Ion *URUŞCIUC*

NATURA SEMIOTICO-GRAMATICALĂ A LIMBAJULUI VIRTUAL SCRIS AL *SMS*-URILOR

Academicianului Silviu Berejan

1. **Preliminarii.** Sistemele de comunicare sunt numeroase şi variate. „Din perspectiva lingvistică – menţionează Lucia Wald – comunicarea reciprocă între oameni se realizează în principal pe baza a trei sisteme de semne: limbajul sonor, limbajul gestual ca auxiliar şi, în anumite situaţii, ca substitut al lui, şi scrierea" [Wald 1973, 18]. Ca sistem de comunicare grafică, apariţia scrierii a avut o contribuţie esenţială în evoluţia progresivă a umanităţii. În continuare, nu intenţionăm să realizăm o schiţă retrospectivă a scrierii ca fenomen lingvistic[1]. Aici, dintr-o perspectivă semiotico-gramaticală, ne propunem să conturăm unele aspecte mai puţin studiate ale limbajului virtual scris al SMS-urilor, o practică de scriitură ce „nu a fost tratată decât din punct de vedere semiotic sau socio-pragmatic" [Moise], deoarece mesajele scrise pe suport electronic „sunt vizate de o manieră negativă, căci ele ameninţă puritatea şi siguranţa practicilor de scriitură pe suport tipografic" [*ibidem*].

1.1. Limbajul SMS[2] este un produs al erei moderne, în care, pentru mulţi oameni, celularul (telefonul mobil) a devenit un accesoriu de nelipsit. Acest limbaj creativ[3] a evoluat natural, din nevoia de a transmite cât mai multă informaţie cu ajutorul a cât mai puţine caractere.

Comunicare interpersonală mediată tehnologic, SMS-ul are proprietatea de a fi rapid, accesibil, individual ca stil, deşi ar putea fi considerat şi foarte standardizat, clişeizat. Mai cu seamă în ultimul timp, când explozia informaţională devine tot mai evidentă, în mass-media se conturează tot mai multe opinii conform cărora „Galaxia SMS-urilor a înlocuit-o pe cea a lui Gutenberg, inventând o formă de *oralitate digitală* care a schimbat nu numai formele lingvistice de exprimare, ci şi pe acelea mai profunde, de gândire" [Mihăilescu]. Mai mult chiar, se pare că latinescul *Gândesc, deci exist* (*Cogito ergo sum*) s-a transformat, pentru majoritatea tinerilor, în *Trimit SMS-uri, deci exist*.

BDD-A20632 © 2008 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:55:41 UTC)

Deşi limitate ca număr de semne[4], mesajele textuale expediate prin intermediul celularului se bucură de aprecierea utilizatorilor serviciului SMS. Acest fapt a dat naştere unei noi culturi a comunicării virtuale, mai cu seamă în mediul juvenil.

O caracteristică esenţială a limbajului scris tip SMS este utilizarea prescurtărilor, ce a generat şi un argou „specializat", inspirat din termenii folosiţi pe *chat*-uri sau din cei împrumutaţi din limba engleză. Principiul se bazează pe eliminarea vocalelor din cuvinte (a lui *e*, mai ales), astfel obţinându-se nişte schelete lexicale purtătoare de sens care asigură comunicării maximă concizie: *pt c – pentru ce*; *d c – de ce*; *rpd – repede* etc. (pentru alte exemple, a se vedea *infra*).

1.2. În ciuda faptului că celularele au apărut pe piaţă în 1983, SMS-ul a fost cunoscut abia în 1993 [*cf.* Richardson, 2006, 91]. Utilizarea acestora a început să crească spre sfârşitul anilor '90, cu o perioadă de explozie între 1999 şi 2002. Întrucât telefonia mobilă câştigă în fiecare an peste 120 de milioane de utilizatori în toată lumea, creşte şi numărul celor care comunică şi se informează prin intermediul SMS-urilor[5]. Conform enciclopediei electronice Wikipedia[6], care îl citează pe Gartner, către anul 2010, numărul total al SMS-urilor se va estima la 2,3 trilioane.

