

## **ГРАФІЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ SMS-КОМУНІКАЦІЇ**

*Статтю присвячено проблемі дослідження сучасної німецькомовної SMS-комунікації. Автор аналізує результати наукових досліджень у даній галузі лінгвістики. Він описує головні особливості цього виду спілкування. Наприкінці статті подано висновки.*

**Ключові слова:** *SMS-комунікація, мотивація, графічні особливості, стилістичні особливості, гендерний аспект.*

*Статья посвящена проблеме исследования современной немецкоязычной SMS-коммуникации. Автор анализирует результаты научных исследований в данной отрасли лингвистики. Он описывает главные особенности этого вида общения. В конце статьи сделаны выводы.*

**Ключевые слова:** *SMS-коммуникация, мотивация, графические особенности, стилистические особенности, гендерный аспект.*

*The article deals with the problem of the modern German-language SMS-communication. The author analyses the results of the scientific researches in the given branch of linguistics. He describes the main features of this type of communication. At the end of the article the conclusions are drawn.*

**Key words:** *SMS-communication, motivation, graphic features, stylistic features, gender aspect.*

Мобільний зв'язок відноситься до тих новітніх досягнень технічного прогресу, які стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя.

Використання даного засобу комунікації має тенденцію до збільшення, особливо серед представників молодого покоління.

Однією з головних послуг, які надаються користувачам мобільного зв'язку є, окрім безпосередньо телефонних розмов, можливість обміну текстовими повідомленнями, так званими SMS (англ. *Short Message Service*).

Зростання частоти використання SMS-повідомлень та перетворення їх на дієвий комунікативний засіб зумовлює актуальність здійсненого дослідження.

Метою даної статті є характеристика SMS-комунікації як одного з важливих сучасних засобів спілкування у німецькомовному просторі.

Завданнями публікації є з'ясування сучасного стану лінгвістичних досліджень у даній галузі, встановлення мотивації, вікової та гендерної детермінованості SMS-спілкування, узагальнення його графічних і стилістичних особливостей.

Матеріалом здійсненого дослідження послужили праці провідних германістів, присвячені зазначеній проблемі.

Аналіз наукових досліджень засвідчив, що SMS-комунікація як прогресуючий засіб спілкування не залишилась поза увагою лінгвістів.

Так, Я. Андроутсопуолос [1; 2] досліджував видову диференціацію SMS-повідомлень і визначив їх характерні комунікативні особливості. У коло його лінгвістичних студій входили також окреслення осовних тематичних сфер цільового використання SMS-повідомлень, структуру SMS-діалогів.

К. Дюршайд [3; 4] вивчає SMS-комунікацію в контексті її порівняння з ще одним новітнім засобом передачі та обміну інформацією – електронною поштою, вказуючи на основні відмінності цих двох комунікативних форм, а також виокремлює особливості структурної побудови текстів SMS-повідомлень.

Й.Р. Хьофлішь і П. Рьосслер [5; 6] намагалися визначити функції, тематику SMS-комунікації, а також її гендерну специфіку.

П. Шлобінскі [7] займався дослідженням використанням у SMS-повідомленнях різних видів мовних засобів і пов'язаних з цим комунікативних ситуацій. Детальний аналіз мовної структури SMS-повідомлень засвідчив появу нових, характерних саме для даного виду спілкування типів текстів.

Згідно з визначенням В. Холлі, “SMS – це діалогічна, асинхронна, індивідуальна, письмова форма комунікації, яка використовується у соціальній практиці для реалізації різноманітних видів діяльності” [8: 64].

За даними досліджень, здійснених під керівництвом П. Шлобінскі, німецький користувач мобільним зв'язком надсилає протягом місяця в середньому 35 SMS-повідомлень [7: 4].

Визначальними ознаками SMS-комунікації, за К. Дюршайд, є наступні:

- спілкування відбувається не в усній, а письмовій формі;
- розмір текстових повідомлень обмежений певною кількістю графічних знаків;
- ввід тексту є кропітким процесом, оскільки кількість можливих графічних знаків значно більша за кількість наявних на мобільному телефоні клавіш;
- оперативність доставлення повідомлення до адресата;
- зручність SMS-спілкування (полягає в тому, що для отримання або передачі інформації не потрібен безпосередній контакт з партнером, який у деяких випадках є комунікативним бар'єром) [3: 5-6].

