

## ЮМОР В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ

Особой средой социализации и самореализации личности в современном обществе становится компьютерная сеть, в которой постепенно разрушаются культурные границы и социальные коммуникационные барьеры. Тексты сталкиваются с текстами, одни группы, мнения и принципы – с другими; в свободном общении, на границах языков, ментальностей, убеждений, ценностей формируются новые специфические социальные нормы.

Общение и столкновение различных точек зрения – естественная форма общественного бытия виртуального Интернет-сообщества, которая в сети дополнена глобальностью масштабов и возможностью почти мгновенного свободного распространения любой информации. Это открытое коммуникативное пространство, по самой своей сути, является почти идеальной средой для существования и развития смеховой стихии.

Виртуальная жизнь в мире Интернета как своеобразная форма массовой коммуникации и всенародная карнавальная жизнь средневековья в трактовке М. Бахтина имеют ряд общих черт. Прежде всего, отметим, что виртуальность, как и карнавал, есть сама жизнь, но жизнь, выходящая за пределы обыденности и официальных регламентаций и оформленная особым игровым образом. Игра – одна из превалирующих форм коммуникации в сети; здесь она выходит за пределы обычного развлечения и формирует характерные качества самого общения: обособленность виртуального пространства и времени от повседневности, свободу самовыражения, наличие добровольно принятых правил (например, этикетных норм и этических кодексов), позитивную эмоциональность и т.д.

Виртуальный мир, как и карнавал, является идеальной зоной фамиллярного контакта, отменяющего иерархические отношения и нивелирующего статусные различия собеседников. Виртуальная игра универсальна и – в перспективе – всенародна: с увеличением доступности сети и постепенным сокращением «цифрового раскола», Интернет превращается в наиболее демократическую и свободную от властного контроля форму коммуникации.

Важнейшим фактором, оформляющим новый карнавальное мир настоящего, является анонимность пользователя, реальная или потенциальная, но всегда подразумеваемая собеседником. Человек в сети часто воспринимается как набор масок: при общении проверить подлинность его виртуальной личности, так же как и искренность его высказываний, практически невозможно. Личностная позиция собеседника как таковая исчезает, превращаясь в одну из многих виртуальных ролей. Все, учитываемые при коммуникации моменты: социальный статус, возраст, пол, национальность, религиозная принадлежность могут быть виртуально присвоены или таким же образом отброшены. Общение анонимных собеседников в этом случае превращается

в подобие маскарада: моральная ответственность за последствия своих действий в значительной степени ослабевает, человек раскрепощается, высказывая свои самые сокровенные и безрассудные желания. С другой стороны, эти желания могут восприниматься со стороны как притворство, часть игры в поле условностей, внутренне присущих анонимному маскараду.

Игровой характер Интернет-коммуникации в достаточно явном виде проявляется и в возможности быстрой смены как ролей-масок, так и виртуального окружения. В этом состоянии постоянных трансформаций и метаморфоз ценится и вознаграждается социальная гибкость, непредвзятость, свобода от стереотипов и идеологических ограничений, умение ориентироваться в постоянно изменяющемся культурном и интеллектуальном контексте, критикуя и отбрасывая несущественное и «вылавливая» важное в информационных потоках. То есть, по своей сути, современное виртуальное пространство является действенным фактором социализации, воспроизводя нормы и ценности, необходимые для свободного ориентирования и социального взаимодействия в ситуации постиндустриального информационного общества.

В целом, необходимо заметить, что отношение Интернет-сообщества к власти и внешним ограничениям достаточно критично: карнавальная свобода достаточно четко проявляет себя во время разнообразных социологических опросов. Вот, к примеру, один из рейтингов наиболее популярных партийных ресурсов (первая пятерка) ноября 2000 года:

*Посещаемость в ноябре:*

- |                   |                  |
|-------------------|------------------|
| 1. Партия идиотов | 1120             |
| 2. Яблоко         | 1787             |
| 3. КПРФ           | 2948             |
| 4. М.Арбатова     | 867              |
| 5. Б.Немцов       | 488 <sup>1</sup> |

Рейтинг четко указывает на общую политическую направленность сетевого сообщества, точнее, на активное неприятие властных структур: все партии в пятерке (и, кстати, в десятке) оппозиционны. Присутствие же в списке «Партии идиотов» наиболее красноречиво говорит об отношении пользователей к официальной политике.

