

ИДЕНТИЧНОСТЬ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯХ

Буторина Е. П., Гурова Е. В., Мирошниченко М. В.

ГОУ ВПО «Российский государственный гуманитарный университет» (РГГУ) (125267, г. Москва, Миусская пл., дом 6)

Интенсификация процессов транснациональной и межкультурной коммуникации и формирование новых социальных и экономических пространств и сетей приводят к конструированию новых многослойных идентичностей: личность (в том числе языковая) выступает как представитель различных сообществ (глобального, национального, регионального, локального, корпоративного и др.). Идентичность понимается нами вслед за другими исследователями как когнитивный феномен, включающий как минимум сценарии поведения, систему оценок, представления о своём/чужом. В статье рассматриваются русскоязычные ресурсы с доменов Великобритании и Франции, обсуждаются методы описания проявления идентичности в текстах. Полученные результаты могут быть использованы для построения гипотез о принципах функционирования механизмов идентичности и проявления их в текстах на русском языке, а также в преподавании русского языка.

Ключевые слова: Интернет-коммуникации, идентичность, русский язык зарубежья, фрейм, межкультурная коммуникация.

IDENTITY IN INTERNET COMMUNICATIONS

Butorina E. P., Gurova E. V., Miroshnichenko M. V.

Russian State University for the Humanities (RSUH) (125267, Moscow, Miusskaya sq., 6)

Currently, due to the increase in migration flows, as well as the intensification of the processes of transnational and cross-cultural communication new social and economic space and the network are forming. Their appearance causes to the construction of new multi-stratumed identities: identity (including language) acts as a representative of the various communities (global, national, regional, local, corporate, etc.). Identity is understood by us following a number of researchers as a cognitive phenomenon, which includes at least the script behavior, the system of its evaluation, presentation of his (her) / someone else. In the article the Russian-language resources deployed in the domains of Great Britain and France used as a source material, the methods for describing manifestations of identity in the texts discussed. The results can be used to construct hypotheses for the nature of the identity mechanisms in the Russian language, as well as in teaching the Russian.

Key words: Internet communication, identity, Russian language abroad, frame, cross-cultural communication.

В связи с увеличением миграционных потоков, а также интенсификацией процессов транснациональной и межкультурной коммуникации формируются новые социальные и экономические пространства и сети. Это приводит к конструированию новых многоуровневых идентичностей: личность (в том числе языковая) выступает как входящая в различные сообщества (глобальное, национальное, региональное и локальное) [1]. К этому перечню можно добавить корпоративное, пронизывающее уровни от локального до глобального. Нас интересует проявление различных уровней идентичности в текстах на русском языке. Идентичность вслед за рядом исследователей (обзор приведён в [1]) понимается нами как когнитивный феномен, включающий как минимум сценарии поведения, систему его оценки, представления о своём/чужом. Характеристики «своих» и «чужих» лежат в основе механизмов формирования позитивной и негативной идентичности. «Позитивная идентичность – это, прежде всего, осознанная общность в позитивно значимыми другими (с «мы»), без жёсткого противопоставления «мы-они». Негативная же

идентичность – это консолидация общности «мы» на основе тотальной оппозиции негативно значимым другим («они»)» [2: 22]. Актуальная для делового взаимодействия задача выживания и борьбы за ресурсы предполагает формирование и совершенствование механизма различения «свой/чужой».

Личность не может действовать вне своих представлений об идентичности. Взаимодействуя с окружающими предметами, человек «творит их по образу и духу своему, делает символической всю человеческую культуру» [6: 65], в том числе и деловую. Мемы [4] распространяются путём имитации поведения того, с кем себя субъект идентифицирует.

Нас интересует проявление культурной идентичности в текстах и механизмы её трансформации. По С. Хантингтону, культурная составляющая идентичности включает «совокупность языка, религии, общественных и политических ценностей, социального кодекса, разграничивающего «хорошее» и «дурное», «допустимое» и «недопустимое», а также общественных институтов и поведенческих структур, отражающих эти субъективные элементы» [9: 64].

