

Етика 2.0

или има ли етика в Интернет?

Красимира Манова

Две са основните предпоставки на говоренето за етика в Интернет:

- етичното като фактор и елемент на т.нар. виртуална култура.
- Спецификата на съвременното технологично развитие според влиянието му върху човешкото мислене и поведение

Във връзка с първата предпоставка един кратък преглед на понятието морал ни дава напътствието, че моралът е предмет на изследване и изучаване от страна на етиката. Но също че моралът съществува и е възможен там, където има човешко общуване, общност на хора. В това е и спецификата на човешката социалност – човешкото общество е немислимо без общуване и комуникация на човешките същества, които са толкова повече свързани/социални, колкото повече общуват помежду си, и обратно – с колкото повече възможности за свързване разполагат, толкова по-общителни/морални стават. Следователно, за морал и етика като елементи на виртуалната култура можем да говорим, доколкото разполагаме с виртуално присъствие и се разпознаваме като членове на виртуално общество. Именно такава присъствие и общество предлага Интернет.

Както повечето технологични революции, така и Интернет започва съществуването си във военен департамент - военният департамент на САЩ, който в отговор на изстрелването на „Спутник“ от Русия, създава ARPA (Advanced Research Project Agency). Демонстрираната през 1969 г. комуникация между компютри дава и името мрежата – ARPANET, превърнала се през следващите години в световна. Самото понятие „Интернет“ се използва за пръв път за описание на единна глобална мрежа в статия от 1974 г., а през 1988 година в нея се включват и комерсиални компании. Масовото разпространение на Интернет започва след 1991 година. Създаден най-напред за целите на военните, а по-късно на академичните среди, Интернет първоначално е затворен за масовия потребител. Затова и дебатите относно етиката в него започват в един значително по-късен етап от

съществуването и развитието му, когато мрежата се „отваря” и може да приюти всеки свой посетител.

Според проучване на AMD, през 2009-та, броят на интернет потребителите е 1.5 милиарда.(6) Сами по себе си тези и данни са достатъчно красноречиви относно възможността да използваме като термин Интернет общество за означаване на връзките и отношенията, в които встъпват и чрез които взаимодействат ползващите възможностите за комуникация, предлагани от тази мрежа. Една от първите такива възможности, която е масово използвана и днес, е електронната поща, изтласкала в миналото епистоларния жанр, но и усещането за „живо“ писмо.

Скоро след въвеждането ѝ, тя става най-значителната част от ARPANET. Но както всяка технология, така и тази има освен предимства и недостатъци. Макар че ни отнема много по-малко усилие и време, за да напишем и изпратим съобщение, електронната поща си остава „поща”, т.е. не предполага комуникация в реално време и това, което искаме да комуникираме може да отнеме секунди, часове, дни, седмици, за да достигне до своя „адресат”. С други думи, липсва интерактивността, съпътстваща говоренето и предпочитана от тези, които искат в реално време да виждат, чуват и разбират своите събеседници. Именно това предпочитание удовлетворява появата на чат стаите. Благодарение на тях за пръв път става възможна интерактивната комуникация не само между човек-човек, но и между човек – общност. Във връзка с тези два типа комуникация възниква и неологизмът „нетикет“ (от думите „интернет“ и „етикет“) Предназначението му е да предостави норми на етично поведение, съобразени със спецификата на общуването между хората в Интернет пространството.

През Октомври 1995 година излиза статия със заглавие „Netiquette Guidelines”(7) на Сали Хембридж от Intel Corporation. В нея се описват правилата за поведение в интернет пространството между човек-човек, или по думите на самата авторка „ако бяхме лице в лице – в диалог помежду си“(8) , както и между човек-общност. Правилата фиксират общуването с email , чат разговори и пощенски списъци. Само десет години по-късно някои от тях започват да изглеждат смешно на фона на бързата промяна на технологиите, което не намалява обаче значимостта им на първи ясно обосновани правила за това, кое е морално изискуемо и етично приемливо като поведение в Интернет.