Вспомним высказывание Д. Лихачева о смехе: «Разрушая, он строит и нечто свое: мир нарушенных отношений, мир нелепостей, логически не оправданных соотношений, мир свободы от условностей, а потому, в какой то мере желанный и беспечный»<sup>2</sup>. Это высказывание подходит к описанию виртуального мира компьютерной сети едва ли не точнее, чем к описанию мира древнерусской «антикультуры». Более того – оно описывает виртуальность и его пародийные, карнавальные смыслы достаточно адекватно и емко.

Говоря об антикультуре, приведем пример «переворачивания отношений», присущий Интернету: в день рождения мэра Москвы Лужкова в сети появился «подарок» юбиляру в виде двойника его официального сайта. Если

<sup>1</sup> Дмитриев А.В., Латынов В.В., Яковлев И.Г. Политика, политология, Интернет. М., 2002. С.9.

<sup>2</sup> Лихачев Д.С., Панченко А.М., Поньрко Н.С. Смех в Древней Руси. – Л.: Наука, 1984.С. 3.

настоящий сайт назывался luzhkov.ru, то «антисайт» - lujkov.ru: в транслите такая подмена букв возможна. При этом на «антисайте» была любовно подобранная информация о Лужкове в виде карикатур, юмора и компромата<sup>1</sup>.

В виде пародийного переосмысления правительственных призывов, в Интернете был предложен свой вариант обращения налоговой службы к народу:

*Мы уже не раз обманывали вас. Вы защищали нас осенью 1991-го, мы стреляли в вас осенью 1993-го. Мы развалили вашу страну в 1990-м, обокрали вас в 1992-м, надули с двумя «Волгами» в 1993-м, с помощью МММ-ов раскрутили на бабки в 1994-м, посылали ваших детей на бойню в 1995-м, неплохо «повторничали» в 1996-м, и полностью ограбили в 1998-м. Но у нас опять кончились деньги. Пожалуйста, заплатите налоги...<sup>2</sup>*

Для того чтобы объяснить причины очевидного критического пафоса Интернет-сообщества, необходимо более подробно остановиться на системе его универсальных норм. Нельзя не признать, что сеть, с одной стороны, предлагает условия для сохранения и формирования групповых ценностей, позволяя единомышленникам объединяться и свободно общаться, дифференцируясь от других групп. Однако, с другой стороны – и процесс этот более интенсивен – глобальность сети, размытость социальных различий постепенно уничтожает границы дифференциации, формируя цельное Интернет-сообщество с универсальными коммуникативными нормами, интересами и ценностными ориентирами, особым жаргоном и специфическим юмором.

В среде групповых норм имеется четкий и сопротивляющийся изменению центр, своеобразное «жесткое ядро» с защитным поясом, имеющее определяющее значение для понимания сетевых ценностей. При его осмыслении необходимо обратиться к истокам Интернета, который впервые появился как сеть между компьютерами научных университетских центров, и архитектура которого базировалась на необходимости выполнения именно научных задач. В подобной ситуации конституирующим центром для норм Интернет-сообщества стал *научный этос*. Несложно убедиться, что описание норм этого этоса можно считать и описанием основных норм современного Интернет-общения. В частности, Роберт Мертон предлагает четыре основополагающих характеристики научного этоса: универсализм (в Интернете эта норма подчеркивается общим равенством и оценкой эффективности собеседника вне зависимости от его пола, национальности, социального положения и др.); общность или коммунизм (знание понимается как общее достояние); незаинтересованность (отсутствие меркантильных интересов); организованный скептицизм (в огромном количестве не всегда верифицируемой информации необходимо обнаружить истинную и подвергнуть критике ложную)<sup>3</sup>.