Pe măsură ce tot mai multe celulare posedă navigatoare internet şi programe de e-mail, frontierele dintre tehnologia mobilă şi cea informaţională se estompează. Importanţa SMS-ului în contemporaneitate nu poate fi contestată. Prin această practică de scriitură, aparent banală, se comunică[7], se face publicitate[8], se expediază felicitări, se face politică[9] şi jurnalism (de vreme ce stilul articolelor de presă este sec, adoptând un limbaj laconic, SMS-ul pare să fie expresia ultimă a conciziei gazetăreşti [*cf.* Ulmanu]) etc. Deci şi funcţiile pe care le are astăzi SMS-ul sunt de natură eterogenă – comunicativă, informativă, propagandistică etc. Mai mult, se vorbeşte chiar despre apariţia unor ştiinţe ale tehnologiei mobilului – *mociologia*[10] şi *mocioeconomia*. Pe măsură ce tot mai multe instituţii media încep să folosească SMS-ul pentru a transmite ştiri, informaţii şi divertisment, standardul însuşi evoluează. Anumite celulare deja pot combina mai multe SMS-uri pentru a permite expedierea şi recepţionarea unor mesaje mai lungi[11]. Noul standard MMS, care are ca principal atu adăugarea imaginii şi a sunetului, este o dovadă în plus a faptului că celularul va continua să fie mult timp unul dintre cele mai comode mijloace de comunicare electronică.

2. **Aspectul scris al SMS-urilor**. Impunându-se ca o practică de scriitură mai cu seamă printre tineri, SMS-ul este o formă de comunicare codificată în scris, pe un suport electronic, virtual, afişat pe un ecran. Conţinutul laconic al textului vizează, de regulă, esenţa mesajului, detaliile, precizările fiind evitate. Distingându-se prin rapiditate, eficacitate, dinamică, stocare importantă a datelor şi utilitarism, caracterul virtual al *noului limbaj*[12] (cu formele-i specifice SMS, chat, Messenger, e-mail etc.), influenţat foarte mult de limba engleză, se afirmă ca un mod de comunicare universal acceptat în interiorul şi în afara mediului electronic (la serviciu, acasă, pe stradă etc.). Astfel, asistăm la impunerea, tot mai evidentă, a unui limbaj special, original (dar şi clişeizat), simplu şi sintetic (cu propriile sale reguli şi metode de folosire).

BDD-A20632 © 2008 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:55:41 UTC)

2.1. Cu toate avantajele pe care le oferă, SMS-urile se îndepărtează tot mai mult de rigorile limbii literare, normele gramaticale elementare fiind ignorate. Ţinând cont de faptul că „limba este un organism viu, care se transformă cultural” [Bancianu]. Astfel, limbajul SMS nu poate să nu influenţeze limba română literară[13].

2.2. SMS-urile pe care tinerii şi le expediază se bazează pe o scriitură-rebus sau fonetică, multe dintre literele cuvintelor fiind reduse, pentru a comunica mai rapid. Astfel *k* este preferat conjuncţiei *ca*. Eliminarea vocalelor (a lui *e* final, mai ales), face din cuvinte nişte forme nonlexicale, dar care, în virtutea unei convenţii de comunicare, asigură mesajelor textuale sens şi maximă concizie: *repede / rpd*; *de / d*; *mai vorbim / mai vrb*; *trebuie / trb*; *mesaj / msj* etc. Prescurtări de acest gen, care nu întotdeauna pot fi decodificate corect, sunt folosite pentru a câştiga timp şi spaţiu. Sub influenţa limbii engleze, în SMS-urile scrise în română se strecoară frecvent şi abrevieri de genul: *BTW* (pentru *by the way – apropo*); *ASAP* (pentru *as soon as possible – de îndată ce este posibil*); *IDK* (pentru *I don't know – nu ştiu*); *4ever* (pentru *forever – pentru totdeauna*) etc.[14]. Se optează pentru reducerea vocalelor, deoarece consoanele, fiind mai numeroase, contribuie mai mult la recunoaşterea cuvintelor. Există două tipuri de fenomene abreviative[15]: *abrevierile normale*, standard, cunoscute de toţi şi având propria ortografie, şi *abrevierile inovatoare*, specifice limbajului juvenil, care provin din imaginaţia utilizatorului de SMS.

O altă trăsătură a limbajului virtual al SMS-urilor este scrierea, în funcţie de intenţia discursului, cu majuscule sau minuscule. Adesea, pentru a individualiza un cuvânt, se scrie: *Tre s plec URGNT!* (= *Trebuie să plec URGENT!*). În general, majusculele „traduc” nervozitatea, urgenţa, nerăbdarea sau emoţiile puternice.

Din aceleaşi considerente (economie de spaţiu şi de timp, dar şi din indiferenţă / ignoranţă), utilizatorii de SMS omit semnele de punctuaţie (de obicei virgula) sau chiar blancul. În lipsa blancului, primele litere ale cuvintelor, scrise cu majusculă, sunt cele care, din punct de vedere semantic, diferenţiază semnele linguale (ex.: *StInFataHavuz.VrbCdNeVdm.LaRvdr! = Sunt în faţa havuzului. Vorbim cînd ne vedem. La revedere!*).

