

Человек в информационном обществе

СТИКЕР КАК СПОСОБ ЦИФРОВОГО ОБЩЕНИЯ

Статья рекомендована к публикации членом редакционного совета Т. К. Ростовской 17.04.2023.

Черненко Елена Александровна

Кандидат технических наук, доцент

Хакасский государственный университет им. Н. Ф. Катанова, Инженерно-технологический институт, кафедра программного обеспечения вычислительной техники и автоматизированных систем, доцент

Абакан, Российская Федерация

lina-lina01@mail.ru

Шиганов Илья Семенович

Хакасский государственный университет им. Н.Ф.Катанова, Инженерно-технологический институт, кафедра программного обеспечения вычислительной техники и автоматизированных систем, студент

Черногорск, Российская Федерация

ezitskijplay359@gmail.com

Аннотация

Цифровизация общества изменила много в жизни человека, в том числе и возможности коммуникации. Рассматриваются цифровые графические изображения для передачи эмоций собеседника, понятие «стикер», его классификация, технологии работы со стикером и внедрение его в мессенджеры.

Ключевые слова

цифровизация; коммуникации; мессенджеры; стикеры

Введение

Процессы цифровизации в обществе затронули значительным образом всевозможные сферы взаимодействия людей. Существование человека в цифровых экосистемах характеризуется многими параметрами: комфортностью, удобством, скоростью и цифровым общением – новым видом коммуникаций. Для увеличения скорости формирования информационного послания собеседнику начался переход пользователей на общение цифровыми графическими изображениями. В настоящее время можно сказать о новом стиле образа жизни человека, как экономическом, так и коммуникационном его составляющих.

1 Стикер и цифровые коммуникации

Процессы взаимодействия людей в обществе основаны на коммуникациях: письменных и устных. Письменное общение было всегда. И оно характеризовалось текстом, использованием знаков препинания для частичной попытки передачи эмоций. Порядок взаимодействия при общении включает формирование сообщения, восприятие этого сообщения собеседником и коммуникацию. Сообщение – это передача информации, восприятие, интерпретация – это «мысль», то есть приобретаемое знание.

Коммуникация – это лишь операция трансляции [1].

В настоящее время изменилось и сообщение (сейчас это часто только графика) и процесс коммуникации – он стал цифровым. Интерпретация – трактовка сообщения – по-прежнему неизменна. Автор статьи Мосейкин Д.И. считает, что появился особый стиль общения, который назван в работе «косвенным», и формируется уже на протяжении 50 лет [2]. Ректор

© Черненко Е.А., Шиганов И.С., 2024

Производство и хостинг журнала «Информационное общество» осуществляется Институтом развития информационного общества.

Данная статья распространяется на условиях международной лицензии Creative Commons «Атрибуция — Некоммерческое использование — На тех же условиях» Всемирная 4.0 (Creative Commons Attribution – NonCommercial – ShareAlike 4.0 International; CC BY-NC-SA 4.0). См. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.ru>

https://doi.org/10.52605/16059921_2024_01_47

Государственного института русского языка имени А. С. Пушкина, доктор педагогических наук, профессор Маргарита Русецкая в интервью дала следующее определение цифровому общению: «Интернет-переписка – это новый, третий вид коммуникации, помимо устной и письменной речи» [3].

Цифровое общение, основанное на компьютерных технологиях, позволяет, как и всегда, использовать устную и письменную речь, но организация процессов такого общения сейчас значительным образом расширена: появились специализированные цифровые сервисы.

Мессенджеры – сервисы для общения – позволяют организовать обмен информацией в онлайн и офлайн режимах. Для передачи эмоций, тона текста собеседнику разработчиками мессенджеров предложены коллекции цифровых графических изображений – эмодзи, гифок, смайлов и стикеров, которые являются вспомогательными символами [4]. Яркие стикеры привлекают внимание, помогают понять настроение собеседника, дополняют смысловую нагрузку текста, частично изменяют и дополняют ее, и обычные знаки препинания получили дополнительную эмоциональную окраску. Картинки – сложный визуальный ряд с персонажами и сюжетами, занимают большую часть сообщения, иногда сообщение – это одно цифровое изображение [2]. Это еще раз подтверждает вышесказанное о появлении новой модели общения для обмена эмоциями. Новый вид коммуникации имеет и некоторые негативные свойства: утрата функциональности диалога возможна в связи с несоответствием стиля стикера, недопониманием его трактовки, с разными оценками участников коммуникации того или иного стикера, разным культурным уровнем, уровнем развития коммуникативных навыков, особенностям кодирования/декодирования информации и т. д. [5, 9]. Доступность к большим информационным объемам, высокая скорость интернета ведет к перенасыщению пользователя данными и у него возникает необходимость быстро реагировать на полученную информацию [6]. Все вышесказанное можно отнести к особенности цифровой коммуникации: появление специализированного программного обеспечения и постепенный переход от текстового общения людей к общению с использованием графических образов.

