

АНГЛІЙСЬКИЙ SMS-СЛЕНГ ЯК СУЧАСНА ФОРМА УСНО-ПИСЬМОВОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Бездітко Анастасія Романівна,
*викладач кафедри філології, перекладу
та стратегічних комунікацій
Національної академії Національної гвардії України
bezdetkonastenka@gmail.com
orcid.org/0000-0002-5634-0034*

Мета статті – проаналізувати явище SMS-сленгу та виявити основні види SMS-повідомлень на основі суцільної вибірки.

Методами дослідження виступають загальнотеоретичні методи наукового пізнання: вивчення та аналіз лінгвістичної, методичної літератури, SMS-повідомлень; методи емпіричного дослідження: бесіда зі студентами та курсантами; аналіз текстових повідомлень молоді в соціальних мережах Facebook та Twitter.

Результати. У статті окреслено розвиток і становлення SMS-мови як новітньої форми спілкування, досліджено поняття SMS-сленгу та його особливості на лексичному мовному рівні. Під час вивчення теоретичного аспекту SMS-мови виявлено три компоненти комунікативної компетенції, що дозволяють здійснювати електронну форму спілкування: лінгвістичний, соціолінгвістичний та прагматичний. Аналізуючи англійський SMS-сленг, визначено найголовнішу його характеристику – стислість, що виражається в різноманітних скороченнях (“abbreves”). Це зручно, якщо потрібно швидко надрукувати лист; аббревіатури дозволяють швидше розкрити суть листа; їх застосування є доречним у разі обмежень за кількістю символів. Загалом визначають такі основні риси цього виду сленгу: стислість, відносна концентрація нестандартних орфографічних маркерів, за формою – це «маленька розмова», моментальність, приватний характер змісту, сильна залежність від засобу передачі інформації. Усе це впливає на мовний образ SMS. На основі структурно-лінгвістичних особливостей текстових повідомлень англійського SMS-сленгу було виділено шість груп SMS-повідомлень (SMS-криптографія): криптографія аббревіатур, криптографія заміни, криптографія цифр, криптографія літер, криптографія символів, авторська криптографія. Результати дослідження показали, що SMS-мова спирається на три ключові соціолінгвістичні аспекти: стислість і швидкість, паралінгвістичну рестрикцію, фонологічне наближення. SMS-сленг становить досить специфічну групу, що має суттєві відмінності від інших видів сленгу, які виражаються у формі та функціях цього соціолекту.

Висновки. Отже, встановлено, що SMS-сленг як електронна форма комунікації створює нову форму мислення, що характеризується прискореним і стисненим за обсягом обміном інформації. Основною метою створення і використання мови SMS є передача повідомлення, використовуючи найменшу кількість можливих символів, в результаті чого пунктуація, граматики і капіталізація ігноруються, тому SMS-сленг потребує більш детального дослідження й аналізу мовознавчими студіями, зокрема, з погляду лінгвістики, соціолінгвістики, психолінгвістики тощо. Практична значущість проведеного дослідження в тому, що воно надає важливий матеріал для дослідження інтересів, уподобань, мовних та психологічних особливостей сучасної молоді як окремої мовної спільноти.

Ключові слова: сленг, SMS-мова, текстове повідомлення, класифікація, криптографія, скорочення, текстонім, ідеограма.

ENGLISH SMS-SLANG AS A MODERN FORM OF ORAL-WRITTEN ELECTRONIC COMMUNICATION

Bezditko Anastasiia Romanivna,
*Lecturer of the Department of Philology,
Translation and Strategic Communication
National Academy of the National Guard of Ukraine
bezdetkonastenka@gmail.com
orcid.org/0000-0002-5634-0034*

The purpose of the article is to analyze the phenomenon of SMS-slang and identify the main types of SMS-messages based on a continuous sample.

Methods. This investigation includes theoretical methods of scientific knowledge: study and analysis of linguistic, methodological literature, SMS-messages; methods of empirical research: conversation with students and cadets, analysis of young people's text messages on social networks Facebook and Twitter.

