

АНТРОПОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

У статті досліджується філософсько-антропологічний дискурс Інтернет-комунікацій під кутом зору виявлення новітніх тенденцій їхнього впливу на духовний світ особистості.

Вступ

Прискорення темпів формування інформаційного суспільства пов'язане з виникненням мережі Інтернет. Із подальшим «розростанням» Мережі та перетворенням її з локального на глобальне явище у науковому середовищі не вщухають дискусії щодо людиновимірних перспектив Інтернету. Втім усе частіше йдеться не тільки про тактичні (зручність, час) переваги Інтернету у міжособистісному спілкуванні, але й про його вплив на глибинні структури людської особистості. Незважаючи на різноманітне бачення векторності, характеру та масштабів цих процесів, загально визнаною є спроможність Інтернету не тільки впливати на розвиток духовної культури людства, але й транслювати новітні антропологічні тенденції.

Аналіз досліджень та публікацій

Теоретичні аспекти комунікації в Інтернеті під кутом зору перспективи максимальної антропологізації інформаційного поля Мережі визначені роботами Дж. П. Барлоу, М. Хайма, Ф. Хемміта та інших авторів. Дослідження антропологічного виміру Інтернет-комунікацій представлені в рамках віртуалістики М. Носовим і С. Хоружим. Взаємозв'язок проблеми віртуальності і проблеми свідомості розглянуті в працях В. Налімова, М. Мамардашвілі, О. П'ятигорського та інших. Окремо слід відмітити праці філософів, що досліджували культур-філософські та людиновимірні аспекти Інтернет-комунікацій в світлі проблеми формування інформаційного суспільства. Докорінні зміни, пов'язані з комп'ютерною революцією та поширенням мережі Інтернет, актуалізували дослідження антропологічного чинника у структурі інформаційного суспільства у працях Ж. Бодрійяра, М. Маклюєна, М. Кастельса тощо.

Постановка завдання

Метою статті є дослідження антропологічного дискурсу Інтернет комунікацій під кутом зору перспектив особистісної самореалізації в Мережі.

Основна частина

Під Інтернет-комунікацією ми розуміємо специфічний процес взаємообміну інформацією у системах «людина-людина», «людина-машина», «людина-машина-людина»; процес самостійного пошуку інформації та її використання з метою самовдосконалення особистості, збагачення її за рахунок інформації [4, с. 250]. Інтернет-комунікації містять традиційні елементи комунікації, до яких належать: адресант (автор) та адресат (споживач) повідомлення; повідомлення, як знаково оформлений носій інформації; канал комунікації, тобто шлях, за допомогою якого відбувається

зв'язок адресанта та адресата; комунікативний шум, як сукупність факторів, що перешкоджають та спотворюють передачу інформації; фільтри, які є обмеженими, що накладаються на інформацію у вигляді внутрішніх чи зовнішніх табу чи цензури; зворотній зв'язок як реакція адресата на повідомлення; контекст і ситуація, тобто об'єктивні та суб'єктивні передумови комунікації. Мається на увазі картина реального світу в тому вигляді, в якому він відображений у конкретному мовному повідомленні [2, с. 52-53].

Розглядаючи зазначені елементи в контексті Інтернет-комунікацій, відмітимо, що цей тип комунікацій здійснюється в умовах відсутності безпосереднього контакту адресанта та адресата із залученням письмового та мультимедійного способу передачі інформації. Даний контакт може відбуватися: між суб'єктами-індивідами; між окремим суб'єктом-індивідом та соціальною системою; між представниками різних поколінь; між ланками, підрозділами певної соціальної системи, яка представлена конкретними суб'єктами тощо. Інтернет-комунікації кожним з учасників здійснюються в реальному або відтермінованому часі, але на „своєї” території. Вони можуть набувати вигляду формального й неформального спілкування між двома або більшою кількістю людей.

