

DOI 10.5862/JHSS.244.15
УДК 111.5:316.776

Д.С. Быльева

СЕТЬ ИНТЕРНЕТ КАК НОВЫЙ ТИП ПРОСТРАНСТВА

В современном обществе всё большую роль играет глобальная сеть Интернет. В статье представлена попытка осмысления коммуникативной сети Интернет как нового типа пространства. Показано положение этого пространства в онтологической иерархии. По своей природе пространство сети имеет общее с физическим пространством (прежде всего как независимо существующее и географическое) и представляет собой промежуточное звено между пространством как интеллектуальным построением и единым мировым материальным пространством. Автором проведен анализ принципа строения сети как пространства существования индивидов. Создателями пространства выступают индивиды, вступающие в коммуникативную деятельность. Выделены различные формы существования сетевого пространства с точки зрения «форм собственности» и управления.

ИНТЕРНЕТ; ЗНАК; КОММУНИКАЦИЯ; ПРОСТРАНСТВО; РЕАЛЬНОСТЬ; ЧЕЛОВЕК.

Активное развитие информационных технологий породило новый феномен, захватывающий жизни трети людей земного шара. Информационная революция, происходящая в современном мире, сопровождается проникновением коммуникации во все сферы жизнедеятельности человека, что обуславливает глобальные социальные и политические трансформации [8, с. 34]. Коммуникации вышли на новый уровень, когда географическое положение индивидов в материальном географическом пространстве, их физическая разделенность не имеют значения, важно одно: находятся они в коммуникативном сетевом пространстве или нет. Техническая определенность интернет-технологий никак не способствует пониманию феномена сети как социальной сферы. Значимость виртуальной сферы человеческой деятельности, неоднозначность представлений о виртуальном, отсутствие четко определенных дефиниций и неопределенность свойств делают попытки осмысления этого явления чрезвычайно важными и своевременными.

Сложно организованная коммуникативная активность в сети позволяет говорить о возникновении нового типа реальности. Речь идет не просто о «виртуальной реальности» как компьютерном трехмерном симулякре, а о самом феномене сети как области, где происхо-

дит свободная социально-коммуникативная деятельность людей, неподвластная никакой ограниченной группе лиц. Несмотря на то что понятие «коммуникативное пространство Интернета» является в научной литературе общим местом, требуется уточнение его онтологического статуса.

Для прояснения онтологического статуса всемирной сети необходимо как минимум ответить на два вопроса: «Почему мы выделяем Интернет как особое пространство, имеющее сходство с единым мировым и отличное от прочих?» и «Не является ли пространство сети в этом случае просто частью единого материального пространства?»

Для того чтобы ответить на первый вопрос, рассмотрим, каким образом понятие «пространство» используется в современной научной литературе. Несмотря на применимость в неклассической онтологии понятия реальности к различным уровням бытия, единое мировое материальное пространство до последнего времени представлялось уникальным феноменом, имеющим объективную реальность вне духа человека. Другие пространства являются умозрительными, т. е., по определению В.В. Афанасьевой, «созданными интеллектуальной деятельностью человека для визуализации нематериальных или невидимых в



реальности сущностей, мысленного овеществления невещественного» [2]. В качестве такого умозрительного построения может выступать, например, социальное, экономическое, политическое, культурное, коммуникативное, психологическое, художественное, семантическое пространство и др.

Обратимся к понятию «коммуникативное пространство». Многие исследователи указывают на его недостаточную проработанность. Сегодня использование этого понятия носит оттенок метафоричности, оно принимается как само собой разумеющееся, без теоретической обоснованности. Как отмечает Э.Б. Миннуллина, понятие коммуникативного пространства используется интуитивно, границы его размыты [6, с. 12].

Ряд исследователей закономерно определяют коммуникативное пространство как подвид социального [3, с. 130; 7, с. 9]. Само же социальное пространство выступает как важнейшее из множества возможных пространств, создаваемых intersubъективной и субъективной интеллектуальной деятельностью и наделяемых общими смыслами [2]. Таким образом, и коммуникативное пространство представляется особой нефизической и негеографической средой, в которой актуализируется социально-коммуникативная реальность.

Для традиционной коммуникации важнейшими являются направленность сообщений, их восприятие, количество и взаимозависимость коммуникантов и т. д. И именно эти факторы выходят на первый план при представлении коммуникативного пространства. Иными словами, мы имеем дело с моделью, отражающей взаимосвязи коммуникантов. Так, А.В. Родин именно с этой точки зрения характеризует коммуникативное пространство как «систему многообразных социальных связей, возникающих между различными акторами в социуме, находящуюся под влиянием культурных, экономических, политических технологических и других факторов» [7, с. 9].

