particles that are in the same quantum state, so that when there is a particle in a state with spin directed upwards, then turns another spin directed downwards and vice versa. Despite the fact that according to quantum mechanics predicts what actual directions every time out, impossible. In other words, it seems that the changes made on one system, perform instant impact linked to it. However, what is meant by information in the classical sense, yet cannot be transferred through entanglement faster than the speed of the light. In the context of the language we believe legitimate to talk about quantum entanglement or quantum correlation meaning any (oral or written) text. Thus, we believe a talk of such entanglement gives us the opportunity of acoherence (coherence) of language units and their meanings: after the last isolated not only where a combination of local values of individual words, phrases built in, and later texts, but in their joint meaning that "sounds" as they complement each other adjust meanings. Just how much varies solo violin and her party well performed at the concert along with other musical instruments. Despite the fact that the text of the resolution to be material carrier of meaning associated with coherence - semantic-pragmatic connectivity of the text, but the property is a tangible expression of meaning, strictly speaking, are not only and not so many texts and texts created means that form them.

Semantic features of any text is based on a comprehensive system of interaction of its units - meanings. Last, do not just stay in constant motion, based on the flexibility of the individual subject of consciousness perceives them and evolve in their perception, but also on the basis of those links which are present between them. Thus, quantum entanglement is not just diametrically posits a new approach to understanding the meaning of any text (verbal and non-verbal, written and oral, artistic and scientific, and so on), but is a completely different way of understanding which meaning, of sense, and so on display on a sense of a native language. It gives us the opportunity to explore hitherto unexplored field relationships between a language and the reality, as well as a deeper understanding of the nature of their interaction and the role that language plays in a human life.

Keywords: *sense, text, literary text, quantum entanglement*

УДК 811.161.2.37

SMS- ТА MMS-ПОВІДОМЛЕННЯ ЯК НОВИЙ ЖАНРОВИЙ РІЗНОВИД ЕПІСТОЛЯРНОГО СТИЛЮ

ІВАХНЕНКО Т.П., кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри української філології для неспеціальних факультетів Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ)

У статті розглянуто SMS- та MMS-повідомлення як окремо сформовані нові жанри епістолярного стилю; визначено їх розрізнювальні ознаки та проаналізовано морфологічні особливості зазначених текстів; виявлено частотність вживання різних частин мови; проаналізовано лексичні та синтаксичні особливості повідомлень.

Ключові слова: *епістолярний стиль, жанр, SMS- та MMS-повідомлення, вікові і соціальні групи населення, альтернативні мови SMS- та Internet-спілкування*

Епістолярний стиль є недостатньо дослідженим на сьогодні, оскільки взагалі питання про існування його як стилю й досі залишається спірним. Цей

© Т. П. Івахненко, 2015

стиль суттєво й своєрідно відрізняється від усіх інших стилів [3, с.94]. Дехто, правда, вважає його підстилем розмовного чи художнього. Якщо говорити про лист пересічного автора, то, очевидно, це буде розмовний стиль. А якщо говорити про епістолярій, наприклад, Лесі Українки, Івана Франка, Максима Рильського й т.д., то їх епістолярна спадщина містить цілі публіцистичні й художні тексти [2, с.16].

Питання про епістолярний стиль як стиль окремий і протиставний іншим стилям певною мірою дискусійне. Не всі лінгвісти-стилісти (стилістологи) беззастережно послуговуються цим терміном. Наприклад, на думку Д. Розенталя, „не може в наш час претендувати на самостійне існування й так званий епістолярний стиль, жанри якого пов'язані або розмовним мовленням (приватний лист побутового змісту), або з мовленням офіційним (офіційне листування між установами), або публіцистичним (відкритий лист до редакції) і т.д.".

У мовознавстві немає єдиного погляду щодо терміна „епістолярний стиль". Не виокремлюють епістолярного стилю сучасні українські мовознавці І. Чередниченко, О. Пономарів, М. Пентилюк та ін. Деякі науковці (О. Булах та ін.) вважають за доцільне вести мову про епістолярний жанр (а не про стиль), оскільки для стилю начебто не вистачає виразних диференційних (розрізнювальних) ознак. Насправді таких специфічних стилетвірних особливостей, ознак достатньо для того, щоб вважати епістолярний стиль мови й мовлення окремим стилем [3, с.97].

Мета дослідження – довести, що SMS- та MMS-повідомлення як окремо сформований новий жанр епістолярного стилю, який має свої характерні особливості.

