

Thus, according to the results of our study, we managed to come to the understanding that various stylistic means are widely used in political discourse. Owing to them, the political text contains a certain hidden message about certain topics in retrospect. The use of such stylistic means and techniques plays an important role in the speaker's clear transference of his own values, convictions and views to the surrounding world because without this knowledge and the ability to lead a group of followers we cannot imagine any politician or public figure.

## REFERENCES

1. Зубенко Л. Г. Ораторське мистецтво: практичний посібник. – К., Довіра, 2002. – 96 с.
2. Карпчук Н. П. Адресованість в офіційному та неофіційному англomовному дискурсі (комунікативно-прагматичний аналіз): Автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04. – Харків, 2005. – 21 с.
3. Мамалига А. І. Лінгвістичні проблеми засобів масової інформації. Українська періодика: історія і сучасність. – Львів, 1993. – С. 148–156.
4. Головин Б. Н. Введение в языкознание. – М., 1978. – 308 с.
5. Маслова В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? / В. А. Маслова // Политическая лингвистика. – Вып. 1 (24). – Екатеринбург, 2008. – С. 43–48.
6. Hughes H. G. A., (2009) «Dictionary of Linguistics and Phonetics (6th edition)», Reference Reviews, Vol. 23 Issue: 5, 555 p.
7. Inaugural Address by President Barack Obama [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2009/01/21/president-barack-obamas-inaugural-address>.
8. Orwell G. Politics and the English Language / George Orwell. – London: Horizon, 1946. – 225 p.
9. Robert A. Harris. Writing with Clarity and Style. A Guide to Rhetorical Devices for Contemporary Writers / Robert A. Harris. – New York: Routledge, 2017. – 184 p.

**Феритей Роксолана**

*Науковий керівник – канд. філол. наук, доцент Ярема О. Б.*

## СПЕЦИФІКА АНГЛОМОВНИХ СМС-ПОВІДОМЛЕНЬ

*Стаття присвячена дослідженню смс-повідомлень, а саме їх мовних та жанрових характеристик. У роботі розглянуто жанрову специфіку смс-повідомлень. Виокремлено риси англomовної електронної комунікації*

**Ключові слова:** електронна комунікація, смс-повідомлення, жанри смс.

При дослідженні мови смс-повідомлень, багато лінгвістів відокремлюють поняття електронного спілкування та електронного дискурсу, вважаючи, що друге є складовою частиною ширшого поняття електронної комунікації.

Для того, щоб охарактеризувати жанрову специфіку смс-комунікації, варто розглянути наступний концептуальний ланцюжок, який вибудовують ряд західних лінгвістів при аналізі електронної комунікації та визначити на якому рівні знаходиться мова миттєвих повідомлень. Ланцюжок представлений ієрархією: Інтернет (глобальне середовище спілкування, комунікативний простір) – комп'ютерна комунікація СМС (*Computer-mediated Communication*) – комп'ютерна комунікація за допомогою текстів, що функціонують в мережі CMD (*Computer-Mediated Discourse*) – комп'ютерна

розмова, яка наближається до соціо-психолінгвістичного аналізу мови СМС (Computer-Mediated Conversation). Ця «розмова» залежить від характеру використання Інтернету – формату комунікації (чат, форум тощо) [3, с. 40].

О. В. Крекотень вважає, що існує ряд причин, з яких мову засобів електронної комунікації можна вважати функціональним різновидом мови:

1) сфера функціонування цієї підмови чітко відокремлена від інших сфер комунікації, оскільки вона здійснюється за допомогою технічних електронних засобів і є завжди опосередкованою ними;

2) ця підмова служить задоволенню специфічних комунікативних цілей, наприклад, спілкування заради спілкування тощо;

3) ця підмова «ініціювала» виникнення нової системи мультимедійних жанрів і жанрових форматів, і в результаті сприяла розвитку нового напрямку в теорії віртуального жанрознавства;

4) мовні засоби цього функціонального різновиду мови характеризуються певним набором унікальних лексичних та граматичних характеристик, які можна легко виділити, формалізувати і утворити єдиний прагматичний комплекс.

Спілкування в режимі SMS-повідомлень за допомогою телекомунаційних технологій належить до: *дистантного* (співрозмовники розділені простором / часом); *опосередкованого*; *писемного*; *діалогічного*; *міжособистісного*; *приватного*; *творчого* (вибір тем та мовних засобів організації дискурсів / текстів необмежений); *кооперативного* / *конфліктного* (в залежності від особистісних відносин та оцінок під час збереження чи порушення соціальної рівноваги); *інформативного* (повідомлення адресату фактів, нових знань) / *фатичного* (встановлення контакту, підтримання мовленнєвих та соціальних відносин, їх регулювання) [2, с. 228].