Типичен пример за еволюцията на нетикета е виртуалният подпис на потребителя в електронната поща. Докато през 1995 г нетикетът препоръчва на потребителите само четири реда за подпис поради платеността на услугата пренос на данни, тъй като един по-дълъг подпис ще изисква и по-високо заплащане, днес това изискване не важи. Потребност от спазване на нетикет има при всички форми на компютърно общуване: електронна поща, чат приложения, интернет форуми и онлайн общности. Правилата най-общо зависят от вида на комуникацията - дали тя е междуличностна или групова, формална или неформална, частна или публична, синхронна (в реално време) или асинхронна, дали е на роден или чужд език.

Такива основни правила съществуват, макар че всяко отделно общество във вид на форум, чат стая или пощенски списък създава свои формални (писани) правила. Правилата на поведение започват да засягат както съдържанието, така и формата на общуване. По отношение на съдържанието недопустими стават отпращането на заплахи и намесите в личните пространства, толерирането на теми извън главната тема на разговор (offtopic discussion).

По отношение на формата за пример може да послужи писането само с главни букви като израз на агресия, употребата на прекалено много акроними или използването на „шльокавица“ (латиница в български форуми). Въпреки конкретните различия, едно правило е общовалидно и обикновено поставяно на първо място в ръководствата: "Никога не забравяйте, че отсреща стои човек, когото можете да нараните емоционално." Или както го формулира авторката на първата книга по нетикет, Виржиния Ший: "В Интернет никога не бива да правиш нещо, за което смелостта не би ти стигнала на живо".

Непрекъснатото развитие на интернет услугите и технологиите налага въвеждането на понятието Web 2.0, акцентиращо върху случващото се в момента интерактивно и съвместно съществуване в интернет пространството. Блогове, форуми, социални мрежи, Уики-та са само част от многото проявления на тази нова мрежа. Правилата за поведение в „старата мрежа“ Web 1.0, се пренасят в новата Web 2.0.

Но какво всъщност е социална мрежа?

„Когато компютърна мрежа свързва хора или организации, това е социална мрежа.“ Социалните мрежи, като такива станаха ключови в новото, постмодерно интернет общество. Тези сайтове имат проста мисия - да свържат в една мрежа съществуващи

подобни обществени връзки, било то приятели, колеги, състуденти или хора с еднакви интереси. Двата най-големи сайта с това предназначение MySpace и Facebook, демонстрират желанието на потребителите им не само да се свържат с „приятели“, но и да общуват публично с тях, споделяйки ежедневните си занимания. Подобно желание несъмнено е характерно за всеки „обществен“ индивид. Веднага следва да уточним обаче, че подобен начин на комуникация и общуване е характерен предимно за поколението, родено след 1970 година, т. нар. Интернет поколение, израснало с чат стаите, мейлинг листите и интернет игрите. Разрастването и разпространението на социалните мрежи стана възможно именно с помощта на това поколение. Малцина знаят, че Facebook започва своето съществуване най-напред като един сайт за състуденти от Харвард, впоследствие се разгръща като мрежа от студентите във всички американски университети, а от 2006-та той става достъпен и „отворен“ за всеки интернет потребител. В момента има 7.5 милиона потребители и е най-големият сайт за млади потребители между 18 и 24 години.

Другият голям социален сайт – MySpace, е характерен с една от иновациите на Web 2.0 - възможността за интегриране на видео и аудио в страниците на потребителите. Музикантите, например, могат да публикуват свои песни или части от тях, видео или снимки от концерти. Техните приятели, но най-вече фенове, ги насърчават с коментари и очакват новите им. Разбира се, подобна връзка би била невъзможна без технологиите, осигуряващи този нов вид комуникация. Въпреки това и днешното интернет общество не е застраховано от всички стари, традиционни проблеми на етиката – размиването на индивидуално-личната уникалност под влияние на масовия характер, който придобива Интернет и се засилва все повече вследствие общодостъпността му. Дори и в своя Facebook профил, потребителят е един от всичките тези 7.5 милиона. Като своеобразна компенсация на този недостатък се явяват блоговете. За тяхната различна функция като форма на себеизразяването и личностното може да се съди и по самия произход на думата: блог идва от английското weblog – “web” мрежа и „log” дневник. Блогът е малка интимна вселена, в центъра на която е винаги неговият автор – блогърът, очакващ да бъде чул, видян и четен. В блог всеки може да бъде какъвто иска – журналист, готвач, музикант, програмист. Основният въпрос е „защо?“.