Научные нормы с их коммунизмом и скептицизмом нашли в Интернете наиболее адекватное пространство для самовыражения, санкционируя таким образом оппозиционность сетевого сообщества, его постоянное противодей-

<sup>1</sup> См.: Разуваев В.В. Политический смех в современной России. М., 2002. С. 173.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> See: Merton R. The Normative Structure of Science. // The Sociology of Science. Chicago, 1973. P. 267-278.

ствие всяческим ограничением и признание фамиллярного равенства всех без исключения коммуникантов вне зависимости от их места в социальной иерархии «офф-лайна». Вспомним также о неформальной стороне научного общения, где бóльшая часть нерелевантной информации проходит по каналам «незримых колледжей», отсеиваясь при помощи фильтров критики и явного или скрытого осмеяния. В современной теории научной коммуникации неформальным формам общения уделяется особое внимание: именно здесь, по разным данным получают от 70 до 80 процентов информации, необходимой для проведения исследований и разработок: «Кулуарные разговоры имеют огромную ценность – как непосредственную (ценность самого процесса обмена научной информацией), так и более косвенную (такие разговоры поддерживают чувство научного товарищества и способствуют появлению научного энтузиазма)»<sup>1</sup>. При этом в неформальной коммуникации, где роль чувства юмора достаточно высока, ученый, представивший свои идеи всегда «напрашивается на критику, которая, по всей вероятности, и последует, просил он об этом формально или нет, и которая дает ему возможность проверить идеи»<sup>2</sup>. Ойген Розеншток-Хюсси, в своей работе «Значение юмора для выживания», пишет об этом так: «Научный прогресс в области социального познания зависит от уравновешивающей силы юмора. Юмор исключает все ложные методы именно потому, что он делает их смешными»<sup>3</sup>.

Аналогом «незримых колледжей» в Интернете являются т.н. веблоги (weblogs) – узконаправленные сайты, дающие ссылки на наиболее интересные материалы в сети, комментарии владельца сайта к ним, и предоставляющие пользователям возможность обсуждать и комментировать затронутые вопросы. При этом из терабайтов информации нередко выделяются действительно ценные сведения. Веблоги являются действенным информационным фильтром – отсылка к новостным сайтам, например, служит поводом для того, чтобы отметить ошибки и заведомую дезинформацию, подвергнуть официальные тексты подробному критическому разбору и осмеянию. Оперативные комментарии создают необходимую в сетевом общении диалогичность, дополняя официальные материалы своеобразной обратной связью. По тому же «фильтрующему» принципу работает большинство форумов.

Подобная критическая направленность сетевого сообщества, естественно, выразилась в чрезвычайной популярности юмористических и сатирических жанров, как форм, наиболее адекватно отображающих настроения пользователей. Имеется огромное количество сайтов, предлагающих шутки и анекдоты, от специфических компьютерных до оппозиционных политических; посещаемость этих сайтов по статистике огромна. Анекдоты появляются в сети оперативно, они доступны всем из любого места, где имеется возможность подключиться к сети: именно эти достоинства предопределили бурное развитие жанра в Интернете.

---

<sup>1</sup> *Первичные формы научной коммуникации* (экспертный отчет) // Коммуникация в современной науке: Сб. переводов – М., 1976. С. 42, 58

<sup>2</sup> *Там же*. С. 40.

<sup>3</sup> Розеншток-Хюсси О. Значение юмора для выживания. // Вопросы философии. – № 8. – 1997. С. 147 – 150.

Вспомним, что еще десятилетие назад казалось, что анекдот как жанр со снятием барьеров запретности утратил свои позиции: его очевидная деградация указывала на исчерпанность сатирических и юмористических смыслов. Сергей Аверинцев в речи, произнесенной в Венской Академии Наук, подытожил ситуацию с юмором после отмены идеологических табу таким образом: «Если диалектическую предпосылку юмора и комического составляет неуступчивая, неподатливая серьезность, то, напротив, столь типичная для нынешнего времени вездесущая, монотонная, всеми принятая и никого больше не шокирующая, даже и не привлекающая к себе ничего внимания фривольность, в сфере которой уже ничто не бело и не черно, а только серо, означает конец юмора»<sup>1</sup>.

