

зять, что он может оставаться здесь, пока полиции о нем ничего предосудительного не известно».

Игра слов стала невозможной, поскольку в русском языке существительное «пароход» мужского рода, и его нельзя заменить синонимом, который бы принадлежал к женскому роду. В тексте перевода отсутствует яркая художественная метафора текста оригинала. К тому же введение мужского образа («он прошел») не согласуется с присущим женщине описанием «походки» («плавно покачиваясь») и с реакцией полицейских.

Таким образом, даже неактуализированное использование существительного с определенным родом может внезапно актуализироваться в переводе, что приводит к возникновению серьезных переводческих проблем, решение которых переводчику удастся найти далеко не всегда.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алякринский О.А. Поэтический текст и поэтический смысл // Тетради переводчика. – 1982. – № 19. – С. 20–32.
2. Блох М. Я. Теоретическая грамматика английского языка. – 2-е изд., испр. – М.: Высшая школа, 1983. – 383 с.
3. Бухтояров С.И. – Семиолингвистические аспекты перевода пьес Шекспира на русский и немецкий языки: Дис. ... канд. филол. наук. – Тюмень, 2004. – 185 с.
4. Галева Н.Л. Параметры художественного текста и перевод. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 1997. – 79 с.
5. Соловьева В.С. Актуализация как средство смыслообразования в художественном тексте: Монография. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2005. – 173 с.
6. Трубецкой Н.С. Основы фонологии. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 353 с.

В. Г. Ефименко

СТЕРЕОТИПЫ И ВИРТУАЛЬНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ

Совершенно не вызывает сомнений тот факт, что появление и все более широкое распространение сети Интернет ознаменовало собой также и возникновение новой области гуманитарных исследований – Интернет-среды («киберпространства»). Данное понятие принято считать одним из элементов информационной среды, но при этом важно помнить и то, что оно является не столько конгломератом бездушных информационных блоков, сколько сообществом людей, связанных друг с другом через него.

«Хотя очевидно, что Интернет есть среда, прежде всего, информационная ... научная рефлексия проблем Интернет-коммуникации явно “перекошена” в сторону личности – так, как если бы виртуальная реальность со всем ее практически безграничным информационным ресурсом была бы исключительно “полем” самовыражения человека. В итоге возникает ощущение, что это среда не столько информационная, сколько “самоидентификационная» [2: 435]. И действительно среди целого спектра проблем, связанных с Интернет-средой,

одним из самых дебатлируемых и вызывающих наибольшие контroversы понятий считается Интернет-коммуникация.

Всемирная сеть представляет интерес для пользователей ввиду ограниченности привычного мира и потенциальной безграничности мира виртуального. В итоге человек получает возможность воссоздать в сети свою идентичность, при этом произвольно ее изменяя, дополняя и корректируя.

Одним из ключевых элементов Интернет-коммуникации является анонимность, возможность скрыть свою подлинную идентичность, сделаться «невидимкой» для других пользователей сети. Однако как отмечает Дж. Сулер, никто не хочет полной анонимности – без имени, идентичности или межличностного взаимодействия вообще [6: 14]. Остается не полное стирание своей виртуальной идентичности, но ее изменение на предположительно более привлекательную для партнера по коммуникации. Таким образом, одной из главных особенностей, служащей стимулом к Интернет-коммуникации, является возможность изменения тех идентификационных параметров, которые в сети отсутствуют, – возраст, внешняя привлекательность, пол и другие. Многие исследователи отмечают также множественность виртуальных самопрезентаций – свободно меняя сетевые идентичности (создавая новые аккаунты), индивид может добиться эффекта «многоликости», получая при этом возможность почти абсолютного управления впечатлением о себе [5: 26].

Исследователи приходят к выводу, что множественность виртуальных идентичностей может быть связана:

- с открытым стремлением к экспериментаторству, получением нового позитивного опыта общения в Интернет-среде;
- с необходимостью выражения подавленной части своей реальной идентичности или стремлением избавиться от оной.

Феномен анонимности виртуальной коммуникации в свою очередь приводит к аффективной раскрепощенности, часто к различным типам девиантного поведения, поскольку риск разоблачения в подобных ситуациях минимален.

Сказанное выше подводит нас к мысли о произвольности и противоречивости Интернет-коммуникации. Это объясняется тем, что Интернет-среда представляет собой прекрасный полигон для разного рода экспериментирования с эффектом «невидимости». Вместе с этим Интернет-общение лишено значительного количества компонентов реальной коммуникации – паралингвистических и экстралингвистических признаков. Данный феномен позволил И.С. Шевченко предположить, что «... благодаря отсутствию непосредственного восприятия собеседника и недостаточности информации о его статусе стирается влияние процессов стереотипизации...» [4: 92].

Подобное явление можно считать изначально двойственным. С одной стороны, редуционизм виртуальной коммуникации, простота процесса и недостаточность коммуникативной базы не дают возможности полной активизации стереотипов – восприятие проходит строго в рамках лексического уровня, концентрации на вербальном компоненте. Но с другой стороны, эта же система позволяет предположить и обратное. Для этого попробуем задаться вопросом о достоверности коммуникативной информации. Что если обширная ком-

муникативная самопрезентация индивида окажется фальсификацией? В таком случае мы должны будем в процессе перцепции партнера по коммуникации отобразить лишь то, что является безусловным и неоспоримым фактом. Виртуальная коммуникация по своей природе лишает нас большого количества оценочных элементов – внешности, мимики, интонации, тембра и тона голоса, оставляя лишь вербальную составляющую, которая сама по себе не дает возможности точной идентификации и категоризации партнера по коммуникации. Для рассмотрения остается сетевой псевдоним (ник) пользователя, произвольный набор самопрезентирующих элементов и, с большой долей вероятности, этническая принадлежность (в особенности для национально обусловленных чат-комнат). Поскольку все иные характеристики потенциально лишены идентификационной информативности, национальность становится едва ли не единственным фактором, определяющим наше отношение к партнеру по коммуникации (безусловно, за исключением вербального компонента).

Национальность же, в свою очередь, выводит на передний план систему упрощенных и статичных представлений – стереотипов. Из этого следует лишь то, что еще до начала собственно акта коммуникации (а именно межкультурной коммуникации) происходит оценка коммуникантами друг друга на основе имеющихся у них представлений-стереотипов.

Таким образом, представление о виртуальном собеседнике должно складываться под влиянием предварительной установки именно на данного собеседника – активизируется стереотипическое моделирование ожидаемых в процессе будущей коммуникации качеств на основе этнической или культурной идентичности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Войскунский А.Е. Групповая игровая деятельность в Интернете // Психологический журнал. – 1999. – Т. 20. – № 1. – С. 126–132.
2. Жичкина А.Е., Белинская Е.П. Самопрезентация в виртуальной коммуникации и особенности идентичности подростков – пользователей Интернета // Образование и информационная культура. Социологические аспекты. Труды по социологии образования / Под ред. Собкина В.С. – М.: Центр социологии образования РАО, 2000. – Т. V. – Вып. VII. – С. 431–460.
3. Фриндте В., Келер Т. Публичное конструирование «Я» в опосредованном компьютерном общении // Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. – М.: 2000. – С. 40–54.
4. Шевченко И. С. Вариативность самопрезентации личности в Интернет-общении: Дис. ... канд. психологич. наук. – Казань, 2002. – С. 31–56.
5. Reid E. Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities. – N.Y.: McGraw-Hill, 1994. – 271 p.
6. Suler J. The Bad Boys of Cyberspace Deviant Behavior in Online Multimedia Communities and Strategies for Managing it. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997. – 176 p.