

XIAOLEI JIN\*  
VESNA POLOVINA\*\*  
KATEDRA ZA ORIJENTALISTIKU  
KATEDRA ZA OPŠTU LINGVISTIKU  
FILOLOŠKI FAKULTET  
UNIVERZITETA U BEOGRADU

## LINGVISTIČKA I KULTUROLOŠKA POREĐENJA SMS PORUKA U KINESKOM I SRPSKOM

U radu se na osnovu ankete i uz nju priloženih primera SMS poruka na kineskom i srpskom, analiziraju lingvokulturološke razlike između kineskih i srpskih ispitanika. Jezičke sličnosti i razlike najbolje se uočavaju na ortografskom i morfološkom planu, i tu su opšte tendencije korišćenja resursa maternjeg jezika slične, dok razlike nastaju usled različitih tipoloških karakteristika dva jezika. Kulturološke razlike su se pokazale zamearljivim, bar u slučaju mlađe populacije koja je ispitivana u ovom istraživanju.

**Ključne reči:** poruke, SMS, kineski, srpski, ortografija, morfološke promene.

Kratka SMS poruka je tekstualna poruka koja se šalje i prima preko GSM standarda mobile telefonije. Sastavljena je od najviše 160 alfa-numeričkih znakova (70 kineskih karaktera), ili je sastavljena od ne-tekstualnog oblika SMS-a (poput jednostavne grafike i melodije u binarnom formatu). Pružanjem nove dimenzije privatne međusobne komunikacije, SMS poruka predstavlja relativno noviji fenomen ne samo u socio-kulturološkom aspektu, već i u oblasti lingvistike. Tekst SMS poruke, za razliku od drugih vidova teksta, nosi neke upečatljive karakteristike kako jezičke, tako i kulturološke.

Prema istraživanju najvećeg kineskog pretraživača Baidu, SMS poruke u Kini su prvo počeli da koriste obrazovni i mladi ljudi, a tek kasnije predstavnici drugih društvenih grupa. Najveću grupu korisni-

---

\* xiaolei\_jin@hotmail.com

\*\* polovinav@fil.bg.ac.rs

ka SMS poruka predstavlja stanovništvo starosti od 15–19 godina i od 20–25 godina, sa najvećim procentom korisnika SMS poruka od 83.3% i 89.0%. Slična situacija je sigurno u početku bila i u drugim sredinama (na primer, Ling, 2004)

U popularnim napisima o jeziku koji se koristi u tekstu SMS poruka, kao i o jeziku njihovih korisnika, često se naglašava da se ne pridržavaju pravopisa i sintaksičkih pravila, da se narušava tradicionalni oblik diskursa, ističe se privrženost avangardnom načinu izražavanja i tako se ostvaruje jedinstveni, novi oblik diskursa koji živo prikazuje psihologiju i lične karakterne osobine današnjih mladih ljudi. Štaviše, danas se takav jezik ne koristi samo na Internetu, već i u realnom životu. Prema gore pomenutim izvorima, 89.8% upitanih tvrdi da koristi „jezik Interneta” u svakodnevnoj komunikaciji, te ma koliko bila upitna takva anketa, ona pokazuje da je jezik koji se koristi u tekstu SMS poruke i na društvenim mrežama, odavno postao deo našeg opšteg jezika.

Tako Gu Sijaoming (2004)<sup>1</sup> upotrebljava termin „diskurs mobilnog telefona” i smatra da će se u procesu razvoja SMS poruka stvoriti neke nove reči i da će neki izrazi dobiti novo značenje i nove načine upotrebe, kao i novi oblik diskursa. Prema dosadašnjim istraživanjima, te jezičke razlike se prikazuju na nivou fonetike, leksike i sintakse, a najviše ih ima na nivou leksike, a najmanje u sintaksi. Time se potvrđuje stav da sintaksička promena sporije od promena leksici.

Jezičke promene u tekstu SMS poruke su privukle veliku pažnju stručnjaka (Crystal, 2008, Tagg, 2009, 2012). Međutim, dosadašnja istraživanja su pretežno bila usmerena na sociološko-kulturološki i jezički aspekt u pojedinačnim jezicima, ali je manje detaljnijih poređenja među jezicima, koja bi obuhvatila jezičko-kulturološka saznanja. Naš rad pokušava da odgovori na moguća lingvokulturološka pitanja diskursnih obeležja kratkih SMS, kao i da, na osnovu lingvističke analize teksta SMS poruka na kineskom i srpskom jeziku, utvrdi koji su osnovni principi koji uslovljavaju specifičnosti tzv. „diskursa mobilnog telefona”.

## Metodologija istraživanja

Mi smo anketiranjem studenata sa Normal univerziteta u Harbinu (starih od 20–25 godina), prikupili 120 upitnika 2016. godine. Odgovore na naša pitanja anketirani su dali na osnovu svojih poruka preko Wechata.<sup>2</sup> Takođe smo tom prilikom sakupili 1006 poruka koje su sami

<sup>1</sup> Videti: <http://news.sohu.com/20041227/n223664148.shtml> [10.11.2017]

<sup>2</sup> Wechat je trenutno najpopularniji sistem mobilne komunikacije za prenos tekstualnih i govornih poruka koju je razvila kineska kompanija Tencent. Aplikacija je lan-

ispitanici odabrali i priložili uz upitnik, kako bi ilustrovali svoje odgovore u anketi. U slučaju srpskih poruka, u anketi, sprovedenoj 2017. godine, učestvovao je nešto manji broj ispitanika, njih 55, takođe mlađeg uzrasta (16–25 godina), beogradskih srednjoškolaca i studenata Univerziteta u Beogradu (najviše sa Filološkog fakulteta), ali su oni uz anketu priložili takođe veliki broj poruka, ukupno 1230. S obzirom da su ankete sprovedene, a korpus poruka sakupljan 2016–2017. godine, naše istraživanje se bazira na platformama Wechat-a, Vibera i WhatsApp-a, pošto su ih svi učesnici u našim anketama koristili kao osnovni kanal za pisanje poruka.