Острота и «диссидентствующее» чувство сопричастности, характерные, например, для ситуации 70-х годов, а также всеобщая социальная ангажированность перестроечных времен были утеряны: городской фольклор, особенно в форме политического анекдота, становился все менее популярным. Конец XX века казался временем агонии умирающего жанра. Однако распространение Интернета изменило ситуацию коренным образом.

Ефим Курганов пишет об этом так: «Каждый день на специальных сайтах Интернета появляются анекдоты, и это совершенно особое явление в жизни жанра. Раньше анекдоты передавались из уст в уста, записывались, фиксируясь в записных книжках, письмах, дневниках. Иначе говоря, циркулировал анекдот весьма активно, но было много всяческих препон, которые сдерживали, затрудняли необыкновенную мобильность жанра. И только теперь, благодаря Интернету, доступ к анекдоту необычайно ускорился и упростился. Характер распространения анекдотов наконец-то стал соответствовать природе жанра. Похороны анекдота не состоялись, ибо предполагаемый покойник-то оказался живым, и при этом совершенно не переменившимся, не порвавшим со своим прошлым»<sup>2</sup>.

Современный анекдот в своей основе – устный диалогический жанр. Он подразумевает некую театральность: обратную реакцию со стороны аудитории, наличие определенных умений у рассказчика, скажем его способность почувствовать, какой именно анекдот будет воспринят в конкретной группе и при конкретных обстоятельствах. На газетной или журнальной полосе, в телевизионном эфире оперативная обратная связь за редкими исключениями невозможна, предугадать реакцию аудитории и тем более учесть интересы разных социальных групп весьма проблематично – для того, чтобы охватить как можно большую аудиторию, из юмора необходимо убрать всю узкогрупповую специфику, понятную только в определенных социальных кругах. Поэтому юмор здесь предельно упрощается, т.е. в качестве развлечения предлагается то, что должно быть понятно всем, от инженера до крестьянина.

Лозунг массового смеха, до сих пор остающийся руководством к действию в телевизионных шоу и многотиражной прессе, сформулировал в свое

<sup>1</sup> Аверинцев С.С. О духе времени и чувстве юмора // Новый мир. – 2000. – № 1. – С. 140. См. также: Троицкий А. Юмор умер // Новая газета. – 2004. – № 6 (936). – С. 24.

<sup>2</sup> Курганов Е. Похвальное слово анекдоту. СПб., 2001. С.9.

время основатель жанра кинокомедии Мак Сеннет: «Важно только, чтобы зритель смеялся - тогда он не думает».

Намек, тонкая ирония, остроумие – все, что нуждается в умственной обработке для адекватного восприятия, снимается, предлагая потребителю физический комизм – падений, неловкостей, открытый физиологический юмор, прозрачные каламбуры, снабжаемые к тому же для минимализации мыслительной деятельности закадровым смехом. Отрицая мысль, массовая культура обращается к материальному миру, телесному низу. Юмор в современных телепрограммах, рекламе, фильмах, пропагандирующих стиль жизни «нового поколения» и проч., проповедует, прежде всего, идеал унифицированного пользователя, созданного для удовлетворения потребностей бизнеса. Как правило, в прессе и на телевидении популяризируется юмор «ниже пояса», примитивный каламбур и т.д.

«При поражении лобных долей, - пишет А. Лук, - больные очень охотно шутят. Но шутки становятся плоскими и грубыми. Приемы ограничиваются буквализацией метафоры и двойным истолкованием в самой примитивной форме. Тематика сосредотачивается вокруг физиологических отправления организма»<sup>1</sup>. Напомним, что лобные доли отвечают за критическую самооценку и способность к избирательным ассоциациям – таким, образом ущербный стандарт юмора явно не способствует развитию ни того, ни другого.