Своєрідність Інтернет-комунікацій полягає в наявності декількох типів адресатів. Мається на увазі ситуація Інтернет-форумів, де розрізняють: *власне адресата* (виділено нами. – С. І.), до якого звертається адресант у текстовому повідомленні; *сторонні адресати* (виділено нами. – С. І.), які є зареєстрованими учасниками форуму і є свідками, а інколи й коментаторами діалогу між адресантом і адресатом; *випадкові адресати* (виділено нами. – С. І.), тобто сторонні адресати, які не зареєструвалися. Завдяки наявності на Інтернет-форумах автора-редактора зазнає змін й адресантна складова Інтернет-форумів. Автор-редактор виконує функції мета-адресанта, пропонуючи теми для обговорення й, подекуди, коригуючи хід полілогу в Мережі.

Основними категоріями суб'єктів Інтернет-комунікацій є користувачі, посередники й створювачі (творці). Користувачами Інтернету є люди, що використовують Мережу з метою вирішення завдань – навчальних, розважальних, ділових. Посередниками в середовищі Інтернету є фахівці з пошуку інформації, метою яких є організація роботи з пошуковими машинами. Тобто, посередник – той же користувач, але зі значно більшим набором знань і навичок. Творці – це люди, що наповнюють Мережу змістом: текстами, програмними файлами, музикою, графікою, відео тощо.

Щодо особистісних характеристик комунікантів, існує багато способів класифікації користувачів Мережі. Зокрема, запропонований С. Азаровим поділ за ступенем засвоєності можливостей Мережі на «громадян Мережі», «мігрантів» і інше людство [1]. Під «громадянами Мережі» він розуміє індивідів, що практично «живуть» в Інтернеті. Інша субкультура – «мігранти» – це ті користувачі, що проводять однакові проміжки життя в Інтернеті й у реальному житті. Щодо третьої категорії, то, на наш погляд, вона є досить «розмитою», адже до «іншого людства» можна віднести темпорально широке коло індивідів. Відмітимо й запропоновану І. Негодаєвим спробу класифікувати користувачів за морально-психологічними та прагматичними мотиваціями. Відповідно до них, науковець розрізняє «агресорів», «психопатологів», «дезадаптованих», «хакерів», «крекерів», «кіберпанків», «інформаційних брокерів» [13, с. 240].

«Агресорами» та «психопатолами» представлена девіантна, заснована на сублімації, поведінка індивідів у Мережі, які не можуть виразити свої схильності в реальному житті. «Деадаптованими» – соціально-дезорієнтований сегмент користувачів, які через власну некомунікбельність підміняють «реальне» спілкування віртуальним. «Хакерами» та «крекерами» – професійний прошарок користувачів, спроможний суттєво впливати на формування культури Інтернету. З боку «хакерів» це відбувається завдяки активному практичному впровадженню ціннісних приписів хакерської етики: всілякому сприянню вільному доступу до будь-якої інформації для широкого загалу без учинення шкоди інформаційній системі. Вплив «крекерів» здебільшого є негативним, адже пов'язаний із зламуванням систем, крадіжкою інформаційних даних та створенням комп'ютерних вірусів. «Кіберпанками» представлена негативістська частина Інтернет-спільноти, що свідомо й рішуче протиставляє себе суспільству, обираючи вільне від соціальних детермінант життя в просторі віртуальної кібертехнології. Останнім часом серед користувачів Інтернету поширеними стають так звані «інформаційні брокери», своєрідні торгівці інформацією [13, с. 245-247]. Отже, бачимо, що мотиваційна сфера користувачів Інтернету є досить різноманітною та не підлягає чіткій сегментації.

