***МАРТИНЮК О. М.***
*Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

# НЕТИКЕТ ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА МОВЛЕННЄВУ ПОВЕДІНКУ КОМУНІКАНТІВ У ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ
*(на матеріалі сучасної італійської мови)*

Статтю присвячено аналізу основних правил спілкування в мережі Інтернет, зокрема визначенню категорії нетикету та його впливу на мовленнєву поведінку комунікантів у Інтернет-мережі. За останнє десятиліття мовленнєва поведінка в кіберпросторі стала невід'ємною складовою діяльності людини. Склалася певна система прийнятих у мережі форм етикету, правил поведінки, без знання яких індивід не може ефективно, з користю для себе та оточуючих здійснювати процес спілкування.
**Ключові слова:** етикет, нетикет, лінк, флейм, спам, оффтопік.

Статтья посвящена анализу основных правил общения в сети Интернет, в частности определению категории нетикета и его влияния на языковое поведение коммуникантов в сети Интернет. За последнее десятилетие языковое поведение в киберпространстве стало неотъемлемой частью деятельности человека. Сложилась некая система принятых сетевых форм этикета, правил поведения, без знания которых индивид не может эффективно, с пользой для себя и окружающих осуществлять процесс общения.
**Ключевые слова:** этикет, нетикет, линк, флейм, спам, оффтопик.

The article presents an analysis of basic rules of communication on the web, in particular, it gives a definition of the netiquette category and its influence on web surfers' use of language. Over the past ten years the appropriate use of language on the web has become an integral part of the human activity. A certain kind of system of web-prevalent forms of etiquette and behavioral rules without knowing which a person cannot communicate effectively for his/her own sake and for the sake of the public has taken shape.
**Keywords:** etiquette, netiquette, link, flame, spam, off-topic.

**Актуальність** *обраної* теми зумовлена необхідністю пошуку адекватних шляхів інтерпритації такого явища, яким є мовне вираження етичних норм, правил поведінки, якими керуються мовець та читач під час комунікативного акту, здійсненого у формі листувань та повідомлень на сторінках інтернет-ресурсів.

**Мета** полягає у визначенні основних правил мовленнєвої поведінки користувачів Інтернетом під час комунікації у мережі, зокрема основних правил нетикету, які регулюють спілкування та передачу інформації в кіберпросторі.

**Об'єктом** дослідження обрано основні правила етикету, яких дотримуються користувачі інтернет-ресурсів.

Серед користувачів інформаційних служб та перед усім мережі

***© Мартинюк О. М.***

Інтернету з часом була вироблена низка принципів хороших манер, які об'єдналися під назвою "нетикет" (netiquette – неологізм, утворений від англ. *net* та французького *étiquette*). Як етикет у суспільстві, так і нетикет серед користувачів Інтернету функціонує у двох основних формах поведінки: мовленнєвій та немовленнєвій. Ці форми тісно між собою пов'язані та взаємозалежні.

З розвитком електронної комунікації відбувається процес збагачення варіантів мовленнєвої поведінки, які втілюються у взаємодії комунікантів (того, хто пише і того, хто читає) і використанні ними певних мовних засобів. Особистісні якості користувачів Інтернету розкриваються в першу чергу у спілкуванні. А їх мовленнєва поведінка – візитна картка як у суспільстві, так і в інтернет-мережі, яка відображає регулярну взаємодію лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів [1:29].

Поняття нетикету з'явилося у середині 80-х років XX століття в ехоконференціях міжнародної некомерційної мережі FIDO. Також його визначено мережевою службою Usenet набагато раніше поширення самого Інтернету. Нетикетом називають етикет у мережі Інтеренет. Але це не просто хороші манери, також не кодекс і не правила поведінки. Під цим поняттям розуміється сукупність критеріїв, ґрунтованих на досвіді та здоровому ґлузді, які не є обов'язковими у дотриманні, але які допомагають покращити якість діалогу та уникнути небажаних непорозумінь та проблем. З іншого боку, нетикет відображає критерії поведінки, які діють у будь-якій ситуації, навіть поза інтернет-мережею, але які пов'язані саме з онлайн-комунікацією.

Оновлену версію одного з перших текстів (1995) на тему нетикету, викладеного Network Working Group, можна знайти у вільному доступі на різних інтернет-сторінках. Наприклад, на сайті Денлаверського технічного коледжу (США) [2]. Також є багато версій перекладу даного тексту італійською мовою; наприклад, одна з них знаходиться на сайті Національного Інституту астрофізики [3]. Серед інших текстів подібної тематики можна виділити доробок Вірджінії Шеа "Нет-Етикет" [4]; так би мовити, гід по нетикету італійської авторки Арлене Рінальді [5], статтю "Netiquette: questa sconosciuta", до якої додається в італійському переклаі текст Бреда Темплетона "Emily Postnews Answers to Your Questions on Netiquette" [6].

