

**ПРЕДСТАВИ ЗА ИНТЕРНЕТ В ПЕРСПЕКТИВАТА НА
ДИГИТАЛНАТА (SOFT) ЕТИКА**

ДАНИЕЛА СОТИРОВА

Технически университет - София

dasotirova@yahoo.com

**VISIONS FOR THE INTERNET IN THE PERSPECTIVE OF
DIGITAL (SOFT) ETHICS**

DANIELA SOTIROVA

Technical University – Sofia

Abstract

Digital communication requires not only technical skills, but ethical competence and cultural awareness as well. These two perspectives should enter into public discourse as part of the digital ethics development. This paper describes two different visions of the Internet - spatial and textual. They are the basis for formulating and systematizing problem areas in the ethical regulation of digital communication, and for understanding morally responsible behaviour in terms of ethical infrastructure and risk perception.

Keywords: visions for internet, textuality and spatiality, digital ethics, soft ethics, ethical infrastructure.

Въведение

„Етика“ и „риск“ са неизбежни думи във всеки размисъл и преценка на големи технологични преломи. Потребността от „обновяване на етиката“ или от „нови етики“ поради техническото развитие е изтъквана отдавна – поне от 70-те и 80-те години на миналия век. Звучат като казани за днешните процеси на цифровизация думите на Ханс Йонас, че „технологичната цивилизация, в която живеем, е наистина „нова“ цивилизация, където информационните и комуникационните технологии играят жизненоважна нарастваща роля, изискваща нова етика, фокусирана на принципа на отговорността“ (Jonas, 1979). Дигиталната комуникация обаче преобръща из основи и

пренаглежда почти всички начини на действие в човешките връзки, труд и развлечения. Създадената он лайн среда и конкретно – интернет *предефинира нашите персонални и групови идентичности.*

Този текст е покана да се осмислят въпроси на дигитална етика чрез представите ни за интернет. Направен е опит да се *разкрият различните визии за интернет и от тук – да се разграничат проблемни сфери за етическо регулиране, възможно чрез тази т.нар. цифрова, soft или инфо-етика.* Независимо от избора на термин, дигиталната етика следва да обобщава и проблематизира концептуално „уроците“ от опита ни на живот в Мрежата. Разбира се, не е нужно да си експерт, за да знаеш, че Мрежата не е само интернет. Но точно той е позната почти на всеки жител на планетата инфраструктура, която свързва компютри и други устройства в колекции от снимки, музика, анимации, видео и текстове, откриваеми и достъпни за всеки. Как да гледаме и мислим себе си в това ново човешко условие е *философският пред-въпрос* на дигиталната етика. Тя би трябвало да формулира особеното в етическите регулации на дигиталния свят и управлението му, «удържайки» човешкото в бъдещето. Дигиталната етика би следвало да се «проектира» от подобно морално-философско равнище до конкретното ниво на структуриране на специфична *етическа инфраструктура на интернет* - така важна, както е техническата, социално-икономическата и политическата архитектура на глобалната мрежа.

1. Визии за интернет в културологическа и етическа перспектива

Дигиталното поведение (мрежовото общуване и съществуване) стана изследователска тема извън техническата експертиза – на границите между психология, педагогика и поведенчески науки, медийни изследвания, културна антропология и литературознание, естетика, социология и етика. Развиха се нови направления – психология на интернет комуникациите, виртуална етнография, дискурс анализ на компютър-медирана комуникация. **„Критични изследвания на киберкултурата“** (Silver and Massanari, 2006) е приемливо обобщено назоваване на изредените концептуални търсения. Често в тях се аргументира загриженост *за последиците от новата ни „форма на живот“ в мрежата.* Но освен изтъкване на негативни последици, хуманитаристите търсят аналогии в по-широки перспективи и

по възможност – откъд „евристиката на страха“ (по Х. Йонас). Балансът между ново и установено, креативно и устойчиво става все по-важен там, където гражданско и дигитално, потребителско и персонално поведение по-плътено съвпадат.

