

РЕАЛЬНЫЙ И ВИРТУАЛЬНЫЙ СУБЪЕКТЫ СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ: СПЕЦИФИКА ИНТЕРАКЦИИ

На современном этапе развития электронных технологий и стремительной трансформации их в популярное средство интеракции наиболее актуальной становится проблема способов и форм существования субъекта в условиях электронной коммуникации. В статье предпринята попытка представить отношения реальной и виртуальной сторон субъекта электронной коммуникации как отношения автора и героя, а также объяснить некоторые особенности виртуального диалога, вытекающие из этого сравнения.

Ключевые слова: Интернет; субъект; электронная коммуникация; автор; герой.

В современной философии человек в основном воспринимается как нетождественный самому себе и своему сознанию. Постепенно само понятие личности, во все времена интерпретировавшееся различно, ставится под сомнение. Философская мысль приходит к выводу о мнимом присутствии субъекта, о превращении его в символический знак – симулякр. Данная тенденция наиболее актуализируется в век развития Интернет-технологии, поскольку последняя, представляя неограниченное поле возможностей для реализации базовой потребности личности в самоидентификации и реализации собственного «Я», в то же время стремится к нивелировке истинного субъекта и трансформации его в субъекта символического. Каким образом осуществляется этот механизм, по какому принципу происходит взаимодействие между реальным субъектом и его виртуальным воплощением и каков результат данного процесса – вот вопросы, на которые предстоит ответить в рамках исследования феномена виртуальности и его влияния на личность. Разрабатывая подход к изучению этих явлений, необходимо опираться на имеющиеся теории о сущности и закономерностях функционирования субъекта. В статье представлена попытка моделирования структуры субъекта электронной коммуникации на основе аналогии с героем художественного произведения.

В чем же заключается базовое отличие субъекта, существующего в реальном мире, от него же самого, входящего в электронное общение? Прежде всего спецификой средства коммуникации. Средство, которое, по словам Герберта Мак-Люэна, определяет сообщение, определяет также и его автора [1. С. 2].

Ю. Хабермас отмечал, что «идеи уникальности индивида, постоянного выбора собственной идентичности приводят в дальнейшем, при появлении темы коммуникации, к представлению, согласно которому идентичность невозможно реализовать в одиночку, успешность выбора собственной идентичности зависит во многом от Других» [2. С. 125]. Из этого следует, что человек социализируется и оформляется как личность только в процессе коммуникации с другой личностью, в процессе противопоставления себя другому.

Однако в условиях виртуального бытия особенно четко прослеживается тенденция к практическому упрощению субъектно-субъектной парадигмы общения. Здесь фактически существует только символический субъект, основной функцией которого в большинстве случаев является даже не коммуникация, но персонализация информации.

При ближайшем рассмотрении виртуальная коммуникативная среда выступает, прежде всего, как средство безвекторного самовыражения личности. В рамках

этого процесса теряет актуальность положение М.М. Бахтина о невозможности существования абстрактного слова или языкового действия. Личность, использующая Интернет для средств самовыражения, не имеет четкого представления о воспринимающей аудитории. Последняя для нее абстрактна. Имеет значение лишь сам факт наличия гипотетической аудитории вне контекста ее социальных и личностных характеристик. Особенно важным является также обширность данной аудитории, которая и обуславливает психологически приоритетность не общения как такового, а гипотетической возможности «заявить о себе всему миру».

Таким образом, преобладающий процент актов сетевого общения, по сути, не носит конструктивного характера, поскольку таковые не могут рассматриваться как истинный диалог. Технические особенности технологии Интернета как средства коммуникации, а именно: бестелесность субъекта, нивелировка социальной принадлежности, неограниченность контактов, анонимность и прочее, – создают у пользователя эмоционально-психологическое состояние некой «лично-коммуникативной» эйфории, находясь в котором говорящий субъект перестает нуждаться в истинном собеседнике. Он легко продуцирует его образ на основе собственных стереотипов и конкретных предпочтений, формируя символического визави, способного удовлетворить все лично-коммуникативные потребности говорящего субъекта [3].

