



UNESCO Chair  
“Renewable Energy  
and Sustainable  
Development”



Chair  
of Philosophy



Faculty “Artes  
Liberales”

Taurida National



V.I. Vernadsky University

University



of Warsaw

**Abstrakty prezentacji na międzynarodowej interdyscyplinarnej telekonferencji  
„Dążąc do wszechstronnego zrozumienia tożsamości użytkownika  
w cyberprzestrzeni internetu: Dialog interdyscyplinarny” (12 lipca 2013r.).**

Тезисы докладчиков на международной мультидисциплинарной телеконференции  
«На пути к интегрированному пониманию идентичности пользователя  
в киберпространстве Интернета: Мультидисциплинарный диалог» (12 июля, 2013 г.)

The abstracts of the contributors at the international multidisciplinary teleconference  
“Towards an Integrated Understanding of the User’s Identity in the Cyberspace of the Internet:  
A Multidisciplinary Dialogue” (12 July 2013)

**„Tożsamość rozmówcy w cyberprzestrzeni w świetle filozofii spotkania Martina Bubera”**

Małgorzata Abassy

Uniwersytet Jagielloński

Formułowanie tematu wymaga na wstępie wyjaśnienia podstawowych pojęć: tożsamość, cyberprzestrzeń, rozmówca, spotkanie. Kontakty międzyludzkie mają wiele form, zaś akt komunikacji spełnia różnorodne funkcje. Rozwój internetu sprawił, że dystans fizyczny między dwojgiem ludzi, biorących udział w rozmowie stracił na znaczeniu. Paradoksalnie, zwiększeniu uległ dystans emocjonalny.

Niniejszy referat jest próbą określenia tożsamości użytkownika internetu, wchodzącego w kontakt werbalny z innym użytkownikiem cyberprzestrzeni. Owa próba podejmowana jest z pozycji filologa i kulturoznawcy. Rozważania zostały wzbogacone Buberowską koncepcją spotkania, w myśl której kontakt dwojga ludzi nie służy wymianie informacji, lecz stanowi realizację najgłębszych potrzeb egzystencjalnych: przełamania poczucia samotności, która – według niemieckiego filozofa jest nieodłącznym elementem ludzkiej egzystencji.

Czy rozmowy w cyberprzestrzeni sprzyjają spotkaniom w rozumieniu Bubera? W jaki sposób następuje samorealizacja użytkownika cyberprzestrzeni w trakcie jego rozmowy z innym użytkownikiem, jakie są ich oczekiwania i jakie potrzeby są zaspokajane? W jaki sposób zmienia się język rozmowy wskutek ograniczenia bodźców dotykowych, węchowych? Mamy do czynienia z jego wzbogaceniem czy zubożeniem?

Celem referatu jest sformułowanie hipotez na temat typu nowego człowieka stanowiącego nieodłączną część cywilizacji maszyn.

## **Life-world versus virtual worlds. A phenomenological view on identity in the “Web 2.0”**

Martina Philippi

Universität Leipzig

In his Crisis writing, Edmund Husserl complains about a disastrous confusion between the sensually accessible life-world and its artificial representation by the natural sciences. Not only does the scientific method adapt increasingly to the requirements of scientific discovery, but also the opposite is true: the life-world is made to fit into the categories of scientific methodology, to become something that can be measured, calculated and controlled. Husserl calls this construction a “dress of ideas” that disguises the wearer, i.e. the life-world that is simultaneously soil and horizon for every scientific discovery. But this phenomenon is not restricted to the sphere of science. It also influences the image of the life-world itself. Thus problems of responsibility and meaning arise in the assessment of scientific progress.

More than 50 years later, Vilem Flusser describes in Medienkultur a similar development in our perception of the life-world. In the contemporary use of computers, the world is transformed into a digital image of itself, formed by algorithms and codes. Flusser distinguishes between the “numerical” and the “literal” way of thinking, and also between persons who think in these two ways. He claims there are “few programmers who think formally and numerically, and many programmed people who think literally.” Similar to Husserl's assessment of the life-world, lack of reflection furthers the confusion and enables manipulation of the “programmed” people, e.g. by means of advertisement. They are manipulable because they lack expertise, which excludes them from the “numerical” way of thinking, and also because they trust uncritically the virtual world that is furthered by Natural User Interfaces.