La nivel lexical se observă fenomenul prefixării excesive, model inspirat din alte limbi şi specific unui limbaj pretenţios vorbirii actuale (*superfericit(ă)*, *megaocupat(ă)* etc.), frecvenţa crescândă a anglicismelor (*cool, OK* etc.). Acesta este, poate, fenomenul cel mai des întâlnit, dar care nu trebuie să ne mire, de vreme ce mediile informatice rămân dominate de limba engleză.

2.3. Pentru că sfidează normele ortografice, limbajul SMS-urilor este criticat tot mai mult. Se consideră că SMS-urile au „devenit o ameninţare la adresa regulilor de scriere”[16], reguli care nu mai sunt canon pentru *noul limbaj* (*cf.* [Bancianu] şi [Cintec]). O opinie contrară îi aparţine Ralucăi Moise, care susţine că adolescenţii ar demonstra multiple competenţe lingvistice, aceştia fiind deja iniţiaţi în limba literară, de aceea nu se poate vorbi despre „sărăcirea limbii în cazul noului limbaj” [Moise]. „A transgresa normele – afirmă Raluca Moise – presupune a le stăpâni perfect în prealabil, aceasta presupunând o pre-cunoaştere a lor”

BDD-A20632 © 2008 Revista „Limba Română”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:55:41 UTC)

[*ibidem*]. Nu credem însă că ar putea fi justificate SMS-urile agramate, care, zi de zi, abundă la diferite emisiuni televizate de divertisment. S-ar părea că, pentru a nu „altera" autenticitatea mesajelor telespectatorilor, redactorii nu mai intervin în text, abandonând definitiv normele gramaticale. Dacă ținem seama că într-un *chat* (indiferent dacă e SMS ori Messenger) cartea de vizită a participanților la actul vorbirii este scrisul, atunci ortografieri de tipul: *Mie dor de tine, uitamă, dute, vin-o, iartămă, sunămă, cheamăl și pe...* etc. nu pot să nu ne facă o anumită impresie despre cultura gramaticală elementară a celui care scrie.

3. **Aspectul pictografic al SMS-urilor**. O altă inovație a limbajului SMS este posibilitatea de a utiliza în text diferite pictograme. Acestea pot fi de două tipuri: *emoticoni*[18] (sau *smileys*)[19] și *imagini* (uneori animate), ultimele făcînd parte din agenda celularului, care îi oferă posibilitatea utilizatorului să introducă și imagini / animații în crearea SMS-ului. Originile emoticonului se găsesc în benzile desenate, caracterizându-se prin replici paraverbale. Reprezentarea virtuală a binecunoscutei *fețe zâmbărețe* [☺] de astăzi a fost creată, în 1963, de către Harvey Ball[20]. Deși „reîncarnările" ulterioare ale *emoticonilor* s-au bucurat de stilizări (grafice și animate) esențiale, trăsăturile grafice ale primului model au rămas ușor recognoscibile.

3.1. Interacționând puternic cu textul, *emoticonii* / *smileys*-urile[21], care aduc un plus de subiectivitate, „pot accentua mesajul transmis, pot atenua duritatea cuvintelor și chiar pot reprezenta o auto-ironie" [Moise]. Aceasta este cea mai bună modalitate de a exprima stările de spirit într-un mesaj. Introducerea limbajului nonverbal, adică a elementelor picturale, adesea dezambiguizează conținutul SMS-urilor, fenomen care simplifică și standardizează procesul comunicativ, putând permite exprimarea universală a emoțiilor.

3.2. În afară de trăsătura de *oralitate digitală* a limbajului SMS, generată de hibritizarea dintre scris și oral, inserarea *emoticonilor* sau a *smileys*-urilor acompaniază, ca elemente picturale, combinația dintre semnele tipografice diverse (a se vedea tabelul de mai jos). Aceste elemente picturale sunt *didascalii* [*cf.* nota 21] cu caracter alternativ, indicații ale trăsăturilor fizice faciale care exprimă stări de spirit. Deși la prima vedere reduc câmpul de interpretare al mesajelor, emoticonii deschid aria de percepere corectă a SMS-urilor. Astfel, elementele picturale reprezintă mai degrabă „o auto-punere în scenă și un ecou al *sinelui*" [Moise], acestea fiind „două dimensiuni care personalizează mesajele" [*ibidem*].