Putem analize, otkrivamo da su jezičke promene u tekstu SMS poruka, bilo da su preko Wechata (na kineskom) ili preko Vibera ili Whatsapp-a (na srpskom), u suštini, istog porekla—uslovljene su tipom medija.

Smatramo da su zbog tehničkog uslovljavanja i prisutnih teškoća pri kucanju kineskih karakera na mobilnom telefonu, kao i zbog namere da se uštedi i vreme i snaga, kratkoća i konciznost najizraženije karakteristike teksta SMS poruka i odatle uglavnom proističu i ostale specifičnosti tog tipa teksta. No, to se odnosi i na srpski jezik u kome se neke jezičke promene takođe mogu objasniti težnjom za brzim kucanjem i konciznošću (O greškama zbog brzine kucanja poruka videti: Jelić, G. i Polovina, V. 2015)

Drugi razlog za postojanje takvih promena leži u tome što pisci poruke žele da postignu specifičan efekat i da budu duhoviti. Većina poruka se razmenjuje i prerasta u razgovor jer su sagovornici najčešće prijatelji, vršnjaci koji se dogovaraju oko izlazaka, oko škole/fakulteta, zabave i o događajima iz svakodnevnog života. (Šire o sadržaju i tematici u porukama u: Xia, Y., 2012; Chen, X, et al., 2013)

Nakon analize upitnika i sumiranja, smatramo da promene u ortografiji, kao i morfološke specifičnosti jezika kratkih poruka putem mobilne telefonije, mogu najbolje predstaviti neke sličnosti i razlike između kineskih i srpskih na lingvokulturološkom planu. Stoga u narednim redovima izdvajamo upotrebu posebnih simbola čije je značenje ikoničkog tipa, ortografskim i morfološkim specifičnostima u kineskom i srpskom, koje su na raspolaganju piscima poruka da kreiraju diskurs poruka.

---

sirana u januaru 2011. godine. Prema zvaničnim statističkim podacima kompanije Tencenta iz 2015. godine (<http://mt.sohu.com/20150601/n414206431.shtml>, registrovano je skoro 600 miliona korisnika (u Kini i izvan Kine), sa prosečnom godinom starosti od 26 godina. Prema ovom izvoru, ima 55.2% korisnika koji upotrebljavaju Wechat više od 10 puta dnevno, a 25% njih čak više od 30 puta dnevno. Budući da Wechat pokriva 90% „pametnih telefona” u Kini, pravi je predstavnik kineske elektronske revolucije i postaje neophodno oruđe za svakodnevnu upotrebu savremenog Kineza.

## Emotikoni i stikeri

Tekst SMS poruke je na neki način „govorni jezik u pisanoj formi”. Da bi se nadoknadio nedostatak mogućnosti za uzražavanje emocija ili gestikulacija iz živog razgovora, a kao jednostavan način iskazivanja osećanja, stavova i sl., mahom se koriste u tekstu simboli, emotikoni ili stikeri.

U prvoj fazi slanja poruka emotikoni su nastajali od grafičkih simbola: :-), :D, :\*, <3, i sl. S obzirom da je princip korišćenja postojećih simbola za nove funkcije opštepoznat u jeziku, logično je da je ikoničnost ovih interpuncijskih i sličnih simbola dopustila njihovu upotrebu u kratkim porukama. Razlike između kultura u specifičnom ispoljavanju mogu se ilustrovati sledećim primerom. Emotikon od latiničnih slova: **orz** – u kome prvo slovo predstavlja glavu, drugo ruke i torzo, a poslednje noge, dakle čoveka koji se klanja, ili se skupio u vidu ponizne molitve, u kineskom (i u drugim azijskim kultrama, npr. japanskoj) upotrebljava u značenju: „molim te” ili „hvala”, u zavisnosti od sadržaja poruke (govornog čina: da li se traži neka usluga, ili je usluga obavljena).

Zanimljivo je i obeležje „233”, koje je bilo broj stikera „grohotom se smejati” iz serije stikera koji je lansirala društvena mreža „mop.com”, koje se u tekstu poruka na Wechat-u pojavilo u varijantama sličnog ali intenziviranog značenja: **2333**, **233333**. Intenzifikacija smeha se na isti način ostvaruje i u srpskim proukama: **:D :D :D**.

Moderniji, „pametni” telefoni imaju već gotove slike, *emoji*-e koji su gotovo zamenili, mada ne u potpunosti, slovne kombinacije emotikona. Naše anketno pitanje o emotikonima bilo je sadržano u pitanju: „Kada koristite stikere ili emotikone pri pisanju teksta poruke?”, a kineski ispitanici su dali sledeće odgovore: 1) „koristimo pre svega zbog toga što je kucanje kineskih karaktera na mobilnom telefonu jako teško”; 2) da bi izbegli situaciju u kojoj „jezik deluje oskudno i plašimo se da ne možemo da izrazimo pravu misao”; 3) koristimo stikere ili emotikone „kada se osećamo neprijatno ili kada nas je sramota”; 4) „kada ne želimo da pričamo, a opet osećamo potrebu da ipak treba odgovoriti”. Jedino po čemu se srpski ispitanici razlikuju jeste što je prvi odgovor „kucanje karaktera je teško” izostao, dok su se često javljali odgovori: „kad me mrzi dalje da smišljam tekst”, „kad želimo osećanje da predstavimo bez mnogo reči” i sl., što pokazuje da je motivacija za upotrebu emotikona zapravo veoma slična kod obe grupe.