Етиците и психолозите се позовават на експертите инженери и програмисти. Затова нека припомним, че *същността на интернет и социалните мрежи WWW (Web)* най-често е определяна като пространство: това е информационно **пространство**, където документи и други уеб ресурси се идентифицират от Uniform Resource Locators (URL адреси), които могат да бъдат свързани с хипертекст и са достъпни чрез интернет (McPherson, 2009). Подобно разбиране не е консенсусно или единственото социално-приемливо. За три десетилетия на ползване на интернет са се породили алтернативни представи с директни и преносни значения.

Едно от последните изследвания за природата на интернет се нарича „Четирите интернета: геополитика на дигиталното управление“ (O'Hara and Hall, 2018). Интернет е видян *в социо-културна и глобално-стратегическа перспектива*. Той е определен като крехка конструкция на хардуер, софтуер, стандарти и бази данни, която се управлява от все по-широк кръг частни и публични участници, подложени на политически натиск. Тези участници са ограничени само от доброволни и често формални поведенчески кодекси и протоколи, т.е. липсва моралната общност на заинтересовани страни в дискурса. В цитираната монография са очергани контури на обособяващи се една от друга визии за начина, по който е най-добре да бъде разиван и управляван интернет. Всички модели имат своята геополитическа роля и биват подкрепяни на национални равнища. *Първият* е отвореният интернет на Силициевата долина, който отразява идеализма на създателите на интернет. Проектиран е да бъде свободен, достъпен и отворен, с прозрачни стандарти и с преносими, разширяеми и оперативно съвместими данни и софтуер. Европейските нации и Европейската комисия приемат и поддържат *втората визия* за „буржоазен“ интернет. Тук т.нар. троллинг и лошото поведение са сведени до минимум и има по-голяма защита на личния живот, вероятно – с цената на по-малко иновативност. Китай и много други (азиатски) държави възприемат и развиват *трети, авторитарен* интернет, където технологиите за наблюдение и идентификация подпомагат социалното сближаване и по-голямата сигурност. *Четвъртият* и по-комерсиален възглед е водещ, според О'Хара и Хол, за американските републиканци във Вашингтон. При него онлайн ресурсите се

приемат като частна собственост, чиито притежатели и мениджъри могат да си осигуряват приходи, като им поставят пазарни цени.

Кой от четирите интернета ще надделее, макар и временно? Това е въпрос на глобално съревнование; то се очертава да е дълго и в него не винаги ще е възможна стратегията сътрудничество, при която всеки печели нещо. Отвореността на интернет в първата, като че ли доминираща и приемлива визия и за създателите му, е уязвимостта му. Тя може да бъде използвана за дезинформация и хакване. Но към тях по-често се прибегва в страни, възприели останалите три представи за интернет. Според авторите за модела за четирите визии трябва да сме подготвени за такъв интернет, за който е сигурно само едно – че ще се развива непредвидимо. *Крежкостта е универсалната му черта.*

Освен тази геополитически насочена типология, специален интерес за философа предизвиква идеята за **две визии за интернет**. Именно те са основа на настоящия етически анализ, ориентир за систематизиране на проблемните зони за етическо регулиране на интернет комуникацията. В „Етика на изследванията на интернет: оспорване на изследователския модел за хората като субекти“ авторите Е. Басет и К. Риордън поставят въпроса как да описваме интернет – чрез метафори за физическия свят или по образ и подобие на човека? Дали интернет е пространство, което *усвояваме* или е текст, който *създаваме* и трябва да *разбираме*? В цитираната работа се защитава тезата, че в противовес на масовия пространствен образ за интернет, следва *по-настойчиво да се изтъква, опазва и развива неговата текстуалност*. Подразбирането, че интернет е пространство е форма на проектиране на опита на тялото и моделирането му. Подобен възглед е уместен и достатъчен в случаи като имейл комуникацията, но за да се ориентираме в „сложния терен на етиката в интернет, трябва да виждаме в интернет културна продукция на текстове“ (Bassett and O’Riordan, 2002, p.245).