Results. The article describes the development of the SMS-language as the newest form of communication, explores the concept of SMS-slang and its features at the lexical language level. During the study of the theoretical aspect of SMS-language, three components of communicative competence were identified: linguistic, sociolinguistic and pragmatic. Analyzing the English SMS-slang, its most important characteristic was defined: conciseness, which is expressed in various abbreviations: it is convenient to print a letter quickly; abbreviations make it easier to uncover the essence of a letter; their use is appropriate with restrictions on the number of symbols. Generally, it was determined the following basic features of the SMS-slang: conciseness, non-standard spelling markers, form of a “small talk”, instant, private nature of the content, dependence on the means of information transference. On the basis of the structural-linguistic features of English SMS-language, six groups of SMS-messages (SMS-cryptography) were distinguished: abbreviation cryptography, replacement cryptography, number cryptography, letter cryptography, symbol cryptography, author's cryptography. The results of the study showed that SMS-language relies on three main sociolinguistic aspects: conciseness and velocity,

paralinguistic restriction, phonological approximation. SMS-slang is a specific group, which has significant differences from other types of slang and functions of this social intellect.

Conclusions. Thus, it has been studied that SMS-slang as an electronic form of communication creates a new form of thinking characterized by accelerated and compressed exchange of information. The main purpose of creating and using SMS is to convey the message using the fewest possible characters, resulting in punctuation, grammar, and capitalization are ignored, so SMS slang requires more detailed research and analysis by linguistic studios. The practical significance of the research is the development of language and communication skills within electronic and oral communication.

Key words: slang, SMS language, text message, classification, cryptography, abbreviation, textonym, ideogram.

1. Вступ

XXI століття – «Інтернет» століття, час інформаційних технологій, які невинно впливають на розвиток людства. Комп'ютери, планшети, телефони, різноманітні соціальні мережі (Facebook, Twitter, TikTok...) і SMS-повідомлення стали невіддільною частиною побуту та встановили новітній метод соціальної взаємодії. Як відомо, людина намагається зробити своє життя простішим, підлаштувати під себе навколишнє середовище. Те ж саме відбувається і з мовою. Такі зміни, як поява неологізмів, сленгу, запозичення іноземних слів, абрєвіатури, скорочення слів все частіше стали зустрічатися в мові в усьому світі, а в поєднанні з різноманітними пристроями зв'язку утворилася електронна форма спілкування.

Електронна форма спілкування, яка стала поруч із усною і письмовою формами спілкування, використовується не тільки у віртуальному просторі, а й у повсякденному житті. SMS-спілкування має свої мовні особливості та формує не тільки нову культуру спілкування, а й нову культуру мислення, що й маркує актуальність цієї теми. На сучасному етапі проблема англійського SMS-сленгу як нової форми комунікації молоді мало досліджена науковцями, тому потребує детального розгляду й вивчення різними філологічними студіями.

Метою статті є аналіз поняття «SMS-сленг», дослідження його соціолінгвістичних особливостей й класифікація SMS-повідомлень на основі теоретичного і практичного вивчення. Мета передбачає розв'язання таких завдань: вивчити літературу за темою роботи; виявити лінгвістичні особливості англійського SMS-сленгу; класифікувати різні групи SMS-повідомлень на основі практичного дослідження. У статті керуватимемося такими методами наукового пізнання, як теоретичний та емпіричний методи дослідження.

2. Становлення та розвиток SMS-сленгу

Оскільки розмовна і письмова мова стрімко змінюється й «удосконалюється», без словника і мінімального знання сленгу неможливо розібрати елементарне SMS-повідомлення: розділові знаки стали виражати емоції (« :-) = happy», що означає радість, «:(= sad», що означає смуток), цифри замінюють літери («4 me» = «for me», «2be» = «to be»), цілі речення перетворилися на абрєвіатури («ROLF» = «Rolling on the floor laughing» – бути на підлозі від сміху»), на SMS-мову перекладають книги, а американські студенти навіть пишуть на ньому твори.