S obzirom da je upotreba slovnihi simbola u emotikonima zasnovana na ikoničnosti, a da je nekad teško povući grancu kada počinje a kada prestaje ikoničnost, mi ćemo ipak u narednom odeljku, koji se bavi kako kineskim tako i internacionalnim logogramima, svrstati i neke, bar deli-

mično ikonične (mislimo na logograme →, ↑↓), pošto oni sami po sebi ne izražavaju emocije i stavove kao u prethodnim primerima.

### Kombinacija različitih tipova logograma

Nekoliko kombinacija logograma različitog tipa, simbol „strelica” uz kineski karakter navedeni su kao skraćivanje u odgovorima kineskih ispitanika. Na primer, iskaz: 一箭穿心 ima četiri karaktera u standardnom kineskom: „jedan”, „strela”, „pogađati”, „srce”, a u porukama se zamenjuje sa: →穿心, sa jednim internacionalnim i dva kineska karaktera: simbol strele, „pogađati”, „srce”, u značenju: „pogođen je (recimo, ljubavnom) strelom” ili „Pogodio si me u srce”. Slično tome standardni izraz: 出入平安, opet sa četiri kineska karaktera: „izlaziti”, „ulaziti”, „bezbedan” (dva poslednja karaktera zajedno označavaju tu reč), u poruci postaje: ↑ ↓平安, sa dve strele na gore i dole, i dva karaktera za „bezbedan”, u značenju „srećan put”. Slične pojave se mogu naravno javiti i u srpskom (npr. *Dolazimo ja+Mila+Kata*) ali u odgovorima i priloženim primerima poruka takvu kombinaciju nismo našli, što ukazuje na to da srpskim govornici u ovom kontekstu takve kombinacije verovatno nisu mnogo potrebne (izuzimamo primere kao što je *Shop&Go*, što je doslovno prenet naziv kompanije, a ne slobodna kombinacija reči i logograma).

Razlike takođe nalazimo u korišćenju homofonskih parova broj : reč. U kineskom su navedeni brojni primeri upotrebe brojeva kao zame-na za reči istog izgovora a drukčijeg značenja. Navešćemo neke:

**9494** /tɕiəu-si-tɕiəu-si/: 就是就是 /tɕiəu-ʂi-tɕiəu-ʂi/ („tako je”)

**7456**/tɕi-si-u-liəu/: 气死我了 //tɕi-si-uo-lɿ/ („baš me je iznerviralo”)

**555**: onomatopeja, koja se na kineskom izgovara: /u-u-u/, zvuk plača; na kantonškom /-ŋ-ŋ-ŋ/, sa zančenjem *da, da, da*; na tajlandskom /ha-ha-ha/, zvuk smeha—*hahaha*.

U tekstu poruka na engleskom jeziku ima sličnih oblika, odnosno kombinacija logograma i slova: **U2**, **4U**, **b4**, **2day** i oni su veoma česti (Tagg, 2009: 131) i veoma često se upotrebljavaju, mada se ne može reći da su nastale tek od pojave poruka putem mobilne telefonije, već su takve kombinacije prisutne bile i u drugim igrama s rečima<sup>3</sup>. Osim toga, kako navodi Tagg-ova (str. 123) dok se u španskom, (i drugim jezicima, pa i u srpskom), neke skraćenice izgovaraju kao pravi akronimi, npr CIA,

<sup>3</sup> Irska grupa U2 je od raznih predloga za ime grupe 1978. izabrala svoje ime jer je „višesmisleno i otvoreno za različita tumačenja” [https://en.wikipedia.org/wiki/U2#Formation\\_and\\_early\\_years\\_\(1976-1980\)](https://en.wikipedia.org/wiki/U2#Formation_and_early_years_(1976-1980)) [10.11.2017]

IRA i sl., u engleskom je uobičajenije upotrebljavati „incijalizme”, tj. izgovarati slovo po slovo: /si-aj-ej/, /aj-ar-ej/. Sami po sebi, ovakvi izbori predstavljaju zanimljivu fonetsko-leksički intuiciju izvornih govornika jednog jezika da na najekonomičniji način upotrebe resurse svog maternjeg jezika. I možda najvažnije, za razliku od flektivnih jezika, kakav je srpski, u engleskom, pa i kineskom, moguća su češća preklapanja homofonijskog tipa sa *spelling-om* odnosno čitanjem slova/karaktera putem slogova, pogotovo što se najčešće radi o frekventnim jednosložnim rečima. Tako se u engleskom slovo *u* poklapa se zamenicom *you*, slovo *c* sa glagolom *see*, da ne govorimo o broju *2* čiji je izgovor jednak predlogu *to*, adverbu *too*, delovima reči poput reči *tomorrow* i *today*, i sl. Pri tome, mnoge od tih reči su frekventne u svim tipovima tekstova, ne samo u porukama. U srpskom jeziku takva homofonija je jednostavno ređa. Ima zabeleženih primera: *o5*, „opet”, u srpskom, a sličan primer se može naći i u ruskom, poljskom. Dakle, za frekventniju upotrebu ovakvih kombinacija potrebno je da postoji homofonija između nekog broja i neke druge, poželjno frekventnije, reči.