Н.И. Мартишина определяет коммуникационное пространство как «совокупность конфигуративных условий взаимодействия социальных объектов, с выделением специфического слоя связей между чисто коммуникативными объектами» [5, с. 117], используя неклассическое определение пространства как

формы связи объектов, зависящей от природы последних.

Таким образом, коммуникативное пространство наряду с другими в общем случае является умозрительной конструкцией, научной эпистемой, позволяющей оптимальным образом упорядочить объекты исследования. Однако пространство сети Интернет обладает особыми свойствами, демонстрирующими его специфический статус, выделяющий его из общего поля «коммуникативного пространства» как умозрительной сущности. В.В. Афанасьева предлагает различать виртуальные пространства по их «плотности» [1], т. е. по степени приближенности к материальному. По нашему мнению, в данной классификации сетевое коммуникативное пространство оказывается плотным и занимает место рядом с «нижним» реальным физическим пространством, что кажется на первый взгляд неочевидным, так как разнообразные пространства, существующие в художественной реальности, гораздо в большей степени «похожи» на материальное. Тем не менее именно коммуникативное пространство Интернета не умозрительно, существует независимо от отдельного индивида или группы лиц и является сферой активной независимой деятельности огромного числа индивидов. Сеть Интернет – это порождение человека, но в то же время обладает свойством *специфического объективного существования*. Пространство сети не относится ни к материальной сфере, ни к субъективной реальности, однако является носителем свойств обеих.

Свойством, отличающим пространство сети от умозрительных пространств и сближающим его с материальным мировым, является *географичность*, позволяющая различным индивидам перемещаться, встречаться и находиться в нем или вне него.

Современные гаджеты позволяют индивиду находиться в виртуальном пространстве постоянно, в какой бы точке земного шара он ни был. Таким образом, отсутствие или присутствие индивидов в пространстве сети зависит только от их желания, что, с одной стороны, отличает данное пространство от единого мирового, а с другой – утверждает его бытийность. Кроме того, необходимо отметить, что географичность сети является собственной и независимой от пространственного положения в материаль-

ном мире. Представляется возможным говорить о пространственно-временной атрибуции сетевой коммуникации. Интернет-технологии создали возможность асинхронной коммуникации со множеством активных коммуникаторов. Появилось определенное «место», где происходит коммуникация. Будь то сайт, форум, конференция, блог или персональная страница в социальной сети – все они имеют определенный «адрес», являющийся по сути цифровым способом доступа к ресурсам, и само его название говорит об определенности в некоем пространстве. Однако в отличие от материального пространства перемещение возможно только по «указателям», свободное и случайное перемещение исключено. Движение осуществляется по вербальным запросам, по заинтересовавшим «указателям», а также «вперед-назад». Для облегчения коммуникации есть «подписки» и другие способы «слежения», позволяющие легко найти понравившегося коммуниканта или место полилога. Возможен поиск самых посещаемых мест определенной коммуникативной площадки (например, блога). Таким образом, существует определенная топология сети, позволяющая индивиду «перемещаться» по информационному конгломерату.

Для того чтобы продолжить аналогию с физическим пространством, необходимо понять принцип строения Интернета как пространства существования индивидов. Для пространства сети можно выделить собственную, альтернативную единицу – *знак* (прежде всего слово, но также символ, изображение, звук или их сочетание). Коммуниканты же выступают в роли создателей пространства Интернета, его демидургов, свободных в своем самовыражении, однако ограниченных по форме в рамках условий, созданных разработчиками данной коммуникативной площадки, поддерживаемой с помощью соответствующих сервисов.

Появляется индивид в интернет-пространстве изначально анонимным и безликим. Чтобы вступить в активную коммуникацию, обычно требуется определенная маска, вербальная и визуальная. Возможность использовать любое имя и аватар делает общение в сети более раскованным. Однако есть люди, которым недостаточно виртуальной анонимности, они предпочитают «абсолютную анонимность», т. е. написание комментария без привязки к какой-

бы то ни было авторизации. «Абсолютная анонимность» используется чаще всего при резких провокационных высказываниях, подчас с ненормативной лексикой. Таким же образом в сеть обычно попадают различного рода сообщения об известных персонах, пятнающие их репутацию. Кроме того, коммуниканты сетевого пространства не совпадают с индивидами, так как один индивид может иметь несколько виртуальных масок – ников, а несколько человек могут публиковать свои записи от имени одного виртуального персонажа.