Следовательно, истинного Другого не существует. Его наличие необязательно для целей самовыражения личности. Таким образом, в поле зрения остается только говорящий субъект – только «Я», самовыражающееся в процессе общения с «самим собой» (ибо образ Другого конституируется Мной).

Так создается почва для осуществления иллюзии самореализации личности в процессе иллюзорного общения с символическим Другим, подрывающая основы теории единственно возможного существования субъекта только в противопоставлении Себя Другому и во взаимодействии с ним. Виртуальная коммуникация в большинстве случаев превращается в «глас вопиющего в пустыне». Глас виртуального субъекта неразличим на фоне голосов других, подобных ему.

Каким же образом электронная среда влияет на субъекта и определяет способ его функционирования? В качестве субъектов сетевой коммуникации ее участники конституируют особое дискурсивное пространство, характеристики которого во многом сродни дискурсу литературного произведения, где коды автора, текста и адресата изначально не совпадают. По аналогии с художественным произведением представим себе виртуального субъекта «расщепленным» на две состав-

ляющие: автора, или реального субъекта, который осуществляет письмо, и героя, виртуального субъекта, осуществляющего коммуникацию. Необходимо отметить, что коды героя и нарратора совпадают, т.е. повествование ведется от первого лица, и субъект, производящий текст, одновременно является действующим лицом создаваемого автором события.

Таким образом, в центре структуры электронной коммуникации оказывается не одноуровневая (субъект – субъект), а двухуровневая коммуникационная модель, фактически включающая как взаимодействующих субъектов, так и их посредников – нарраторов – они же герои: субъект, он же автор – нарратор (герой); нарратор (герой) – субъект, он же автор.

По М.М. Бахтину, «Я» имеет лишь внутреннее тело как совокупность его собственных ощущений, в то время как «внешнее тело» для него – это тело Другого, существующее только с позиции Другого и для Другого. Однако поскольку герой изъят из автора, а значит, несет в себе его «другость», правомерно говорить о единстве «другости» и себя [4. С. 135]. В электронном дискурсе Другой – это не реальный другой, но часть самого автора, с которой последний вступает в символический диалог. У М.М. Бахтина автор, находящийся вне героя, обладает «избытком видения» по отношению к последнему и, таким образом, становится способным создать цельный законченный образ героя и события [5. С. 33, 58–59, 64]. Одним из способов реализации авторской идеи, по М.М. Бахтину, является монологическое повествование. Для того чтобы идейное содержание получило возможность быть озвученным, автор создает необходимые сюжетные положения, т.е. ставит своего героя в положения, призванные наиболее полно раскрыть его характер и сущность. Для сведения героев и идей «в одну пространственную и временную “точку” необходимы карнавальная свобода и карнавальная художественная концепция пространства и времени» [5. С. 25, 48, 120, 207], которые с успехом реализуются в условиях сетевого общения.

Согласно исследованиям социологов (в частности, Е. Гофмана), входя в незнакомую ситуацию с множеством участников, каждый человек обычно стремится соответствовать ожиданиям присутствующих. В этом взаимном процессе производства впечатлений или самовыражения участников выделяют два различных вида коммуникации (знаковой активности): произвольное, которым люди дают информацию о себе в общезначимых символах, и произвольное самовыражение, которым они выдают себя. Но при использовании обоих каналов коммуникации действуют объективные ограничения непосредственного взаимодействия между людьми (необходимость «выпячивания» одних фактов и сокрытия других, идеализация и т.д.). Эти ограничения влияют на его участников и преобразуют обыкновенные проявления их деятельности в театрализованные представления. При этом вместо исполнения рабочей задачи и свободного проявления чувств люди начинают изображать процесс деятельности и передавать свои чувства окружающим в нарочитой, но приемлемой для них форме.

Таким образом, взаимодействие происходит не столько между индивидами как субъектами, целостными неделимыми личностями, сколько между изображаемыми ими персонажами [4. С. 208].

