

## СМС-ПОВІДОМЛЕННЯ ЯК ТИП ЕЛЕКТРОННОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*Беззубова Олена Олександрівна,*

*асп.*

*Національний технічний університет України  
"Київський політехнічний інститут"*

У статті піднімається проблема смс-комунікації як чинника розвитку мови у суспільстві, аналізується вплив смс-комунікації на соціальне, культурне та правове життя суспільства, оцінюються різні підходи в аспекті впливу смс-комунікації на розвиток стандартної мови.

*Ключові слова:* смс-повідомлення, смс-комунікація, стандартна мова, зв'язок, листування, реципієнт, продуцент.

Сучасний світ характеризується стрімким розвитком комунікаційних технологій та підвищенням ролі мобільної Інтернет-комунікації, котра представляє технічно опосередковану індивідуальну, групову або масову комунікацію й реалізується за допомогою портативних приладів безпроводним способом.

Інтернет-комунікація в сучасному інформаційному суспільстві представляє різноманітні можливості спілкування та передачі інформації, залучаючи у свій простір все більше користувачів. Це в свою чергу зумовлює зростання впливу нових форм комунікації на розвиток мови та подальші зміни у мові.

Протягом останніх років у межах лінгвістики та корпусної лінгвістики увага приділяється мові нових медіа-засобів, які необхідно розглядати як форму взаємодії у всесвітній мережі Інтернет (World Wide Web), як різновид комп'ютерно-опосередкованої комунікації. Специфічні стильові жанри та дискурси Інтернет-мови: електронні листи, форуми, чати, гостьові книги і т. д. [Lemnitzer 2006, 164] стають об'єктом досліджень.

Бесіди типу чат, форуми, веб-пейджери – ICQ, Yahoo Messenger, MSN Messenger та інші, що є синхронними формами комунікації, уможливають передачу та отримання інформації в режимі реального часу. Електронні листи, смс та ммс є асинхронними засобами, в яких прямиий обмін інформацією (безпосередній взаємозв'язок) є неможливим, хоча вони наближаються до синхронізації та дозволяють спілкуватися у практично реальному часі [Frehner 2008, 16]. При цьому кожна форма електронної комунікації характеризується певними лінгвістичними особливостями [Frehner 2008, 147].

Особливої уваги заслуговують так звані смс-повідомлення, що передаються за допомогою мобільного телефону або Інтернету і які на початку нового тисячоліття здобули справжнє визнання [Frehner 2008, 84]. Проте їхня популярність не припиняє зростати: у 2011 році кількість відправлених у Німеччині смс-повідомлень зростає до 46 мільярдів у порівнянні з 20,1 мільярдами в 2006 році [SMS-Nutzung legt in Deutschland weiter zu].

Смс-повідомлення від англ. SMS (Short Text Message) виступають альтернативою безпосередній та телефонній комунікації: смс-повідомлення використовують при неможливості здійснити або бажанні уникнути безпосереднього контакту або телефонної бесіди з адресатом комунікації. Приватний характер смс-повідомлень,

що якісно відрізняє їх від телефонної розмови [Bug 2003, 126], забезпечує конфіденційність комунікації – зміст повідомлення є відомим лише партнерам комунікації [Ziegler 2002, 99]. Комуниканти за допомогою смс-повідомлення обговорюють у громадських місцях особисту інформацію, не розголошуючи її. Отже, обмін короткими текстовими повідомленнями є "приватною сферою", яка не підлягає контролю з боку інших осіб [Bug 2003, 126].

Лінгвістика як наука не залишилася осторонь вивчення смс-комунікації та всіх тенденцій, пов'язаних із процесом смс-комунікації. Сфера дослідження смс-повідомлень, яка вже завоювала інтерес з боку зарубіжних науковців, є перспективною і може принести важливі результати в області лінгвістики. Над проблемами текстових повідомлень працювали такі зарубіжні мовознавці, як Й. Хефліх, П. Ресслер, Я. К. Андроутсопуолос, П. Шлобінські, У. Гюнтер та Е. Л. Вісс, К. Дюршейд та А. Ціглер, Й. Бойтнер, Р. Вайнгартен, Й. Бітнер, Я. Е. Катц та А. Аакус, ними була опублікована низка статей з даної тематики [Frehner 2008, 20].