У 1991 році інститут стандартів у галузі телекомунікацій (ETSI) запропонував механізм обміну невеликими блоками текстової інформації між мобільними абонентськими станціями. У січні 1992 року інженер компанії Vodafone Нейл Пауерс зі свого телефону надіслав колегам перше у світі SMS-повідомлення, яке містило коротке поздоровлення з прийдешнім Різдвом.

SMS (Short Message Service) – послуга пересилання коротких (160 символів латинськими чи 70 кирилічними буквами) текстових повідомлень за допомогою мобільних телефонів.

Перший у світі комерційний запуск повномасштабного сервісу мультимедійних повідомлень на базі MMS-технології відбувся в середині квітня 2002 р. в Угорщині. Спочатку він працював лише з одним апаратом – Sony Ericsson 168i, а вже потім поширився й на інші новітні моделі.

MMS (Multimedia Messaging Service) – стандарт, який дозволяє пересилати між мобільними пристроями повідомлення з мультимедійним змістом (зображення, звук тощо), а не тільки з текстовим наповненням, як у випадку з SMS-повідомленнями.

Проникнення SMS в маси почалось із наймолодших користувачів мобільного зв'язку. Молоді люди, підлітки опанували його, не дивлячись на відсутність реклами та необхідність налаштовувати цю функцію в своїх телефонах власноруч. Крім того, оператори мобільного зв'язку дозволили своїм клієнтам надсилати SMS користувачам інших мереж лише в 2000 році. Це різко збільшило цікавість до цієї послуги, а також слугувало фактором проникнення послуги в маси.

Основна причина, яка дає підстави говорити про дані типи повідомлень, як про жанри епістолярію, – спільність мети листа паперового та електронного: обслуговувати заочне спілкування людей у всіх сферах їхнього життя. SMS- та MMS-листування, як і приватне епістолярне, можна також поділити на родинно-побутове, інтимно-товариське та приватно-ділове, оскільки й SMS- та MMS-повідомлення мають ті ж самі сфери використання.

SMS- та MMS-повідомлення загалом зберегли класичну структуру звичайного листа. Початок теж містить етичні формули з вітанням (рідше – звертаннями), встановлення контакту з адресатом. В основній частині закладена інформація, фактичний матеріал, те, задля чого надсилалось повідомлення. Завершальна частина має вигляд мовних етикетних формул (прощання, вибачення, побажання, тощо).

Серед розрізнювальних і визначальних ознак, характерних для SMS- і MMS-повідомлень як жанру епістолярного стилю, можна зазначити такі:

1) у повідомленні автоматично вказується дата і час надходження листа (оскільки повідомлення надсилається впродовж кількох хвилин, то ця дата вказує, коли його надіслали);

2) повідомлення починається словами ввічливості (*Привіт! Доброго ранку; Доброї ночі*) рідше – звертаннями (*Олю; Привіт, Аню!*), оскільки автор намагається не вийти за рамки обмеженої кількості знаків у повідомленні; характер слів залежить від стосунків між співрозмовниками. Звертання найчастіше виражені іменниками, власними (*Олю*) чи загальними назвами (*сонечку*), у кличному відмінку. Переважає тенденція до непоширених звертань, уникнення згрубілих суфіксів, префіксів. Після звертань і слів ввічливості ставлять знак оклику чи крапку. Можливі скорочення (*Прив; Ір*);

3) підпис не є особливо необхідним, оскільки він виставляється автоматично, якщо мобільний номер адресанта занесений до списку номерів у телефоні адресата (в іншому випадку телефон адресата зафіксує номер телефону, з якого було надіслане повідомлення);

4) заключна частина повідомлення містить слова прощання (*Бай! На добраніч*), вибачення (*вибач, пробачте*) і т. і. Спостерігається тенденція до вживання сленгових слів (*Бай! сорі*);

5) слово *Ви* пишеться з великої літери на знак поважного ставлення до адресата. Написання займенника *ти* тим же чином не спостерігається. Написання *Ви* є своєрідним індикатором грамотності та вихованості адресата;

6) у тексті вживаються слова та словосполучення в наказовому способі задля спонукання до дії (*давай зустрінемось, переходь, підійдіть, візьміть, зачекай, іди*). Це переважно дієслова наказового способу. Найчастіше ці дієслова вживаються у формі II особи однини, рідше – II особи множини;