In my contribution, I will analyse the confusion between the “real” life-world and the virtual worlds that surround us, and show that this confusion culminates in a problem of identity. This becomes evident in an unreflected use of the “Web 2.0”: How can we avoid getting lost in an illusory world that nevertheless somehow lays claim to reality? I will argue that this necessarily requires a clear understanding of the deceitful character of modern computation, including user interfaces as well as the possibilities of life-like interaction in social networks. In fact, the challenge consists in not mistaking the similarity for an identity, that is, to preserve the factual identity of oneself and one's life-world. For this purpose, I will deploy Husserl's description as well as Flusser's analysis of encoding and programming to raise the awareness for this special challenge of our times.

### **Tożsamość użytkowników internetowych portali z grami**

Katarzyna Jasińska-Zdun

Uniwersytet Warszawski

Autor referatu stawia przed sobą zadanie zbadania poczucia tożsamości użytkowników internetowych portali z grami. Portale takie przyciągają dziś ogromną rzeszę użytkowników w różnym wieku, różnej płci i o różnym statusie społecznym. Niektórzy z nich spędzają na tego typu portalach dużą część swojego czasu. Rywalizacja w grach i turniejach odbywających się on-line, w których konkuruje się z innymi użytkownikami sieci i osiąga określone pozycje w rankingu, jest niewątpliwie niezwykle wciągająca. W tej sytuacji ważnym wydaje się uzyskanie odpowiedzi na pytania o wpływ tego typu aktywności na poczucie tożsamości uczestników internetowych portali z grami. Czy czują się oni do nich przynależni (czy czują z nimi więź), czy też są tylko szukającymi przypadkowej rozrywki internautami? W jaki sposób prezentują swoją przynależność do portalu, a w jaki odmienność czy dystans? Czy starają się przedstawić czy ukryć swoje pochodzenie, narodowość, płeć, wiek, status? Czy skłonni są prezentować szersze informacje o sobie i swoich upodobaniach, czy też chcą pozostać jak najbardziej anonimowi? Czy okazują podczas gry agresję, a jeśli tak, to czy są to osoby agresywne również w świecie off-line, czy też pozwalają sobie na takie zachowania wyłącznie w warunkach sieci?

Zastosowana w badaniach nad tym problemem metodologia zawiera elementy zarówno analizy jakościowej (badania na wybranej próbie użytkowników portali, wywiady (ew. ankiety)

z użytkownikami, ilościowej (badanie częstotliwości pojawiania uczestników się na portalu, czasu na nim spędzonego, uzyskanych wyników), jak również elementy analizy lingwistycznej (badanie sposobu konstruowania nickname'ów, struktury języka wypowiedzi).

Autor referatu ma nadzieję, że tego typu badania przyczynią się do pełniejszego zrozumienia zagadnienia tożsamości użytkownika cyberprzestrzeni Internetu, co wydaje się szczególnie ważne przy wciąż rosnącej liczbie użytkowników Internetu oraz rosnącym zapotrzebowaniu na rozrywkę w sieci.

## **Вербальна агресія як засіб віртуальної ідентифікації (на матеріалі українських політичних сайтів)**

Олена Ачилова

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

У процесі конструювання віртуальної ідентичності найважливішу роль відіграє комунікація. З поширенням мережі Інтернет спілкування набуло особливого значення, нових форм, а відповідно, і нових властивостей. Специфікою електронного дискурсу є його форма – це письмова мова, яку сприймають перш за все візуально. Тобто екстралінгвістичні засоби, що супроводжують безпосереднє спілкування, також передають або вербально, або у вигляді спеціальних графічних знаків. Комуніканти можуть свідомо або напівсвідомо добирати ці засоби відповідно до комунікативних інтенцій.

Той факт, що комунікація у віртуальній реальності переважно є анонімною, перетворює спілкування в певного роду «карнавал», де кожний учасник може вибрати імена (нік-нейми), візуальну оболонку (аватари), навіть міняти стать і вік. Така свобода вибору впливає на виражальні форми, що їх користувачі мережі також вибирають відповідно до своїх смаків, мовних здібностей, віку, статі, рівня культури тощо.

Інтернет надає свободу в усьому, зокрема й у виборі обговорюваних тем. А тому віртуальний простір українських блогів часто стає рингом, на якому розгортаються бійки, особливо якщо йдеться про політику в Україні. Для доведення своєї правоти учасники спілкування використовують найрізноманітніші засоби: від метафор і парафраз до жорсткої інвективної і навіть обценної лексики. На віртуальних сторінках висловлюють

грубі, ворожі зауваження, образи, погрози, докори, глузування тощо, тобто все те, що можна кваліфікувати як вербальну агресію.