**Актуальність** статті зумовлена підвищенням ролі смс-повідомлень у житті кожного окремого індивіда і буття сучасного соціокультурного середовища інформаційного суспільства в цілому, оскільки комунікація виступає необхідним й важливим елементом соціального та культурного існування суспільства та держави.

Основна проблема досліджень смс-повідомлень полягає в тому, що на даному етапі розвитку комп'ютерно-опосередкованої комунікації ще не встановлене місце та не визначена роль смс-комунікації в житті сучасного суспільства.

**Мета** статті полягає у визначенні місця смс-комунікації у структурі комунікації.

**Завданням** статті є аналіз стану смс-комунікації у нерозривному зв'язку із розвитком сучасних комунікаційних технологій, визначення меж впливу смс-комунікації на розвиток суспільного середовища та перспектив розвитку смс-мовлення в житті людини.

**Наукова новизна** статті полягає в тому, що проблема смс-комунікації розглядається з точки зору суспільних відносин, визначаються аспекти впливу смс-комунікації на загальну культуру мовлення.

Кожен засіб масової комунікації, а саме: преса, радіо, телебачення, виник у зв'язку з певними потребами суспільства, обслуговує окрему сферу його життя і тому набуває особливостей мовної репрезентації [Лукашенко 2006, 16]. Мобільний зв'язок, що є засобом комунікації, можна порівняти, з одного боку, із засобами масової комунікації (друк, радіо, телебачення), з іншого, із засобами індивідуальної комунікації (наприклад, зі стаціонарною телефонною мережею) [Krömber 2005, 541]. Технічний процес відкриває нові кордони для спілкування, яке сьогодні все частіше відбувається у віртуальному просторі.

Говорячи про історію смс-повідомлень, необхідно наголосити, що бездротова комунікація, яка уможливила виникнення смс-повідомлення, стала розповсюдженою завдяки винаходу у 1901 р. бездротового телеграфного зв'язку, який називався "Aurton prediction". Але, незважаючи на те, що з того моменту технології розвивалися досить стрімко, Мартін Купер, якого вважають винахідником мобільного телефону, повинен був працювати майже десятиліття у своєму бюро в Чикаго над

його вдосконаленням. У квітні 1973 р. він зміг здійснити перший дзвінок з мобільного телефону [Frehner 2008, 83].

Історично смс-повідомлення були побічним продуктом інших мобільних комунікаційних служб, але мобільні служби телефонного зв'язку почали використовувати їх, щоб надсилати своїм клієнтам повідомлення про пошкодження мережі та подібну інформацію. А на сьогодні вони є одним із головних засобів комунікації [Frehner 2008, 84; Duden von HDL bis DUBIDODO 2009, 13].

Служба передачі коротких текстових повідомлень – це розповсюджений у всьому світі бездротовий сервіс, який уможливорює передачу літеро-цифрових повідомлень та таких систем, як електронна пошта, пейджинговий зв'язок та голосова пошта.

На рівні масової комунікації короткі повідомлення представлені у формі смс-реклами, смс-ігор та смс-інформаційних служб: новин, результатів футбольних матчів, біржових курсів, гороскопів і т. д. Але найпоширенішою є смс-служба у міжперсональній комунікації (interpersonale Kommunikation) [Döring 2002], що користується широкою популярністю серед людей різного віку, різних національностей та різного соціального статусу і зайняла чільне місце у їхньому повсякденному житті.

