

БЕЛАРУСКАМОЎНЫЯ СТЫКЕРЫ ЯК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРЫ І ЭЛЕМЕНТ МОВЫ Ё ІНТЭРНЭТ-ПРАСТОРЫ

Д.В.Гаўрыловіч (Мінск, МДЛУ)

В исследовании аргументируется важность изучения стикеров в качестве элемента языка интернет-пространства. Анализируется функциональный спектр белорусскоязычных стикеров. Рассматривается их роль в брендинге страны.

Ключевые слова: *стикер; интернет-коммуникация; мессенджер; “дисплейная” речь.*

BELARUSIAN-LANGUAGE STICKERS AS A CULTURAL PHENOMENON AND LANGUAGE ELEMENT ON THE INTERNET

D.V.Gavrilovich (Minsk, MSLU)

The study argues the importance of studying stickers as an element of the language of the Internet. The functional range of Belarusian-language stickers is analyzed. Their role in the branding of the country is considered.

Key words: *sticker; Internet communication; messenger; “display” speech.*

Актуальнасць тэмы абумоўлена тым, што беларускамоўныя стыкеры як элемент мовы інтэрнэт-прасторы ніколі не аналізаваліся ні ў беларусістыцы, ні ў супастаўляльных даследаваннях. Мэта даследавання – выявіць функцыянальны спектр беларускамоўных стыкераў у інтэрнэт-камуніцыі.

Інтэрнэт-камуніцыя ва ўсёй разнастайнасці яе відаў набывае з кожным днём усё большае значэнне ў жыцці сучаснага грамадства. Некаторыя даследчыкі (напрыклад, А.С. Мамантаў, М.М. Русецкая) [3] лічаць, што наспелі перадумовы дапоўніць традыцыйны падзел відаў маўлення на вуснае і пісьмовае трэцім, маўленнем інтэрнэт-перапіскі, або “дысплейным” маўленнем (тэрмін быў уведзены акадэмікам У.Г. Кастамаравым) [2]. Гэты від камуніцыі можна ахарактарызаваць такімі параметрамі, як апэратыўнасць, дынамічнасць і зручнасць.

Інтэрнэт-зносін, заснаваныя на камп’ютарных тэхналогіях, дазваляюць выкарыстоўваць як вуснае, так і пісьмовае маўленне, але арганізацыя працэсаў такіх зносін зараз значна пашырылася за кошт спецыялізаваных інтэрнэт-сэрвісаў, месэнджараў, якія дазваляюць арганізаваць абмен інфармацыяй у анлайн і афлайн рэжымах. Адным з папулярных спосабаў паскарэння і спрашчэння інтэрнэт-камуніцыі з’яўляюцца стыкеры.

Стыкер – гэта палікодавы тэкст, у якім паведамленне закадзіравана вербальнымі (моўныя адзінкі розных узроўняў) і невербальнымі (міміка, жэсты, малюнкi, матыватары, дэматыватары, колер) кампанентамі [1]. Стыкеры праніклі ў інтэрнэт-культуру пазней, чым эмодзі, але вельмі хутка набылі такую ж папулярнасць сярод інтэрнэт-карыстальнікаў. Сёння немагчыма ўявіць сучасныя месэнджары без стыкераў, паколькі яны не толькі перадаюць эмоцыі, але і выконваюць шэраг іншых функцый:

1) псіхалагічная:

- перадача эмоцый;
- гейміфікацыя дзелавых зносін;
- палягчэнне камунікацыі (напрыклад, з дапамогай стыкера прасцей пачаць ці скончыць камунікацыю);
- 2) сацыяльная:
 - валанцёрства (напрыклад, стыкерпак «Рабі дабро разам з намі» аб’яднання «Беларускі Чырвоны Крыж»);
 - падтрымка інтэрэт-аб’яднанняў (напрыклад, стыкерпак заўзятараў беларускай зборнай па футболе «Наперад, Белакрылыя»);
- 3) рэкламная:
 - брэндзінг (напрыклад, стыкерпак «Спадар Бун» ад кампаніі Беларусбанка);
 - умацаванне каманднага духу (карпаратыўныя стыкерпакі, напрыклад, стыкерпак Міністэрства замежных спраў Рэспублікі Беларусь);
- 4) этыкетная:
 - формулы прывітання і развітання, формулы зносін, формулы ўдзячнасці і просьбы;
 - формулы віншавання (стыкерпакі, прысвечаныя святам, напрыклад, Новы Год, Вялікдзень, 8 сакавіка і інш.).

