

Эмодзи как инструмент успешной коммуникации в социальных сетях

Emojis as a Tool For Successful Communication in Social Networks

Фатеева Е.Н.

Магистр 2-ого года обучения Российского Государственного Аграрного Университета – МСХА имени К.А. Тимирязева,
e-mail: fateeva_21@list.ru

Fateeva E.N.

2nd year master-degree student Russian State Agrarian University named after K.A. Timirjazev
e-mail: fateeva_21@list.ru

Аннотация

В статье рассматривается Интернет как новая коммуникационная среда, которая имеет свои преимущества и недостатки. Одной из тенденций развития Интернета являются социальные сети. Социальные сети являются эффективным инструментом продвижения брендов, способствуют расширению целевых аудиторий, увеличению продаж, повышению узнаваемости. Одним из способов выражения эмоций в социальных сетях являются эмодзи.

Ключевые слова: Интернет, социальные сети, коммуникация, продвижение, эмодзи, выражение эмоций, невербальные средства.

Abstract

The article considers the Internet as a new communication environment, which has its advantages and disadvantages. One of the trends in the development of the Internet is social networks. Social networks are an effective tool for promoting brands, helping to expand target audiences, increase sales, and increase awareness. One of the ways to express emotions in social networks is emojis.

Keywords: Internet, social networks, communication, promotion, emojis, expression of emotions, non-verbal means.

Интернет как новая коммуникационная среда благодаря своей высокой информационной насыщенности и оперативности информации значительно превосходит традиционные каналы коммуникации. Интернет отличается оперативностью, обеспечивает легкий доступ к информации, продуктам и услугам. Интернет – это обилие информации и ресурсов.

В настоящее время всё шире развиваются социальные сети, что является одной из главных тенденций развития Интернета. Социальные сети актуальны, ведь появляется много новых блогеров, каналов, которые способствуют продвижению контента.

Интернет стал той площадкой, которую принимают в любом возрасте, статусе, и пользоваться им можно из любой точки мира. Социальные сети являются платформой возможностей, как для личного развития, так и для продвижения различных брендов, даже если на рынке они находятся длительное время.

Интернет-площадка – это многогранная платформа с различными нюансами, тонкостями, как и оффлайн-деятельность. Существуют различные методы, этапы для создания успешного продвижения в социальных сетях, что помогает создавать интересный и качественный контент.

Социальные сети как инструмент продвижения могут способствовать большему и быстрому результату, так как технологии позволяют использовать различные инструменты, которые сейчас весьма разнообразны. Более того, постоянно появляются новые, например: опросы,

голосования, обмен мнениями в режиме реального времени, что способствует оперативному сбору и обработке информации.

Необходимо отметить, что маркетинг в социальных сетях включает в себя множество разнообразных методов работы. Самыми популярными являются следующие: построение сообществ бренда (создание представительств предприятия в социальных медиа); работа с блогосферой; репутационный менеджмент; персональный брендинг; нестандартное SMM-продвижение [1].

Так, например, если раньше в нулевых годах XXI в. были популярны такие социальные сети, как «Одноклассники», «ВКонтакте», «Twitter», то сейчас, в 2021 г. пользователи больше отдают предпочтение «Instagram», «YouTube» и «Tik-Tok». Выбор площадки зависит от направленности продвижения бренда. Контент может быть как брендированный, так и развлекательный. Четкой схемы, по которой необходимо размещать сообщения на специально отведенной площадке, нет [6].

«Instagram» появился в 2010 г. и представляет собой платформу по обмену передачи фото- и видеозаписей, в которой зарегистрировано более 1,2 млрд пользователей, имеющую свои «фишки», алгоритмы и секреты. Социальную сеть может скачать любой пользователь, составлять контент в любой тематике (семья, спорт, культура и т.д.), проводить опросы, использовать эмодзи, фильтры и стикеры [5].

Любая коммуникация помогает донести ту или иную информацию, показать эмоции собеседника и понять, заинтересован ли он в предложении или нет.

