

СРЕДСТВА КОМПЕНСАЦИИ ОТСУТСТВИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОСТИ В СМС-СООБЩЕНИЯХ*

В данной статье рассматриваются как общие для англоязычной и русскоязычной СМС-переписки средства компенсации отсутствия эмоциональности так и уникальные русские параграфические средства. Дается классификация наиболее распространённых видов эмтиконов; делаются попытки прогнозирования основных тенденций развития сервиса в направлении решения проблемы отсутствия эмоциональности.

Ключевые слова: *паралингвистическая компенсация, СМС-коммуникация, уникальные средства русского языка, эмоции, потеря эмоциональности.*

Общение посредством СМС (англ. *Short Message Service* — служба коротких сообщений) — системы, позволяющей при помощи **сотового телефона** посылать и принимать текстовые сообщения, состоящие из алфавитно-цифровых символов, может обнаруживать некоторые отличия, обусловленные культурными, социальными, языковыми и прочими особенностями пользователей сотовой связи в той или иной стране, однако, есть одна черта, характерная для СМС-переписки на всех языках мира — отсутствие эмоциональности (эмотивных элементов) и невербальных средств общения. Поэтому на фоне жёсткой ограниченности объёма коротких текстовых сообщений и ярко выраженной приоритетной информационно-коммуникативной функции данного вида письменной коммуникации пользователи вынуждены использовать все доступные им средства для компенсации данных недостатков.

Основными способами добавления эмоциональности сообщению, как в русской, так и в английской СМС-коммуникации, по данным нашего исследования, являются: использование восклицательного знака; многократное дублирование пунктуационных знаков; капитализация (отдельно стоит отметить, что написанная заглавными буквами фраза в Интернете обычно воспринимается как крик; в данном же случае нет такого агрессивного восприятия) и использование междометий. Причём список используемых междометий весьма впечатляет и охватывает довольно широкий спектр эмоций и действий.

Кроме того, опрошенные нами респонденты прибегают к таким способам компенсации безэмоциональности коротких текстовых сообщений, как: многократное дублирование букв в слове (зачастую заглавных — «нрАААавится»); (иногда многократное) использование смайлов, картинок, анимаций, дефисов или пробелов между буквами в слове (например, «У-м-и-р-а-ю» или «п е р е з в о н ю!»), разнообразных шрифтов, музыкального и цветового фона сообщения и букв, аббревиатур, описывающих эмоциональное состояние человека (например, «лмао» — «дико смеюсь» или «лол» — «громко смеюсь (не обидный смех)»... — аббревиатуры, заимствованные из английского языка и сохранившие свой фонетический облик) или словесного описания своих эмоций (например, «привет!/улыбаюсь/» или «привет! *еле сдерживая негодование*» — уникальная черта русской СМС-переписки), экспрессивных слов, эпитетов, гиперболы... К этой же группе экспрессивных средств мы относим специфическую языковую игру, основанную на коверкании слов (например, «Wotcha» («What's up?»), «dats» («that's»), «любоффф», «УЖАСТЬ!!!», «АТПАД!», «ВАЩЕ!», «никачу»), а также использование подобной техники написания: «**Не хочУ!**».

В целом, методы добавления эмоциональности СМС-сообщению условно можно разделить на языковые и цифровые (музыкальное оформление, шрифты, фон, анимации,

* © Коновалова Ю.Е.

картинки...); но есть ещё одно средство, которое занимает срединное положение между ними, обладая признаками и языкового и цифрового способа компенсации эмоциональной бедности данного вида письменной коммуникации — это смайлы.