Ідея створення сервісу виникла в 1984 р. і була реалізована групою інженерів, серед яких були: Фрідхельм Хілленбранд, Бернар Жильбер, Фінн Тросбі та іншим. Вперше система SMS була випробувана у Великобританії в 1992 році з метою надіслати текст із персонального комп'ютера на мобільний телефон у мережі GSM компанії Vodafone. На Різдво інженер телекомунікаційної компанії Vodafone Нейл Папуорт відправив своїм колегам найперше в світі коротке текстове повідомлення «MERRY CHRISTMAS-92». Після цього про цю нову технологію забули. Лише 2000 року стільникові компанії ввели послугу Short Message Service (SMS), що перекладається як «Послуга Коротких Повідомлень» (Іонина, 2007).

Початок історії появи SMS-мови слід віднести до моменту появи телеграфу. Телеграфісти першими почали опускали голосні букви в словах під час передачі повідомлень (mssg – message, pls – please, adds – address, mnndt – midnight, bldg – building, scrpt – scripture) (Голденков, 1999).

З часом SMS-мова знайшла продовження в азбуці Морзе, де радисти замість цілого слова використовували його початкові склади. На цей час такі скорочення не втрапили актуальності (vac – vacation, hols – holidays, doc – doctor, demo – demonstration, ad – advertisement) (Голденков, 1999). Скорочення за початковими літерами вихідних словосполучень зустрічаються за часів Другої світової війни, в телеграмах американських і британських солдатів додому: SWALK – SEALED WITH A LOVING KISS, що перекладається як «запаковано з любов'ю» (Голденков, 1999).

Абрєвіатура у вигляді початкових букв стійких словосполучень вживається не тільки в ЗМІ, рекламі, Інтернеті, SMS-повідомленнях, але й у розмовній мові: UK – United Kingdom, PM – Prime Minister, VIP – Very important person, PR – public relations, FTF – face to face, BBS – be back soon, HAND – have a nice day, ATB – all the best. Є скорочення і в географічних назвах: LA – Los Angeles, ME – Middle East, NY – New York (Голденков, 1999).

З освоєнням мобільних телефонів, чатів, онлайн-простору молодь зробила третій, вирішальний крок в економії мовних засобів. У цієї мови з'являється нова, дуже продуктивна форма афористичності, а іронія і глузування набувають несподіваної гостроти. Так народився новий вид мови – SMS-мова. Молодь XXI століття знайшла новий спосіб самовираження і здобула титул покоління акронімів, або Short Generation.

Наразі вчені не можуть сформулювати чітке поняття сленгу. Наприклад, І.Р. Гальперін (Гальперин, 1956) вважає, що сленг – це варіант розмовної мови (він також включає в себе емоційно-забарвлені слова), який не співпадає з нормами літературної мови. Тоді як SMS-сленг – це скорочення слів, заміна деяких літер цифрами або позначками, вживання сленгових та жаргонних слів. SMS-сленг виник для більш швидкого обміну текстовими повідомленнями.

На сучасному етапі SMS-сленг є окремим складником SMS-мови, що розвивається всередині різних мов. Зокрема, в США на SMS-мову переклали «Іліаду», у Франції деякі сайти представлені англійською,

французькою та мовою SMS, в Європі видають словники SMS-сленгу (Chambers Slang Dictionary). Крім того, в Шотландії викладають курси SMS-сленгу, а в Китаї екранізували перший SMS-роман «По той бік оточеної фортеці». Текстові повідомлення використовують для реклами, сповіщень від банків та різних компаній, створено кілька мільйонів сайтів із прикладами святкових, гумористичних SMS тощо.

Таким чином, SMS-сленг став лінгвістичним феноменом XXI століття і тому потребує більш детального дослідження й аналізу в різних галузях науки, зокрема лінгвістиці, соціолінгвістики, психолінгвістики та інші.

3. Основна характеристика сучасних текстових повідомлень

Відмінною рисою SMS-повідомлень є недотримання орфографічних норм. Нерідко спостерігається, що текст нагадує «викривлену» транскрипцію і демонструє певний зв'язок орфографії з фонетикою. Значною мірою графічні особливості SMS-мови спостерігаються в текстах, написаних латиницею. У таких випадках ми стикаємося не стільки з перекрученою транскрипцією, скільки з цілою особливою мовою літер (Газизов, 2007).

Знайомий звук або сполучення звуків втілюється у вигляді цифр і допоміжних дзвінків, «офіційно» не мають відношення до мови.