В различных источниках приводятся статистические данные по использованию стикеров [7, 8]. Нами проведен опрос в 2023 году (опрошено 116 студентов информационных специальностей, проживающих в Сибирском федеральном округе, в возрасте 18–23 года). Анкета создана в аккаунте Google, с использованием сервиса Google Формы, поддерживающего режим совместной работы. Было предложено ответить на 7 вопросов различных типов: с выбором одного ответа из нескольких, с развернутым ответом в свободной форме. Сервис Google Формы предусматривает сохранение ответов и автоматическое создание сводки результатов опроса. Ссылка на опрос разослана студентам в социальных сетях.

На вопрос «Как часто вы пользуетесь стикерами?» 48,3% опрошенных ответили: «Каждый день», 34,5% ответили: «Раз в один-два дня», 13,8% ответили: «Редко использую стикеры», 3,4% ответили: «Не использую стикеры». Подробная диаграмма, характеризующая периодичность использования стикеров, представлена на рисунке 1.

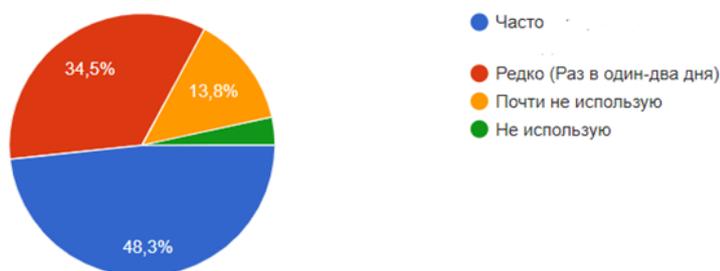


Рис. 1 Периодичность использования стикеров пользователями

Это говорит о том, что стикеры на данный момент являются востребованным способом общения. При этом использование стикеров для передачи эмоций используют 91,3% опрошенных, а как способ быстрого ответа собеседнику – 87,9% опрошенных. Происходит замена некоторого содержания-контента на графическое изображение, что можно отнести к эффектам цифровизации

[9]. Исходя из результатов ответа на вопрос «Как вы находите стикеры или стикерпаки?», 47,4% пользователей находят стикеры в переписке и используют понравившиеся картинки и анимации. Критерий выбора стикера и сохранение в собственную коллекцию – это выбор графики с узнаваемыми образами и яркими красочными цветами. И уже 4,3% пользователей используют технологии мессенджеров и сами разрабатывают коллекции стикеров, что является показателем развития цифровых коммуникаций. Подробная диаграмма представлена на рисунке 2.

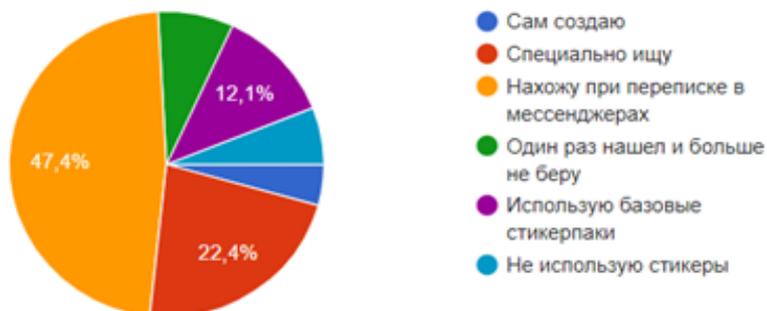


Рис. 2 Способы нахождения стикеров пользователями

Стикер можно отнести к медиаконтенту – графике, формирующей сообщение. Если 48,3% опрошенных используют стикер постоянно, то можно говорить о наличии категории людей, в возрасте 18-23 года, постоянно взаимодействующих в сети с использованием медиаконтента, роль которого значительно повысилась.