З огляду на сказане гостро постає питання про те, що приховують за масками і якими є наміри учасників спілкування. Адже відомо, що людина впливає на дискурс, а дискурс, у свою чергу, впливає на людину. Враховуючи популярність мережі та доступність інформації, актуальним є дослідження механізмів створення ідентичності і впливу інтернет-дискурсу на ідентичність, а також на людину в реальному просторі.

Для дослідження ми обрали сайт Gazeta.ua, дослідили коментарі на повідомлення блогів і встановили, що їхньою спільною рисою є агресивність.

Відомо, що вербальну агресію можна виявляти експліцитно або імпліцитно і виражати в різний спосіб, який залежить від того, як людина ідентифікує себе в процесі спілкування, адже будь-яка комунікація розрахована мінімум на двох учасників: того, хто висловлюється, і того, хто сприймає інформацію. Дослідження показало, що агресивна налаштованість може міститися навіть у ніках. Крім того, агресивність користувачів спрямована не тільки на обговорювану інформацію або політичних осіб, але й на інших учасників комунікації.

У реальності вербальна агресія часто передує фізичній, отже, важливість дослідження віртуальної ідентичності через засоби вираження агресії не викликає сумніву.

## **Идентичность пользователя в условиях анонимизации и деанонимизации культуры Интернет-пространства**

Евгений Багрецов, Екатерина Кокорина

Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского

Интернет-пространство – это глобальная программная и аппаратная оболочка, объединяющая компьютерные сети в единый массив с помощью всемирной паутины, которая выступает в качестве средства взаимодействия между участниками и Интернет-массивом посредством гипертекстовых веб-страниц.

Анонимизация в рамках Интернет-пространства – это процесс, обеспеченный как программными, так и аппаратными средствами, при котором следы деятельности, настоящая личность или пребывание человека в сети Интернет являются скрытыми.

Деанонимизация – это нарушение анонимности, заключающееся в публикации персональных данных пользователя. Деанонимизация в Интернет-культуре не выражена так ярко, как анонимизация, ввиду её специфики.

Явления анонимизации и деанонимизации в Интернет-культуре имеют постоянный и частый характер.

Для достижения анонимности в рамках Интернет-пространства существуют различные программные и технические средства, такие как анонимные сети, прокси-серверы, виртуальные частные сети, анонимные Интернет-браузеры, специальные программы для шифрования отдельных данных и носителей в целом и другие инструменты. Одна из целей использования данных средств – защита конфиденциальности при работе с различными Интернет-сервисами.

К проявлениям анонимизации и деанонимизации в рамках Интернет-пространства можно отнести закрытые веб-сообщества, анонимные средства обмена сообщениями и контентом, чаты, а также открытые базы данных.

Существуют внешние и внутренние причины закрытости Интернет-сообществ. Например, одни причины могут проистекать из основной деятельности конкретного сообщества – обмена продукцией, который в рамках действующего законодательства является «пиратством». Внутренние факторы закрытости связаны со стремлением создать сообщество заинтересованных, мотивированных пользователей, способных активно принимать участие в работе данного ресурса. Таким образом сообщество ограждает себя от немотивированных пользователей и негативной коммуникации, что часто встречается на общедоступных ресурсах.

Идентичность пользователя в рамках анонимизированного Интернет-пространства предельно размыта, в максимальной степени децентрализована и множественна по своей сути. Виртуальная личность пользователя в анонимизированном Интернет-пространстве является максимально свободной в выборе собственной идентичности, отличной от идентичности, которой индивид обладает в реальном мире.

Идентичность пользователя в деанонимизированном Интернет-пространстве, напротив, едина и неразрывно связана с реальным миром, так как модель и специфика

деанонимизированного Интернет-пространства предусматривает социальные отношения между пользователями тождественные подобным отношениям в реальном мире.

Деанонимизация бывает добровольной, случайной и злонамеренной. Отдельно может выделяться деанонимизация на основании авторитетных источников – когда деанонимизирующая информация публикуется в заслуживающем доверия независимом источнике. Деанонимизация отдельно взятой личности и Интернет-пространства в целом подразумевает единую систему идентификации и аутентификации. Деанонимизация не способствует распространению информации в свободном доступе, так как привязывает некоего анонимного пользователя к реальной личности.

Переход от анонимизации к деанонимизации и связанная с этим смена особенностей определения идентичности пользователя в рамках Интернет-пространства на данный момент не является глобальной тенденцией ввиду специфики информации, распространяемой посредством сети Интернет, наличия анонимизированных средств коммуникации между пользователями и политики относительно распространения большинства популярных информационных продуктов.