Интернет во многом снимает подобные стандарты и ограничения. Так, в чатах и ICQ коммуникация практически аналогична устной: она осуществляется в реальном времени и подразумевает ответную реакцию. Упрощения, как правило, не требуется: участники коммуникации хорошо знают интересы и культурные запросы друг друга. Анекдот или шутка комментируются, предлагаются их новые, более точные, по мнению участников общения, варианты. Текст шлифуется: именно так и рождаются народные образцы жанра. В форумах и вебблотах обратная связь более отсрочена, но и она представляет собой форму общения, намного более диалогическую, чем могут предложить традиционные средства массовой информации.

Своеобразная диалогическая связь возможна даже с самим гипермассивом юмористических текстов. В настоящее время в сети распространяются программы, учитывающие запросы пользователей и запоминающие просмотренные ими разделы и рейтинговые оценки, выставленные тому или иному тексту. На основании этих данных программа может предложить пользователю новые анекдоты и шутки уже только по интересующей его проблеме, исключив при этом тексты, содержащие темы, вызывающие отрицательные или нейтральные эмоции, а также непонятную стилистику и лексику. Программа, таким образом, выполняет функции сортировки и отбора информации по заданным критериям, для того, чтобы пользователь получил текст, соответствующий его уровню и запросам, а не универсальный и потому упрощенный «юмор для всех».

---

<sup>1</sup> Лук А.Н. Юмор, остроумие, творчество. М., 1977. С. 117.

Сам текст в Интернете также с необходимостью диалогичен: он не канонизирован, а изменчив, насыщен гиперссылками и позиционируется как незаконченный отрывок всеобщего разговора, который ведут между собой тексты и их создатели в глобальном информационном пространстве. Гиперссылка – всегда выход вовне, подчеркивающий незавершенность коммуникации и невозможность остановиться на какой-либо «обретенной истине». Отметим, что и бытие самого смеха невозможно свести только к бытию субъекта или объекта: оно проявляется только в сфере их взаимодействия. Онтологическая основа смеха – прежде всего диалог субъектов, совместная коммуникация людей, социальных групп, культур и т.д. Смех укоренен на коммуникативном уровне общественного бытия. Смеховая коммуникация всегда обнаруживает внутреннее устремление к увеличению числа участников: она отличается неполнотой и незавершенностью даже в диалоге двух субъектов. При этом смех проявляется тем ярче, чем больше людей вовлечены в сферу его воздействия – он изначально требует социального пространства

Таким образом, диалогичность сети закономерно тяготеет к разговорным жанрам фамильярного, смехового общения. Помимо анекдота в сети постепенно возрождается еще один старый жанр: т.н. *байка*. Заметим, что само слово имеет фамильярный, несколько фольклорно-деревенский оттенок. Словарь С. Ожегова трактует байку как «побасенку, выдумку», в современном же значении байка трактуется, скорее, как юмористический рассказ о действительно случившемся или, по крайней мере, правдоподобном событии. При этом в байке важны несколько условий: событие должно быть недавно совершенным и все еще актуальным (то, что в английском языке маркируется как *present perfect*); оно должно произойти с близкими нам по «групповому духу» людьми (то есть социальная дистанция должна быть снята), оно должно быть конкретно (а не абстрактно и намеренно условно как в большинстве анекдотов). Зачин баек обычно обозначается такими фразами: «Случилась со мной такая история...», «Дело было так...», «История эта реальна...»:

*Ездил я недавно в ИТЭФ (институт). Вышел из метро, искал-искал, но... Оставив бесплодные поиски, позвонил соседу и попросил послать мне SMS с адресом института. Через пять минут сообщение пришло: [www.itef.ru](http://www.itef.ru). Ругаясь, я пошел искать ИТЭФ заново.*

Если просмотреть популярные юмористические журналы и газеты последних лет, то в большинстве из них можно обнаружить раздел таких баек, который обозначается соответственно: «Истории из Интернета», «Интернет-байки» и т.д. Таким образом, жанр в современности стойко ассоциируется именно с сетью, хотя нельзя не отметить, что байка как особый жанр существовала долгое время: вспомним некоторые истории из пушкинского «Table-Talk», рассказы бравого солдата Швейка или байки артистов и писателей. В XX веке они большей частью были не очень популярны, циркулировали в узких профессиональных кругах и были переполнены непонятной другим узкогрупповой спецификой. Отметим также, что байки, ввиду своей узкогрупповой направленности и насыщенностью конкретикой, всегда были более раз-

виты в деревенских общинах, чем в городском фольклоре: здесь истории о конкретных событиях, произошедших недавно и со знакомыми людьми, вызывают гораздо больше интереса, чем абстрактные анекдоты, осмеивающие социальное явление в целом (анекдот – факт прежде всего городского фольклора).