Одним из способов выражения эмоций в Интернете является эмодзи. Это определенный язык, который используется в постах, рекламе, коротких видео, на картинках, при написании отзывов и комментариев.

Зарождение эмодзи как символа цифровой культуры началось в начале 2000-х.

Предпосылками появления эмодзи были эмотиконы, пиктограммы (например, различные рисунки в пещерах или шифрованные послания), которые создавались из типографических знаков. Пользователя ограничивают только воображение и доступные символы: смайлики могут быть и простыми, и очень сложными [2].

Различные комбинации смайликов позволяют придавать информации выразительность и понятность.

На распространение культуры эмодзи повлияло решение Apple в 2011 г. добавить клавиатуру с эмодзи в операционную систему iOS. Сначала нововведение планировалось только для японского рынка, но, когда пользователи из других стран открыли эту клавиатуру для себя, Apple сделала её общедоступной [3].

В 2012 г. Apple выпустила 376 новых эмодзи – благодаря такому разнообразию они быстро стали неотъемлемой частью повседневных разговоров [4].

Эмодзи используются по всему миру, поэтому важно, чтобы каждый мог найти символ, максимально точно описывающий себя и своё ощущение. Поэтому в 2015 г. было внесено важное изменение: теперь человечки и лица могут менять цвет кожи и цвет волос.

Сами значки с течением времени тоже перерисовывались и изменялись. На данный момент с выходом нового обновления раскладка эмодзи пополняется и развивается.

Основными функциями эмодзи являются:

1. Когнитивная.
2. Фатическая.
3. Метаязыковая.

Причины появления и использования невербальных средств:

- время,
- лень,
- экономия места,
- орнаментально-украшательская,
- семиотическая,
- экспрессивная.

В качестве примера активного использования эмодзи может служить всемирная ситуация с пандемией – Covid-19.

Так, пользователи социальных сетей стали делиться фото и видео с различными эмодзи, описывая свой день, проходящий на карантине:

cuterland мой карантин: сплю, ем , читаю, учу иностранные языки, снимаю влоги, монтирую, играю в симс 🍌 ем, сплю

по эмодзи это выглядит так: 🍌 🍌 📖 📖 📺 📺 🖥️ 🖥️



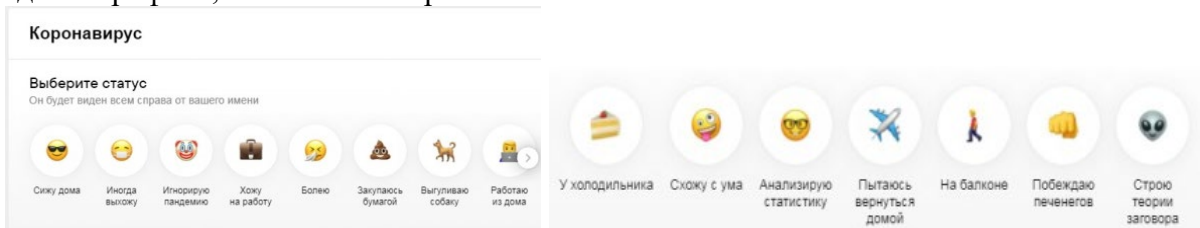
а как выглядит твой? ❤️

Посмотреть все комментарии (253)