На даний момент у вітчизняній лінгвістиці, за нашими спостереженнями, існує зовсім незначна частина праць, присвячених жанровій системі SMS, де представлені окремі аспекти дослідження цієї мови.

Ст. Гайда під жанром розуміє як «культурно і історично оформлений, суспільно конвенціональний спосіб мовної комунікації; зразок організації тексту», так і «сукупність текстів, в яких певний зразок є актуалізованим, реалізованим [1, с. 103].

Українська дослідниця О. Поціпук вважає, що SMS- та MMS-повідомлення загалом зберегли класичну структуру звичайного листа, тому їх можна зарахувати до жанру епістолярного стилю, якому притаманний ряд ознак. Серед них основними є 1) вказівка дати і часу надходження повідомлення, 2) повідомлення часто має структурні елементи початку і кінця листа, 3) у тексті вживаються слова та словосполучення в наказовому способі задля спонукання до дії, 4) для текстів повідомлень характерні сталі мовні конструкції, так звані епістоляризми, 5) доволі часто вживаються окличні речення і т.д. [6, с. 195]

SMS-листування, як і звичайне, можна розподілити на родинно-побутове, інтимно-товариське та приватно-ділове. Для всіх жанрів листування характерні *інформативні* повідомлення – SMS-листи, головне призначення яких – передавання інформації.

Серед художньо-навантажених повідомлен виділяють такі жанри SMS-повідомлень: *жарти*, *любовні*, *вітальні*, *афоризми*, *ланцюжки* («листи щастя»), *погрози* та *SMS початку/кінця дня*.

Російська дослідниця О.В. Лутовина розглядає SMS як дискурсоформуючий жанр віртуального дискурсу і визначає його як обмін короткими текстовими повідомленнями за допомогою мобільного телефону. У середині жанру дослідниця

виділяє дві основні групи текстів: 1) «використовувані для вирішення якихось комунікативних завдань»; 2) тексти фатичного характеру [5, с. 231].

Девід Крістал [7] вказує на той факт, що останнім часом спостерігається тенденція зростаючого звільнення або дистанціювання жанру SMS від джерела у вигляді мобільного телефону. Відповідно до цього підходу, до жанру SMS можна відносити не тільки ядерні тексти, які функціонують виключно в письмовій формі і передаються суто від мобільного телефону до мобільного телефону або від комп'ютера до мобільного телефону, але і ті периферичні одиниці, які задіють кілька каналів, включаючи SMS, або один канал, відмінний від SMS. Так, до цього жанру варто відносити повідомлення радіослухачів, які озвучуються диск-жокеєм в радіоефірі, повідомлення телеглядачів, що транслюються в чатах музичних, розважальних та інших телепередач на екрані телевізора, літературні твори, мова яких стилізований під специфічний SMS-жаргон.

Кріспін Терлоу і Мішель Пофф [8] розглядають SMS як один з жанрів СМС (computer-mediated communication) – комп'ютерно-опосередкованої комунікації або дискурсу нових медіа (new media discourse). При цьому дослідники констатують, що він має спільні риси з іншими жанрами електронної комунікації, зокрема з миттєвим обміном повідомленнями (instant messaging), такі, як спонтанність, швидкоплинність, безпосередність, усно-письмовий модус.

SMS-жанри, на думку Н.О. Кушакової, можуть бути класифіковані за кількома ознаками: структурна ознака, тематична ознака, функціональна ознака і ступінь традиційності / новизни. За основу дослідниця взяла типологію мовних жанрів К. Ф. Седова, у якій він виділяє субжанр, жанри, гіпержанри і жанроїди.

У жанровій системі SMS-опосередкованої комунікації авторка виділяє наступні одиниці [4].

Гіпержанри. До них належать традиційні гіпержанри: дружнє спілкування, сімейне спілкування, ділове спілкування, спілкування любовного характеру і ін., а також нові, специфічні для SMS-опосередкованої комунікації, гіпержанрові форми, такі, як SMS-література, SMS-реклама, спілкування оператора-абонента і ін.

Власне мовні жанри входять до складу тих чи інших гіпержанрових форм. Так, в складі гіпержанрів дружнього і сімейного спілкування можна виділити такі жанри, як балаканина, задушевна розмова, сварка і ін. В рамках гіпержанру ділового спілкування виділяють жанри запрошення, нагадування, вітання, повідомлення інформації ділового характеру та ін. Жанри спілкування любовного характеру – визнання, флірт, пропозиція та ін. Жанри SMS-літератури – SMS-роман, SMS-поезія, SMS-афоризм, SMS-анекдот.