Данные персонажи представляют собой весь спектр социальных стереотипов, актуализирующихся в карнавальной форме, т.е. в форме игрового театрализованного диалога с заданными ролями, мотивациями, коммуникативными стратегиями и речевыми моделями. Например:

Жокер: Нет счастья в жизни! (театрально взмахивает руками и т.д.).

Технические особенности компьютера как средства коммуникации способствовали превращению электронного диалога в диалог карнавальный, или символический, языковые особенности и развитие которого определены по умолчанию на основе невербализованного договора между участниками коммуникации. Главной особенностью символического диалога является его *предвосхищенность*. Участники сравнимы с актерами в предлагаемых обстоятельствах, задача которых максимально оригинально развить базовые условия ситуации, оставаясь, однако, в рамках существующих стереотипов. Данные условия задаются именами виртуальных персонажей, провоцирующими определенные ассоциации с событиями, явлениями или предметами реального мира. Таким образом, виртуальные автобиографические истории персонажей превращаются, образно выражаясь, в новые приключения Красной Шапочки или Буратино, рассказанные в форме карнавального диалога и посредством электронного текста с соответствующей стилистической окраской.

Под электронным текстом будем подразумевать любой продукт интеллектуальной деятельности, способный существовать в условиях виртуального бытия и, собственно, конституирующий это бытие. Следовательно, текст – это:

1) весь спектр интеллектуально-волевых актов субъекта, начиная от элементарного использования графического символа и до создания сложных структур, таких как виртуальная личность или сообщество;

2) сама виртуально-коммуникативная реальность, которая может быть представлена одновременно как текст и как метатекст.

В отличие от литературного текста, виртуальный текст в графическом воплощении обладает следующими особенностями: интерактивностью; спонтанностью; ситуативной обусловленностью; гибкостью (представляет собой любые смысловые и стилистические изменения и дополнения); первичностью (от текста приходим к автору); отчужденностью.

Рассмотрим эти особенности подробнее. Интерактивность в контексте компьютерно опосредованного общения предполагает, что между репликой автора и реакцией реципиента проходит немного времени, часто сравнимого с периодом времени, затрачиваемым на создание диалогического единства в условиях реальной коммуникации. Литературный текст на бумажном носителе не является интерактивным, так как период между сообщением автора и вероятной реакцией реципиента представляет собой неопределенно долгий срок, даже при гипотетическом условии наличия этой реакции.

Спонтанность связана с отсутствием длительного временного периода на обдумывание, планирование и создание электронного текста в сравнении с литературным текстом. В отличие от литературного текста

электронный его вариант недолговечен. Длительный срок, затраченный на производство текста, нивелирует продукт деятельности автора и лишает его (текст) главного атрибута – актуальности.

Электронный текст должен быть ситуативно обусловлен, что и делает его содержательно-актуальным и коммуникативно-адекватным для восприятия реципиентом. Гибкость электронного текста позволяет ему изменяться в любом аспекте, делает его динамически развивающимся в отличие от стабильного литературного текста.

Первичность электронного текста связана с тем, что он в совокупности всех графических символов и лингвистических средств, используемых для передачи коммуникативного намерения, по умолчанию приписывается производящему его виртуальному субъекту, однако вектор соотношения, по сравнению с реальным общением, развернут в обратную сторону. Если в реальном общении субъект является знаком текста, т.е. в восприятии текста мы отталкиваемся от личности его производителя, то в электронной коммуникации текст является знаком личности, и именно от текста мы приходим к субъекту.

Наиболее важным вопросом остается вопрос об истинности высказывания, т.е., в данном контексте, о степени тождественности текста и производящей его личности. Электронная коммуникация избавляет нас от отягощающего фактора личности автора, влияющего на восприятие текста адресатом, и способствует отчуждению текста. Адресат остается как бы «один на один» с текстом, что порождает иллюзию объективности суждения, поскольку интерпретация текста основывается на собственном субъективном опыте получателя.