Прежде всего, стоит остановиться на том, что **сма́йлик**, **смайл** (англ. *smile, smiley*, или *smiley*), **эмотикóн** (англ. *emoticon*), **эмотикóнка**, **эмоциóн**, **эмограмма** ... — это **идеограмма**, изображающая **эмоцию**. Ещё в 1969 году Владимир Набоков в одном из своих **интервью упоминал** о том, что стоит создать специальный знак **пунктуации** для графического отображения эмоций: «Мне часто приходит на ум, что надо придумать какой-нибудь **типографический** знак, обозначающий улыбку, — какую-нибудь закорючку или упавшую навзничь скобку, которой я бы мог сопроводить ответ на ваш вопрос» [интернет-ресурс: <http://www.r-i-p.info/artview.php?id=586>]. Существует огромное множество предположений о создателе эмотиконов и времени их появления (самые ранние упоминания о смайлах относятся к 60-м годам прошлого века), но бесспорно одно — именно электронный дискурс справился с проблемой компенсации безэмоциональности письменного общения, а СМС-язык, в свою очередь, активно заимствовал и преумножил данный ресурс. В данный момент смайлики способны описывать не только эмоции, но и состояния человека, его внешность, род занятости и даже действия. Мы выделяем несколько основных видов смайлов (виды эмотиконов представлены в порядке убывания частотности):

1. **КЛАССИЧЕСКИЕ СМАЙЛЫ** — сочетания пунктуационных знаков и иногда букв (например, :-P «показывающий язык»);

2. **ГРАФИЧЕСКИЕ СМАЙЛЫ**, имеющиеся в телефоне (например, 🙄) (Основную трудность представляет тот факт, что набор графических средств варьируется в зависимости от марки и модели сотовых телефонов. Иногда аналог, подбираемый мобильным аппаратом адресата, имеет абсолютно другое значение.);

3. **КАОМОДЗИ** — азиатский стиль эмотиконов, стремительно популяризирующийся и в других странах, базируется на обозначении эмоций в **аниме** и **мáнге** (**японских комиксах**, иногда называемых «комикку»), где бóльшее внимание уделяется **глазам**, а не **рту** (например, (==^.^==) «кошка» или (0_o) «большое удивление»);

4. **«ПСЕВДОСМАЙЛЫ»** — комбинации символов, заимствованные из ICQ, чатов и т.д., где за многими смайлами закреплены английские аббревиатурные расшифровки, и при наборе определённой аббревиатуры автоматически появляется соответствующий смайл. Пользователи сотовых телефонов по привычке стали использовать популярные Интернет-аббревиатуры и в СМС-сообщениях (например, при наборе «(k)» («kiss») в ICQ появляется смайлик, обозначающий «поцелуй») — данный вид смайлов используется исключительно в русской СМС-переписке);

5. **АНИМАЦИОННЫЕ СМАЙЛЫ** — подвижные (часто цветные) изображения, имеющиеся в телефоне;

6. **МАТЕМАТИЧЕСКИЕ СМАЙЛЫ**, где в качестве выразительного средства вместо **ASCII-арта** используется **TeX**-разметка

(например,  «весёлое лицо»

.** , ,**.

* * *

* . *

,

«сердце»...)

Статистические данные нашего эксперимента говорят о том, что 81% опрошенных нами пользователей сотовых телефонов используют смайлы при общении посредством СМС, и только 19% респондентов не прибегают к этой технике добавления эмоциональности высказыванию. Кроме того, как видно из результатов, описанных выше, наибольшей популярностью пользуются классические смайлы, состоящие из комбинаций пунктуационных знаков и иногда букв. Причиной тому является, прежде всего, наибольшая унифицированность данного вида эмоционов. Также, при обработке данных, наше внимание привлёк ряд любопытных особенностей классических пунктуационных (текстуальных) смайлов:

1. наличие синонимических рядов

Например, ряд смайлов, обозначающих «поцелуй»:

* *) :* =* :*) :-* ;-*

2. наличие разных уровней эмоциональности, выраженное дублированием элементов эмотиконов или их самих

Например, выражение радости:

;-) («рад»)/ ;-)) / ;-))) / ;-)))) («безумно рад»)/ ;-)))) ;-)))) ;-)))) («нет предела радости»)

...