Фактично смс-комунікація набуває все більшого впливу на розвиток суспільних та правових відносин як на рівні держави, так і на рівні міжнародних відносин. Багато політичних діячів використовують смс-повідомлення як звичайний, але швидкий засіб комунікації. Прикладом може стати той факт, що канцлер Німеччини Ангела Меркель охоче та часто пише смс-повідомлення. В одному з інтерв'ю німецькій газеті "Süddeutsche Zeitung" вона розповіла, що смс-повідомлення є цікавою формою комунікації, яка заощаджує час, оскільки всі ввічливі пусті фрази, як, наприклад, "Guten Tag", "wie geht's", "wo bist du gerade", випускаються [Tippende Bundeskanzlerin].

Смс-комунікація стає у нагоді, у першу чергу, під час приватного спілкування з друзями, знайомими, коханими та членами сім'ї. Виходячи з діадичної комунікації (dyadische Kommunikation), короткі повідомлення використовуються у межах неформальної групової комунікації, наприклад, сім'ями або компаніями друзів, наприклад, Bärchen, ich liebe dich; Servus, mein Schatz; Schreib mir schnell. У формальних контекстах робочих відносин та всередині робочих команд, у межах організаційної комунікації та суспільної роботи смс-повідомлення використовуються рідше [Döring 2002].

За напрямком комунікації смс-повідомлення можуть бути монологічними та діалогічними. Найчастіше смс-комунікація представляє спілкування в діалогічних структурах, наприклад:

[06:30] *Hi süße. komm heut nich in die schule. bin hundemüde. war die halbe nacht mit meim schatzi im krankenhaus..hat ne gehirnerschütterung.. <3*

[06:35] *Morgen..ähm..okay..ihr wart doch gestern weg..hat der schon wieder auf's maul bekommen??<3*

[06:40] *Ne..diesmal nicht..is ihm bissle peinlich..er is im suff von meinem stockbett gefallen..kopf voraus..is halt dämlich..aber hey..ich liebe ihn trotz dummheit..*

Логічна послідовність діалогічних повідомлень, кожне з яких є функціональною цілісністю, утворює смислову єдність акту комунікації.

Численні опитування та дослідження показують, що міжособистісні короткі повідомлення перш за все виконують наступні соціально-комунікативні функції: підтримування відносин, наприклад, через привітання, побажання, запрошення, жарти; кооперацію протягом дня, наприклад, через повідомлення про моментальне місце перебування та інше. Часто при цьому поєднуються інструментальні та експресивні функції повідомлення, наприклад, текст повідомлення, що представлений списком покупок та освідченням у коханні: 1x Brot, Wurst, 5Sack Äpfel I. L. D [Döring 2002].

Смс-повідомлення використовуються для різних цілей, таких як: домовленість про зустріч, запит інформації, розповідь останніх новин, або щоб просто сказати привіт і т. д. Смс-комунікація надає також можливість міжперсональної підтримки, коли при відчутті нудьги або страху через відправлення смс-повідомлення покращується настрій [Döring 2002].

Користувачі розглядаються не просто як публіка або реципієнти, а як медіа-продуценти (Mediaproduzenten) [Treumann 2007, 34]. Реципієнт виконує роль не пасивного, а саме активного комунікатора (aktiver Kommunikator) [Treumann 2007, 36]. Ми вважаємо, що це повністю відповідає реальній дійсності, пропонуючи визначити роль реципієнта як "обмеженого активного комунікатора", оскільки ситуації, в яких відбувається смс-комунікація, мають елементи як суб'єктивного, так і об'єктивного характеру.

Елемент суб'єктивного впливає із таких категорій, як бажання реципієнта до здійснення певних дій в смс-комунікації, можливості для здійснення операції передачі інформації та фактичні активні дії для досягнення мети. Суб'єктивною метою реципієнта є передача інформації у вигляді смс-повідомлення до іншого суб'єкта комунікації.

Елемент об'єктивного визначається наявністю ситуацій, що не залежать від волі реципієнта та його неможливості вплинути на них. Такими ситуаціями можуть бути пошкодження технологічних каналів зв'язку в момент передачі інформації, відсутність технічних можливостей оператора зв'язку передати інформацію в повному обсязі або небажання чи неможливість іншого суб'єкта отримувати або реагувати на передану інформацію.