Перефразируя цитату Беккета, использованную Фуко как пример развивающегося безразличия к личности производящего текст субъекта: «*Какая разница, кто говорит...*», продолжим: «*Какая разница, кто говорит... это я решаю сам*». Здесь на первое место выходит личный опыт субъекта, за счет которого он формирует оппонента по своему образу и подобию или в соответствии со своими предпочтениями.

Так, постмодернистский тезис о «смерти автора», подразумевающий полную нивелировку индивидуальности создающего текст субъекта, отчуждение текста от автора, а автора от текста и упразднение понятия авторской интенции как основного условия для интерпретации текста, полностью реализуется в процессе виртуальной коммуникации, где на практике наблюдается «развоплощение» реального эмпирического субъекта и утрата им контроля над создаваемым текстом и его интенциональностью. Самовыражение автора превращается в замкнутый круг, где начальная и финальная точки совпадают и автор предстает в единстве субъекта и объекта собственной творческой активно-

сти. Символический электронный диалог, таким образом, заканчивается еще не начавшись.

В то же время идея «смерти автора» может рассматриваться как особый прием авторской стратегии самоустранения в целях создания особого мистического имиджа, что коррелирует с вышеописанной практикой *сознательного* конструирования виртуальных личностей или персонажей. По словам Р. Барта, «присвоить текст автору – это значит наделять его окончательным значением... закончить письмо» [6. С. 389]. Поэтому в целях привлечения внимания к тексту, для того чтобы заставить текст развиваться, «работать»... истинный автор принужден прятаться за маской и добиваться внимания путем «всевозможных уловок, которые пишущий субъект устанавливает между собой и тем, что он пишет...», и только тогда достигает успеха, «когда запутывает все следы, все знаки своей особой индивидуальности: когда маркер писателя – это не более чем своеобразие его отсутствия» [7. С. 15].

Таким образом, расширяя поле для выражения авторской позиции, сетевая коммуникация в то же время нивелирует самого автора как субъекта коммуникации. Маска, образно выражаясь, не прирастает к лицу автора, но, напротив, приобретает информационно-коммуникативную автономность, отделяется от автора и пускается в самостоятельное путешествие по лабиринтам электронной паутины. Реальный субъект отодвигается на задний план после позиций автора и персонажа. Как таковой, он перестает быть предметом, на который непосредственно направлена коммуникативно-деятельностная активность Другого, а следовательно, и интерес к нему притупляется. Реальный человек, стоящий за виртуальным персонажем и его автором, становится практически недосягаем для Другого не только в силу своей географической удаленности и анонимности, но гораздо более по причине расхождения в кодах, принадлежащих автору, персонажу и реальному субъекту. Герой изъемлен из автора, автор изъемлен из реального субъекта, но при условии, что последний содержит в себе «другости» обоих предыдущих, он все же изначально являет собой иную «другость», совершенно отличную от «другостей» автора и героя. Возможность соприкосновения с этой «другостью» становится практически недостижимой для Другого, который также неизменно действует через посредников.

Представленный подход к пониманию сетевого субъекта как совмещающего в себе реальную и виртуальную стороны и аналогия между сетевым дискурсом и дискурсом художественного произведения позволяют лучше представить структуру сетевого субъекта и объяснить некоторые принципы электронной коммуникации, а также предлагают фундамент для дальнейших исследований в области феномена виртуальности и его влияния на процесс самопрезентации.

ЛИТЕРАТУРА

1. McLuhan H. The Medium is the Message: An Inventory of Effects. New York: Bantam, 1967.
2. Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне. М.: Наука, 2003.
3. Жичкина А.Е. Социально-психологические аспекты виртуальной коммуникации. Флогистон. URL: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/refinf>
4. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. First Anchor Books Edition, 1959.
5. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. М.: Наука, 1975.
6. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1994.
7. Фуко М. Что такое автор? // Воля к истине. М.: Политиздат, 1996.

Статья представлена научной редакцией «Философия, социология, политология» 14 ноября 2010 г.