Асобна варта спыніцца на стыкерах, якія адлюстроўваюць спецыфіку не толькі беларускай мовы, але і культуры Беларусі. Акрамя пералічаных функцый, яны выконваюць функцыю прасоўвання нацыянальнай ідэі, адлюстроўваюць традыцыі і менталітэт беларускага народа. У якасці прыкладу можна назваць беларускамоўныя стыкерпакі «Традыцыі на новы лад. Зіма», «Лесавічок», «Сапраўдныя каштоўнасці», «Традыцыі на новы лад. Лета», «Дранік са смятанкай», «Шчаслівага свята сарокі».

Беларускамоўныя стыкеры тэматычна аб’яднаны і звязаны з пэўным персанажам ці падзеяй. Так, у калекцыях «Традыцыі на новы лад. Зіма» і «Традыцыі на новы лад. Лета» галоўныя героі – гэта зубр, каза, заяц і бусел, персанажы беларускага фальклору. Гэтыя стыкерпакі не прывязаны да пэўнай даты ці свята, яны дапамагаюць карыстальнікам месэнджара абменьвацца паведамленнямі і выяўляць свае эмоцыі ў самых розных сітуацыях, выкарыстоўваючы самабытныя выразы.

У беларускіх стыкерах разам з айдэнтэкай (нацыянальнай сімволікай) адлюстроўваюцца і яркія выразы, якія з’яўляюцца моўнымі маркерамі нацыянальнай ідэнтэчнасці і ўнікальнасці (*хавайся ў бульбу, маеш рацыю, цырк на дроце, нешта ў лесе здохла, мая хата з краю*).

Для колькаснага аналізу функцыянавання беларускамоўных стыкераў было праведзена апытанне сярод студэнтаў 1 курса факультэта міжкультурных камунікацый МДЛУ. Паводле апытанкі толькі 3% студэнтаў не карыстаюцца стыкерамі, 33% апытаных выкарыстоўваюць беларускамоўныя стыкеры. Адказваючы на пытанне: «З якой мэтай і ў якіх камунікатыўных сітуацыях вы выкарыстоўваеце беларускамоўныя стыкеры?», – студэнты адзначалі:

- 1) для перадачы эмоцый, падтрымкі беларускамоўнай камунікацыі, для ўзмацнення ўнікальнасці камунікацыі – 51%;
- 2) для камунікацыі з бацькамі і сябрамі – 30%;
- 3) для акцэнтацыі іроніі і жартаў – 12%;
- 4) для адлюстравання валодання мовай, калі тэма заходзіць пра культуру, гісторыю і любоў да Радзімы – 7% апытаных.

Месэнджар Viber дазваляе карыстальнікам ствараць аўтарскія калекцыі стыкераў. Выкарыстаўшы гэту магчымасць, мы паспрабавалі ўнесці свой унёсак у справу падтрымкі брэндзіравання нашай краіны з дапамогай стыкерпакаў («Пан Бульбан», «Афарызмы майстроў слова», «Кладзі слова ў лад»).

Аналіз функцый беларускамоўных стыкераў дазваляе сцвярджаць, што яны ўжо даўно перасталі быць проста забаўнымі малюнкамі. Акрамя функцый, уласцівых стыкерам увогуле, беларускамоўныя стыкеры з'яўляюцца маркерамі нацыянальнай ідэнтычнасці, носьбітамі інфармацыі пра нашу краіну, нашы традыцыі, культуру – адным са спосабаў брэндзіравання краіны. Таму мэтазгодна працягваць даследаванне беларускамоўных стыкераў у аспекце іх узаемадзеяння з невербальнымі сродкамі камунікацыі, у аспекце іх лінгвістычнага афармлення, спосабаў іх лексічнага папаўнення.

СПІС ЛІТАРАТУРЫ

1. Ейгер, Г.В. К построению типологии текстов / Г. В. Ейгер, В. Л. Юхт // Лингвистика текста: материалы научной конференции при МГПИИЯ им. М. Тареза. – Ч. 1. – М., 1974. – С. 103–109.
2. Костомаров, В. Г. Дисплейный текст как форма сетевого общения // Russian Language Journal, Vol. 60, 2010. – С. 141–147.
3. Русецкая М. Интернет-переписка – это новый, третий вид коммуникации, помимо устной и письменной речи // ОТР. 17.11.2017. <https://otr-online.ru/programmy/segodnya-v-rossii/shkolniki-ploho-govoryat-28924.html>