Із комунікацією в кіберпросторі пов'язана проблема віртуальної особистості. Віртуальний простір Інтернету є не що інше, як глобальна квазіреальність, альтернативний світ, доступний для сучасної людини. Щодо комунікативної проблеми, віртуальними виступають комунікації в кіберпросторі, створеному на базі комп'ютера, в якому технічними засобами здійснена ізоляція від зовнішнього світу, тобто перекриті всі канали тактильного, слухового, зорового чи якого-небудь іншого зв'язку з навколишнім світом. Сутність віртуальної програми полягає в тому, що у сконструйовану модель вбудовується зворотний зв'язок, який забезпечує активну «участь» (точніше, суб'єктивне відчуття участі) в розгортанні віртуальних подій (точніше, відчуття подій).

Внаслідок цього людина повністю заглиблюється в реально-ілюзорний світ, беручи «участь» у розвитку «подій» цього світу за допомогою програм інтерактивності.

Завдяки Інтернету віртуальна особистість, хоча й імітаційно, але реалізує ті стани та соціальні ролі, що недоступні їй у повсякденному житті. Механізмом такої актуалізації в Інтернет-комунікаціях вважається свобода, що виражається у формах звільнення від будь-якого зовнішнього й внутрішнього примусу, прагматичних артикуляцій, наявних соціальних стереотипів. Мається на увазі, що в Мережі людина може спілкуватися поза межами власної тілесності, уникаючи ідентифікації за класовими, національними й навіть статевими ознаками. Трапляється, що користувачі обирають протилежну стать або «позастатеву» форму самопрезентації в Мережі. Такі явища, досить вичерпно описані Е. Рейдом, виражаються в тому, що «межі, окреслені культурними конструкціями тіла, у віртуальному оточенні або позбавляються чіткості, або загалом зникають... Ці кіборги, вияви особистості за межами фізичного світу, що існують у просторі, де ідентичність не задана заздалегідь, а визначає сама себе. Вони починаються із заперечення зв'язків між тілом і особистістю й призводять до нівелювання категорій статі й сексуальності, що відіграють провідну роль у реальному світі» [14, с. 61]. В такий спосіб мінімізується вага зовнішнього вигляду комунікаторів для процесу спілкування, а також усуваються культурно-детерміновані (звичайні, релігійні, етичні, етикетні) контексти гендерної комунікації.

Інтернет-комунікації усувають як об'єктивні (наприклад, просторові), так і суб'єктивні (наприклад, сором'язливість) перепони для спілкування. Здійснюючись на засадах анонімного спілкування, вони мінімізують загрози упередженого або «нерівного» спілкування, тим самим вивільняючи найпотраєміші прагнення людини. Виконання цих завдань потребує певних засобів, що відтворюють фон міжособистісного спілкування, відтворюючи насправді найбільш стандартні емоційні стани. Кодування цих станів здійснюється за допомогою здебільшого візуально виражених кодів (емоціконів), що відображають як внутрішні (емоційні й емоційно-діяльнісні), так і зовнішні (наприклад, статусні) контексти комунікатора. Саме застосування емоціконів у найкращий спосіб відтворює атмосферу міжособистісного спілкування в Мережі.

Віртуалізація особистості складає передумови для імітації найбільш значимих особистісних характеристик. Метою комунікатора-імітатора є постановка віртуального спектакля та виконання не притаманної йому в повсякденному житті ролі, що свідчить про незадоволення певними сторонами реальної ідентичності [8]. За таких умов предметом імітації можуть бути світоглядні позиції, соціальний статус, вік і навіть стать. Критерієм успішності імітації виступає довіра з боку «глядачів» і їхня готовність визнати автентичність створеного образу.

У Мережі особистість ідентифікують за такими маркерами:

1) ніком – умовно обраним ім'ям-маскою, що вирізняє людину з-поміж інших суб'єктів спілкування та є засобом ідентифікації на тому чи іншому ресурсі. Нік обирається користувачем для семіотичної репрезентації власної особистості;

2) аватаром – невеликою картинкою, що візуалізує образ віртуальної особистості та супроводжує всі повідомлення користувача на форумі або блозі. Інколи аватар супроводжуються профілем – набором даних, наданих користувачем для первинного ознайомлення інших користувачів з собою;

3) оридждином, або підписом, що кріпиться після основного тексту в повідомленнях на форумах або в листах. Зазвичай виступає у вигляді якогось оригінального й стислого висловлювання, що виражає світоглядну установку особистості або загальну інтенцію її віртуального спілкування.