## **Роль религиозной идентичности в социальной и культурной коммуникации (на материалах веб-сайтов Украины и России)**

Юлия Горошко

КРУ «Детская библиотека им. В.Н. Орлова»

Со второй половины XX века происходит разрушение традиционной связи религии с другими сферами социальной и культурной жизни, обусловленное как процессами секуляризации, так и общей постмодернистской тенденцией – разочарования в «больших нарративах», будь то религия, политика или наука. Религия также как любая другая универсальная мировоззренческая система не может объединять современных людей, склонных к скептицизму, индивидуализму и разобщенности. «Сильная» идентичность – стабильная, составляющая основу для действия, определяющая поведение людей – заменяется «слабой» - легко и быстро меняющейся, носящей декларативный характер. Данная тенденция в полной мере относится к религиозной идентичности: религия перестает составлять основу мировоззрения, все меньше влияет на мораль и поступки

людей, перемещается в частную сферу, становится формой досуга, личным делом человека. Однако на рубеже XX-XXI вв. наряду с «ослаблением» религиозной идентичности можно отметить и противоположную тенденцию религиозного возрождения, в частности, характерную для постсоветского пространства, где возникла необходимость замены утраченных мировоззренческих ориентиров.

Обе указанные тенденции в формировании религиозной идентичности имеют свои положительные и отрицательные стороны для дальнейших трансформаций религиозности. Негативное, на первый взгляд, «ослабление» религиозной идентичности ведет к формированию религиозного плюрализма и толерантности, способствует культурному и духовному обогащению людей. «Усиление» религиозной идентичности повышает значение религиозных ценностей и роль религии в других сферах жизни, но предполагает четкое разделение между «своими» и «чужими», а, следовательно, религиозную нетерпимость и консерватизм.

В современном информационном обществе значительная часть социальных и духовных запросов людей (особенно молодежи) удовлетворяется через Интернет. В связи с этим, Интернет становится не только универсальным источником информации, но и специфической средой, в которой формируется особый тип идентичности. В интернет-пространстве в полной мере находят отражение рассмотренные тенденции религиозной жизни современного человека. С одной стороны, Интернет является идеальной средой для формирования «слабой», «игровой» религиозной идентичности – гибкой, противоречивой, множественной, фрагментарной. В киберпространстве Интернета представлены все традиционные религиозные конфессии и тысячи нетрадиционных религиозных движений. Интернет дает доступ к любым религиозным текстам и неограниченные возможности для общения с единоверцами и обсуждения религиозных проблем. Интернет способствует плюрализации религиозной жизни и формирует пространство для свободного духовного поиска. В то же время Интернет может создавать условия и для формирования «сильной» религиозной идентичности, поскольку становится новым мощным фактором объединения людей. В современном мобильном обществе люди объединяются не по территориальному признаку, а на основании общих интересов. В этом смысле религиозные социальные сети, блоги и форумы религиозной тематики могут теснее объединять единоверцев, чем общий церковный приход. Таким образом, Интернет как мощный канал социокультурной коммуникации может оказывать

влияние на взаимодействие религии с другими сферами общественной жизни, а религиозная идентичность, формирующаяся в Интернете, имеет свою специфику, требующую изучения.

## **Идентичность текста**

Олег Зарапин

Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского

Проблематика идентичности вносит определенную ясность в соотношение похожих друг на друга, но при этом очевидно различных понятий «текст» и «книга». Можно выразиться так, что книга является идентичностью текста. Следует уточнить, это верно не само по себе, а применительно к вопросу восприятия: в качестве чего мы воспринимаем текст? Каким образом его идентифицируем? Здесь напрашивается вариация с некоторым опережением – в какой мере идентичность текста зависит от его положения в реальном мире или виртуальном мире? Если текст идентифицировать с книгой, первое что приходит на ум в этой связи – наличие определенного телесно-перцептуального контекста, который определяет наше восприятие и выступает, выражаясь феноменологическим языком, горизонтом нашей нацеленности на текст. Телесно-перцептуальный контекст проявляется в той особенности нашего восприятия, которую легко наблюдать в следующей ситуации: когда мы держим в руках книгу, даже наугад открытая страница никогда не отделяется от всей книги, осязаемая толщина оставшихся страниц подсказывает нам ее место и мы телесно создаем определенную топографическую картину. В случае, когда текст помещен в виртуальный мир, он лишается телесно-топографических характеристик. Достаточно наугад открыть любую страницу электронной книги, чтобы поймать момент дезориентации: ничто не подсказывает тебе, где ты находишься, это может быть страница введения с таким же успехом, как и страница заключения. Иными словами, следует предположить, что в виртуальном мире мы имеем дело с такой особенностью восприятия текста, при которой меняется его идентичность. В виртуальном мире текст идентифицируется не с книгой, а скорее со слайдом. Что отличает книгу от слайда? Можно было бы сказать, что это различные жанры и среди прочего существенным параметром различия выступает