3. редукция смайлов

Например, недовольство может быть выражено так: «=-(>» или вот так: «(>» .

(и в зависимости от степени выраженности данного эмоционального состояния количество скобок увеличивается по усмотрению автора послания). Однако отсутствие точных значений, закреплённых за отдельными структурными элементами эмотиконов неизбежно приводят к субъективному толкованию этих параграфических средств, что определяет целый ряд их семантических особенностей: эмотиконы характеризуются многозначностью, вступают в синонимические отношения, встречаются окказиональные эмотиконы или такие, чья связь с обозначаемым предметом или явлением строится на метафорических или метонимических сдвигах значения.

Данные особенности лишней раз подтверждают предположение П.В. Кондрашова о том, что «в процессе «эволюции» смайлики трансформировались в пиктограммы — рисунки, несущие информацию» [Кондрашов П.Е. 2004, С. 112-114]. При доказательстве этого положения лингвист условно называет смайлики, состоящие из знаков препинания, «текстовыми», а смайлики-рисунки — «графическими». Пиктография определяется в «Лингвистическом энциклопедическом словаре» как один из этапов развития письма: отображение содержания сообщения в виде рисунка или последовательности рисунков. При этом указывается, что принципиальное отличие пиктограмм от знаков фонетического письма заключается в незакреплённости за пиктограммой конкретной единицы языка, в возможности интерпретации пиктограмм на любом языке; пиктограмма может быть воспринята как слово, синоним этого слова, предложение с различными вариациями смысла, несколько предложений [Лингвистический энциклопедический словарь. 1990, С. 374]. Более того, И.Е. Гельб утверждает, что «письмо часто бывает более выразительным, чем речь. Это особенно верно по отношению к рисуночному письму, то есть такому письму, которое, подобно египетскому, сохраняет облик рисунков» [Гельб И.Е. 1982, С. 218]. Пиктограммы подразделяют на две разновидности: «иконические», имеющие сходство с изображаемым понятием или объектом (знак солнца для передачи понятий «день», «солнце» и др.), и «символические» — условные [там же]. Очевидно, что смайлики являются именно «иконическими» пиктограммами. Даже «текстовые» смайлики конструируются с учётом объекта их изображения, а в отношении «графических» смайликов это бесспорно. Однако к классу «графических» смайликов можно причислить не всякие рисунки, а лишь созданные по определённым правилам: основа смайлика — круглая смеш-

ная рожица. Поэтому смайлики по эмоциональному настрою имеют преимущественно позитивный (мелиоративный) характер. Это верно даже для смайликов, изображающих гнев, злобу, печаль, плач и т.д., поскольку сам способ передачи этих эмоций смягчает их, придаёт сообщению шуточный характер.

Примечательно, что не редкостью является смайлик, стоящий перед фразой. Данный приём используется с определённой коммуникативной целью — указать, что фраза, следующая за этим знаком, является шуткой, приглашающей к ответной шутке. Такие препозитивные смайлики можно функционально определить как инициальные знаки. Тогда как смайлик в конце фразы несёт уже чисто эмотивное значение — изображает смех.

Проведённое М.Л. Макаровым и М.С. Школовой исследование эмотиконов позволило учёным сделать выводы относительно их мотивированности как любой видимой обусловленности знака [Макаров М.Л., Школова М.С., интернет-ресурс: <http://www.dialog-21.ru/dialog2006/materials/html/Makarov.htm>]. Знаковый статус эмотиконов на момент их появления был однозначно иконичным, при этом «смайлы» выступали в двух основных функциях: вторичных знаков и идеограмм. В качестве вторичных знаков, или знаков-субститутов, они замещали не объект, а первичный знак, например, :-) — вместо первичного знака улыбки как показателя хорошего настроения и положительных эмоций. В качестве идеограмм, эмотиконы представляли идею или объект, не выражая его названия. В обоих случаях прослеживалась иконическая мотивированность, основанная на ассоциации по сходству. В процессе функционирования эмотиконы стали приобретать всё более символический характер, превращаясь в идеограммы смежных понятий. Популяризация эмотиконов способствовала возникновению тенденции к утрате их первоначальной (теперь уже избыточной) мотивировки, что свидетельствует в пользу процесса естественной эволюции языка киберпространства. А направление этой эволюции может быть весьма неожиданным.