Если классифицировать наборы стикеров, то их можно разделить по типам создания на три группы.

В первую группу определяются стикерпаки, созданные графистами мессенджеров или приложений для личного пользования. В данном виде стикерпаки зачастую доступны всем без ограничений. Особенностью данных стикерпаков является их нейтральность, это ни к чему не призывающие стикеры.

Вторая группа стикерпаков созданы большими компаниями и носят информационно-рекламный характер. Эти стикерпаки сделаны для внутреннего пользования компании, и используются для продвижения фирмы. Особенностью этих стикерпаков это обязательное наличие логотипа компании.

Последним типом можно выделить стикерпаки, созданные пользователями и внедренные ими в мессенджер.

Технология создания стикерпаков, их внедрение является открытой областью знаний и одним из показателей развития цифровой коммуникации. Для того чтобы создать стикер, его необходимо нарисовать и анимировать. Для отрисовки можно использовать векторную программу Adobe Illustrator или другое программное обеспечение. Ее главным преимуществом является наличие библиотеки геометрических фигур, а для анимации, возможно, использовать Adobe After Effects или Adobe Photoshop. Сохранить созданную анимацию нужно в формате .webm, так как этот формат будет использован для загрузки в мессенджеры Telegram и WhatsApp.

Существует множество ботов для загрузки анимационных стикеров в Telegram. Один из основных ботов, который также является официальным ботом от самой площадки для загрузки собственного стикера в Telegram, является «Stickers». Бот при первом же взаимодействии представляет список команд, при помощи которых можно создавать свои коллекции стикеров. При помощи данного бота можно создать:

- статичные стикеры;
- анимационные стикеры в формате .tgs;
- видеостикеры в формате .webm;
- статичные маски.

Анимационные стикеры в формате .tgs ограничены по размеру холста (512 × 512 пикселей), весу файла (64 КБ), скорости - 60 кадров в секунду и общей продолжительностью анимации не более 3 секунд [10]. Статичные маски – это сервис фотообработки – предполагает обработку собственных фото и наложении на них различных изображений-масок. Бот дает возможность: создать стикерпак, дать название, присвоить соответствующий по настроению эмодзи, создать ссылку для доступа и использования стикера.

Последовательность работы по созданию стикерпаков в мессенджере WhatsApp предполагает использование сторонних мобильных приложений «Персональные стикеры для WhatsApp», «Видео стикеры для WhatsApp», которые можно скачать в магазине приложений на телефонном устройстве. Данные приложения предполагают, что файл с будущим стикером находится на устройстве. Необходимо зайти в приложение, создать стикерпак и выбрать нужные файлы. Отличие работы в данных приложениях в том, что в приложении «Персональные стикеры для WhatsApp» можно добавлять в стикерпак только файл со статичными картинками или анимированными стикерами в формате .webp, а в приложение «Видео стикеры для WhatsApp» можно добавлять в свой стикерпак файл с видео [11].

В Telegram предусмотрены боты и необходим формат .tgs., в WhatsApp поддерживается формат .webp и на форме приложения предусмотрены кнопки для загрузки стикера. Алгоритмы загрузки стикеров в мессенджерах разные, но этапы работ по созданию и сохранению в нужном формате одинаковы.

Заключение

Из вышесказанного можно сделать следующие выводы: процессы взаимодействия и обмена информацией в настоящее время значительно меняются. Можно говорить о появлении новой модели общения и обмена эмоциями, которая реализуется через новые технологии. Для передачи эмоциональной составляющей появились специальные коллекции цифровых графических изображений, а также инструменты для их создания.

В общении люди стали заменять смысловое и эмоциональное содержание на графическое изображение, по разным причинам, что можно отнести к эффектам цифровизации - видимому воздействию цифровой среды на коммуникации.

Результаты опроса показали, что сформировалась категория пользователей (48,3% опрошенных), постоянно взаимодействующих с медиаконтентом и использующих текст как дополнение при формировании сообщения, 4,3 % опрошенных используют технологии разработки и внедрения коллекций стикеров, 87,9% опрошенных используют стикеры для увеличения скорости при обмене информацией и эмоциями. Визуальный контент – стикер – стал значимым способом получения и передачи информации.