характер телесно-перцептуального контекста. В случае книги такой контекст задан преимущественно опытом осязания и к тому же он как бы окружает текст снаружи. Для слайда характерна иная расстановка сил: телесно-перцептуальный контекст задан визуально и не располагается снаружи, напротив, он возникает изнутри текста и по мере распространения формирует поверхность видимого изображения, связывает отдельные фрагменты в цельную картину подчас едва заметным образом.

## **Может ли быть у пользователя множество идентичностей в киберпространстве Интернета? Монизм vs. плюрализм**

Надежда Зудилина

Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского

Основной вопрос, который поставлен в докладе – единственна ли идентичность человека в киберпространстве Интернета, или у каждого пользователя их может быть множество? Поскольку пользователь – это, прежде всего, человек, ответ на этот вопрос зависит от того, как мы отвечаем на ряд других вопросов:

- что мы понимаем под идентичностью человека, и каким онтологическим статусом её наделяем?
- считаем ли мы, что у человека одна идентичность, или же у каждого человека множество идентичностей?
- полагаем ли мы, что законы функционирования идентичности тождественны и в оффлайн-, и в онлайн-среде, или они различаются?
- если законы функционирования идентичности в оффлайн- и онлайн-среде различаются, то насколько глубоки эти различия? Затрагивают ли они саму природу идентичности человека или касаются только условий и способов её проявления?

На основе разработанных автором моделей (структурной модели формирования идентичности человека как актуализации её примордиального потенциала и модели виртуальных проекций идентичности как способа формирования идентичности в киберпространстве) проведён анализ ряда аргументов в пользу монизма и плюрализма в трактовке идентичности человека (в том числе, пользователя Интернета), предложены ответы на вышеперечисленные вопросы. Сделан вывод о многоуровневости

и многоаспектности идентичности человека, проявляющихся в пространственном и временном, субъективном и объективном измерениях, и, тем не менее, не нарушающих единства идентичности человека.

Среди прочего, онтологический статус идентичности человека обсуждается с позиций дилеммы Эриха Фромма «иметь или быть?». Рассматривается вопрос, *обладает* ли человек (в том числе, пользователь Интернета) идентичностью/идентичностями, или человек *есть* идентичность/идентичности, и как это соотносится с вопросом единственности/множественности его идентичности/идентичностей?

## **“About Me”: Reconstructing the Concept of Self in Social Media**

Andriy Ignatov

Civil organization “Ukrainian International Forum”

Past studies have shown that online interactive behaviors have greater impact on the reflective reconstruction of self when they are conducted in a public rather than private domain. Thus, the types of information agents choose to present about themselves in a public domain indicate flexibility of personal narratives based on feedback from other agents. Narratives of self in social media fall between private and public types of self-presentation: in the social media context, audiences are selected, but the interpersonal context and the expectation of interaction with others increase the strength of internalization of behavior in social media. This study will analyze the choices agents do to underline certain aspects of their social media self-narrative and their outcomes on self-images of the agents. Relying on available statistics of self-reported facts (“about me” sections) of popular social media (Facebook, Twitter, YouTube, etc.), self-reported intentions for participation in social media (Technorati data), content data, and available live polling of social media agents, the study identifies aspects of self-image formation which agents open up for interactive influences, scrutiny, and appreciation by other social media agents.

# Валюативная матрица интернет-идентичности

Юлия Коротченко

Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского

Проблематика идентичности в современном динамичном мире не утрачивает своей актуальности, приобретая новые аспекты и открывая новые сегменты предмета. Так, сегодня выделяется комплексный феномен интернет-идентичности, специфической по своим ключевым свойствам и топологии. Интернет-идентичность может относиться к субкультурной, политической, религиозной, бытовой сфере. Ее главная особенность – она создается в интернет-пространстве. Представляется важным найти такие способы изучения интернет-идентичностей и стратегий их конструирования, которые, с одной стороны, учитывали бы современные реалии и междисциплинарные наработки, а с другой – говорили бы нам о существенном в таком непостоянном сегодня объекте, каким является идентичность. Мы предлагаем использовать для этого методологию валюативного анализа, предполагающую построение валюативной матрицы, характеристической для интернет-сообщества или идентичности и составляющую их валюатив.

