

3. Кашкин В.Б. Основы теории коммуникации: краткий курс / В. Б. Кашкин. – 3-е изд., – М. : Слово / SLOVO. – 2000. – 262 с.
4. Рейд Э. Идентичность и кибернетическое тело // Массовая культура, современные западные исследования. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. – С. 204-224.

ЩУК Наталія Василівна,

к. філос. н., доцент, доцент кафедри філософії ГМІ НАУ

ЩУК Сергій Миколайович,

к. філос. н., доцент кафедри філософії ГМІ НАУ

СИМУЛЯКРИЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ В МЕРЕЖІ

Віртуальний простір Інтернету є не що інше, як глобальна квазіреальність, альтернативний світ, доступний для сучасної людини. Завдяки Інтернету вона, 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» [4, с.61]. В такий спосіб мінімізується вага зовнішнього вигляду комунікаторів для процесу спілкування, а також усуваються культурно-детерміновані (звичаєві, 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 найпотаємніші 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 (емотіконів), що відображають як внутрішні (емоційні й емоційно-діяльнісні), так і зовнішні (наприклад, статусні)

контексти комунікатора. Саме застосування емотіконів у найкращий спосіб відтворює атмосферу міжособистісного спілкування в Мережі.

Комунікація в Мережі нівелює вимоги буденної реальності, підміняючи її конвенційною. Буденна реальність Інтернет-комунікації впливає з того, що адресант та адресат є реальними людьми, що існують у межах реального часу-простору, мають вікові, статеві, національні та інші ознаки. Спілкування між ними хоча й має опосередкований характер, але потребує певних вольових, інтелектуальних, емоційних зусиль. Конвенційна компонента Інтернет-комунікацій пов'язана з їх віртуальним характером і виражається в тому, що під час спілкування у Мережі людина дистанціюється від будь-яких вищезазначених ознак. У Мережі особистість ідентифікують за ознаками, які виражаються специфічною мовою Інтернету:

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) ориджином, або підписом, що кріпиться після основного тексту в повідомленнях на форумах або в листах. Зазвичай виступає у вигляді якогось оригінального й стисло 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 «онлайною» 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) [1].

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 [3, 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 ориджина. 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.

Отже, 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 [2]. 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.

Література:

1. Горный Е. «Онтология виртуальной личности». – Режим доступу: <http://www.zhurnal.ru/staff/gorniy/texts/ovr.html>.
2. 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>.