Интернет превратил байку в жанр массовый, поскольку именно в сети массовость парадоксально слилась с субъективной доверительностью, а пространство частной жизни влилось в публичное пространство. Интернет свернул дистанцию, превратил общение с далеким собеседником в диалог тет-а-тет в реальном времени. Это сближение позволяет точнее почувствовать метафору «мировой деревни», в которую, по мнению Маршалла Маклюэна превращается информационное общество. Байка – одно из выражений реального диалога с личностью, далекой в реальном пространстве и близкой в пространстве социальном: точнее, само социальное понятие «места» в сети обесмысливается. Эта диалогичность доверительного общения – еще один способ объединения членов сообщества, напрямую связанный с интеграционной ролью смеховой стихии.

В диалогичности Интернета, конечно, имеется своя специфика. Чаты и форумы, прагматически представляя собой устную коммуникацию, фактически реализуются в форме письменной речи (за исключением, пожалуй, только Интернет-видеоконференций). Таким образом, эта коммуникация, как и всякая другая письменная речь, лишена внешних особенностей непосредственного общения «лицом к лицу»: интонаций, мимики, жестов. Эта сложность частично преодолевается системой своеобразных графических знаков, называемых «смайликами» (от англ. smile – улыбка), впервые введенных в начале 80-х годов прошлого века программистом С. Фалманом. Его идея достаточно проста: при помощи графических символов изображается горизонтально повернутая гримаса: улыбающаяся :-), серьезная :-|, печальная :-( и т.д.

Естественно эти знаки не способны передать все нюансы и оттенки человеческих эмоций, являясь лишь их предельно упрощенными эрзацами, но они достаточно универсальны и функциональны: так, ироническое высказывание может быть понято другими как совершенно серьезное, если оно не маркировано соответствующим символом. Таким же образом некоторые нападки на собеседника в Интернет-общении без графического символа улыбки, переводящего текст в игровое смысловое поле, могут восприниматься как резкое оскорбление. Заметим, что, как и в обыденной устной речи, где конфликт может быть предотвращен при помощи смеха или даже полностью переведен в плоскость шутки, в сетевой коммуникации «смайлик» смягчает резкость формулировок, обходя конфликтные углы, т.е. даже в таком схематичном виде выполняет определенную функцию урегулирования кризиса или его предупреждения.

Графические символы – один из показателей экспрессии специфического языка сети, ее особого жаргона. Жаргон – доминантный маркер групповой идентичности, используемый в социальном контексте – указывая на «своего», он интегрирует членов группы, и отделяет от нее «чужих», непо-



священных.

Отметим, что Интернет, сворачивающий социальное пространство, является зоной диалога культур и языков. Основной особенностью мирового, в том числе и русского, сетевого жаргона является сильное влияние английского языка, который фактически является стандартом большей части Интернета; при этом уровень частотности заимствований позволяет говорить о постепенно складывающемся двуязычии. Столкновение языков, согласно М.М.Бахтину, есть один из важных факторов оформления смеховой культуры: «Языки – это мировоззрения, причем не отвлеченные, а конкретные, социальные, пронизанные системой оценок, неотделимые от жизненной практики... Совершенно новая, подлинно прозаическая, самокритическая, абсолютно трезвая и бесстрашная (и потому веселая) жизнь образа начинается только на меже языков»<sup>1</sup>.