Сначала зададим данную матрицу стандартно, как четверку:  $M_v = |V_1, V_2, V_3, V_4|$ , где:

$V_1$ . Ценности:

- доминирующие (или иногда – доминирующая);
- производные

$V_2$ . Нормы и традиции:

- правовые нормы;
- не закрепленные в правовых документах социальные нормы поведения и морали в целом;
- запреты и разрешения;
- традиции;
- наказания и поощрения

$V_3$ . Пантеон героев и портреты антигероев:

- собственно имена;
- биографии, мифы и легенды, жизнеописания героев и антигероев;

- места почитания живущих героев;
- пантеоны в буквальном смысле – места захоронения героев

#### V<sub>4</sub>. Формы функционирования валюатива:

- язык функционирования валюатива:
  - оценочные маркеры: языковые грамматические и лексические эквиваленты ценностей, норм, возвеличивающие или уничижающие языковые выражения или стили речи;
  - предложения и тексты, содержащие такие маркеры
    - Художественное творчество
    - Идеология

При «набрасывании» валюативной матрицы на Интернет-идентичность или сообщество сквозь ее ячейки проступают важнейшие, конституирующие элементы такой идентичности. Интернет-коммуникационное пространство может быть представлено, таким образом, как территория валюативно конструируемых интернет-идентичностей в номадологическом смысле. Валюативная матрица дает возможность понять, что за идентичность перед нами в своих существенных, константных инвариантах, как они даны на момент анализа, она также может быть применена как модель вновь создаваемых интернет-идентичностей – и в этом эффективность и эвристичность валюативного анализа.

## **Виртуальная идентичность**

### **и типология межличностного общения в социальных сетях**

Василий Малкин

Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского

Переход от эпохи классического Модерна к эпохе Постмодерна охарактеризовался такими явлениями как невозможность замалчивания информации, сетевая экономика, изменение критериев ценности и возникновением новой темпоральности. Время больше не является чем-то ригидным и постоянным, оно пластично и изменчиво, а процессы, связанные со временем в постмодерне размываются. Логичным представляется тот факт, что новая темпоральность оказывает влияние на процессы конституирования субъекта.

Нашей задачей будет проанализировать процесс конституирования субъекта в поле виртуальной реальности, выделить основные механизмы этого процесса и выяснить характерные изменения в процессе виртуального конституирования на каждом из трех его уровней.

Пространство виртуальной реальности предоставляет доступ к обширным базам данных, объединяя в себе функцию кинотеатра, музыкального магазина и библиотеки. В виртуальном пространстве не только обмениваются сообщениями и фотографиями котиков, но и ведут деловую переписку, нанимают на работу и заключают контракты. Виртуальная реальность, как место экзистенции Субъекта, на данный момент перестает быть чем-то патологическим и из ряда вон выходящим, прочно занимая свое место в рамках понятия нормы.

## **Трансформация телесной идентичности субъекта в киберпространстве**

Дарья Николаенко

Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского

Если сравнивать формирование идентичности субъекта в Интернете и за его пределами, то первое и наиболее очевидное различие – степень телесной вовлеченности субъекта в реальные или виртуальные ситуации.

Несправедливо будет сказать, что образ, созданный интернет-пользователем (будь то персональная страница в соцсети или персонаж онлайн-игры) лишен каких бы то ни было телесных характеристик. Как минимум, пользователь имеет возможность либо самостоятельно конструировать тело персонажа, либо демонстрировать собственное тело на фотографиях.

Сегодня мы, как правило, имеем дело с так называемой третьей формацией дигитальной телесности – «телом-эмуляцией», т.е. двухмерной моделью тела пользователя (реально представленного или сконструированного), которое является одним из способов самопрезентации человека в Сети. На наш взгляд, основное отличие между телесной самопрезентацией человека в виртуальной и в базовой реальности заключается в том, что виртуальная реальность не предоставляет человеку возможности

использовать собственные телодвижения в качестве средства самопредставления, а также использовать собственное тело для погружения в виртуальную ситуацию.