Як було показано вище, нік не обов'язково відображає певні особистісні характеристики людини. Він може виражати позицію людини з окремої проблеми й застосовуватися ситуативно, залежно від проблематики, що обговорюється на сайті. У такому випадку суб'єкт комунікації послуговується різноманітними, не пов'язаними один з одним, а інколи – з протилежними ніками. А може поводити себе й провокативно, висловлюючи протилежні позиції щодо одного й того ж питання.

Показовим є перелік особистісних рис віртуальної особистості, запропонованих в одному з Маніфестів Рунета. Даний документ фіксує такі риси віртуальної особистості:

1) безтілесність, редукція особистості до її семіотичних маніфестацій (тобто до текстів у найбільш широкому сенсі);

2) анонімність, принаймні, можливість такої (див. популярний афоризм, представлений у журналі «Нью-Йоркер»: «В Інтернеті ніхто не знає, що ти собака»). Анонімність в Інтернеті означає не відсутність, а приховування реального імені, що виражається в семіотично довільному зв'язку між «реальною» та «онлайновою» особистостями;

3) розширення можливості ідентифікації, свобода наділяти віртуальну особистість будь-яким переліком характеристик;

4) множинність, тобто можливість мати низку різних віртуальних особистостей одночасно або послідовно;

5) автоматизація, можливість повністю або частково симулювати активність віртуальної особистості, застосовуючи комп'ютерні програми (що зв'язує віртуальну особистість із штучним інтелектом та робототехнікою) [6].

Отже, простір віртуальної комунікації створює ідеальне середовище для так званої комунікативної мімікрії, що може виражатися потрійно: як мімікрія учасників, мімікрія функцій комунікації, мімікрія елементів комунікації [10, с. 100]. У першому випадку йдеться про приховану віртуальними засобами, в тому числі ніком і аватаром, імітацію особистісних характеристик комуніканта. Мімікрія функцій комунікації виражається в приховуванні її справжніх мотивів, що досить просто досягається в

умовах анонімного спілкування, в тому числі за допомогою неправдивого оридджина. Мімікрія елементів комунікації в Мережі виявляється у традиційний спосіб – через непряме вираження ідей за допомогою риторичних питань або евфемізмів, що повсюдно зустрічаються на форумах і у чатах.

Разом із тим, на нашу думку, користувач Інтернету не завжди створює віртуальну особистість. Стосовно них справедливою є дихотомія: «люди, які створюють у Мережі «віртуальну особистість», і люди, які не створюють її» [9, с. 142]. На наш погляд, до цієї класифікації необхідно додати уточнення: серед користувачів, що створюють віртуальну особистість, більшість застосовують її як маску для віртуального спілкування. Втім є й такі, що ототожнюють себе з нею.

Важливими є й механізми впливу віртуальності на особистісне сприйняття інформації. Зокрема, Н. Луман, порівнюючи класичний та комп'ютерний спосіб передачі інформації, стверджував, що «комп'ютер змінює співвідношення (доступної) поверхні й глибини... Поверхня тепер – це екран монітору, що передбачає гранично обмежене звернення до людських почуттів; глибина ж, навпаки, – невидима машина, нині спроможна в одну мить переконструювати себе саму, наприклад, реагуючи на запит користувача. Зв'язок поверхні й глибини може відбуватися в цьому випадку за допомогою команд, що вказують машині, що належить показати на екрані або сформулювати у вираз. Сама ж вона залишається невидимою» [11, с. 138]. Виходячи з цього, інформаційний обмін у просторі реальної віртуальності перетворюється на «поглинання» кіберпростором «суб'єкта» спілкування й утворення Людини Телематичної (термін Ж. Бодрійяра).

