

УДК 81'25

ТЕКСТИНГ – ОСОБЫЙ ЯЗЫК SMS В РЕЧЕВОЙ ИНТЕРАКЦИИ

Переломов А. Ю.

Сумский государственный университет, г. Сумы

В статье предлагается рассмотрение специфического языка, используемого для общения посредством смс-сообщений, известного под названием текстинг. Автор анализирует лингвостилистические параметры данного коммуникативного феномена, а также особенности функционирования его вариаций в различных языках и культурах.

Ключевые слова: коммуникация, текстинг, SMS-коммуникация, речевая интеракция, Интернет.

Постановка проблемы. Культуры созданы из коммуникационных процессов, а все формы коммуникации, как утверждают Ролан Барт и Жан Бодрийяр, основаны на производстве и потреблении знаков. Не существует разделения между реальностью и символическим отображением.

В начале 21 века человечество стало свидетелем и непосредственным участником коммуникативной революции. Все человечество ощутило на себе трансформацию коммуникативных канонов как следствие расширения информационных технологий и появления новых видов коммуникации.

Цель статьи – проанализировать лингвостилистические параметры текстинга, а также особенности функционирования его вариаций в различных языках и культурах.

Развитие сети Интернет и появление мобильной связи стали причиной возникновения так называемого «текстинга», хотя в действительности он стал всего лишь предшественником более глубоких изменений, которые ожидаются в грядущем десятилетии.

Текст-месседжинг, также известный как текстинг – это обмен короткими письменными сообщениями между мобильными телефонами в сотовых сетях

Текстинг, как язык SMS, распространился во многих странах Европы, Америки и Азии. Впрочем, правильнее называть его не языком, а лишь одним из вариантов кодификации. Текстинг представляет собой набор общепринятых сокращений, что позволяет в минимуме символов передать максимум содержания. Сокращение слов и устойчивых выражений может основываться как на схожем звучании начального слова (thx – thanks – «спасибо»), так и на чистой аббревиации (omg – oh my god – «Боже мой»).

Когда и где возник текстинг, сказать трудно. Можно лишь достаточно точно назвать причины его появления. Несмотря на то, что текстинг считается языком SMS, его зарождение началось в Интернете. Именно здесь в чатах и мессенджерах возник его прообраз. Сначала для выражения эмоций стали употребляться

смайлики. Затем общение в чате и iсq потребовало от пользователей значительно увеличить скорость набора – так появились первые сокращения.

Когда же широкое распространение получила мобильная связь, то у текстинга появилось еще и экономическое обоснование. Основными сторонниками текстинга стали подростки. Дорогие голосовые звонки вынудили их активно использовать текстовые сообщения размером до 160 символов. Понятно, что такая лимитация символов заставила людей прибегнуть к сокращениям.

Появление новых функций мобильных телефонов вводит в наш язык (в контексте мобильной связи) такие понятия, как полифония, встроенная камера, пиксель, различные аббревиатуры: GPRS, GPS, SMS, WIFI, WAP, USB и т.д. Срабатывает закон экономии языка. Это экономия языковых и слуховых усилий и сокращение фразы до понятной. Это необходимо для передачи большего объема информации без перегрузки текста. Адаптация иноязычных терминов под наш речевой аппарат и наша речь, закон языковой компрессии, различные способы словообразования (добавление приставок и суффиксов), другие стилистические приемы, нарушения любых языковых норм преобразуют мобильную терминологию. В результате мы часто слышим: «же-пе-э-рэс» вместо правильно произнесенной аббревиатуры «джи-пи-ар-эс» (GPRS); «Контент» – транслитерация английского «content» (содержание).

Интернет коммуникация дала колоссальный импульс качественно новым измерениям в человеческом общении. Явным признаком компьютерного общения является коммуникация в актуальной и виртуальной среде. Все это составляет дискурсивное пространство – набор коммуникативных единиц (коммуниканем), т.е. законченных и незаконченных, больших и маленьких, диалогических и монологических, устных и письменных высказываний.

Наступает время мобильных устройств. В настоящее время мобильные устройства обретают всё большую популярность, постепенно вытесняя персональные компьютеры из сегмента коммуникационных устройств. Появление современных телефонов с интегрированными коммуникационными интернет-сервисами, большое количество мобильных Интернет устройств, активное внедрение беспроводного Интернета, тенденция к миниатюризации компьютеров (широкая популярность планшетов, нетбуков) все это «отрывает» пользователя от персонального (стационарного) компьютера в качестве посредника между Интернетом и коммуникантами. Интернет-коммуникация становится динамическим процессом, благодаря вышеупомянутым факторам может происходить где угодно (где присутствует покрытие связи).

Владелец современного мобильного телефона или планшета, постоянно находится в режиме «он-лайн». Сравнивая мобильный телефон 5-летней давности с современным, сразу видно, насколько востребованной становится именно мобильная коммуникация.

Ни для кого не секрет, что в текстинге превалирует именно английский язык, что, впрочем, не вызывает удивление, ведь именно он стал базовым в развитии преимущественно всех информационных технологий. Поэтому именно английский

язык подвергся наиболее интенсивному влиянию данного феномена. Фактически именно в этом языке и зародился сам текстинг.

Маленькая телефонная клавиатура вызвала целый ряд письменных адаптаций, как, например, во фразе «txt msg». Использование так называемого «КэмэлКейс» (англ. CamelCase), когда каждая часть составного слова или предложения пишется с большой буквы. Например: "LaBelle", BackColor, "McDonald's", или "iPod".¹

Несмотря на преобладающее влияние английского языка, развитие текстинга наблюдается также в среде других языков. Поскольку для некоторых языков, в частности для кириллицы, ограничение по символам ещё больше, чем в английском (70 знаков).

