

УДК: 167.7

СЕМАНТИКА ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Шапиро О.А.

В статье предложены основания для логического моделирования информационного поля Интернета. Автор берет за основу двухуровневую структуру, в которой глобальному уровню будет соответствовать все пространство Сети в целом, а локальному – только узкая выборка ресурсов, к которым регулярно обращается пользователь. Соответственно, в качестве семантической основы интерпретации глобального уровня предложена семантика возможных миров С.А. Крипке с соответствующими смысловыми интерпретациями применительно к сетевому дискурсу, а для локального уровня – аргументативная семантика. В конце статьи автор показывает, каким образом пользователем совершается переход от локального уровня и обратно, демонстрируя этим целостное единство предложенной модели.

Ключевые слова: Интернет, модель, коммуникация, информация, аргументативная семантика, семантика возможных миров, четырехзначная логика.

Мейнстримом современных социально-гуманитарных исследований можно считать изучение различных аспектов коммуникации. Среди них не последнее место занимает изучение коммуникации виртуальной, все больше вытесняющей непосредственное человеческое общение. Однако, мы пока что можем говорить скорее о разобщенных попытках анализа частных проблем Интернета; единой модели виртуального взаимодействия до сих пор нет. В свете этого возникла потребность в некотором обобщении имеющихся наработок и построения на их основании модели анализа виртуального пространства. При этом наиболее базовыми вопросами кажутся вопросы семантического характера, определяющие множество значений модели виртуальной коммуникации и способы их выражения в знаковой форме. Некоторые идеи по этому поводу уже были изложены в статье «Семантические основания моделирования коммуникативного дискурса в Интернет-пространстве» [7]; сейчас пришло время их развить и дополнить.

Начнем с того, что проведем ревизию современных текстов, посвященных виртуальному пространству. Первое, что бросается в глаза – то, что до недавнего времени само понятие «виртуальное пространство» рассматривалось не как синоним Интернета, а как некая игровая реальность (в том числе – включающая в

себя имитацию физиологических ощущений с помощью специальных перчаток, шлемов и пр.). К исследователям этой волны можно отнести О.А. Антонову, С.В. Соловьева, G. Burdea, P. Goiffet, M. Heim, K. Perason и многих других. Сегодня фокус исследований Интернета сместился в сторону on-line коммуникации – в первую очередь, социальных сетей и блогосферы, которые являются наиболее репрезентативными Интернет-платформами в этом вопросе. Данному ракурсу проблемы посвящен даже отдельный журнал, издаваемый International Communication Association – Journal of Computer-Mediated Communication (издается в университете Пенсильвании); в отечественной литературе – это работы А.А. Зенько, А.В. Куликовой, В.М. Сазонова, Т.И. Стексовой, Г.Г. Почепцова и др. Обратим внимание на то, что гуманитарное исследование виртуальности игрового типа в целом рассматривается как поле философской проблематики (так, О.А. Антонова и С.В. Соловьев даже претендуют на конструирование некоей новой онтологии). Коммуникативный же срез Интернета оказывается в кругу исследовательских интересов всех, кто в принципе заинтересован в изучении коммуникативных процессов – филологов, журналистов, социологов, политологов, специалистов в сфере PR-технологий и прочих; он изобилует скорее прикладными исследованиями, нежели глубокими теоретическими обобщениями. Есть и чисто логическое исследование – работа известного российского логика В.И. Шалака «Логический анализ сети Интернет», которая на сегодняшний день выглядит наиболее обобщающим исследованием в этой области, но при этом концентрируется скорее на технических аспектах Глобальной сети, нежели на коммуникативных [5].

Далее мы попробуем сформулировать семантические основания для логического моделирования коммуникативного пространства Интернета (ведя речь преимущественно об информационном поле, внутри которого могут совершаться коммуникативные акты и коммуникативные действия), а также посмотрим, какие следствия влечет за собой принятие таких оснований.

Заводя речь о формулировании семантических оснований чего бы то ни было, мы говорим фактически о формулировании некоторого метаязыка и приписывании ему определенных правил интерпретации, приводящих во взаимоотношение соответствия знаки этого метаязыка с их значениями. Соответственно, нам кажется удобным начать исследование с обсуждения самих этих значений, а потом уже переходить к поиску удобных способов их обозначения и фиксации отношений между значениями и знаками. В логике (в том числе неформальной) о коммуникации говорят в терминах как истинности/ложности, так и выигрышности/проигрышности, правдоподобности/неправдоподобности и пр. Чтобы остановиться на каком-либо из этих вариантов, нам необходимо понять характер виртуального коммуникативного текста, принципы циркуляции в сетевой среде информации и «шумовых» сообщений, – в общем, как сказал бы Л. Витгенштейн, правила игры, принимаемые пользователями сетевого сообщества.