7) синтаксис повідомлення (ускладнення, конструкція речень, речення переважно прості чи складні, повні чи неповні) залежить від автора;

8) текст відзначається невимушеністю, простотою, зрозумілістю інформації, котра повідомляється (навіть в приватно-діловому листуванні);

9) звертання (якщо є) виділяються комами або знаком оклику, бувають (переважно в інтимно-товариському листуванні) емоційно забарвленими, що вказує на довірливе, подекуди жартівливе або, навпаки, негативне ставлення до адресата (*котику, чудо*);

10) для текстів повідомлень характерні сталі мовні конструкції, так звані епістоляризми, які часто використовуються в текстах (найбільш розповсюджений – *Привіт! Як справи? Що робиш?*);

12) для передачі емоційності повідомлення, враження, захоплення досить часто вживаються окличні речення. Кількість знаків оклику вказує на важливість або надзвичайну емоційність повідомлення;

13) як в SMS (MMS)-повідомленнях, так і в листах можуть зустрічатися малюнки: у листах, наприклад, на полях сторінки, у SMS-повідомленнях – смайли, графічні зображення (закладені переважно в телефонах старіших марок), ASCII-арт (символьні малюнки), а в MMS – здатність надсилати об'єкти мультимедіа (аналогічно – поштові листівки).

Але окрім особливостей, які характерні класичному жанру епістолярного стилю – листу, SMS- та MMS-повідомлення мають ряд унікальних рис, які зумовлені специфікою технології надсилання та сучасними тенденціями в спілкуванні.

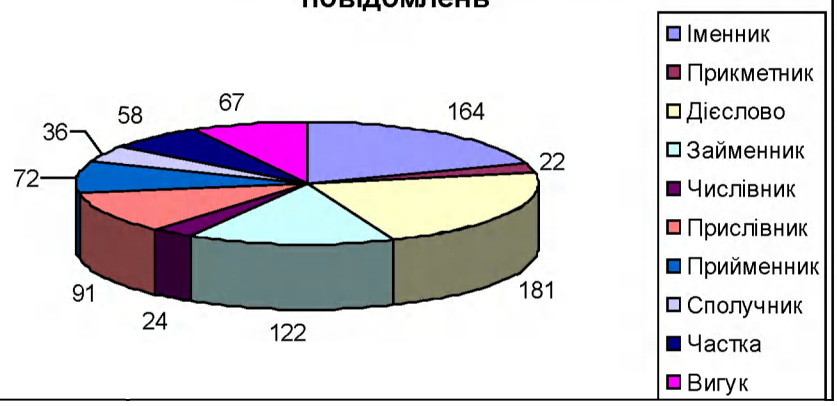
Основна відмінність повідомлень від звичайних листів полягає в обсязі тексту: якщо класичний лист може містити в собі необмежену кількість знаків та навіть сторінок тексту, то тексти SMS- та MMS-повідомлень чітко регламентовані. Об'єм SMS-повідомлення може збільшуватись завдяки так званим «довгим повідомленням» – EMS (Enchanced Message Service), які доступні ряду марок мобільних телефонів і які за суттю є кількома звичайними SMS-повідомленнями, з'єднаними разом. Але EMS-повідомлення не є фінансово вигідним виходом із ситуації, оскільки ціна одного такого повідомлення дорівнює ціні відповідної кількості звичайних SMS-повідомлень.

Регламентований і досить малий обсяг SMS-повідомлень є однією з основних причин більшості унікальних особливостей SMS та MMS. Адресанту необхідно розрахувати слова та конструкцію тексту так, щоб не вийти за встановлений регламент символів.

Проаналізувавши тексти SMS-повідомлень [1], нами було виділено ряд особливостей, які ми розподілили на морфологічні, синтаксичні та лексичні.

Аналізуючи морфологічні особливості текстів повідомлень, варто зазначити, що найбільш уживаною частиною мови є дієслово, далі йдуть іменник та займенник. Найменше вживаються прикметники та числівники. Далі наводимо діаграму вживання різних частин мови.

Рис. 1. Кількість частин мови в текстах SMS-повідомлень



Іменники найчастіше використовуються для називання адресатів мовлення і є в реченні звертаннями. Як власні, так і загальні назви можуть набувати специфічного емоційного забарвлення завдяки суфіксам пестливості, зрідка – згрубілості, що є характерним і поширеним явищем для інтимно-товариського листування.

Прикметник є однією з найменш уживаних частин мови. Майже усі наявні в повідомленнях прикметники – якісні, рідше – відносні.