В 2000 году Йоаву Лорчу пришла идея создания красочного СМС-языка. В тот момент он жил в США и работал над проектом по созданию системы сокращения языка для одной компании. К сожалению, молодой человек понял, что даже с устранением всех возможных излишков язык может быть фактически сокращён всего на 20%. Лорч поставил перед собой цель — уменьшить язык на 80%; специалист утверждает, что «СМС(-сообщения) должны летать» [интернет-ресурс: <http://www.mobime.ru/articles/2007/04/10/zlango.html>]. Им была разработана основная концепция бессловесного СМС-языка, а талантливый дизайнер из Сан-Франциско визуально её воплотил. Тогда проект успеха не имел. Однако три года спустя, переехав в Израиль, где телекоммуникационная индустрия весьма активно развивается, Йоав Лорч представил своё изобретение — язык Zlango (название феномена отдаёт дань человеку, который мечтал создать «общечеловеческий язык». «Z» от L. L. Zamenhof (Людвик Лазарь Заменгоф), еврейский философ 19 века, который изобрёл Эсперанто — первый всемирный универсальный язык. Его проект потерпел неудачу, но наследие живо до сих пор. «lango» происходит от «lingo» (жаргон) + «slang» (сленг) + «language» (язык).). По словам создателя, отправка Zlango-сообщений ничем не отличается от отправки обычного короткого текстового сообщения. Удобное меню системы делит картинки (которые и должны выразить, что вы хотите написать) на категории типа «Люди», «Действия», «Время», «Чувства», «Описания», «Мысли» и т.п. (всего их не более 200). Прокручивая различные категории, пользователь отмечает и выбирает различные изображения, символизирующие сообщение. Человечеству потребовались тысячи лет, чтобы развить письменный язык, а Zlango — это явное возвращение к иероглифам, т.е. к идеографии.

Мы в своём исследовании попытались оценить, есть ли шансы на существование и

активное использование подобного нововведения в русской СМС-коммуникации, и обратились с этим вопросом к респондентам. Результаты показывают, что 64% опрошенных не верят в возможность популяризации пиктографического варианта СМС-сообщений, мотивируя это сложностью, длительностью расшифровки смысла послания, отсутствием универсальности и однозначности расшифровки символов. Для многих техника Zlango подсознательно ассоциируется с возвращением к наскальным рисункам, а, следовательно, с деградацией и культуры, и языка, и письма в частности. Не последнюю роль играет и страх перед полнейшей автоматизацией априори творческого процесса, ведущей к сплошным штампам, обеднению языка и отсутствию внутреннего вложения, индивидуальности сообщения. И, наконец, при малом объёме передаваемой информации подобное послание может быть более «тяжёлым» с цифровой точки зрения и занимать несколько сообщений; кроме того, несовершенный способ набора может требовать больше времени, чем написание простого текстового сообщения. 36% опрошенных считают подобную технику написания перспективной при условии унифицированности значений идеограмм, справедливо полагая, что каждая инновация находит свою потребительскую нишу; тем более, что многие стандартные фразы о любви, пожелания доброго утра и доброй ночи, слова благодарности ... вполне можно преобразовать в картинки, что будет экономить и усилия, и время, и символы, и деньги абонентов (уже существуют телефоны, которые сами преобразует определённое количество стандартных фраз в графические символы). Кроме того, это выйдет весьма красочно, эстетично, свежо, оригинально, и, безусловно, вызовет улыбку получателя, а, возможно, и поднимет настроение. Подобный вид СМС-общения может значительно сэкономить время набора послания, коротко и ясно донести смысл (если за каждой клавишей будет закреплён определённый, всем понятный символ), а также способствовать развитию воображения и мышления.