Във връзка с този въпрос се появява и терминът „Мрежов индивидуализъм“. В книгата си „Bowling Alone”(13) Робърт Путнъм настоява, че колкото по-индивидуален

става човекът, толкова по-голямо е неговото желание да бъде част от общност, и обратно. Колкото по-еднакъв се чувства, толкова по-разделен иска да бъде. Така или иначе, безспорен факт е, че новите форми на интернет-комуникация увеличават човешките възможности, като променят фокуса на човешкия поглед върху нещата, събитията, другите и самия себе си. От една страна – „недостатъчността“ на старите комуникационни форми подсказва, че новите практики на общуване, утвърждавани чрез социалните мрежи и блоговете са само един пореден инструмент, технология в служба на човешките същества и техните цели. Комуникацията в тях се извършва с много по-голяма лекота, точност и бързина, т.е. инструментът предоставя възможността на хората да изпълняват целите си не само по-бързо и точно, но и при минимум разход на усилия, така че, казано с терминологията на Жил Липовецки, да осигурят на хипермодерния човек, този непрекъснато желаещ човек така нужната му свръхфункционалност, заради която Интернет е една от емблемите на глобализма. Свивайки времето и пространството, той превръща света в „глобално село“. Според проф. Майкъл Уелш от Университета в Канзас, който изследва специално влиянието на новите видове комуникации върху хората, скоростта, с която се променят средствата за информация и комуникация налага да проеосмислим много от идеите, които преди са изглеждали беспони: идеите за право, собственост, етика, естетика, управление, личност, любов, семейство, приятели и „Аз“-а. Анализирайки антропологията на YouTube, М. Уелш посочва, че много от видео блогърите, които записват дневниците си пред камера, използват точно това средство за комуникация, за да открият своята индивидуалност. Вместо да пътуват по света, „откривайки себе си“, видео блогърите в YouTube променят поведението си според отзивите и коментарите на „публиката“. Така вместо да „открият себе си“, те „правят себе си“.

Други изследователи се интересуват от въпроса, може ли да съществува централизиран контрол върху „Аз“-а по време на пребиваването във виртуална среда. По самата си същност Интернет е нареден хаос, основан на разпространението на пакети от данни между мрежи от мрежи от мрежи от компютри. По този начин какъвто и да е централизиран контрол върху данните е невъзможен, колкото и да е желан от някои, дори понякога от мнозина. Защото Интернет провайдерите не са телекомуникационни оператори или пощенски услуги, доставящи съобщения от един индивид до друг.

В заключение следва да приемем, че Интернет не е място, свободно от ценности и ценностни системи. Напротив, тъкмо новите, виртуални форми на „Аз“-а са които оформят това пространство като човешко и публично, придават му „човешки облик“ и хуманни смисъл и цел. Следователно, Интернет не е отделна, самостоятелно съществуваща и независима реалност, а виртуалното продължение и развитие на реалното общество, в което се раждаме, живеем и пребиваваме всекидневно и от което възприемаме, пренасяме и трансформираме ценности и отношения във виртуалното пространство.