Дієслова зустрічаються в повідомленнях найчастіше, оскільки адресантові необхідно спонукати адресата якщо не до якоїсь певної дії, то принаймні до відповіді. Тому найчастіше вживаються дієслова в наказовому способі, рідше – дійсному, умовний спосіб майже не використовується. Усі часи для дійсного способу використовуються з приблизно однаковою частотою. Рід дієслова залежить від роду автора, адресата. Вид переважно доконаний. Найчастіше вживається II особа однини або множини.

Займенники складають близько 16% усього тексту повідомлень і також є найбільш часто вживаними. Переважно це особові I-II особи однини/множини, присвійні та означальні займенники. Вони слугують для уникнення тавтологій у тексті та знову ж таки економії знаків (ім'я є об'ємнішим за слово «ти»).

Числівники зустрічаються в текстах найрідше й майже завжди пишуться цифрами. Частіше вживаються кількісні числівники. Вони майже завжди вказують на час (призначення зустрічі, прохання почекати певний час, орієнтовний термін запізнення й т. і.).

Прислівники є достатньо вживаними. Найчастіше це (за розрядами) прислівники місця, часу дії, міри і ступеня.

Серед службових частин мови найпоширенішими є прийменники (через велику кількість іменників та займенників). Трохи менше – частки, серед яких найчастіше зустрічаються модальні питальні, заперечні та підсилювальні. Сполучники переважно підрядні умови, причини, мети й часу. Серед сурядних частіше протиставні.

Вигук зустрічається досить часто (це зумовлено емоційністю та невимушеністю текстів). Переважно це слова ввічливості.

Синтаксичних особливості. SMS-повідомлення переважно складаються з 2-3 речень. Найчастіше це розповідні речення, майже однакова кількість спонукальних і питальних речень. За інтонацією значно переважають неокличні речення. Практично всі поширені, найчастіше обставинами (місце, час зустрічі, ставлення до адресата й т. і.). Досить поширені неповні речення з випущеними додатками, які може відновити той, хто отримує повідомлення, оскільки він знає, про що йдеться. Спостерігається також явище еліпсису (з грецьк. – опущення) – стилістичної фігури, що полягає в опущенні певного члена речення чи словосполучення, які легко можна відновити за змістом [4, 125]. Досить часто еліпсис виникає при описі часу: біля відповідного числа рідко пишуть слово «година».

Речення переважно односкладні з головним членом у формі присудка: в основному означено-особові (про себе або звертаючись до адресата), неозначено-особові та безособові. Вид присудка переважно простий дієслівний, рідше – складений дієслівний, складений прислівниковий; майже не зустрічаються складені іменні та складні присудки.

Більшість речень у повідомленнях – прості. Серед складних значно переважають сполучникові підрядні, потім – сурядні, найрідше – безсполучникові. Підрядні частини в основному з'ясувальні та обставинні мети або причини. Серед безсполучникових переважають відношення доповнення, пояснення (ставиться двокрапка). Серед сурядних найчастіше зустрічається відношення послідовності.

Для простих речень досить часті ускладнення: переважно звертання (в основному непоширені, які стоять на початку речення), вставні конструкції (слова ввічливості), рідше – однорідні члени речення (без узагальнювального слова), які найчастіше з'єднані одиничним єднальним сполучником і (й). Спостерігається тенденція до уникання відокремлених членів речення. І прямий порядок слів, й інверсія зустрічаються з приблизно однаковою частотою

Задля того, щоб не перевищити регламенту символів, автор може вдаватись до скорочення слів, економії розділових знаків та уникання пропусків після знаків, що є негативним явищем. Текст може бути не досить зрозумілим для адресата (особливо це стосується повідомлень дітей, адресованих батькам), безграмотним, нерозбірливим або й узагалі зі спотвореним змістом унаслідок непоставленого розділового знака.

Сучасний етап розвитку розмовної української мови, безперечно, відзначився й на повідомленнях, на їх лексичних особливостях. У текстах SMS- та MMS-повідомлень можуть зустрічатися сленгові слова (класно, ОК). Унаслідок розвитку мобільних та комп'ютерних технологій виникли альтернативні мови SMS-повідомлень – Zlango та «олбанської» (не є достатньо розповсюдженою, оскільки все ще частіше вживається в Internet-просторі та найчастіше в певному колі співрозмовників), які будуть докладніше розглянуті в одному з наступних пунктів даного розділу. Розвиток комп'ютерних технологій став першопричиною появи та поширення не тільки «олбанської» мови, але й імотіконок, більш відомих як смайли (з англ. smile – посмішка) – певне сполучення символів, яке виражає ту чи іншу емоцію. Найпоширеніші смайли вже закладені в текстових редакторах більшості телефонів.