Поддержание или изменение идентичности осуществляется путём фрейминга или рефрейминга. Известная модель Лири – Уилсона включает шесть контуров актуализации идентичности: уровень окружения (что окружает субъекта?), уровень деятельности (что субъект делает?), уровень технологий (как он это делает?), уровень целеполагания (почему и для чего он это делает?), уровень убеждений (кем субъект является?), уровень миссии (зачем существует субъект?) [7]. Эти контуры представимы в виде фреймов, которые могут быть выявлены на уровне предложения (сверхфразового единства) по лексико-структурным показателям.

В качестве материала для предварительного исследования использованы тексты Интернет-ресурсов, написанные русскоязычными жителями России, Великобритании и Франции. По данным w3techs.com (<http://w3techs.com>) на март 2013 года, русский язык занял второе место после английского среди наиболее популярных языков Интернет-контента (правда, пока с десятикратным отрывом от лидера). Количество русскоязычных сайтов в феврале 2013 года увеличивалось самыми быстрыми темпами по сравнению с ростом числа ресурсов на других языках. Русскоязычный Интернет быстро растёт количественно. Не менее актуален и качественный аспект работы с русскоязычными текстами, написанными жителями разных стран. Эти тексты при их сходстве на поверхностном уровне значительно различаются на уровне фреймовых структур. Интернет-коммуникации представляют собой удобный материал для изучения, поскольку позволяют сопоставлять тексты авторов из различных стран и наблюдать комментарии к этим текстам как постепенное достраивание и корректировку фреймов в процессе понимания. Записанные комментарии различных

читателей позволяют рассматривать эти материалы как протокол толкования текста при его понимании [5].

Рассмотрим тексты из произвольной выборки русскоязычных сайтов на доменах Великобритании и Франции.

Таблица 1. Фрагмент таблицы показателей идентичности по модели Лири – Уилсона

Номер п/п	Название уровня	Пример
1	Окружение	<i>Увидев утром снег на дороге раз в три года, вы пару минут на полном серьезе размышляете, стоит ли сегодня садиться за руль. Потом со смущением вспоминаете, что вообще-то вы из России.</i>
2	Действие	<i>А устраивая кофепитие в общественной организации, где вы "помогаете", вы обязательно заранее выясните, какие у кого пищевые непереносимости</i>
3	Технологии	<i>Умеете носить шляпы и знаете, когда и куда их следует надевать. Понимаете правила регби и крикета, с удовольствием играете в гольф.</i>
4	Цели	<i>Погода – это универсальная тема для поддержания разговора и шуток, но не повод менять планы на день, даже если вы задумали провести его на открытом воздухе.</i>
5	Убеждения	<i>Одалживая у друзей членскую карточку для посещения очередного исторического парка или дворца, где вы еще не состоите "другом", вы добровольно заверяете их, что обязательно оставите кучу денег в кафе этого заведения, дабы оно не потеряло прибыль от вашего бесплатного посещения (и не обманываете!).</i>
6	Миссия	<i>Вы уже тренируетесь для участия в благотворительном марафоне? Состоите добровольцем в какой-нибудь организации? Носите розовую ленточку Breast Cancer Research? Делаете рождественские пожертвования? Покупаете красные маки у ветеранов?</i>
7	Негативная идентичность	<i>Вы уже усвоили это слегка пренебрежительное отношение к французам, теперь оно органично уживается у вас внутри с завистью к их кухне, элегантности, магазинам и ценам.</i>

(примеры взяты из [3])

По данным таблицы можно видеть, что в одном тексте могут присутствовать все контуры идентичности, пока определяемые «вручную».

В качестве формальных показателей, которые на различных уровнях языковой системы могут выступать маркерами идентичности, нам удалось выделить следующие.