Показателно и не случайно е, че списание Тайм избира през 2006-та за човек на годината „Ти“, визирайки не кой да е, а тъкмо интернет потребителя. Този факт потвърждава неизбежността на етизацията, на която е подложено виртуалното, както и всяко друго пространство, откривано или създавано от хората като техен „етос“ - човешката среда като местообитание. В същия ред на мисли следва да се разбират и думите на Рюдигер Сафрански, че:

„всеки трябва сам за себе си да определи своето отношение между онова, което може да се мисли, и това, което може да се живее. Човек става индивид едва, когато си придаде образ и очертание, следователно когато прокара граници.“

Подобно на него, проф. М.Уелш посочва, перифразирайки друг автор - Карл Сейгън за Земята, че :

„Заглеждайки се в екрана на монитора осъзнавам, че това е едно стъкло. Нищо и никакво стъкло. За много то не е от значение и може да се стори безинтересно. Но то е там. В същото време то е някъде другаде. Това е всеки. От другата страна на това стъкло е всеки , който обичаш. Всеки който познаваш. Всеки, за който някога си чувал. Всеки, който има достъп до интернет. Милиони хора. И твоето бъдещо „Аз“ между тях. Някои го наричат най- малката и най-голямата сцена. Най- публичното и лично пространство използвано за толкова много неща – от политическа трибуна до комедийна сцена, религиозна платформа или учителски подиум. Или просто начин да достигнеш до съседа или на другия край на земята , до хората които обичаш, до хората които искаш да обичаш или до хората ,които дори не познаваме. Да споделиш нещо просто или съкровено. Нещо сериозно или нещо смешно. Може да бъде много неща.... но не може да бъде само едно нещо.... и не може да бъде само това, което ти искаш... не е само това, което ти правиш с

него, а е това, което всички ние правим от него... малкото парче стъкло...очите на света.“
(23)

Използвана и цитирана литература :

- 1 Швайцер А. „Философия на културата II: Култура и етика” (*Kulturphilosophie II: Kultur und Ethik*, 1923), Наука и Изкуство , София, 1990
- 2 Jonas H. “*Technology and Responsibility: Reflections on the New Tasks of Ethics*” (*Das Prinzip Verantwortung. Suhrkamp*) , 1973
- 3 Potter V.R. “*Bioethics: bridge to the future*”, Prentice-Hall, 1971
- 4 Бауман З., „*Постмодерната етика*“ , София, 2001
- 5 С. Vinton , Dalal Y., Sunshine C., „*Specification of Internet transmission control program.*” , December 1974
- 6 Wikipedia.org, “*Arpanet*” , < <http://en.wikipedia.org/wiki/Arpanet> >
- 7 Hambridge S. “*Netiquette Guidelines*”, Intel Corp., October 1995
- 8 Hambridge S. “*Netiquette Guidelines*”, Intel Corp., October 1995, pg. 2
- 9 Shea V. “*Netiquette*”, Albion Books, May 1994
- 10 Shea V. “*Netiquette*”, Albion Books, May 1994, pg. 35
- 11 Garton L., Haythornthwaite C., Wellman B. “*Studying On-Line Social Networks*”, in S.G. Jones (ed.) *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*, 1999, pg. 75
- 12 Barsky E., Purdon M. “*Introducing Web 2.0: Social Networking and Social Bookmarking for Health Librarians*”, *Journal of the Canadian Health Library Association*, 2006, 27(3): pg. 65–7
- 13 Putnam R. “*Bowling Alone: America's Declining Social Capital*”, 1995
- 14 Wellman B. “*Networks in the Global Village: Life in Contemporary Communities*”, Westview Press, December 1998
- 15 Липовецки Ж., Шарл С. „*Хипермодерните времена*“, изд. Изток-Запад, С, 2005
- 16 McLuhan M., “*The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*”, 1962, “*Understanding Media*”, 1964

17 Welch M. *“The machine is Us/ing Us”*, 2007

18 Welch M. *“An anthropological introduction to YouTube”*, 2008

19 Marc Le Menestrel, Hunter M., Henri-Claude de Bettignes *“Internet E-Ethics In Confrontation With An Activists’*

Agenda: Yahoo! On Trial”, 2001

20 Минева С. „Постмодерната етика като етика на отговорността“ сп. Философия, бр. 6, 2005

21 Сафрански Р. „Колко глобализация може да понесе човекът?“, изд. Къща КК, 2006, стр. 77

22 Sagan C. , *“Pale Blue Dot: A Vision of the Human Future in Space”* , 1994

23 Welch M. *“An anthropological introduction to YouTube”*, 2008