Суб'єктивні та об'єктивні елементи об'єднуються в поняття "ризиків смс-комунікації" як ймовірність наявності негативних ситуацій у комунікації за допомогою смс-повідомлення, які можуть привести до пошкодження інформації або її неадекватної передачі через вплив певних чинників, зумовлених технологічними та технічними особливостями комунікаційних ліній, а також пошкодження цих ліній форс-мажорними обставинами (наприклад, природними катаклізмами, терористичними актами та інше).

На сьогоднішній день смс-комунікація набула широкого розповсюдження серед молоді, яку в засобах масової інформації називають генерацією смс або генерацією txt [Döring 2002]. Молодь перетворила текстові повідомлення на свій улюблений спосіб комунікації, що частково пов'язано з тим фактом, що використання служби

коротких текстових повідомлень як форми комунікації надає певну незалежність від контролю батьків [Bug 2003, 134]. Опитані підлітки звернули увагу на важливу, з їх точки зору, перевагу комунікації за допомогою смс – можливість спілкуватися з бажаним партнером комунікації, не залучаючи батьків та пов'язані із ними соціальні норми, наприклад, дотримання етикету часу. Хоча свобода, яку надає мобільний телефон і служба коротких текстових повідомлень, пов'язана з певним тиском – тиском бути завжди досяжним [Bug 2003, 136].

Усі ці фактори сприяють тому, що дослідженню цієї групи користувачів приділяється особлива увага вчених. У зв'язку з тим, що у світі молоді комунікативні засоби займають чільне місце, постає питання, як комунікативні засоби, а саме мобільний телефон і смс-повідомлення, зокрема, впливають на мову і повсякденний спосіб життя молоді [Bug 2003, 125].

З того моменту, як з'явилася можливість передавати невелику кількість інформації, а саме 160 символів, мова почала пристосовуватися до нових засобів передачі інформації, які роблять письмове спілкування ефективнішим при меншій затраті часу та зрозумілим при наявності мінімальних непорозумінь. І мова дійсно змінилася: із зростанням використання електронних листів, смс та ммс з'явилася та розвинулася низка нових гібридних форм, які поєднують особливості розмовної та писемної мови, що, як результат, призводить до незрозумілості та закодованості мови [Frehner 2008, 16].

Лінгвісти наголошують на тому, що засоби комунікації впливають на вибір мовних засобів. Досліджуючи мовні комунікативні та інформаційні процеси, необхідно брати до уваги медіальне середовище, завдяки якому відбувається комунікація, оскільки засіб передачі тексту безпосередньо впливає на загальний процес створення тексту [Ziegler 2002, 16].

Погоджуючись із цією думкою, ми пропонуємо ввести категорію "мовна культура смс-комунікації", що визначить вплив смс-комунікації на розвиток загальної культури мовлення не лише певного суспільного прошарку, а й суспільства в цілому.

Отже, окремим та важливим аспектом розвитку смс-повідомлень є їх вплив на стандартну мову, що представляє інтерес для лінгвістики. Активність, орієнтованість на живе, невимушене спілкування сприяють змінам у нормах літературної мови у напрямку її лібералізації та породжують сумніви в непорушності й обов'язковості дотримання літературних норм, через що деякі мовознавці говорять про негативний вплив самих смс-повідомлень.

Ми пропонуємо визначити декілька аспектів впливу смс-повідомлень на загальну культуру мовлення: по-перше, негативний вплив, що полягає в обмеженості мови смс-повідомлень та пристосуванні цієї мови до повсякденного життя індивіда; по-друге, позитивний вплив, який визначається кількісною появою нових лінгвістичних форм, що представляють взаємозв'язок мови та сучасних технологій; по-третє, соціальний аспект, в якому відображаються особливості смс-комунікації різних верств суспільства за гендерною, суспільною та професійною ознакою.