Рассмотрим, каким образом строится пространство сети. Коммуникативное интернет-пространство неоднородно, его основными характеристиками, на наш взгляд, являются открытость доступа к данной части пространства, степень интенсивности коммуникации и «вид собственности». Большая часть коммуникативного пространства Интернета является открытой для всех, однако существуют «места», куда могут войти только определенные участники: личное пространство, закрытое сообщество, платная информация и др. Интенсивность коммуникации зависит как от типа информационной площадки (например, коммуникация на сайте, видеохостинге, форуме, в блоге, социальной сети, электронном журнале, википроекте или на платформе для создания петиций привлекает разное количество участников с различными индивидуальными особенностями), так и от конкретного инициатора коммуникации. Многие информационные площадки предлагают только одностороннюю коммуникацию.

Возможность построения коммуникативного пространства привлекает индивидов. Однажды вступив в определенное сообщество, они возвращаются туда регулярно, чтобы продолжить построение коммуникативного пространства в данном «месте». Специфические особенности существуют у всех полилоговых коммуникативных площадок Интернета. Если форумы создаются для соответствующего тематического общения множества заинтересованных и «равных» между собой индивидов, то в блогах и сетях есть автор – «хозяин» коммуникативного пространства, размещающий информацию, способный ее изменить или уничтожить, остальные выступают лишь подписчиками и комментаторами. Хотя правильнее



говорить не о «собственности», а об «аренде», так как любой коммуникативный сервис имеет обладателя доменного имени — реального хозяина с широкими возможностями управления данным пространством.

В отличие от социальных сетей блоги предназначены для размещения прежде всего своей информации, копирование чужих статей распространено гораздо меньше. Самые популярные блоги имеют тысячи постоянных подписчиков, комментарии к их постам занимают десятки страниц. Социальные сети подразумевают прежде всего межличностное общение и социальное одобрение, а не обсуждение каких-либо вопросов. Однако помимо возможности для общения они подразумевают устройство собственного стандартного «дома» — страницы, которую каждый может украсить по собственному желанию текстами, изображениями, видеофайлами. Современные технические устройства позволяют мгновенно делать снимки окружающего и размещать их на «своей странице», таким образом населяя ее объектами реального мира.

Наполнение «своего» личного пространства во многом определяется особенностями данной сети. Однако в большинстве сетей собственные высказывания составляют немногочисленные исключения, чуть больший процент — репост из внешних по отношению к сети источников. Для любителей словесного и визуального контента существуют разнообразные группы, где можно найти высказывания на любую тему с разной направленностью. Причем самые удачные высказывания и фотографии кочуют из группы в группу. Таким образом, человек может выбрать себе подходящие мысли и украсить ими свою страницу с помощью репоста. С.А. Демченков отмечает, что репост в подавляющем большинстве случаев расценивается не как указание на источник информации, а как личное высказывание пользователя, осуществившего клонирование чужого высказывания [4, с. 314]. Пост приобретает личное наполнение просто благодаря размещению его на странице. То есть по набору на странице картинок и высказываний, скопированных из разных источников, в целом можно определить особенности характера и настроение индивида.

Размещаемые посты — это то, чем индивид делится с друзьями. Люди, которым данный че-

ловек не безразличен, смотрят на содержимое его страницы и отмечают то, что им «нравится». Это «нравится» является скорее формой социальной поддержки, показателем расположения к человеку. Формой же большего принятия и согласия является «репост». При среднем количестве друзей 50–100 человек сообщение обычно набирает 3–5 «лайков».

Кроме того, эта часть интернет-пространства рассматривается как собственная территория, личная, почти интимная. Там могут размещаться материалы, которыми не делятся с чужими или малознакомыми людьми. Только для себя и друзей. Несмотря на потенциальную всеобщность, фактически люди вступают в коммуникацию в социальных сетях только с довольно узким кругом лиц. С этим связаны многочисленные скандалы, когда такой «непубличный» человек с узким кругом знакомств вдруг оказывается в центре внимания общественности и широкая публика начинает разбирать и критиковать его «мир». Вопрос о принадлежности личных фотографий и другой частной информации решен законодательно в пользу возможности общего использования, если другое не оговорено автором.

Для широко известных персон ситуация несколько иная. Их «личная» страница сразу после создания превращается в публичную, где постоянно находится масса поклонников и недоброжелателей. Здесь проявляется еще одна характеристика коммуникации в сети как пространства. Традиционная коммуникация значительно ограничена в количестве лиц, которые могут принимать в ней участие. Сетевая коммуникация потенциально включает в себя миллионную аудиторию, имея в своем арсенале невербальные средства, преодолевает порой даже языковые барьеры. То есть любой человек может вступить в коммуникацию с большей частью человечества (потенциальными участниками каждого такого коммуникационного канала могут быть все 2 млрд людей, подключившихся на сегодняшний день к Интернету).