S druge strane, našli smo u oba jezika dosta primera u kojima se kombinuju izrazi na maternjem sa engleskim jezikom. Tako u kineskim porukama nalazimo:

- Samo brojeve čiji se izgovor poklapa sa izgovorom engleskog pozdrava pri rastanku: **88** /ba-ba/ slično je standardno napisanom: 拜拜 /bai-bai/ te se koristi kao pozdrav: *Bye-bye*.
- Broj 3 u izgovoru /san/, koji liči na prvi slog engleskog izraza *thank you* uz latinično slovo *Q*, koje se čita prema engleskom /kju/: **3Q** /san-kju/, te predstavljaju kinesku „varijantu” izgovora engleskog *thank you*.
- Kombinacije jedne engleske reči i kineskih karaktera: izraz „O moj bože” u standardnom kineskom se piše: 我的神 /uo-dy-ŝ'en/. A u porukama se pojednostavljuje i piše: **word** 神, pošto se engleska reč „word” izgovara slično kineskoj reči za „moj” (我的 /uo-dy/).

Iako u srpskom ne nalazimo ovakvih kombinacija kao u kineskom, to ne znači da engleskih izraza, reči i skraćenica nema u tekstu poruka, naprotiv, kao što ćemo videti kasnije, u odeljku o *Pozajmljenicama*.

Takođe tipičnom pojavom za kineski jezik smatramo i upotrebu karaktera-homofona radi stvaranja duhovitosi u tekstu poruka. Na primer, sledeći se izrazi mogu zameniti:

围脖 /uei-bo/ („portikla”) : 微博 /uei-bo/, (naziv bloga društvene mreže)  
 鸭梨 /ia-li/(„kruška”) : 压力 /ia-li/(„pritisak”)



Upotrebljava se prva varijanta (portikla; kruška) umesto druge (naziv bloga; pritisak), kako bi se u nekom kontekstu „umanjila ozbiljnost” poruke.

### Kombinovanje pisama

U kineskom postoji niz primera u kojima se početnim slovima latinične transkripcije, tj. inicijalima kineskih slogova, mogu iskazati izrazi kao što su:

- PFPF /pei-fu-pei-fu/: u kome se napišu samo latinični inicijali sloga umesto standardnih karaktera: 佩服佩服 ( „divim ti se”)
- BT /bian-tai/: 变态 ( „izopačen”)
- PLMM /piao-liang-mei-mei/: 漂亮美媚 ( „lepa cura”)
- TMD /ta-ma-de/: psovka, a kako kažu ispitanici: „kada se slovima zamene karakteri za izražavanje psovke, manje se oseća sramota, stid”.

Upotreba inicijalizama je česta i u engleskom jeziku poruka: LOL, (*Laughing out loud*), WRY (*Where are you?*), FM (*follow me*), OMG (*Oh my God*) i sl. U srpskim primerima uglavnom se preuzimaju engleski inicijalizmi poput navedenih, u istom značenju.

Dok su u prethodnim primerima istaknuti uglavnom primeri koji pokazuju jezička sredstva koja povezuju kineski i engleski, odnosno mogućnosti koji pisci poruka imaju da kombinuju kineske karaktere i latinično pismo kako se čita u engleskom, u srpskim porukama uočljivo je variranje upotreba fonoloških i grafoloških sredstava kako unutar samog srpskog – latinice i ćirilice, tako i srpskih i engleskih načina pisanja i izgovora.

Iako je u srpskom u najčešćoj upotrebi latinično pismo (bez dijakritičkih oznaka), kod dva ispitanika poruke su bile dosledno na ćirilici. Ali i u latiničnim se javio primer: **xaxaxa** – smeha otkucanog latiničnim slovom koga nema u našem latiničnom pismu, a koji vrlo lako može da se čita i kao ćirilična verzija koja odgovara onomatopejskom obliku smeha. Slično tome u latiničnim porukama nalazimo i: *posle faxa*, „posle fakulteta”, što je sasvim blisko govornicima srpskog jezika kao moguća varijanta za pisanje umesto **ks** (na ulicama stalno viđamo *taxi*-je!). S druge strane, neke engleske reči se odomaćuju i na latinici i na ćirilici: *Oki*, *Okej*, *ouki-douki*, *киил*.

## Morfološke inovacije

U našem korpusu kineskih poruka, imamo dosta primera skraćena, u kojima se samo jedan karakter (jedna morfema) cele reči zadržava, te se osećaju, sa stanovišta standardnog kineskog jezika, gramatički neispravnim:

亲 /tɕ'in/ umesto: 亲爱的 („draga”) ostavlja se samo prvi karakter nekih reči

小确幸 /ɕiau-tɕ'ye-ɕin/: 微小而确实的幸福 („sitno ali ispunjeno zadovoljstvo”) uzimaju se samo pojedini karakteri iz ključnih reči celog iskaza, nije ni prvi karakter od svih reči u sintagmi, već „slobodan odbir”.

Čak se i duži iskazi skraćuju, te deluju kao novi „idiomi” stvoreni u jeziku interneta/mobilnog telefona:

人艰不拆 /ʒen-tɕiæn-bu-tɕ'ai/: 人生已经如此艰难, 有些事情就不要拆穿了 („Život je već toliko surov da zaista nema potrebe da razotkrivamo istinu nekih stvari”)

不明觉厉 /bu-tɕye-miŋ/: 虽然不明白你在说什么, 但觉得你好像很厉害的样子 („Iako mi nije jasno to što pričaš, ali mi se čini da si strašan”)

Prvi iskaz gorenavedenog primera je prvobitno bio stih jedne popularne pesme, dok je drugi potekao iz dijaloga glavnih junaka u filmu *The God of Cookery*, u kojem igra čuveni kineski komičar Stephen Chow. Zbog popularnosti pesme i filmskog junaka, ove dve rečenice su postale popularne i korisnici društvenih mreža ih često citiraju. Tako su stvoreni novi idiomi, da bi, kao što smo već pomenuli, „uštedeli” i vreme i snagu.