Отже, розвиток сучасних новітніх технологій зумовив розвиток смс-комунікації, що стала загальною формою спілкування на одному рівні з листуванням, електрон-

ним листуванням та безпосередньою комунікацією. Смс-повідомлення є поширеним типом комунікації, улюбленою формою комунікації серед деяких прошарків суспільства, особливо серед молоді, що підтверджують результати проведених досліджень. Смс-повідомлення в сучасному світі стали невід'ємними елементами спілкування молоді та категорією об'єктивного мовного середовища, що зумовлено їхнім практичним спрямуванням. При цьому смс-комунікація впливає на розвиток стандартної мови, що має як позитивні, так і негативні риси.

В статтю піднімається проблема смс-комунікації як фактора розвитку мови в суспільстві, аналізується вплив смс-комунікації на соціальну, культурну і правову життя суспільства, оцінюються різні підходи в аспекті смс-комунікації на розвиток стандартної мови.

*Ключевые слова:* смс-сообщение, смс-коммуникация, стандартный язык, связь, переписка, реципиент, продуцент.

The article concerns the problem of modern communication through sms-messages, which have a great importance for the current stage of language development. Its effect upon the social, cultural and legal aspects of our society and the way of the influence on the changes of standard language is being analysed.

*Key words:* SMS-message, SMS-communication, standard language, communication, correspondence, recipient, sender.

### Література:

1. Лукашенко Н. Г. Испаномовний Інтернет-дискурс: комунікативно-прагматичний та лінгвостилістичний аспекти (на матеріалі форумів з проблематики родинних стосунків) : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.05 / Наталія Григорівна Лукашенко. – К., 2006. – 228 с.
2. Bug J., Karmasin M. Telekommunikation und Jugendkultur. Eine Einführung / J. Bug, M. Karmasin. – Wiesbaden : Westdeutscher Verlag GmbH, 2003. – 188 s.
3. Döring N. "Kurzm. wird gesendet" – Abkürzungen und Akronyme in der SMS-Kommunikation. Muttersprache – Vierteljahresschrift für deutsche Sprache Heft 2/2002 / Nicola Döring. – Wiesbaden, 2002. – 22 s.
4. Duden von HDL bis DUBIDODO (K)ein Wörterbuch zur SMS / [Peter Schlobinski]. – Mannheim : Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG, 2009. – 128 s.
5. Frehner C. 1978- Email – SMS – MMS : the linguistic creativity of asynchronous discourse in the new media age / Carmen Frehner. – Bern : Peter Lang AG, International Academic Publishers, 2008. – 294 p.
6. Krömber H. Handbuch Medienproduktion Produktion von Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Internet, Mobilfunk und Musik / H. Krömber, P. Klimsa (Hrsg.). – Wiesbaden : GWV Fachverlage GmbH, 2005. – 597 s.
7. Lemnitzer L., Zinsmeister H. Korpuslinguistik – Eine Einführung / L. Lemnitzer, H. Zinsmeister. – Tübingen : Gunter Narr Verlag, A. Francke Verlag, Attempto Verlag, 2006. – 220 s.
8. Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz / [K. Treumann, D. Meister, U. Sander, J. Hagedorn, M. Kämmerer]. – Wiesbaden : GWV Fachverlage GmbH, 2007. – 808 s.
9. SMS-Nutzung legt in Deutschland weiter zu [Electronic source]. – Access mode: <http://www.golem.de/1105/83515.html>.
10. Tippende Bundeskanzlerin: Warum Angela Merkel SMS so liebt – RP ONLINE [Electronic source]. – Access mode: [http://www.rp-online.de/gesellschaft/leute/Warum-Angela-Merkel-SMS-so-liebt\\_aid\\_427956.html](http://www.rp-online.de/gesellschaft/leute/Warum-Angela-Merkel-SMS-so-liebt_aid_427956.html).
11. Ziegler A., Dürscheid C. Kommunikationsform E-Mail / A. Ziegler, C. Dürscheid. – Tübingen : Stauffenburg Verlag, 2002. – 318 s.