Учитывая, что большая часть интернет-пространства является открытой для всех, послание, привлекающее внимание, вызывает коммуникативную реакцию, которая бывает как позитивной, так и негативной. Кроме того, на популярных площадках обсуждения появляются так называемые тролли, способные

уничтожить смысл любого общения. А при обсуждении вопросов, затрагивающих денежные, политические или иные интересы, возникает масса проплаченных комментариев, которые демонстрируют необходимое заказчику единодушие. Таким образом, если коммуникация не подвергается никаким видам цензуры, то в большинстве случаев превращается в поток грязи и глупостей. В тех «местах», где нет множества «хозяев», существуют модераторы – «стражники», работа которых заключается в фильтрации информации и каким-то образом оплачивается. «Хозяин» же «арендованного» пространства (блог, страница и т. п.) должен сам заботиться о нем и иметь ресурс, позволяющий управлять дискурсом. Допустим, автор блога может сохранять только положительные комментарии, остальные удаляются и отправляются в «бан». Так создается иллюзия единогласия. Дополнительной формой «борьбы с инакомыслящими» на коммуникативной площадке для автора блога является демонстративное наказание, когда неудобный комментарий не удаляется, но комментируется, после чего его автору запрещается дальнейшее общение. Данный прием должен, видимо, показать другим читателям опасность высказывать похуже мнения.

Даже при отсутствии желания превратить свой блог в «клуб единомышленников» для очищения его от информационного мусора нужно вести постоянную работу. Некоторые ограничения (своего рода «заборы») позволяют ставить фильтры, например разрешение добавления комментариев только для друзей, но это существенно сокращает интенсивность коммуникации. Даже «бан» (запрещение комментирования на данной коммуникативной площадке) не может оградить коммуникатора от высказываний конкретного индивида, так как, надев «новую маску» (ник), индивид снова может вступать в коммуникацию.

Таким образом, для мест с интенсивной коммуникацией «очистка» своей территории становится делом, требующим массы времени, и индивид вынужден искать компенсаций за свою работу или работу наемных администраторов. Следовательно, в сети в интенсивных узлах коммуникации появляется оплачиваемая

информация. Это может быть как обычная реклама, так и информация, которая должна выглядеть как беспристрастный анализ. Коммуникативные возможности Интернета могут использоваться для «вброса» информации, которую не возьмется разместить СМИ.

Итак, помимо мирно сосуществующих и обменивающихся информацией индивидов, в коммуникативном пространстве имеются армии наемных коммуникантов, готовых размещать комментарии за плату, и купленные лидеры мнений. Благодаря наличию этой армии «рядовых» и «генералов», возможно осуществление спланированных масштабных акций: тролль-атак, провокаций, информационных войн, направленных на человека, идею, организацию и т. д. В результате спланированных или спонтанных информационных атак индивид чаще всего бывает вынужден удалить свои аккаунты, т. е. исчезнуть как действующий коммуникант из данного коммуникативного поля, так как игнорировать травлю件 невозможно, а методов эффективной борьбы с ней сегодня не существует. Более того, известны случаи, когда информационные атаки троллей доводили людей до вполне реального самоубийства.