Автори текстів латиницею не зв'язані якимось єдиним, усталеним зведенням правил і змушені шукати відповіді для того чи іншого випадку за допомогою знаків або сукупності знаків, керуючись різними, але власними підходами до проблеми. Використання тих чи інших «дублерів» є індивідуальним явищем.

Слід зауважити, що розмір літер для SMS-тексту – це умовність. Нерідкі SMS-повідомлення, повністю написані літерами одного розміру. Текст може бути написаний і прописними, і малими літерами, але слід звернути увагу на конкретну ситуацію, адже великі літери використовуються для акцентування уваги в тексті, для передачі підвищеної інтонації, крику.

Таким чином, графіка SMS-тексту допомагає імітувати процес живої усної мови. Суміш латиниці, цифр і позамовних знаків, у якій важливим стає донести зміст висловлювання, не піклуючись про правила і норми, робить SMS-текст відмінним від нормативної мови. Слід зазначити, що прагнення до імітації усного мовлення чітко простежується у низці словотворчих особливостей SMS-тексту, а також на рівнях лексики і синтаксису.

4. Класифікація SMS-сленгу

Письмовий текст демонструє рівень комунікативної мовної компетенції, яка є сукупністю знань і умінь, що дозволяють людині здійснити ту чи іншу діяльність за допомогою мовних засобів. Фахівцями виділяються три компоненти цієї компетенції:

- лінгвістичний (передбачає знання мовної системи);
- соціолінгвістичний (володіння соціальними нормами поведінки);
- прагматичний (передбачає навички використання мовних засобів у певних функціональних цілях, розпізнавання різних типів текстів, а також умінь вибирати мовні засоби залежно від ситуації спілкування) (Ионина, 2007).

На цей час методичні посібники та словники для розшифрування SMS-повідомлень не дають повного уявлення про класифікації цього виду комунікативних повідомлень. Сучасна молодь, як і всі учасники соціальних мереж, користується SMS-криптографією. Аналіз структурно-лінгвістичних особливостей текстових повідомлень англійського SMS-сленгу дозволяє класифікувати SMS-повідомлення на шість груп (Таран, 2013).

Перша група – криптографія аббревіатур. Аббревіатурна криптографія є скороченням в написанні слова або групи слів, що мають морфологічний сенс, наприклад: “LOL” – аббревіатура, що розшифровується як “Laughing Out Loud” (голосно сміятися).

Інші приклади аббревіатурної криптографії, що часто зустрічається в SMS-текстах молоді: ASAP = “As soon as possible” (якомога швидше), ATM = “At the moment” (на даний момент), AYT = “Are you there?” (Ти впевнений?), BBL = “(I will) be back later” (я повернуся пізніше), FYI = “For your information” (до твого \ вашого відомо), GTG = “Got to go” (пора йти), IGU = “I give up” (я відмовляюся \ з мене досить) та інші (Thurlow).

Друга група – криптографія заміни. Криптографія заміни являє собою набір слів (іноді цифр), які замінюють те чи інше слово, яке не є синонімом. Деякі слова і їх позначення з'явилися завдяки функції T9 на телефоні. Назва «T9» походить від англійської фрази “text on 9 keys”, тобто набір тексту на 9 кнопках. Під час набору тексту система T9 намагається вгадати, що за слово людина намагається набрати на основі вбудованого словника, найбільш вживані слова підставляються першими. На жаль, ця функція іноді завдає масу незручностей: слова замінюються на інші, спотворюються і таке інше. Молоде покоління не передруковує їх, на відміну від людей середнього та похилого віку. Наприклад, замість “cool” (круто, класно) пишуть “book”, оскільки літери “c”, “b” і “k”, “l” знаходяться на однаковій кнопці телефону, і не має сенсу шукати потрібне слово, тому що з контексту і так все буде зрозуміло.

Вигукуючи “Zonino!”, підлітки мають на увазі “Woohoo!” (і те, й інше означає радісні вигуки), а називаючи когось “nup” (черниця), говорять про свою “mum” (мати). За словами Девіда Кристала, фахівця з лінгвістики в Університеті Бангора, така лексика називається текстонімами, або T9-онімами (вимовляється як «тінонім»).