Жаргон Интернета действительно в большей части карнавализован. Сами английские слова, проникая в русский компьютерный жаргон, изменяются, приобретая юмористический оттенок, основанный на созвучии, форме выражения и т.д.: *мыло* (e-mail - «электронная почта») *полуось* («операционная система OS/2»), *аська* (от «ICQ»), *дрова* (драйверы). Каламбуры встречаются и в адресах: *www.deneg.net*. Причины подобных трансформаций невозможно найти в какой-либо утилитарной сфере, например в необходимости упрощения и русификации лексики; единственной причиной карнавализации языка являются игровые условия реализации его смыслов.

Помимо этого в речь проникают и слова в неизменном виде: *чат*, *модератор*, *коннект*, *логин*, *брандмауэр* и др., что создает комический эффект «птичьего языка» с чрезмерным обилием профессионализмов и заимствований. При этом лексика Интернета чрезвычайно подвижна: быстрый прогресс в обновление компьютерной техники и программного обеспечения влечет за собой изменения в составе слов жаргона, который становится еще более непонятным непосвященному. В сети существует масса шуток, обыгрывающих это непонимание:

*Для ухода за пожилым программистом требуется приятная женщина, говорящая на FORTRAN, BASIC и C++.*

Столкновение обыденного языка и английских компьютерных терминов – частый объект для многочисленных анекдотов:

*Два программиста сидят в кафе. Мимо идет красивая девушка.*

*- Классные у нее properties<sup>2</sup>, - говорит один.*

*- Вчера проверял... Все read only<sup>3</sup>, - с грустью отвечает другой.*

\*\*\*

*Встречаются два программиста:*

*- Я вчера ночью к своей жене подхожу, а она мне: «Access Denied»<sup>4</sup>.*

<sup>1</sup> Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. – М.: Художественная литература, 1990. С. 521, 523.

<sup>2</sup> Здесь: реквизиты (часто: реквизиты файла).

<sup>3</sup> Только для чтения (атрибут файла, в который нельзя внести изменения).

<sup>4</sup> В доступе отказано.

- *Это еще ничего... а моя: «Sharing violation»<sup>1</sup>.*

Обилие англицизмов, не всегда оправданных – не единственная проблема языка Интернет-коммуникации. Гораздо большей проблемой становится нарастающая безграмотность письменной речи в сети. В этом тоже есть свой комизм, но комизм вызывающий не только смех. Краткость текстов в форумах и чатах, спешка в наборе, обилие пользователей, еще не усвоивших правила русского языка превращают ошибки в постоянно встречающуюся и потому обычную вещь. Отчасти виновниками проблемы являются и новостные сайты, которые в погоне за оперативностью экономят время на редакторской правке: даже наиболее профессиональные из них грешат обилием ошибок. Если ввести в строку поиска слова, написанные заведомо неправильно, то достаточно высока будет вероятность того, что вы получите многочисленные ссылки на тексты, их содержащие. Так, можно встретить тысячи упоминаний слова *«асистент»*, в том числе в сочетании *«асистент кафедр»* – от московских до томских вузов, около тысячи ссылок на слово *«граммотный»*, например в таком реальном объявлении:

*«Сделаю грамотный перевод с английского на русский. Быстро. Качественно».*

Особенно популярно в Рунете слово «интеллигент»: более двухсот пользователей считают себя *«интиллигентами»*, более четырехсот – *«интиллигентами»*, и больше тысячи – *«интелигентами»*. Вот строка из текста, «выуженного» в сети:

*«Истинный интиллигент, с университетским образованием, энциклопедическим уровнем знаний...»*

Здесь необходимо сделать уточнение: современные текстовые редакторы и почтовые программы имеют встроенные функции проверки орфографии, почти в ста процентах случаев автоматически исправляя ошибки пользователей: это значит, что встречающиеся в сети ляпсусы есть лишь видимая часть огромного айсберга.