Таблица 2. Маркеры идентичности по уровням языковой системы

Номер п/п	Уровень языковой системы	Примеры (единицы, категории, явления)	Примеры
1	Фонетика	Акцент	<i>У вас уже появилась манера подсмеиваться над этими простоватыми громогласными американцами? И вам все больше режет ухо их ужасный акцент.</i>
2	Лексика	Личные, притяжательные, возвратные местоимения Гибкая семантика слова «русские»: может означать этнических русских, жителей России, выходцев из СНГ и др.	<i>Наши в Англии (название сайта) Там русский магазин, хачапури продают</i>
3	Словообразование	Аффиксы субъективной оценки по отношению к «чужим»	<i>Англики, америкосы</i>
4	Морфология	Формы множественного числа для обозначения сообщества Выбор существительных для категоризации, а прилагательных для характеристики	<i>Эти континенталы (в ситуации описания поведения одного человека) Он француз/ Французский такой чувак</i>
5	Синтаксис	Существительные/прилагательные в позиции предиката/определения	<i>Он эстонец Он эстонский русский</i>

Примеры п. 5 подтверждают чувствительность морфологии и синтаксиса к категоризации, подчеркнутую Джонатаном Миллером (пример Стивена Пинкера): I'm not a Jew. I'm Jewish. I don't go the whole hog. «Я не еврей. У меня еврейское происхождение. Но это всего лишь часть меня» [8: 208].

Тексты Интернет-коммуникаций не только отражают уже сложившиеся идентичности, но и формируют новые, с элементами креолизации, понимаемой как «постоянный динамический взаимообмен символами и практиками, создающий новые

социальные формы с варьирующими степенями стабильности» (термин определен Т. Eriksen, цитируется по [1: 111]). Креолизация культур присутствует в текстах, написанных на одном и том же языке. Так, например, в текстах на русском языке, написанных людьми, долгое время проживающими за рубежом, наблюдаются заметные отличия в использовании и предпочтении тех или иных языковых средств одного языка.

Таблица 3. Различия в использовании языковых средств русскоязычными авторами, проживающими в России и за рубежом

№ п/п	Языковые особенности русскоязычных текстов российских авторов	Языковые особенности текстов, написанных на русском языке зарубежными авторами
1.	Выраженное влияние официально-делового стиля речи	Влияние официально-делового стиля не отмечено
2.	Меньшее число личных форм глаголов	Большее число личных форм глаголов
3.	Большее число причастий и деепричастий	Меньшее число причастий и деепричастий
4.	Большее число безличных и пассивных конструкций	Меньшее число безличных и пассивных конструкций
5.	Транслитерация заимствований из других языков	Транскрипция заимствований из других языков
6.	Оценка субъектов и объектов действия	Оценка действия

Согласно предварительным наблюдениям, можно отметить ряд тенденций. В российской традиции деловые тексты либо носят заметный отпечаток официального языка, либо представляют собой запись устных переговоров с элементами разговорной речи, иногда эти особенности сочетаются в одном тексте. Если опираться на классификацию Лири – Уилсона (см. табл. 1), то в российских текстах преобладают фрагменты (фреймы), лексическое наполнение которых связано с окружением и убеждениями, в то время как тексты русского зарубежья более эксплицитно описывают цели, действия, технологии, миссии. Примеров, связанных с маркированием негативной идентичности, в деловых коммуникациях немного: все примеры зафиксированы при неофициальном деловом взаимодействии.

Составленный нами по результатам наблюдения предварительный список формальных маркеров идентичности (см. табл. 2) может послужить основой для получения статистической картины их встречаемости в текстах. Результаты такого описания позволят составить представление об отражении в тексте контуров идентичности и процессов их трансформации под влиянием феномена креолизации.

