

## SMS:ЗАТРУДНЯЕТ ОБЩЕНИЕ ИЛИ ОБЛЕГЧАЕТ КОММУНИКАЦИЮ?

В декабре 2012 г. миновало 20 лет с тех пор, как было послано первое SMS-сообщение. Это стало предвестником этапа асинхронной коммуникации в режиме реального времени, наступлением века коротких сообщений, сходного с эпохой спартанцев, живших в исторической области Древней Греции Лаконике в 9-2 вв. до н.э. Технологии SMS породили твиттер, фейсбук, социальные сети, через которые в наше время во всем мире посылается до 300 000 SMS/сек.

Благодаря SMS, можно из любой точки, где есть доступ к соединению, вызвать на связь другого. Функция передачи короткого сообщения обеспечивалась уже предшественником мобильных телефонов – пейджером. Затем функции текстового сообщения, телефонной связи, фотографии и прочего создали условия для современной более качественной и комфортной коммуникации.

SMS-сервис, позволяющий передавать одновременно от 140 до 255 знаков, развивает способности понимать с полуслова, словно возвращая во времена древних лаконикийцев. Таким, к примеру, был текст депеши, посланной в Спарту в 410 г. до н.э. начальником спартанцев после полного разгрома афинскими силами спартанского флота в морском сражении при Кизике: *«Корабли потоплены. Миндарус убит. Экипаж голодает. Как быть, не знаем».*[1]

Столь крайне экономный способ изъяснения был характерен для спартанцев-лаконийцев, чей *«лаконизм»* вскоре начал приобретать нарицательный смысл.

Какое значение имеет SMS-сервис для развития общества сегодня, спустя 20 лет со времени отправки первой «эсэмэски» с поздравлением *MerryChristmas!* в 1992 г.? Каждый новый медиум, по мнению М. Маклюэна, можно рассматривать в четырех аспектах его роли в обществе и культуре:

1. Что это средство улучшает?
2. Что полностью вытесняет из жизни?
3. Что из ранее утраченного это средство возвращает к жизни?
4. Куда движется общество, благодаря этому медиуму?

Довольно отчетливо с этих позиций можно ответить на каждый из этих вопросов, анализируя в качестве такого нового средства технологию SMS.

1. Сервис коротких сообщений повышает эффективность коммуникации. Общение происходит в режиме реального времени; его краткость, высокая концентрация смысла сопрягаются с отсутствием технической и технологической зависимости от присутствия и готовности получателя принять данное сообщение именно в этот момент. Непрерывный

обмен тем более усиливает единение общающихся, но дело даже не в том, что SMS-сообщения могут без труда координировать поведение огромного количества людей (и феномен коммуникации во время т. н. «арабской весны» подтверждает этот тезис) – важно, что такая координация организуется спонтанно. Объявляя о своем присутствии «здесь и сейчас», указывая на свое непосредственное переживание, можно донести мысли, чувства и сами переживания более убедительно, более «репортажно», а значит и более действенно. С другой стороны, SMS-сообщение устанавливает некую форму контроля: «был не доступен», «не отвечал», «отреагировал мгновенно», «задержался с ответом», «проигнорировал посланное сообщение».

2. В конце 90-х - начале 2000-х SMS-сервис мобильных телефонов вытеснил пейджер, который был функционален в случаях, когда двухсторонняя связь необязательна. Никакой автоответчик с необходимостью переписывать на слух номера телефонов или любые другие данные не мог конкурировать с возможностью прямой передачи информации, как это делает служба SMS, например, позволяя извлекать номер, нужный для связи.

Но SMS, возможно, в большей мере, чем e-mail, поколебал монополию и сами устои традиционной почтовой связи. Электронная почта, как и традиционная служба пересылки и доставки адресатам писем и прочих отправок, формально имеет дело с текстами любой длины. При этом издержки и того, и другого способа доставки информации известны и в обоих случаях сопоставимы: необходимость более обстоятельного и содержательного ответа, устаревание самой информации, поступление новых сообщений, размышление над текстом послания и его определенной литературной проработкой, задержка с ответом и др.