Преобладаващото възприемане на *интернет само като среда, било то и социална*, води до **опасност от незачитане на правата** на човека като право на информирано съгласие например във всичките му измерения – от „невинното“ използване на електронна поща между лица и групи за целите на културно-антропологически научни изследвания до злоупотребата и търговията с лични данни с търговски цели. Ако мрежата се приема като среда, то това е специална

текстова среда с произтичащи последици за отговорност, степени на доверие и скептицизъм към информирането и интерпретациите в нея.

Пространствената визия за мрежата поражда и стимулира *излишество* в интернет комуникацията. И това се схваща като проблем не само, ако си верен на сентанцията на Сенека, че „всяко излишество е порок“. Огромната част от големите данни никога няма да се използва – те са боклук, който се налага да се съхранява отговорно някъде от някого. Визията за пространство е податлива и удобна за културогически трактовки. Й. Детев в докторски труд описва виртуалната публичност като *мегдан*. (Детев, 2016). Мегданът - социално място, различно от *форума* – е с очертани граници, а отвъд него има боклук, обозначени са или спонтанно са направени „боклучави“ места. Полезно е да се обяснява метафорично и аналогично тази новата интернет социалност.

Представата за **интернет като "космос" (пространство)** произтича от общите ни класически познания по физика и философия – приемаме, че преди да опознаем нещо, го възприемаме като „положено някъде“. Това предразбиране и за интернет като място *подкрепя сливането между дейностите*, които извършваме чрез интернет, с реалните ни действия. В пространствената визия се вписва аргументът, че всяка изява и активност в Интернет трябва да се разглежда като **поведение на лице**.

Според **втората визия, текстовата**, интернет не е мислим само като ново пространство. Тук се изтъква имеративът, че *човешките същества не могат да са наблюдавани като предметите*. Интернет е средство за произвеждане на богат спектър от данни, тези, твърдения, термини, образи и илюзии, и всички те са *текст, който следва да се обогатава и осмисля, като последните (т.е. илюзиите, лъжите и фалшивите новини) трябва да се ограничават*. Ето защо е нужно непрекъснато виждане и проучване на интернет технологиите като инструмент за текст, създаващ съдържания, различни по жанр, насоченост и привлекателност за разнородни и променящи се публики.

Текстовата визия е откриваема в изграждането на Интернет технологиите като **виртуалност**. След 70-те години се натрупват аргументи в науката (психологията) и в изкуството (кино, художествена фотография) за изразяване на себе си и за симулации на образи на лица. Това **сливане на лице и текст** е повлияно от изследвания за

разпознаване на лицевите емоции и чувствителност, възпроизведени компютърно (Ekman, 2003). Идеята е свързана с аргументи от биомедицински, неврологически и поведенчески науки за „човекоподобния“ модел на преливане и обединяване от образи към обекти. Това води до *уподобяване на човешката нервна система с новите технологии, на мисловността – с лингвистичните машинни операции*. Визията, която започва да се приема, някои наричат нова **теологическа парадигма**, т.е. аналогия на сътворяването, на човекоподобното в техническото. Тази текстова интерпретация дава възможност да се мисли за „културно строителство“ на *дигиталното пространство* като свят със свои регулации и норми – правни и етически. Така отново се възпроизвежда **дуалистичния човешки свят** с разделянето на реален и виртуален, тукашен и отвъден, стар и нов, долен и горен... Познатата за човека йерархизирана рамка е „запълнена“ с още два варианта на светове.