I u srpskom i u kineskom javljaju se primeri metateze kao morfološki inovacionog procesa, često karakteristične za omladinski žargon: **tebra** umesto: *brate*, na primer; a u kineskom: 表酱紫 /biau-tɕiaŋ-tsi/: standard 不要这样子 /bu-iau-tɕy-iæn-tsi/ („nemoj da budeš takav”); 男票 /nan-b'iau/ umesto: 男朋友 /nan-b'əŋ-iou/ („dečko”). Ove skraćene varijante su dijelakatski i žargonski obojene. U kineskom se nove reči često stvaraju i dupliranjem: 东东 /duŋ-duŋ/, u zamenu za reč 东西 /duŋ-ɕi/ („stvar”); 美媚 /mei-meī/, u zamenu za reč 美女 /mei-ny/ („lepotica”)

Specifično je za kineski jezik i korišćenje „reči” koje nastaju greškom u standardnom izgovoru. Tako, prilikom kucanja karaktera pomoću programa Sogou Pinyin, korisnici često nepažnjom ili iz navike pogrešno unesu inicijale ili finale sloga transkripcije, npr. „l” umesto „n” i usled toga dobijaju pogrešne karaktere. Pošto se većina takvih kucanih grešaka ne ispravi, tako je nastao niz takvih novih „reči” ili „frazu” u „tekstu mobilnog telefona”. Na primer:



蓝瘦香菇 /lan-ʂ'ou-ɕiaŋ-gu/ („plavi”, „mršavi”, „šitaki pečurke”): 难受想哭 /nan-ʂ'ou-ɕiaŋ-ku- xiang ku/ („tužna sam i hoću da plačem”)

(greška nastaje mešanjem „l” i „n”, „g” i „k” u dijalektu južnih delova Kine, i pri kucanju se dobijaju drugi karakteri drugog značenja. Intersantno je da se ovom greškom skovana reč: 蓝瘦香菇 /lan-ʂ'ou-ɕiaŋ-gu/ brzo širi na Wechatu i Internetu, tako da je nedavno u studentskoj menzi jednog kineskog univerziteta lansirano novo jelo po ovom imenu. Ili:

小盆友 /ɕiao-pen-iou/ („mali” – „činija” – „drug”) u zamenu za reč 小朋友 /ɕiao-pəŋ-iou/ („mališani”) (mešanje „-en/en/” i „-eng/əŋ/”)

Novi termin postaje tako duhovita zamena za standardni naziv za „mališana”. Slični su i sledeći koje ćemo samo navesti:

稀饭 /ɕi-fan/ („kaša od pirinča”) u zamenu za reč 喜欢 /ɕi-xuan/ („svidati se”)

神马 /ʂ'en-ma/(„čaroban”, „konj”) u zamenu za reč 什么 /ʂ'en-my/ („šta”)

Navešemo i neke neologizme koji su se javili u našem korpusu i anketama:

网红 /uaŋ-xuŋ/ („mreža”- „crveno”): popularna ličnost na Internetu;

小鲜肉 /ɕiau-ɕian-zou/ („mali”- „svež”- „meso”): naziv za osobu koja je mlada, lepa i mišićava.

囧 /tɕyŋ/: pridev kojim se opisuje nezavidna situacija. Karakter liči na grimasu.

Neke reči i izrazi su proširile svoju funkciju zahvaljujući novim, figurativnim značenjima i upotrebljivosti u tekstovima poruka. Na primer:

女神 /ny-ʂ'en/: prvobitno značenje: „boginja”; novo je upotreba u kontekstu. *fig.* „ženski idol”

男神 /nan-ʂ'en/: prvobitno značenje: „bog”; *fig.* „muški idol”

红包 /xuŋ-bao/: prvobitno značenje: „crvena koverta”; *fig.* „materijalni ili nematerijalni benefit na Wechatu”; *fig.* „dobra vest”

醉了 /tsuei-ly/: prvobitno značenje: „napiti se”; *fig.* „osećati se nemoćno ili zbunjeno”

U srpskom jeziku su neki od morfoloških inovacionih procesa takođe prisutni. Uzorak pokazuje da ima „negramatičnih” pojava. Posebno je uočljiva upotreba pomoćnog glagola na početku iskaza: *Ste ljubomorni? Si stigo? Si trazila odgovore?* Ili: *Ljudovi, ko ide na ...* predstavlja primer veselog, šaljivog obraćanja prijateljima, u kome je namerno upotrebljen nepravilni oblik množine.

Naravno mnogi drugi primeri skraćivanja reči su prisutni. Neka od tih skraćivanja, poput *komp*, *fak*, *faks* su uobičajena i za kolokvijalno razgovorno izražavanje, pa i primer: *Esi mi dobar. Ša?* Drugi primeri su, pak, skraćivanja kontekstualno primenjiva u jeziku poruka, ali se ne bi čula u govoru: *Pa dog cemo se. E zab si gumicu* (*dog* lako razumljivo kao „dogovorićemo” odnosno „zaboravila” u kontekstima datih poruka (poruke se na Viberu i WhatsApp-u često pretvaraju u razgovore, ćaskanja).

Uobičajena je pojava da se neke vrlo frekventne reči: modali: *vrv znas*. (verovatno), *nmg da nadjem* (ne mogu); *msm divni ste* (mislim); ili deiktici: *Krecemo vcrs*; ili psovke: *jbt*, *jōi*, pa i partikule: *Brt ti likovi imaju 50 godina*. Ovaj poslednji primer *brt* je „brate” koji najčešće nema funkciju pravog obraćanja, već kao u ovom kontekstu pre je zamenjivo sa partikulom *pa* koja se kao takva javlja u razgovornom jeziku.