Reprezentare grafică	:-)	:-D	:-O	:-P	;-)	:-(	8o|	:-@	8-)	:'(	:-S	:-$	:-|	:-*
Smileys	☺	😃	😮	😛	😉	☹	😆	😡	🤓	😢	😖	😳	😐	😚
Semnificație	fericit	foarte fericit	uimit	cu limba afară	clipire	trist	rânjet supărat	supărat	respingător	plângând	derutat	rușinat	nehotărât	sărut

După [http://www.muller-godschalk.com/msn.html]

BDD-A20632 © 2008 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:55:41 UTC)

4. Fiind o practică de scriitură deja consacrată, care îşi justifică pe deplin funcţia sa comunicativă, limbajul virtual scris al SMS-urilor, deşi în plină ascensiune, nu este studiat pe deplin în aria vorbitorilor de limba română. Provenind dintr-o complexă simbioză dintre conţinut şi formă, aspectul semiotico-gramatical al limbajului virtual scris al SMS-urilor ar putea fi un interesant reper actual de cercetare mai aprofundată a unei actuale, la modă şi foarte răspândite modalităţi de comunicare.

BIBLIOGRAFIE

Armanca =	Brândușa Armanca, *SMS și mass-media* // http://www.bizwords.ro/stiri/tendinte/1878/SMS-si-mass-media.html
Bancianu =	Adriana Bancianu, *Limbaj DOOM sau SMS?* // http://fantasticfour.blogs.ie/2006/05/19/limbaj-doom-sau-sms-p/
Boicea =	Dan Boicea, *Cronica TV – Războiul SMS-urilor inculte* // http://www.adevarul.ro/articole/cronica-tv-razboiul-sms-urilor-inculte/128148
Caplescu =	Romulus Caplescu, *Telefonul mobil în slujba tehnologiilor politice* // http://www.adevarul.ro/articole/telefonul-mobil-in-slujba-tehnologiilor-politice/163025
Cintec =	Otilia Cintec, *SMS-urile și ortografia* // http://www.evenimentul.ro/local/article/29199,32,baseArticle.html
Info-ghid.com =	*Info-ghid.com, Trimiterea de SMS-uri: sfaturi pentru a învăța cum să decodați limbajul SMS-urilor* // http://www.info-ghid.com/trimitere-a-de-sms-uri--sfaturi-pentru-a-invata-cum-sa-decodati-limbajul-sms-urilor-s.html
Mihăilescu =	Vintilă Mihăilescu, *Galaxia SMS* // http://www.algoritma.ro/Dilema/60/VintilaM.htm
Moise =	Raluca Moise, *SMS-ul: practică de scriitură contemporană și cultura juvenilă* // http://matrixstudent.blogspot.com/2007/02/sms-ul-practic-de-scriitur-contemporan.html
Reference.com =	*Reference.com, Short message service* // http://www.reference.com/browse/wiki/Short_message_service
Richardson 2006 =	Janice Richardson (redactor), *Tehnologia mobilă,* în *Manual de utilizare a Internetului* (ed. a II-a), Chișinău, 2006.
Ulmanu =	Alex-Brăduț Ulmanu, *Jurnalism prin SMS* // http://www.markmedia.ro/article_show.php?g_id=88
Wald 1973 =	Lucia Wald, *Sisteme de comunicare umană*, București, 1973.

Comunicare prezentată la Colocviul Internațional
In honorem acad. Silviu BEREJAN,
Chișinău – Bălți, 27-28 septembrie 2007

NOTE

[1] Pentru o istorie a scrierii ca fenomen lingvistico-semiotic a se vedea [Wald, 1973, 171-210].

[2] *SMS* este o abreviere pentru englezescul *Short Message Service* (cunoscut şi ca *text messaging* – mesagerie textuală), prin care înţelegem atât serviciul de mesaje scurte, mediat de către companiile de telefonie mobilă, cât şi mesajele textuale scurte propriu-zise. Ultima accepţie a abrevierii *SMS* este utilizată mai cu seamă în ţările europene nevorbitoare de engleză [*cf*. www.reference.com].

[3] În acest sens, se ştie că oamenii, în special generaţiile tinere, „n-au avut până acum o astfel de posibilitate de cooperare în sensul exercitării capacităţilor creative" [Moise].

BDD-A20632 © 2008 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:55:41 UTC)

[4] În general, numărul de caractere conținute de un SMS este de 130-160, în funcție de operatorul telefonic și de performanța celularului.