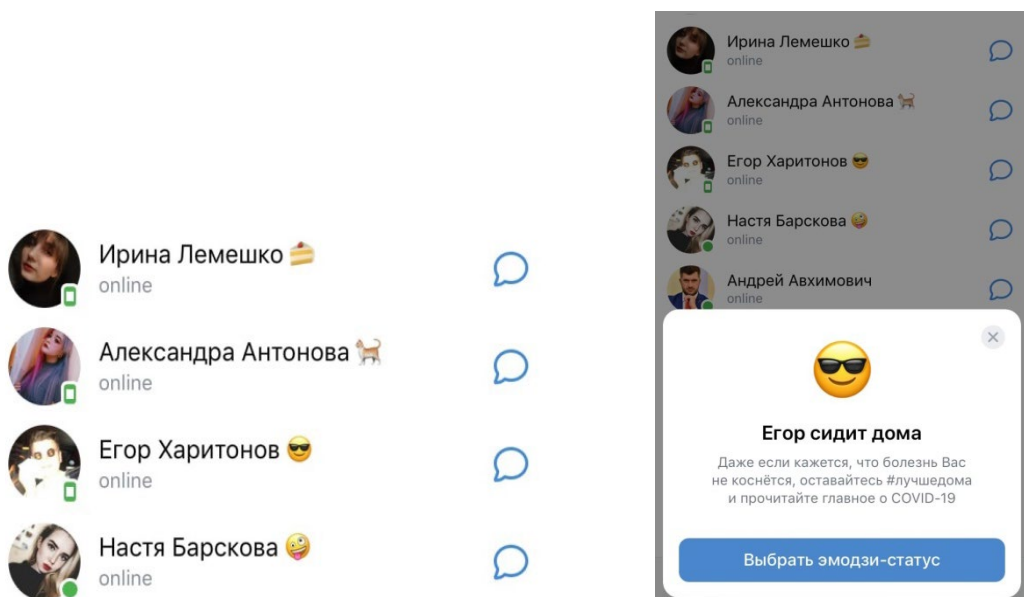
ber1stemovaa_ Я уже месяц на карантине и дома смотрю ваши видео,вы мне так нравитесь,ваши видео просто супер,я прям хочу чтобы вы как-то ответили мне 😊❤️🔥😍😘жду ваш комментарий)))

_anelyaaaa.13 🍌 🍌 🧘 🧘 🏃 🏃 📖 📖 🍲 🍲 🖥️ 🖥️ 📱 📱 🍲 🍲 🏃 🏃 📱 📱 🛏️ 🛏️ 🍌 🍌

Также социальная сеть VK запустили эмодзи-статус. Каждый пользователь может выставить эмодзи в профиле, любой из которых имеет свой смысл:



Так это выглядит в профиле пользователей:



В настоящее время социальные сети имеют большую значимость в формировании общественного мнения, в продвижении малоизвестных брендов, в коммуникациях и т.д. SMM площадок множество, везде свои предпочтения, алгоритмы и методы. Выбор площадки для SMM продвижения бренда зависит от конкретных целей и аудитории, с которой необходимо работать. В большинстве случаев используется не один, а сразу несколько инструментов для привлечения внимания целевой аудитории.

А также одной из главных причин популяризации социальных сетей является их расширенный функционал. Социальные сети дают не только возможность переписываться, делиться новостями, продвигать товары или услуги, но и общаться по аудио- и видеосвязи, слушать музыку, смотреть фильмы, передачи, видео, делиться фотографиями, вести блоги, снимать блоги, объединяться в сообщества по интересам, создавать коммерческие проекты и онлайн-представительства. Для разных людей одна и та же площадка может быть инструментом для заработка, общения или просто свободного времяпровождения.

Использование необходимых картинок, вставок или просто эмодзи способствует успешной коммуникации и передаче эмоций и экспрессии.

Литература

1. *Ершов В.Е.* Тенденции развития рынка рекламы в контексте влияния на потребительское поведение // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2013. – № 4(44). – С. 99.
2. История появления эмоджи. – Электронный ресурс: <https://timeweb.com/ru/community/articles/istoriya-poyavleniya-emoji-1>. (Дата посещения: 21.01. 2021).
3. Как появились эмодзи и почему они так популярны. – Электронный ресурс: <https://rb.ru/story/emoji-story>. (Дата посещения: 21.01. 2021).
4. Откуда взялись Еmoji? – Электронный ресурс: <https://pixel-story.ru/2016/11/otkuda-vzyalis-emoji>. (Дата посещения: 21.01. 2021).
5. Социальная сеть Instagram. – Электронный ресурс: <https://www.instagram.com> (Дата посещения: 19.01. 2021).
6. *Халилов Д.* Маркетинг в социальных сетях. – М., 2017. – С. 42.