Современные гуманитарные исследования (не только логические) изобилуют вариациями на тему понимания коммуникативного дискурса в его целостности, от построения жестко формализованных игровых коммуникативных моделей с

четко определенными правилами хода и интерпретационными правилами приписывания значения выигрыша/проигрыша исходу игры, до полного отказа от формализации и сосредоточение на анализе речевых коммуникативных приемов в современной неформальной логике. Выбор того или иного подхода обычно зависит от конкретных дискурсивных особенностей анализируемых коммуникативных текстов. Однако в нашем случае возникает принципиальная проблема: анализ виртуальной коммуникативной среды показывает, что фактически существует два уровня получения информации on-line, являющихся базисом для совершения коммуникативных действий (при этом не важно, будет пользователь играть пассивную роль адресата сообщения, или активную роль автора):

- Глобальный уровень Интернет-пространства, включающий в себя всю полноту информации, содержащейся в Сети.
- Локальный уровень конкретного интернет-ресурса (сайта, платформы), репрезентирующий некоторый срез информации, неполной и условно стремящейся к непротиворечивости, фактически отвечающий за формирование картины реальности у пользователей.

По-видимому, каждый из этих уровней Интернет-пространства требует построения собственной семантики, причем важно, чтобы они были принципиально соотносимы между собой. Это связано с отличием в наборах смысловых структур. На глобальном уровне Интернет является открытой системой, масштабным информационным массивом, содержащим всю полноту противоречивых данных. На локальном же уровне между полнотой и непротиворечивостью выбор делается в пользу непротиворечивости, а информация, не отвечающая заданной на конкретном сайте системе ценностей и норм, маркируется как ложная или абсурдная. То есть, локальный уровень оказывается замкнутым, с собственными правилами интерпретации информации и четко обозначенной иерархией смыслов и уровней доверия различным источникам. Соответственно, нам нужно рассмотреть по отдельности каждый из уровней, и после этого обсудить, как может быть осуществлен переход с одного уровня на другой.

Глобальный уровень Сети: полнота информации

Для моделирования сложной системы, изобилующей противоречивой информацией, по-видимому, следует обратиться к семантике возможных миров С.А. Крипке [9]. Что же это такое – «возможный мир»? Понятие восходит еще к Г. Лейбницу, однако за прошедшие несколько сотен лет его смысл заметно трансформировался. Известный современный российский логик Е.Д. Смирнова пишет: «Знание релятивизировано относительно различных обстоятельств: времени, места, лиц и т.д. В семантике возможные миры могут трактоваться как объективные или субъективные обстоятельства, при которых осуществляется акт суждения»; таким образом, возможные миры представляют собой «некоторый кортеж факторов, которые мы хотим учитывать, оценивая высказывание как истинное или ложное» [4, с. 134]. Итак, мы можем говорить о возможном мире как о некоторой картине восприятия реальности, обусловленной зачастую случайными и субъективными обстоятельствами, провоцирующими нас однозначно оценивать новую

информацию, найденную на просторах Сети, как истинную, ложную (в сетевых сообществах даже есть специальный термин – «фейк») или «неопределенную». При этом если в реальной коммуникации субъективными обстоятельствами может выступать конкретный контекст восприятия информации и прагматический срез ее интерпретации, то в коммуникации виртуальной мы будем вести речь об особенностях локализации информационных сообщений, которые будут включать информационное поле сайта, на котором они размещены, а также сайты, связанные с исходным прямыми ссылками. Соответственно мы можем говорить об оценке информации, размещенной в конкретном сообщении, только в контексте оценок общего массива информации по выбранному вопросу, которую можно получить при конечном количестве переходов по непосредственным ссылкам, содержащимся на странице. Предлагаемая информация по вопросу может быть противоречивой или нет; в результате ей может быть приписано одно из истинностных значений четырехзначной логики Дана-Белнапа [1; 8]:

T – истина (все доступные источники информации непротиворечивы и подтверждают данные анализируемого сообщения);

F – ложь (все доступные источники информации непротиворечивы и опровергают данные анализируемого сообщения);

B – пресыщенная оценка «и истина, и ложь» (доступны источники, равнозначные по приписываемой им пользователем степени достоверности, содержащие противоречивую информацию касательно оценки анализируемого сообщения);

N – истинностный провал «ни истинно, ни ложно» (нет доступных альтернативных сообщений по анализируемому вопросу).