2. Интернет като текст: професионално-етични импликации

Двете визии – пространствената и текстовата – се конкретизират в начините на предлагане и продаване в социалните медии. Полезно е да се вгледаме в **езика на доставчиците и интернет маркетинга** – в *пространството* от уеб страници има *ферми, имена, работилници, чифлици, стаи* (да си припомним, че на много индо-европейски езици „стая“ и „пространство“ са еднокоренни или еднакви думи). Тази терминологична стратегия показва доминиране на пространствената представа. Но когато се осмисля разнородната палитра от съдържания и субекти в интернет, състояща се от общности със свои артефакти и стереотипи, начини на водене на диалог и дебат в междуличностното комуникиране, то подобно мисловно пренареждане „*превърща*“ *интернет в текст* – културен, поликултурен, глобален. Щом като той се възприема като **форма на културна продукция**, тогава авторството става първостепенно. На преден план е настояването за *спазване на правила и зачитане на персонални и групови ценности – автономност, неприкосновеност, конфиденциалност, получаване на съгласие от всички участници в дадена група, оценяване на степени на риск и ползи за всички в нея и извън нея*. Текстовата картина може да се конкретизира в различни посоки – експертно-професионално или дизайнерски-естетически, но водеща е представата за *автор*. **Връзката между текст и**

автор в интернет комуникациите е проблем културологичен, етически и поведенски, който не би трябвало да ограничаваме само с правни регулации (например интелектуална собственост, GDPR и новите европейски регулации). Припокриването и „сливането“ на текст с автор е дискутирана и оспорвана идея и преди ерата на новите технологии през целия 20-ти век. Да си припомним, че в културологията, литературната критика и постмодерната философия са предложени разнообразни модели за свързаност на текст и автор. Направлението на „новата критика“ на Т. Игълтън или т.нар. ново литературознание е влиятелна концепция за всички, работещи със знаци и смисли. „Новите критици“ се опитват да „отворят текста“, да прекъснат връзката му с автора и да включат публиката (Игълтън, 2003). Текстът е прозорец както към душата на автора, но и към всеки, който го чете. *Текстът е "самодостатъчен", освободен от контекста на произвеждане.* От тук възникват аргументи „за“ и „против“ в логическото извеждане на идеята за права на автор върху текста, разбиран по подобен начин.

Полезно е да се знае, че въпросите за *интелектуална собственост като разпространение и разрешение за „преместване“* на някакъв текст се разискват за първи път по отношение именно на литературни текстове след края на 19-ти век. Тогавашният *модел на владение* е свързан с формиралата се по същото време „политическата икономия на културно производство“, която е отказ от старата патронажна система на кралско или богаташко меценатство и спонсорство. **Индивидът е признат като културен създател.** Съдържанието принадлежи на автора и той е свободен да го разпределя, адаптира, тиражира. *Да си автор на текст* става признаване, че някой е собственик, но не и че текстът отразява персонална гледна точка.

В интернет има тестове (включително музика и образи), попадащи под закони за авторско право – проблем, основателно дебатиран експертно и публично. Има обаче и текстове, които не могат да са обект на правно регулиране, които се считат за *публични*, заедно с всичко, което даден автор е отстъпил за обществено ползване. Възприетата практика на регистрация на авторско право върху текстове, разпространявани чрез интернет, ни отправя към първата представа за интернет като пространство – има видими и невидими места, явни и потайни „кътчета“ в него. Идеята на „новите критици“, че същността и **смисълът на всеки текст е в процеса на четенето му**, приложена към мрежите, съдържа *загриженост за степента на съавторство* на

участващите в прочитане, осмисляне, преработване и изследване на публикувано. От тази перспектива **текстът в интернет се възприема като по-пропусклив, мек, ковък**. Колко пъти си видян, харесан и цитиран става важно за всички – зрели и незрели посетители, за певци, поети, учени и други „създатели“.

