

Я – Другой: восприятие и общение в сети Интернет

Современная психология межличностного общения стоит перед необходимостью включения вопросов, связанных с киберпространством. Хотя и существует тенденция к ограничению количества реальных межличностных контактов по целому ряду причин (экономическая независимость – нет потребности в Другом; наличие средств развлечения: компьютер и телевизор; огромный темп жизни и возросшее количество обязанностей), однако сам процесс общения не редуцировался вовсе, а, скорее, приобрел новое качество и новые возможности опосредования Интернет-технологиями. В среде Интернет схема общения приобрела следующий вид: человек—средство развлечения—человек, где, по сути, средствами развлечения являются все ее компоненты.

Интернет как пространство коммуникации, по моему мнению, парадоксально влияет как на самого субъекта общения, так и на взаимодействие коммуникантов. С одной стороны, Интернет способствует максимальному отчуждению человека от себя самого и от Другого. Логика степеней отчуждения может быть представлена в таком виде: *первой степенью отчуждения* является язык и вербально передаваемые сведения по принципу: «это слова обо мне, но не я сам»; *вторую степень отчуждения* формирует любое техническое средство, которое опосредует общение (кино, телевидение, компьютер), *третья степень отчуждения* уже связана непосредственно с сетью Интернет и ее отличительной особенностью – анонимностью – по принципу «могу быть кем угодно», *четвертая степень отчуждения* (также связанная с Интернетом) перекликается с предыдущей: происходит отчуждаемость слов и действий, отчуждаемость от реальных действий вообще. Хотя, вполне возможно, нужно говорить о степенях «удаления» от себя реального, сущностного. Идея максимального отчуждения коммуникаторов друг от друга возникла в связи с тем, что Другой для нас в Интернете становится даже не метафорой (как это происходит при опосредованном кинематографом общении), а набором конструированных им и деконструируемых нами набором реплик. Дело в том, что коммуникативный процесс в Интернете разворачивается таким образом, что от каждой реплики «потустороннего человека» зависит мой образ (кем я стану в своей следующей фразе) и, соответственно, моя реплика-реакция. Т.е. с некоторым упрощением можно представить себе коммуникацию в виде «сцепленных» фраз, основанной на том, что речевое поведение в Интернете и есть **идентичностью** коммуниканта. Коммуниканты воспринимают друг друга и ведут себя определенным образом по отношению друг к другу в зависимости от выбранных имен, предполагаемой ими и/или навязанной образом/ролью логикой поведения. И это выступает одной из важных особенностей общения в сети Интернет, а именно: коммуникаторы (каждый со своей стороны) сворачивают свой образ

и образ партнера по общению в содержание сообщения/реплики/текст, который и выступает средой коммуникации. Каждый из коммуникаторов при этом формирует ожидания и отношения к Другому исходя из его ситуативной вербальной (написанной) идентичности (образу той или иной игровой, функциональной, поведенческой роли и т.д.), вербальной/письменной самопрезентации, соответствия дискурса образу, активности общения и т.д. К тому же, в случае с коммуникацией в Интернете, наверное, нужно говорить о «зАмысловом» монологе (хотя обычно говорят о диалогичности общения в Интернете), который корректируется репликами другого (как в диалоге), но всего лишь перенаправляя уже продуманные/созданные сюжетные линии, исходя из образа героя. Это становится возможным за счет **анонимности** (т.е. твой внутренний мир так и остается сокрытым) и относительной незаинтересованности друг другом (твое поведение в Интернете – это только выбранная в данный конкретный момент некоторая игровая самопрезентация и другие равнодушны к тому, кто ты есть, поскольку скорее пытаются проявить себя, нежели «рассматривать» других). Понятие анонимности в контексте общения в Интернете носит характер скорее максимальной неопределенности в восприятии Другого, так как его вербальное поведение может быть и абсолютной правдой (использование «маски» в виду отсутствия реальности) и абсолютной фикцией.

Возвращаясь к парадоксальности влияния среды Интернет, необходимо отметить, что, с другой стороны, в сети Интернет привлекательными являются следующие возможности: игнорирование обстоятельств, прошлого и стабильного восприятия нас другими из реального окружения; возможность максимальной свободы самовыражения; возможность создания альтернативной реальности. Такие альтернативные реальности и раньше присутствовали в нашей жизни. Например, книжная; создаваемая нашей референтной группой; «киношная»; «воображаемо-индивидуальная» (фантазийная), «воображаемо-коллективная» (социальные утопии). Теперь к ним добавилась и порождаемая средой Интернет.

Для восприятия в Интернете характерна двоякая стратегия оценки реплик/реакций: игнорирование реальности (1) и четкая ориентация на контекст (2). И тот, и другой вариант возможен и реален из-за отсутствия невербальных и эмоциональных проявлений (в чистом виде). Приписывание тех или иных черт/состояний/эмоций коммуникаторами в Интернете, возможно, происходит по принципу, открытому еще Л.В. Корзухиным по отношению к кино. Мы связывает образы контекстно и приписываем субъекту действия/персонажу те или иные эмоциональные проявления исходя из других объектов, находящихся с ним в одной сцепке. Т.е. для понимания Другого в среде Интернет важен контекст! Если субъект желает этого понимания...