Такой набор истинностных значений кажется оптимальным для анализа большого массива разнородной и часто противоречивой информации, которой невозможно приписать однозначное истинностное значение еще на «входе» в систему, а необходимо интерпретировать по факту выявления или невыявления противоречий. Понятно, почему именно эта модель выбирается для компьютеро-опосредованной коммуникации: собственно, сам Н. Белнап формулировал ее в контексте вопроса «как должен рассуждать компьютер?», а современный украинский логик Я.В. Шрамко красноречиво обосновывает ее использование при анализе работы многоуровневых компьютерных систем [10].

Суммируя все вышесказанное, получаем базовый набор постулатов, следующих из приложения семантики возможных миров к моделированию информационного пространства Глобальной сети:

В качестве «возможного мира» в виртуальном пространстве рассматривается отдельный сайт или кортеж сайтов, связанных между собой прямыми перекрестными ссылками.

Отношения достижимости между «возможными мирами» (сайтами) определяются через непротиворечивость содержащейся в них информации. Возможные миры w_1 и w_2 будут находиться в отношениях достижимости тогда и только тогда, когда оценки истинностных значений каждого сообщения в мире w

будут совпадать с оценками истинностных значений соответствующих им сообщений в мире u :

$$wRu \leftrightarrow \{A_w \leftrightarrow A_u, B_w \leftrightarrow B_u, \dots\}.$$

где R – отношение достижимости между мирами w и u ; A_w, B_w, \dots – высказывания в мире w , а A_u, B_u, \dots – соответствующие им высказывания в мире u . Содержательно эту формулу мы можем прочесть следующим образом: два возможных мира находятся в отношении достижимости тогда и только тогда, когда информация на сайтах, исчерпывающих объем данных возможных миров, является непротиворечивой. При этом очевидно, что требование полноты возможных миров не ставится.

Отношения достижимости в нашем подходе будут обладать всеми классическими свойствами, легко интерпретируемыми содержательно:

Рефлексивность: возможный мир w находится в отношении достижимости к самому себе:

$$wRw.$$

Содержательно рефлексивность при использовании интернета может быть интерпретируемо как возможность свободно курсировать между различными страницами одного виртуального ресурса без риска получить несовместимую по своим истинностным значениям информацию.

Транзитивность: если из возможного мира w достижим возможный мир u , а из возможного мира u достижим возможный мир v , то из возможного мира w достижим возможный мир v :

$$(wRu \ \& \ uRv) \rightarrow wRv \text{ (обратное не верно).}$$

Это свойство санкционирует поиск дополнительной информации, не противоречащей базовой концепции, на сторонних ресурсах с целью ее расширения – т.е. снимает риск перехода истинностного значения из Т/Ф в В.

Симметричность: если возможный мир w находится в отношении достижимости к возможному миру u , то возможный мир u находится в отношении достижимости к возможному миру w :

$$wRu \leftrightarrow uRw$$

Таким образом, во время Интернет-серфинга при условии достижимости каждого последующего сайта из предыдущего возврат к более раннему источнику никогда ни на каком шаге не приведет к возникновению пресыщенной оценки В.

Содержательная интерпретация рассмотренных свойств дает возможности рассматривать специфику Интернет-навигации для каждого отдельного пользователя Глобальной сети, осуществляющего выбор тех или иных сайтов на основании факта их (не)достижимости из ранее оцененных как достоверные источников информации; такая навигация позволяет субъекту в условиях наличия неограниченного количества противоречий в сети оставлять сохранным и непротиворечивым свой собственный когнитивный мир.

Приписывание сообщениям значения пресыщенной оценки В подразумевает, что ресурсы, дающие противоречивую информацию по поводу одного и того же вопроса, не находятся в отношениях достижимости, а истинностный провал N

формально может рассматриваться как запрос к поиску дополнительной информации.