Для Людини Телематичної співбесідником та метою спілкування стає екранний світ машини, подібний до задзеркалля. Подібно до того, як «вона споглядає перед комп'ютером із процесором World картину свого мозку, знаходячись перед мінітелем (minitel), спостерігає фантазмагоричне видовище й бачить картини віртуальних насолод» [3, с. 79]. Внаслідок цього відбувається своєрідний симбіоз, «гомеостаз людини з машиною», коли не тільки «машина виконує лише те, чого від неї вимагає людина, але натомість людина виконує те, на що запрограмована машина» [3, с. 83-86]. В такий спосіб внутрішня активність людини вже не спрямовується на перетворення реального світу чи спілкування з реальною людиною, а стає інтерактивністю екранів. Отже, погодимося з відомою українською дослідницею глобалізаційних проблем сучасності Є. Герасимовою, що «насправді пануюча у високотехнологічному суспільстві логіка оперування віртуальними об'єктами в антропологічному вимірі приводить до гіпервиснаження емоційно-почуттєвих функцій і гіперспрощення розуму людини» [5, с. 39].

Впливовим фактором антропологічного середовища Інтернету виступає інтерактивність. Інтерактивна комунікація здійснюється шляхом єдиного миттєвого циклу, заданого бажанням

комунікатора й технічними можливостями Мережі. Внаслідок інтеракції з екрану комп'ютера виганяється тиша, що є передумовою «вслуховування» людини в себе. Як справедливо підмітив Ж. Бодрийяр, у таких комунікаціях «мовчання виступає розривом замкненої лінії, легкою катастрофою, хибою... , яка ... підтверджує, що будь-яка комунікація, власне, є лише примусовим сценарієм, безперервною фікцією, що позбавляє нас від порожнечі – і не тільки від порожнечі екрану, але й від порожнечі нашого розумового екрану, на якому ми з не меншою жагою чекаємо зображення» [3, с. 22]. Відтак, завдяки інтерактивності відбувається мінімізація внутрішнього (інтраперсонального) спілкування.

Мінімізація інтраперсонального спілкування в Мережі призводить до порушення комунікативного закону самозбереження. Призначення цього закону полягає в забезпеченні внутрішнього спокою й рівноваги через відкидання дратівливої для особистості інформації. Сутність цього закону полягає у тому, що нова ідея, висловлена співбесіднику, спочатку піддається сумніву й екзистенційно приймається ним лише у випадку ціннісної зіставленості з власними поглядами. Іншим виявом цього закону є мовчання (тобто не висловлення власних думок), що оберігає мовця від критики з боку слухачів.

Будь-які спроби спрогнозувати перспективи тенденції впливу Інтернет-комунікацій на життя кожної людини та людства загалом потребують уточнення тотальності цього впливу. Хоча, на наш погляд, сьогодні немає підстав констатувати настання цього типу суспільства в тому вигляді, як його описували Д. Белл, А. Турен, Е. Тоффлер. Окремі ідеї їхньої теорії реалізуються завдяки Інтернету. Зокрема, передвістям інформаційного суспільства можна вважати: по-перше, легкий і свободний доступ до інформації для значної кількості людства, що став можливим завдяки Мережі; по-друге, перетворення інформації на основний предмет праці, а інформаційних технологій – на знаряддя праці для значної кількості людей. З огляду на такі досягнення досить обґрунтованими є припущення, висловлені Е. Тоффлером, який майбутнє людства майже цілком пов'язував із віртуальним простором. На його думку, кіберпростір стане осередком не лише відпочинку й розваг, інформаційна магістраль замінить навіть поїздки на роботу [15, с. 152]. Водночас хоча побудова інформаційного суспільства світовим співтовариством проголошена «глобальним завданням у новому тисячолітті» [7], на наш погляд, необхідно висловити певні перестороги щодо сценаріїв тотальної інформатизації суспільства. Вважаємо, що усунувши межі елітарності, Інтернет не стане егалітарним. Сучасна статистика підтверджує, що на сьогодні користувачами

Інтернету є лише п'ятнадцять відсотків жителів землі [12, с. 81], що дещо локалізує його значущість як антропоного фактора.