Субжанр. В SMS-опосередкованій комунікації функціонує безліч субжанрів, і виділення кожного з них не є можливим. При цьому один і той же субжанр може бути присутнім в складі різних жанрів. Так, наприклад, субжанр жарту може бути реалізований в жанрі сварки, виконуючи при цьому функцію примирення. Часто субжанр жарту проявляється в жанрі дружній балаканини.

Жанроїди. Через відсутність жорстких правил комунікативної поведінки, високим ступенем свободи характеризується і жанрова система SMS. Утворенню жанроїдів сприяє не тільки проникність жанрових меж, а й установка на максимальну компресію тексту, яка потребує вирішення відразу декількох комунікативних завдань в межах одного SMS-повідомлення. Серед жанроїдів можна назвати вітальне рекламне повідомлення, інформаційно-рекламне повідомлення, нагадування з елементами реклами і ін.

Класифікація за тематичним критерієм не є вичерпною і однозначною, так як дослідники виділяють різну кількість жанрів за цією ознакою: балаканина, задушевна розмова, повідомлення інформації побутового характеру (місце розташування, плани та ін.), питання, прохання, вибачення, нагадування, жарт, вітання, запрошення, вибачення, визнання, флірт, пропозиція, повідомлення про пропущений виклик, надходження коштів на рахунок і т.п

На основі функцій, які виконують SMS-повідомлення, а саме комунікативної, фатичної, інформаційної, інтерактивної, спонукальної, рекламної, споживчої, розважальної і креативної, Н.О. Кушакова виокремлює наступні групи мовних жанрів: фатичні жанри: балаканина, флірт, жарт, вітання, прощання, поздоровлення, комплімент та ін.; інформаційні жанри: питання, відповідь, нагадування та ін.; інтерактивні жанри: SMS-чат, SMS-голосування та ін.; спонукальні (директивні) жанри: прохання, «маячок», «повідомлення-сигнал» і ін.; розважальні жанри: SMS-приколи, анекдоти та ін.; рекламні жанри; споживчі жанри: «повідомлення-замовлення» і ін.; креативні (естетичні) жанри: SMS-роман, SMS-поезія та ін.

Таким чином, будучи одним з комунікативних засобів електронного дискурсу, SMS має досить розгалужену жанрову систему. Очевидно, що традиційні жанри, такі, як повідомлення, прохання, жарт, запитання, нагадування, вибачення ін., займають чільне місце у жанровій системі смс-комунікації. Проте, досить поширеними є також жанрові новоутворення, такі як SMS-роман, SMS-голосування, SMS-розсилка і ін. Це пояснюється прагненням вийти за межі вихідної особистісної орієнтації спілкування в нетипові тематичні сфери (реклама, послуги оператора та ін.) або покинути рамки міжособистісної комунікації і перейти на рівень масової (радійні SMS).

## ЛІТЕРАТУРА

1. Гайда Ст. Жанры разговорных высказываний / Ст. Гайда // Жанры речи: Сб. науч. ст. Саратов, 1999. Вып. 2. – С. 101–107.
2. Горошко Е. И., Землякова Е. А. Виртуальное жанроведение: становление теоретической парадигмы / Е. И. Горошко, Е. А. Землякова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации. – Том 24 (63). – № 1. – Часть 1. – 2011. – С. 225–237.
3. Кречотень О. В. Мова СМС як засіб спілкування французької молоді/ О. В. Кречотень // Trends of modern science – 2014: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Шефільд, Великобританія, 2014. – С. 39–42.
4. Кушакова О. В. SMS-Mediated Communication: Genre Aspect [Електронний ресурс] / О. В. Кушакова // Медіаскоп: електронний научний журнал факультета журналістики МГУ. – Випуск № 3, 2013. – Режим доступу : <http://www.mediascope.ru/?q=node/1382>
5. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: монография / О. В. Лутовинова. – Волгоград, 2009. – 476 с.
6. Поціпих О. О. SMS- та MMS-повідомлення як новий жанровий різновид епістолярного стилю / О. О. Поціпих // Стиль і текст. – 2012. – Вип. 13. – С. 190–199.
7. Crystal D. 2b or not 2b? [Електронний ресурс] // The Guardian Review. 2008. July, 5. P 2–4 // . – Режим доступу: <http://www.guardian.co.uk/books/2008/jul/05/saturdayreviewsfeatres.guardianreview>
8. Thurlow C., Poff M. Text Messaging // Handbook of the Pragmatics of CMC. Berlin; New York, 2011 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://faculty.washington.edu/thurlow/papers/thurlow&poff\(2010\).pdf](http://faculty.washington.edu/thurlow/papers/thurlow&poff(2010).pdf).