Novije reči, koje možda i nisu više tako nove, nastaju u vezi sa novijom tehnologijom. Na primer, *bagovati*, *na netu*, *čujemo se na tvi-teru*, *bas je meme lik* i sl., verovatno će opstati u nekoj formi, mada, recimo, kod ovog poslednjeg primera nekada se može videti i preuzeta engleska varijanta izgovora: *mim*, što pokazuje njenu trenutnu relativnu nestabilnost.

## Pozajmljenice

Nove reči ili jezička obeležja, bez obzira na kojem jeziku i u kojoj su kulturološkoj sredini nastali, nose opšte karakteristike „buzzword” (žargon i krilatica), kao što su temporalnost, popularnost, anti-legitimnost, anti-normativnost, dvosmislenost i produktivnost, ali su se možda posebno brzo širile zahvaljujući Internetu.

Pozajmljenice su najčešće iz engleskog jezika, ali se mogu naći i iz drugih jezika. Tako u kineskom možemo naći pozajmljenice poput:

**wuli** /u-li/: iz korejskog jezika, „naši”+ „ime”, reči kojom mladi Kinezi na mreži nazivaju omiljenog glumca ili glumicu

欧尼酱 /ou-ni-tǎiǎŋ/: iz japanskog jezika (お兄ちゃん), „bata”, oslovljavanje od milja

控 /k'uaŋ/, iz engleskog jezika „complex”, reč kojom kineski korisnici mreže opisuju svoju slabost prema nečemu

Navedene pozajmljenice su se brzo proširile u upotrebi na internetu i porukama. Iako naredni primeri ne predstavljaju pozajmljenice, kao ilustraciju brzog širenja inovacija uopšte navešćemo sledeće primere iz kineskog. Te *inovacije* (neobične i „devijantne” u odnosu na standardni jezik) šire se izuzetno velikom brzinom i prevazilaze geografske granice. Svako vreme ima svoj „jezik”, ali se nikada on nije širio takvom brzinom

kao danas. Neka reč ili krilatica može preko noći da se „pročuje” celom zemljom, na primer 蓝瘦香菇 („tužna sam i hoću da plačem”). Naravno, ovi izrazi na Wechatu imaju sličnu sudbinu kao i druge krilatice: ili nestaju, ili postaju obične reči. Dosada je samo jedan mali broj tih tvorevina na Internetu ušao u rečnik<sup>4</sup>, a većina njih je, kako je stvorena tako i nestala iz jezika Interneta.

Drugo, ranije su se ti žargoni i krilatice uglavnom koristili samo u određenom krugu ljudi, a danas se, zahvaljujući internetu, koriste među raznim slojevima i klasama društva. Na primer novoskovana izraz 么么哒 (/mǔ-mǔ-dǎ/, onomatopeja, zvuk poljupca, („cmok”), prvo se koristio među mladim devojkama, a ubrzo se proširio i među sredovečnim ženama, a u poslednje vreme i šire.

Treće, neke nove jezičke forme imaju veliku produktivnost, npr. reč 裸 (/luo/, sa prvobitnim značenjem: „go”, „nag”), te se figurativno značenje „bez prpratnih stvari” prvo pojavila u nazivu serije 裸婚时代 („Nago venčanje”), zatim 裸婚 („venčati se bez svadbe, bez kupovine stana, kola i dr”). Ova nova značenja su se brzo širila Internetom, da bi kasnije nastao niz izraza sa karakterom 裸, kao što su: 裸官 („korupirani funkcioneri koji su poslali svoju porodicu van zemlje ili prebacili svoj novac u strane banke”), 裸考 („polagati prijemni ispit bez bonusa i povlašćenja”), 裸价 („niska cena bez zarada”), itd.

Na kraju, budući da tekst na Wechatu ima oblik konverzacije, razumevanje tih izraza u velikoj meri zavisi od konteksta. Čim taj određeni kontekst nestane ili se promeni, ti iskazi odmah izgube značenje. Iz tog ugla gledano, ovakve jezičke forme Interneta/mobilnog nisu ustaljene, brzo se menjaju i teško ostaju trajno.

Prema našoj anketi, među novonastalim jezičkim formama nalazi se i jedan mali deo sintaksičko „neispravnih” rečenica. Tako u standardnom kineskom glagol često može da se upotrebi kao imenica. Obrnuti slučaj, da se imenica upotrebljava kao glagol je neka vrsta novije tendencije u kineskom, ali sada sve više se da se imenice proširuju svoju funkciju te se koriste i kao glagoli i pridevi, što inače nije uobičajeno za standardni kineski jezik:

我汗 /uo-xan/ (ja-znoj umesto: 我出汗了 /uo-tʂʰu-xan-ly// („preznojavam se”)

压力山大 /ia-li-ʂʰan-dǎ/ („pritisak”, „planina”, „veliki”) umesto: 压力像山一样大 („pritisak je težak poput planine”)

<sup>4</sup> *Xinhua zidian*, 11 izdanja (2011), zvanično je uvrstio nove upotrebe pojedinih reči na Internetu. Npr. kod reči 晒 /ʂʰai/, pored ustaljene upotrebe („sunčati se”), dodato je i novo značenje uz primere: 晒工资 („obelodaniti svoju platu na Internetu”), 晒照片 („okačiti svoje fotografije na društvenim mrežama”).

Pojavljaju se na Wechat-u i sledeće forme:

我忙 **-ing**: kombinovanjem kineskog karaktera i obeležja sadašnjeg participija „-ing” u engleskom jeziku, dobija se značenje iskaza 我正忙着呢 (*I'm busy right now*).

