

енергії. Таким чином, люди з давніх часів надавали особливого значення червоному кольору. І сьогодні у сприйнятті більшості народів червоний колір залишається амбівалентним символом. Він символізує енергію та силу, свято та любов. З іншого боку – небезпеку, жорстокість, агресію.

І в українській, і в африканській, і в арабській культурах червоний колір має багато спільного у символіці. Але зазначимо, що при цьому в сприйнятті африканців червоний колір в першу чергу асоціюється з кров'ю як силою, що творить або руйнує, а для української картини світу він більше пов'язаний з вогнем. Це більшою мірою колір радості та краси. Для арабських народів червоний майже позбавлений негативного значення – це весільний колір життєвої енергії, хоробрості та пристрасних почуттів. Усі описані відмінності відбивають національну культурну своєрідність народів світу.

Особливості коротких текстових повідомлень у студентській англомовній інтернет-комунікації

Ядамсурен Хулан (Монголія)

Науковий керівник – доц. Опришко Н.О.

ХНАДУ, м. Харків

З розвитком інформаційних та інтернет-технологій людство отримало можливість обмінюватися текстовими повідомленнями практично миттєво, в режимі реального часу. Зазвичай такі повідомлення складаються з обмежених кількостей символів, що визначає особливості їх функціонування в різних мовах. Це призвело до нових форм мови спілкування, які є способами мовної економії в Інтернет-тексті. Найпоширенішим з них є Weblish (Web English), оскільки 90% інформації в мережі Інтернет є англійською мовою і водночас є мовою спілкування для 1 100 000 000 осіб у світі, а для 400 млн. з них – рідною мовою.

Мовленнєва економія тексту в комунікації стала актуальною ще в епоху звичайних мобільних телефонів, коли найпопулярнішим методом передачі коротких повідомлень були SMS (Short Message Service). Кількість символів у них була обмежена, вартість повідомлення зростала пропорційно до його розмірів, а отже, слід було створити такі форми письмової комунікації, які дозволяли б вмістити максимальну кількість інформації в мінімальну кількість символів. З поширенням смартфонів все більшої популярності набувають різноманітні служби миттєвої передачі повідомлень: Viber, WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram та ін. Як правило, кількість символів у них майже або ніколи не обмежена, і тим не менш такі засоби мовної економії, як Weblish, до досі є актуальними. Здебільшого це пов'язано з бажанням комунікантів обмінятися інформацією у найкоротші терміни, тобто використання скорописного варіанта мови спрощує і прискорює комунікацію. Це явище відоме у сучасній лінгвістиці як «текстизм».

Механіка процесу досить проста. Користувачі відправляють повідомлення в скороченні, щоб зменшити кількість літер для швидшої відповіді, і ця звичка повторюється настільки часто і такою великою кількістю користувачів, що стає своєрідною нормою спілкування. Терлоу визначає текстизм як «нову мову текстових повідомлень, яка зазвичай включає використання скорочених слів або фраз» [1, с. 20]. Ці аббревіатури поділяються на категорії, які включають усічення слів (наприклад, слово «vid» замість «video»), скорочення за рахунок голосних («msg» замість message), «випадання» (відсутність) букв, що не читаються / не вимовляються в кінці слова, акроніми, ініціалізми («lol» замість «laugh out loud» для позначення гучного сміху), омофони букв/цифр (зрощення «2nite» замість лексеми «tonight»), орфографічні помилки, нетрадиційні варіанти написання та наголоси, стилізації («wassup» замість «what's up»).

Зупинимося детальніше на основних категоріях, притаманних текстизму.

1. Емодзі та друкарські символи

Емодзі (від яп. 絵 - картинка і штани - знак, символ; [emoʤi]), або смайлики – це тип піктограм, які передають емоції у вигляді обличчя. Найчастіше у світі використовуються такі емодзі, як :) (усмішка) та <3 (серце). Друкарські символи, з іншого боку, є одним або кількома знаками зі значенням цілого слова, наприклад, «zzzz», що означає сон, втому або нудьгу. Множинна пунктуація типу "!!!" "???" використовуються для акценту, «...» для вираження міркування.

2. Цифро-літерні омофони

Вони також називаються логограмами, фонетичним скороченням чи силабограмами. Ці літери або цифри використовуються для позначення слова або його частини і пов'язані в основному з вимовою (однаковою або близькою) компонентів, що взаємозамінюються. Прикладами цього є: «с u l8r» («see you later»), де «с u» являє собою буквеній омофон, а «l8r» – числовий, а так само «wuu2» (what you up to) and «ne1» («anyone»).