Как могут быть выявлены собственно языковые и коммуникативные средства выражения идентичности и её трансформаций? На поверхностном уровне текста это можно сделать при помощи статистических инструментов. Если для текстов межличностного

общения с этой целью исследуется окружение личных и притяжательных местоимений, а также личных глагольных форм, то в деловой речи в качестве наиболее значимых вхождений пока выступают наименования представляемой автором текста организации или структуры. Появление всё большего количества рабочих мест за пределами корпоративного мира неизбежно находит отражение в изменении характера современных деловых коммуникаций, дифференцируя и усложняя систему способов выражения идентичности. Кроме того, на выборе языковых средств сказывается влияние Web-среды. По сравнению с деловыми текстами на бумажных носителях деловые Интернет-тексты претерпевают заметные трансформации. Деловое общение в сети более динамично, тексты в нём зачастую ограничены размером экрана ноутбука или смартфона, поэтому оно в гораздо меньшей степени ритуализировано, а в большей степени ориентировано на принятие быстрых решений. Принятие таких решений (например, заключение сделки) требует доверия между участниками акта коммуникации, поэтому неизбежно сопровождается сигналами идентичности на разных уровнях языковой системы. С развитием глобальных Интернет-коммуникаций значение таких сигналов возрастает, поскольку растёт количество контактов между представителями разных культур, даже взаимодействующих на одном языке. Собственно, деловая культура может пониматься как система механизмов выявления проблем, принятия решений, реализации последних и принципов взаимодействия с этой целью. Эффективное решение задачи возможно лишь тогда, когда она вписана в картину мира деловых партнёров. Люди разных культур не всегда понимают причины решений и действий деловых партнёров, что ведёт к непониманию, а иногда и конфликтам. Сигналы идентичности нередко помогают выявить точки пересечения интересов и возможностей.

Итак, кроме особенностей, выявленных путём качественного анализа, при сопоставлении текстов можно рассматривать статистически значимые маркеры идентичности на различных уровнях языковой системы. Прежде всего это лексемы в определённой грамматической форме, заполняющие слоты фреймов. Грамматическая форма в русском языке выступает маркером синтаксической функции. Подобного рода исследования могут быть выполнены при помощи различных программ для выявления контекстного окружения с определением статистической значимости тех или иных вхождений.

Статья подготовлена при поддержке Программы стратегического развития РГГУ.

Список литературы

1. Акопов С. В., Розанова М. С. Идентичности в эпоху глобальных миграций. СПб.: Издательство ДЕАН, 2010. 272 с.
2. Ачкасов В.А. Этнополитология. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2005. 340 с.
3. Джетер О. Насколько вы британец? http://www.britain4russians.net/culture_How-British-Are-You.html (дата обращения 27.04.2013).
4. Докинз Р. Эгоистичный ген / Пер. с англ. М.: Мир, 1993. 318 с.
5. Знаков В. В. Понимание текста как процесс постановки и решения мыслительной задачи//Понимание в мышлении, общении, человеческом бытии. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2007. С. 61-72.
6. Косарев А. Ф. Философия мифа. М.: ПЕР СЭ; СПб.: Университетская книга, 2000. 304 с.
7. Переслегин С. Б. О возможном подходе к понятию «идентичность» <http://lizard.jinr.ru/~tina/world/history/pereslegin/per126.html#u1> (дата обращения 27.04.2013).
8. Пинкер С. Субстанция мышления: Язык как окно в человеческую природу / Пер. с англ. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 560 с.
9. Хантингтон С. Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности. М.: АСТ, Транзиткнига, 2004. 636 с.
10. Britain4Russians <http://www.britain4russians.net/> (дата обращения 27.04.2013).
11. La France en Russie <http://www.ambafrance-ru.org> (дата обращения 27.04.2013).
12. L'observateur russe <http://rusoch.fr/> (дата обращения 27.04.2013).
13. Russian London Ltd <http://www.russianlondon.com/> (дата обращения 27.04.2013).
14. Russian Weekly Newspaper <http://www.angliya.com/> (дата обращения 27.04.2013).

Рецензенты:

Кронгауз Максим Анисимович, д.ф.н., профессор, директор Института лингвистики РГГУ, г.Москва.

Шаронов Игорь Алексеевич, д.ф.н., декан факультета теоретической и прикладной лингвистики Института лингвистики РГГУ, г. Москва.