Текстовата природа на мрежата влиза в противоречие с **утвърдени представи за професионализъм и кариера в социално-хуманитарните науки**. Обичайната практика в научното израстване днес изисква определен брой стойностни авторски научни публикации. Процедурата изследователят да представи текстове за конкурс е следване на *принципи за обективност и равнопоставеност* в конкурентното професионално развитие. В тази парадигма очакваната роля за постижения на академичния човек е, че е разкрил "истини" за някакъв изследван от него обект. Но подобен подход е основателен *само при проучване на неодушевени предмети*. Съвременните модели за текста и интерпретативната природа на хуманитарното знание потвърждават, че *е невъзможно научно изследване, което да не е променило наблюдаваното и интерпретираното*. Смишълът на ситуацията не съществува преди самото изследване е теза, валидна за поведенските науки. В такава перспектива (да я наречем културно-антропологическа) *във всеки текст, особено – предоставен в интернет, има множество заинтересовани участници*. Социалните мрежи подсилват действието на този фундаментален изследователски принцип на хуманитаристиката, като поставят на преден план и по нов начин въпроси за съавторството, сътрудничеството, ръководенето, плагиатството, съдействието, т.е. – за **етиката в професионалната експертиза**. Когато правим морални преценки, често прокарваме плътна разделителна линия между човек и текст. Но щом като последният не е предмет, „висящ“ в пространство, то подобно разграничаване е неадекватно. Какъв трябва да е например отговорът на въпроса *„следва ли да се цитира точно текст, взет от чат рума?“* Ако последният е пространство за диалог, то отговорът е „не“. От друга страна, *самият диалог е текст*, който следва отговорно да се опазва в първоначален вид като собственост. Но ако той е поместен в публично място, би могъл да се възпроизвежда, съкращава, видоизменя. Затова интернет често се възприема като *полулично пространство*. **Лесната и лека комуникация чрез интернет подхранва илюзии**, които пренасяме от и към реалния свят – например *миража за достъпност на всичко за*

всеки, за равно и широко представителство на всякакви групи в публични прояви и институции. Така се създава илюзорното впечатление за растеж на ранообразието, както и тежки разочарования от реалността на тиражиране и имитации.

Пространствената визия за мрежата, доминираща в рекламния, търговски и политическия изказ, пренебрегва човешкото присъствие и взаимодействие. Пропуска се, че в това социално пространство се сътворява култура и се въздейства върху други. Затова тук е нужен етически фокус – *мислене и загриженост за съвестно и отговорно етично поведение*, аналогичен на строгата професионална етика в научните изследвания. Подобно разсъждение и поведение е присъщо на „меката“ (soft) етика. Ако твърдата етика е близост на моралните норми с недопустимото от закона, то тук се мисли и върши нещо **над и отвъд съществуващи правни регламенти**, често с цел да се промени обхвата и *да се разшири сферата на саморегулиране*. „Мека етика“ е „етиката след спазване на регулациите“. Според Л. Флориди и твърдата, и меката етика предполагат степени на осъществимост, макар и различни – и в двата варианта субектът има моралното задължение да извърши дадено действие, само ако то на първо място е действително възможно. (Floridi, 2018).

3. „Хибридность“ на интернет и етика на дигиталното поведение

Думата *хибрид (хибриден)* не случайно се наложи след появата на интернет и социалните мрежи, независимо дали се употребява за автомобили или войни. Пространствено-текстовата „кръстоска“ (смесване и двойственост н) е хибридността на интернет и негова същностна черта. Подобна двоякост на възприемането на „двете маски“ на интернет би могла да подреди противоречиви проблемни зони за етическо и правно регулиране от гледна точка на етиката на дигиталното поведение.

Без да претендира на изчерпателност, разграничаването дава възможност да се отделят съществени за етиката и приложната етика рискове, както и да се търсят отговори на въпроса има ли самостоятелно място за т. нар. комплайънс етика (етика на съответствието и регулирането). Идеята може да бъде систематизирана таблично така:

Две визии за интернет и рискови проблемни зони за етическо и правно регулиране

| <i>Акцентира се върху (проблемни зони):</i> | <i>Пространственост (среда)</i> | <i>Текстуалност (съдържание)</i> |
|---|---|--|
| 1. | Цифровото (дигитално) „отвъдно“ пространство | Степените на неприкосновеност на данните |
| 2. | След дигиталната смърт, „пространството остава“: дигиталната собственост? | Личните данни не могат ли бъдат продавани? (в ЕС това е норма) |
| 3. | Преносимостта на информацията | Правото да бъдеш забравен (право на изтриване на данни) |
| 4. | Правата по наследяване на данни | Правата на пълнолетни – непълнолетни |
| 5. | Дигиталните вредители (хищници) в пространството | „Завещаването“ на акаунт: кой взема решение за разпореждане? |
| 6. | Дигиталната компетентност и разумност | Авторството, съавторството, плагиатството |
| 7. | Публичното място (<i>мегдан, форум</i>) | Посланието, съобщението |
| 8. | Цензурата е фокус на проблемите | Заплащането е проблем |