Локальный уровень Интернет-пространства: неполнота ради непротиворечивости

Локальный уровень моделирования Сети предполагает существенное изменение подхода. Сознательно выбирая в качестве достоверных один или несколько тесно связанных сайтов, мы фактически локализуем модель в рамках одного возможного мира, принимая его в качестве мира реального. Таким образом, мы переходим от рассмотрения соотношений истинностных значений в разных секторах Интернет-пространства к анализу специфики восприятия информации, предлагаемой конкретным Интернет-ресурсом среднестатистическому пользователю. Соответственно, имеет смысл брать за основу не семантику возможных миров, а аргументативную семантику, оперирующую понятиями убедительности и правдоподобности. В.В. Навроцкий пишет, что эта семантика «... исходит из того, что убеждения как выводы отдельных шагов аргументации, можно пересматривать, однако это не означает, что при этом необходимо пересматривать их допущения... Главной чертой аргументативной семантики является демонстрация зависимости убеждений от аргументов [3, с. 93]. То есть, фактически мы должны исследовать тот способ аргументации, который приводит к тому, что пользователь выбирает среди всех наличных в Сети ресурсов один – наиболее правдоподобный, и уже от него протягивает ниточки достижимости ко всем остальным приемлемым для него сайтам и платформам.

Итак, основное понятие аргументативной семантики – понятие приемлемости допущений, из которых на основании правдоподобных (реже – дедуктивных) рассуждений делаются соответствующие выводы, в результате чего общий массив информации субъективно оценивается в рамках четырех истинностных значений. Этот процесс проходит в несколько этапов (шагов):

1. Ознакомление с информационным массивом Интернет-ресурса.
2. Сопоставление полученной информации с собственным когнитивным миром и поиск противоречий в оценках уже известной информации.
 - 3.1. При выявлении противоречий – отказ принимать ресурс как заслуживающий доверия и поиск нового ресурса (возврат к шагу 1) либо корректировка ряда положений собственного когнитивного мира (что фактически бывает значительно реже).
 - 3.2. В случае отсутствия противоречий – принятие Интернет-ресурса как адекватного и надежного источника информации.
4. Добавление новой, ранее неизвестной информации, почерпнутой из принятого на шаге 3.2 источника, в собственный когнитивный мир.

Таким образом, ключевыми оказываются шаги 2 и 3, содержательно представляющие собой ревизию сайта на предмет приемлемости предлагаемых им допущений. Для того, чтобы успешно пройти эту ревизию, авторы сайта, заинтересованные в увеличении своей аудитории, обращаются к различного типа уловкам. В качестве таковых используются стереотипы (подробно об этом механизме пишет С. Кара-Мурза [2]), аргументы *ad hominem*, аргумент к авторитету

и прочее. Также в Интернет-среде сегодня развивается новый механизм убеждения, связанный с наглядной демонстрацией точки зрения большинства в виде «лайков» и «репостов» информации¹. Эти маркеры воспринимаются пользователями как дополнительный аргумент в пользу доброкачественности источника (хотя фактически являются инструментом PR-а).

Каким же образом соотносятся два уровня Интернет-навигации? Попадая в виртуальную среду, пользователь с необходимостью должен некоторым образом маркировать сетевое пространство, разделив всё и вся в нем на «своих» и «чужих». Этот процесс изначально идет стихийно – случайным образом он обращается к разного рода сайтам, аргументативные стратегии которых убеждают его в надежности ресурса либо нет. Таким способом происходит выбор сайтов, условно принимаемых пользователем в качестве эталонных. Как только этот отбор осуществлен, все остальные ресурсы начинают сопоставляться с эталонными на предмет непротиворечивости (т.е., устанавливается наличие отношений достижимости). Кстати, этот же механизм работает и при анализе ресурсов, выглядящих внутренне противоречивыми – таких, как социальные сети и блоги, формируемые самими пользователями и содержащие все многообразие точек зрения по самым различным вопросам. В этом случае при выборе эталонов и достижимых из них страничек речь идет не обо всем ресурсе в целом, но о его конкретных разделах (группы в социальных сетях VKontakte и Facebook, выборка блогов конкретных авторов, формирующих френд-ленту). Конечно, периодически возможен пересмотр пользователем своих убеждений, – однако, хотя конкретные странички-эталонные могут меняться, структурно описанная модель будет оставаться постоянной и универсальной для среднего пользователя Сети.

