

СОЦИАЛЬНЫЕ НОРМЫ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ: СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ*

Н.А. Мишанкина

Представлены результаты социолингвистического анализа текстов коммуникации в интернет-среде в аспекте социальной нормативности. Полученные данные позволяют говорить о широком варьировании нормативности от следования общественным нормам реального социального пространства до формирования новых вариантов, являющихся для реального социума неприемлемыми.

Ключевые слова: социальная норма, интернет-коммуникация, социолингвистический анализ.

SOCIAL NORMS IN THE INTERNET-COMMUNICATION: SOCIOLINGUISTIC ASPECT

N.A. Mishankina

The article presents results of socio-linguistic analysis of texts of communication in the Internet environment in the aspect of social normativity. The data suggest a wide variation of normativity from societal norms of the real social spaces, to formation of new variants that are unacceptable for real society.

Keywords: social norms, Internet-communications, socio-linguistic analysis.

Феномен интернет-коммуникации оказался в сфере научного осмысления не так давно. Это связано с тем, что сам тип такой коммуникации возник лишь в 90-е гг. XX в., однако, возникнув, интернет-коммуникация быстро стала одним из наиболее востребованных видов коммуникативного взаимодействия. Г.Н. Трофимова отмечает: опрос, проведенный ВЦИОМ, «показал, что пользоваться Интернетом в образовательных, информационных и коммуникативных целях считают для себя необходимым до 75% россиян» [8]. Ежегодно численность пользователей «виртуального» пространства растет, само пространство активно развивается и все больше областей «реальной» действительности получают «виртуальную прописку». В Отчете по результатам мониторинга российского Интернета за 2001 г., проведенного группой Monitoring.ru, отмечается, что «Каждый десятый россиянин получает или имеет опыт получения информации из Интернета. Почти 16 миллионов человек имеют родственников и друзей, которые регулярно посещают Интернет. В результате зона влияния Интернета охватывает более 28 миллионов человек» [3]. Таким об-

* Издание подготовлено при финансовой поддержке проекта № 6.4832.2011 «Организационно-правовые и философско-антропологические основания инновационных социокультурных практик (федеральный и региональный уровень)».

разом, пространство компьютерных коммуникаций к настоящему моменту осмысливается как открытая коммуникативная среда со специфическими условиями общения, включающая значительное количество участников.

Соответственно, процессы, происходящие в современном обществе и жизни отдельного человека как представителя этого общества, воплощаются в новом коммуникативном формате, подвергаются трансформациям. Когда-то изобретение письменности дало толчок развитию науки в целом, так как позволило «схватить», зафиксировать «временную» природу языка, языковой информации, переведа ее в пространственные координаты и давая возможность обратиться к ней вновь. Теперь интернет-коммуникация также позволяет зафиксировать коммуникацию, социальные взаимодействия людей, именно поэтому эта сфера привлекает внимание ученых-гуманитариев.

Именно поэтому особенно значимым представляется исследование данной новой коммуникативной среды для социологов и лингвистов, так как обе науки направлены на изучение человеческого поведения и формируют междисциплинарную область, получившую название социолингвистики – раздела лингвистики, изучающего причинные связи между языком и социумом и реализующего на современном этапе исследовательских принципов социологического направления в языкознании. Социолингвистика занимается изучением активных процессов в развитии языка под воздействием экстралингвистических факторов и, соответственно, пытается интерпретировать языковые трансформации через призму социальных. Основополагающим из методологических принципов в этом случае является исследование речевого поведения социальной личности или социальной группы.

Предметом нашего анализа является речевое поведение участников интернет-коммуникации в аспекте социальной нормативности. Под социальной нормой в этом случае мы понимаем «Образцы, стандарты деятельности, правила поведения, выполнение которых ожидается от члена к.-л. группы или общества и поддерживается с помощью санкции. Н. с. обеспечивают упорядоченность, регулярность соц. взаимодействия» [1]. Понятие социальной нормы тесно связано с понятием девиантного поведения – «не совпадающего с социальными нормами и ценностями, принятыми в обществе» [1].