Очакванията за добро поведение в текстовото пространство непрекъснато се завишават, като акцентът вече е върху **елементарни етични навици**. Етични навици в комуникацията могат да се създават чрез прости правила: например, *изискване и наличие на декларация за намеренията* дали даденият текст е предназначен за публикуване или е само за „консумация“ от ограничена група в мрежата. Има значение *доверието към правила, които създателят на групата сам спазва*; така той поема допълнителни отговорности за мониторинг, оплаквания, отстраняване и контрол на членуващите. Когато в интернет се тиражира мнение на известна публична фигура (политик, учен, артист, влогър), то нека се оценява *какво е посланието* и дали внася различен елемент в смисъла на комуникацията. *Правилото за въздържаност* в изказа е подсилено и не противоречи на *принципа на свобода на словоизлиянието*. Примерите за спонтанни неразумни изрази, негативни послания и премълчаване, скриващо агресия или персонална безотговорност са силен демотиватор в груповото споделяне. Реакцията при липса на лична морална отговорност са **прекомерните усилия за**

институционална сръхрегулация. Всяка власт е привлечена от това да играе и манипулира в разпространението, промяната, ограничението и „анихилацията“ на текстове в публични пространства. Противодействието на административно-правната сръхрегулация е в *разумността на всеки потребител (гражданин)*, и това не е дидактика. Отделно на различните равнища етическата регулация на мрежовата комуникация се институционализира чрез експертни групи, консултантски комисии за съвет и дори екипи „за бързо реагиране“ (task force) (Ethics Advisory Group, 2018).

В заключение, интелигентното приспособяване към новия дигитален свят е неизбежност за оцеляването ни като Homo sapiens. Важно условие за това е функционирането на *спирачния механизъм на културата и ценностите*. Той се проявява в способността за самостоятелна етическата преценка и регулация, основани на културен прочит на интернет комуникациите. Развиването на дигиталната етика като *етическа инфраструктура, т.е. процедури и политики, наред с мислене и обучение*, е ориентир и усилие, което активно трябва да се подпомага от българските етици.

ЛИТЕРАТУРА

- Bassett, E. H., K. O’Riordan.** (2002). Ethics of Internet research: Contesting the human subjects research model. *Journal Ethics and Information Technology*. Volume 4 Issue 3, pp.233-247.
- Детев, Й.** (2016). Виртуална публичност и делиберативна демокрация. Дисертация. Софийски университет „Св. Кл. Охридски“. <https://www.academia.edu/35329552/>.
- Ekman, P.** (2003). Emotions revealed. New York, Holt Paperbacks.
- Ethics Advisory Group.** (2018). Towards a digital ethics. EDPS Report. Available online at https://edps.europa.eu/sites/edp/files/publication/18-01-25_eag_report_en.pdf.
- Floridi, L.** (2018). Soft Ethics and the Governance of the Digital. *Philosophy & Technology*. March, Volume 31, Issue 1, pp 1–8.
- Игълтън, Т.** (2003). Увод в литературната теория. С., Изд. Агата-А.
- Jonas, H.** (1979). Toward a Philosophy of Technology. Hastings Center Report.9, pp.: 34–43.
- McPherson, S.** (2009). *Tim Berners-Lee: Inventor of the World Wide Web*. Twenty-First Century Books.
- O’Hara, K., W. Hall.** (2018). *Four internets: the geopolitics of digital governance* (CIGI

Papers - The Centre for International Governance Innovation (CIGI)/Chatham House)

Silver, D., A. Massanari (eds). (2006). *Critical Cyber Culture Studies*. N.Y., New York University Press.