В заключение можно сказать, что Интернет является уникальным пространством, онтологически близким к единому мировому пространству ввиду независимости существования и географичности. С точки зрения строения коммуникативное пространство сети Интернет есть порождаемый коммуникантами конгломерат знаков, образующих смыслы. Коммуникативное пространство делится на открытое и закрытое, на пассивное, где возможно только получение информации (но не исключающее обратную связь, поскольку сам факт просмотра страницы, вызывающий срабатывание счетчиков, является обратной связью), и активное, где существует полилоговое взаимодействие. Последнее делится на «собственное», наполняемое и оберегаемое собственными силами, и «общественное», регулируемое автономными модераторами. Коммуникативное пространство создается и изменяется коммуникантами с целью самовыражения, одобрения, продвижения (значимых идей, продуктов, лиц), борьбы или исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Афанасьева В.В., Анисимов Н.С.** Постнеклассическая онтология // Вопросы философии. 2015. № 8. С. 28–42. URL: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1233 (дата обращения: 15.02.2016).
2. **Афанасьева В.В., Кочелаевская К.В., Лазерсон А.Г.** Пространство, новейшая онтология. Саратов: Наука, 2013. URL: <http://www.proza.ru/2014/01/12/1556> (дата обращения: 03.02.2016).
3. **Горошко Е.И.** Коммуникативное пространство Интернета как объект социокультурного анализа // Вісник Одеського національного університету. Сер. Соціологія і політичні науки. 2010. Т. 15, вып. 14. С. 130–136.
4. **Демченков С.А.** Репостинг в социальных сетях: смерть и воскресение субъекта // Коммуникативные стратегии информац. об-ва: труды VI Международ. науч.-теор. конф. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2013. С. 313–315.
5. **Мартишина Н.И.** Онтологический статус коммуникативной реальности и коммуникационного пространства // Современ. коммуникац. пространство: анализ состояния и тенденции развития: матер. междунар. науч.-практ. конф. Ч. 1 / под ред. И.В. Архиповой. Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2014. С. 114–117.
6. **Миннуллина Э.Б.** Дискурсивно-рефлексивное единство как измерение коммуникативного пространства // Теория и практика обществ. развития. 2014. Вып. 9. С. 12–15.
7. **Родин А.В.** Коммуникационное пространство как социальная реальность: дис. ... канд. филос. наук. Саранск, 2009. 163 с.
8. **Тимерманис И.Е., Евсеева Л.И., Шипунова О.Д.** Коммуникативное пространство легитимации политической системы в условиях сетевого общества // Вестн. Рос. гос. гуманитарного ун-та. 2015. Вып. 6. С. 26–35.

БЫЛБЕВА Дарья Сергеевна — кандидат политических наук, старший преподаватель Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

Россия, 195251, Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29

e-mail: marketing4121@yandex.ru

D.S. Byl'eva

THE INTERNET AS A NEW TYPE OF SPACE

The World Wide Web plays an increasing role in modern society. The article gives the attempt to understand the Internet communication as a new type of space. By nature between communicative The World Wide Web plays an increasing role in modern society. The article gives the attempt to understand the Internet communication as a new type of space. By nature between communicative Internet space and the physical space there are common traits (first of all self-sufficiency and geographical existence). Internet space is a intermediate between an intellectual construction and the physical space. The author researches the construction of communicative space Internet. The constructing unit of the space is sign. The creators of the space Internet are the communicative active individuals. The author analyses various forms of the space by “forms of ownership” and control. As a result there is a definition of the concept of Internet as a communicative space.

INTERNET; SIGN; COMMUNICATION; SPACE; REALITY; HUMAN BEING.

REFERENCES

1. Afanasyeva V.V., Anisimov N.S. [Postnonclassical ontology]. *Voprosy filosofii*, 2015, no. 8, pp. 28–42. Available at: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=1233 (accessed 15.02.2016).
2. Afanasyeva V.V., Kochelavevskaya K.V., Lazer-son A.G. *Prostranstvo, noveyshaya ontologiya* [Space, the newest ontology]. Saratov, Nauka Publ., 2013. Available at: <http://www.proza.ru/2014/01/12/1556> (accessed 3.02.2016).
3. Goroshko Ye.I. [Communicative space of Internet as a object of socio-cultural analysis]. *Visnik Odeskogo natsionalnogo universitetu*. Ser. Sotsiologiya i politichni nauki, 2010, vol. 15, pt. 14, pp. 130–136. (In Russ.)
4. Demchenkov S.A. [Reposting in social networks: death and resurrection of the subject]. *Kommunikativnyye strategii informatsionnogo obshchestva* [Communicative strategies of information society. Proc. of the Int. Forum]. St. Petersburg, Politekhnikheskiy universitet Publ., 2013. Pp. 313–315. (In Russ.)
5. Martishina N.I. [Ontological status of communicative reality and communication space]. *Sovremennoye kommunikatsionnoye prostranstvo: analiz so-stoyaniya i tendentsii razvitiya*. Proc. of the Int. Conf. Novosibirsk, NGPU Publ., 2014. Pt. 1. Pp. 114–117. (In Russ.)
6. Minnullina E.B. [Discourse-reflection unity as a dimension of communicative space]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, 2014, no. 9, pp. 12–15. (In Russ.)
7. Rodin A.V. *Kommunikatsionnoye prostranstvo kak sotsial'naya realnost'*. Kand. dis. [Communicative space as a object of social reality Cand. diss]. Saransk, 2009. (In Russ.)
8. Timermanis I.Ye., Yevseyeva L.I., Shipunova O.D. [Communicative space for political system legitimation in network society]. *Vestnik Rossiyskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta*, 2015, no. 6, pp. 26–35. (In Russ.)

BYL'EVA Dar'ya S. – *Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University.*

Politekhnikheskaya ul., 29, St. Petersburg, 195251, Russia

e-mail: marketing4121@yandex.ru