

Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского.
Серия «Филология. Социальные коммуникации». Том 24(63) №1. Часть 1 2011 г. С. 272 – 278.

УДК 130.2

ГОВОРЯЩИЙ-ONLINE-СУБЪЕКТ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ КАК ПОПЫТКА СОПРОТИВЛЕНИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКОМУ-OFFLINE-ПОРЯДКУ

В. В. Ларченко

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков*

Говорящий-online-субъект социальных сетей в попытках выхода за пределы власти лингвистического-offline-порядка деконструирует offline-язык в виде маскарадизации означающего его знака и создает собственное сообщество на основе включенности говорящих-на-падон(г)ском-языке-online-субъектов.

Ключевые слова: говорящий-online / offline-субъект, социальная сеть, лингвистический-offline-порядок, online / offline-язык.

Актуальность данной темы заключается в том, что социальные сети все больше становятся неотъемлемой составной бытия говорящего субъекта, который все чаще использует данный феномен *пост*современности как связь с внешним миром, когда, например, в США каждый четвертый заключенный брак начинается со знакомства через социальную сеть. Если раньше это было, например, ICQ, то теперь создается множество специализированных сайтов знакомств с различным интерфейсом, но, как правило, с одной базой данных. Причиной этому служит урбанизированный ритм жизни субъектов, чье бытие выражается стандартной схемой *пост*современного, глобализированного субъекта «дом – работа — работа – дом».

Социальные сети настолько активно используются представителями различных наций, поколений, субкультур, что входят в пространство попкультуры. Так их упоминание встречается и в текстах песен, например, «На районе» Потапа и Насти Каменских — «не ищи меня “Вконтакте”», в “Одноклассниках” нас нет», или «Dolce Gabbana» Верки Сердючки — «не звонит и не пишет тысячу лет, он сидит в “Одноклассниках” целыми днями». Это свидетельствует о том, что не только определенные социальные или профессиональные сообщества используют данный феномен в своих рабочих и профессиональных целях, но и широкая общественность в своих частных целях. Именно поэтому можно утверждать, что социальные сети объединяют субъектов не только на основе их профессиональной деятельности, но и личностно-психологической.

Степень изученности проблемы субъекта социальных сетей уже достаточна в различных аспектах и различных науках, начиная от социальных коммуникаций и заканчивая философией, психологией, филологией. Так, например, изучается ее

гендерный аспект. Здесь можно упомянуть Е. Горошко [3], которая рассматривает гендерную идентичность и становление новой гендерной парадигмы на основе контент-анализа мужских / женских сайтов. Экономический аспект анализируется, например, в исследовании маркетинга социальных сетей [14], в которых объясняется способность социальных медиа стать более весомыми в качестве достоверного источника информации, формирующего общественное мнение, чем реклама, т. к. «маркетинг-из-уст-в-уста» изменил свою бытийную форму из реальной коммуникации в виртуальную. Тесно связанная с предыдущим исследованием проблема консюмеризма в социальных сетях рассмотрена, например, Р. Иенгаром, С. Ханом и С. Гуптой [3], которые пытаются проанализировать степень влияния друзей на покупательские привычки в социальных сетях, объясняя это тем, что социальные сети наподобие «Facebook» и «MySpace» малоуспешно рекламируют продукцию, т. к. они тщательно не изучили влияние их представителей друг на друга, несмотря на то, что этот социальный эффект может обеспечить новую маркетинговую возможность для политик традиционных компаний. Именно поэтому авторы пытаются ответить на три вопроса: 1) влияют ли друзья на покупки online-субъектов в социальных сетях; 2) какие из данных online-субъектов больше подвержены социальному влиянию и 3) возможен ли количественный расчет этого социального воздействия с точки зрения увеличения продаж и дохода от них.