[5] În România, de exemplu, s-au expediat peste 120 milioane de SMS-uri anul trecut. Numărul mediu de SMS-uri transmise pentru fiecare client s-a dublat până la finele anului, luna decembrie înregistrând cea mai mare agitație din acest punct de vedere, cu 170% mai multe SMS-uri trimise raportat la luna ianuarie a aceluiași an [*cf*. Moise].

[6] http://en.wikipedia.org/wiki/SMS#History

[7] Un spot publicitar american prezintă SMS-ul ca pe cea mai bună soluție de a comunica în medii gălăgioase, aglomerate: într-o gară, la un meci de fotbal sau la un concert spre exemplu [*cf*. Ulmanu].

[8] În Republica Moldova, de exemplu, ziarele *SMS market* și *SP* publică avize (în limbile română și rusă) expediate la redacțiile respective prin intermediul SMS-urilor.

[9] În timpul campaniilor electorale, pentru publicitate politică, se profită de posibilitățile SMS-ului. Se spune că tehnologia celularului „constituie și un mijloc de susținere și răspândire a democrației" [Caplescu], dar scepticii atrag atenția asupra „riscului unei „cyberocrații", unde cei care dețin cheia tehnologiilor și a rețelelor decid câtă informație „se dă" celorlalți" [Armanca].

[10] Termenul de *mociologie*, un cuvânt nou intrat în limba engleză, vine de la sintagma *mobile technology*, denumind „știința care se ocupă cu interacțiunea dintre procesorul celularului și lumea înconjurătoare" (Joe Trippi) [Caplescu]. Această știință a dat naștere *mocioeconomiei* – o subdiviziune a *mociologiei*, care „explorează posibilitățile nelimitate pe care le conferă marketingului tehnologia mobilă" [*ibidem*].

[11] Este vorba despre XMS, abreviere pentru *Extended Messaging Service* („mesaje textuale extinse"), care oferă posibilitatea utilizatorilor să scrie SMS-uri depășind limita tradițională de 160 de semne [*cf*. http://en.wikipedia.org/wiki/Extended_Messaging_Service].

[12] Se pare că astăzi *noul limbaj* recuperează ca tradiție scrisoarea, telegrama, biletul de dragoste, felicitarea etc.

[13] Bunăoară, limba engleză, care s-a impus ca o limbă a textului electronic, „a determinat apariția, în limbă, la nivelul culturii juvenile, a diglosiei" [Moise].

[14] Pentru mai multe exemple, a se vedea [http://en.wikipedia.org/wiki/SMS_language].

[15] „Scrierea alfabetică – afirmă Lucia Wald –, oricât de rapidă și de cursivă ar fi, nu poate egala ca tempou limbajul sonor. De aceea, încă din antichitate s-a făcut simțită nevoia unor abrevieri și a unei scrieri mai simple și mai rapide (stenografie, brahigrafie, tahigrafie)" [Wald 1973, 208].

[16] A se accesa [http://www.huon.ro/stiri/it/articol/sms-urile-ameninta-ortografia/cn/bihon-news-editor8-20070426-084810]. Un raport publicat de *Irish Times* arată că, în multe cazuri, elevii au folosit în exprimare propoziții scurte și un vocabular limitat.

[17] „Termenul *grafică* – crede Raluca Moise – trimite la legătura care există întotdeauna între text și imagine, ceea ce comportă o apropiere a scrisului în totalitatea sa, integrând scriiturile nonlingvistice și imagini" [Moise].

[18] Neologismul, neînregistrat în $DOOM_2$, circulă cu trei forme de plural: *emoticoni*, *emoticoane*, *emoticonuri*.

[19] Englezescul *smiley* (*smiley face* sau *happy face*) este o stilizare a unei fețe umane zâmbinde, reprezentată printr-un cerc, de obicei galben, cu cele două puncte pentru ochi și un semicerc de dimensiuni mai mici care semnifică zâmbetul. Un echivalent semantic pentru termenul *smiley* este *emoticon*, care, etimologic, poate fi explicat prin fuziunea cuvintelor englezești *emotion* și *icon* (a se vedea [http://en.wikipedia.org/wiki/Smiley#Unusual_appearances_of_smileys] și [http://www.reference.com/browse/wiki/Emoticon]).

[20] http://en.wikipedia.org/wiki/Emoticon

[21] Raluca Moise vede în ecranul celularului o scenă, prin text înțelege „*vocea* utilizatorului", iar pictogramele „pot constitui metatextul, fiind elemente de didascalie" [Moise].

BDD-A20632 © 2008 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:55:41 UTC)