Серед користувачів даною послугою, аналогічно до сфери мобільної комунікації загалом, значний відсоток становлять представники молодого покоління (віком від 14 до 25 років) [9: 14]. Й.Р. Хьофліш називає представників цієї вікової групи “мобільною генерацією” [5: 35].

Склад учасників SMS-комунікації визначає її лексичні особливості. Домінуюча роль молоді у даному виді спілкування зумовлює наявність великої кількості сленгізмів у текстах SMS-повідомлень.

У результаті здійсненого дослідження найважливішим мотивом, який спонукає користувачів мобільного зв'язку надсилати SMS-повідомлення, вважаємо необхідність передачі певної інформації. Це свідчить про функціональну спрямованість використання SMS [9: 19]. Напр.: *He! Wusstest du, dass wir nächste Woche ein Klausur schreiben? Echt nur Schrott im TV! Wird wohl demnächst abdüsen.*

Не менш важливими є також необхідність домовитися про зустріч чи виконання спільних дій, одержання інформації та вказівки (розпорядження, прохання) [9: 20]. Напр.: *Ich kann heute erst um 16:00. Wegen Hausaufgaben. Tschüss C. F.*

Причини цього варто шукати, на нашу думку, у особливостях самої SMS-комунікації. Обмежений розмір SMS-повідомлення спонукає до того, що необхідна інформація формулюється за допомогою кількох слів, і це сприяє її конкретизації, що визначає перевагу SMS-комунікації з точки зору економії мовних засобів [10: 45].

Наступним мотивом є виявлення традиційних знаків уваги до знайомої чи близької людини. Чимало SMS-повідомлень містять запитання про стан справ, самопочуття, настрої адресата [9: 21]. Напр.: *Hi! Wie geht`s? Ist dir schon wieder langweilig?*

SMS-комунікація активно використовується також для демонстрації симпатії, флірту чи зізнань у коханні. У даному випадку внаслідок відсутності необхідності усувається психологічний бар'єр, який при безпосередній зустрічі з партнером часто стає перешкодою для щирого вираження особистих почуттів. Напр.: *Wenn du eines Tages traurig bist u.Regentropfen an dein Fenster klopfen, dann denke still bei Dir, dat es Küsschen sind von mir! V adubd hdwdl-my! So süß.*

Мотиви надсилання SMS-повідомлень визначають тематику даного виду комунікації. До основних тем належать: призначення зустрічі; передача коротких фактів, опис подій; планування дозвілля; привітання, побажання; флірт, знайомство; навчання (робота) [9: 22-23].

Частота надсилання SMS-повідомлень, а також формування кола їх найважливіших адресатів визначається, не в останню чергу, гендерним чинником. Аналіз результатів досліджень М. Краузе та Д. Швіттерс, а також Й.Р. Хьофліша та П. Рьосслера засвідчив, що представниці жіночої статі набагато частіше користуються послугою SMS, ніж чоловіки. Так, згідно з даними, отриманими з першого джерела, серед загальної кількості авторів SMS-

повідомлень чоловіки становлять 43%, жінки – 57% [9: 14], з другого – чоловіки – 45%, жінки – 55% [6: 12].

SMS-комунікація володіє рядом характерних мовних особливостей, як графічних, так і стилістичних.

До графічних особливостей SMS-комунікації належать наступні:

– тексти повідомлень повинні містити обмежену кількість графічних знаків, що спричинює часте використання абревіатур, скорочень та написання окремих слів разом. Напр.: *Comp. Spinnt noch, Hi M., ich wünsche dir ein schönes WE u. viel Sonne, mb, HDGDL.*

– для заощадження часу при наборі повідомлення слова пишуть лише великими або лише малими літерами.