А. Мислов, Х. С. Коппула, К. П. Гуммади, П. Друшел и Бхаттачарье [13] изучают процесс формирования ссылок социальной сети «Flickr», сравнивая с другой социальной сетью «Youtube», в которой предоставляется список наиболее просматриваемых и подписываемых пользователей, что может изменить способы создания ссылок вследствие возможности их глобального просмотра. К. Джордан, Я. Хаусер, С. Фостер [5] отмечают гибкость Интернет как программируемого пространства в отличие от телефона, телеграфа, печатных изданий и т. п. Они задаются вопросами технического характера, непосредственно связанными с психологическими, социополитическими: 1) могут ли средства, используемые online-сообществами, повысить эффективность обмена информацией; 2) может ли это привести к усилению а) общественного дискурса и б) ценностей гражданства и демократии. Исследователи отмечают, что вместе с глобализацией и размытием границ, а также усилением коммерческого интереса как ее последствий существует угроза отчуждения субъектов от демократического (у)правления. Вследствие чего К. Джордан, Я. Хаусер, С. Фостер интересуются, возможно ли «следующему поколению Интернет» заново укрепить позиции демократии, предоставив платформу, облегчающую обмен информацией online-субъектов относительно политических вопросов. Исследователями рассматривается и лингвистический аспект, ведущий к появлению так называемого новояза вслед за Дж. Оруэллом или падон(г)ского языка / сленга, который из online-пространства все активнее переходит в offline-пространство с его ключевым приветствием «Превед, медвед!» [1].

Однако в указанных исследованиях не затрагивалась тема, насколько язык, используемый online, влияет на говорящего-online-субъекта и психоаналитические причины появления online-языка в пространстве социальных сетей. В связи с этим **целью** данного исследования является выявление психоаналитических причин и

механизмов, с помощью которых говорящий-online-субъект пытается противостоять лингвистическому-offline-порядку.

Новизна данного исследования заключается в изучении причины неудовлетворенности говорящего-offline-субъекта лингвистическим-offline-пространством и его порядком, что подталкивает данного субъекта к деконструкции offline-языка.

Предмет исследования — говорящий-online-субъект в пространстве социальных сетей.

Ранее исследователи считали главной проблемой лингвистических изменений заимствования в большей степени из английского / глобального языка, которым существуют аналоги — абсолютные синонимы — в локальном языке. Например, украинское слово *гвинтокрил* («вертолет») все чаще в СМИ стало заменяться словом *гелікоптер*.

Другая причина становления *постсоветского* русского языка заключается в политическом контексте, когда распад Советского Союза и вместе с ним попытка становления собственных локальных языков при нивелировании русского привели не только к билингвизму и смешению кодов, но и неспособности многих говорящих субъектов к правильной визуализации знака.

Кроме того, можно утверждать о другом лингвополитическом контексте, когда политики, выступая в СМИ, нарушают нормы языка, начиная от неправильного ударения и заканчивая смешением кодов и чтением своих политических текстов с другим акцентом. Здесь возникает вопрос, почему PR-щики и спичрайтеры (здесь можно было бы эти два термина заменить приближенными русскими аналогами, но именно они в данный момент политически ангажированы и популярны) не могут п(р)оставить ударения в текстах или хотя бы (по)тренировать субъекта политики в прочтении своей речи?

Еще одна причина — в сленге. Так, М. Кронгауз отмечает, что «говорить по-русски — значит не только “говорить правильно”, как время от времени требует канал “Культура”, но и с удовольствием, а значит, эмоционально и творчески <...> А сленг <...> эмоциональнее литературного языка. Другое дело, что сейчас граница между сленгом и литературным языком все больше размывается и жаргонные слова проникают в запретные для них области» [4].

Не так давно с языковым сленгом была связана проблема нормативности offline-языка. Особенно, когда молодежный сленг проникал во многие сферы бытия говорящего-offline-субъекта. Однако известен тот факт, что артефакты, языки, присущие молодежной субкультуре имеют свою темпоральность, зависящую от принадлежности к данной субкультуре. Когда субъект выходит за ее пределы, переходя на новый этап развития своей идентичности, меняются и эти артефакты, языки.