Среда интернет-коммуникаций дает возможность исследования речевого поведения в новых коммуникативных условиях и позволяет проследить, каким образом трансформируются нормы социального взаимодействия. В связи с тем, что нас интересует спонтанное социальное

взаимодействие, мы обращаемся, прежде всего, к области неинституционального общения: коммуникации на форумах, в чатах и т.п.

Трансформация социальных норм оказывается возможной за счет особых дискурсивных параметров коммуникации в Интернете. Первым является двойственный хронотоп, так как каждый коммуникант пребывает в двух хронотопах – реальном и виртуальном. Виртуальный хронотоп является общим для коммуникантов, реальный же коммуникативно оказывается редуцированным, хотя и может оказывать влияние на течение коммуникации. С виртуальностью связан второй параметр – анонимность: физическая сторона коммуникантов в актуальном непосредственном общении (например, в чатах, в телеконференциях) скрыта от непосредственного наблюдения. Говорящий присутствует в виде виртуального эквивалента – знака личности, моделируемого самим коммуникантом. Следующий параметр связан с осуществлением коммуникативной среды. Она существует в визуально-вербальной форме, остальные параметры естественной коммуникации остаются за рамками каналов коммуникации, следовательно, необходимо их смоделировать. Актуализируется моделирующая деятельность коммуникантов по созданию собственного образа.

С развитием коммуникативных технологий расширяется спектр моделирующих возможностей, однако основным остается речевое поведение, формирование вербального образа. Концепция моделирующих систем, «согласно которой естественные языки, мифологии, религии, литература и искусство, а также социоэтические нормы (запреты и предписания) представляют собой знаковые системы, которые отображают (моделируют) определенные фрагменты реальности и в результате функционирования порождают произведения (знаковые последовательности, т.е. тексты, в семиотическом смысле слова), реализующие коммуникативно-познавательные возможности отдельных семиотик...» [4, с. 77], рассматривает современный язык как первичную моделирующую систему.

Таким образом, речь в коммуникативном пространстве Интернета выполняет две первичные социальные функции: функцию социальной диагностики – идентификацию коммуникантов по социальным параметрам; функцию социального моделирования – формирование собственного социального образа в коммуникации.

Социальное моделирование образа коммуниканта осуществляется как:

1) **выбор (либо формирование) социального пространства.** Проведенные ранее исследования позволяют утверждать, что виртуальное пространство Интернета оценивается и маркируется пользователями, в первую очередь, как пространство социальное, в котором формируются

социально значимые топосы – сайты, реализующие различные варианты существующих дискурсов и представляющие различные варианты картин мира [5];

2) **выбор никнейма.** Возможность произвести акт самоименования неизбежно изменяет структуру самоидентификации личности и актуализирует саморефлексию. Изменяя имя, коммуниканты могут выступать в различных социальных (гетера) и гендерных ролях, не свойственных им в «реальной» реальности. Одна из тактик при этом – создание метафорического ника, который выполняет функцию ключевой метафоры в дискурсе данного коммуниканта, является способом экспликации одной из его субличностей и в целом оказывает определенное воздействие на содержание и направленность коммуникации в целом. Выбирая ник, участник коммуникации приписывает себе какой-либо основополагающий, по его мнению, признак. Выбор этого признака через образную номинацию определяет его речевое поведение [6];

3) **выбор аватара.** Графическая репрезентация коммуниканта существенно расширяет возможности моделирования. В качестве аватара коммуникант может выбрать собственное графическое изображение, например фотографию, но опыт непосредственного наблюдения показывает, что подобный выбор не является частотным. Гораздо чаще избирается отвлеченное графическое изображение, которое выступает в качестве визуальной метафоры, формирующей представление не о внешнем облике, а о природе личности, в том виде, в каком ее рефлексировывает сам коммуникант;

4) **организация речевого поведения в соответствии с социальным образом.** Несмотря на то, что в последнее время появились технологии, способные передавать реальные физические параметры коммуникантов, прежние, основанные на моделировании, остаются актуальными и даже формируются новые подпространства, в которых параметр анонимности является доминирующим.