不 **care** [ne-care]: 不管 (*Don't care.*)

O 了 [okay-ly]: 行了 (*It's okay.*)

I u srpskim porukama javljaju se brojne pozajmljenice. Pozajmljenice iz engleskog naravno dominiraju, ali se nađu primeri i iz drugih jezika, tim pre što su deo naših ispitanika studenti Filološkog fakulteta u Beogradu, te nalazim pozdrav **Got Natt** iz norveškog, *Idem da kupim zvezek*, iz slovenačkog preuzeta reč, **Vamos, Messi!** iz španskog, i sl. Ma kako pojedinačni primeri, oni lepo ilustruju međukulturne uticaje i kako se ispoljavaju u razgovorima specifičnih grupa.

Druga karakteristična crta jeste ubacivanje stranih reči u srpski tekst u raznim formama: Npr. *U faci je kao high school bully. Bice full. Done!* U svim navedenim slučajevima engleska reč ili fraza uokvireni su srpskim tekstom.

Interesantniji su oni slučajevi u kojima se pisci poruka poigravaju srpski načinom pisanja i variranja engleskih reči. Dok se u primeru *baci mi link*, sasvim poklapaju i srpski i engleski način pisanja date reči, u primerima *drim tim*, i u drugim slučajevima engleski original je „posrbljen”: **Najs!** i **Čizus Krajst**, kao i komentar na prethodne replike sagovornika. Zatim se javljaju odomaćene vaijante: **Jees. Kuul. Caooo**, pa čak i na ćirilici: *Сем оної таї for лажк. Само на фб. Гућу кауш*. Pošto su neke male, česte reči, poput afirmativnih i odričnih rečca dosta česte, zanimljive su njihove varijante: **yeah, jes, jees, nou, neee, nope**, i u jednom primeru, pod uticajem kolokvijalne engleske varijante *yep, nope*, našli smo i varijantu srpskog afirmativnog: **Dap**.

Kao što vidimo, u pogledu morfografološkog i ortografskog variranja i stvaranja novih formi i kineski i srpski ispitanici i njihove poruke pokazuju slične tendencije: slobodu u izražavanju, težnju ka inovacijama i duhovitošću, i sl. Način ostvarivanja tih inovacija ima svoj oslonac u mogućnostima koje im pružaju njihov maternji jezik i jezik sa kojima imaju najviše kontakta, danas engleski jezik, te tu nastaju i najveće razlike.

### Način obraćanja

Kako bismo ispitali koliko govornici osećaju da je način na koji pišu uslovljen ne samo jezičkim ograničenjima i mogućnostima, već i drugim faktorima, deo pitanja koje smo postavili u anketi odnosila su

se na način na koji se obraćaju sagovorniku prilikom pisanja poruka i to kada otpočinju i kada završavaju razgovor. U ovom delu našeg rada bavimo se varijabilnošću formi uslovljenih odnosom prema sagovornicima.

Budući da poruke putem mobilne telefonije, u suštini, imaju odlike „telefonskog razgovora u pisanoj formi”, i to sa važnom tehnološkom novinom, da kada vas neko pozove vi vidite njegovo ime na ekranu telefona u najvećem broju slučajeva, obično je izostavljeno oslovljavanje na početku „razgovora”, već se direkto otpočinje sa pozdravom tipa: 干吗 („Šta radiš”), 在忙吗? („Da li si zauzet”) 亲, 在吗 („Draga/i, da li si tu”), a ne formalnog 你好 („Dobar dan”, kao što se uči u udžbenicima). Prema našim anketama, pozdrav 你好 („Dobar dan”) se koristi samo kada se dopisuje sa nepoznatom osobom ili u poslovnom razgovoru.

**Otpočinjanje razgovora s prijateljima.** Dakle, u kineskom se javljaju: 干吗 („Šta radiš?”), 在忙吗 („Da li si zauzet?”), 亲, 在吗 („Draga/i, da li si tu?”), 嗨, 出来 („Hi, izlazi”), 最近好吗 („Kako si?”), *Hello*, stiker; U srpskim pozdravima prilikom otpočinjanja razgovora takođe su česti: *Gde si, Šta radiš, Šta ima* sa upitnikom ili bez, ali i sa: *E (Ae), Ej, gde si?, Yo, tebra.* tj. dodatim kolokvijalnim uzvicima „skretanja pažnje” i sl.

**Otpočinjanje razgovora s roditeljima:** 爸妈好 („Zdravo tata i mama”), 吃饭了吗 („Da li ste jeli?”), 你们好 („Zdravo; Dobar dan”), stiker. U slučaju srpskih ispitanika bilo je sličnih: *Ćao/Zdravo mama i tata*, ali i *Ćao, Makili. Gde ste?* i sl., dakle više neformalnih pozdrava.

**Otpočinjanje razgovora s nepoznatima:** U kineskom primeri su: 你好 („Zdravo”; „Dobar dan”). Mali broj formi, kao što je i očekivati za otpočinjanje komunikacije se nepoznatim, javlja se i u srpskom jeziku i toga su svesni i ispitanici koji kao primere navode *poštovana profesorka, poštovana*, ili *dragi profesore* u ponekim slučajevima, ređe, ili varijacije sa *poštovana* sa titulom (*poštovana koleginice*).

Čini nam se da veću raznovrsnost formi nalazimo u okončavanju razgovora. **Okončavanje razgovora s prijateljima** u kineskom ima, recimo, sledeće forme: 么么哒 („cmok”), 嗯嗯 („da, da”), 嘿嘿 („hahaha”), 好哒 („važi”). 拜 („ćao”) 白白 („ćao, ćao”), 886 („pozz”), 安安 („Laku noć”), 我去忙了 („odoh”), ili slanje stikera ili bez ikakvog pozdrava. I u srpskim porukama najveća varijabilnost se nalazi u okončavanju razgovora s prijateljima: *cmok, cmokic, poljubac, ljub, pozz, cao(s), aj cao*, te slanjem stikera ili bez posebnog posebnog pozdrava, recimo sa *Ok*.