Таким образом, как таковой телесности в виртуальном пространстве, то есть, ощущения собственного виртуального тела и себя как тела, вовлеченного в определенную виртуальную же ситуацию, пользователь лишен. Иными словами, он может видеть изображение тела своего персонажа, в том числе и трехмерное, но не способен ощущать его как непосредственный проводник и источник собственных интенций. Интенции субъекта, лишенные возможности непосредственно воплощаться в его телодвижениях, как это происходит в «базовой реальности», реализуются путем манипуляции с помощью устройств ввода информации и интерфейсов используемых приложений. То есть, реальное тело субъекта участвует в виртуальной ситуации лишь косвенно – оно осуществляет манипуляции с клавиатурой, мышью или тачпадом, выполняя движения, отличные от движений персонажа. Это обстоятельство препятствует полной вовлеченности субъекта в виртуальную реальность. «Тело-эмуляция», в отличие от собственного тела субъекта, способно рассматриваться как объект.

Впрочем, осуществляемый с помощью новейших технологий постепенный переход к четвертой формации дигитальной реальности – «телу-интерфейсу», посредством симуляторов включающему пользователя в осязаемую виртуальную реальность, указывает на тенденцию к стиранию границы между базовой и виртуальной реальностью. Возникает виртуальный аналог тела-субъекта, отличительной особенностью которого, по сравнению с реальным телом, является его материальная неукорененность. Соответственно, материальное тело как место присутствия, как условие бытия, может оказаться под вопросом.

Не вызывают сомнений колоссальные изменения, которые будет вынуждена претерпеть культура под влиянием новых типов телесности. Проводившиеся на протяжении XXв, исследования представили тело как источник культурных смыслов, более того, являющийся способом укорененности человека в бытии, и один из основных вопросов, стоящих перед новыми коммуникационными технологиями, – это вопрос о том, не окажется ли отрыв интенций человека от его материального тела губительным и для культуры, и для самого человека.

## **Интернет и эпоха «нового средневековья»**

### **(интуиции стороннего наблюдателя)**

Лора Рыскельдиева

Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского

1. Интернет-реальность эксплицирует (или иллюстрирует) расхожие метафоры 20 века, сравнивающие близкое будущее с далеким прошлым: «новое средневековье» (Н. Бердяев), «средние века уже начались» (У. Эко). Если П. Гуревич охарактеризовал средневековый мир как «культуру безмолвствующего большинства», то именно в Сети пресловутое большинство, образующее так называемую массовую культуру, обретает голос и подвергает радикальному «эпохэ» традиционную элиту. Сколько бы мы ни сетовали на разрушение традиций, сохраняются те из них, что нашли себе и виртуальную жизнь.

2. Интернет-коммуникация посрамляет так называемый буржуазный индивидуализм – пресловутому «я» теперь противостоит сетевое «мы», образованное всегда открытым множеством «я», нашедших (пусть иногда и ошибочно) своих. Сама структурированность Сети и наличие внутри нее множества сетей заставляет самоидентифицироваться - даже у так называемых «фланёров» или «сёрферов» есть свои способы сетевой коммуникации. Реальные последствия такого «мы» хорошо видны не только во флэшмобах, но и в различных феноменах политической активности на реальных улицах и площадях.

3. Мировая экономика переводит в Сеть значительную часть бизнес-коммуникации, не допускающей анонимность и с легкостью преодолевающей пространственно-временные границы. Такая интернационализация деловой активности расширяет неанонимный – идентифицированный сегмент интернета, а возрастающие возможности видеосвязи ставят в тупик воображение реалиста.

4. Гуманитарные и идеологические возможности демонизации виртуальной реальности, так успешно эксплуатирующиеся и в наши дни теми, кто считает себя интеллектуальной элитой, подходят к концу. Интернет – еще одна реальность, в которой большинство обретает свою идентичность, и этот процесс требует спокойного и вдумчивого изучения.

# Инструменты конструирования идентичности в компьютерных играх

Виталий Степанов

Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского

В последние годы наблюдается тенденция в компьютерных играх всячески укрепить связь между игроком и игровым миром (персонажем игры). Если раньше это было заметно только в определённых жанрах (например, RPG), то теперь, данное явление можно наблюдать повсеместно. Онлайн игры стараются укрепить статус онлайн через привлечение социальных сетей, форумов и т. д. Оффлайн игры всячески внедряют элемент онлайн через системы достижений (achievements), специальные возможности, которые открываются только в многопользовательском режиме и т.п. Таким образом, совершается целенаправленное частичное слияние социальных сетей, форумов и компьютерных игр.

Здесь важно понять, благодаря чему формируется игровая идентичность.

Инструменты создания игровой идентичности:

- 1) Создание имени;
- 2) Настройка внешности персонажа (машины, робота, животного, игроков футбольной команды и т.д.);
- 3) Настройка индивидуальных качеств персонажа (атрибуты, характеристики, голос, поза, свечение, направленность);
- 4) Индивидуальное развитие;
- 5) Игровое имущество;
- 6) Достижения;
- 7) Френдлист.