3. Скорочення та «випадання» (вирізки)

Скорочення – це слова із відсутніми кінцевими літерами. Дні та місяці зазвичай скорочуються. Приклади цього: «Sun» та «Feb» замість «Sunday» та «February» відповідно. Скорочення також є слова з пропущеними середніми літерами, зазвичай голосними, наприклад, «txt» (замість «text») та «hmwrk» (замість «homework»).

Вирізки зазвичай є випадання (пропущення при наборі на клавіатурі), наприклад, відкидання останнього -g в дієслівних формах, типу «goin» або «comin», відсутність так званої «німої» е в словах типу «hav» або «ankl») і т.д.

4. Аббревіатури

Аббревіатури, або ініціалізм – це слова, скорочені до їх початкових (великих) букв. Вони часто зустрічаються в літературній мові (всі функціональні стилі): UN (ООН), ХНАДУ, ФППГ і т.п. Але якщо говорити про явище текстизму, тут ініціалізми, як правило, неформальні: «omg» найчастіше використовується

замість «oh my god», «bf» замість «boyfriend», ІМНО для заміни виразу «in my humble opinion», а «ttyl» – замість «Talk to you later».

5. Нетрадиційне написання та стилізація акценту

Нетрадиційні варіанти написання слідуєть правильному буквенно-звуковому оформленню слова у досліджуваному нами мові, але вони є стандартним написанням цього конкретного слова, наприклад, «sum» замість «some», «thanx» замість «thanks», і ненормована буква k у слові "skool". Стилiзація акценту широко використовується в англomовному молодіжному сленгу, в якому слова пишуться, наприклад, відповідно до особливостей територіального або соціального діалекту, наприклад, wanna (want to), gonna (going to) та dat (that).

6. Інші форми

До перерахованих вище груп характерних для текстизму явищ не належать слова з ономатопічним значенням (звуконаслідування), наприклад, haha або zzz. Також досить часто зустрічаються пропущені апострофи (cant / can't), навмисні друкарські помилки (are / our).

Слова або висловлювання, що використовують дві або більше категорії, які називаються гібридами, також належать до цієї групи, наприклад, iowan2bwu (I only want to be with you), вираз, що містить повне слово, ініціалізм, вирізку, числовий омофон, скорочення та літерні омофони [див. 2, с. 553].

Мова текстових повідомлень вже практикується в усьому світі і переважно використовується підлітками та молоддю. Але оскільки мовне явище існує, воно досліджується вченими-лінгвістами у різних країнах. Наприклад, у дослідженні, проведеному Розеном, Чангом, Ервіном, Керрієром та Чівером (2010) випадки щоденного використання текстизму з електронних листів, текстових повідомлень та миттєвих повідомлень респондентів були поділені на дві категорії: лінгвістичний текстизм та контекстуальний текстизм. При лінгвістичному текстизмі зазвичай є чотири його основні риси, а саме: аббревіатури, ініціалізми, пропущені апострофи і скорочення слів. Більш того,

такі абрєвіатури, як lol, відносяться не тільки до цієї категорії, але також до буквенно-цифрових омофонів, таких як l8r. Респонденти використовували і замість особистого займенника I та пропускали апостроф у традиційних граматичних скороченнях допоміжного дієслова та модального або допоміжного дієслова та негативної частки. Контекстуальний текстизм включає використання емодзі, а також пунктуаційних знаків і великих літер для передачі сильних емоцій, наприклад I AM ANGRY.

Перес (2011) також описує текстові практики підлітків, додаючи, що підлітки практикують не лише скорочення слів, а й нетрадиційні варіанти написання, такі як fone (замість phone) тощо, спрощуючи таким чином досить складний англійський правопис.

Як бачимо, в англомовних текстових повідомленнях, взятих з листування підлітків і молодих людей, основні характеристики текстизму залишаються незмінними, незважаючи на групу респондентів, їхнє соціальне становище, територію проживання та найчастіше рівень освіти. А функціонування в Інтернет спілкуванні своєрідної форми літературної мови сьогодні не є прерогативою англійської. З поширенням комп'ютерних та Інтернет технологій у кожній мові світу виникають свої форми та приклади текстизму, хоча при цьому загальні закономірності їх появи залишаються незмінними.

Література:

1. Thurlow C. Generation txt? The sociolinguistics of young people's text-messaging. *Discourse Analysis Online*. 2003 (1). P.1- 27.
2. Liddy, F. An Analysis of Language in University Students' Text Messages. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2013 (19). P. 546-561.

Меми як сучасна форма комунікації

Лі Владислав (Туркменістан)

Науковий керівник – доцент, к. пед. н. Приходько С.О.

ХНАДУ, м. Харків