Если при проверке орфографии еще можно понадеяться на программу (что и делают многочисленные сетевые издания, экономя на редактуре и снижая в результате свой рейтинг), то стилистика, грамматика и здравый смысл часто остаются за пределами коррекции. Поисковые машины периодически получают странные запросы, например такие как:

*«схема транваи в москве», «скачать программку какуюнибудь», «когда я стану кошкой», «суперэвуляция», «праституция в романе Достоевского», «номерки для гордерона», «заставка фольц ваген», «развлеч девушку», «экстремиский союз», «молодинки девочки», «недомагание», «филосовский смысл жизни», «полезна ли манстурбация», «препарат повышающий интелект».*

Последний запрос наиболее адекватен. Лучший совет, который можно дать в этой ситуации – начать с повышения своей грамотности. Согласно распространенной в Интернете шутке *«по словосочетанию «арфаграфиче-*

<sup>1</sup> Нарушение процедуры совместного использования общих ресурсов.

ский славарь» сделано 1887212 запроса»... Следующий анекдот обыгрывает ту же ситуацию:

*Долгое время существовала гипотеза, что, если миллион обезьян посадить за пишущие машинки, то по теории вероятности через некоторое время они напечатают "Войну и мир". Теперь с развитием Интернета, мы знаем, что это не так...*

Смеховая стихия, следуя карнавальным архетипам, часто обращается и к «телесному низу», бранной лексике:

*В связи с переименованием доменов с .su (Советский Союз) на .ru (Россия) адрес www.pos.su поменять на www.pos.ru.*

Свобода самовыражения, присущая сети, выражается и в обилии матерной лексики – нивелирование статусных различий в общении делает разговор предельно фамильярным. Хотя в ряде мест – например, на сайте с частушками – это приемлемо, во многих случаях матерщина явно не оправдана.

По поводу минусов Интернета – а их немало и помимо безграмотности и брани – можно и нужно негодовать. Но, как справедливо замечает Умберто Эко, «игра в моралистов ничего не даст: такова наша судьба - граждан, живущих в век, когда средства массовой информации проникают всюду, - и нужно уметь жить с этим. Но когда мы, подобно канатоходцам, идем по тонкому шнуру, балансируя между серьезностью и фарсом, мы утрачиваем чувство реальности. В какую сторону склониться? Проблема кажется неразрешимой»<sup>1</sup>.

Частые моралистические призывы к необходимости юридической упорядоченности, контроле и структурировании приводят к неутешительным выводам. Такой мощный инструмент как Интернет, превратившись из общей собственности в совокупность структурированных и подконтрольных какой-либо власти сетей, во-первых, прекратит оставаться собой, потеряв *все* свои достоинства и, во-вторых, приблизит общество к границе, за которой оруэлловский «1984» станет более чем реальным, а мораль воплотится в единственном императиве «надзирайте и наказывайте».

Наиболее реальной возможностью противодействия аморализму в сети представляется не внешняя ее организация, а внутренняя *самоорганизация*, имманентно присущая Интернету как открытой сложной системе: недостатки сети должны стать предметом моральной рефлексии ее же самой.

Имеется, по меньшей мере, несколько способов самоорганизации Интернета. Во-первых, это создание и популяризация этических кодексов, основанных на ценностях самой сети: свободе, приватности, общности, незаинтересованности, сохранении среды и т.д. Своеобразная «ратификация» кодексов пользователями и провайдерами позволяет объединяться в огромные группы единомышленникам, получающим ввиду этого более комфортные условия для существования и общения. Во-вторых, это подпись лицензий или контрактов с обязательством соблюдать моральные нормы при вступлении на форумы, чаты и т.д. В третьих, это возможность оперативной обрат-

<sup>1</sup> Eco U. La «carnavalisation» des moeurs // Liberation. 2002. 4 juillet.

ной связи, которая позволяет владельцу контролировать этичность информации на сайте под угрозой «сетевого остракизма». Наконец, это деятельность медиатора, который, например, на форуме, имеет право отсекал явные аморальные или противозаконные выражения.

Развитие форм внутреннего регулирования, подкрепленное популяризацией сетевых норм – наиболее оптимальный путь сетевой моральной самоорганизации. Одним из действенных механизмов того же ряда является и юмор как форма обнаружения и преодоления лжи, глупости, а также излишнего морализма и педантизма.