

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

Academicianului Silviu Berejan

1. **Preliminarii.** Sistemele de comunicare sunt numeroase și variate. „Din perspectiva lingvistică – menționează Lucia Wald – comunicarea reciprocă între oameni se realizează în principal pe baza a trei sisteme de semne: limbajul sonor, limbajul gestual ca auxiliar și, în anumite situații, ca substitut al lui, și scrierea” [Wald 1973, 18]. Ca sistem de comunicare grafică, apariția scrierii a avut o contribuție esențială în evoluția progresivă a umanității. În continuare, nu intenționăm să realizăm o schiță retrospectivă a scrierii ca fenomen lingvistic¹. Aici, dintr-o perspectivă semiotico-gramaticală, ne propunem să conturăm unele aspecte mai puțin 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 amenință puritatea și siguranța practicilor de scriitură pe suport tipografic” [*ibidem*].

1.1. Limbajul SMS² este un produs al erei moderne, în care, pentru mulți oameni, celularul (telefonul mobil) a devenit un accesoriu de nelipsit. Acest limbaj creativ³ a evoluat natural, din nevoia de a transmite cât mai multă informație cu ajutorul a cât mai puține caractere.

Comunicare interpersonală mediată tehnologic, SMS-ul are proprietatea de a fi rapid, accesibil, individual ca stil, deși ar putea fi considerat și foarte standardizat, clișeizat. Mai cu seamă în ultimul timp, când explozia informațională 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 și pe acelea mai profunde, de gândire” [Mihăilescu]. Mai mult chiar, se pare că latinescul *Gāndesc, deci exist (Cogito ergo sum)* s-a transformat, pentru majoritatea tinerilor, în *Trimit SMS-uri, deci exist*.

Deși limitate ca număr de semne⁴, mesajele textuale expediate prin intermediul celularului se bucură de aprecierea utilizatorilor serviciului SMS. Acest fapt a dat naștere unei noi culturi a comunicării virtuale, mai cu seamă în mediul juvenil.

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

1.2. În ciuda faptului că celularele au apărut pe piață în 1983, SMS-ul a fost cunoscut abia în 1993 [*cf.* Richardson, 2006, 91]. Utilizarea acestora a început să crească spre sfârșitul anilor '90, cu o perioadă de explozie între 1999 și 2002. Întrucât telefonia mobilă câștigă în fiecare an peste 120 de milioane de utilizatori în toată lumea, crește și numărul celor care comunică și se informează prin intermediul SMS-urilor⁵. Conform enciclopediei electronice Wikipedia⁶, 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 și programe de e-mail, frontierele dintre tehnologia mobilă și cea informațională se estompează. Importanța SMS-ului în contemporaneitate nu poate fi contestată. Prin această practică de scriitură, aparent banală, se comunică⁷, se face publicitate⁸, se expediază felicitări, se face politică⁹ și jurnalism (de vreme ce stilul articolelor de presă este sec, adoptând un limbaj laconic, SMS-ul pare să fie expresia ultimă a conciziei gazetărești [*cf.* Ulmanu]) etc. Deci și funcțiile pe care le are astăzi SMS-ul sunt de natură eterogenă – comunicativă, informativă, propagandistică etc. Mai mult, se vorbește chiar despre apariția unor științe ale tehnologiei mobilului – *mociologia*¹⁰ și *mocioeconomia*. Pe măsură ce tot mai multe instituții media încep să folosească SMS-ul pentru a transmite știri, informații și divertisment, standardul însuși evoluează. Anumite celulare deja pot combina mai multe SMS-uri pentru a permite expedierea și recepționarea unor mesaje mai lungi¹¹. Noul standard MMS, care are ca principal atu adăugarea imaginii și 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, afișat pe un ecran. Conținutul laconic al textului vizează, de regulă, esența mesajului, detaliile, precizările fiind evitate. Distingându-se prin rapiditate, eficacitate, dinamică, stocare importantă a datelor și utilitarism, caracterul virtual al *noului limbaj*¹² (cu formele-i specifice SMS, chat, Messenger, e-mail etc.), influențat foarte mult de limba engleză, se afirmă ca un mod de comunicare universal acceptat în interiorul și în afara mediului electronic (la serviciu, acasă, pe stradă etc.). Astfel, asistăm la impunerea, tot mai evidentă, a unui limbaj special, original (dar și clișeizat), simplu și sintetic (cu propriile sale reguli și metode de folosire).