Как можно убедиться, дискурсивная среда интернет-коммуникаций дает возможность расширить спектр социально приемлемых форм поведения, так как функционирующий в коммуникации образ является знаком коммуниканта и снимает с него социальную ответственность. Реализация социальных норм в интернет-коммуникации связана, как уже говорилось ранее, с вербальным аспектом, именно поэтому материалом анализа выступают различные речевые произведения, тексты или иные семиотические объекты.

Анализ речевого поведения позволяет говорить о следующих вариантах социального нормирования в интернет-коммуникации.

1. Реализация существующих социальных норм проявляется в:

1) регулировании коммуникативных взаимодействий *в форме правил форумов, чатов и модерирования* – наблюдения за соблюдением этих правил.

Рассмотрим, например, фрагменты «Правил Томских форумов», а именно «Параграф 2. На Форуме запрещено!» [7]:

1. На Форуме **ЗАПРЕЩЕНО** создание и обсуждение тем, прямо и косвенно нарушающих законы Российской Федерации и международные законы. <...>

9. Запрещено создавать пользователей, темы и сообщения, содержащие слова (или их производные), относящиеся к ненормативной лексике.

10. Запрещено создание сообщений, не несущих тематическую нагрузку. Например, сообщений из пустых символов, служебных символов, фраз с невыраженным тематическим смыслом.

11. Оскорбления любой формы.

12. Не рекомендуется оскорбительное склонение фамилий и имен пользователей Форума и известных политических или общественных деятелей.

Как можно убедиться, приведенные фрагменты регламентируют речевое поведение коммуникантов в соответствии с нормами, актуальными для общественного поведения в реальной коммуникации;

2) регулировании коммуникативных взаимодействий *в рамках коммуникации самими участниками*. Приведем в качестве иллюстрации фрагмент коммуникации в чате «Общага»:

Kostic: esmiralda, хотите со мной заигрывать девушка, идите в приват, я краснею на общем....// esmiralda: Kostic, Ой, ну надо же!ути0путу.:))// <...> esmiralda: Kostic, С чего начнём?:)) // Kostic: esmiralda, а с любого места, везде приятно....)))) // esmiralda: Kostic, Ну наверно с поцелуя тогда?:)) // esmiralda: Kostic, и чё я тебя насиловать буду а ты просто так стоять?:)) // Kostic: esmiralda, **так время только 12–20, рановато тебя раздевать то, народ перевозбудиться, только рабочий день в разгаре.....** // esmiralda: Kostic, ТУТ уже тоже захотели секса в чате!:) // esmiralda: Kostic, и даже согласились присоединиться к нам!:) // Kostic: esmiralda, пускай дальше хотят, **секс в чате после 12 ночи..... да и то по талонам.....**

Приведенный фрагмент позволяет сделать заключение о том, что несмотря на «виртуальность» девиантные социальные действия оцениваются с позиций социальной нормы реальной коммуникации.

2. Трансформация существующих социальных норм осуществляется в различных типах коммуникативных действий:

1) моделирование парадоксальных образов коммуниканта, допускающих рассогласование между отдельными его компонентами: ником, аватаром и речевыми проявлениями. Парадоксальные образы коммуникантов в реальном социальном пространстве, как правило, расцениваются как не соответствующие социальным нормам. Например, коммуникант с ником *KotLETA* использует аватар, не соотносимый с именовани^{ем}, и его речевое поведение никак не коррелирует с упомянутыми компонентами: *Вот это дааа. А мы тут все про контрацептивы, да презервативы...* [9].