Третя група – цифрова криптографія (криптографія цифр). Цифрова криптографія має на увазі заміну букв цифрами, співзвучними з тими чи іншими літерами або складами, наприклад: B4 = “Before” (до, перед), 1 = “One, want” (один, хочу), 2 = “Too” (також) і так далі. Числа «143» і «459» – найпрекрасніші неологізми англійської мови, що означають “I love you” (я кохаю тебе): 143 – це сума порядкових номерів усіх букв англійського алфавіту, а 459 – цифрові клавіші мобільного телефону, які відповідають за перші літери кожного слова. «35» і «11» означають «немає грошей» і «прострочено». Це пов'язано з електронними картами оплати проїзду

в лондонському громадському транспорті: якщо вставити карту в приймач і на екрані з'явиться число 35 – це означає, що на картці закінчилися гроші, а якщо 11 – термін дії картки закінчився. Цифра “404”, більш відома з платформи Інтернет як «помилка 404» (сторінка не знайдена або помилка читання) але мовою сленгу означає «невіглас, неук».

Четверта група – криптографія літер. Криптографія літер передбачає використання літер, які можуть бути словами або складами, наприклад: B = be (бути), bee (бджола); C = see (бачити), L&R = later (пізніше), 4EVER / 4ER = forever (назавжди) (Thurlow).

П'ята група – криптографія символів. Криптографія символів передбачає використання різних символів (знаків пунктуації, ідеограм та інші) для передачі емоцій і слів. Символи відіграють дуже важливу роль в англійському SMS-сленгу, наприклад: @ = at (в); 10q = thank you (спасибі) (Thurlow).

Ідеограми (смайли), список яких поповнюється з кожним днем, посідають особливе місце в текстах SMS. Смайли служать для передачі настрою. З їх допомогою можна повідомити про свій настрій, використовуючи всього 2–3 знаки, наприклад: : / = Wry face (незадоволене обличчя), : P = tongue out just kidding (обличчя з язиком), : -0 = shout in anger (обличчя, що кричить від злості), ~) = I've got a running nose (у мене нежить), : 3) = Wow! (Ну ти даєш!) (Thurlow).

Більш сучасним видом ідеограм є емодзі (анг. “emoji”) – графічні смайли у вигляді маленьких зображень. Такі емодзі компенсують відсутність візуального контакту та додають виразності тексту (рис. 1).

Деякі вчені-мовознавці вважають, що незабаром замість слів в SMS-повідомленнях будуть переважати спілкування смайлами, а на зміну фонографії в форматі SMS прийде піктографія.



Рис. 1. Емодзі

Шоста група – авторська криптографія (криптографія автора). Під авторською криптографією ма.т.ся на увазі неологізми, введені авторами повідомлень. Молодь постійно удосконалює SMS-сленг, придумуючи нові скорочення слів, а іноді й цілих словосполучень, наприклад: imo = in my opinion (на мою думку), lemme = let me (дозволь мені), ur = your / you're (твій/ти) та ін. (Thurlow).

5. Висновки

На підставі наведеної вище класифікації можна зробити висновок, що мова SMS спирається на три ключові соціолінгвістичні аспекти:

- стислість і швидкість: “At Home, We Have To STUDY”, при цьому, S.T.U.D.Y. = Sleep, TV, Unlimited-SMS, Dota, Youtube – «Спати, дивитися телевизор, чатитись, грати в доту і переглядати відео на Youtube» (Thurlow);
- паралінгвістична рестрикція: «34U» = Three words For You (I Love You) – «Три слова для тебе (Я кохаю тебе)» (Thurlow);
- фонологічне наближення: «Come 2 C my 4grfs 2M» = Come to see my photographs tomorrow – «Приходь завтра ввечері подивитися мої фотографії» (Thurlow).

SMS-сленг як засіб спілкування набуває дедалі більшої популярності, а його вплив на сучасну мовну картину світу є беззаперечним. SMS-сленг є цікавим для вивчення з погляду соціо- та психолінгвістики, оскільки надає важливий матеріал для дослідження інтересів, уподобань, мовних та психологічних особливостей сучасної молоді як окремої мовної спільноти.