Целью данной статьи нам виделось описание и анализ основных средств компенсации отсутствия эмоциональности, используемых в англоязычной и русскоязычной СМС-переписке, а также посильный вклад в прогнозирование дальнейшего развития данной особенности письменного электронного дискурса в рамках коротких текстовых сообщений. Здесь, безусловно, сложно делать какие-либо прогнозы и строить гипотезы, но по тем данным, которыми мы обладаем на настоящий момент, можно предположить, что в ближайшем будущем сервис СМС предложит пользователям услугу автоматической замены стандартных слов/ фраз/ аббревиатур и стандартных сочетаний пунктуационных знаков на соответствующие смайлы или анимационные картинки, входящие в список стандартных унифицированных эмотиконов, чьё количество заметно увеличится; и, безусловно, будут появляться всё новые технические возможности для компенсации отсутствия эмоциональности в СМС-сообщениях — усовершенствуются шрифты, цветовая палитра фонов, графика, анимация, звуковое сопровождение...

ЛИТЕРАТУРА

1. Гельб И.Е. Опыт изучения письма. — Москва: Изд-во Радуга, 1982. — 368 с.
2. История смайликов, интернет-ресурс: <http://www.r-i-p.info/artview.php?id=586>.
3. Кондрашов П.Е. Компьютерный дискурс: социолингвистический аспект: дис. ... канд. филол. наук. — Краснодар, 2004 — 183 с.
4. Лингвистический энциклопедический словарь. — Москва: Изд-во Советская Энциклопедия, 1990. — 685 с.
5. Макаров М.Л., Школова М.С. Лингвистические и семиотические аспекты конструирования идентичности в электронной коммуникации., интернет-ресурс: <http://www.dialog-21.ru/dialog2006/materials/html/Makarov.htm>.
6. Материал свободной Интернет-энциклопедии «Википедия», интернет-ресурс: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BC%D0%B0%D0%B9%D0%BB>.

7. Нелюбин Л.Л. Очерки по введению в языкознание. Учебник. Издание 3-е, переработанное и дополненное. — Москва: Изд-во МГОУ, 2007. — 200 с.
8. Никитин С. А., Авдоница М. Ю. Приемы записи сообщения SMS: уподобление цифр буквам русского языка., интернет-ресурс: <http://www.bestreferat.ru/referat-79266.html>.
9. Шагалова О. Zlango — революционный СМС-язык., интернет-ресурс: <http://www.mobime.ru/articles/2007/04/10/zlango.html>.
10. David Crystal., A glossary of Netspeak and textspeak. — Edinburgh University Press, 2004. — 197p.
11. Crispin Thurlow. Generation Txt? The sociolinguistics of young people's text-messaging., интернет-ресурс: <http://extra.shu.ac.uk/daol/articles/v1/n1/a3/thurlow2002003-paper.html>.
12. Rich Ling. The socio-linguistics of SMS: An analysis of SMS use by a random sample of Norwegians., интернет-ресурс: http://www.richardling.com/papers/2005_SMS_socio-linguistics.pdf.

Y. KONOVALOVA

MEANS OF PARALINGUISTIC RESTITUTION IN TEXT-MESSAGES

Moscow State Regional University, Institute of Linguistics and Crosscultural Communication

This article concerns both common for the English and the Russian SMS-communication and unique Russian means of paralinguistic restitution. There is a classification of the most popular types of emoticons; some attempts are made to predict the main tendencies of development of the service in the direction of solving the problem of the loss of emotionality.

Key words: paralinguistic restitution, SMS-communication, unique Russian language means, emotions, loss of emotionality.