Из перечисленных инструментов наиболее важными являются первые три.

Базовый способ конструирования игровой идентичности – это создание игрового имени. Интересно, что это и исторически первый способ, сложившийся в индустрии компьютерных игр. Так в самых первых играх игроки набирали очки, и когда игра заканчивалась им предлагали ввести слово или имя из трёх букв. Установить рекорд – оставить запись (to record). Сейчас этот способ дополняется паролем и вместе формируют ключ к игровому миру или к киберпространству вообще.

Второй наиболее значимый для большинства случаев способ – настройка индивидуальных качеств персонажа. Для некоторых игр на втором месте будет идти внешность, так как разброс возможных типов внешности в них гораздо больше, чем других качеств, и внешность имеет гораздо больше значения. Здесь игрок может реализовать свои предпочтения в предоставляемом ему игровом мире, и от выбора данных качеств часто будет зависеть судьба персонажа.

Если рассматривать игры последних и лет и более ранние, обнаруживается, что в последних гораздо больше развиты инструменты создания игровой идентичности. Из чего можно сделать вывод: разработчиками замечено, что чем больше игра предоставляет возможностей для настройки персонажей, тем более популярной становится игра. Однако возможности и популярность находятся в прямой связи лишь до определённого момента, после которого – это выглядит как ненужное усложнение. Таким образом, для компьютерных игр вовсе не нужны абсолютно безграничные возможности, не нужно и максимальное приближение в реальности. Напротив, необходимо поддерживать меру между схожестью с реальностью и самим игровым элементом.

Использованная литература.

1. Grant Tavinor. The art of videogames / Grant Tavinor. – Hoboken: Wiley-Blackwell, 2009. – 240 p.
2. Bernard Perron .The Video Game Theory Reader 2, Volume 2 / Bernard Perron, Mark J. P. Wolf. – Abingdon: Routledge, 2003. – 304 p.

## **Аксиологический аспект идентичности в киберпространстве интернета**

Анастасия Турпетко

Таврический национальный университет имени В. И. Вернадского

Современное общество продолжает испытывать дискомфорт, возникший вследствие усиливающейся неопределенности ценностей, образующих идентичность его членов. Большинство исследователей высказывает пессимистические прогнозы по поводу возможности выявлять общезначимые и универсальные ценности. На смену традиционного социального мира, регулируемого ценностями, приходит мир *коммуникативный*, находящий свое осуществление, в частности, в интернете. Некоторые

исследователи (*П. Далгрэн*) используют термин поздней современности для описания сложившейся ситуации. В условиях «поздней современности» ценности и идентичности оказываются под вопросом, что само по себе является проблемой, поскольку они определяют поведение человека. Одной из причин изменения мира в данном смысле выступает тот факт, что коммуникация теперь приобретает новый вид благодаря трансформации медиа в условиях интернета. Интернет создает новую степень вовлеченности: в киберпространстве интернета, в отличие от традиционных средств массовой информации (телевидение, радио, пресса), где информация, подобно свету распространяется от источника к ее потребителям в одном направлении, происходит интерактивная массовая коммуникация, в которой каждый пользователь имеет возможность изменить направление информации и повлиять на ее содержание. В процессе интерактивной массовой коммуникации значимости могут динамично изменяться, а вновь актуализированные сущности могут приобретать новые значимости. Понятие культурного гражданства тесно связывается понятием онлайн участия (*online participation*), которое неразрывно с общественным участием как таковым (*public participation*) (*П. Далгрэн, Т. Асканиус* и др.) Непрерывающиеся дебаты о том, является ли онлайн участие в общественной жизни столь же действительным и эффективным свидетельствуют о кардинальных изменениях в коммуникативном сообществе. Коммуникативное сообщество выдвигает на передний план вопросы *значимости и притязаний на значимость* участников коммуникации. Серьезные изменения происходят и в аксиологии: трансцендентальная прагматика коммуникации приходит на смену классической аксиологии, вытесняя понятие «*ценности*» и заменяя его понятием «*значимости*». Нагруженное тяжелым онтологическим смыслом, понятие «*ценности*», обладающее свойством удобно транслироваться с помощью традиционных средств массовой информации, органически трансформируется в киберпространстве интернета в понятие «*значимости*». Значимость является трансцендентальным понятием, а потому легко вписывающимся в аксиологическую модель коммуникации в Интернете.