Висновки

Комунікації в Мережі нівелюють вимоги буденної реальності, підмінюючи її конвенційною. Конвенційна компонента Інтернет-комунікацій пов'язана з їх віртуальним характером і виражається в тому, що під час спілкування у Мережі відбувається віртуалізація особистості, внаслідок якої складаються передумови для імітації найбільш значимих особистісних характеристик. За таких умов предметом імітації можуть бути світоглядні позиції, соціальний статус, вік і навіть стать. Означені тенденції, окрім плюралізації дискурсів особистої самореалізації в Мережі, призводять і до негативних наслідків, пов'язаних з емоційним гіпервиснаженням, інтелектуальною примітивізацією та «поглинанням» кіберпростором «суб'єкта» спілкування.

Список літератури

1. Азаров С. Феномен Інтернета и мировоззрение. – Режим доступу : <http://www.zerkalo-nedeli.com/nn/show/257/23201/>.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. – К.: Академія, 2004. – 344 с.
3. Бодрийяр Ж. Прозрачность зла/ Ж. Бодрийяр. – М.: Добросвет, КДУ, 2006. – 258с.
4. Волкова Н. Професійно-педагогічна комунікація. – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 256 с.
5. Герасимова Е. М. Економічне знання у дискурсі становлення глобалізованого світу: соціально-філософський аналіз (Монографія). – Чернівці: ЧДІЕУ, 2008. – 336 с.
6. Горный Е. «Онтология виртуальной личности». – Режим доступу: <http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/ovr.html>.
7. Декларация принципов. Построение информационного общества – глобальная задача в новом тысячелетии. – Женева, 2003 г. – Режим доступу: <http://www.itu.int/dms-pub/itu-s/md/03/wsis/doc/s03-wsis-doc-004!msw-r/doc/>.
8. Жичкина, А. Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью / А. Е. Жичкина, Е. Н.Белинская. Режим доступа: <http://flogiston.df.ru/projects/articles/strategy.shtml>.
9. Журавлева Е. Интернет: проблемы становления и развития (социально-философский анализ): Монография. – Вологда: ВИПЭ ФСИН Россия, 2006. – 219 с.
10. Кашкин В. Б. Основы теории коммуникации: краткий курс / В. Б. Кашкин. – 3-е изд., – М.: Слово / SLOVO. – 2000. – 262 с.
11. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман; [пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров]. – М.: Издательство «Логос», 2005. – 280 с.
12. Мокичев Д. С. В ожидании виртуального мессии // Постчеловек. От неандертальца до киборга. – М.: Алгоритм, 2008. – С.78-104.
13. Негодаев И. А. Информатизация культуры: Монография. – Ростов н/Д.: ЗАО «Книга», 2003. – 320 с.
14. Рейд Э. Идентичность и кибернетическое тело // Массовая культура, современные западные исследования. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. – С. 204-224.
15. Турен А. Возвращение человека действующего: Монография / А. Турен; [пер. с франц. Е. А. Самарской]. – М.: Научный мир, 1998. – 204 с.

Н. В.Ищук

АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЙ

В статье исследуется антропологическая среда Интернета в контексте плюрализации дискурсов личностной самореализации в Сети. Выявлены специфика, а также наиболее значимые характеристики виртуальной личности в ее взаимодействии с духовным миром носителя.

N. Ishchuk

ANTHROPOLOGICAL ASPECTS OF INTERNET COMMUNICATIONS

This article examines the anthropological environment of the Internet in the context of discourses plurality of the personal self-realization in the Web. The specific character and the most important characteristics of a virtual personality in its interaction with the spiritual world of the medium have been revealed.