SMS- та MMS-повідомлення мають досить багато спільних рис із найпоширенішим жанром епістолярного стилю – листом, а отже, описавши їх за допомогою прикладів з текстів, наведених у додатку 3, ми маємо підстави говорити про SMS- та MMS-повідомлення як новий жанр епістолярного стилю.

Отже, SMS- та MMS-повідомлення мають особливості, характерні для епістолярного стилю і його найрозповсюдженішого жанру – листа, також їм притаманні риси, які дозволяють говорити як про окремо сформований новий жанр епістолярію.

Докладнішого розгляду потребують питання поширення епістолярних жанрів серед різних вікових і соціальних груп населення; динаміка розвитку епістолярію в сучасному суспільстві; детальніша класифікація MMS-повідомлень; альтернативні мови SMS- та Internet-спілкування.

Список літератури

1. 1000 новейших прикольных SMS/ Ю.А. Иванова (сост.) – Х.: Фолио, 2008. – 139 с.

2. Бабич Н. Д. Практична стилістика і культура української мови: Навч. посіб. для студ. філол. спец. вищ. навч. закл. / Н. Д. Бабич. – Л. : Світ, 2003. – 432с.

3. Дудик П. С. Стилістика української мови: Навчальний посібник/ П. С. З. Дудик. – К.: Видавничий центр "Академія", 2005. – 368с. – (Альма-матер).

4. Мала філологічна енциклопедія/ Уклали: О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк. – К: Довіра, 2007. – 478 с.: іл.

References

1. 1000 noveishykh prikol'nykh SMS/ Yu.A. Yvanova (sost.) – Kh.: Folyo, 2008. – 139 s.

2. Babych N. D. Praktychna stylistyka i kultura ukrainskoi movy: Navch. posib. dlia stud. filol. spets. vyshch. navch. zakl/ N. D. Babich. – L. : Svit, 2003. –432s.

3. Dudyk P. S. Stylistyka ukrainskoi movy: Navchalnyi posibnyk/ P. S. 3. Dudik. – K. : Vydavnychyi tsentr "Akademiia", 2005. –368s. – (Alma-mater).

4. Mala filolohichna entsyklopediia/ Uklaly: O. I. Skopnenko, T. V. Tsymbaliuk. – K: Dovira, 2007. – 478 s.: il.

В статье рассмотрены SMS- и MMC-сообщения как самостоятельные новые жанры эпистолярного стиля; определены их различающиеся признаки и проанализированы морфологические особенности указанных текстов; установлена частотность употребления различных частей речи; проанализированы лексические и синтаксические особенности сообщений.

Ключевые слова: *эпистолярный стиль, жанр, SMS- и MMC-сообщения, возрастные и социальные группы населения, альтернативные языки SMS- и Internet-общение*

SMS- and MMS-messages as new genres of epistolary style are discussed in the article. Morphological features of the mentioned above texts are analysed. The frequency of use of different parts of speech are determined. The author analyses syntactical features of messages.

As a result of the analysis of morphological features of message texts we have to mention that the most commonly used parts of speech are verbs, then nouns and pronouns. Adjectives and numerals are used less often.

Nouns are most often used for calling addressees and they are also forms of address.

An adjective is the least commonly used part of speech. Almost all adjectives, which are met in messages are qualitative, less often – relative.

Verbs are met in messages most often, since the addresser has to force the addressee if not to a certain action, then at least to a response. Therefore verbs are most often used in an imperative mood, much rarer – active and a subjunctive mood is not almost used.

Pronouns comprise about 16% of the whole message text and are also the most common. They are used for avoiding tautologies in the text.

The modern stage of development of the spoken Ukrainian language, indisputably, has influenced the messages and their lexical features. In the SMS - and MMS- message texts one can meet the slang words (cool, OK).

That of is why, SMS - and MMS-messages have features specific for epistolary style and its most widespread genre – a letter. They also have some features that allow us to talk about a new epistolary genre, which emerged separately.

Keywords: *epistolary style, genre, SMS- and MMS-messages, age and social groups of people, alternative languages of SMS- and Internet-communication*