Классификация коллекции цифровых графических изображений по типу создания подразделяет их на три группы. Особый интерес представляет третья группа – с открытой технологией создания стикеров и внедрения их в мессенджеры, поскольку позволяет развивать индивидуальность разработчика, привлекать продвинутых пользователей к использованию сервиса и, таким образом, улучшать цифровые коммуникации.

Технология работы со стикерами предполагает создание и внедрение их в мессенджеры. Для внедрения графическое изображение должно соответствовать техническим требованиям, в том числе по расширению и весу файла. Технологии внедрения стикеров в различных мессенджерах отличаются. Рассмотрена последовательность работ по внедрению стикеров в Telegram и WhatsApp.

Литература

1. Астафьева О. Н., Зубанова Л. Б., Кириллова Н. Б., Никонорова Е. В., Шлыкова О. В. и др. Информационная эпоха: новые парадигмы культуры и образования: монография, Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2019. 292 с.
2. Мосейкин Д.И. Опосредствованное межличностное общение и его специфика в условиях онлайн-коммуникаций // В сборнике: Гуманитарные науки в новой реальности: проблемы, подходы, ценности. Материалы X Международной научной конференции.

- Редакционная коллегия: И.В. Бибина (ответственный редактор) [и др.]. Саратов, 2022. С. 332-336.
3. Русецкая М. Интернет-переписка — это новый, третий вид коммуникации, помимо устной и письменной речи // Otr-online: Сетевое издание - Интернет-портал "Общественное телевидение России". URL: [https:// www. Otr-online.ru /programmy/segodnya-v-rossii/shkolniki-ploho-govoryat-28924.html](https://www.Otr-online.ru/programmy/segodnya-v-rossii/shkolniki-ploho-govoryat-28924.html) (дата обращения: 17.03.2023).
 4. Красовская Н. А. Коммуникативные символы сетевого общения: культурологический аспект // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л. Н. Толстого. 2021. № 3(39) С.90- 101.
 5. Кудишова М.Е., Мамонтов А.С. К вопросу о роли места стикеров в современной интернет-коммуникации // В книге: Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие. XIX Кирилло-Методиевские чтения. Материалы Международной научно-практической конференции в рамках Международного Кирилло-Методиевского фестиваля славянских языков и культур. 2018. С. 767-769.
 6. Труфанова Е.О. Информационное перенасыщение: ключевые проблемы. Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2019;(1):4-21.
 7. Смирнова Т.В. Особенности коммуникации в социальных сетях // Экономика. Социология. Право. 2021. № 1 (21). С. 58-62.
 8. Ибушева М. 93% пользователей используют при переписке в мессенджерах стикеры и эмодзи // likeni.ru: интернет-издание. URL: [http:// www.likeni.ru/events/93-polzovateley-ispolzuyut-pri-perepiske-v-messendzherakh-stikery-i-emodzi/](http://www.likeni.ru/events/93-polzovateley-ispolzuyut-pri-perepiske-v-messendzherakh-stikery-i-emodzi/) (дата обращения: 17.03.2023).
 9. Кашпар В.И. Теоретические подходы к изучению коммуникативных практик в условиях растущей цифровизации общества // Социологический альманах. 2020. № 11 С. 304-310.
 10. Стикеры для Telegram // telegram.org: Официальный сайт мессенджера Telegram. URL: [http://www. telegram.org/core.telegram.org/stickers#animated-stickers/](http://www.telegram.org/core.telegram.org/stickers#animated-stickers/) (дата обращения: 17.03.2023).
 11. Как пользоваться стикерами //faq.whatsapp.com: Справочный центр WhatsApp. URL: [https:// www.faq.whatsapp.com/639351827594474/?locale=ru_RU&cms_platform=android/](https://www.faq.whatsapp.com/639351827594474/?locale=ru_RU&cms_platform=android/) (дата обращения: 17.03.2023).