Кожне мережеве співтовариство формує свої правила. Зазвичай

***© Мартинюк О. М.***

правила записуються або навіть оформлюються у вигляді статуту. В інших випадках вони носять невербальну форму, їх встановлюють самі модератори, а інколи учасники співтовариства, і підтримуються на основі їх особистого авторитету.

За ствердженням Джанкарло Ліврагі, нетикет як рекомендовані правила поведінки в інтернет-мережі може набувати характеру обов'язковості [7]. Одним із прикладів в італійському інтернет-просторі є реєстор доменів (nic.it), де передбачене ознайомлення та дотримання нетикету з боку бажаючих зареєструвати власний домен [8]. Однак, випадки спроб керівників ресурсу змусити дотримуватись правил нетикету не спостерігалися, крім того відсутні навіть посилання на наявність такої умови.

Порушенням нетикету вважаються образи та перехід на особистості, навмисний відхід від теми (*оффтопік*), реклама та самореклама в непередбачених для цього місцях. Також порушенням нетикету можна вважати наклеп чи іншу умисну дезінформацію або ж плагіат.

Загалом положення нетикету можна розділити на три категорії:

- психологічні, емоційні – звертання на *Ви* та на *ти*, використання смайликів, зазначення особистої інформації тощо;
- технічні – стиль написання повідомлень;
- адміністративні – правила називання тем, правила цитування, надання розширеного форматування, реклами, флеймів, дотримання тематики співтовариства тощо.

Правила однієї мережевої спільноти можуть відрізнятися від правил іншої. Тому практично в усіх інтернет-співтовариствах вимагається попереднє ознайомлення з правилами та підтвердження формальної згоди на їх дотримання.

Для того, щоб спілкуючись в Інтернті з використанням різних його сервісів, не завдавати неприємностей співрозмовникам і не мати їх самим, корисно слідувати правилам нетикету. Серед основних правил можна виділити такі:

**Зачекати перед тим, як щось говорити**

Перед початком комунікації рекомендується спробувати зрозуміти звичаї, культуру, стиль мовлення чи дискусії групи. Для цього необхідні дні, або й більше тижні: краще зачекати, щоб уникнути чогось недоречно сказаного.

***© Мартинюк О. М.***

Перегляд мережевих новин і конференцій без участі в них, так званий *lurking*, на деяких ресурсах вважається цілком можливим, на інших же навпаки не шанується. Це ще раз наголошує на необхідності розуміння особливостей спілкування кожної спільноти.

**Не вдаватися до надмірного цитування**

Рекомендується зменшувати до необхідного мінімуму цитоване повідомлення (*quoting*), наприклад:

***appenninico:*** *Bardesane scrive: In conclusione: i giovani sono il futuro dell'Umanità ed il futuro non è roseo*

*Cosa dovrebbero fare i Giovani per migliorare l'Umanità* [9]?

Цитування повного тексту довгого повідомлення, з метою додати до нього кометар в одне речення, типу "sono d'accordo/non sono d'accordo", вважається поганим знанням нетикету.

Якщо рекомендується прочитання якогось тексту, особливо якщо цей текст довгий, краще не цитувати його повністю, а вказати, де його можна прочитати через лінк (*link*), або ж запропонувати охочим отримати його особистим повідомленням.

**Локанічність**

Надто довгі повідомлення створюють певні незручності для їх адресата. Це передусім витрата часу, крім того читання довгих текстів на екрані комп'ютера стомлює. Вважається, що текст, вдвічі довший ширини монітора, є занадто довгим. Виразити свою згоду з певним повідомленням можна просто, додавши: "Anch'io!!! ". Якщо ж таких "anch'io!!!" вже додано кілька, то варто збільшити у слові букву "o ", а саме: "Anch'iooooooo!!! "

**Бути ввічливим, але не перебільшувати**

Якщо користувач робить помилку, краще не наполягати, а вибачитись, особливо це важливо, якщо ця помилка помітна і заважає іншим (як, наприклад, задовгий текст, або текст, вставлений неправильним чином), наприклад:

***Giacomo D:*** *... Scusate se lo messo nella zona sbagliata ma nelle altre nessuno mi rispondeva* [10].

Проте не варто вибачатися, через незначну необачність, невірне написання чи пунктуаційну помилку. Такого типу помилки є звичними для мережевої комунікації і не викликають обурення. До того ж, не рекомендується педантичне виправлення подібних помилок інших користувачів.