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. Ținând cont de faptul că „limba este un organism viu, care se transformă cultural” [Bancianu]. Astfel, limbajul SMS nu poate să nu influențeze limba română literară¹³.

2.2. SMS-urile pe care tinerii și 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 conjuncției *ca*. Eliminarea vocalelor (a lui *e* final, mai ales), face din cuvinte niște forme nonlexicale, dar care, în virtutea unei convenții de comunicare, asigură mesajelor textuale sens și 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 câștiga timp și spațiu. Sub influența limbii engleze, în SMS-urile scrise în română se strecoară frecvent și 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 știu*); *Aever* (pentru *forever – pentru totdeauna*) etc.¹⁴. Se optează pentru reducerea vocalelor, deoarece consoanele, fiind mai numeroase, contribuie mai mult la recunoașterea cuvintelor. Există două tipuri de fenomene abreviative¹⁵: *abrevierile normale*, standard, cunoscute de toți și având propria ortografie, și *abrevierile inovatoare*, specifice limbajului juvenil, care provin din imaginația utilizatorului de SMS.

O altă trăsătură a limbajului virtual al SMS-urilor este scrierea, în funcție de intenția 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, urgența, nerăbdarea sau emoțiile puternice.

Din aceleași considerente (economie de spațiu și de timp, dar și din indiferență / ignoranță), utilizatorii de SMS omit semnele de punctuație (de obicei virgula) sau chiar blankul. În lipsa blankului, primele litere ale cuvintelor, scrise cu majusculă, sunt cele care, din punct de vedere semantic, diferențiază semnele linguale (ex.: *StInFataHavuz.VrbCdNeVdm.LaRvdr!* = *Sunt în fața havuzului. Vorbim când ne vedem. La revedere!*).

La nivel lexical se observă fenomenul prefixării excesive, model inspirat din alte limbi și specific unui limbaj pretențios vorbirii actuale (*superfericit(ă)*, *megaocupat(ă)* etc.), frecvența 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 amenințare la adresa regulilor de scriere”¹⁶, reguli care nu mai sunt canon pentru *noul limbaj* (cf. [Bancianu] și [Cintec]). O opinie contrară îi aparține Ralucai Moise, care susține că adolescenții ar demonstra multiple competențe lingvistice, aceștia fiind deja inițiați 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-cunoaștere a lor”

[*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, cheamă 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 făcând 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 Ball²⁰. Deși „reîncarnările” ulterioare ale *emoticonilor* s-au bucurat de stilizări (grafice și animate) esențiale, trăsăturile grafice ale primului model au rămas ușor recunosibile.

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>]

4. Fiind o practică de scriitură deja consacrată, care își justifică pe deplin funcția sa comunicativă, limbajul virtual scris al SMS-urilor, deși în plină ascensiune, nu este studiat pe deplin în aria vorbitorilor de limba română. Provenind dintr-o complexă simbioză dintre conținut și formă, aspectul semiotico-gramatical al limbajului virtual scris al SMS-urilor ar putea fi un interesant reper actual de cercetare mai profundă a unei actuale, la modă și foarte răspândite modalități 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 decodăți limbajul SMS-urilor* // <http://www.info-ghid.com/trimiterea-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 și ca *text messaging* – mesagerie textuală), prin care înțelegem atât serviciul de mesaje scurte, mediat de către companiile de telefonie mobilă, cât și mesajele textuale scurte propriu-zise. Ultima accepție a abrevierii SMS este utilizată mai cu seamă în țările europene nevorbitoare de engleză [cf. www.reference.com].
- ³ În acest sens, se știe că oamenii, în special generațiile tinere, „n-au avut până acum o astfel de posibilitate de cooperare în sensul exercitării capacităților creative” [Moise].

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 expedit 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 „cybercrații”, 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].