2) трансформация дискурсивных формул: *Доброго времени суток!*

3) усиление эмоционального компонента коммуникации в целом в сопоставлении с коммуникацией в реальном социальном пространстве. Например, в реальной коммуникации повышенная эмоциональность не характерна для общения между незнакомыми людьми, в виртуальном пространстве это допустимо: *АЛИГАТОРША: Skif, привет!!!! // Skif: АЛИГАТОРША, привет // АЛИГАТОРША: Skif, как дела !!!!!???? // Skif: АЛИГАТОРША, да ничего вроде живем а у вас? // Skif: АЛИГАТОРША, а мы знакомы?*

4) усиление игрового компонента коммуникации, проявляющееся в порождении каламбурных высказываний: *В человечке все должно быть прекрасенько – и душонка, и тельце, и мыслишки...*

5) усиление порождения художественных текстов (графомания).

3. Формирование новых социальных норм также имеет место в интернет-коммуникации. Полагаем, что к этим процессам могут быть отнесены два вида речевого поведения, наблюдаемых только в данной коммуникативной сфере:

1) усиление анонимности коммуникации отражается в формировании новых коммуникативных пространств, таких как *имиджборд* (англ. Imageboard). «Основной сутью общения на имиджбордах, и то, что в свое время сделало их популярными – анонимность. Здесь не только не требуется, – не обязательно даже подписывать сообщения. Существующие только для удобства высказывания пользователей, условия анонимности заложили основу для целого качественно нового сегмента культуры» [10];

2) усиление дейктических (ссылочных) форм коммуникации, активно функционирующих во всех коммуникативных пространствах: социальных сетях, имиджборд и др. В этом случае коммуникант формирует свое высказывание путем указания (создания гиперссылки) на высказывание

другого. Например, реплика коммуниканта социальной сети «Facebook»: *Bax!* <http://www.nanotechnology.ru/node/2002>

3) использование принципиально социально ненормативных форм поведения в качестве основных. Иллюстрацией в данном случае может служить *троллинг* – специфическое речевое поведение, направленное на вовлечение коммуникантов в конфликт.

Итак, социолингвистический анализ интернет-коммуникации позволяет проследить варианты социального нормирования в данном коммуникативном пространстве. Дискурсивные параметры неинституциональных форм коммуникативного взаимодействия определяют различные воплощения нормативности от следования общественным нормам реального социального пространства, до формирования новых вариантов, являющихся для реального социума ненормативными.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Antinazi*. Энциклопедия социологии, 2009. Словари и энциклопедии на Академике. Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/2392/%D0%9D%D0%9E%D0%0%D0%9C%D0%AB>.
2. Волков Ю.Г., Добренков В.И., Нечипуренко В.Н., Попов А.В. Социология: учебник / Под ред. проф. Ю.Г. Волкова. 2-е изд., испр. и доп. М.: Гардарики, 2003.
3. *Группа Monitoring.ru*. Режим доступа: <http://www.monitoring.ru>.
4. Мечковская Н.Б. Семиотика: Язык. Природа. Культура: курс лекций. М.: Издательский центр «Академия», 2004.
5. Мишанкина Н.А. Дискурсивные картины интернет-коммуникации в восприятии адресатов // Картины русского мира: современный медиадискурс / З.И. Резанова, Л.И. Ермоленкина, Е.А. Костяшина и др.; Ред. З.И. Резанова. Томск: ИД СК-С, 2011. С. 201–261.
6. Резанова З.И., Мишанкина Н.А. Интерпретационный потенциал новых лингвистических объектов (на материале интернет-коммуникации) // Сибирский филологический журнал. 2004. № 3–4. Новосибирск: Изд-во НГУ, 2004. С. 109–113.
7. Томские форумы. Правила. URL: <http://forum.tomsk.ru/pages/rules/>
8. Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России (функциональное русское языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты). Режим доступа: <http://planeta.gramota.ru/gnt.html>
9. Форум Littleone. Режим доступа: <http://2006-2009.littleone.ru/showthread.php?t=111012&page=14>
10. Энциклопедия «Викиреальность». Режим доступа: <http://www.wikireality.ru/wiki/%D0%98%D0%BC%D0%B8%D0%B4%D0%B6%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%B4>