного письма не является инновационной: известны образцы древних иероглифов и пиктограмм. Именно они стали фундаментом для создания универсальной словесности, играя в электронной коммуникации роль мимики и жестов [1]. И хотя появились они не так давно, к настоящему моменту они уже успели стать популярными среди широкого круга пользователей гаджетов, позволяя вносить эмоциональный окрас в сообщения. Кроме

того, по данным Оксфордского словаря, каждый год выявляющего одно из самых часто употребляемых слов, «эмодзи» стало самым популярным словом 2015 г. [2].

Однако, несмотря на обширный спектр возможностей, эмодзи не в полной мере удовлетворяют потребностям коммуникаторов интернет пространства. Их размер обычно коррелируется с размером букв в тексте, вызывая сложности с пониманием значения изображения и лишая возможности создания более детализированной картины сообщения. Логичным этапом эволюции эмодзи стали стикеры.

Впервые стикеры появились на просторах интернета в 2014 году и представляли собой картинки, несущие в себе какую-либо эмоциональную нагрузку, либо сопутствующий текст, который передает настроение и информацию.

В отличие от эмодзи каждый стикер отправляется как отдельное сообщение и не может быть совмещён с текстом или вложением.



Рисунок 1 – Стикеры, наиболее часто используемые студентами для общения в онлайн.

На рисунке 1 можно увидеть несколько часто используемых стикеров и убедиться в том, что каждый из них является абсолютно самостоятельным в своей информативности сообщением, не требуя дополнительного текстового сопровождения. Однако, как говорилось выше, в отличие от эмодзи, стикеры помимо графического изображения, несущего эмоциональный окрас, могут так же содержать краткое сообщение. Это означает, что стикеры превосходят эмодзи по своей содержательности, ведь они могут использоваться не только в паре с ранее отправленным текстовым сообщением (для придания эмоционального окраса), но и автономно, т.е. становясь полноценным сообщением, несущим в себе законченный смысл, например, «приветствие», «просьбу», «радость», «гнев» и т.д. Более того, стикеры позволяют кратко отвечать на сообщения, например, «да» или «нет» (рисунок 2).



Рисунок 2 – Стикеры, используемые для выражения согласия и отрицания

Дополнительным удобством в пользу использования стикеров в речи выступает возможность определения подходящих стикеров с нужной эмоцией, по введенному тексту. Такая возможность реализована в социальной сети «ВКонтакте». Так, при наборе текста нам автоматически предлагают использовать какой-либо из доступных стикеров (рисунок 3).

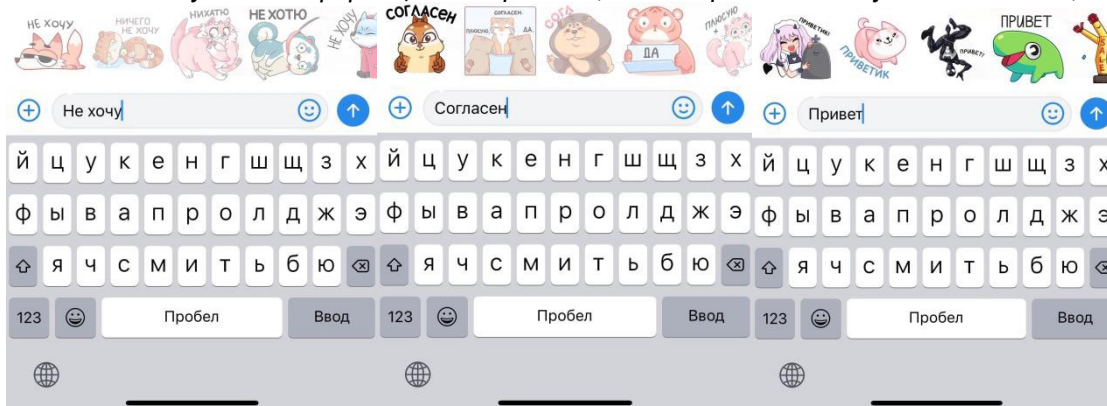


Рисунок 3 – Подбор стикеров по введенному тексту.

Одним из преимуществ стикеров является так же их огромный выбор и вариации. Если количество эмодзи строго ограничено, и они все одинаковые, то со стикерами дела обстоят диаметрально противоположно. Существуют «наборы стикеров» с различными персонажами на любой вкус и цвет. В стикерах зачастую изображают персонажей поп-культуры, либо специально созданных маскотов, которые своим видом демонстрируют эмоциональный окрас сообщения. Таким образом, на одно сообщение «привет» может приходиться сотни различных вариаций стикеров, с различными персонажами, что позволяет каждому индивидуально выбрать более подходящий под свой образ и настроение стикер.

Стикеры предельно содержательные и не вызывают двусмысленности. При помощи стикеров легко и просто донести некоторый посыл до человека. Благодаря такому решению у каждого появилась возможность сделать переписку более яркой и интересной.

Таким образом, не вызывает сомнения тот факт, что стикеры полностью заменяют функционально эмодзи в современной интернет-коммуникации, выступая как более яркий и индивидуальный способ донесения эмоционального окраса, либо отдельного сообщения.

**Список использованных источников:**

1. Шаповалова, А. И. Исследование роли эмоджи в онлайн-сообществе / А.И. Шаповалова // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. – 2018. – Т. 18. № 5. – С. 878–886.
2. Word of the Year 2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2015>. – Дата доступа : 14.03.2022.