Для увеличения количества информации в сообщении, которые ограничены 70 символами кириллицей и 160 латиницей, используют транслитерацию, конверсию систем письма, при которой каждый графический элемент (знак) одной системы письма представляется графическим элементом другой системы письма. Этот процесс называется романизация²

В текстинге исчезают диакритические знаки, которые присущи некоторым языкам, например, польскому или французскому, вместо них используются буквосочетания или цифры. Чешский алфавит, например, содержит буквы ě, ř, ť, и ž. Диакритические знаки в этих буквах почти всегда опускаются при наборе текстовых сообщений в Чехии, таким образом, вместо них люди пишут с, e, s, и z. Контекст сообщения, передаваемый получателю, как правило, достаточно чёткий, что делается с целью исключения двусмысленности и неточного понимания передаваемого смысла.

Набирая смс или чат-сообщения коммуниканты часто прибегают к подмене слов цифрами. Например, английское fog заменяется на 4, поскольку данная цифра является омофоном с английским словом. В русском языке цифры могут заменять некоторые буквы, например, «1» для «I» или «И», «3» для буквы «З», «4» для «Ч» и т.д. Очень часто встречается примеры текстинга, где гласные буквы в слове попросту отсутствуют, зачастую это те слова, значение которых не трудно распознать даже без гласных букв. (Например, англ. «txt msg» или «XLNt»).

Вот несколько примеров слов, переведённых на язык текстинга: date – d8, easy – EZ, before – B4, laugh out loud – LOL, love – luv, Пушкин – 17yШkuH, что – 4то, жёлтый – *елтый, позвони – по3ВоНу и т.д.

Акронимы – это формы аббревиаций, где первая буква слова в фразе замещает всё слово. Не удивительно, что этот способ сокращения длины слова стал очень популярен в среде чатов и смс. И действительно, общепринятые буквенные комбинации, в которые подчас может быть закодировано целое предложение, очень экономно расходуют время коммуниканта и объём сообщения, таким образом, количество информации, переданное за единицу времени, увеличивается в несколько раз. Акронимы стали очень популярны, поскольку они представляют быстрый способ общения в пределах группы индивидов. Несмотря на то, что процесс генерации собственных акронимов может быть творческим, важно помнить, что не все аббревиации являются акронимами, некоторые из них – просто

¹ <http://en.wikipedia.org/wiki/CamelCase>

² <http://ru.wikipedia.org/wiki/Транслитерация>

сокращения. Некоторые примеры акронимов «AFAIC» – As Far As I Concerned, «ASAP» – As Soon As Possible, «CUL8R» – See You Later.

Некоторые коммуниканты также могут использовать специальные цифровые коды отсылая друг другу сообщения, состоящие из нескольких цифр. Например 74 означает «Перезвони мне срочно», а если на телефоне появилось SMS с цифрами 89, значит, собеседник направляется домой. Недостаток в том, что не всем абонентам можно рассылать такие шифровки, а лишь тем, с кем есть коммуникативная конвенция.

В отсутствие прямого визуального контакта, когда коммуникант не в состоянии фиксировать тембр голоса, телодвижения, а также множество других паралингвистических компонентов коммуникации, очень непросто выражать свои эмоции «письменно». Именно поэтому широкую популярность завоевали смайлы (эмотиконы, англ. emoticon – emotion+icon). Эмотикон – символ, группа символов, или небольшой рисунок, вставляемые в текст для выражения эмоций: (☺, ☹, :-D). Обычно они используются при общении через сеть Интернет (sms, чаты, Интернет-форумы). Самый распространенный смайл, давший название всей группе – «улыбка» :-). Образуется сочетанием двоеточия и закрывающей скобки.

Развитие высокоскоростных сетей передачи данных теперь может обеспечивать мобильную аудиовизуальную коммуникацию. Вообще, сама коммуникация становится одним из важнейших элементов жизни человека. Попробовав однажды, он уже не может заставить себя отказаться от мобильной коммуникации. Человечество стремительными темпами погружается в реальную виртуальность, которая видоизменяет пространство и время – фундаментальные измерения человеческой жизни. Время стирается в новой коммуникационной системе: прошлое, настоящее и будущее можно программировать так, чтобы они взаимодействовали друг с другом в одном и том же сообщении. Материальным фундаментом новой культуры есть пространство потоков и вневременное время.

Переломов А. Ю. **Текстинг – особлива мова sms у мовленнєвій інтеракції** // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». – 2011. – Т. 24 (63). – № 4. Частина 2. – С.343-346.

У статті пропонується розгляд специфічної мови, яка використовується для спілкування за допомогою sms-повідомлень, відомої під назвою текстинг. Автор аналізує лінгвостилістичні параметри даного комунікативного феномену, а також особливості функціонування його варіацій в різних мовах та культурах.

Ключові слова: комунікація, текстинг, SMS-комунікація, мовна інтеракція, Інтернет.

Perelomov A. **Texting as a special sms-language in speech interaction** // Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V. 24 (63). – № 4. Part 2. – P.343-346.

The article offers a review of the specific language, used for interaction, within the sms-messages, known as texting. The author analyzes linguostylistic parameters of this communicative phenomenon and the peculiarities of its variations in different languages and cultures as well.

Key words: communication, texting, SMS-communication, speech interaction, Internet.

Поступила в редакцію 09.10.2011 г.