Особым образом следует подчеркнуть изменения, произошедшие в пространстве классических медиа. Некоторые исследователи говорят об их кризисе с наступлением «эры твиттера». При этом речь идет не только о недостающей оперативности газет или теленовостей в сравнении с коммуникацией реального времени коротких сообщений, но и об отсутствии фильтров у последних. Газета или телевидение могут оставлять ощущение того, что некоторые важные моменты в изложении материала сокрыты или упущены. Требуются мнения дополнительных экспертов, быстрое уточнение, проверка иных точек зрения, которыми легко обеспечивает Всемирная паутина либо SMS-сервис. По этой причине классические медиа в какой-то степени теряют привлекательность для современного потребителя информации.

3. Есть речевые формы, которые хорошо укладываются в короткое сообщение из 140 знаков: стихи и всевозможные формы короткого жанра (шутки, анекдоты, афоризмы и др.). Стихи являют собой важное выразительное средство языка. Но с развитием

книгопечатания эта форма переместилась на периферию литературы. Возвращение стиха, шутки или афоризма в какой-то мере произошло именно благодаря SMS как технологии. Поэтический язык насыщен емкими образами, метафорами, «сгустками» и квинтэссенцией мысли. В этом их сходстве со стихами короткие сообщения в основе своей являются, скорее, формой беседы, обмена мнением или ответом в форме диалога.

4. Уже заметно, что меняется в речевой культуре, благодаря всевозрастающей роли в ней коротких сообщений. Следует сказать, что передача идей, образов, мемов в современной культуре происходит стремительно.

С развитием социальных компьютерных сетей мемы получили новую среду для распространения и легли в основу особого социального явления – интернет-мемов. Интернет-мемы обычно представляют собой информацию (тексты, ссылки), непринудительно передаваемую пользователями друг другу. Обычно это делается в целях развлечения, но подобным способом может распространяться и любая другая информация.

Средой распространения интернет-мемов являются блогосфера и форумы, однако мемы могут также распространяться с помощью веб-пейджеров, электронной почты и, выходя за пределы Интернета, попадать в массмедиа. Этот аспект явления изучал американский медиаисследователь Дуглас Рашкофф, употребивший термин «медиавирус» и издавший в 1994 г. книгу «Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание».[2]

Современная разговорная и письменная речь меняется заметно. Случается уже и так, что без специального словаря и минимального знания сленга невозможно разобрать элементарное SMS-сообщение. Буквы заменяются цифрами, настроение выражается «смайликами», латиница меняется на кириллицу и наоборот. Основной задачей в процессе написания SMS является сокращение количества используемых знаков, чтобы сохранить время и иногда деньги. Другими словами, сообщение должно быть написано «коротко и ясно».

SMS-культура – это всего лишь часть письменной культуры, где действуют свои правила. SMS-переписка и использование средств мгновенного обмена сообщениями, как например Skype, изменяют наш язык и предлагают интересные примеры того, как творчески используется язык в наши дни. Для старшего поколения язык SMS может показаться сложным (или даже невозможным) для понимания. Однако молодежь пользуется им каждый день, создавая новые комбинации и экспериментируя со словами.

На взгляд автора (который, к великой радости, поддерживается моей школьной учительницей русского языка и литературы), употребление лингвистического богатства SMS приводит все же не к обеднению, а именно к обогащению языка в плане приобретения

новых активных форм, способных выполнять собственную роль в построении картины мира. Ведь справедливо: чтобы найти алмаз, нужно перекопать горы руды!

### *Литература*

1. Материал из «Википедии» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Битва\\_при\\_Кизике](http://ru.wikipedia.org/wiki/Битва_при_Кизике). – Дата доступа: 24.02.2013.

2. Мемы и медиавирусы: теория и практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/mememediavirus/1-memy-i-mediavirusy-teoria-i-praktika>. – Дата доступа: 24.02.2013.