Список литературы

1. Белнап, Н. Об одной полезной четырехзначной логике / Н. Белнап // Н. Белнап, Т. Стил. Логика вопросов и ответов. – М.: «Прогресс», 1981. – С. 240-565.
2. Кара-Мурза, С. Манипуляции сознанием / С. Кара-Мурза. – М.: Эксмо, 2005. – 832 с.
3. Навроцький, В.В. Аргументаційна семантика / В.В. Навроцький // Філософська думка. – 2009. – №4. – С. 92-101.
4. Смирнова, Е.Д. – Основы логической семантики / Е.Д. Смирнова. – М.: Высш. шк. – 1990. – 144 с.
5. Шалак, В.И. Логический анализ сети Интернет / В.И. Шалак. – М.: ИФ РАН, 2005. – 97 с.
6. Шапиро, О.А. Массовая коммуникация в on-line измерении: смена парадигмы / О.А. Шапиро // Вісник національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2013. – №2(16). – С. 57-65.
7. Шапиро, О.А. Семантические основания моделирования коммуникативного дискурса в Интернет-пространстве / О.А. Шапиро // Вісник національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2014. – №3(22). – С. 50-56.
8. Dunn, M. J. Four-valued logic [Электронный ресурс] / Michael J. Dunn. – Access mode: <http://philpapers.org/rec/JMIFL> (дата последнего обращения 15.10.2015).

¹ Подробнее об этом – в статье «Массовая коммуникация в on-line измерении: смена парадигмы» [6].

9. Kripke, S. A. Naming and Necessity / Saul A. Kripke. – Great Britain: Billing and Sons Ltd, Worcester, 1990. – 160 p.
10. Shramko, Y. Truth and Falsehood. An Inquiry into Generalized Logical Values / Y. Shramko. – Springer, 2011. – 250 p.

Shapiro O.A. The Semantics of Virtual Communication// Scientific Notes of Crimea Federal V.I. Vernadsky University. Philosophy. Political sciences. Culturology. – 2015. – Vol. 1 (67). – № 2. – P. 61-68.

The foundations for the logical simulating of the Internet informational field are offered in the article. The author takes as a basis two-level structure of the Network. The first is global level, which represents all the information in the Internet on the whole; the second is local level, in this level we take into account a few sites which the user serves only. Different levels need different semantic grounds; so, analyzing the global level we should use the possible world semantics (by Saul A. Kripke) and complete it with appropriate sense interpretations of the specific network discourse. For the local level we should use the argumentative semantics, which consists in the analysis of assumption acceptability in persuasion process. In the end of the article the author shows, how the user could commit a transfer from one level to another and repeat; in this way we can see integrity and unity of the offered model.

Keywords: The Internet, model, communication, information, argumentative semantics, possible worlds semantics, four-valued logic.

References

1. Belnap, N.D. A Useful Four-Valued Logic / N.D. Belnap // Belnap N.D., Steel Th. B. The logic of questions and answers. – Moscow, 1981. – P. 240-284.
2. Kara-Murza, S. Manipulation of Consciousness / S. Kara-Murza. – Moscow, 2005. – 832 p.
3. Navrotsky, V. Argumentative Semantics / V. Navrotsky // Philosophical Reflections. – 2009. – №4. – P. 92-101.
4. Smirnova, E. Logical Semantics Grounds / E. Smirnova. – Moscow, 1990. – 144 p.
5. Shalack, V. Logical Analysis of the Internet / V. Shalack. – Moscow, 2005. – 97 p.
6. Shapiro, O. Mass Communication in the On-Line Dimension: Change of the Paradigm / O. Shapiro // Messenger of the National University “Yaroslav Mudry Law academy of Ukraine”. – 2013. №2(16). – P. 57-65.
7. Shapiro O. Semantic Grounds of Communicative Discourse Simulation in the Internet-Space / O. Shapiro // Messenger of the National University “Yaroslav Mudry Law academy of Ukraine”. – 2014. – №3(22). – P. 50-56.
8. Dunn, M. J. Four-valued logic [Электронный ресурс] / Michael J. Dunn. – Access mode: <http://philpapers.org/rec/JMIFL> (15.10.2015).
9. Kripke, S. A. Naming and Necessity / Saul A. Kripke. – Great Britain: Billing and Sons Ltd, Worcester, 1990. – 160 p.
10. Shramko, Y. Truth and Falsehood. An Inquiry into Generalized Logical Values / Y. Shramko. – Springer, 2011. – 250 p.