Напр.: *WAS MACHST DU HEUTE ABEND?*

– характерним для багатьох SMS-повідомлень є використання графостилістичних засобів (емотиконів), які надають написаному експресивного забарвлення. Напр.: *waas??*)

– часто з метою підкреслення важливості інформації у текстах SMS-повідомлень спостерігається навмисне порушення літературної норми [3: 13-14]. Напр.: *Hap dich liep.*

Що стосується стилістичних особливостей SMS-комунікації, то вони є ближчими до зразків усного, а не письмового спілкування. Дана позиція підтверджується такими ознаками:

– скорочення речень до мінімуму, усунення з їх складу займенників, артиклів, підрядних конструкцій [7: 17]. Напр.: *Muss erst Comp. heile machen.*

– часте використання у SMS-повідомленнях сленгових виразів і діалектизмів [3: 14]. Напр.: *Scheiße woll?*

– мовні експерименти, які притаманні, насамперед, молодіжному спілкуванню [1: 330]. Напр.: *Komm Mittwoch euskirchen? Ich hab dem konkret Hunger.*

– використання характерних для усного мовлення мовних засобів, таких як вигуки, частки, редуковані та асимільовані форми [9: 14]. Напр.: *Boa! Was ist denn für ne Einstellung? Wann triffste dich ma mit makuss? Wanderste wieder?*

Зазначені вище SMS-тексти містять велику кількість експресивно забарвлених лексичних одиниць. Дані слова і вирази виконують у спілкуванні функцію емотивного ядра, яке надає короткому графічному повідомленню індивідуально-чуттєвого відтінку, що сприяє більш ефективному вирішенню комунікативних завдань.

Результати здійсненого дослідження дають змогу зробити наступні висновки. Надсилання SMS-повідомлень набуває значного поширення з огляду на зручність та швидкість передачі й одержання необхідної інформації. Тематика та цілі SMS-комунікації зумовлюють експресивну забарвленість текстів даного виду. Оскільки експресивність у повідомленнях поєднується з лаконічністю, це зумовлює вибір відповідних графічних та стилістичних засобів для її вираження.

У зв'язку з популяризацією SMS як засобу комунікації перспективним напрямком подальших наукових студій вважаємо продовження і поглиблення досліджень у даній галузі лінгвістики.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Androutsopoulos J.K. Löbbe döch. Beziehungskommunikation mit SMS // Gesprächsforschung-Online-Zeitschrift zur verbalen Interaktion [5. Ausg.] / J.K. Androutsopoulos, G. Schmidt. – 2004. – S. 50–71.
2. Androutsopoulos J.K. SMS-Kommunikation: ethnographische Gattungsanalyse am Beispiel einer Kleingruppe / J.K. Androutsopoulos, G. Schmidt. – Köln : Institut für Deutsche Sprache, 2001. – S. 330.
3. Dürscheid Chr. E-Mail und SMS – ein Vergleich / Chr. Dürscheid // Kommunikationsform E-Mail / Chr. Dürscheid, A. Ziegler. – Tübingen : Stauffenburg, 2002. – S. 3-22.

4. Dürscheid Chr. SMS-Schreiben als Gegenstand der Sprachreflexion. – Zürich, 2002. – 26 S.
5. Höflich J.R. Das Handy als persönliches Medium. Zur Aneignung des Short Message Service (SMS) durch Jugendliche / J.R. Höflich. – Frankfurt am Main, 2001. – 49 S.
6. Höflich J.R., Rössler P. Jugendliche und SMS. Gebrauchsweisen und Motive. Zusammenfassung der ersten Ergebnisse / J.R. Höflich, P. Rössler. – Universität Erfurt, 2001. – 56 S.
7. Schlobinski P. Simsen. Eine Pilotstudie zu sprachlichen und kommunikativen Aspekten in der SMS-Kommunikation / P. Schlobinski. – Hannover, 2001. – 38 S.
8. Holly W. Zur Rolle von Sprache in Medien. Semiotische und kommunikationsstrukturelle Grundlagen // Muttersprache. – 1997. – №107. – S. 64–75.
9. Krause M., Schwitters D. SMS-Kommunikation – Inhaltsanalyse eines kommunikativen Phänomens / M. Krause, D. Schwitters. – Hannover, 2002. – 35 S.
10. Dittmann J. Medium & Kommunikationsform am Beispiel der SMS / J. Dittmann, H. Siebert, Y. Staiger-Anlauf. – Hannover, 2007. – 58 S.