THE STICKER AS DIGITAL COMMUNICATION TOOL

Chernenko, Elena Alexandrovna

*Candidate of engineering sciences, associate professor
N.F. Katanov Khakass State University, Institute of engineering and technology, Department of computing
software and automated systems, associate professor
Abakan, Russian Federation
lina-lina01@mail.ru*

Shiganov, Ilya Semyonovich

*N.F. Katanov Khakass State University, Institute of engineering and technology, Department of computing
software and automated systems, student
Chernogorsk, Russian Federation
ezitskijplay359@gmail.com*

Abstract

The digitalisation of society has changed many things in human life, including the possibilities for communication. We look at digital graphic images for conveying emotions, the concept of "sticker", its classification, sticker technology and its implementation in messengers.

Keywords

digitalization; communications; messengers; stickers

References

1. Astaf'yeva O. N., Zubanova L. B., Kirillova N. B., Nikonorova Ye. V., Shlykova O. V. i dr. Informatsionnaya epokha: novyye paradigmy kul'tury i obrazovaniya: monografiya, Yekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta, 2019. 292 s.
2. Moseykin D.I. Oposredstvovannoye mezhlichnostnoye obshcheniye i yego spetsifika v usloviyakh onlayn-kommunikatsiy // V sbornike: Gumanitarnyye nauki v novoy real'nosti: problemy, podkhody, tsennosti. Materialy X Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii. Redaktsionnaya kollegiya: I.V. Bibina (otvetstvennyy redaktor) [i dr.]. Saratov, 2022. S. 332-336.
3. Rusetskaya M. Internet-perepiska – eto novyy, tretiy vid kommunikatsii, pomimo ustnoy i pis'mennoy rechi // Otr-online: Setevoye izdaniye - Internet-portal "Obshchestvennoye televideniye Rossii". URL: [https:// www. Otr-online.ru / programmy/segodnya-v-rossii/shkolniki-ploho-govoryat-28924.html](https://www.Otr-online.ru/programmy/segodnya-v-rossii/shkolniki-ploho-govoryat-28924.html) (accessed on 17.03.2023).
4. Krasovskaya N. A. Kommunikativnyye simvoly setevogo obshcheniya: kul'turologicheskiy aspekt // Gumanitarnyye vedomosti TGPU im. L. N. Tolstogo. 2021. № 3(39) S.90- 101.
5. Kudishova M.Ye., Mamontov A.S. K voprosu o roli mesta stikerov v sovremennoy internet-kommunikatsii // V knige: Slavyanskaya kul'tura: istoki, traditsii, vzaimodeystviye. XIX Kirillo-Mefodiyevskiy chteniye. Materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii v ramkakh Mezhdunarodnogo Kirillo-Mefodiyevskogo festivalya slavyanskikh yazykov i kul'tur. 2018. S. 767-769.
6. Trufanova Ye.O. Informatsionnoye perenasylshcheniye: klyuchevyye problemy. Filosofskiyе problemy informatsionnykh tekhnologiy i kiberprostranstva. 2019;(1):4-21.
7. Smirnova T.V. Osobennosti kommunikatsii v sotsial'nykh setyakh // Ekonomika. Sotsiologiya. Pravo. 2021. № 1 (21). S. 58-62.
8. Ibusheva M. 93% pol'zovateley ispol'zuyut pri perepiske v messendzherakh stikery i emodzi // likeni.ru: internet-izdaniye. URL: [http:// www.likeni.ru/events/93-polzovateley-ispolzuyut-pri-perepiske-v-messendzherakh-stikery-i-emodzi/](http://www.likeni.ru/events/93-polzovateley-ispolzuyut-pri-perepiske-v-messendzherakh-stikery-i-emodzi/) (accessed on 17.03.2023).
9. Kashpar V.I. Teoreticheskiye podkhody k izucheniyu kommunikativnykh praktik v usloviyakh rastushchey tsifrovizatsii obshchestva // Sotsiologicheskiy al'manakh. 2020. № 11 S. 304-310.

10. Stikery dlya Telegram // telegram.org: Ofitsial'nyy sayt messendzhera Telegram. URL: <http://www.telegram.org/core.telegram.org/stickers#animated-stickers/> (accessed on 17.03.2023).
11. Kak pol'zovat'sya stikerami //faq.whatsapp.com: Spravochnyy tsentr WhatsApp. URL: https://www.faq.whatsapp.com/639351827594474/?locale=ru_RU&cms_platform=android/ (accessed on 17.03.2023).