Література:

1. Газизов Р.А. Речевой этикет в Интернете. Культура общения и ее формирование. Вып. 19. *Межвузовский сборник научных трудов*. Воронеж: Истоки, 2007. 174 с.
2. Гальперин И.Р. О термине «сленг». *Вопросы языкознания*. № 6. 1956. С. 106–114.
3. Голденков М.А. Осторожно, hot dog! Современный активный English. 2-е изд., испр. и доп. Москва : ЧеРо, 1999. 272 с.

4. Ионина А.А. Особенности современного текстового мышления. SMS-язык. Москва, 2007. 270 с.
5. Павлова Е.Э., Селифонова Е.Д. Специфика молодежного сленга современного английского языка (на примере SMS переписки). *В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии* : сб. ст. по матер. IV междунар. науч.-практ. конф. № 12(55). Новосибирск : СибАК, 2015. 288 с.
6. Петришин О.Л., Лужецька О.М. Новітні англомовні запозичення як засіб міжкультурної комунікації. *Young Scientist*. 2018. № 3.1 (55.1). С. 135–138.
7. Поцулко О.А. Українськомовний комп'ютерний сленг як комунікативна девіація сучасної молоді. Теорія і практика сучасної психології. 2017. № 1. С. 69–73.
8. Таран О.С. Функціональні особливості сленгізмів у текстових повідомленнях (смс). *Лінгвістичні дослідження*. 2013. Вип. 35. 2013. С. 179–185.
9. Thurlow C. Generation Txt? The sociolinguistics of young people's text messaging. URL: <http://extra.shu.ac.uk/daol/articles> (дата звернення: 15.04.2020).

References:

1. Gazizov R. A. (2007) Rechevoj etiket v Internete. Kultura obsheniya i ee formirovanie. [Speech etiquette on the Internet. Culture of communication and its formation]. Vyp. 19. *Mezhdunarodskij sbornik nauchnyh trudov*. Voronezh: Istoki, 174 [in Russian].
2. Galperin I. R. (1956) O termine “sleng”. *Voprosy yazykoznanija*. [About the term “slang”. Questions of linguistics]. № 6. 106–114 [in Russian].
3. Goldenkov M.A. (1999) Ostorozhno, hot dog! Sovremennyy aktivnyj English. [Watch out, hot dog! Modern Active English]. 2-e izd., ispr. i dop. M.: CheRo, 272 [in Russian].
4. Ionina A.A. (2007) Osobennosti sovremennogo tekstovogo myshleniya. SMS-yazyk. [Features of modern textual thinking. SMS language.]. Moscow. 270 [in Russian].
5. Pavlova E. E., Selifonova E. D. (2015) Specifika molodezhnogo slenga sovremennogo anglijskogo yazyka (na primere SMS perepiski). *V mire nauki i iskusstva: voprosy filologii, iskusstvovedeniya i kulturologii*. [The specifics of youth slang of modern English (on base of SMS correspondence)] sb. st. po mater. IV mezhduar. nauch.-prakt. konf. № 12(55). Novosibirsk : SibAK. 288 [in Russian].
6. Petryshyn O. L., Luzhetska O. M. (2018) Novitni anhlomovni zapozychennia yak zasib mizhkulturnoi komunikatsii. *Young Scientist*. [The newest English borrowings as a means of intercultural communication. Young Scientist]. № 3.1 (55.1). 135–138 [in Ukrainian].
7. Potsulko O. A. (2017) Ukrainskomovnyi kompiuternyi sleng yak komunikativna devyatsiia suchasnoi molodi. Teoriia i praktyka suchasnoi psykholohii. [Ukrainian-language computer slang as a communicative deviation of modern youth. Theory and practice of modern psychology]. № 1. 69–73 [in Ukrainian].
8. Taran O. S. (2013) Funktsionalni osoblyvosti slengizmiv u tekstovykh povidomlenniakh (sms). *Lingvistichni doslidzhennia*. [Functional features of slang in text messages (sms). Linguistic research]. Vyp. 35, 179–185 [in Ukrainian].
9. Thurlow C. Generation Txt? The sociolinguistics of young people's text messaging. Retrieved from: <http://extra.shu.ac.uk/daol/articles>.

Стаття надійшла до редакції 15.04.2020
The article was received 15 April 2020