***© Мартинюк О. М.***

**Не вдаватися до полемік**

Рекомендується уникати запальних висловлювань, спричинених розбіжністю поглядів, що можуть стати причиною конфлікту або початком "словесної війни", що в інтернет-термінології носить назву флейму (*flame*), звідси і флеймер (ініціатор полеміки), наприклад:

***Флеймер:*** *Salve, c'è nessuno?*

***Інший користувач :*** *zi c sn io!*

***Флеймер:*** *Compro una vocale...*

***Інший користувач:*** *è_è nn ho cpt*

***Флеймер:*** *Non capisci la mia sottile ironia? Ok, eccoti il fatto nudo e crudo: scrivi come un bimbominchia.*

***Інший користувач:*** *MA CM OSI?GUAI A TE S LO RIDICI* [11].

Краще не виносити на публічний огляд приватну дискусію, особливо, яка носить характер суперечки. Якщо ж діалог таки дійшов до сперечання, далі варто обмежитися обміном приватними повідомленнями.

**Зрозуміти перед тим, як діяти**

Трапляється, коли користувачу набридає читати окремий тип тексту чи повідомлення, і перш, ніж вживати якихось заходів, краще зупинитись і з'ясувати: чи це трапилось навмисно чи випадково, адресант повідомлення налаштований агресивно чи жартує, або текст надіслано випадково. Крім того, користувач міг неправильно зрозуміти звичаї, манери висловлювання в межах даного ресурсу.

У подібних ситуаціях можна відповісти одразу або дочекатися коментарів інших користувачів, або просто утриматися від відповіді, або надіслати приватне повідомлення.

**Не надсилати спам**

Найбільш надокучливим в інтернет-мережі є *спам* – реклама чи просто непотрібна інформація, яка розсилається в примусово великій кількості абонентів електронної пошти. Перед тим, як розсилати той самий текст кільком чи багатьом користувачам, рекомендується переконатися у доцільності, можливо, зміст буде цікавий не усім.

**Не набридати**

Часто жарт чи просто висловлювання можуть звучати приємно чи кумедно. Однак, це не привід перебільшувати, особливо в "громадських місцях", розповідаючи про факти особистого життя, які для користувачів будуть нецікавими.

***© Мартинюк О. М.***

Якщо тема розмови цікава кільком користувачам, рекомендується перейти до обміну приватними повідомленнями, щоб не набридати іншим користувачам.

**Не ставати "графеманами"**

Не повторюватись, не відходити від теми, не писати дуже часто. Вважається порушенням нетикету надсилати масу повідомлень, повторювати одне і теж саме. Коментарі, повідомлення мають бути цікавими не лише адресанту, але й тим, хто буде їх читати.

**Звертати увагу на тон**

Багато непорозумінь у процесі комунікації в мережі Інтернет пов'язано з фізичною відсутністю адресанта та адресата, з відсутністю тону висловлювання, який полегшує розуміння змісту, з неможливістю виправити "сказане" одразу, в разі нерозуміння висловлювання з боку адресата. Як спосіб компенсувати недоліки комунікації в мережі були створені "смайлики". Крім того рекомендується друкувати повідомлення *offline*, перечитувати написане перед надсиланням, щоб оцінити тон висловлювання та те, наскільки написане повідомлення буде зрозумілим для тих, хто його читатиме.

**Не друкувати великими літерами**

Написання слова чи речення ВЕЛИКИМИ літерами еквівалентно крику та вважається брутальним.

***Mary.magica:*** *MA XKè L'AMATE VERAMENTE..imparate a crescere ... non restate enternamente bambini... SVEGLIAAAAAAA!!* [12].

Якщо ж необхідно інтонаційно виділити певне слово на письмі, його можна написати зі знаками підкреслювання з боків, чи зірочками – _слово_, *слово*. Використання великих літер також не бажане у написанні заголовків текстів.

**Уважно обирати заголовок**

Вибір заголовку є важливим, особливо в процесі комунікації в групі, чи у списку тем, які читатимуться багатьма комунікантами. Назва має якнайчіткіше відображати зміст повідомлення.

Найчастіше під час перегляду повідомлень користувач, керується заголовками для пошуку теми, яка його цікавить (пошук може здійснюватися, "вручну" – переглядаючи усі заголовки, або автоматично – використовуючи пошук ключового слова). Необхідно зауважити, що використання автоматичних механізмів у листуванні в

мережі Інтернет, передбачає можливість автоматичної відповіді, або швидкої відповіді, яка зберігатиме заголовок отриманого повідомлення. Користуючись такою функцією, заголовки усіх наступних повідомлень-відповідей починатимуться з позначень: “Re:” (або “Ri:” або “R:”), потім “Re(2):”, “Re(3):” і т. д. Кількість відповідей збільшується, їх зміст розширюється або повністю змінюється, і заголовок першого повідомлення вже не стосуватиметься теми. Цілком ймовірно, що в четвертому чи п’ятому повідомленні із заголовком “Re: хто в ліс” мова йтиме про дрова.