Если раньше волновала проблема бытийности именно offline-языка, то теперь — online-языка, т. к. вместе с глобализацией происходит виртуализация мира. Если раньше игра с online-языком была на основе аббревиатур и сокращений, как например, *ICQ* («I Seek You»), когда по схожести звучаний подбирается аббревиатура и когда в другом локальном лингвистическом контексте ей подбирается по звучанию имя — *Аська*, *Ася*, а *ИМНО* («In My Humble Opinion»), идентично пере-

носится из глобального контекста как «ИМХО» [5], при этом его означаемое осознается локальным говорящим-online-субъектом, в то время как означающее часто остается неосознанным, то теперь говорящий-online-субъект деконструирует сам знак, причем его означающее. Играясь визуализацией языка, представители так называемого «падон(г)ского» сленга / языка пытаются таким образом противостоять лингвистическому-offline-порядку. Если в официальной документации необходимо следовать нормам классического литературного языка и говорящий-offline-субъект находится в границах данного языка, за пределы которых он выйти не может, т. к. будет сразу же маргинализован, то говорящий-на-падон(г)ском-языке-online-субъект устанавливает нормы своего online-языка, которых все остальные говорящие-online-субъекты должны придерживаться, чтобы войти в новое виртуальное сообщество, свободное от правил лингвистического-offline-пространства.

Падон(г)ский язык, или как его еще называют, албанский, восходит к сайту *udaff.com*, одному из первых концептуально оформивших данный язык и определивший включенных-в-его-пространство-говорящих-субъектов на основе того, что «этот ресурс создан для настоящих падонков. Кому не нравятся слова <...> и <...>, могут идти на <...>. Остальные пруща» [14] (нецензурная лексика опущена). Именно первое название языка — падон(г)ский — четко передает всю фантастическую маскардизацию online-языка, который создан для деконструкции offline-языка. Даже бегло прочитав приведенную ниже новость с этого сайта (нецензурная лексика опускается), можно осознать всю маскардность, присущую деконструктивистским лингвистическим практикам говорящего-online-субъекта: *«уважаемая гаспада падонке. Случилась <...> археважное сабытие в жызни ынтырнет сообщиства. Тяперичя можна ригистриравать дамены кириллическими буквоме. // Кто сразу ни понел — обьисняю на премере. Уважаемый Удав с 11 наября можит пирирегистриравать свой рисурс вместа «udaff.com» на «удав.рф». Если канешина захочит. // Но как водица не фсе в России так проста. Аказываеца не все слава русскага языка можна использовать абзывая сваи сайты. Правительство РФ заботлево огласило весь списак <...> // Прачитав перичень этех запряценных слов я <...>, асазнав насколько уважаемая падонке унылые и однаобразные скварнословы и матяришиннеки (включая и аффтара этех строк). // Так что, дарагие маи, фтыкайте, изучайте и пользуйтесь. Абагацайту, так сказать, свой славарный запас и насыцайте интелект (если таков имеица). // Нильзя отставать в развитее от нашаво горячее любимага Правительсва. // Учитесь <...> правильно!»* [6]. Говорящий-online-субъект наслаждается деконструктивирующей визуализацией знака, при которой данный субъект выходит за пределы подчинения offline-языку и не подвластен более его лингвистическому порядку.

Несмотря на многочисленные работы лингвистов, борющихся за чистоту локального-offline-языка, падон(г)ский язык начинает постепенно проникать в лингвистическое-offline-пространство. В данном случае возникает вопрос, что заставляет говорящих-offline-субъектов переносить нормы online-языка в offline-пространство? Ответ может заключаться в том, что говорящий-субъект имеет власть над offline-языком лишь в online-пространстве. Однако данный субъект хочет иметь подобную власть за пределами своего виртуального пространства,

т. е. именно в offline-пространстве, что и приводит к введению обновленного деконструктивированного-offline-языка в лингвистическое-offline-пространство.

Данный online-язык становится популярным также в других странах. Так, например, наблюдаются попытки создания украинского падон(г)ского online-словаря говорящими-online-субъектами.