**Okončavanje razgovora s roditeljima:** zvanično 晚安 („Laku noć”), 睡吧, 晚安 („Lepo spavaj i laku noć”), 一会儿说 („Nastavimo kasnije”), dok u srpskim primerima nalazimo: stiker , ili: *Laku noć. Ok. Poljubac!*, smiley, itd.

**Okončavanje razgovora s nepoznatima u kineskom:** zvanično 再见 („Doviđenja”), 谢谢 („Hvala”), 保持联系 („Bićemo u kontaktu”), dok su srpski otpozdravi: *S poštovanjem, poštovanje, srdačan pozdrav, pozdrav.*

Interesantno je da tip pozdrava ne zavisi toliko od jezika, koliko od situacije, a nekad i nema pozdrava. Razlog ne mora biti samo distanca socijalnog tipa, već i materijalni tip kulture, jer su studenti u Kini odvojeni najčešće od roditelja, a u Srbiji, većina anketiranih ili živi sa roditeljima, a ako žive odvojeno, nisu toliko udaljeni od roditelja u fizičkom smislu. Otuda možda kraći pozdravi i manje formalni u srpskom: *Ok, poljubac, smiley, i laku noć*, na primer.

Na osnovu rezultata anketiranja, konstatujemo da korisnici Wechata često nezvaničnim stilom otpočinju i okončavaju razgovor sa prijateljima, pomoću popularnih izraza sa Interneta ili „jezika mobilnog telefona”. Kada se dopisuju s roditeljima ili nepoznatima, više koriste zvanične načine obraćanja i pozdrava, poštujući pravopis pisanja teksta. Emotikoni ili stikeri se više koriste u dopisivanju s prijateljima i roditeljima, a vrlo retko se upotrebljavaju u prepiscima s nepoznatim. Osim toga, zapaženo je da kineski korisnici Wechata, kada žele da prvo prekinu razgovor s roditeljima, ne mare za teškoće kucanja na mobilnom i često prilože razlog poput „moram sada da idem na čas”, „moram da idem da ručam”, „moram da odradim (neki posao)”, u želji da iskažu poštovanje i zadobiju razumevanje. Nema puno razlika ni kada su u pitanju srpski ispitanici (jedan ispitanik je odgovorio da pažljivije i duže piše „kada traži pare od roditelja”), osim u slučaju rastanka koji smo već naveli.

**Zaključak.** Kao što smo pokazali, poruke koje se pišu preko Wechat-a, Vibera i WhatsApp-a na kineskom i srpskom u jezičkom smislu pokazuju vrlo slične opšte tendencije kao i u drugim jezicima. Pošto se poruke putem mobilne telefonije uglavnom koriste za neobavezno, prijateljsko ćaskanje i dopisivanje, mnoge odlike su istovremeno i odlike razgovornog jezika, s tim što pisma i ortografije pomažu da se stvaraju neke posebne novine u izražavanju. Kako će se pisati može zavisiti i od toga ko je primalac poruke, s obzirom na uzrast, socijalni odnos (roditelji ili pripadnost nekoj grupi, npr. studentske populacije), a toga su anketirani veoma svesni i lako menjaju stil i prilagođavaju se kontekstu. I kineske i srpske poruke pokazuju kulturološku sličnost uslovljenu medijem, pisanjem poruka preko telefona, a raznovrsnost samo u pojedinostima i osobenostima koje su uslovljene pre svega jezičkim i ortografskim sistemom.



## Literatura

- Chen, X., Guo, Ch., Chau, M., Zhou, W., 2013. Character usage in Chinese Short Message Service (SMS): a real-world study in Mainland China, *Int. J. Mobile Communications*, Vol. 11, No. 5, 429-445.
- Chinese language Internet search provider (baidu, <https://zhidao.baidu.com/question/1495221491113503459.html>; sina, <http://tech.sina.com.cn/2002-12-10/1418155128.shtml>, <http://tech.sina.com.cn/i/2015-02-05/doc-icczm-vun5815871.shtml>)
- Crystal, D., 2008. *Txtng: the Gr8 Db8*. Oxford: Oxford University Press.
- Jelić, G. i Polovina, V., 2015. Samoisppravka i ispravka u jeziku kratkih poruka, *Anali Filološkog fakulteta*, Vol. 27/2, 419–436.
- Ling, R., 2004. *The Mobile Connection: the Cell Phone's Impact on Society*. San Francisco: Morgan Kaufmann
- Tagg, C., 2009. *A Corpus Linguistics Study of SMS Text Messaging*. Ph.D. dissertation, University of Birmingham.
- Tagg, C., 2012. *Discourse of Text Messaging. Analysis of SMS Communication*, London-Oxford, Bloomsberry.
- Xia, Y., 2012. Chinese Use of Mobile Texting for Social Interactions: Cultural Implications in the Use of Communication Technology, *Intercultural Communication Studies XXI*: 2, 131–150.

THE LINGUISTIC AND CULTURAL COMPARISON OF SMS TEXTING  
IN CHINESE AND SERBIAN

## Summary

In this study we show that the basic principles underlying changes in orthography and language modifications in text messaging are generally rather similar in Chinese and Serbian despite of the more superficial differences due to the different linguistic systems. Rather, it is the medium, short mobile texting, that influences the phenomena that seem to be characteristic of this type of discourse. Our study is founded on a corpus of messages from the two languages as well as a questionnaire given to Chinese and Serbian informants as additional information was necessary. We focus only on some aspect, such as the beginning and closing of conversations, and some changes in the linguistic forms, orthographic and morphological, that seem to appear less in other types of written discourse.

**Key words:** text messaging, Chinese, Serbian, orthography, morphological adaptations