У приватному листуванні заголовок теж важливий тому, як дозволяє отримувачу повідомлення визначити тему. Однак у щоденній кореспонденції допускається поєднання різних тем в одному і тому ж повідомленні; але зазвичай, при написанні листа по роботі, або особі, з якою погано знайомі, краще зберігати одну тему в кожному окремому повідомленні.

**Не просити без потреби допомоги**

Зазвичай прохання про пораду, надання інформації, технічної допомоги сприймається з симпатією. Але рекомендується уникати непотрібних запитань або таких, відповідь на які можна легко знайти в довіднику чи на інтернет-сторінках. Наприклад:

***max:*** *Chi è il gnomologo e cosa studia?*

***ragazza:*** *Cercalo su google* [13].

Також важливо розуміти “де” ставити запитання. Перед тим, як розміщувати його на сторінці, спершу необхідно перевірити чи є і де знаходяться розділи, присвячені темі, яка цікавить (можливо, там і знайдеться готова відповідь).

**Поважати *privacy***

Вважається некоректним цитувати “публічно” приватні повідомлення без погодження з їхнім автором. Існує чітка відмінність між дозволеним цитуванням та порушенням конфіденційності, для розрізнення цих двох понять необхідно керуватися здоровим глуздом та звичайними правилами ввічливості. Тому перед тим, як публікувати повідомлення інших користувачів, потрібно запитати їхнього дозволу на це.

Загалом, правила нетикету можна розділити на дві частини: правила при надсиланні електронної пошти та правила для спілкуванння в чаті, форумі, телеконференції.

***© Мартинюк О. М.***

Отже, вище наведені основні критерії нетикету або іншими словами правила поведінки в інтернет-мережі, дозволяють говорити про той факт, що їх дотримання прямопропорційно впливає на результат комунікації, а значить обізнаність в нетикеті стає запорукою успішного спілкування в форумах, списках розсилки, групових чатах, тобто під час електронного спілкування групи людей. Усе зазначене визначає мовленнєву поведінку користувачів Інтернету та відбір мовних засобів реалізації нетикету з огляду на виділені позамовні чинники.

**Перспективи дослідження.** Проведене дослідження дозволяє поглибити вивчення особливостей використання етичних норм у інтернет-комунікації, правил поведінки під час листування, та врахування способів написання та оформлення повідомлень в процесі електронного спілкування.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Винокур Т. Г.* Говорящий и слушающий. Варианты речевого поведения / Винокур Т. Г. – М. : Наука, 1993. – 172 с.

## ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

2. *Netiquette Guidelines* [Електронний ресурс]. – 24.10.1995. – Режим доступу : http://www.dtcc.edu/cs/rfc1855.html 3. *Netiquette Guidelines* [Електронний ресурс] / Network Working Group S. Hambridge. – Режим доступу : http://www.arcetri.astro.it/CC/rfc1855_it.html 4. *Shea V.* Netiquette [Електронний ресурс] / Virginia Shea. – Режим доступу до кн. : http://www.albion.com/netiquette/book/ 5. *The Net :* User Guidelines and Netiquette [Електронний ресурс]. – 09.06.1999. – Режим доступу : http://www.fullsix.it/netiquette/index.html 6. *Netiquette:* questa sconosciuta [Електронний ресурс]. – 05.03.1996. – Режим доступу : http://www.aspide.it/netiquette/ 7. *Livraghi G.* L'umanità dell'internet (le vie della rete sono infinite) [Електронний ресурс] / G. Livraghi. – Режим доступу : http://www.gandalf.it/uman/42.htm 8. *Netiquette* [Електронний ресурс]. – 17.07.2009. – Режим доступу : http://www.nic.it/tutto-sul.it/netiquette 9. *I Giovani d'Oggi in occidente* [Електронний ресурс]. – 20.03.2010. – Режим доступу : http://forum.chatta.it/i-problemi-giovanili/8010098/i-giovani-d-oggi-in-occidente.aspx?pcount=13
10. http://it.answers.yahoo.com/question/index;_ylt=Av4RB5eO7CvukumRPtI2A2MZDgx.;_ylv=3?qid=20100323101250AA7TZes. – 23.03.2010. 11. *Flame* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nonciclopedia.wikia.com/wiki/Flame 12. http://forum.chatta.it/i-problemi-giovanili/8006857/per-le-donne-ma-e-vero-tutto-cio-.aspx?pcount=5 – 10.03.2010.
13. http://it.answers.yahoo.com/question/index;_ylt=AoXRKkyrxTQT96EvenMjBXP8Vn1G;_ylv=3?qid=20100324061051AACfvq3 – 24.03.2010.

***© Мартинюк О. М.***