Приведем примеры:

1) толкового словаря: *аффтар* — автор чього небудь (крео, постів таке інше), *жжшош* — користувачеві сподобався твій гумор або просто репліка, *баян* — «таке вже було», *нізачьот* — «не сподобалося», *зачьот* — «сподобалося», *мегазачьот* — «дуже сподобалося» [7];

2) русско-украинского словаря: *гламурненько* — *чарівненько*; *в Бобруйск, жьвотное* — *в Бердичів, тварино*; *аффтар жжжот, пеши исчо* — *ну ти смалиши, афтор, шкрябай далі; аффтар, віней йаду* — *афтор, пий отруту; ржунимагу* — *ржунездужу*; *баян* — *трембіта*; *каменты рулят* — *коментарі керують*; *падо-нак* — *козолуп*; *учи албанский!* — *вчи українську!* [8].

Причем на Форуме г. Пущино можно проголосовать за (не)понравившуюся тему по следующим критериям: «Афигенно! Супер!», «Нормально!», «Хз. Сойдѐт.», «Кое-Как!», «Ацтой полнейший!» [8].

Еще одно выражение, вошедшее в лингвистическое-online-пространство, «Превед, медвед!» Как отмечает И. Субботин, лингвисты связывают появление подобной лексики и фраз с насущной потребностью «интернетчиков в наборе эмоциональных клише, своего рода дополнительных “смайликов”. Иными словами, новояз принял на себя функцию компенсации недостаточной эмоциональности письменной речи» [9]. Нарисованный Д. Лури медведь в феврале 2006 г., пугающий пару в лесу и произносящий «Surprise!», не подходил русскоговорящему контексту, поэтому «Surprise!» было заменено донецким Интернет-пользователем Lobzz на «превед» [9, с. 14]. Данный акварельный рисунок настолько понравился говорящим-online-субъектам, что появились подобные рисунки с приветственными надписями на различных языках, а также смайлик в виде буквы «У» [10].

Если говорить о распространенности падон(г)ского языка в offline-пространстве, следует привести пример Б. Гребенщикова и группы «Аквариум», которые дали рабочее название своему двадцать четвертому альбому «Простой русский БрАдягга», объяснив это тем, что «мне все это кажется забавным, это часть современной культуры. Мы, кстати, мечтаем о концерте в Бобруйске. “Превед”, так и вовсе гениально» [2]. Однако официальное название альбома вышло в свет в его литературном варианте, что объяснялось как «я не хотел, чтобы название альбома выглядело сиюминутным. Для афиши концерта это подойдет, а если человек лет через десять возьмет слушать мой диск, то это уже будет не то» [2]. Эстетическое наслаждение от визуального сменяется утверждением о временном бытии лингвистической-online-субкультуры.

Можно сделать **вывод**, что говорящий-online-субъект социальных сетей в попытках выхода за пределы власти лингвистического-offline-порядка деконструирует offline-язык в виде маскаранизации означающего его знака и создает собственное

сообщество на основе включенности говорящих-на-падон(г)ском-языке-online-субъектов. Данная проблема должна дальше изучаться в связи с постоянным качественным развитием и количественным увеличением online-сообщества, социальных сетей, объединяющих online-субъектов на основе общности для осознания причин и механизмов маргинализации offline-языка и эволюции online-языка с последующей способностью гибкости говорящего-online-субъекта в отношении лингвистических изменений.

Литература

1. Вильянов С. Полный превед! [Электронный ресурс] / С. Вильянов // Компьютерра online, 15.11.2010. — Режим доступа: <http://offline.computerra.ru/2006/631/259101>. — 15.11.2010.
2. Гончаров М. Борис Гребенщиков: «Превед — это гениально»: [интервью] [Электронный ресурс] / М. Гончаров // Петербургская газета «Фонтанка.ру». — Режим доступа: <http://www.fontanka.ru/2006/03/24/160810>. — 15.11.2010.
3. Горошко Е. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении / Е. Горошко. — Харьков: ФЛП Либушкина, 2009. — 816 с.
4. Кронгауз М. Язык мой — враг мой? [Электронный ресурс] // Государство и антропоток / М. Кронгауз. — Режим доступа: <http://www.antropotok.archipelag.ru/text/a088.htm>. — 14.11.2010.
5. Ларченко В. В. Языковые ловушки для глобализованного говорящего субъекта / В. В. Ларченко // Философия языка: в границах и вне границ / [научн. ред. тома С. А. Заветный]. — Х.: ХНТУСХ, 2009. — Т. 6 — 7. — С. 159 — 171.
6. Новости от аффтара Негоро. Русская ынтырнет или учиица, уиица ну и еще раз... от 15.11.2010 [Электронный ресурс] // <http://udaff.com/news/110615.html>. — 15.11.2010.
7. Сообщение (№98) пользователя Книголюба из чата от 2008.01.02 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://modelizm.pl.ua/forum/10-310-10>. — 15.11.2010.
8. Сообщение (№31) пользователя Li\$a из Форума г. Пущино от 13.02.2009 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://nash-forum.itaec.ru/showthread.php?p=74030>. — 15.11.2010.
9. Субботин И. Новояз Интернета [Электронный ресурс] / И. Субботин. — Режим доступа: <http://www.sovkon.ru/2006/20/4.php> — 15.11.2010.
10. Эффекд медведа. — Экспонат №000188. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.netlore.ru/effekd-medveda>. — 15.11.2010.
11. Iyengar R. Do Friends Influence Purchases in a Social Network? [Электронный ресурс] / R. Iyengar, S. Han, S. Gupta // Working Paper, 09–123. — Harvard Business School, 2009. — 36 p. — Режим доступа: <http://www.hbs.edu/research/pdf/09-123.pdf>. — 14.11.2010.
12. Jordan K. The Augmented Social Network: Building Identity and Trust into the Next-Generation Internet [Электронный ресурс] / K. Jordan, J. Hauser, S. Foster // A Report presented at the Planetnetwork Conference «Networking a Sustainable Future». — California, 2003. — 77 p. — Режим доступа: <http://asn.planetnetwork.net/AugmentedSocialNetwork.pdf>. — 14.11.2010.
13. Mislove A. Growth of the Flickr Social Network [Электронный ресурс] / A. Mislove, H. S. Koppula, K. P. Gummadi, P. Druschel, B. Bhattacharjee // WOSN'08. — Seattle, 2008. — 6 p. — Режим доступа: <http://www.mpi-sws.org/~gummadi/papers/Growth-WOSN.pdf>. — 14.11.2010.

14. Social Network Marketing: the Basics [Электронный ресурс] // Red Bridge Marketing, 2008. — Режим доступа: http://www.labroots.com/Social_Networking_the_Basics.pdf. — 14.11.2010.

15. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://udaff.com>. — 15.11.2010.

Ларченко В. В. Online-суб'єкт-мовець соціальних мереж як намагання опору лінгвістичному-offline-порядку.

Online-суб'єкт-мовець соціальних мереж в своїх намаганнях вийти за межі влади лінгвістичного-offline-порядку деконструє offline-мову як маскарадизацію означуваного її знака та створює власне суспільство на базі включення online-суб'єктів-мовців-падон(г)ської-мови.

Ключові слова: online / offline-суб'єкт мовець, соціальна мережа, лінгвістичний-offline-порядок, online / offline-мова.

Larchenko V. V. Social network online-speaking-subject as linguistic-offline-order resistance attempts.

The social network online-speaking-subject in his / her attempts to go out of the linguistic-offline-order power boundaries deconstructs offline-language by way of its sign signifier mas-caradization and creates his/her own community on the basis of online-padon(g)skiy-language-speaking-subject inclusion.

Key words: online / offline-speaking-subject, social network, linguistic-offline-order, online / offline-language.

Статья поступила в редакцию 16 ноября 2010 г.